

# SPEPPALAU VONAREND & & ASSOCIATS

Produccions Enogastronòmiques

[www.produccionsgastronomiques.com](http://www.produccionsgastronomiques.com)



Ripollès Desenvolupament

**Projecte: Estudi i execució d'accions per a una millor comercialització i difusió dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**

**Nom del client: Consorci Ripollès Desenvolupament**

**Data: Juliol de 2012**

**SOC**

Servei d'Ocupació  
de Catalunya



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa i Ocupació



Unió Europea  
Fons social europeu  
L'FSE inverteix en el teu futur

## ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	2
2. METODOLOGIA DE TREBALL.....	4
3. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL.....	6
3.1. El Ripollès.....	6
3.1.1. Economia.....	6
3.2. Productes del Ripollès: marca i submarques.....	9
3.3. Posicionament.....	22
3.3.1. Elaboradors.....	22
3.3.2. Productors.....	22
3.3.3. Pastors i ramaders.....	24
3.3.4. Venedors.....	25
3.3.5. Restaurants.....	27
3.3.6. Escoles.....	30
3.3.7. Consumidors.....	31
4. DIAGNOSI.....	32
5. PROPOSTA D'ACCIONS: VISIÓ ESTRATÈGICA DE FUTUR.....	36
5.1. Propostes de promoció realitzada a la comarca.....	38
5.2. Propostes de promoció realitzada fora de la comarca.....	52
5.3. Propostes de benchmarking.....	64
5.4. Propostes per a una millor comercialització.....	68
5.5. Proposta de sensibilització sobre l'alimentació als menjadors escolars.....	72
6. BIBLIOGRAFIA.....	73

## 1. INTRODUCCIÓ

El Ripollès és una de les comarques que formen part dels Pirineus gironins. En els darrers anys l'activitat turística ha agafat força com a motor de l'economia de la comarca, però la resta de sectors d'activitat hi són també importants, entre ells el sector primari, que al Ripollès encara representa un percentatge important de l'ocupació i té una importància estratègica per l'arrelament de la població al territori i el manteniment d'un ecosistema sostenible.

Des de fa uns anys, des del **Consorci Ripollès Desenvolupament** es treballa pel manteniment i la conservació d'aquesta llarga tradició agrícola i ramadera i per la preservació dels oficis lligats a l'artesania agroalimentària.

Per fer-ho s'han dut a terme diferents actuacions, entre elles la de valoritzar alguns productes de la comarca sota la marca de qualitat *Productes del Ripollès*.

Tot i així, costa d'acomplir els objectius amb els quals va néixer aquesta certificació, que són, entre d'altres, el de fer-se un nom entre les certificacions de qualitat, donar-se a conèixer més enllà de les fronteres administratives comarcals i cohesionar els productes i els productors que conviuen en els diferents territoris que formen la comarca, així com generar sinèrgies amb el sector del comerç i el de serveis, especialment amb el de l'hostaleria.

Amb l'objectiu de donar valor als productes que es crien, s'elaboren o es produeixen al Ripollès, el Consorci Ripollès Desenvolupament ha encarregat a l'empresa Pep Palau, von Arend & Associats un **Estudi i execució d'accions per a una millor comercialització i difusió dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**, del qual aquí se'n presenta la primera part, la part analítica i de coneixença del territori i els seus agents. A més, es marquen a grans trets les línies de treball de la segona part.

Els objectius amb els quals neix aquest treball són:

- **Donar valor** a tots aquells productes agroalimentaris que es cultiven, es crien o s'elaboren al Ripollès i que conformen el rebost de la seva cuina –molts sota la marca de qualitat *Productes del Ripollès*:-
  - Vedella de Ramaders del Ripollès
  - Vedella Blanca de Muntanya de Ramaders del Ripollès
  - Poltre de Muntanya del Ripollès

- Xai del Ripollès
  - Cabrit del Ripollès
  - Coca del Ripollès
  - Llangonisseta del Ripollès
  - Trumfa: Patata de la Vall de Camprodon
  - Llet i derivats làctics del Ripollès
  - Formatges del Ripollès
- Atraure i fer participar activament en **accions de comercialització** a tots els **pagesos** – agricultors i ramaders- i **productors artesans d'aliments de qualitat** que conformen la xarxa productiva, al costat dels **restauradors**, doncs tots ells representen l'oferta gastronòmica del Ripollès.
  - Dinamitzar el comerç minorista.
  - Implicar en la **difusió** dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès al sector de l'**hostaleria** i la **restauració**, els principals prescriptors d'aquests productes, a més de la xarxa d'establiments d'agroturisme.
  - Convertir les marques de qualitat del territori en oportunitats per orientar les estratègies comercials de les petites empreses cap a les **activitats turístiques** associades a la seva gamma de productes i al seu procés d'elaboració.
  - Contribuir a cohesionar els territoris que conformen el Ripollès i millorar-ne els fluxes i optimitzar recursos -Vall de Camprodon, Vall de Ribes i Baix Ripollès-.

**Pep Palau, von Arend & Associats,**  
juliol de 2012

## 2. METODOLOGIA DE TREBALL

Aquesta primera part del treball analitza la situació actual dels productes agroalimentaris del Ripollès, a partir de reunions i entrevistes amb els agents del sector i recopilació d'informació relacionada. A partir de la informació obtinguda es fa una diagnosi de l'estat actual del sector i es proposen unes línies de treball bàsiques per assolir els objectius plantejats.

Així, doncs, la **metodologia de treball** segueix el següent esquema:

### 1. Recollida d'informació. S'ha recollit informació a través de:

- Reunions amb:
  - o Enric Camprubí, ramader ecològic
  - o Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
  - o Associació de Pastors del Ripollès
  - o Associació de Ramaders del Ripollès
  - o Carnisseries de la Vall de Camprodon
  - o Cooperativa de Serveis de la Vall de Camprodon
  - o Cooperativa Ramadera de Molló
  - o Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
  - o Carnissers que no estan a cap associació
  - o Restaurants: Associació d'Hostaleria del Ripollès, Associació Cultural i Gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon, Aula d'Hostaleria del Ripollès.
  - o Fonda Xesc
- Entrevistes telefòniques amb escoles de la comarca
- Informació facilitada per tècnics del Consorci Ripollès Desenvolupament
- Consulta de fulletons de promoció turística i documentació variada segons temàtica.
- Recerca a Internet

### 2. Processament de la informació

Estructuració i síntesi de la informació que s'ha considerat més rellevant per a l'obtenció de conclusions.

### 3. Diagnosi

Determinació de l'estat actual del grau de coneixement, ús i posicionament de la marca Productes del Ripollès per part del sector.

#### **4. Pla d'accions**

Elaboració de les estratègies i accions que es preveuen per a l'acompliment dels objectius plantejats.

I l'estudi s'estructura en tres grans blocs:

- 1. Anàlisi de la situació actual**
- 2. Diagnosi**
- 3. Proposta d'accions: visió estratègica de futur**

### 3. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL

#### 3.1. El Ripollès

La comarca es troba a la part oriental dels Pirineus catalans. Des del punt de vista geogràfic en destaquen cims molt alts -Puigmal i Bastiments- i grans valls -la de Ribes i la de Camprodon-. Més al sud aquestes valls s'uneixen en un sol territori, la zona del *baix Ripollès*. Al nord limita amb França, al sud amb Osona, a l'oest amb el Berguedà i al nord-oest amb la Cerdanya.

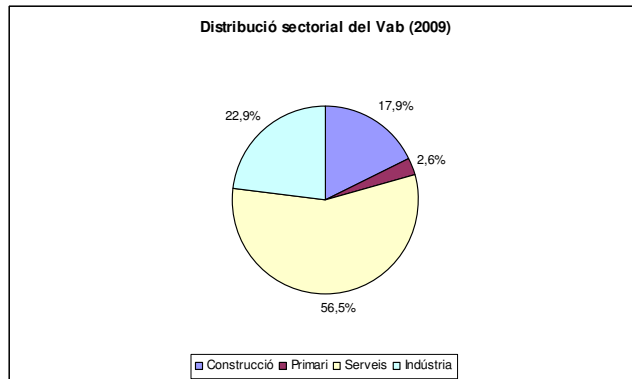
Amb una extensió de gairebé 1.000km<sup>2</sup>, la seva població és de poc més de 26.000 habitants, dels quals 11.000 viuen a Ripoll, capital comarcal.

Aquesta comarca està considerada el bressol de Catalunya. És un territori clau en els inicis de la nostra història, amb la fundació dels monestirs de Ripoll (879) i de Sant Joan de les Abadesses (885) com a grans fites històriques.

##### 3.1.1. Economia

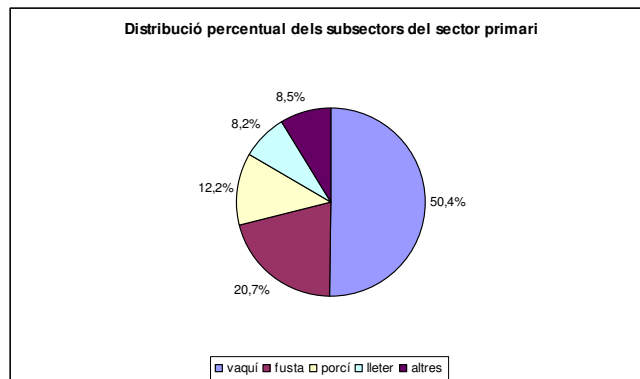
Segons dades de l'Anuari Econòmic Comarcal 2010 de Catalunya Caixa, el sector primari encara té una importància significativa a la comarca, tot i que degut al seu relleu muntanyós els terrenys destinats a l'agricultura no són tan important com els dedicats a la ramaderia. Antigament transhumant, actualment la ramaderia del Ripollès és de caràcter extensiu amb explotació en granges. Les branques més representatives són les del sector oví i boví.

Pel que fa a la importància econòmica dels sectors en destaca el de serveis, amb el 56,5%, seguit de la indústria, amb el 22,9% i la construcció, amb un 17,9%. El sector primari representa el 2,6% del Valor Afegit Brut.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Dossier Comarcal del Ripollès editat pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

Si ens fixem en els subsectors del sector primari, veurem que la meitat de l'activitat l'ocupa el sector vaquí, poc més del 20% el sector de la fusta, el 12,2% el porcí i el 8,2% el lleter.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Dossier Comarcal del Ripollès editat pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya

El turisme té al Ripollès una importància destacada dins el sector serveis. El gran atractiu que suposen les dues valls (paisatge, muntanya, esquí, etc.), a les que darrerament s'hi ha sumat Ripoll amb la valorització del monestir de Santa Maria, han comportat històricament una afluència de turistes al territori, que s'ha vist incrementat aquests darrers anys de creixement econòmic al país.



Els turistes provenen majoritàriament de l'àrea metropolitana de Barcelona, tot i que també n'hi ha de la resta de Catalunya, de la resta de l'estat i de l'estranger, principalment de França. Alguns d'aquests turistes tenen segones residències, concentrades especialment a les valls.

### 3.2. Productes del Ripollès: marca i submarques

El 2007 el Consorci Ripollès Desenvolupament va crear l'àrea de dinamització del sector agroalimentari. Aquesta àrea ha treballat en la creació de la marca *Productes del Ripollès*, un distintiu d'identificació i diferenciació dels productes produïts, transformats i/o elaborats a la comarca.



*Productes del Ripollès* és una “marca paraigües” que engloba moltes altres marques vinculades a productes agroalimentaris de la comarca. Aquestes marques s'associen cada una a un producte concret, que es considera característic de la comarca o estratègic pel manteniment de l'ofici relacionat.

Els productes que pertanyen a la marca *Productes del Ripollès* són:

- Vedella de Ramaders del Ripollès
- Vedella Blanca de Ramaders de Muntanya del Ripollès
- Xai del Ripollès
- Cabrit del Ripollès
- Poltre de Muntanya del Ripollès
- Llangonisseta del Ripollès
- Trumfa de la Vall de Camprodon
- Coca del Ripollès
- Llet i derivats làctics
- Mel, melmelades i licors

Aquesta marca s'ha de convertir en sinònim de productes de qualitat del Ripollès.

Beneficis de la marca:

- Suposa una garantia de responsabilitat pública
- Suposa una garantia d'autenticitat d'exclusivitat
- Suposa una garantia de constància de qualitat
- Contribueix a la finalitat específica de la publicitat, que és promoure productes qualificats.
- Proporciona identitat i individualitat a les coses i augmenta el seu valor respecte als que no tenen marca.



Fig.1. La marca *Productes del Ripollès* i totes les seves submarques

Tots els productes associats a la marca estan sotmesos a uns reglaments d'ús de la marca i a unes condicions especificades en el Reglament d'Ús Específic o al Plec de Condicions de cada producte determinat. A continuació es presenten els reglaments:

### **Carn de vacum**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella carn dels animals nascuts, criats i engreixats en explotacions localitzades a la comarca del Ripollès, i seguint el present reglament, les normatives sanitàries i les d’etiquetatge.

Per a utilitzar la marca de garantia caldrà que el sol·licitant disposi d’un plec de condicions d’etiquetatge facultatiu de carn de vacum autoritzat per l’administració competent que inclogui la menció geogràfica relacionada amb el “Ripollès”.

**Traçabilitat:** Les explotacions disposaran d’un registre actualitzat, on hi constaran les dades d’entrada i de sortida de l’animal. Els animals aniran identificats individualment des del naixement fins al sacrifici, segons la normativa vigent.

**Raça:** Les races aptes per a aquesta producció seran totes les races.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor com a mínim un cop cada any, i en el cas que l’etiquetatge facultatiu complementari compleixi les condicions de “Producte del Ripollès”, l’empresa verificadora tan sols haurà de verificar la marca més restrictiva.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.



### **Carn de poltre**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella carn de poltres nascuts, criats i engreixats en explotacions localitzades a la comarca del Ripollès, i seguint el present reglament i la normativa vigent.

**Traçabilitat:** Les explotacions disposaran d’un registre actualitzat, on hi constaran les dades d’entrada i de sortida de l’animal. A més a més, els animals aniran identificats individualment des del naixement fins al sacrifici segons la normativa vigent. Tota aquesta documentació es conservarà durant un mínim de 5 anys.

**Raça:** Les races aptes per a aquesta producció seran totes les races càrnies i els seus encreuaments, i en especial, la raça de Cavall Pirinenc Català.

**Àmbit de cria, engreix i processament:** El poltre ha de ser nascut, criat i engreixat en explotacions ramaderes localitzades al Ripollès.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor com a mínim un cop cada any.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.

La carn de poltre té unes característiques que la fan diferent de la resta de carns. És dolça, amb pocs greixos i amb molt ferro i àcids grassos insaturats.

En els darrers anys el consum d’aquesta carn ha augmentat considerablement, sent possible trobar-la en qualsevol carnisseria i no només en botigues especialitzades en venda de carn de cavall.

Bona part d’aquesta tasca de divulgació de les moltes propietats d’aquesta carn és la duta a terme per l’*Associació cultural i gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon*. Aquesta associació va néixer el 2005 amb l’objectiu de promocionar la restauració i preservar la gastronomia, els productes i les tradicions locals. El 2007 decideixen fer de la carn de poltre el seu màxim exponent gastronòmic, introduint-lo a les cartes dels restaurants a partir de l’elaboració de plats tradicionals i altres plats més innovadors.



Així és com amb pocs anys aquesta carn ha adquirit prestigi i és vista com una carn amb un valor afegit, convertint-se en ingredient de qualitat en el món de la restauració.

L'Associació de criadors d'eugues del Ripollès, que agrupa més de 50 ramaders de la comarca, és qui comercialitza la carn de poltre.

### **Carn de xai**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella carn de xai (mascles i femelles) nascuts, criats i engreixats en explotacions localitzades al Ripollès, seguint el present reglament, les normatives sanitàries i les d’etiquetatge.

**Traçabilitat:** Els animals aniran identificats des del naixement fins al sacrifici segons la normativa vigent.

**Raça:** Les races aptes per a aquesta producció seran totes les races càrnies i els seus creuaments.

**Àmbit de cria, engreix i processament:** El xai ha de ser nascut, criat i engreixat en explotacions localitzades a la comarca del Ripollès. Els animals hauran d’estar alletats per les seves mares fins al sacrifici.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor com a mínim un cop cada any.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.



### **Carn de porc**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella carn de porc procedent de porcs engreixats durant tot el període d'engreix en explotacions localitzades a la comarca del Ripollès, i seguint el present reglament, les normatives sanitàries i les d'etiquetatge.

**Traçabilitat:** Els porcs disposaran d'un registre actualitzat, on hi constaran les dades d'entrada i de sortida de l'animal. A més a més, els animals aniran identificats individualment des del naixement fins al sacrifici segons la normativa vigent.

**Raça:** Les races aptes per a aquesta producció seran totes les races.

**Verificació:** L'empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor com a mínim un cop cada any.

**Etiquetatge:** L'etiquetatge de marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.

Al Ripollès pràcticament no hi ha porcs i aquesta podria ser una bona oportunitat per potenciar-ne la cria en base a criteris de qualitat (ecologia, raça, etc.).



### **Llangonisseta crua**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella llangonisseta elaborada complint la normativa vigent.

Es tracta d’una botifarra amb forma cilíndrica, que s’elabora farcint un budell natural de porc amb una barreja de carns de porc, i ulteriorment lligant-ne els extrems amb un cordill de color verd, blanc i groc.

Tota la carn de porc que s’utilitza per a la seva elaboració compleix el reglament específic de carn de porc d’aquest mateix reglament d’ús de la marca de garantia “Producte del Ripollès”.

**Àmbit d’elaboració:** La comarca del Ripollès.

**Composició:** Magre de porc, cansalada virada fresca, sal, pebre, dextrosa i conservadors i antioxidants permesos segons la legislació vigent.

**Forma d’elaboració:** Es trinxa carn magre de porc i cansalada virada fresca i es barreja amb els altres ingredients. Després, s’emboteix dins d’un budell natural de porc. A continuació es talla i es lliga amb el fil de color verd, blanc i groc.

**Producció:** Cada establiment elaborador garantirà una producció en el seu establiment, qui la comercialitzarà.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment elaborador com a mínim un cop cada any.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.



### **Llet i derivats làctics**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella llet de vaca, cabra i ovella que estigui produïda en explotacions ramaderes localitzades al Ripollès i els derivats làctics que s’elaborin amb aquestes llets (formatges, iogurts, flams, mató, etc.).

Excepcionalment, es deixarà utilitzar llet produïda en explotacions de fora de la comarca com a matèria primera si a la comarca no se’n produeix, podent-ne utilitzar el 100 % de fora de la comarca o si no se’n produeix suficient, podent-ne utilitzar el 100 % de fora de la comarca, sempre i quan la Comissió de Seguiment ho aprovi.

**Àmbit d’elaboració:** La comarca del Ripollès

**Composició:** La composició de les llets i dels derivats làctics variarà segons quin sigui el producte o derivat, però sempre haurà de complir totes les normatives sanitàries i d’etiquetatge vigents.

**Producció:** Cada establiment productor i/o elaborador garantirà una producció a la seva explotació o establiment.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor i/o elaborador com a mínim un cop a l’any.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques i certificacions.

Permetent la compra de llet fora de la comarca podem tenir formatges fets al Ripollès exactament igual que formatges que s’hagin elaborat en qualsevol altre territori (no es parla de bones pràctiques). Es pressuposa com a element qualitatiu la procedència del producte.

### **Coca del Ripollès**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès”, aquella coca elaborada seguint el present reglament i la normativa vigent.

Es tracta d’una coca de forma arrodonida d’uns 20 cm de diàmetre i d’un gruix d’entre 4 i 7 cm. És de fet un pa de pessic en forma de coca circular. Una de les seves característiques diferencials és el lleuger gust a espècies.

**Àmbit d’elaboració:** La comarca del Ripollès.

**Composició:** Els ingredients per a la seva elaboració són: farina, sucre, oli de sansa, ous frescos, aigua, ametlla palet, llet condensada, matafaluga, sal, canyella, gasificants i antiaglomerants.

**Elaboració:** Es posen tots els ingredients excepte l’oli en un recipient i es baten amb pala durant 3 minuts. A continuació s’hi afegeix l’oli i es baten 3 minuts més. Llavors es posa la massa en els motlles i s’hi afegeix el sucre i els palets d’ametlla pel damunt. Després es posen al forn de plaques a 200 °C durant uns 40 minuts.

**Producció:** Cada establiment elaborador garantirà una producció en el seu establiment.

**Comercialització:** Les coques es comercialitzaran envasades amb la mateixa caixa comú dissenyada per a tots els establiments i aprovada per la Comissió de Seguiment.

Cada establiment posarà les etiquetes amb les seves dades a la part superior de la caixa.

Les coques es podran vendre a altres establiments alimentaris per a revendre sempre que es compleixi la legislació vigent i ho aprovi la Comissió de Seguiment.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte haurà de seguir els següents passos: les visites a cada establiment elaborador seran anuals a partir del mes que s’incorporin en el reglament d’ús.

La verificació consistirà en: verificació del compliment de la marca de garantia “Producte del Ripollès” i d’aquest reglament tècnic i comprovació de l’etiquetatge i de la forma i composició del producte.

### **Mel i derivats (excepte gelees)**

**Definició:** Gaudirà de la marca de garantia “Producte del Ripollès” aquella mel i els seus derivats, excepte les gelees, que estiguin produïts en explotacions apícoles localitzades al Ripollès i que els seus ruscs estiguin ubicats solament dins la mateixa comarca.

**Àmbit d’elaboració:** La mel i els seus derivats hauran d'estar produïts i envasats dins la comarca del Ripollès.

**Composició:** La composició de la mel i dels seus derivats variarà segons quin sigui el producte o derivats, però sempre haurà de complir totes les normatives sanitàries i d’etiquetatge vigents.

**Producció:** Cada establiment productor i/o elaborador garantirà una producció a la seva explotació o establiment.

**Verificació:** L’empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada establiment productor com a mínim un cop a l'any.

**Etiquetatge:** L’etiquetatge de la marca de garantia “Producte del Ripollès” serà totalment compatible amb altres marques i certificacions.

### **Patates o trumfes**

**Definició:** Trumfa és el nom amb què es coneixen les patates a la zona. Es tracta de patates de consum de la varietat Kennebec.

**Àmbit de producció:** Totes les terres agrícoles localitzades a la comarca sempre que es compleixi la legislació vigent.

**Verificació:** L'empresa que realitzi els controls del producte farà inspeccions a cada empresa productora com a mínim un cop a l'any.

**Etiquetatge:** L'etiquetatge de la marca de garantia "Producte del Ripollès" serà totalment compatible amb altres marques i certificacions. L'empresa que realitzi el control de l'etiquetatge farà inspeccions a cada empresa etiquetadora com a mínim un cop a l'any.

Aquesta patata es ven sota el nom de Trumfa de la Vall de Camprodon. A la Vall de Camprodon s'ha fet una sembra seleccionada amb llavor certificada, es procura el cultiu a partir de la rotació de terres per minimitzar la possibilitat de plagues i reduir la necessitat d'aplicar productes fitosanitaris, i s'ensaca amb garanties de traçabilitat.

La trumfa es comercialitza a través de la Cooperativa de Productes i Serveis de la Vall, la Cooperativa Ramadera de Molló i directament des del productor.

Totes aquestes marques porten associades al darrera associacions de productors o elaboradors, que són els que hi estan adherits.

<b>Marca</b>	<b>Associació</b>
<b><i>Vedella de ramaders del Ripollès</i></b>	Associació de ramaders del Ripollès
<b><i>Vedella blanca de muntanya de ramaders del Ripollès</i></b>	Associació de ramaders del Ripollès
<b><i>Xai del Ripollès</i></b>	Associació de pastors del Ripollès
<b><i>Cabrit del Ripollès</i></b>	Associació de pastors del Ripollès
<b><i>Poltre de muntanya del Ripollès</i></b>	Associació de Criadors d'eugues de muntanya del Ripollès (Cooperativa de productes i serveis de la Vall de Camprodon)
<b><i>Llangonisseta del Ripollès</i></b>	Associació de carnissers i xarcuters del Ripollès
<b><i>Llet i derivats làctics</i></b>	Associació de petits elaboradors agroalimentaris del Ripollès
<b><i>Trumfa, patata de la Vall de Camprodon</i></b>	Cooperativa ramadera de Molló (Cooperativa de productes i serveis de la Vall de Camprodon)
<b><i>Mel, mermelades i licors</i></b>	Associació de petits elaboradors agroalimentaris del Ripollès
<b><i>Coca del Ripollès</i></b>	Associació de petits elaboradors agroalimentaris del Ripollès
<b><i>Total marques: 10</i></b>	<b><i>Total associacions: 6</i></b>

### 3.3. Posicionament

#### 3.3.1. Elaboradors

Petits elaboradors: es consideren petits elaboradors els forners, els formatgers i els elaboradors de mermelades. Aquest col·lectiu creu que el producte que ofereix és bo i que la marca Ripollès els ajuda a vendre. Si anem a casos concrets, els forners valoren molt positivament l'èxit que té la Coca del Ripollès. Es tracta d'un producte nou creat expressament per ser identificat com a producte típic del Ripollès. Té textura de pa de pessic i forma circular, i es comercialitza envasada en una caixa, que és igual en tots els establiments adherits a la marca. Segons els seus propis elaboradors es tracta d'un bon producte, amb una llarga durabilitat i un sabor que agrada, característiques que han aconseguit fidelitzar als clients, en la seva majoria els propis habitants del Ripollès, però també turistes i excursionistes.

Aquestes coques només es comercialitzen als forns del Ripollès adherits a l'Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès, i ocasionalment en alguna fira, i els mateixos integrants creuen que s'haurien d'ampliar els canals de comercialització. A més, destaquen que és una pena que no hi hagi cap punt de venda a Ripoll. En aquest sentit es posa de manifest que la divisió geogràfica que caracteritza la comarca provoca interessos i "velocitats" diferents als territoris que la integren, i segons els membres de l'associació s'hauria de treballar per llimar aquestes diferències i realitzar accions de manera conjunta.

Pel que fa als formatgers, a més de comercialitzar els seus productes a la comarca, alguns d'ells van a diferents fires, i també valoren molt positivament vendre sota la marca Ripollès.

#### 3.3.2. Productors

Pel que fa a productors ens trobem amb el cas interessant de la Cooperativa de Serveis de la Vall de Camprodon. Aquesta cooperativa és fruit de la unió de tres entitats associatives i una cooperativa agrària:

- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya
- Associació Cultural i Gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon
- ADF Vall de Camprodon

En aquest apartat ens centrarem exclusivament en les dues associacions de productors.

❖ Cooperativa Ramadera de Molló

Dins la cooperativa, formada per uns 25 membres, hi ha l'Agrupació de Productors de Trumfa de la Vall de Camprodon (7 membres). Aquesta trumfa és un tubercle molt arrelat a la vall que a mitjans del segle XX va patir una forta davallada en el seu cultiu, i no va ser fins a la dècada dels 90 que es va reimpulsar. La majoria de trumfes conreades a la Vall de Camprodon pertanyen a la varietat kennebec, que es veu afavorida per l'altitud i les baixes temperatures de la zona. Es comercialitza sota la marca *Trumfa, patata de la Vall de Camprodon*.

Tot i que es tracta d'una trumfa homogènia i de qualitat conreada a partir d'un reglament de producció i supervisat per una entitat certificadora oficial, els propis integrants de la cooperativa consideren que, en general, la patata és un producte desvirtuat. Els costa que el consumidor (ja sigui client final o restaurador) sigui receptiu a les patates de la vall i en valori el tret diferencial. Les patates podrien ser ecològiques però no totes estan certificades (dels 7 productors, un està en agricultura ecològica, tres en període de conversió i tres en convencional).

S'ha intentat accedir als canals de comercialització de les cooperatives de consumidors, però el fet d'estar constituïts com a cooperativa els ho ha impedit, ja que les cooperatives de consum volen tractar directament amb el pagès.

Però la principal problemàtica a l'hora de posar en valor el producte, és la producció que fan altres pagesos de la vall, que comercialitzen sense tenir cap mena de certificació.

A tot això cal afegir-hi disputes internes entre els propis pagesos, que tot i pactar un preu de venda/kg comú, s'han trobat amb que algun dels seus propis socis ha venut per sota del preu establert, produint que els productors que venien al preu pactat s'hagin quedat amb excedent de patates.

Amb l'objectiu de valoritzar aquesta marca, se celebra anualment la Fira de la Trumfa de Molló, A més de punt de venda de patates, el mercat és també un certamen on es donen a conèixer les virtuts del producte, s'hi poden tastar plats cuinats amb la patata com a ingredient principal i participar en activitats com xerrades o demostracions.

També el mes de novembre dels anys 2010 i 2011 s'ha celebrat a Vilallonga de Ter el Mercat de la Trumfa de la Vall de Camprodon.



Per la seva banda, l'Associació Cultural i Gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon, organitza també una de les seves campanyes entorn a la trumfa de la vall.

❖ Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya

Aquesta associació va néixer el 2006 amb l'objectiu de conservar, millorar i fomentar les races equines i ha aconseguit consolidar la marca Poltre de Muntanya del Ripollès, marca que segueix un estricte reglament de producció que en garanteix la qualitat. Segons els mateixos criadors, el poltre és un producte relativament fàcil de vendre perquè és un producte molt especialitzat, que es troba en un segment qualitatiu alt des del punt de vista gastronòmic, que es considera saludable i que pràcticament no té competència, el mercat no està saturat d'aquesta oferta. En aquest cas **el valor d'aquesta marca no radica tant en el factor geogràfic com en el factor qualitatiu.**

De tota manera no hem d'oblidar que existeixen encara certes reticències al consum d'aquesta carn, molt poc estès.

El Poltre de Muntanya del Ripollès es comercialitza a través de la Cooperativa de Productes i Serveis i de Cal Carnisser (Llanars), que ven directament i distribueix a restaurants i carnisseries del Ripollès, Garrotxa i Osona.

L'Associació Cultural i Gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon té en aquesta carn (i marca) el seu màxim exponent gastronòmic, i en fa promoció i difusió de les seves propietats en els seus restaurants i en tots els actes en els que participa.

### 3.3.3. Pastors i ramaders

A grans trets podem dir que els pastors i ramaders de la comarca estan d'acord en que un dels problemes que té el sector agroalimentari del Ripollès és que no saben comercialitzar els seus productes, i mentre que altres territoris saben vendre molt bé els seus productes encara que la qualitat no sigui la millor, al Ripollès això no se sap fer. Aquest col·lectiu no en destaca la qualitat –no consideren que la carn ripollesa sigui molt més bona que la resta- sinó la proximitat i la necessitat de la pervivència del sector primari.

També destaquen que les carnisseries venen com a carn del Ripollès producte que no és del Ripollès (engany al consumidor).

### 3.3.4. Venedors

En aquest apartat quan parlem de venedors ens referim bàsicament a carnisers (per tant són també elaboradors). En aquesta ocasió distingirem entre l'opinió dels venedors de la Vall de Camprodon i l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès, formada per carnisseries del Baix Ripollès.

#### ❖ Carnissers i elaboradors d'embotit de la Vall de Camprodon

Tots ells coincideixen a dir que tenen embotits molt bons, però majoritàriament elaborats amb porc de fora, donat que al Ripollès n'hi ha molt poc (recordem que per estar sota la marca *Productes del Ripollès* no és necessari que el porc sigui nascut a la comarca, n'hi ha prou amb que hi hagi estat engreixat).

Pel que fa al poltre, tot i que no es ven en la mateixa quantitat que la resta de carns, amb el pas dels anys ha anat augmentant la demanda, encara que es venen parts molt concretes (bistec, xurrasco i hamburgueses). **Es valora molt positivament la tasca que està duent a terme la Cooperativa de Serveis de la Vall de Camprodon**, que agilitza el procés de compra al tractar amb un interlocutor vàlid.

Han notat una disminució de les vendes en aquests darrers temps, que atribueixen al context de crisi que vivim, que fa que la gent no gastí tant a l'hora de comprar i mengi menys carn, i a la disminució de l'afluència de turistes. També els pocs restaurants que hi compraven han deixat de fer-ho.

Cal destacar que **alguns dels carnisers amb qui s'ha parlat han manifestat desconèixer l'existència de la marca *Productes del Ripollès*** (d'altres ja ho coneixien i fins i tot algun treballa amb productes emparats per la marca). També han demanat poder disposar de la llista de pastors i ramaders que tenen la marca per tal d'estudiar la possibilitat d'establir-hi contactes comercials, ja que mai cap d'aquests pastors i ramaders s'han dirigit al seu establiment per vendre-hi els seus animals. Tot i l'interès que mostren respecte a la possibilitat de negociar directament amb els ramaders també manifesten que els resulta molt pràctic comprar a l'intermediari ja que s'asseguren tenir sempre aquell producte i les parts o peces que volen.

Una de les principals problemàtiques amb les que es troba aquest sector a la Vall de Camprodon és que, si bé disposen d'un escorxadador (on tots hi sacrifiquen), no compten amb sala de desfer. Això vol dir que cada elaborador es fa el seu propi especejament, però la normativa impedeix que puguin fer-ho per fora del seu establiment.

Des del seu punt de vista el consumidor valora que el producte que venen sigui del Ripollès, ja sigui carn o làctics.

❖ **Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès**

Aquesta associació, tot i ser d'abast comarcal, l'integren carnisseries de Ripoll i una de Sant Joan de les Abadesses. Tots ells tenen com a producte estrella la Llangonisseta del Ripollès, que asseguren que agrada molt i es ven molt bé.

Una queixa generalitzada és la competència que suposen les grans superfícies comercials, amb una oferta de productes a preus molt més econòmics que els de les seves carnisseries. Alguns d'aquests supermercats obren també els diumenges i festius, mentre que el petit comerç no ho fa.

**El punt fort de les carnisseries i que representa el seu factor diferencial respecte als supermercats són, segons els propis venedors, els productes que s'elaboren ells mateixos.** Tot i ser-ne conscients, manifesten que no saben aprofitar aquest factor diferencial per treure'n el màxim rendiment i augmentar les vendes. Cal dir, però, que com a associació van a moltes fires i fan moltes activitats.

En relació als seus clients, perceben un augment de la mitjana d'edat, ja que els joves prefereixen comprar als supermercats, on ja està tot envasat i la compra és més ràpida. A més, aquest segment de públic compra peces molt determinades donat que desconeixen com cuinar moltes de les parts dels animals.

Molt pocs restaurants els hi compren producte, encara que a moltes cartes hi posin que la carn és del Ripollès.

A més dels carnisers de la Vall i els de l'Associació, l'equip redactor d'aquest estudi també s'ha entrevistat amb un carnisser del Baix Ripollès que no està a l'Associació. Segons manifesta, el client prefereix el producte sense etiquetar, sinó sembla que sigui un producte

industrial. Els clients de fora del Ripollès demanen quina és la procedència de la carn i en general valoren que sigui del Ripollès, mentre que el client autòcton no ho demana mai. El carnisser entrevistat, però, **posa per davant de tot que la carn sigui de qualitat, més que el fet de que la carn sigui del Ripollès**. En aquest sentit, no té porc engreixat a la comarca perquè diu que no és dels més bons. Igualment amb els xais, diu que els ripollesos són massa grossos i durs.

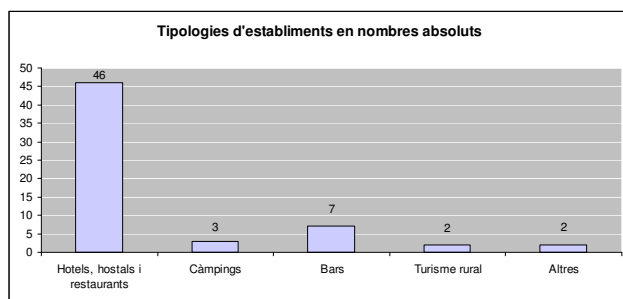
També diferencia el seu perfil de client segons l'edat: mentre que la gent gran prefereix comprar al taulell, els joves agafen les safates de carn que prèviament ja han preparat i tenen envasada al buit i en safates en un congelador.

### 3.3.5. Restaurants

El Ripollès compta amb tres associacions o agrupacions d'establiments de restauració, dues de les quals coincideixen amb les valls, dos grans espais geogràfics de la comarca.

#### ❖ Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès

Entitat sense ànim de lucre que representa el sector de l'hostaleria de tot el Ripollès. La seva activitat es basa en la formació, l'organització i participació en activitats que fomentin el turisme, el suport administratiu als agremiats i la representació de la comarca a l'exterior. Està formada per tot tipus d'empreses: hotels, hostals i restaurants, càmpings, bars, establiments de turisme rural i altres. La següent gràfica mostra la distribució d'aquestes empreses per tipologies:



Font: elaboració pròpia a partir de dades de la pàgina web [www.ahripolles.com](http://www.ahripolles.com)

❖ Associació cultural i gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon

Col·lectiu de restauradors de la Vall de Camprodon creat el 2005 amb els objectius de promocionar la restauració i preservar la gastronomia, els productes i les tradicions locals, i ho fan a través de les seves cartes i les temporades gastronòmiques. Està format per 13 establiments.

❖ Els Fogons de la Vall de Ribes

Col·lectiu de restaurants nascut amb l'objectiu de divulgar els fonaments de la cuina tradicional pirinenca, investigar-ne els orígens i recopilar antigues receptes i velles tècniques d'elaboració. Formen part d'aquest col·lectiu 7 restaurants.

**Cada una d'aquestes associacions o col·lectius organitza les seves pròpies promocions i campanyes gastronòmiques. Això genera una duplictat d'esforços i despesa, a més de que pot crear un gruix d'activitats duplicades i/o paral·leles.** És per això que des del Consorci Ripollès Desenvolupament es propugna una organització més sostenible de les activitats que tinguin lloc al territori, a partir de propostes d'accions que englobin tota la comarca. Això significa que els restaurants de la comarca organitzin activitats i campanyes de manera conjunta.

Tot i que és de sentit comú que unificar esforços en aquest sentit és el més viable per optimitzar despesa, cal tenir en compte que les tres associacions o entitats de restaurants existents tenen ben poca cosa en comú entre elles, ja que han nascut amb objectius totalment diferents.

A grans trets i de manera resumida podem dir que l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès és una entitat nascuda amb l'objectiu d'ajudar els agremiats en temes administratius i per oferir cursos de formació, mentre que els col·lectius de cuina persegueixen destacar la qualitat de la restauració dels territoris àmbit d'influència i recuperar productes i receptes. Així mateix, mentre que l'únic requisit per accedir a l'Associació d'Hostaleria és estar ubicat al Ripollès, la pertinença a un dels dos col·lectius de cuina pressuposa uns mínims qualitatius, i no tots els establiments hi tenen cabuda.

Cal dir també que cada associació o col·lectiu es correspon amb una marca turística: la Vall de Ribes, la Vall de Camprodon i el Baix Ripollès. Mentre que el Baix Ripollès històricament ha viscut de la indústria com a principal font de recursos, les dues valls són marques turístiques reconegudes (el paisatge, el patrimoni i els esports de muntanya van convertir ja fa anys aquestes zones en objectiu de molts turistes i excursionistes).

Per tant, la intenció de voler crear consciència d'una marca col·lectiva pot no ser ben rebuda per part dels dos territoris reconeguts històricament des del punt de vista turístic i amb marques turístiques més ben posicionades al mercat que la marca *Ripollès*. A l'hora d'organitzar accions conjuntes serà important tenir en compte tots aquests aspectes.

De tota manera, més que organitzar accions conjuntes s'ha de vetllar per crear un calendari d'esdeveniments i campanyes que englobin les dels tres col·lectius o associacions, evitant que se solapin o que promocionin els mateixos productes, de manera que es pugui crear un element de comunicació amb el calendari de campanyes del Ripollès.

En general, **els restauradors manifesten que pràcticament no coneixen les marques de qualitat que s'han impulsat des d'el Consorci Ripollès Desenvolupament**, i per tant no les ofereixen a les seves cartes. Les marques de les que en tenen algun tipus de coneixement són la "Llangonisseta del Ripollès" i el "Poltre de Muntanya del Ripollès", tot i que tampoc d'aquestes en fan bandera als seus restaurants, encara que en consumeixin. De tota manera, segons les seves observacions, tampoc el consumidor coneix aquestes marques, per tant no les demana.

Coincideixen a dir que identificar els productes de qualitat del Ripollès és una molt bona iniciativa, i que s'ha de treballar per comunicar l'existència d'aquestes marques, tant entre els sectors que n'hauran de fer difusió (restaurants i comerços) com entre el propi consumidor, que és qui n'ha d'"exigir" la presència als establiments ripollesos.

De tota manera cal salvar un escull important: el sistema de comercialització. Per la celebració d'algunes campanyes organitzades des de l'Aula d'Hostaleria ja es va intentar arribar a un consens entre productors i restauradors pel tema dels preus i de la periodicitat del servei. Aquest representa un gran problema perquè ni es posen d'acord amb els preus ni els productors es poden comprometre a oferir un servei regular. A més, segons els restauradors, els productors no es posen d'acord per unificar els preus i es fan la competència entre ells mateixos, quan seria més fàcil unir esforços en una sola direcció. Segons sembla, "els productors no entenen la mecànica de l'hostaleria".

Aquestes campanyes es van arribar a organitzar, però els restauradors van aconseguir el producte concret durant el mes de durada de la campanya i després van deixar de tenir-lo. Per tant, podem dir que l'objectiu d'aquestes accions no s'acomplia...

Totes les campanyes que s'han fet fins ara s'han organitzat des de l'administració, i les empreses implicades no se les han fet mai seves. Un altre factor que també pot influir en la poca implicació del sector privat és que no es pot comptabilitzar el retorn que pugui tenir una acció d'aquestes característiques.

### 3.3.6. Escoles

Al Ripollès hi ha algunes escoles que compren producte de la comarca. Entre aquestes escoles n'hi ha que compren producte "al Ripollès" i d'altres que compren producte "d'el Ripollès". És a dir, algunes d'aquestes escoles vetllen perquè el producte que compren sigui criat o elaborat a la comarca, mentre que d'altres no en valoren tant la procedència com el punt de venda. Totes elles hi compren principalment la carn, normalment vedella i porc

Les escoles que més producte compren d'el Ripollès són l'Escola Joan Maragall i l'Escola Vedruna (Nostra Sra. del Carme), ambdues a Ripoll i amb el servei de càtering gestionat per l'empresa Hospesa. Entre d'altres productes compren llangonisseta (Ca la Magda), carn de poltre (Cooperativa de serveis), vedella ecològica (Pirinat) i iogurts (Mas Lladré).

Per altra banda, l'escola de Camprodon, el CEIP Doctor Robert, va apostar el 2011 per col·laborar en el projecte *Ens mengem la Vall* que lidera l'Associació cultural i gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon, guanyador de la beca *Educar menjant* de la Fundació Jaume Casademont. Aquest projecte pretén:

- identificar els productes propis de la vall
- difondre els productes del territori i l'activitat tradicional relacionada
- visitar els productors de la vall
- implicar els pares i mares en la necessitat de preservar i consumir aquests productes
- vincular les entitats del territori amb la comunitat educativa

Tot això a partir de l'organització de diferents activitats que es realitzen en horari escolar, en horari extraescolar i en el temps de les famílies.

Una d'aquestes activitats és la que es realitza al menjador de l'escola (tenen cuina pròpia), en el moment del dinar. Es traca de la transmissió de coneixements sobre el producte proper i els bons hàbits alimentaris per part dels monitors i responsables de cuina. De tota manera, segons

fontes consultades a la pròpia escola, els únics productes ripollesos que es consumeixen a l'escola són el poltre i la vedella, que es compren a una carnisseria de Camprodon.

Altres escoles que compren al Ripollès són l'Escola dels Salesians, a Ripoll, i el CEIP Pirineu, a Campdevàrol.

### 3.3.7. Consumidors

El consumidor del Ripollès pràcticament no coneix la marca de garantia Producte del Ripollès, ni tampoc les seves submarques, en canvi valora molt que el producte sigui de la comarca, especialment quan parlem de la carn.

Hi ha, però diferències entre el consumidor local i el consumidor que no viu al Ripollès (excursionista o turista). Mentre que el local pràcticament no demana quin és l'origen del producte perquè pressuposa que és del Ripollès, els forasters sí que demanen la procedència del producte i habitualment el consumidor és enganyat. Molts comerços anuncien la venda de productes del Ripollès quan en realitat el producte no és de la comarca, igual que alguns restaurants, que posen a les seves cartes que determinats productes són del Ripollès quan en realitat no ho són.

**Per tant podem dir que el consumidor no valora les marques de garantia (no les coneix) però en canvi aprecia que el producte sigui del Ripollès.**



## 4. DIAGNOSI

### Debilitats

- El consumidor final desconeix o coneix molt poc la marca de qualitat *Productes del Ripollès* i les submarques associades.
- També els agents implicats en la difusió d'aquestes marques en tenen poc coneixement (comerços i restaurants).
- En general, s'observa poca confiança en la qualitat i els valors afegits del producte del Ripollès, requisit bàsic per poder-lo promocionar i comercialitzar satisfactòriament.
- Es detecten poques produccions que representin lideratge en els segments dels productes d'excel·lència.
- La falta de lideratge dificulta la cohesió entre els productors pertanyents a la marca Productes del Ripollès i augmenta l'atomització que genera la pròpia orografia del territori.
- En general falta comunicació entre sectors: ramaders, pagesos, carnisers, restaurants, etc.
- El sector té força clar que la comercialització és un dels esculls que han de superar si volen popularitzar i donar valor als seus productes i a la marca *Productes del Ripollès*.
- Es constata que el consumidor sistemàticament és enganyat fent-li creure que el que està comprant o menjant és producte del Ripollès: l'enganyen a les botigues, als restaurants, etc.
- Els elements de comunicació d'aquestes marques transmeten una imatge molt estàtica del Ripollès i els seus productes.

### Producte

- Hi ha pocs porcs a la comarca, per tant la major part dels embotits de les carnisseries són elaborats amb carn de fora. A més, els propis carnisseros no li atribueixen qualitats que destaquin per sobre dels porcs engreixats en una altra comarca.
- El consumidor no aprecia cap factor qualitatiu a la Trumfa de la Vall de Camprodon que la pugui diferenciar de la resta (encara que el tingui). Se'n valora més el factor geogràfic que el qualitatiu.
- Com en el cas dels porcs, a la comarca hi ha molt poc engreix de vedells.

#### Sector

- S'observen enveges i desconfiances entre alguns productors.
- Alguns productors no han respectat les normes establertes per part de l'associació o la cooperativa a l'hora de comercialitzar.
- En general el sector està poc cohesionat, i fins i tot entre els mateixos membres d'una mateixa associació pot haver-hi conflictes.
- S'han fet moltes jornades i mostres gastronòmiques que no han obtingut resultats positius però que poden haver desanimat a aquelles persones que hi han participat a implicar-se de nou en noves propostes.
- Molt pocs restaurants tenen producte del Ripollès a les seves cartes, i alguns dels que sí que en tenen, no en fan un argument de venda.
- S'observa una necessitat per part dels comerços d'introduir nous sistemes de venda per atraure al perfil de client jove que compra al supermercat.
- Hi ha productes de qualitat elaborats a la comarca que estan fora de la marca (o bé perquè no volen ser-hi o bé perquè el seu producte no té un reglament específic).

#### Territori

- L'orografia de la comarca, que "divideix" el Ripollès en tres territoris clarament diferenciats, dificulta la unitat necessària per treballar tots els agents implicats de manera conjunta, en la mateixa direcció i amb els mateixos objectius. En l'actualitat els

tres territoris treballen de manera independent, en alguns casos en els mateixos àmbits.

- Aquesta fragmentació territorial es trasllada al treball del Consorci, que ha creat múltiples associacions, base per la creació de la marca territorial Ripollès i totes les submarques associades.

### Fortaleses

- La tasca de recerca, identificació i coneixement de productors duta a terme pel Consorci Ripollès Desenvolupament permet un coneixement del sector primari que facilita el plantejament d'estratègies a seguir per comunicar la marca *Productes del Ripollès*.
- La marca Ripollès evoca valors en alça: natura, paisatge, país, cuina,...
- A la comarca hi ha una forta tradició de gastronomia autòctona amb productes locals i de proximitat.
- El Ripollès compta amb un important grau de reconeixement de la qualitat dels seus productes.
- L'atractiu paisatgístic de la comarca es relaciona directament amb la qualitat dels productes agroalimentaris que s'hi elaboren.
- La comarca ha fet un bon procés de transició i de convivència entre l'economia tradicional (agricultura, ramaderia i indústria) i el turisme, adaptant-se als nous models econòmics.
- L'oferta turística del Ripollès es caracteritza per la seva diversitat i complementarietat. Mentre que altres destinacions són monoprodacte, el Ripollès té un gran nombre d'atractius turístics: oferta paisatgística, cultural i gastronòmica.
- El consumidor, tant el local com el turista, valora molt que el producte que compra o consumeix sigui de la comarca.

### Producte

- Segons els propis forners, la Coca del Ripollès ha estat molt ben acceptada i es ven molt bé.
- Cuines de la Vall de Camprodon gaudeix de reconeixement i té en el poltre el seu màxim exponent gastronòmic. Aquest és un producte que s'ha consolidat en el segment de gamma alta. El seu valor radica en el factor qualitatiu més que en el geogràfic.

### Sector

- Tots els agents relacionats amb els productes agroalimentaris del Ripollès (elaboradors, productors, pagesos, ramaders, restauradors, etc.) creuen que la marca "Ripollès" els ajuda a vendre.
- A títol individual o com a associació, hi ha productors i elaboradors que participen en diferents fires.
- En general, la valoració que es fa de les associacions és molt positiva des del punt de vista dels seus associats, i en alguns casos, com en el de la Cooperativa de Serveis, també per part dels clients.
- Algunes escoles de la comarca consumeixen producte de qualitat del Ripollès.

## 5. PROPOSTA D'ACCIONS: VISIÓ ESTRATÈGICA DE FUTUR

En aquest apartat del document es presenten les estratègies i accions que *Pep Palau, von Arend & Associats* preveu per assolir els objectius plantejats.

En aquest sentit les **bases del desenvolupament del projecte** que pretén posar en valor la marca de qualitat “Productes del Ripollès” i les seves submarques, són:

1. La **diferenciació**: l'element d'identitat local
2. La **cooperació** entre els diferents sectors
3. La **professionalitat**
4. La **satisfacció**

A més, aquest projecte es basarà en les principals fortalezes detectades al Ripollès.

- La marca Ripollès evoca valors en alça: natura, paisatge, país, cuina,...
- A la comarca hi ha una forta tradició de gastronomia autòctona amb productes locals i de proximitat.
- El Ripollès compta amb un important grau de reconeixement de la qualitat dels seus productes.
- L'atractiu paisatgístic de la comarca es relaciona directament amb la qualitat dels productes agroalimentaris que s'hi elaboren.
- El consumidor, tant el local com el turista, valora molt que el producte que compra o consumeix sigui de la comarca.

**L'Estudi i execució d'accions per a una millor comercialització i difusió dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès planteja les següents propostes:**

- ✓ **Propostes de promoció realitzada a la comarca**
  - Mercat de muntanya
  - Jornada Productes del Ripollès
  - Invitació líders d'opinió
  - Mercat de vespre
  - Web *Productes del Ripollès*
  
- ✓ **Propostes de promoció realitzada fora de la comarca**
  - Mercat de mercats. Barcelona, octubre 2012
  - Fira Orígens. Olot, novembre 2012
  - Fòrum Gastronòmic. Girona, febrer 2013
  - Mercats municipals
  
- ✓ **Propostes de benchmarking**
  - Asociación de Alimentos de Navarra
  - Vallespir/ Conflent/ Cerdanya: *Bienvenue à la ferme*
  
- ✓ **Propostes per una millor comercialització**
  - Creació de productes turístics entorn als artesans agroalimentaris
  - Curs: comercialització on-line
  - Curs: eines i estratègies de màrqueting
  
- ✓ **Propostes de sensibilització sobre l'alimentació als menjadors escolars**
  - Xerrada informativa + Sopar d'escola

## 5.1. Propostes de promoció realitzada a la comarca

---

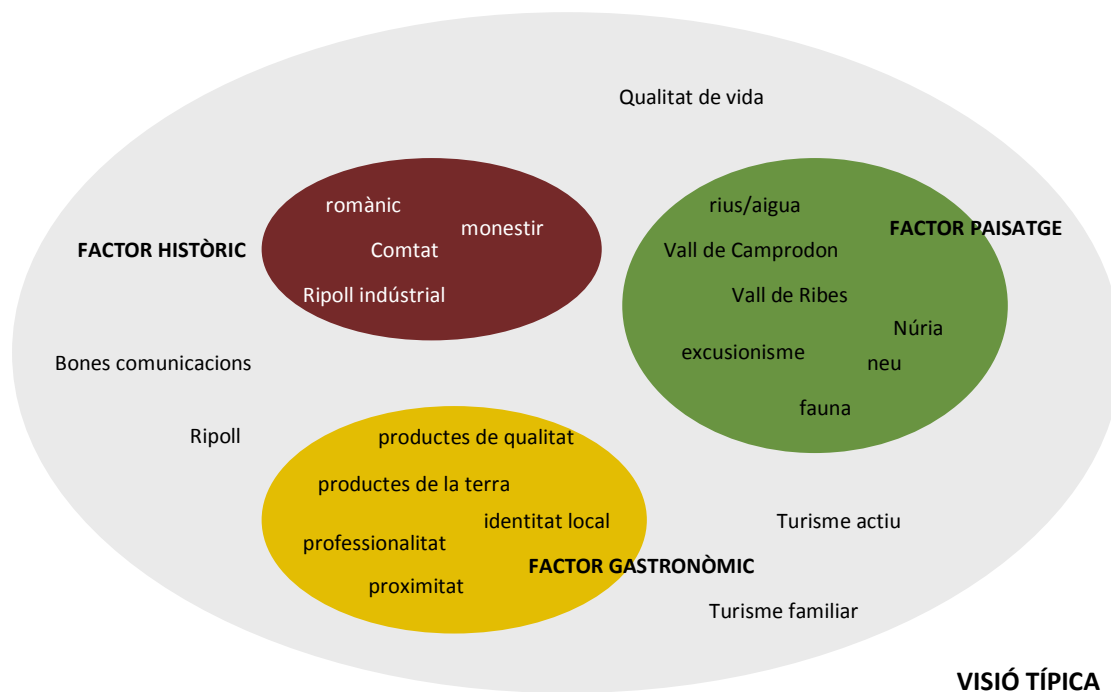
### **Mercat de muntanya**

Per elaborar l'estratègia de posicionament de la comarca com a territori destacat en producte agroalimentari, en primer lloc hem de partir del posicionament del Ripollès en l'imaginari col·lectiu de la població.

Molt probablement, tot i que no s'ha fet un estudi de la imatge de marca de la comarca, el Ripollès és vist com un indret ideal per fer-hi excursions, amb un paisatge idíl·lic, un ric patrimoni, bons productes agroalimentaris, festes i tradicions que s'han anat mantenint i amabilitat per part dels seus habitants. En l'imaginari català, a més, el Ripollès és vist com un dels territoris on es va gestar l'actual Catalunya, amb el Comtat de Ripoll com a gran protagonista i el Monestir de Ripoll com a "bressol de Catalunya".

Per altra banda, el Santuari de la Mare de Déu de Núria és un referent simbòlic i patriòtic. Des de sempre hi ha hagut una estreta relació entre catalanisme i excursionisme, relació que ha creat un imaginari col·lectiu a partir del qual s'ha creat un ideal de país i de pàtria. Al Ripollès, Núria i la seva verge han contribuït a fomentar els aspectes més tòpics de la muntanya vista amb ulls urbans.

Imatge i posicionament de la comarca, dels productes agroalimentaris i de la gastronomia:



La bona imatge que en general hom té del factor gastronòmic, passa no només per fer promoció dels productes agroalimentaris, sinó també per fer viure les **experiències** i **sensacions** que produeixen aquests productes i la resta d'atractius del Ripollès en el nostre cos i la nostra ànima.

Cada cop més la societat promou el benestar i la salut com a principal objectiu de gaudi en el temps d'oci. En aquest sentit, la població actual busca vivències que li aportin noves experiències. Experiències personalitzades, úniques, integradores, segures, etc. És per això que des de **Pep Palau, von Arend & Associats** proposem una jornada experiencial que enalteixi els trets més característics i coneguts del Ripollès, on hom pugui viure una experiència diferent, a cavall entre temps de treball i temps d'oci.

La jornada presentarà dos objectius:



- Presentar públicament i a tot el segment de mercat objectiu, la marca de qualitat agroalimentària *Productes del Ripollès*.
- Crear elements que ajudin a cohesionar els actors locals, a partir de la generació d'autoestima i reconeixement del que fa un mateix.

Per fer-ho **s'organitzarà una festa o trobada a l'aire lliure**, en un espai idíl·lic del Ripollès. Aquesta festa comptarà amb un àpat elaborat amb productes del Ripollès.

### **PÚBLIC OBJECTIU**

**Productors:** els del Ripollès seran els protagonistes/amfitrions juntament amb els seus productes, tots s'hi han de sentir representats i reconeguts.

Criteris de selecció:

- Que estiguin emparats per la marca *Productes del Ripollès*
- Autenticitat: 100% Ripollès.
- Que hi hagi el propi productor i que vingui amb producte, ja que haurà de poder oferir tast. No aniran a vendre el seu producte, sinó a donar-lo a conèixer. Es podran convocar també en grau de convidats a productors d'altres comarques veïnes i del sud de França, p.e. productors de Rosée des Pyrénées (no s'han de veure com a competidors sinó com a cooperadors o col·laboradors).

**Cuiners:** els del Ripollès seran els amfitrions i els qui cuinaran els productes i els oferiran a tots els assistents, però a més es convidaran als restauradors de comarques veïnes (Cerdanya, Berguedà, Osona, Garrotxa), a una selecció de restaurants d'altres comarques catalanes (de Barcelona, pertanyents a col·lectius de cuina, cuiners reconeguts, estrelles Michelin, etc.) i a restauradors seleccionats del sud de França (p.e. representants de Les Toques Blanches, Pirineus Orientals).

**Viticultors i cervesers:** es convidarà a una selecció de cellers seguint criteris de qualitat i de proximitat, que seran els que subministraran el vi per la festa. També es convocarà a algun cerveser artesà geogràficament proper al Ripollès, per tal de poder servir vi i cervesa.

**Prensa:** selecció de premsa generalista o especialitzada, tant local com d'àmbit català. Es farà invitació personalitzada a determinats periodistes.

**Blocaires:** En els darrers anys ha aparegut un nou grup de creadors d'opinió. Es tracta dels escriptors de blocs relacionats amb la gastronomia i el turisme. La seva influència dins el sector és cada vegada més notable.

**Representants institucionals:** es convocarà aquelles persones que representen alguna institució vinculada directa o indirectament a la creació i promoció de la marca *Productes del Ripollès*.

**Tècnics:** els tècnics d'organismes públics de la comarca vinculats a la producció agroalimentària, promoció econòmica i/o turisme. També es pot valorar la possibilitat de convidar a tècnics de les comarques veïnes.

**Altres grups afins:** prescriptors amb objectius coincidents amb els de la marca "Productes del Ripollès" Slow Food, Osona Terra, selecció de botigues gourmet, etc.,

#### **ESPAIS**

- Recepció i control d'accés
- Zona mostradors productors
- Zona mostrador "cuina"
- Zona servei-degustació, bufets de menjar: pa, menjar fred, menjar calent i begudes
- Zona taules (o bancs) i cadires
- Escenari (música i parlaments)

S'ha de preveure poder traslladar tota aquesta activitat a un espai interior en cas de mal temps.

#### **ACTIVITATS- TIMING**

09.00h – 09.30h Muntatge: parades productors, cuina, zona per menjar, ...

09.30h – 10.30h Esmorzar de pagès per tots els productors participants a la festa

10.30h – 12.00h Arribada de tots els convidats. Al llarg de tota aquesta estona hi ha acompanyament musical (música tradicional de muntanya) i servei de begudes o petits esmorzars al mostrador "cuina".

12.00h- 13.00h Benvinguda a tots els assistents. Presentació dels productors. Presentació dels cuiners. Explicació del projecte *Productes del Ripollès*.

13.00 – 15.00h Servei de dinar. Al llarg del dinar s'explica a dalt de l'escenari les característiques de cada una de les submarques incloses a la marca *mare*. Cada una d'elles estarà explicada per un representant de l'associació corresponent.

15.00h – 17.00h Sobretaula

17.00h Acabament acte

## **QUI CUINA?**

Els encarregats de la cuina seran els col·lectius de cuina Els Fogons de la Vall de Ribes, Cuines de la Vall de Camprodon i l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès.

## **PERIODICITAT I LOCALITZACIÓ**

Aquesta jornada se celebrarà anualment, convertint-se així en la jornada anual dels *Productes del Ripollès*. Serà itinerant, celebrant-se en diferents emplaçaments, tots ells amb els principals atributs del Ripollès, convertint així la “postal” en una “experiència real”.

A partir de l'èxit i la consolidació d'aquest esdeveniment es podrà valorar la possibilitat de més endavant obrir aquesta festa al públic final o plantejar-ne una similar dirigida a aquest tipus de públic.

## **MARCA**

Per tal de vendre aquesta acció i comunicar-la com una activitat plantejada en el marc del projecte *Productes del Ripollès*, se li haurà de donar un nom atractiu i que d'ara endavant es pugui identificar sempre amb aquesta acció, ja que previsiblement es repetirà. Com a exemple es proposen tres noms:

- Cuina de muntanya
- Ripollès: cuina de muntanya
- Ripollès: muntanya i cuina

---

## **Jornada *Productes del Ripollès***

### **Matinal de formació**

#### **OBJECTIUS**

L'objectiu d'aquesta matinal de formació és donar a conèixer als agents del territori implicats en la producció agroalimentària, la restauració i la promoció econòmica, les sinergies que es poden donar entre productors i restauradors, i escoltar l'experiència de col·lectius, cooperatives i/o associacions que promocienen el territori a través de la cuina i els productes de petits productors d'àmbit local que es vinculen a la restauració.

#### **PÚBLIC OBJECTIU**

- Productors locals
- Restauradors locals
- Tècnics

#### **TEMES A TRACTAR (temes d'interès comú per productors, restauradors i tècnics)**

- Col·lectius de cuina, vinculació restauradors, producte i territori
- Noves tendències de consum, importància del producte local
- Noves tendències a la cuina, percepció del producte local des de l'hostaleria
- Models d'èxit: p.e. km 0, Slow Food,...

Aquesta matinal de formació clou amb un **dinar**.

### **Tarda: Mercat tancat GUSTUM-Ripollès**

#### **OBJECTIUS**

- Crear una plataforma de cooperació i treball entre productors i restauració professional.
- Oferir una eina de treball adaptada als interessos dels sectors convocats, amb la finalitat de que uns i altres en treguin el màxim rendiment possible.
- Plantejar el binomi agricultura/cuina com una estratègia de futur, beneficiosa per al desenvolupament sostenible del territori i per a la innovació.
- Incentivar el treball en xarxa entre productors i restauradors per unificar esforços en promoció i ampliar el volum de negoci.

## **PÚBLIC OBJECTIU**

### **PRODUCTORS**

Que compleixin algun o alguns dels següents requisits:

- Gaudir de la marca de qualitat *Productes del Ripollès*.

I productes que no estiguin a la marca sempre i quan siguin:

- Productes d'excel·lència
- Productes de qualitat
- Projectes nous i atractius (des del punt de vista del restaurador)
- Productors que tinguin una mínima capacitat de comercialització i de distribució i que tinguin interès en vendre al sector de la restauració
- Productes amb elements que li afegeixen valor (bones pràctiques, labelitzacions,...)
- Productes singulars
- Productes de temporada
- Productes que ajudin a configurar un correcte mix de productes (que els principals productes del territori hi quedin representats)

Es convocarà a un màxim de 15 productors.

### **RESTAURADORS**

Convocatòria a restaurants de les següents comarques:

- Ripollès
- Garrotxa
- Osona
- Berguedà
- Cerdanya

Acurada selecció de restaurants de les següents comarques:

- Bages
- Vallès Oriental
- Vallès Occidental
- Alt Empordà
- Pla de l'Estany
- Gironès
- La Selva

Algun restaurador de Barcelona

Col·lectius de cuina de Catalunya  
Col·lectiu Les Toques Blanches (Rosselló)

### **ESPAIS**

- Control d'accés
- Mercat
- Tast (zona amb taules-bufet i taules i cadires)
- Cuina

### **ACTIVITATS- TIMING**

15.30h Arribada dels productors i adjudicació de taules-mostradors

17.30h Benvinguda als productors i restauradors

17.45h Presentació genèrica dels productes

18.00h Inici del Mercat Tancat

Paral·lelament a les transaccions comercials i en l'Àgora del mercat, alguns productors seleccionats prèviament explicaran com s'elabora un determinat producte, com es consumeix o com es conserva.

19.30h Espai Del mercat al plat. De forma col·lectiva i compartida es tastaran alguns dels productes presents al mercat.

Es prepararan bufets de servei- degustació (pa, menjar fred, menjar calent, begudes) i cadascú se servirà d'allò que vulgui. Després podrà anar a seure per menjar-s'ho. Mentre això passa els productors participants podran anar explicant les característiques dels seu producte.

### **QUI CUINA?**

Els encarregats de la cuina seran els col·lectius de cuina Els Fogons de la Vall de Ribes, Cuines de la Vall de Camprodon i l'Associació d'Hostaleria del Ripollès.

### **LOCALITZACIÓ**

L'espai on es realitzi aquesta actuació ha de satisfer els següents requisits:

- Ha de ser un espai no vinculat a l'administració pública
- Espai adequat per a la celebració de celebracions i banquets (gran, diàfan, equipat amb àudio-vídeo, etc.)

- El responsable de l'espai ha de mostrar plena disposició per col·laborar amb l'organització. Aquesta persona serà molt important ja que serà l'operador que ajudarà a la coordinació del tast.
- L'espai ha de comptar amb bones i completes instal·lacions de cuina.
- Fàcil localització.
- Una possible localització podria ser l'**Hotel Spa&Wellness Grèvol\*\*\*\***, a Llanars.

### **MARCA**

Tal i com plantejàvem a la proposta A, per tal de vendre aquesta acció i comunicar-la com una activitat plantejada en el marc del projecte *Productes del Ripollès*, se li haurà de donar un nom atractiu. Un exemple de noms poden ser:

- Rebot del Ripollès
- Amb gust de Ripollès

---

## Invitació líders d'opinió

Una altra de les accions que contribuirà a difondre i comunicar la qualitat dels Productes del Ripollès és la d'organitzar estades d'un dia a la comarca per a prescriptors i líders d'opinió en matèria gastronòmica a Catalunya. Es tracta d'"excursions" organitzades per portar a la destinació persones que habitualment, un cop tornen als seus llocs d'origen, realitzen articles pels mitjans de comunicació on treballen i parlen de la destinació i els seus atractius.

Al llarg d'un dia, una persona altament coneixedora del territori i dels productors agroalimentaris ripollesos, acompanyarà a un reduït grup de professionals escollits i convidats prèviament, per diferents indrets del territori. Aquestes persones podran visitar algunes explotacions i obradors, conèixer els productors i dinar en un restaurant seleccionat on els prepararan un àpat basat en productes del Ripollès. Aquest itinerari ha d'estar totalment guiat i ha de donar especial importància a la interrelació dels participants amb la gent del lloc i les seves costums.

Tots els productors que es tingui intenció de visitar ho han de saber amb antelació, i també han de saber qui els visitarà (el mateix pel restaurant).

Un cop realitzades aquestes visites s'haurà de fer seguiment de quin és el grau de difusió que han fet cadascun dels convidats. És preferible no convidar més de 2-3 persones el mateix dia, d'aquesta manera el guia pot dedicar-se exclusivament a ells i es poden desplaçar amb un sol cotxe.

A tall d'exemple, a continuació es proposen alguns professionals de la cuina i la comunicació que creiem que es podrien convidar:

### **Josep Sucarrats**

Periodista. És director de la revista CUINA des de 2006. Ha escrit en diverses revistes, ha publicat dues guies de viatges i participa regularment en espais gastronòmics de televisió i ràdio, on té una secció setmanal al programa El Cabaret Elèctric, d'iCat FM.

### **Pere Tàpias**

Cantautor i gastrònom nascut a Vilanova i la Geltrú. Va debutar en el món de la cançó el 1968 i el 1987 va deixar la música durant un llarg període de temps per concentrar-se en altres activitats: la ràdio i la televisió, la seva feina d'advocat, i la cuina (escrivint llibres i



promocionant el xató). Des del 1996 combina ràdio i cuina en el programa de Catalunya Ràdio Tàpias variades.

### **Isma Prados**

Des de molt jove està dedicat al fogons. A TV3 ha presentat amb gran èxit Cuina x solters (2003-2005), La cuina de l'Isma (2005-2008) i Cuina bé amb l'Isma (2008). Des de l'abril del 2011 condueix el programa d'alimentació i gastronomia Hoy cocinas tú (laSexta2). Ha publicat 7 llibres de cuina.

### **Pep Nogué**

Inquiet cuiner sense restaurant. Incansable i gran coneixedor de la cuina i dels productes agroalimentaris d'aquest país, col·labora habitualment en revistes especialitzades i en altres mitjans de comunicació, com Catalunya Ràdio. A més, ha publicat diferents llibres, entre els que destaquen Temps de silenci, Menjar per un Euro, La cuina de les Terres Gironines, La Cuina de l'Arròs de Pals, Tastets, La millor cuina d'estiu, La cuina de Ca l'Eudald, Els avis cuinen i Fruites sí!

Es col·laborador habitual del **Fòrum Gastronòmic** de Girona.

### **MARCA**

Igual que s'ha plantejat en les propostes anteriors, també aquesta acció haurà de tenir un om dintre del projecte Productes del Ripollès. Aquest nom pot ser:

- El Ripollès per dins
- Tasta el Ripollès

---

## **Mercat de vespre**

Igual que es fa amb èxit en algunes regions franceses o en alguna població catalana del litoral, es proposa la celebració de mercats de productes pertanyents a la marca *Productes del Ripollès* en horari de vespre. Aquests mercats tindran lloc durant els mesos de juliol i agost, alternant les poblacions de Ripoll, Ribes de Freser i Camprodon.

Aquest mercat actuarà com a dinamitzador econòmic directe pel municipi organitzador i indirectament per tota la comarca, alhora que és una activitat de promoció i comercialització diferent i atractiva.

### **PERIODICITAT**

Es pot plantejar la possibilitat de celebrar-ho cada dissabte en un municipi diferent, de manera que amb 6 setmanes s'hagi celebrat 2 cops a cada localitat. Si es creu convenient també es pot celebrar tots els dijous en un municipi, els divendres en un altre i els dissabtes al restant.

### **HORARI**

De 19.00h a 22.00h.

### **ACTIVITATS**

A més de la venda de producte es proposa que hi hagi un espai de tast-degustació. Aquesta "parada" es cedirà al col·lectiu o associació dels diferents territoris (p.e a Ribes de Freser el col·lectiu Els Fogons de la Vall de Ribes).

És important que aquesta activitat es vegi complementada amb altres activitats de caire lúdic-cultural que es puguin celebrar al poble aprofitant els vespres d'estiu. P.e. recitals, cançons de muntanya, etc.

### **CONDICIONS DE PARTICIPACIÓ**

S'haurà de crear un Reglament de règim intern d'aquest mercat. Aquest reglament ha de contribuir a evitar que el mercat es devaluï i que la marca *Productes del Ripollès* perdi crèdit. Entre d'altres condicions ha de contemplar el compromís dels productors a assistir a tots els

mercats, no només a aquells on es ven més o que tenen més a prop de casa seva (s'entén que s'estudiaran casos excepcionals). Aquest reglament ha de contemplar, a més, la normativa general dels mercats (els drets i deures dels productors, la documentació que cal presentar juntament amb la fulla d'inscripció, etc.).

---

## **Web Productes del Ripollès**

La marca de qualitat *Productes del Ripollès* disposa d'un web a la xarxa: [www.productesdelripolles.com](http://www.productesdelripolles.com). És un site de presentació –Inici, Marca de garantia, Productes, Empreses, Notícies, Situació, Enllaços i Contacte- que exposa de manera clara quins són els productors de qualitat emparats per la marca. D'alguns n'especifica el reglament, d'altres no.

Per completar la informació que hi apareix i per ser conseqüents amb els objectius que es plantegen des d'un inici, es proposa a més de fer referència als productes i productors de la comarca, incorporar un apartat específic o enllaç dedicat específicament a la gastronomia i a l'aplicació dels *Productes del Ripollès* a la cuina.

Entre d'altres coses podria incloure els següents espais:

- explicació genèrica de productes i gastronomia ripollesa. Història i/o origen de la utilització dels diferents productes
- llista de productors per famílies. Seria bo que cada productor expliqués quina és la traçabilitat del seu producte
- notícies i novetats relacionades amb activitats gastronòmiques, nous establiments, etc...
- receptes
- entrevistes a productors que es caracteritzin per l'aplicació de bones pràctiques
- ressenya de restaurants que compren producte ripollès especificant tipologia de cuina i especialitat de la casa
- entrevistes a cuiners de la comarca que es caracteritzin per la inserció de productes ripollesos a les seves cartes (p.e. una entrevista diferent cada mes)
- arxiu / recull de premsa de gastronomia del Ripollès

L'existència d'aquests espais, però, només és recomanable si es revisen i s'actualitzen regularment. D'altra manera, no generarien visites de manera periòdica i deixarien de fer una de les funcions per la qual es crearien, que és servir de plataforma per donar-se a conèixer entre possibles clients i entre possibles consumidors.

A més, tant aquest web (link), com la marca, haurien de ser ben visibles a la pàgina principal del portal turístic de la comarca ([www.elripolles.com](http://www.elripolles.com)), i a la resta de webs de turisme de la comarca.

## 5.2. Propostes de promoció realitzada fora de la comarca

---

### **Mercat de mercats. Barcelona, octubre 2012**

**DESCRIPCIÓ:** La fira mercat de mercats és un acte de 3 dies de duració ubicat a la Plaça de la Catedral de Barcelona i la Plaça de Santa Caterina, centre neuràlgic i turístic de Barcelona.

Mercat de mercats transmet els següents valors:

- Productes sans i cuina saludable
- Proximitat al consumidor
- Aportació de qualitat de vida als ciutadans
- Model cultural del nostre país
- Tradició mediterrània

#### **MERCAT DE MERCATS 2011 EN XIFRES:**

- Més de 230.000 visitants (de Barcelona i turistes)
- 200.000 compres directes a les parades
- 50.000 consumicions de menjar i de beure
- 20.000 m2
- 5.000 ciutadans a les activitats
- Més de 130 agents participants

#### **DADES D'INTERÈS:**

- Dates: del 19 al 21 d'octubre 2012
  - Localització: Pla de la Catedral i Pla de Santa Caterina
  - Públic a qui va dirigit: ciutadans de Barcelona i turistes
  - Qui participa a l'esdeveniment: parades dels mercats de Barcelona, bars dels mercats de Barcelona, les DOs i IGP de Catalunya, el Patronat de Costa Brava – Pirineus de Girona i l'Agència Catalana de Turisme.
  - Previsió de visitants: més de 240.000 persones
- Organitza: Mercats de Barcelona i Ajuntament de Barcelona

### **TIPUS DE PARTICIPACIÓ DEL PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA- PIRINEUS DE GIRONA:**

Localització: al centre de la Plaça de la Catedral, en una carpa de 18x3m

L'espai constarà de diferents parts:

- turisme
- enologia
- gastronomia

Tot el que fa referència als espais d'enologia i gastronomia es gestionarà directament des del Patronat (escollirà el col·lectiu de cuina i els cellers que hi participaran). Les entitats públiques (ajuntaments, consells comarcals, consorcis, etc.) poden ser presents a l'espai destinat a promoció turística, cada una d'elles amb un mostrador amb una petita exposició de la gastronomia del seu territori a la part posterior. Aquest mostrador permetrà fer tasques d'informació turística.

Modalitat de participació:

- Mostrador i tòtem propi
- Compartir mostrador amb una altra entitat

Cost total de l'espai:

- 1.100€ + IVA

La disposició de l'espai permet al voltant de 10 mostradors. El Patronat, en funció dels interessats en participar, establirà els criteris de selecció.

### **PARTICIPACIÓ DEL RIPOLLÈS**

El Consorci Ripollès Desenvolupament podria participar a la Fira Mercat de Mercats amb la contractació d'un mostrador des d'on fer-hi promoció de la marca *Productes del Ripollès*.

---

## **Fira Orígens. Olot, novembre 2012**

La Garrotxa ofereix un dels entorns més privilegiats de Catalunya que justifiquen la visita i l'estada a la zona; a més, disposa d'uns excel·lents productes autòctons i d'una alta oferta gastronòmica. És per aquest motiu que Olot és un dels millors emplaçaments per dur a terme la Fira Agroalimentària de Productes de Qualitat. És un esdeveniment en el que els productors i els productes amb distintiu d'origen són els principals protagonistes. Una fira dinàmica i participativa on el visitant podrà:

**Aprendre:** als tallers que faran reconeguts professionals

**Tastar:** els millors productes que oferiran cadascun dels expositors

**Comprar:** directament al productor

### **OBJECTIUS**

- 1.** Crear un model de fira de qualitat que permeti atraure un visitant interessat en els productes de qualitat, que faciliti el contacte i la venda directa del productor al consumidor, implicant a les institucions i empreses vinculades, sensibles amb aquest tipus de producte.
- 2.** Contribuir a la difusió dels distintius de qualitat aconseguint que el consumidor els valori positivament i augmenti la seva utilització així com motivar als productors a acollir-se als diferents distintius i cohesionar als productors que ja en disposen.
- 3.** Dinamitzar el territori, promocionant i contribuint a la difusió de la cuina i la gastronomia de la Garrotxa i creant activitats paral·leles que consolidin la imatge d'Olot i de la comarca com a destinació gastronòmica.

### **PÚBLIC OBJECTIU**

La Fira Agroalimentària de Productes de Qualitat està pensada per a amants de la gastronomia i els bons productes; també per a aquell públic sensible amb el medi ambient, els que prioritzen els productes locals, els que compren guiats per certificacions de qualitat i per a aquells que prefereixen la compra de productes amb qualitats dietètiques i saludables.

### **LA FIRA**

Està formada per una acurada selecció de productes i productors de qualitat certificada. L'entrada tindrà un cost de 3€ i inclourà 3 tiquets de degustació que fomentaran el tast de productes que oferiran els expositors. També es podrà comprar directament el producte al productor.

### **LES ACTIVITATS**

Seràn el principal motor de la fira i un dels elements més importants de comunicació. Amb una acurada posada en escena, seran portades a terme per reconeguts cuiners i productors

Hi haurà tres espais d'activitats:

#### **– AULA DE CUINA:**

Demostracions de cuina en directe a càrrec de reconeguts professionals. Tindrà una capacitat per a 80 persones i equipada amb tots els elements tècnics necessaris (àudio, vídeo...). Serà d'accés lliure per als visitants de la fira.

#### **– AULA DE TAST:**

És l'espai reservat per a les activitats dels expositors. S'hi faran tastos i maridatges dels productes amb distintius de qualitat presents a la fira. Tindrà una capacitat per a 50 persones. El preu de l'entrada serà de 2€.

#### **– AULA DELS NENS:**

L'espai on els més petits podran gaudir d'activitats pedagògiques sobre els aliments amb certificacions de qualitat. Tindrà una capacitat per a 20 nens. Accés gratuït.

### **LLOC, DATES I HORARIS**

Tindrà lloc els dies 10 i 11 de novembre, al Recinte Firal d'Olot (la Garrotxa)

Els horaris són:

Dissabte 10 i diumenge 11	de 10:00 a 20:00
---------------------------	------------------

## **PROPOSTA DE PARTICIPACIÓ**

### **Tarifes**

Quota inscripció: 50€

Contractació espai firal + estand modular:

- Espai mínim contractable: 3x2 m<sup>2</sup>. Preu: 300€ (Aquest preu no inclou IVA)



Aquesta tarifa inclou els següents serveis:

- El lloguer de l'espai contractat i construcció d'un estand modular
- Serveis generals d'il·luminació, climatització i vigilància
- Quadre elèctric i un endoll per estand
- 50 w/m<sup>2</sup> per il·luminació
- 50 w/m<sup>2</sup> de lliure disposició (monofàsic)
- Moqueta
- Retolació nom comercial
- Parets modulars
- Presència del nom en tots aquells elements on es publiqui la relació d'expositors

#### **Adjudicació d'espais**

L'organització resoldrà les sol·licituds presentades segons el següent ordre de criteris:

- Data de la sol·licitud
- Pagament de la sol·licitud
- Superfície demanada
- Sector d'activitat

#### **Degustació de productes**

Gran part de l'atractiu de la Fira serà la degustació dels productes exposats amb la qual cosa els expositors rendibilitzaran la seva presència. Amb aquesta finalitat l'organització posarà a la venda tiquets de tast a 0,50 € IVA inclòs, i abonarà a l'expositor 0,35€ IVA inclòs (70% del valor). Les degustacions tindran un valor mínim d'1 tiquet i màxim de 4 tiquets. L'expositor oferirà les seves degustacions sol·licitant al visitant d'1 a 4 tiquets segons el seu criteri. L'expositor no podrà vendre ni oferir gratuïtament cap tast si el visitant no li ha lliurat prèviament el tiquet degustació.

#### **Venda de productes**

L'expositor podrà fer venda directa dels productes originals (no per degustació) sense necessitat de tiquets.

#### **Activitat**

L'organització vetllarà perquè l'estand de Productes del Ripollès compti amb una activitat a l'Aula de tast, per tal d'explicar les principals característiques d'aquests productes a partir de tastos i maridatges.

---

## **Fòrum Gastronòmic. Girona, febrer 2013**

### **QUÈ ÉS FÒRUM GASTRONÒMIC?**

És el primer congrés de gastronomia. Va néixer l'any 1999, creat per Pep Palau i Jaume von Arend (Pep Palau, von Arend & Associats), a Vic. L'any 2007 es trasllada a Girona i s'incorpora l'empresa gironina Incatis. Acull la fira més gran en un congrés de cuina. Des de 2008 s'organitza també a Santiago de Compostel·la, convertint-se així en l'únic esdeveniment del seu tipus que se celebra a dues grans ciutats.

El Fòrum és:

- **Una plataforma de promoció.**
- **Un aparador de comerç i negoci, d'intercanvi de productes i idees.**
- **El pal de paller de la cuina catalana.**
- **Un contenidor d'activitats atractives i variades.**
- **Un catalitzador de tendències.**
- **Un espai de reflexió i debat.**
- **Un punt de trobada de relacions professionals i humanes.**
- **Un difusor de valors.**

### **LA FIRA**

L'espai firal del Fòrum és un element amb identitat pròpia que ha estat des de sempre l'aparador ideal de les novetats del sector i una magnífica plataforma comercial. L'atractiu, la vitalitat i el dinamisme del Fòrum la converteixen en un espai d'excel·lència comercial, propiciant l'oportunitat d'establir contacte directe amb els clients o captar-ne de nous. Destaca pel protagonisme que atorga als expositors, oferint-los espais en que poden realitzar demostracions, tastos, etc. La Fira és un autèntic punt de trobada de professionals, productors i empreses, moltes de les quals repeteixen any rere any des de la primera edició, la qual cosa demostra l'encert de la fórmula.

### **FITXA TÈCNICA**

<b>Nom esdeveniment</b>	Fòrum Gastronòmic
<b>Sector</b>	Enogastronòmic

<b>Dates</b>	24, 25 i 26 de febrer de 2013
<b>Lloc</b>	Auditori Palau de Congressos i Palau de Fires de Girona
<b>Horaris</b>	Diumenge d'11 a 20h i dilluns i dimarts de 10 a 20h
<b>Periodicitat</b>	Anual, alternant les seus de Girona i Santiago de Compostel.la
<b>Àmbit expositor</b>	Internacional
<b>Espai firal</b>	15.000m <sup>2</sup>
<b>Perfil expositor</b>	Productors i elaboradors d'aliments i begudes. Fabricants d'equipaments de cuina. Distribuïdors. Empreses de serveis. Editorials i publicacions gastronòmiques. Institucions, entitats, marques de qualitat, etc.
<b>Perfil visitant</b>	Professionals (cuiners, empresaris de la restauració, productors, distribuïdors, sommeliers, enòlegs, caps de sala, responsables de compra, etc.) i gourmet (diumenge). Nacional i internacional.
<b>Activitats</b>	Sessions de cuina amb degustació, tastos, maridatges, presentacions de producte, diàlegs entre gastrònoms i cuiners, sessions temàtiques amb experts i especialistes de la cuina, premis, etc.

#### LES XIFRES DEL 2011

- 30.000 visitants
- 15.000 metres quadrats d'espai firal
- 131 activitats
- 154 ponents
- Un 90% d'ocupació dels espais

<b>115.581.351</b>	audiència als mitjans
<b>1.453.586</b>	impacte mediàtic
<b>15.000 m2</b>	espai firal
<b>30.000</b>	visitants
<b>131</b>	activitats
<b>154</b>	ponents
<b>45</b>	minuts de TV

## **LLOC, DATES I HORARIS**

Tindrà lloc els dies 24, 25 i 26 de febrer de 2013, al palau de fires de Girona (Fira de Girona, Passeig de la Devesa, 34).

Els horaris són:

Diumenge 24	d'11:00 a 20:00
Dilluns 25	de 10:00 a 20:00
Dimarts 26	de 10:00 a 20:00

## **PROPOSTA DE PARTICIPACIÓ**

### **AMB EL RECOLZAMENT DE PRODECA**

PRODECA (Promotora d'Exportacions Catalanes, SA) és una empresa pública adscrita al Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural de la Generalitat de Catalunya que té entre els seus objectius la dedicació a serveis de suport i promoció del sector agroalimentari.

En el darrer Fòrum Gastronòmic celebrat a Girona, amb l'objectiu d'afavorir la participació dels productors agroalimentaris de qualitat catalans a l'esdeveniment i de crear plataformes i punts de trobada entre cuiners i productors, PRODECA va patrocinar dos espais diferenciats. Així és com va reunir una mostra significativa d'empreses i productors artesans interessats en estar presents a l'espai expositiu del Fòrum.

Aquest any, i partint de la mateixa col·laboració amb PRODECA, cada empresa disposarà d'un espai propi de 3x2 amb un estand modular amb mostrador i retolació. El personal de PRODECA destinat a l'organització de l'estand donarà suport als expositors abans i durant la celebració de la Fira.

Cost per empresa espai: 828€

### **ASSISTÈNCIA COM A EXPOSITOR INDEPENDENT**

#### **Tarifes**

Quota d'inscripció: 150€

### **Espai**

Fins a 40m<sup>2</sup>: 250€/m<sup>2</sup>

A partir de 40m<sup>2</sup>: 200€/m<sup>2</sup>

### **Estands**

- Estand lliure construcció: 8€/m<sup>2</sup>
- Estand modular: 26€/m<sup>2</sup>
- Assegurança: 4€/m<sup>2</sup> (màxim 80€)

Aquestes tarifes inclouen els següents serveis:

### **Espai**

- El lloguer de l'espai contractat (alçada màxima de 3 metres)
- Serveis generals d'il·luminació, climatització i vigilància.
- Lliurament de passis de muntatge i expositors (4 passis d'expositor per cada 10 m<sup>2</sup> contractats)
- Invitacions segons superfície contractada (50 per cada 10 m<sup>2</sup>)
- Presència del nom en tots aquells elements on es publiqui la relació d'expositors.

### **Estand modular**

- Quadre elèctric i un endoll per estand.
- 50 w/m<sup>2</sup> per il·luminació.
- 50 w/m<sup>2</sup> de lliure disposició (monofàsic).
- Moqueta (només per a estand modular) de color gris (en el cas de desitjar un color diferent al predeterminat, s'haurà de consultar el catàleg de serveis).
- Retolació nom comercial.
- Parets modulares.

### **Activitat**

L'organització vetllarà perquè l'estand de Productes del Ripollès compti amb una activitat, per tal d'explicar les principals característiques d'aquests productes a partir de tastos i maridatges.

---

## Mercats municipals

Promoció de la marca *Productes del Ripollès* en diferents mercats municipals:

### OBJECTIUS

- Donar a conèixer la marca de qualitat *Productes del Ripollès*
- Informar sobre l'oferta turística i gastronòmica de la comarca
- Vendre productes agroalimentaris a públic final
- Establir contactes comercials amb possibles compradors de les localitats on es realitza l'acció (els propis paradistes del mercat, restaurants, carnisseries, botigues gourmet, etc.)

### ON

#### 1. En tres mercats pertanyents a l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona:

→ **Mercat de la Boqueria**- El mercat més gran i més visitat de Catalunya, d'Espanya i molt probablement d'Europa. A més d'un lloc on comprar tot tipus de productes és també un dels principals atractius turístics de Barcelona.

#### → **Mercat de Sant Caterina**

Mercat cobert més antic de Barcelona, és un referent per als veïns del barri i també per als visitants de la ciutat.

#### → **Mercat de la Llibertat**

Mercat molt concorregut del Barri de Gràcia. Remodelat recentment.

Sol·licitud:

Demandar l'imprès de sol·licitud per telèfon, fax o e-mail al Departament de Servei de Mercats de l'Institut Municipal de Mercats. Un cop emplenat, retornar-lo al Servei de Mercats.

Tel: 93 413 28 90

Fax: 93 413 28 99

E-mail: [mercatsbcn@mercatsbcn.com](mailto:mercatsbcn@mercatsbcn.com)

Les taxes són les corresponents segons l'Ordenança Fiscal vigent:

#### **Epígraf IV. Altres conceptes**

[...]

3.1. Amb l'autorització municipal prèvia, les activitats de promoció comercial de productes realitzades per empreses exteriors als mercats de zona i especials han de pagar:

Mercat de la Boqueria	232,53€/dia
Mercats de 1a i 2a categoria	138,85€/dia
Mercats de 3a categoria	81,27€/dia

Aquesta taxa tindrà una reducció del 30% per a aquelles promocions de durada igual o superior a tres dies consecutius i que tinguin lloc en el mateix mercat.

[...]

#### **2. Mercat del Lleó de Girona**

La Plaça del Lleó del mercat municipal de Girona és un bon lloc per realitzar-hi una acció promocional.

Sol·licitud:

972 20 11 63

#### **3. Mercat Municipal de Manlleu**

El 13 de setembre de 2011 va obrir les portes aquest nou mercat, totalment equipat, preparat i predisposat a rebre iniciatives d'aquest tipus.

Sol·licitud:

93 851 40 05

#### **ACCIÓ- ACTIVITATS**

Presència de productors ripollesos sota la marca *Productes del Ripollès*. Han de poder vendre i oferir tast. Com a activitat complementària, al llarg dels tres dies es programaran "xerrades" en la que cadascun dels representants de les associacions que formen part de la marca explicaran les característiques dels seus productes i quins factors els diferencien de la resta. Aquestes "xerrades" tindran lloc en el mateix espai on es muntin les parades dels productors.

A més s'ha de convenir amb els mercats municipals la possibilitat d'oferir una classe de cuina (la mateixa setmana en la que tingui lloc la promoció) a l'aula de cada mercat, dirigida per un cuiner ripollès, amb productes ripollesos.

Els productors que hi assisteixin han de tenir capacitat de poder servir i vendre a les localitats on s'estiguin promocionant.

S'ha de poder fer un mínim seguiment d'aquesta acció comercial. Tot i que evidentment no es podrà calcular el retorn que l'acció pugui tenir directament al territori, sí que se'n pot valorar la presència de l'acció a la premsa i el nombre de contactes comercials i vendes que poden sorgir amb els propis paradistes del mercat amfitrió.

#### **DURADA**

Aquesta acció pot tenir una durada de tres dies.



### 5.3. Propostes de benchmarking

---

#### Asociación de Alimentos Artesanos de Navarra

Visita a la seu de la **Asociación de Alimentos Artesanos de Navarra**. Aquesta associació navarresa va néixer el 1.994 amb dos objectius clau: **valoritzar el producte local i defensar el producte artesà**.

En un inici eren vuit les empreses associades. En aquests moments reuneix a més d'una vintena d'artesans, que comercialitzen sota la marca **Asociación de Alimentos Artesanos de Navarra** i treballen amb estreta col·laboració amb la Comissió d'Artesania del Departament d'Agricultura del Govern de Navarra.

La marca Alimentos Artesanos és un signe distintiu que s'inclou en l'etiquetatge dels productes agroalimentaris que compleixen les condicions establertes en les Normes Reguladores de l'ús de la marca.

Així, la marca certifica algun dels següents aspectes:

- Les característiques pròpies del producte que el diferencien qualitativament respecte a productes de la mateixa naturalesa regulats de manera genèrica.
- Les característiques específiques d'aquells productes tradicionals que no estan definits per la normativa nacional o comunitària.

L'associació navarresa té unes normes tècniques específiques que regulen cada un dels sectors que formen l'associació, que divideixen en:

- Sucs, mermelades i conserves de fruites i hortalisses
- Sidra, licors, aiguardents i vi espumós de fermentació natural
- Adobats, confitats en vinagre i salats
- Formatges, matons i altres derivats de la llet
- Mel i productes derivats, sense finalitat terapèutica, preventiva o cosmètica
- Espècies vegetals per infusions d'ús en alimentació i com a agents aromàtics d'ús en alimentació
- Conserves càrnies, patés, embotits i cansaladeria

- Pastisseria, confiteria, rebosteria i pans especials
- Mistela i vi ranci
- Gelats
- Plats preparats

Aquesta associació compta amb un local propi, que a més del lloc de reunions és el principal aparador dels productes de l'associació. Ho és a través de:

- Botiga. Espai on s'hi poden trobar tots els productes de l'associació.
- Celler. Espai on s'hi pot trobar una àmplia selecció de vins produïts a Navarra, tant els Denominació d'Origen Navarra com els Denominació d'Origen Rioja.
- Bar- restaurant. Establiment que ofereix esmorzars, menús i menú degustació elaborats únicament amb productes de l'associació.

Altres formes de promoció i comercialització són:

- Botiga virtual: [www.reynoartesano.com](http://www.reynoartesano.com)
- Directament des dels propis obradors
- Fires i mercats. Des dels inicis de la seva creació l'*Asociación de Alimentos Artesanos de Navarra* organitza diferents tipus de mercats (tradicionals, medievals, agroalimentaris, etc.) amb l'objectiu d'afavorir la promoció i la comercialització directa dels seus associats.
- Botigues especialitzades
- Grans superfícies (en campanyes específiques)

Més informació a [www.alimentosartesanos.com](http://www.alimentosartesanos.com)

## Vallespir/ Conflent/ Cerdanya: *Bienvenue à la ferme*

Visita a la zona sud de França amb l'objectiu de conèixer el programa de venda directa "Bienvenue à la ferme" que existeix al país i els seus productes complementaris, a més de visitar algun mercat de productors.

"Bienvenue à la ferme" facilita la venda de productes agroalimentaris directament des de les pròpies explotacions dels productors. Algunes d'aquestes explotacions també ofereixen servei de restauració i activitats relacionades amb els productes agroalimentaris (degustacions de vins, aprendre a munyir vaques, muntar a cavall, etc.).

A Catalunya, tot i que en la darrera dècada la legislació relativa al turisme rural ha estat modificada<sup>1</sup>, continua contemplant la possibilitat de fer turisme rural llogant cases senceres i sense l'obligatorietat de tenir associada una explotació agrícola o ramadera.

Es pot resumir el decret de la següent manera:

Els establiments de turisme rural han de:	
<ul style="list-style-type: none"><li>• estar situats en el medi rural</li><li>• trobar-se dins o fora de nuclis de població de menys de 1.000 habitants</li><li>• estar integrats en edificacions anteriors al 1950 i que respectin la tipologia arquitectònica de la zona</li></ul>	
Es classifiquen en dos grans grups:	
➤ Cases de pagès o establiments d'agroturisme. Són aquells establiments en els que <u>el titular obté rendes agràries, ramaderes o forestals</u> . Tipus:	➤ Allotjaments rurals. Són aquells establiments en els que <u>el titular no està obligat a obtenir rendes agràries, però ha de residir a la mateixa comarca o habitatge</u> . Tipus:
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Masia:</b> habitatge ubicat en el si d'una explotació agrícola, ramadera i/o forestal on el turista conviu amb el titular. S'ofereix pernoctar i com a mínim esmorzar.</li><li>• <b>Masoveria:</b> habitatge fora del nucli de població ubicat a la mateixa explotació on viu el titular. Es lloga la casa sencera.</li><li>• <b>Casa de poble compartida:</b> habitatge unifamiliar dins del nucli de població on el turista conviu amb el pagès. S'ofereix pernoctar i com a mínim</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Masia:</b> habitatge fora del nucli de població, que el titular comparteix amb els turistes. S'ofereix dormir, i com a mínim, esmorzar.</li><li>• <b>Masoveria:</b> habitatge fora de nucli que es lloga en règim d'habitatge rural.</li><li>• <b>Casa de poble compartida:</b> habitatge unifamiliar dins del nucli de població, que el titular comparteix amb els turistes. S'ofereix dormir, i com a mínim, esmorzar.</li><li>• <b>Casa de poble independent:</b> habitatge en nucli de</li></ul>

<sup>1</sup> Decret 313/2006, de 25 de juliol, que regula els establiments de turisme rural.

esmorzar.

- **Casa de poble independent:** habitatge en nucli de població on es presta el servei d'allotjament en règim d'habitatge rural.

població on es presta el servei d'allotjament en règim d'habitatge rural.

Apunts de requisits per aquests establiments:

- Els propietaris de les cases de pagès facilitaran informació turística per escrit als seus hostes, el mateix dia de la seva arribada.

El turisme rural i/o la venda directa des de les instal·lacions dels propis productors poden ser una bona eina per potenciar el sector agroalimentari al Ripollès. Es presenta com una oportunitat per als petits productors (alternativa de comercialització) i per reduir l'abandonament progressiu d'aquestes activitats. Per això es proposa un viatge a França, per conèixer de primera mà què és "Bienvenue à la ferme", com funciona i quins són els beneficis que en treuen els productors que hi participen.

## 5.4. Propostes per a una millor comercialització

---

### Creació de producte turístic entorn als artesans agroalimentaris

La creació de producte és un element clau per a la consolidació d'un model de desenvolupament turístic sostenible, perquè ajuda a diversificar l'oferta, a singularitzar les destinacions i a posicionar-se en un segment de negoci amb cada vegada més concurrència.

El valor afegit, on hi ha realment negoci, és en els productes integrats –en els quals hi participen diferents empreses- que ofereixen un producte final al turista: empreses de restauració, d'allotjament, d'activitats turístiques, de desplaçaments i altres serveis.

#### Normativa

En l'actualitat no hi ha una normativa específica sobre la recepció de visitants i la venda directa als obradors. El Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural de la Generalitat de Catalunya està ultimant un Decret en aquest sentit, però encara no està aprovat. Actualment, qualsevol productor agrari pot vendre directament els productes d'elaboració pròpia a la mateixa explotació (en el cas de productes elaborats cal que compleixi els requisits sanitaris corresponents). Pel que fa a les visites a les explotacions o obradors, no hi ha cap normativa reguladora, només s'exigeix que compleixi amb la normativa sanitària.

És per això que es considera acció prioritària la creació d'aquest tipus de producte turístic.

Elements del producte turístic:

- recurs turístic
- bens i serveis
- infraestructures i equipaments
- gestió
- imatge de marca
- preu

Aquest producte turístic pot ser creat per l'administració pública, però el més desitjable és que sigui el mateix sector qui dugui la iniciativa en la seva creació.

Previ a la creació de producte turístic s'hauran d'ordenar i homogeneïtzar els recursos existents: productes, productors, restaurants, museus i elements museístics etnogràfics i

relacionats amb la gastronomia, festivitats amb component gastronòmic i altres recursos gastronòmics.

---

## **Curs: Comercialització online**

Al Ripollès hi ha pocs productors amb presència a Internet. Això ve donat, en part, per la falta de formació en noves tecnologies. Per això es podrien oferir cursos formatius en aquest d'àmbit.

A més de tenir una pàgina web, aquests productors podrien sumar-se a una tendència que suma any rere any venedors i compradors: la de la comercialització on-line, comercialització directament amb el client a través d'Internet. De l'exploració a casa, directament i sense passar per intermediaris.

Els usuaris que opten per fer les compres a través de les xarxes es troben amb tants avantatges, que, de moment, ni la crisi ha aconseguit frenar-ne el seu augment: més comoditat, conèixer l'origen del producte, preus més baixos, etc.

Les diferències més destacades entre el comerç on line i el tradicional són:

- L'entorn i els aspectes visuals i auditius de les pàgines d'Internet són més fàcils de modificar o d'adaptar segons el perfil del client.
- L'espai disponible en una pàgina web és pràcticament il·limitat, per tant es pot oferir una gamma de productes molt més àmplia i aportar una informació més completa sobre cada producte.
- El cost del comerç virtual és molt més baix que el tradicional al no haver de llogar locals, ni contractar a personal que atengui els clients.
- Els canvis de preu en la compra virtual poden ser més fàcils i ràpids, però també el consumidor té molta més facilitat per comparar productes i preus ràpidament visitant altres botigues virtuals.

---

## Curs: Eines i estratègies de màrqueting

Organització d'un curs sobre eines i estratègies de màrqueting, que inclogui també nocions de comunicació, publicitat i de política de preus.

Alguns del contingut del curs poden ser:

- Quin és el posicionament de l'empresa en el mercat
- Quins són els nostres punts forts i febles en la gestió comercial. Què hem de millorar i com?
- Com plantejar una estratègia de captació i fidelització de clients.
- Quins són els criteris per definir una política de vendes i quines són les tècniques i les eines per assolir l'èxit
- Com gestionar la publicitat i les promocions per potenciar la presència de l'empresa al mercat
- Segments de mercat: com seleccionar el mercat
- Publicitat rendible amb costos baixos
- Com calcular el pressupost adequat de publicitat
- El valor de la marca
- La política de preus davant la competència
- Planificació i control de les vendes
- Eines per vincular i retenir el client
- Quin és el punt de vista del consumidor

Màrqueting: conjunt de tècniques programades, coherents i dinàmiques, orientades a perfeccionar el procés de comercialització millorant l'eficiència en la producció, la distribució i la venda de productes o serveis.



## 5.5. Proposta de sensibilització sobre l'alimentació als menjadors escolars

---

### Xerrada informativa + Sopar d'escola

En els últims anys s'han realitzat molts estudis sobre l'alimentació en menjadors escolars. El principal objectiu ha estat avaluar la qualitat dels menús i la seva adequació a les recomanacions nutricionals en edat escolar. Però el creixent interès i la preocupació general per una alimentació més saludable i respectuosa amb el medi ambient i amb la societat en general han provocat que actualment, quan ens referim a menjadors escolars, no només es parli de nutrició, sinó també de procedència dels aliments.

Amb l'objectiu de que les escoles es plantegin la compra de productes agroalimentaris de proximitat i de confiança per elaborar els menús escolars, **Pep Palau, von Arend & Associats** planteja organitzar una xerrada convocant a les diferents AMPES de la comarca per tractar els següents temes:

- maneres de gestionar els menjadors escolars
- procedència dels aliments. Possibilitats: de proximitat, ecològics, horts escolars, etc.
- estratègies, escandalls i costos
- maneres de preparar i servir els menús
- introducció de receptes tradicionals

Sopar d'escola: a continuació es servirà un menú escolar elaborat amb productes de proximitat i/o ecològics, que serà la millor manera d'exemplificar el que s'haurà parlat prèviament.

#### Programa

19.00h – 20.30h Xerrada informativa menjadors escolars

20.30h – 21.00h Torn de preguntes

21.00h – 22.30h Sopar d'escola

## 6. BIBLIOGRAFIA

- [www.ripollesdigital.com](http://www.ripollesdigital.com)
- [www.productesdelripolles.com](http://www.productesdelripolles.com)
- [www.ahripolles.com](http://www.ahripolles.com)
- <http://cuinesvalldecamprodon.blogspot.com.es/>
- [www.gijon.info](http://www.gijon.info)
- Ripollès. Dossier comarcal. Departament d'Empresa i Ocupació. Generalitat de Catalunya
- Reglament d'ús de la marca de garantia Producte del Ripollès
- Fitxa Tècnica PAE. Núm. 14. Menjadors escolars ecològics

Aquesta acció ha estat subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del projecte "Treball a les 7 comarques" i cofinançada pel Fons Social Europeu.

Pep Palau, von Arend & Associats  
Crta. de Sant Hipòlit a Manlleu, s/n  
08560 Manlleu (Barcelona)  
Apt. Corr. 64  
T 93 883 30 45 / F 93 889 43 04  
info@forumgastronomic.com