

Juny 2018



**[DIAGNOSI DEL SECTOR
AGRARI DEL PLA DE L'ESTANY]**
PAGESIA I PRODUCTE LOCAL



CLIENT: Consell Comarcal del Pla de l'Estany

Estudi encarregat pel Consell Comarcal del Pla de l'Estany

Autoria: Neus Monllor i Sergi Nuss

Elaboració de la cartografia: Emma Soy i Xavier Puig

Suport tècnic: Pau Maestre

www.arrelsataula.cat

Juny de 2018

Índex de continguts

| | | |
|------|--|----|
| 1. | Introducció..... | 9 |
| 1.1. | Preliminars..... | 9 |
| 1.2. | Objectius | 10 |
| 1.3. | Metodologia | 10 |
| 1.4. | Resultats obtinguts | 12 |
| 2. | Experiències d'altres territoris | 13 |
| 2.1. | La Cerdanya | 14 |
| 2.2. | El Moianès..... | 16 |
| 2.3. | El Ripollès..... | 18 |
| 2.4. | La Selva..... | 20 |
| 3. | Context dels sectors agrari i turístic al Pla de l'Estany | 22 |
| 3.1. | Sector agrari | 22 |
| 3.2. | Sector turístic..... | 38 |
| 4. | Caracterització comarcal i municipal (pagesia, producte local i turisme) | 41 |
| 4.1. | Pla de l'Estany | 42 |
| 4.2. | Banyoles | 43 |
| 4.3. | Camós..... | 44 |
| 4.4. | Cornellà del Terri..... | 45 |
| 4.5. | Crespà..... | 46 |
| 4.6. | Esponellà | 47 |

| | | |
|--------|---|----|
| 4.7. | Fontcoberta..... | 48 |
| 4.8. | Palol de Revardit..... | 49 |
| 4.9. | Porqueres | 50 |
| 4.10. | Sant Miquel de Campmajor | 51 |
| 4.11. | Serinyà..... | 52 |
| 4.12. | Vilademuls..... | 53 |
| 5. | Anàlisi i resultats | 54 |
| 5.1. | Pagesia i producte local al Pla de l'Estany | 55 |
| 5.2. | La cadena agroalimentària del producte local al Pla de l'Estany | 59 |
| 5.3. | Resultats qualitius de les Taules de Treball | 69 |
| 5.3.1. | Punts forts..... | 71 |
| 5.3.2. | Punts febles..... | 72 |
| 6. | Idees força i accions..... | 77 |
| 7. | Conclusions..... | 86 |
| | Annex 1: dades del sector agrari | 89 |
| | Annex 2: dades del sector turístic | 93 |
| | Annex 3: llegenda símbols producte local a les infografies | 94 |
| | Annex 4: resultats de les Taules de Treball municipals | 97 |

Índex de Taules

| | |
|---|----|
| Taula 1: iniciatives comarcals agroalimentàries | 13 |
| Taula 2: distribució de la superfície conreada, Pla de l'Estany 2017..... | 26 |
| Taula 3: operadors ecològics, Pla de l'Estany 2017 | 34 |
| Taula 4: empreses adherides a venda de proximitat, Pla de l'Estany 2017..... | 36 |
| Taula 5: producte local, Pla de l'Estany 2018 | 56 |
| Taula 6: producció de matèria primera i producte local, Pla de l'Estany 2018 | 60 |
| Taula 7: elaboració de producte agroalimentari, Pla de l'Estany 2018 | 62 |
| Taula 8: distribució de producte agroalimentari, Pla de l'Estany 2018 | 64 |
| Taula 9: comercialització de producte agroalimentari local i/o ecològic, Pla de l'Estany 2018 | 65 |
| Taula 10: restauració amb producte local, Pla de l'Estany 2018..... | 66 |
| Taula 11: taules de treball, Pla de l'Estany 2018..... | 70 |
| Taula 12: empresa i ocupació agrària, Pla de l'Estany 2017 | 89 |
| Taula 13: nombre d'explotacions i capacitat ramadera, Pla de l'Estany 2016..... | 89 |
| Taula 14: nombre d'explotacions i capacitat ramadera per municipi, Pla de l'Estany 2016 | 90 |
| Taula 15: nombre d'explotacions, Pla de l'Estany 2009 | 92 |
| Taula 16: orientacions tecnicoeconòmiques per municipis, Pla de l'Estany 2009..... | 92 |
| Taula 17: titulars per edat i sexe, Pla de l'Estany 2009 | 93 |
| Taula 18: nombre d'establiments i places turístiques, Pla de l'Estany 2016 | 93 |

Índex de Figures

| | |
|--|----|
| Figura 1: pes del PIB comarcal, Pla de l'Estany 2015..... | 22 |
| Figura 2: nombre d'explotacions ramaderes per tipologia, Pla de l'Estany 2016. .. | 27 |
| Figura 3: punts forts de la cadena de valor i turisme, Pla de l'Estany 2018..... | 71 |
| Figura 4: punts febles cadena de valor, Pla de l'Estany 2018 | 73 |
| Figura 5: punts febles turisme, Pla de l'Estany 2018..... | 75 |
| Figura 6: idees força-accions sobre producte i pagesia al Pla de l'Estany, 2018..... | 77 |
| Figura 7: idees força-accions sobre turisme i territori al Pla de l'Estany, 2018. | 79 |
| Figura 8: producte local al Pla de l'Estany; I ara, què?..... | 82 |
| Figura 9: producte local al Pla de l'Estany; i ara, què? Un exemple en actiu..... | 84 |

Índex de Mapes

| | |
|--|----|
| Mapa 1: ocupació agrària, Pla de l'Estany 2017 | 23 |
| Mapa 2: primera instal·lació jove agricultor, Pla de l'Estany 2008-17. | 24 |
| Mapa 3: nombre d'explotacions agràries, Pla de l'Estany 2009. | 25 |
| Mapa 4: nombre d'explotacions agràries, Pla de l'Estany 2009. | 25 |
| Mapa 5: nombre d'explotacions i places de porcí per municipi, Pla de l'Estany 2016. | 28 |
| Mapa 6: nombre d'explotacions i places de boví per municipi, Pla de l'Estany 2016. | 29 |
| Mapa 7: nombre d'explotacions i places d'oví per municipi, Pla de l'Estany 2016. | 30 |
| Mapa 8: nombre d'explotacions i places de gallines i pollastres per municipi, Pla de l'Estany 2016. | 31 |
| Mapa 9: nombre d'explotacions i places d'èquids per municipi, Pla de l'Estany 2016. | 32 |
| Mapa 10: nombre d'operadors ecològics per municipi, Pla de l'Estany 2017. | 33 |
| Mapa 11: nombre d'explotacions venda proximitat, Pla de l'Estany 2017. | 35 |
| Mapa 12: producte local Pla de l'Estany 2018. | 58 |
| Mapa 13: cadena de valor agroalimentària, Pla de l'Estany 2018 | 68 |

1. Introducció

1.1. Preliminars

El Pla de l'Estany és una comarca eminentment agrària. Tant la superfície de conreu com el nombre d'explotacions agràries mostren una tradició molt vinculada a la terra, a les famílies pageses i a la indústria agroalimentària. Però tot i el marcat caràcter agrari, la comarca pateix la crisi estructural que afecta la resta de territoris, tant catalans com europeus. Aquest fet es mostra en la continua davallada de les explotacions agràries i en l'envelliment de la pagesia de la comarca.

Els motius són diversos i es fonamenten en una manca de viabilitat de moltes de les explotacions agràries tradicionals, així com amb una desmotivació per part d'una generació de fills i filles de pagesos que no desitgen rellevar el camí dels pares. Aquest fet provoca una tendència de pèrdua de les explotacions agràries petites i mitjanes amb un alt vincle amb el territori i els seus recursos.

La pèrdua de valor afegit de les explotacions agràries familiars implica un distanciament cada vegada major del producte final i del contacte amb el consumidor. En aquest sentit, les poques famílies pageses que resisteixen es dediquen, la gran majoria, a treballar per la cadena agroindustrial a la qual li subministra la matèria primera. Al mateix temps, també hi ha un nombre petit però creixent de pagesos i pageses que estan dedicant esforços a produir per al mercat local.

En treball de diagnosi que resumeix el present document se centra en identificar quines són les oportunitats de la pagesia vinculades al producte local i a l'ecosistema que genera en relació al valor afegit de la producció agrària. Les noves tendències dels productes quilòmetre zero o dels aliments ecològics, mostren com és possible orientar les produccions agràries locals vers activitats que connectin el territori per generar valor.

El paisatge del Pla de l'Estany és un dels principals atractius per l'activitat turística, i aquest és fruit de l'activitat agrícola, ramadera i forestal. Cal que la comarca es plantegi quins són els vincles entre la pagesia i el producte local, per tal de poder visualitzar estratègies de dinamització dels municipis rurals que generin ocupació, qualitat de vida i conservació del medi ambient.

1.2. Objectius

L'objectiu estratègic de l'estudi és elaborar una diagnosi del sector agrari del Pla de l'Estany a través del recull de dades secundàries, així com d'entrevistes a agents clau del territori i Taules de Treball municipals, amb la fita d'identificar l'estat actual i les oportunitats de futur del sector agrari com a motor estratègic de desenvolupament local a la comarca.

L'estudi es marca els objectius específics següents:

- Analitzar el sector agrari del Pla de l'Estany en termes d'ocupació, producció, i impacte econòmic, social i ambiental.
- Identificar la percepció dels principals agents estratègics del territori en relació al sector agrari de la comarca: estat actual i tendències de futur.
- Recollir els principals projectes referents en relació a la producció i la comercialització del producte local del Pla de l'Estany.
- Elaborar un primer document de referència que identifiqui les principals línies de treball estratègiques del sector agrari com a eix de desenvolupament econòmic del territori.

1.3. Metodologia

La metodologia de l'estudi s'ha estructurat en les fases següents:

Fase 1. Desenvolupament de les eines metodològiques

S'han definit les principals eines metodologies:

- Base de dades secundàries
- Base de dades primàries
- Qüestionari semiestructurat per agents estratègics
- Dinàmica a les Taules de Treball
- Disseny de la infografia

Fase 2. Anàlisi de les dades secundàries

S'ha portat a terme una anàlisi de les dades estadístiques més rellevants del sector agrari. Aquestes han estat:

- Cens agrari (2009)
- Cens Ramader de Catalunya (2016)
- Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (2016)
- Venda de Proximitat (2016)

Fase 3. Treball de camp

El treball de camp s'ha estructurat a partir de:

- Reunions de Coordinació amb el Consell Comarcal de Pla de l'Estany (1)
- Presentació al Consell d'alcaldes de Pla de l'Estany (2)
- Entrevistes en profunditat a agents estratègics (5)
- Taules de Treball amb els municipis (7)
- Sessió de participació i debat oberta a la ciutadania (1)

Fase 4. Redacció de la Diagnosi

La última fase de l'estudi ha consistit en la redacció d'un de la “**Diagnosi del sector agrari del Pla de l'Estany. Pagesia i Producte Local**” amb l'objectiu de realitzar una primera fotografia del sector agrari a la comarca i apuntar les principals línies estratègiques de treball per tal de fomentar que el sector agrari esdevingui un motor de desenvolupament rural endogen.

1.4. Resultats obtinguts

- Recull i anàlisi de dades secundàries relacionades amb el sector agrari de la comarca en format infografia per cada municipi i per a la comarca.
- Recull de projectes que s'estan duent a terme a d'altres territoris en l'àmbit agrari que poden servir de referència al Pla de l'Estany.
- Recull i anàlisi de la percepció dels principals agents estratègics del territori en relació al sector agrari.
- Recull dels principals projectes referents en relació a la producció i la comercialització del producte local del Pla de l'Estany.
- Identificació de les principals línies de treball a desenvolupar a nivell comarcal.
- Redacció de la Diagnosi del sector agrari del Pla de l'Estany. Pagesia i Producte Local.

2. Experiències d'altres territoris

El desenvolupament rural dels municipis agraris vinculats a la pagesia i el producte local, és una de les principals línies de treball dels territoris que es volen posicionar com a espais rurals d'alt valor afegit. El procés de reestructuració del sector agrari és una oportunitat perquè les empreses reorientin els seus models productius i posin en valor la riquesa dels productes locals i ecològics a través del foment dels canals curts de comercialització, així com de l'activitat turística vinculada a experiències de turisme vivencial.

En els darrers anys es donen dues tendències complementàries que reforcen aquest posicionament territorial: l'emergència d'una nova generació de pagesos i pageses que treballen produccions de molta qualitat vinculades al territori, així com una demanda creixent d'un consumidor que reclama cada vegada més productes ecològics, locals i de temporada. Els productes quilometro zero són una tendència nova que molts territoris estan aprofitant per desenvolupar les seves estratègies de desenvolupament local.

En aquest apartat s'exposen els casos de quatre comarques que treballen des d'una visió estratègica el vincle entre pagesia, producte local i turisme. La taula següent resumeix les dades més rellevants.

Taula 1: iniciatives comarcals agroalimentàries

| Comarca | Projecte | Persona de referència | Pàgina web |
|--------------------|------------------------|-----------------------|--|
| La Cerdanya | Origen Cerdanya | Carol Nabau | www.origencerdanya.cat |
| El Moianès | El Moianès ve de gust! | Teresa Soler | www.moianesmes.cat |
| El Ripollès | Producte del Ripollès | Mariona Rota | www.productesdelripolles.com |
| La Selva | Localitza | Moisès Jordi | www.selva.cat/localitza |

Font: elaboració pròpia, 2018.

2.1. La Cerdanya

La comarca de la Cerdanya és un territori de muntanya privilegiat per la seva geografia, el seu paisatge i la seva història. Com altres comarques del Pirineu, la Cerdanya és una terra de frontera, rica per la seva cultura i per les arrelades rutes socioeconòmiques que han marcat el segell de la seva identitat. Dividida administrativament entre les províncies de Girona i de Lleida, la població ceretana viu a cavall entre dues capitalitats, Puigcerdà i la Seu d'Urgell, i entre dues dinàmiques diferenciades: una vessant molt més turística i de segona residència a la zona gironina, i un caràcter més agrari vinculat a la terra en la zona lleidatana.

La Cerdanya és una comarca ramadera per excel·lència i és el territori de muntanya català que més terra conreable té a disposició de la seva pagesia. La seva geografia és un regal de la natura en tant que permet el desenvolupament d'activitats agràries que en altres comarques són impensables. Aquest és un dels valors que actualment s'estan treballant des de les administracions públiques i les empreses del sector per tal d'orientar una estratègia de desenvolupament socioeconòmic que permeti enfortir el teixit productiu agroalimentari, al mateix temps que creï sinergies amb la resta de sectors econòmics.

El teixit productiu ha estat conscient en els darrers anys de la necessitat de situar la producció agroalimentària en el discurs de dinamització socioeconòmica de la Cerdanya. És imprescindible per garantir un futur equilibrat, dinàmic i integrador, en el que la població local desenvolupi les seves capacitats productives al mateix temps que vetlli per una excel·lent qualitat de vida en un territori de muntanya privilegiat. Arran d'aquesta necessitat el Consell Comarcal de la Cerdanya disposa des del 2017 d'un Pla estratègic agroalimentari dinamitzat per una tècnica especialista.

El desplegament de les accions ha permès dinamitzar la creació de l'associació **Origen Cerdanya**, formada per ramaders, agricultors, recol·lectors, elaboradors, restauradors, hostalers i comerciants de la Cerdanya que s'han unit amb l'objectiu comú de donar a conèixer els productes i plats sota el paraigua d'una marca de garantia que els identifica de manera conjunta.

Els socis d'Origen Cerdanya volen donar a conèixer el que fan i com ho fan, volen explicar als consumidors el motiu pel qual els productes i la cuina de la Cerdanya tenen aquesta gran qualitat que els caracteritza. Conscients que la Cerdanya és

2.2. El Moianès

El Moianès és una comarca de recent creació que està explorant diferents oportunitats per organitzar el seu teixit empresarial. Tradicionalment, el sector agrari es veu representat per una diversitat important d'orientacions productives, des d'explotacions agrícoles i ramaderes que produeixen vedella, porc, aviram, fins a la gran tradició de cansaladers, forners, pastissers, xocolaters, formatgers i elaboradors de productes derivats de la soja, fins a distribuïdors i restauradors especialitzats en aquests productes de qualitat.

El territori identifica alguns reptes estratègics com per exemple aconseguir la valorització dels productes de proximitat, millorar la professionalització del sector, millorar la comercialització dels productes o promoure l'esperit empresarial. Per tal de caminar cap aquest objectius territorials cal que el sector i el territori estiguin organitzats i tinguin una estratègia de planificació que permeti anar millorant els indicadors de l'activitat econòmica de la nova comarca.

En aquest sentit, el Consorci del Moianès ha creat la Marca **El Moianès ve de gust**, que ha afavorit que, en els darrers anys, els productes de la comarca i els plats que se'n deriven s'hagin convertit en un important element turístic i en un dinamitzador econòmic per als municipis del Moianès. Al voltant d'aquests productes de qualitat del territori s'ha dissenyat la campanya **Tasta'm**. A la web es defineix com “Tasta'm és una manera de conèixer més i millor els productes del Moianès. Tasta'm és una eina al servei dels productors del camp i dels oficis de l'alimentació. Tasta'm és una manera d'entendre la relació entre el productor i el consumidor. Tasta'm és un marc per posar els productes d'excel·lència a la taula gastronòmica. Tasta'm és una experiència que ve de gust i va de Moianès. Tasta'm és una campanya impulsada pel Consorci del Moianès.

A través del projecte Moianès ve de gust, es realitzen tot un seguit d'accions emmarcades en els eixos de 1) Formació, 2) Promoció i Sensibilització, 3) Assessorament, 4) Dinamització turística, 5) Cooperació i 6) Comunicació.

Algunes de les accions que s'han portat a terme en els darrers anys han estat vinculades a sessions formatives en el marc de la campanya Tasta'm així com dels productes del Moianès als restaurants. També s'han organitzat tallers de cuina, tant per la ciutadania com per a professionals per tal de promoure el producte local.

Un altre eix de treball són les fires agroalimentàries i turístiques. El Consorci del Moianès participa en moltes fires locals i catalanes per tal de promoure el producte local inclòs al Tasta'm.

En relació a la promoció s'ha editat un el Catàleg "Tasta'm, productors, elaboradors i distribuïdors del Moianès", amb el que s'han fet dissenyat una expositors Moianès ve de gust per tal de donar a conèixer la marca.

També es treballen accions vinculades a la ciutadana i les escoles com un Projecte de L'hort a la Plaça, accions de sensibilització a les Escoles i Instituts, introducció de productes de la terra als actes institucionals, treball de cartes amb productes de la terra als restaurants o participació en la Setmana Bio del DARP.

Des d'una vesant més turística es treballa amb Ecomuseu, així com amb la creació de rutes temàtiques: ruta del gel i ruta de la pedra seca. Es fa promoció conjunta des de l'àrea de turisme, promoció econòmica i agroalimentari.

En relació a la dinamització dels agents agroalimentaris, s'han organitzat Networking empresarial "Productes de la Terra", la constitució de la Xarxa Fòrum i l'adhesió a la Xarxa de Productes de la Terra.



2.3. El Ripollès

L'Agència de Desenvolupament del Ripollès promou des de l'any 2006 la marca de garantia **Producte del Ripollès**. Des de llavors ha desenvolupat una tasca intensa de dinamització del sector, ha generat una imatge de qualitat de la marca, ha fomentat una dinàmica de cooperació entre les persones que en formen part, ha publicat una "Guia dels productes agroalimentaris del Ripollès", ha editat el catàleg d'experiències de turisme vivencial "Vine a Pagès!" i manté una pàgina web activa i dinàmica, entre moltes altres accions.

El Ripollès és un territori ramader molt focalitzat en la cria de vedells en extensiu. La major part de les explotacions agràries i del nombre de camps de bestia són de boví de carn. El model actual, induït per l'aplicació de les polítiques agràries així com per les noves tendències socioeconòmiques, ha configurat un model agrari de muntanya en el que no es produeix producte local per ésser venut directament al consumidor final i retenir d'aquesta manera el valor econòmic en el territori. La majoria de ramaders crien animals que no acaben engreixant, passa sobretot amb el boví, però també amb l'oví i l'equí. Sota aquest model la visió estratègica de desenvolupament local queda molt limitada.

Aquest va ser un dels arguments pels quals va néixer la marca de garantia Producte del Ripollès, per tal de diversificar les orientacions productives i d'augmentar el nombre i la tipologia de productes que arribin directament al consum final. Per tal de fomentar el producte local, cal que tota la cadena de valor funcioni i estigui ben articulada. Per tant, tots els agents són rellevants des de la producció, passant per l'escorxador, les carnisseries i el consumidor final. En aquest sentit, cal que les estructures comercials estiguin ben articulades per poder donar sortida al producte, i tenir clars quin són els canals que permeten arribar a bon port. En aquesta i altres línies, es treballa des de l'Agència de Desenvolupament del Ripollès.

Les principals línies de treball de l'àrea d'agroalimentari són el suport a l'Associació Producte del Ripollès, la formació i transferència de coneixement, així com accions estratègiques per al foment d'una nova generació de pagesia. al mateix temps, es treballa de manera molt directa amb l'Aula d'Hostaleria del Ripollès, amb el concepte de Cuina de Muntanya, per tal de posar en valor el paper dels restaurants i dels productors en el territori. Un dels darrers projectes de col·laboració ha estat l'obertura del blog "El Ripollès a Taula", en el que es

comparteixen receptes elaborades amb producte local, tant per restaurants, com per ciutadans que participen d'un concurs, com per l'alumnat de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès (<http://www.productesdelripolles.com/bloc>).

La marca de garantia "Producte del Ripollès" identifica els productes agroalimentaris produïts, transformats i/o elaborats a la comarca del Ripollès. Alhora, aquesta marca indica una qualitat superior del producte, ja que per portar el distintiu "Producte del Ripollès" a l'etiqueta s'ha d'haver sotmès a un sistema de control de qualitat per part de l'Agència de Desenvolupament del Ripollès i complir les condicions del Reglament d'Ús Específic per a cada producte determinat. Comprar productes amb la marca de garantia "Producte del Ripollès" garanteix l'origen dels aliments així com una qualitat excel·lent. A més, amb la seva compra es contribueix al desenvolupament de l'economia del nostre territori i al manteniment de races autòctones com l'ovella ripollesa, la vaca bruna dels Pirineus i el cavall pirinenc català.

Un dels darrers projectes de la marca de garantia Producte del Ripollès, ha estat l'edició del catàleg d'experiències de turisme vivencial **Vine a Pagès!**. En aquest es mostra el vincle entre la pagesia i el l'activitat turística a la comarca. El turista pot reservar activitats de descoberta del món de la llet, els formatges o la cervesa artesana. Aquesta tipologia d'activitats és cada vegada més demandada per una part del públic urbà que desconeix la realitat del món rural i que desitja fer activitats de lleure i descoberta amb la família o els amics.



2.4. La Selva

La Selva és una comarca molt diversa que s'estén des del mar fins a les muntanyes. Presenta una gran varietat de paisatge agraris i per tant una gran varietats de produccions vinculades a la terra. Al mateix temps és una comarca amb una important activitat turística, sobretot vinculada als municipis més costaners, i en els últims anys també a l'activitat rural de la plana i els territoris de muntanya.

Per tal de promocionar els productes del territori, la pagesia i l'activitat turística, des de l'àrea de Promoció Econòmica del Consell Comarcal de La Selva es treballa des de l'any 2016 amb el projecte **Localitza** amb l'objectiu estratègic de connectar els productes agroalimentaris i el turisme de la comarca de la Selva. Aquesta iniciativa vol millorar la comercialització dels productes agroalimentaris de la Selva a l'àmbit turístic i fomentar, d'aquesta manera, la diferenciació dels establiments.

El públic objectiu amb que es treballa on tant productors agroalimentaris que volen ampliar el seu mercat al sector turístic, com establiments turístics que busquin oferir un valor diferencial als seus clients, agents turístics que treballen amb visitants interessats en productes i experiències singulars o altres agents que poden aportar millores i innovacions entorn dels productes agroalimentaris. Des del Consell Comarcal de la Selva es dona suport al reforçament de productes genuïns, únics i exclusius, localitzats en els municipis de la Selva com per exemple el salsafí, l'avellana, el cava, la gamba de Blanes o la ratafia, garants d'una excel·lència que els posiciona com a recursos estratègics per articular activitats de desenvolupament local.

Algunes de les actuacions que s'han portat a terme des del 2016 són la detecció d'oportunitats i barreres comercials a través de la caracterització dels productes i la demanda dels establiments, l'adaptació del producte al mercat turístic mitjançant solucions tecnològiques i estratègies de màrqueting, la generació de cadenes de valor comercial, relacions empresarials i experiències pilot entre tots els participants, la innovació en nous productes, usos i públics turístics a través dels tallers d'innovació i de difusió de les propostes, així com la millora de l'ocupació de les persones en l'àmbit de la producció, transformació o comercialització del producte local.

Una de les darreres accions ha estat la publicació del **Catàleg de Productors de la Selva**, en el que es recull la informació sobre 33 productors i elaboradors agroalimentaris de la comarca de la Selva que participen al projecte “Localitza. Productes de la Selva” impulsat pel Consell Comarcal. Es tracta de productors i elaboradors que formen part de circuits directes o curts de comercialització, és a dir que fan venda directa o amb un sol intermediari, ja sigui en establiments minoristes, agrobotigues, establiments de turisme rural o de restauració.

L’objectiu del Catàleg és millorar el coneixement i la visibilitat d’aquests petits productors i elaboradors per tal de millorar la seva comercialització. S’adreça especialment a comercialitzadors, petits distribuïdors, restauradors o empresaris turístics que volen incorporar aquests productes de proximitat però que, molt sovint, no els coneixen ja que no s’integren dins dels circuits de la gran distribució.

Els productors estan classificats en 9 grans sectors: aviram i ous, begudes, carns i embotits, fruita, fruits secs, horta, làctics, pa i pastisseria i olis, salses i conserves. Cada productor disposa d’una petita descripció de la seva activitat i de les dades de contacte. Així, l’objectiu del Catàleg no és descriure en profunditat cada un dels productes sinó mostrar-ne la informació bàsica que faciliti el contacte posterior entre el comercialitzador i el productor.

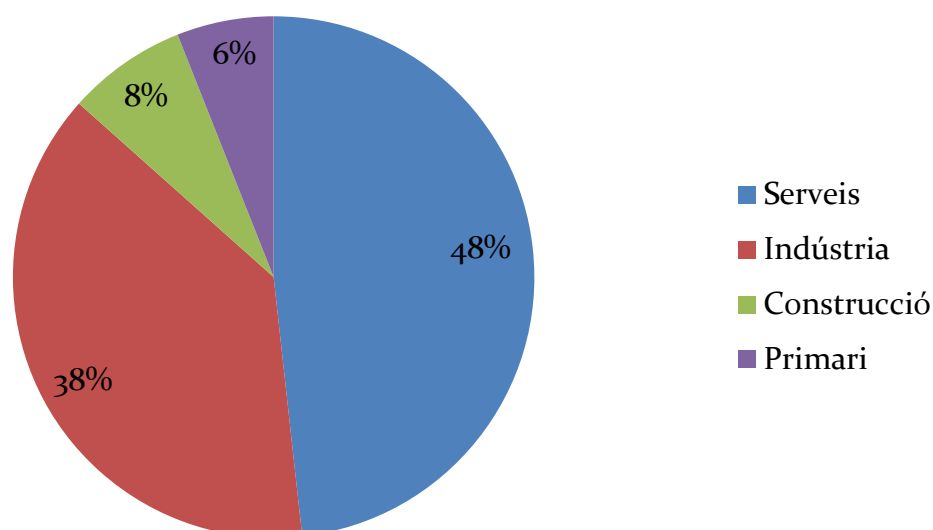


3. Context dels sectors agrari i turístic al Pla de l'Estany

3.1. Sector agrari

La comarca del Pla de l'Estany és un territori agrari. Els seus paisatges, els nuclis rurals i l'activitat de la pagesia encara es manté present en el dia a dia de la població de tots els municipis. Tot i així, el pes de l'activitat agrària (agrícola, ramadera i forestal), és cada vegada més reduït. El sector serveis agafa protagonisme amb un 48,2% del PIB 2015, seguit de l'industrial (38,3%), la construcció (7,4%) i finalment el primari amb un 6% del PIB l'any 2015. Val a dir que la mitjana del PIB català és del 0,9% i que Pla de l'Estany ocupa la posició 11 en relació a les comarques amb un valor percentual més elevat del sector primari.

Figura 1: pes del PIB comarcal, Pla de l'Estany 2015.



Font: anuari comarcal BBVA, 2017.

En aquest sentit, les darreres dades d'empresa i ocupació de 2017 també mostren com el pes del sector agrari a la comarca és del 3,71% en relació al percentatge d'empreses del sector, d'un 3,1% en relació als assalariats agraris i del 8,1% dels autònoms en relació als autònoms totals. Un pes relativament important si es compara amb altres territoris.

Mapa 1: ocupació agrària, Pla de l'Estany 2017

L'anàlisi per municipis de les dades d'ocupació dona com a resultat el mapa següent en el que s'observa com Camós, Sant Miquel de Campmajor i Vilademuls presenten més del 25% de la seva ocupació en el sector agrari, mentre que altres municipis com Banyoles, Crespjà, Palol de Revardit i Serinyà, no arriben al 2,5%. Aquestes dades mostren un pes desigual del sector agrari envers la resta de sectors econòmics. Aquestes diferències marquen una complementaritat entre diferents tipologies de municipis, que s'identifica com a estratègica en les propostes d'actuació.



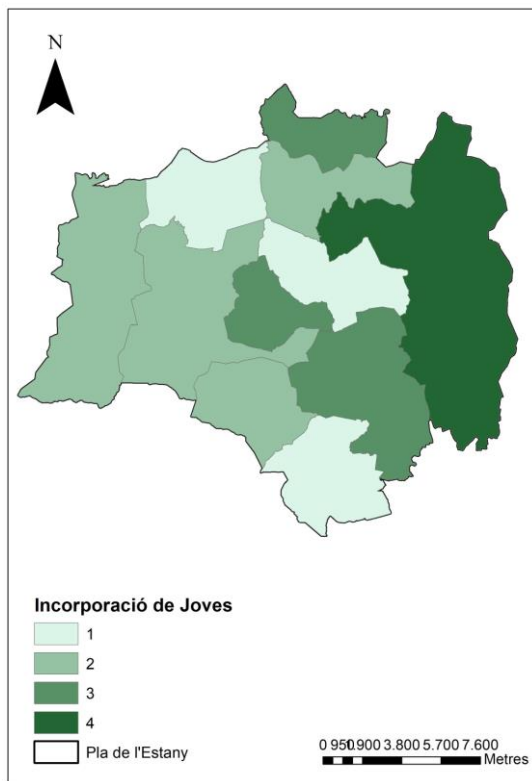
En relació a l'estructura d'edats dels titulars d'explotacions agràries a Pla de l'Estany, les dades de 2009 mostren com només el 5,7% són menors de 35 anys, mentre que el 25,2% tenen més de 65 anys. Aquesta estructura desigual mostra l'envelliment de la població agrària, fet que condiciona el futur desenvolupament agrícola i ramader de la comarca.

En relació al rejuveniment del sector, es recullen les dades de primera instal·lació de joves en els darrers deu anys (2008-17)¹. Aquestes són un indicador del dinamisme en relació al relleu generacional, tenint en compte que només una part dels joves que s'incorporen al sector accedeixen a aquesta mesura impulsada per Programa de Desenvolupament Rural de Catalunya a través del DARP.

¹ L'ajut de primera instal·lació de joves agricultors i agricultores té per objectiu fomentar la creació d'empreses agràries per part de persones joves, sempre que aquestes accedeixen per primera vegada a la titularitat d'una explotació agrària, adquirint la responsabilitat de la gestió de l'empresa de forma exclusiva en el cas d'instal·lació en persona física, o com a soci o sòcia d'una persona jurídica.

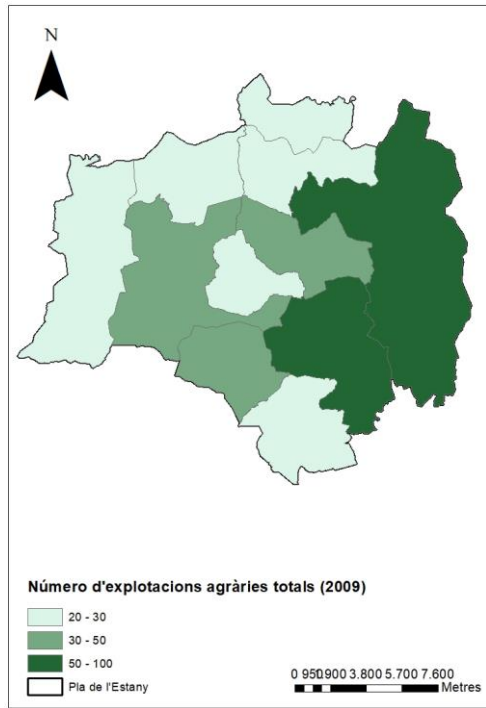
Mapa 2: primera instal·lació jove agricultor, Pla de l'Estany 2008-17.

En els darrers 10 anys, s'han instal·lat amb l'ajut del DARP un total de 24 joves. Tal i com mostra el mapa, el municipi en que s'han incorporat més persones joves és Vilademuls (4), seguit de Banyoles (3), Cornellà del Terri (3) i Crespià (3). D'aquests, el 87% són homes i el 13% són dones. Els sectors majoritaris en els que s'incorporen són boví i porcí, així com en conreus extensius. També destaquen alguns joves que s'aventuren a fer coses diferents com per exemple llúpol o nous, aquests són en major part joves sense orígens agraris que proven sectors atípics a la comarca.

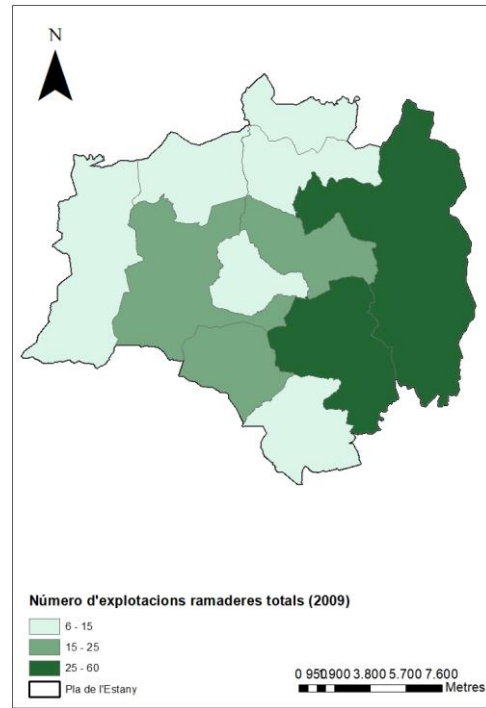


En relació al nombre d'explotacions agràries al Pla de l'Estany, el cens de 2009 en comptabilitza 460, repartides per tot el territori, amb un pes específic de Cornellà del Terri (99) i Vilademuls (99). Els municipis amb menys explotacions agràries són Serinyà (20) i Crespià (24). Si d'aquestes ens fixem només amb les que tenen ramaderia (248), s'observa que els municipis de Cornellà del Terri (56) i Vilademuls (54) continuen sent els que tenen un major nombre d'explotacions; així com també es posen de manifest els municipis que tenen un nombre més reduït d'explotacions ramaderes com són Serinyà (12), Banyoles (14) i Esponellà (14). Els mapes 3 i 4 ho exemplifiquen.

Mapa 3: nombre d'explotacions agràries, Pla de l'Estany 2009.



Mapa 4: nombre d'explotacions agràries, Pla de l'Estany 2009.



Aquesta distribució territorial, que marca el cens agrari de 2009, és la que es repeteix en la major part de subsectors agraris. Es constata al llarg de la diagnosi agrària que Cornellà del Terri i Vilademuls, absorbeixen el gruix més important d'activitat agrària a la comarca de Pla de l'Estany. La seva geografia i la seva tradició agrària fan que actualment siguin els dos municipis que presenten un volum més gran d'explotacions agràries i d'activitat vinculada a la pagesia.

En segon lloc, s'identifiquen els municipis que rodegen la capital, Banyoles, com els que mantenen una activitat "intermèdia" en termes agraris. Aquests són Camós, Fontcoberta i Porqueres. En aquests municipis es manté una activitat agrícola i ramadera important, i també s'hi situa molta de l'activitat agroindustrial de la comarca.

Finalment, hi ha els municipis amb un volum d'explotacions agràries més reduït, com són Crespià, Esponellà, Palol de Revardit, Sant Miquel de Campmajor i Serinyà. Aquest fet no vol dir que el sector no sigui important per municipi, si no

que el seu pes específic a la comarca és més petit que les altres tipologies de municipi.

Pel que fa a l'orientació tecnicoeconòmica, al Pla de l'Estany predominen les explotacions classificades con Agricultura General (176), seguides de Granívors (123) i Herbívors (83). Aquestes dades mostren una gran quantitat d'explotacions dedicades a treballar la terra, sobretot cereals i farratges; un pes molt important del sector porcí i aviram; així com una bona representació d'explotacions de boví, oví i cabrum. En canvi, les orientacions que mostren un nombre menor són Policultius (5) i Horticultura (9).

La taula següent mostra la distribució de la superfície conreada a partir de dades de la DUN 2017, en que es pot observar com el conreu majoritari és el blat, seguit d'altres farratges i ordi. Destaquen 68 hectàrees de nogueres comercials, la més gran de les comarques gironines, mentre que la part de fruita dolça i horta és gairebé inapreciable.

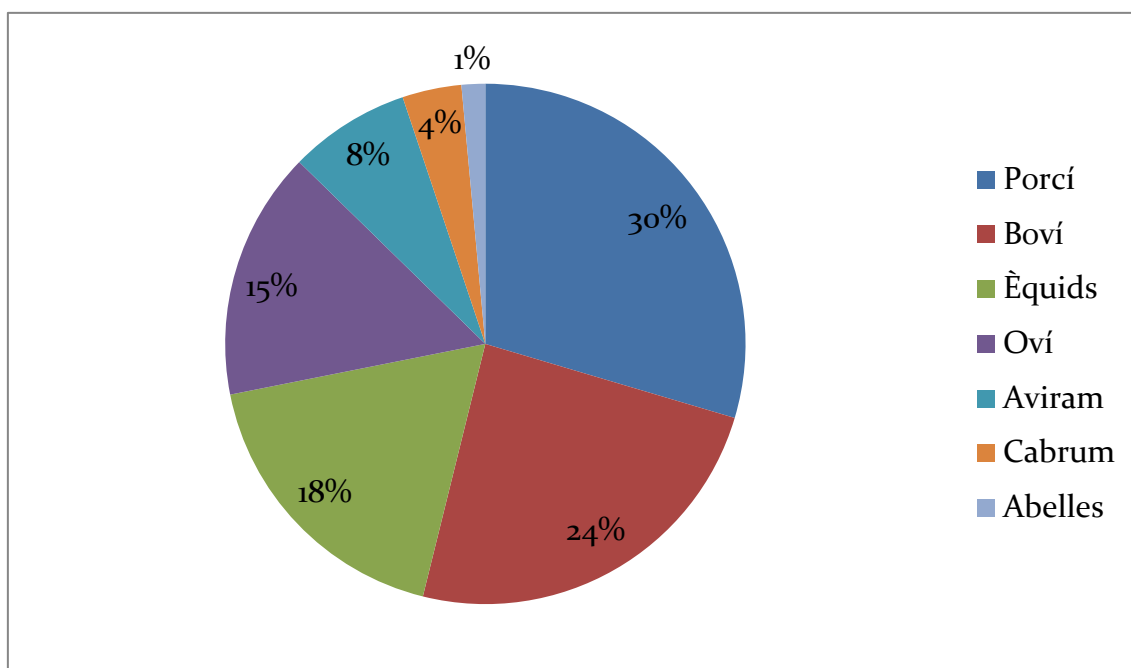
Taula 2: distribució de la superfície conreada, Pla de l'Estany 2017.

| Conreus | Extensió comarcal (hectàrees) |
|------------------------------------|-------------------------------|
| Blat | 2.135 |
| Altres farratges | 1.887 |
| Ordi | 1.499 |
| Colza | 830 |
| Userda | 714 |
| Altres cereals | 230 |
| Blat de moro farratger | 162 |
| Girasol | 160 |
| Proteaginoses | 150 |
| Fruita seca comercial (Nogueres) | 68 |
| Olivera + Vinya + altres llenyosos | 53 |
| Blat de moro gra | 10 |
| Fruita dolça comercial | inapreciable |
| Horta comercial | inapreciable |

Font: DARP, 2017.

Aquesta distribució de la superfície agrària marca d'una manera molt clara que l'orientació productiva de la comarca és ramadera. El nombre i diversitat de granges és molt elevat per la reduïda superfície comarcal. Per complementar la visió del cens agrari de 2009, s'afegeix una anàlisi de la capacitat ramadera amb dades de 2016². Aquesta és més actualitzada i permet fer un enfocament per subsectors que ens mostra una visió més fidel a la realitat agrària al Pla de l'Estany. El gràfic següent mostra la distribució del nombre d'explotacions a la comarca.

Figura 2: nombre d'explotacions ramaderes per tipologia, Pla de l'Estany 2016.

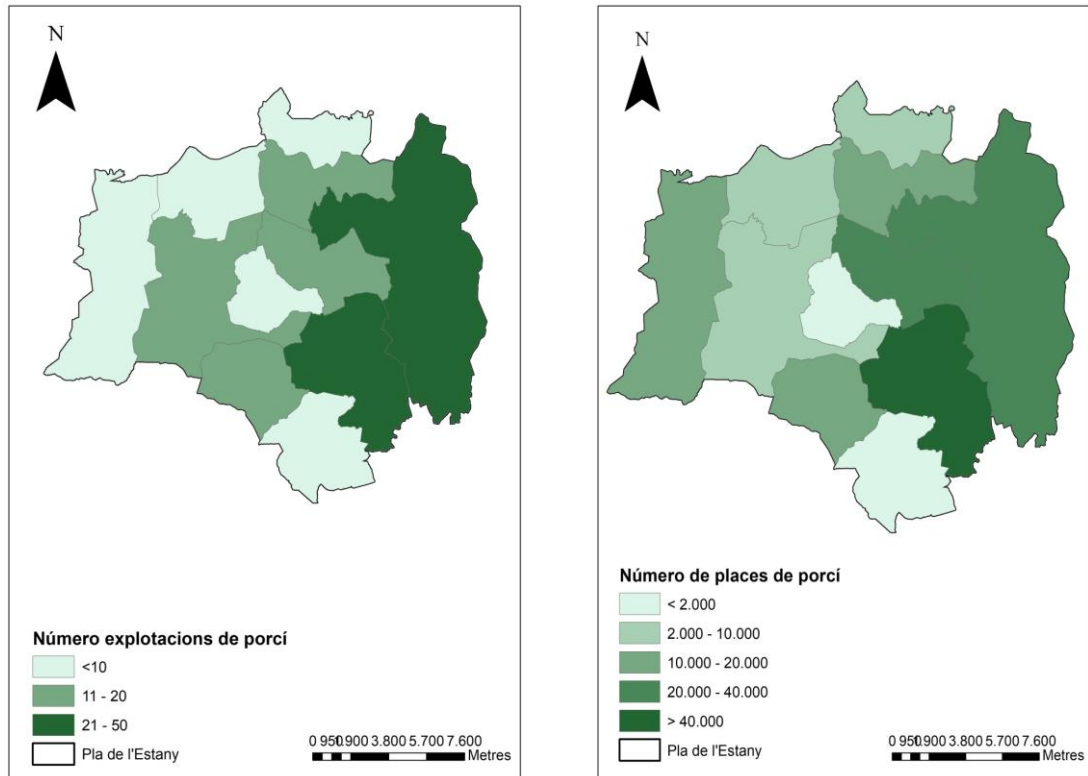


Font: SIR, 2017.

El gràfic anterior mostra com el 30% de les explotacions ramaderes de la comarca són porcines, seguides d'un 24% bovines. Aquests són els dos subsectors més rellevants pel que fa al nombre d'explotacions i a la dinàmica agroindustrial de la comarca. En relació als èquids (18%), cal tenir en compte que malgrat es contempla com una activitat ramadera, la majoria d'aquestes instal·lacions estan dedicades a l'oci. Els mapes següents mostren la distribució a la comarca, tant del nombre d'explotacions ramaderes com de la capacitat d'aquestes.

² Als annexos es pot trobar un detall de la informació de les explotacions ramaderes, per tipologia i per municipi de les dades del Sistema d'Informació Ramadera (SIR) 2016.

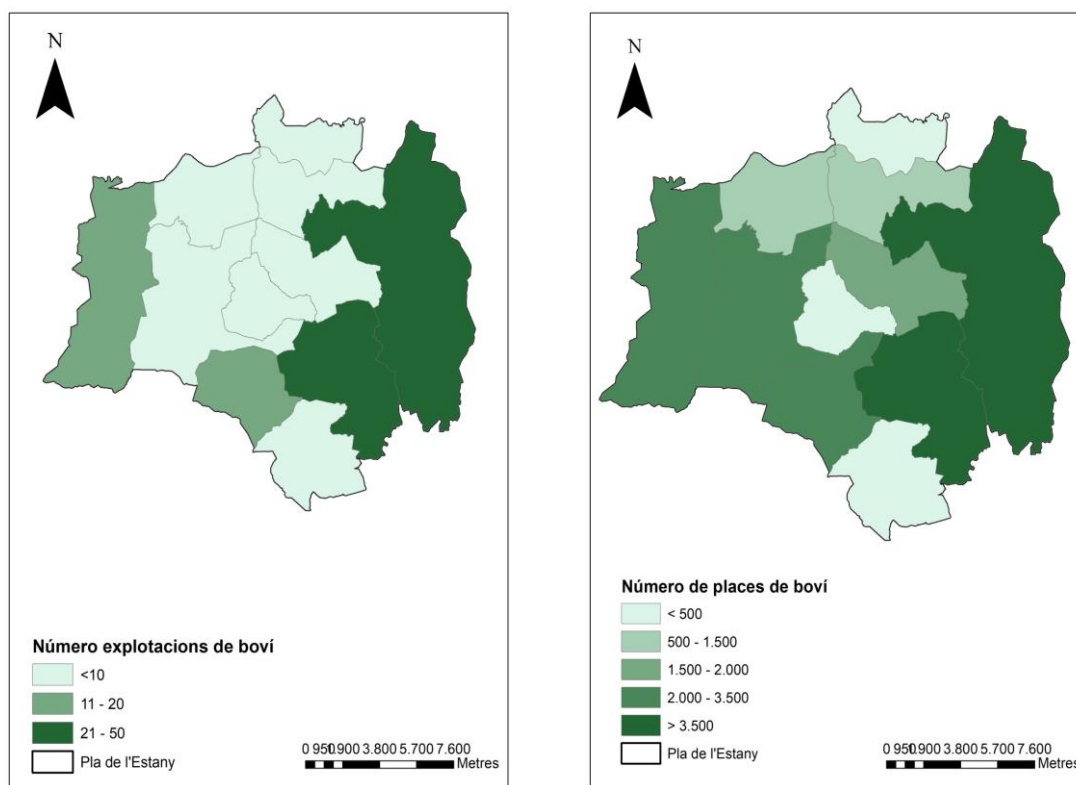
Mapa 5: nombre d'explotacions i places de porcí per municipi, Pla de l'Estany 2016.



El total d'explotacions porcines al Pla de l'Estany és de 161 amb un total de 185.581 animals. La distribució comarcal del nombre d'explotacions ramaderes se centra en els municipis de Cornellà del Terri (46) i Vilademuls (33), mentre que altres municipis com Banyoles (4), Palol de Revardit (5), Serinyà (5), Crespjà (6) i Sant Miquel de Campmajor (6), en tenen menys de 10. Per altra banda, el nombre de places totals es concentren també als municipis de Cornellà del Terri i Vilademuls, territoris en que l'activitat ramadera és més present.

A aquests indicadors es pot afegir, també la mitjana d'animals per explotació ramadera. Per al Pla de l'Estany és de 1.153 porcs per granja, essent Fontcoberta (2.056) i Sant Miquel de Campmajor (1.936) els que té un nombre més elevat; mentre que Banyoles (136) i Palol de Revardit (339) són el que tenen una intensificació més baixa.

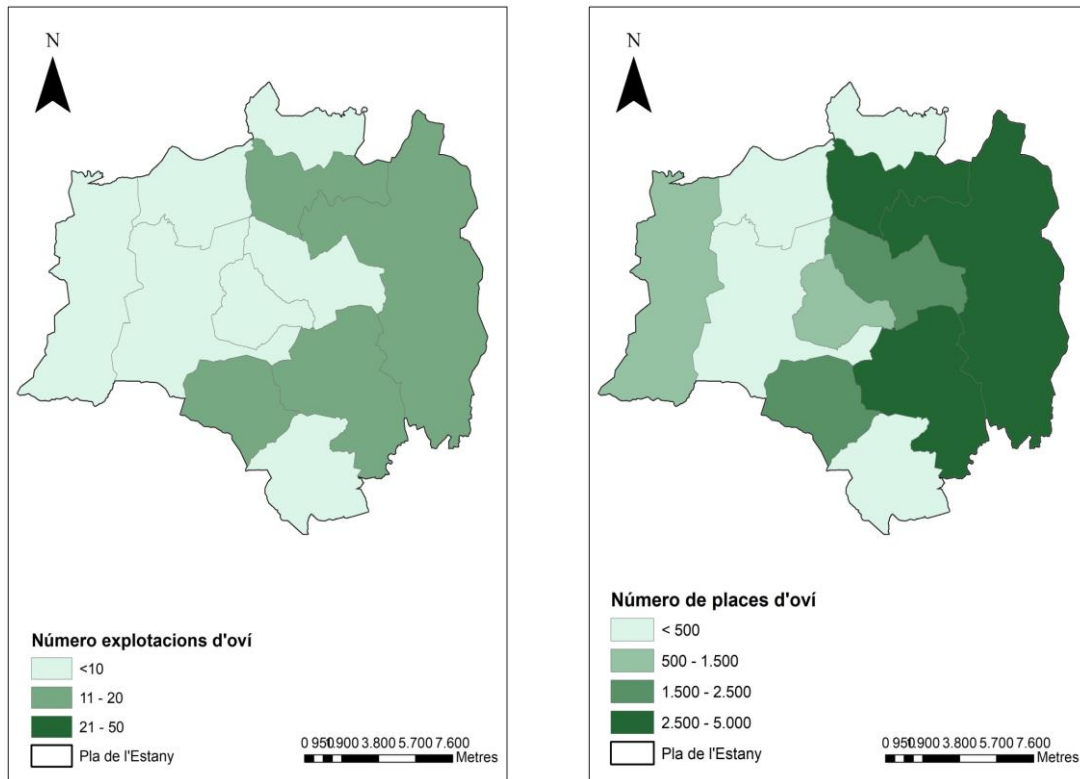
Mapa 6: nombre d'explotacions i places de boví per municipi, Pla de l'Estany 2016.



Al Pla de l'Estany hi ha 132 explotacions bovines i 25.885 animals, entre boví de llet i de carn. Aquestes es concentren majorment als municipis de Cornellà del Terri (33) i Vilademuls (30), seguit de Sant Miquel de Campmajor (16) i Camós (15). S'observa com altres municipis com Banyoles (4), Palol de Revardit (4) o Serinyà (5), no tenen una representació tant significativa.

Pel que fa la intensificació, són els municipis de Porqueres (368) i Serinyà (280) els que presenten una major concentració de caps de bestiar per explotació bovina, i Palol de Revardit (104) i Banyoles (124) les que en tenen menys. La mitjana per a tota la comarca és de 196 animals per granja bovina.

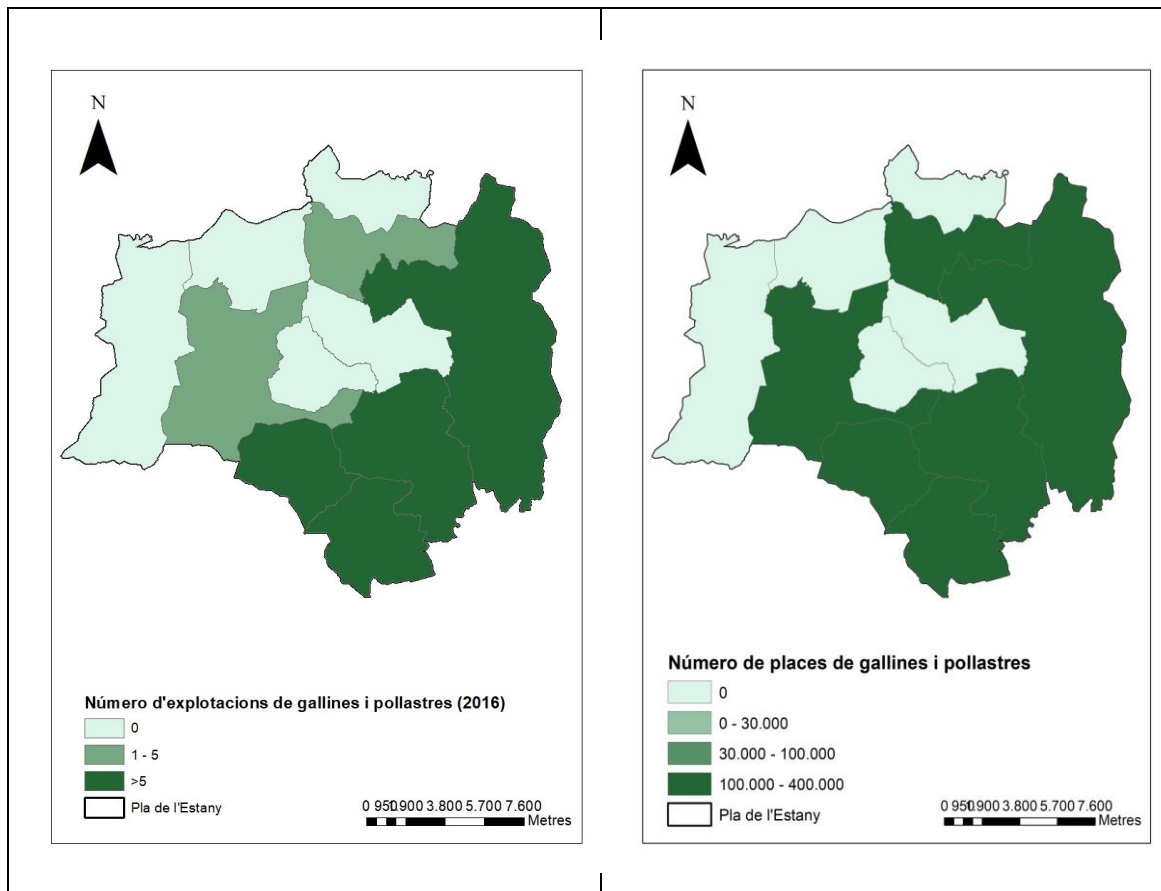
Mapa 7: nombre d'explotacions i places d'oví per municipi, Pla de l'Estany 2016.



Pel que fa a les explotacions ovines, hi ha 84 explotacions i 19.238 places. Aquestes, seguint el patró del porcí i el boví, també es concreten a la zona de Cornellà del Terri (16) i Vilademuls (15), així com de Camós (11) o Esponellà (11). En relació a les places (19.238 per a Pla de l'Estany) també es concentren en aquesta zona, tal i com es mostra al mapa.

En relació al nombre d'animals per explotació ramadera, la mitjana per la comarca és de 229, essent Esponellà (342), Fontcoberta (298) i Sant Miquel de Campmajor (297) els municipis que presenten més intensificació, i Palol de Revardit (25) i Porqueres (32), els que menys.

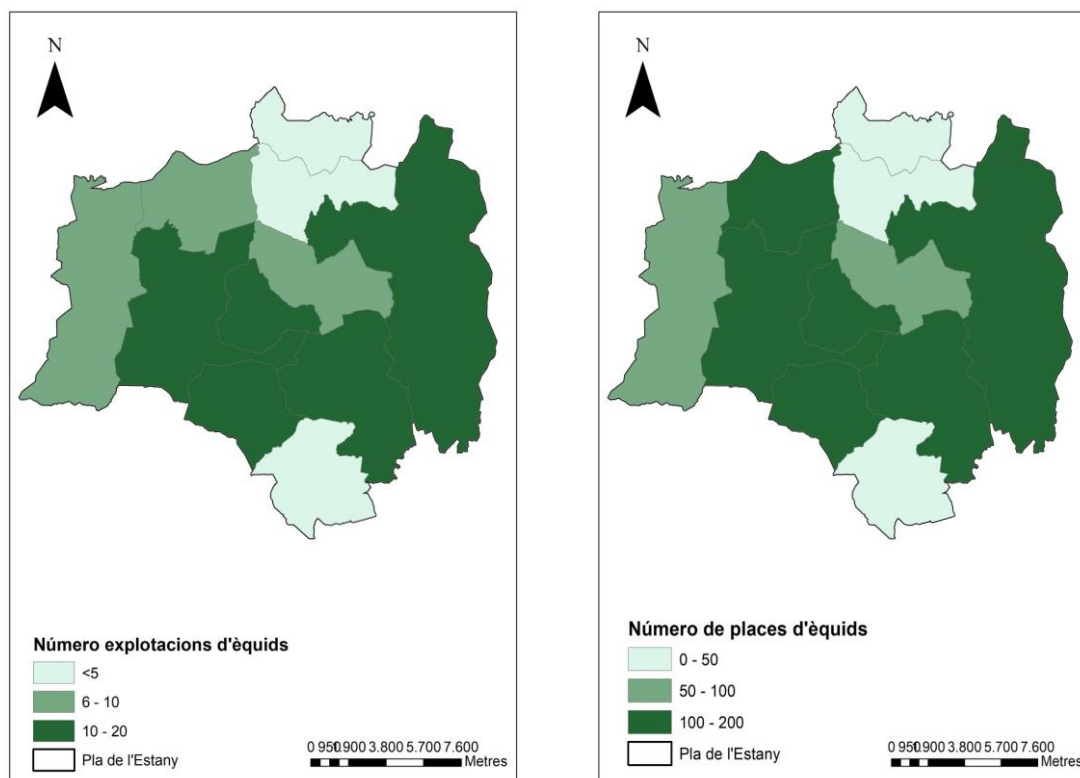
Mapa 8: nombre d'explotacions i places de gallines i pollastres per municipi, Pla de l'Estany 2016.



En relació a l'aviram, a la comarca de Pla de l'Estany hi ha 41 explotacions, repartides de manera desigual en el territori. Cornellà del Terri (12), Palol de Revardit (8), Vilademuls (7) i Camós (6), són els municipis que concentren un major nombre de granges; mentre que altres com Banyoles, Crespià, Fontcoberta, Sant Miquel de Campmajor i Serinyà, no en tenen cap.

La capacitat total de la comarca és de 720.100 animals, amb una mitjana de 17.586 animals per granja. La major concentració es troba a Palol de Revardit (46.373) i la més baixa a Cornellà del Terri (6.152).

Mapa 9: nombre d'explotacions i places d'èquids per municipi, Pla de l'Estany 2016.



Al Pla de l'Estany hi ha 98 explotacions ramaderes d'èquids, la gran majoria per activitats d'oci. Tal i com mostra el mapa, la distribució és diferent que per als altres subsectors, ja que la distribució, tant de les explotacions com de les places es reparteix de forma més equilibrada en la major part de municipis de la comarca.

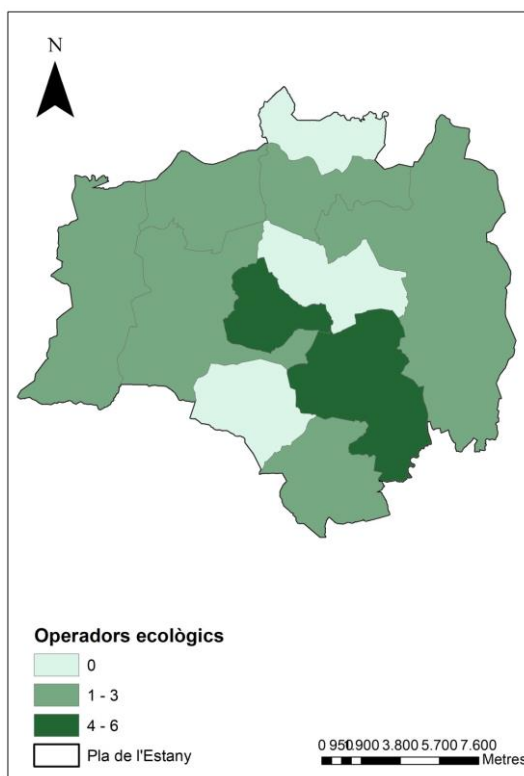
La mitjana del nombre d'animals és de 12 per a Pla de l'Estany, sent Serinyà (20) i Banyoles (16) els que tenen una major concentració, i Esponellà (4) i Palol de Revertit els que en tenen menys (4).

En relació al producte local, hi ha dos indicadors que són rellevants: la producció ecològica i la venda de proximitat. Per tal de fer un acostament a aquesta realitat s'analitzen les dades del Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE)³, així com les que facilita la DUN sobre aquells productors que s'adhereixen al segell de venda de proximitat.

Mapa 10: nombre d'operadors ecològics per municipi, Pla de l'Estany 2017.

El nombre total d'operadors ecològics a la comarca de Pla de l'Estany és de 25. Aquests es reparteixen tal i com mostra el mapa següent, amb un nombre lleugerament superior a Cornellà del Terri (6) i Banyoles (5). També s'observa que hi ha municipis com Camós, Crespià i Fontcoberta en que no hi ha cap operador ecològic donat d'alta al CCPAE.

D'aquests 25, n'hi ha 8 productors que són ramaders de vaquí carn (4), vaquí de llet (2), oví i cabrum de carn (1) i aviram de posta (1). En relació als conreus s'identifiquen cereals i lleguminoses per gra (7), horta (2), olivera (2) i llavors i viviers (1).



Pel que fa a l'activitat industrial ecològica, a la comarca hi ha 11 operadors donats d'alta, que inclouen una diversitat important d'activitats com per exemple elaboració de farines, manipulació i envasats d'hortalisses o una sala d'especejament. La taula següent mostra el detall d'aquestes dades.

³ A l'Annex s'adjunten taules resum dels operadors ecològics de la comarca de Pla de l'Estany.

Taula 3: operadors ecològics, Pla de l'Estany 2017

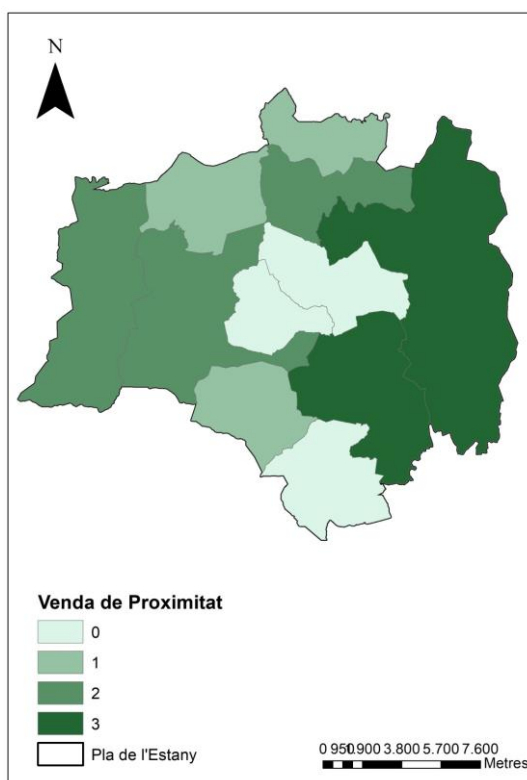
| Municipi | Orientació productiva | Nom de l'operador |
|--------------------------------------|---|--------------------------------------|
| Banyoles | Manipulació, elaboració i envasament de fruits secs | Induxtra de suministros llorella, SA |
| Banyoles | Escorxadors i sales d'especejament | Especialitats costa, SLU |
| Banyoles | Fabricació de productes per alimentació animal | Nutrex pinsos, SL |
| Banyoles | Cereals i lleguminoses per a gra | Inpra, SA |
| Banyoles | Elaboració i envasament d'espècies i condiments | Colleldeval SLU |
| Banyoles | Manipulació, envasament i transformació de grans | Agri-Energia, SA |
| Cornellà del terri | Cereals i lleguminoses per a gra | Xavier Juliol Garriga |
| Cornellà del terri | Cereals i lleguminoses per a gra | S.a. transformadora Suis |
| Cornellà del terri | C. hortalisses | Raul Dalmau Figueras |
| Ravós del terri - Cornella del terri | Cereals i lleguminoses per a gra | Mas Casademont, SCP |
| Cornellà del terri | Indústria del cacau, xocolata i confiteria | Chocolates Torras SA |
| Esponellà | Panificació i pastisseria | Maria Teresa Castellà Bosch |
| Esponellà | Oliveres | Enric Murio Eguiguren |
| Esponellà | Oliveres | Georges Damien Oliveres - |
| Palol de Revardit | Vaquí | Colom, SCP |
| Porqueres | Comercialització i/o distribució | D'Angels 1908 SLU |
| Porqueres | Vaquí | Josep Maria Badia Pararols |
| Porqueres | Oví | Albert Camprubí Teixidó |
| Sant miquel de Camprodon | Vaquí | Solibu, SL |
| Sant miquel de Camprodon | C. hortalisses | Biorica, SC |
| Serinyà | Llavors i vivers | Francisco Javier Alsius Dalmau |
| Serinyà | Comercialització i/o distribució | l'Ou de l'estany, SL |
| Vilademuls | Cereals i lleguminoses per a gra | Hinomaki / Ecotitot, SCP |
| Vilademuls | Cereals i lleguminoses per a gra | Jaume Casademont Girgas |
| Ollers | Cereals i lleguminoses per a gra | Rosa Maria Pujol Miralles |

Font: CCPAE, 2017

En relació a la venda de proximitat, les dades que facilita el DARP són les que es marquen a la DUN per tal de formar part del segell de venda de proximitat⁴. La venda de proximitat es defineix com la venda de productes agroalimentaris, procedents de la terra o de la ramaderia o bé com a resultat d'un procés d'elaboració o de transformació que els productors o les agrupacions de productors agraris fan en favor del consumidor o consumidora final, directament o mitjançant la intervenció d'una persona intermediària.

Mapa 11: nombre d'explotacions venda proximitat, Pla de l'Estany 2017.

Al Pla de l'Estany hi ha un total de 16 productors adherits al segell de venda de proximitat⁵. La distribució es mostra al mapa següent. S'aprecia com són els municipis de Cornellà del Terri (3) i Vilademuls (3), els que concentren un nombre major; tot i que la diferència no és massa gran amb la resta de municipis en els que n'hi ha 2, 1 o cap. En tot cas, el caràcter més agrari i el pes específic d'aquests dos municipis, també es reflecteix en les dades que fan referència al segell de venda de proximitat i amb la voluntat de la pagesia d'acostar el seu producte al mercat local.



⁴ La venda de proximitat s'identifica amb un logotip, que indica: El decret que regula aquest tipus de venda, el nom de la Generalitat de Catalunya i la modalitat de venda: directa o en circuit curt. El Decret 24/2013, de 8 de gener, regula l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris.

⁵ A l'Annex s'adjunta una taula resum de les empreses donades d'alta de la venda de proximitat al Pla de l'Estany.

Tal i com mostra la taula següent els productes són diversos i s'inclouen en les categories de:

- **Producte sense transformar:** 1) horta, 2) vinya, 3) olives, 4) fruits vermells (grosella, gerds, maduixa), 5) cereal (triticale, civada, blat tou, ordi) i 6) nous.
- **Producte transformat:** 1) Carn, embotits i derivats carnis (boví, porcí, xai i cabrum), 2) Llet de vaca, Formatges i altres derivats lactis de llet (vaca i cabra), 3) Vins, caves i vinagres, 4) Olis i 5) Mel.

Taula 4: empreses adherides a venda de proximitat, Pla de l'Estany 2017

| Municipi | Nom empresa | Productes sense transformar | Productes transformats |
|--------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Camós | Agrícola Masó Petit, SL. | Triticale, horta, ordi, civada, blat tou | Carn, embotits i derivats carnis de boví |
| Cornella del Terri | Mas can Carlina, SL | Horta | |
| Cornellà del Terri | Vedella de la Vall del Terri | Horta, ordi | Carn, embotits i derivats carnis de boví |
| Cornellà del Terri | Geli Rissech, Ramon | Horta, blat tou | |
| Crespià | Agrícola cal vermell, SL | Nous | |
| Esponellà | Murio Eguiguren, Enrique | Olives | Olis |
| Esponellà | Darnes Juncà, SCP | Ordi, blat tou | Llet de vaca, Formatges i altres derivats lactis de llet de vaca |
| Esponellà | Vedella del pla, SL | Ordi, civada, gira-sol | Carn, embotits i derivats carnis de boví, Carn, embotits i derivats carnis de boví, Carn, embotits i derivats carnis de boví |
| Porqueres | Camprubí Teixido, Albert | | Carn, embotits i derivats carnis de cabrum, Carn, embotits i derivats carnis de xai |
| Porqueres | Vedella de la Vall de Campmajor, SCP | Ordi, blat tou | Carn, embotits i derivats carnis de boví |
| Sant Miquel de Campmajor | Petits fruits de bertra SL | Grosella, gerds, maduixa | |

| | | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|--|--|
| Sant Miquel de Campmajor | Camprubí Santos, Anton | | Mel |
| Serinyà | Cultius ecològics les llacunes | | Horta, ordi, fava i favó |
| Vilademuls | Mercader Teixidor, Marc | Ordi, blat tou, olives | Carn, embotits i derivats carnis de porcí, Carn, embotits i derivats carnis de boví |
| Vilademuls | Mas Alba 1748, SL | Ordi, civada, blat tou, vinya, olives, fava i favó | Formatges i altres derivats lactis de llet de cabra |
| Vilademuls | Reig Aulet, Joaquim | Horta, vinya, olives | Vins, caves i vinagres |

Font: DARP, 2017

Aquestes dades són una mostra de la diversitat de producte agroalimentari que hi ha al Pla de l'Estany, tot i que una anàlisi acurada posa de manifest la poca disponibilitat de producte local i el nombre reduït d'empreses que aposten per la venda de proximitat dels seus productes agroalimentaris. Aquest fet mostra que a la comarca es compleixen les característiques agronòmiques i climàtiques per produir una varietat important de producte per introduir en canals curts de comercialització, fet que s'identifica com una oportunitat, tal i com s'argumenta a l'apartat de resultats.

3.2. Sector turístic

La comarca del Pla de l'Estany té un atractiu turístic molt potent gràcies a l'Estany de Banyoles, però també per una elevada diversitat patrimonial, natural i paisatgística. Les coves prehistòriques de Serinyà, el Parc Neolític de la Draga, la Vila Romana de Vilauba, el Bosc de Can Ginebreda, els recs de Banyoles i els nuclis històrics i castells medievals de moltes poblacions són un reclam per ells mateixos. Així mateix, la comarca conté espais naturals únics a banda de l'Estany, com Les Estunes, els estanyols, el Clot i salt d'Espolla, el riu Fluvià o Rocacorba (que pertany al Gironès, però d'accés popular des del Pla de l'Estany). Tot això sumat, genera una oferta molt variada i idònia, sobretot per al públic familiar.

Tanmateix, el relleu variat (uns 750 metres de desnivell entre l'Estany i el pic de Rocacorba), els entorns rurals amb una destacable extensió de carreteres secundàries i pistes forestals, l'Estany, i una vuitantena d'equipaments, han fet de la comarca una destinació ideal per multitud d'esports, motiu pel qual Banyoles i la comarca van ser designades com la primera destinació de turisme esportiu de l'Estat el 2003. Una oferta turística que es complementa amb fires, mercats i esdeveniment de llarga trajectòria, com la Fira de Sant Martirià de Banyoles, la Fira de la Mel de Crespià, la Fira de l'All i el Ball del Cornut a Cornellà del Terri o la Travessa de l'Estany.

Banyoles concentra la major part de l'afluència de visitants de la comarca, amb un trànsit de prop de 80.000 persones a les oficines de turisme de Banyoles durant el 2016. El 62% del turisme que ha accedit a les oficines de turisme és local o català – un 71% d'aquest de la província de Barcelona-, mentre que el turisme de la resta de l'Estat és un 17% i l'internacional un 21%, d'entre el qual pràcticament la meitat és francès. El 63% d'aquest volum de turisme viatja en família, en parella o amb amics i família, i l'edat mitjana oscil·la entre els 30 i 45 anys (43%), tot i que la franja de 46 a 60 anys també és significativa (23%).

Les visites a les oficines de turisme es tradueixen en gairebé 25.000 consultes. L'anàlisi d'aquestes és interessant per tal d'explorar els interessos dels visitants, i en particular pel que fa a aquest treball al conjunt de la destinació Pla de l'Estany i els seus nuclis rurals. En quant a la distribució temporal de les consultes, el 63% es produeixen entre juny i setembre, amb un pic de 7.300 (el 30% del total) durant el mes d'agost, mostrant clarament que Banyoles encara té un caràcter marcadament estacional com a destinació.

De la varietat d'informacions que s'ofereixen i es demanen a les oficines de turisme de Banyoles, el 61% tenen a veure amb la volta en barca a l'Estany. De la resta, es podria considerar que entre un 7% i un 19% poden ser consultes relacionades amb la resta de la comarca, atès que hi ha demandes sobre altres llocs (1%), gastronomia (1%), indicació de direccions (2%), informació genèrica de l'entorn (3%) i sobre activitats a fer (12%), incloent les rutes BTT que abasten tota la comarca. Així doncs, sense informació més detallada es pot estimar que 1 de cada 5 persones que formulen consultes a les oficines de turisme poden estar cercant informació sobre la comarca i no específica de Banyoles.

En contrast amb la concentració de visitants a Banyoles, l'oferta d'allotjament es produeix principalment fora de la capital comarcal. Al Pla de l'Estany en total hi ha una capacitat de 3.042 places turístiques d'allotjament, distribuïdes en 15 hotels i 403 places; 3 càmpings i 1.812 places; i 104 establiments de turisme rural o agroturisme i 832 places⁶. Del total de places ofertes Banyoles n'acumula 177, menys del 6%. En canvi, el municipi veí de Porqueres és el que major oferta d'allotjament té a la comarca, amb 1.065 places un 35% del total comarcal, la majoria dedicades al càmping El Llac a la vora de l'Estany. Amb tot, gairebé el 60% de la capacitat de pernoctació a la comarca es dona fora de l'àmbit immediat de l'Estany, per tant que ruralitat i turisme formen un tàndem sòlid al Pla de l'Estany amb 1.800 places, distribuïdes gairebé per igual entre càmpings (837) i establiments rurals (761), i un nombre menor de places hoteleres (202).

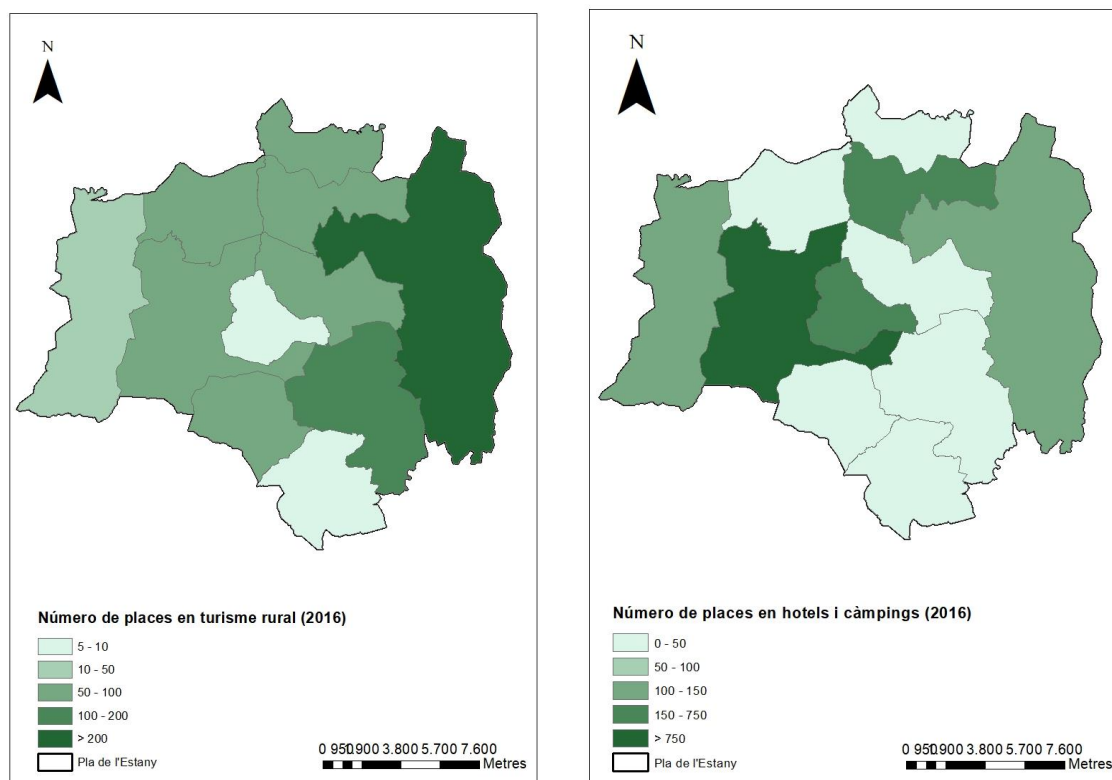
Així com la restauració és un sector clarament relacionat amb el turisme a la comarca (amb fins i tot un restaurant amb una estrella Michelin), les activitats relatives al producte local i a les explotacions agràries són quelcom molt més limitat. En són el màxim exponent les fires agràries de llarga trajectòria, com la Fira de Sant Martíà de Banyoles, la Fira de la Mel de Crespià, o la Fira de l'All de Cornellà del Terri. Oferta complementada per les activitats gastronòmiques organitzades pel Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany, ja que cada any organitzen activitats obertes al públic que també tenen la seva incidència com a esdeveniment turístic (el Juny Gastronòmic; les Jornades gastronòmiques de la Carbassa i l'All; o el Plat(illo) de l'Estany). Ara bé, la presència del producte local i la pagesia comarcal en aquest conjunt d'activitats és fins a cert punt tangencial

⁶ No s'ha pogut analitzar per separat l'oferta d'allotjament turístic en apartaments o habitatges que no entren en la categoria de turisme rural o agroturisme.

(Per exemple, només resta una explotació productora de mel a Crespià i cap producció d'all a Cornellà). Una altra qüestió és l'agroturisme; és a dir allotjaments turístics rurals lligats a una explotació agrària en actiu. D'acord al web www.agroturisme.cat només consten 3 establiments al Pla de l'Estany. A la pràctica en són més, però la informació disponible no és exhaustiva.

Tanmateix, serveis relacionats amb el producte a les explotacions són quelcom que tot just comença. Per un costat, a la comarca hi ha una quinzena d'operadors de venda de proximitat amb producte propi, la majoria dels quals són a la masia/explotació; la resta són comerços o restaurants que venen alguns d'aquests productes locals, donant major visibilitat a la incipient xarxa de productors de la comarca. Per l'altra, en les jornades de portes obertes Benvinguts a Pagès de 2018 s'hi han inscrit 6 iniciatives de productors locals del Pla de l'Estany, cobrint una varietat de sectors: nous, mel, làctics, vedella, oli i vi. En aquesta iniciativa també s'hi han inscrit 4 restaurants i 10 allotjaments turístics, com a mesura per fomentar la cooperació entre diferents agents de la cadena agroalimentària local.

Mapa 8: places turístiques, Pla de l'Estany 2016.



Font: elaboració pròpia amb dades de l'IDESCAT.

4. Caracterització comarcal i municipal (pagesia, producte local i turisme)

Per tal de caracteritzar els principals trets comarcals i municipals de la pagesia, el producte local i el turisme, s'han elaborat unes infografies que resumeixen la informació estadística que recull aquest estudi. L'objectiu principal de les infografies és mostrar els trets més rellevants d'una manera clara i directa, per tal que es puguin posar sobre la taula les dades més significatives que afecten les dinàmiques tant del sector agrari com del turístic.

Les infografies estan ordenades amb diferents apartats amb dades bàsiques de:

- Habitants i superfície
- Establiments turístics
- Empresa i ocupació
- Explotacions agràries
- Venda de proximitat
- Incorporació de joves
- Operadors ecològics
- Producte local

A l'Annex 3, s'especifica la llegenda que fa referència als productes locals que s'adjunten per a cada municipi.

4.1. Pla de l'Estany

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL

PLA DE L'ESTANY

Establiments turístics (2016)

15 Hotels / 403 places

3 Càmpings / 1.812 places

104 Turisme rural / 832 places



31.561 hab.

262,8 km²

Empresa i ocupació agrària (2017)



240 Autònoms
8,1% del total



291 assalariats
3,1% del total



46 Empreses
3,71% del total

Nombre d'explotacions (2016)



Venda de proximitat

16 (2016)



Incorporació de joves

24 (2008/2017)



Operadors ecològics

25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.2. Banyoles

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL



BANYOLES



Establiments turístics (2016)

6 Hotels / 171 places

1 Turisme rural / 6 places



19.319 hab.

61,2 % de la comarca

11,1 km²

4,2% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



47 Autònoms
3% del total

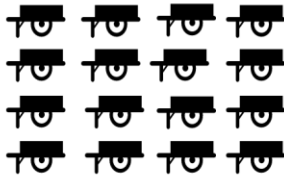


114 assalariats
2,2% del total



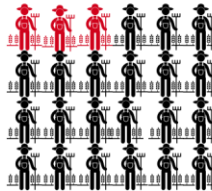
12 Empreses
1,6% del total

Nombre d'explotacions (2016)



Venda de proximitat

0/16 (2016)



Incorporació de joves

3/24 (2008/2017)



Operadors ecològics

6/25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.3. Camós

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL CAMÓS



Establiments turístics (2016)

1 Hotel / 16 places

10 Turisme rural / 100 places



687 hab.

2,2% de la comarca

15,7 km²

6% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



15 Autònoms
21,7% del total



66 assalariats
73,3% del total



7 Empreses
26,9% del total

Nombre d'explotacions (2016)



17.703 caps



3.313 caps



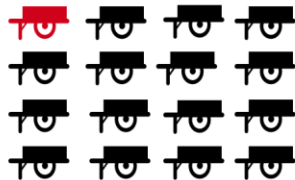
146 caps



1.825 caps



85.259 caps



Venda de proximitat

1 / 16 (2016)



Incorporació de joves

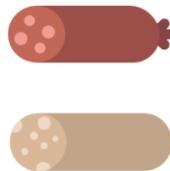
2 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

0 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.4. Cornellà del Terri

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL CORNELLÀ DEL TERRI



Establiments turístics (2016)

1 Hotel / 30 places

17 Turisme rural / 155 places



2.280 hab.
7,2% de la comarca

28 km²
10,5% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



41 Autònoms
15,2% del total



28 assalariats
1,3% del total



10 Empreses
5,2% del total

Nombre d'explotacions (2016)



55.600 caps



5.402 caps



3.863 caps



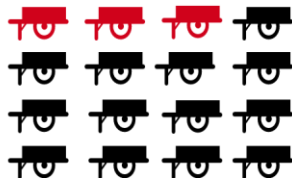
130 caps



73.819 caps



6.443 caps



Venda de proximitat

3 / 16 (2016)



Incorporació de joves

3 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

5 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.5. Crespià

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL CRESPIÀ



Establiments turístics (2016)

9 Turisme rural / 56 places



259 hab.

0,8% de la comarca

11,5 km²

4,4% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



3 Autònoms
9,1% del total



0 assalariats
0% del total



0 Empreses
0% del total

Nombre d'explotacions (2016)



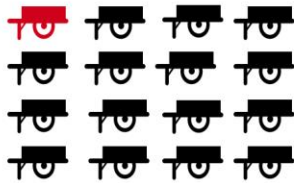
5.758 caps



74.880 caps

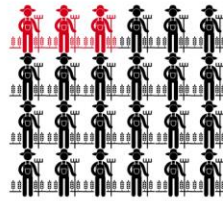


207 ruscos



Venda de proximitat

1 / 16 (2016)



Incorporació de joves

3 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

0 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.6. Esponellà

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL ESPONELLÀ



Establiments turístics (2016)

1 Càmping / 711 places

10 Turisme rural / 84 places



432 hab.

1,4% de la comarca

11,5 km²

6,2% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



14 Autònoms
30,4% del total



8 assalariats
9,3% del total



2 Empreses
11,1% del total

Nombre d'explotacions (2016)



13.473 caps



3.761 caps



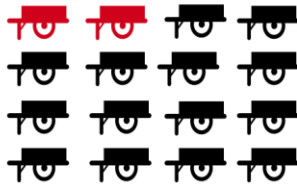
1.398 caps



1.398 caps



74.880 caps



Venda de proximitat

2 / 16 (2016)



Incorporació de joves

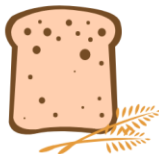
2 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

3 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.7. Fontcoberta

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL FONTCOBERTA



Establiments turístics (2016)

8 Turisme rural / 59 places



1.481 hab.
4,7% de la comarca

11,5 km²
6,6% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



18 Autònoms
12,3% del total



7 assalariats
3,5% del total



2 Empreses
5% del total

Nombre d'explotacions (2016)



26.732 caps



1.914 caps



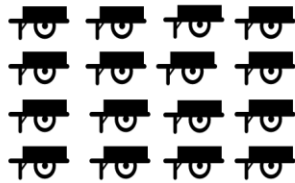
2.383 caps



82 caps

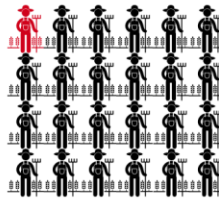


35 caps



Venda de proximitat

0/16 (2016)



Incorporació de joves

1/24 (2008/2017)



Operadors ecològics

0/25 (2016)

Producte local



Birravenut
Pessebre vivent

powered by

PIKTOCHART

4.8. Palol de Revardit

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL PALOL DE RAVERDIT



Establiments turístics (2016)

1 Turisme rural / 5 places



476 hab.

1,5% de la comarca

18 km2

6.84 % de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



7 Autònoms
12.3% del total



0 assalariats
0% del total



0 Empreses
0% del total

Nombre d'explotacions (2016)



373.897 caps



1.694 caps



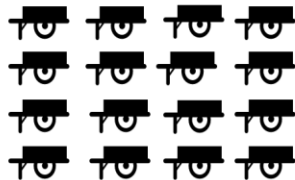
479 caps



99 caps

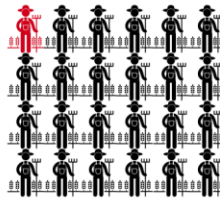


14 caps



Venda de proximitat

0/16 (2016)



Incorporació de joves

1/24 (2008/2017)



Operadors ecològics

1/25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.9. Porqueres

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL PORQUERES



Establiments turístics (2016)

1 Hotel / 25 places

1 Càmping / 975 places

9 Turisme rural / 65 places



4.594 hab.

14,5% de la comarca

33,5 km2

12,7% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



32 Autònoms
6,8% del total

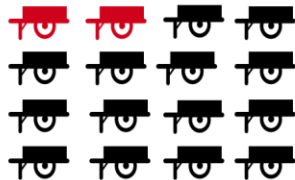
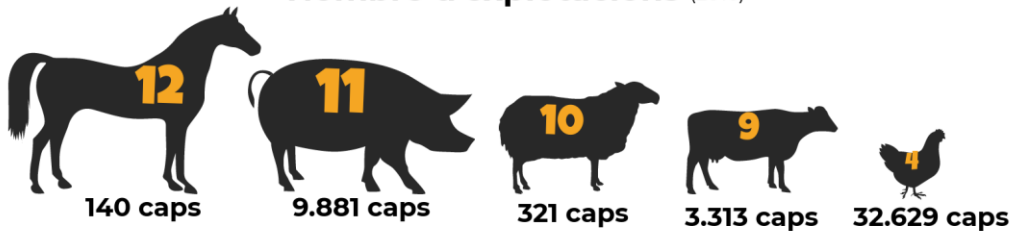


42 assalariats
6% del total



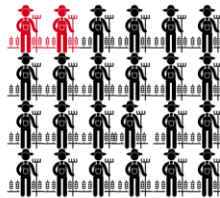
4 Empreses
3,3% del total

Nombre d'explotacions (2016)



Venda de proximitat

2 / 16 (2016)



Incorporació de joves

2 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

3 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.10. Sant Miquel de Campmajor

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL SANT MIQUEL DE CAMPMAJOR



Establiments turístics (2016)

1 Càmping / 126 places
3 Turisme rural / 18 places



226 hab.
0,7% de la comarca

33 km²
12,6% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



15 Autònoms
47% del total



9 assalariats
33,3% del total



3 Empreses
33,5% del total

Nombre d'explotacions (2016)



3.058 caps



79 caps



11.617 caps



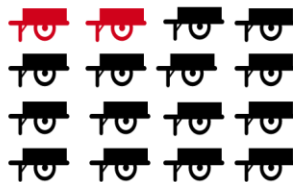
1.484 caps



93 caps



1.020 ruscos



Venda de proximitat

2 / 16 (2016)



Incorporació de joves

2 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

2 / 25 (2016)

Producte local



powered by

PIKTOCHART

4.11. Serinyà

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL SERINYÀ



Establiments turístics (2016)

2 Hotel / 36 places

9 Turisme rural / 70 places



1.117 hab.

3,5% de la comarca

17,4 km²

6,6% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



5 Autònoms
5% del total

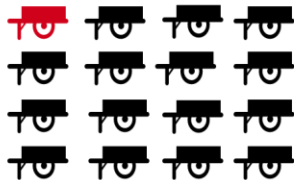


4 assalariats
1,4% del total



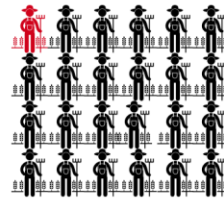
2 Empreses
4,6% del total

Nombre d'explotacions (2016)



Venda de proximitat

1 / 16 (2016)



Incorporació de joves

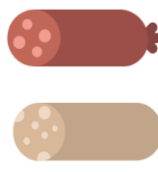
1 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics

2 / 25 (2016)

Producte local



powered by
 PIKTOCHART

4.12. Vilademuls

PAGESIA I PRODUCTE LOCAL VILADEMULS



Establiments turístics (2016)

4 Hotels / 125 places
27 Turisme rural / 214 places



789 hab.
2,5% de la comarca

61,5 km²
23,5% de la comarca

Empresa i ocupació agrària (2017)



43 Autònoms
36,8% del total



13 assalariats
13,3% del total



4 Empreses
12,5% del total

Nombre d'explotacions (2016)



36.122 caps



5.109 caps



4.720 caps



145 caps



79.616 caps



Venda de proximitat
3 / 16 (2016)

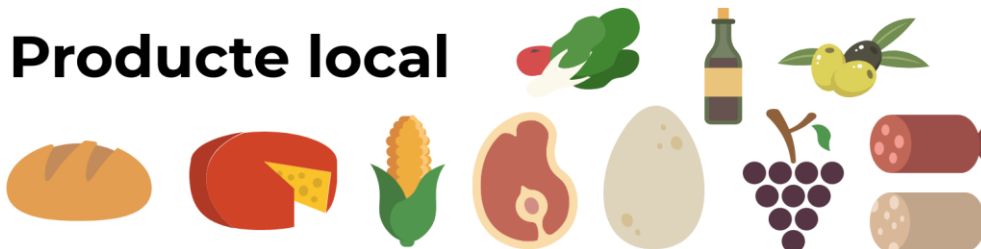


Incorporació de joves
4 / 24 (2008/2017)



Operadors ecològics
3 / 25 (2016)

Producte local



powered by
PIKTOCHART

5. Anàlisi i resultats

Per tal d'identificar els agents estratègics al llarg de tota la cadena agroalimentària del producte local a Pla de l'Estany, s'han fet servir diverses fonts d'informació. Aquestes són:

- Pàgina web del Consell Comarcal: <http://www.plaestany.cat/>
- Pàgina web de la Gastroteca: <http://www.gastroteca.cat/>
- Base de dades de Venda de Proximitat: <http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/venda-proximitat/>
- Base de dades de la Producció Agrària Ecològica: <http://www.ccpae.org/>
- Benvinguts a Pagès: <http://benvingutsapages.cat/>
- 5 entrevistes en profunditat
- 7 Taules de Treball municipals

La informació recollida en les bases de dades s'ha contrastat amb els agents estratègics del territori, per tal de mostrar un recull el més fidel possible a la realitat actual del Pla de l'Estany. En aquest apartat es mostren dues escales d'anàlisi:

- 1) Pagesia i producte local
- 2) Cadena agroalimentària local

5.1. Pagesia i producte local al Pla de l'Estany

El primer resultat de l'anàlisi de la pagesia del Pla de l'Estany és la identificació dels productes agroalimentaris que estan directament vinculats a l'activitat agrícola o ramadera de la pagesia de la comarca. En aquest apartat es fa una llista dels productors agraris que acaben posant directament un producte propi al mercat.

Tal i com es pot observar a la taula següent, aquesta llista és molt reduïda ja que són poques les empreses que tanquen el cercle de la seva producció agrària. Per una banda, el model agroindustrial facilita la introducció de la matèria primera en els circuits convencionals fet que, en alguns casos com en la producció integrada, pot suposar una reducció del risc. Per una altra banda, no totes les empreses agràries tenen la capacitat d'assumir tasques més enllà la producció, com són l'elaboració, distribució i comercialització.

Una anàlisi de la taula següent mostra hi ha tres categories que són majoritàries: 1) horta, 2) llet i làctics i 3) carn i embotits. La resta de productes tenen una presència més reduïda.

En relació a l'horta, s'identifiquen 4 explotacions als municipis de Fontcoberta, Sant Miquel de Campmajor, Serinyà i Vilademuls. Una de les característiques que tenen en comú, és que tots produeixen de manera ecològica. Un altre fet interessant és que Biorica, és alhora productor i distribuïdor de productes ecològics frescos. D'altra banda, també cal tenir en compte la producció de maduixes i brots ecològics, com a producte singular.

Pel que fa a la llet i als derivats làctics, s'identifiquen 3 productors diferents. A Cornellà del Terri, hi ha l'únic productor de llet ecològica, en Xavier Juliol. Aquest no elabora productes, però si que ven la llet a altres elaboradors de formatge de les comarques gironines. A Esponellà hi ha Can Colomer, productor de llet de vaca i de tot tipus d'elaborats làctics que es distribueixen per la comarca i altres comarques veïnes. I a Vilademuls hi ha Mas Alba, formatgeria que elabora formatge de cabra de ramat propi.

En relació a la carn, s'identifiquen dos productes ramaders que arriben directament a les carnisseries, restaurants i consumidor final. Aquests són la vedella i el xai de ramat. El ramaders que es llisten en la taula següent fa el procés de cria i engreix, arribant així fins al final de la cadena. Alguns d'ells, empren

estratègies mixtes de comercialització, perquè encara no poden vendre tots els animals en circuit curt. Tot i així, són empreses ramaderes que mostren una clara voluntat de posar noms i cognoms a la carn produïda a la comarca.

Finalment, hi ha dos productors de mel, dos de nous, un de vi i un d'oli, que també arriben al final de la cadena comercialitzant el seu producte directament, tal i com mostra la taula següent.

Taula 5: producte local, Pla de l'Estany 2018

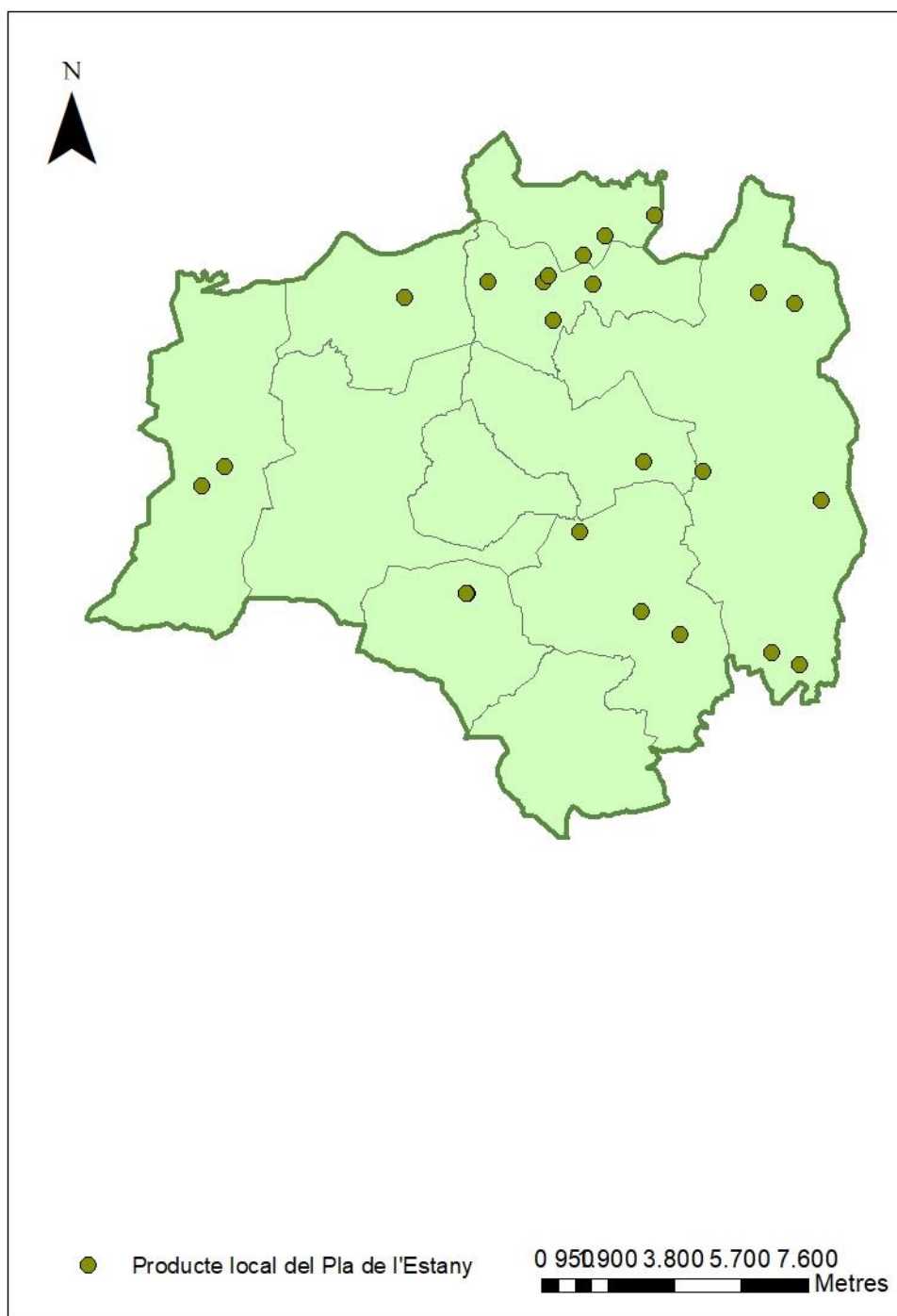
| Empresa agroalimentària | Municipi | Producte |
|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| Agrícola Masó Petit | Camós | Vedella |
| Quim Mariscot | Camós | Xai de ramat |
| Albert Camprubí | Cornellà del Terri | Xai ecològic de ramat |
| Prat Viñas SC | Cornellà del Terri | Vedella de la Vall del Terri |
| Xavier Juliol | Cornellà del Terri | Llet ecològica |
| Dolça abella | Crespità | Mel |
| Nous Can Llanera | Crespità | Nous |
| Nous Crespianes | Crespità | Nous |
| Can Colomer | Esponellà | Derivats làctics |
| Mas Auró | Esponellà | Oli d'oliva ecològic |
| Mas Canet | Esponellà | Xai de ramat |
| Vedella del Pla | Esponellà | Vedella en extensiu |
| Verdures Can Dunai | Fontcoberta | Horta ecològica |
| Biòrica | St. Miquel de Campmajor | Horta ecològica |
| Mels Anton | St. Miquel de Campmajor | Mel |
| Brigitte Garauera | Serinyà | Xai de ramat |
| Francisco Javier Alsius | Serinyà | Horta ecològica i llavors |
| Carns Mercader | Vilademuls | Porc, xai, vedella i embotits |
| Hinomaki | Vilademuls | Horta, maduixes i brots ecològics |
| Mas Alba | Vilademuls | Formatge artesà |
| Vedella del Terraprim | Vilademuls | Vedella ecològica en extensiu |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018

L'anàlisi de la pagesia vinculada directament al producte local, mostra la identificació de 21 productors agraris que comercialitzen el seu producte amb nom i cognoms, tal i com mostra el mapa següent.

Per tal d'ampliar la llista del producte local al Pla de l'Estany es fa una anàlisi de tota la cadena de valor del producte agroalimentari, per tal d'incloure els elaboradors, com per exemple de pa, embotit, cervesa o formatge, en l'apartat següent, així com altres empreses rellevants al llarg de tota la cadena. D'aquesta manera s'identifiquen les empreses que estan aportant valor en les diferents baules i també aquelles que es poden incloure en futures estratègies de dinamització de la producció agroalimentària local.

Mapa 12: producte local Pla de l'Estany 2018



Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018.

5.2. La cadena agroalimentària del producte local al Pla de l'Estany

Per tal de fer l'anàlisi de la cadena agroalimentària del producte local al Pla de l'Estany, s'han ordenat les diferents empreses en funció de cadascuna de les baules de la cadena agroalimentària del producte local. Aquestes són: 1) Producció, 2) Elaboració, 3) Distribució, 4) Comercialització i 5) Restauració.

Els agents identificats en aquest apartat responen als que actualment estan vinculats de manera directa al producte local, així com a aquells que ho podrien estar si es donessin certes condicions que així ho afavorissin. En els següents apartats es descriuen aquestes situacions i les seves relacions amb les futures estratègies de desenvolupament local.

Les taules següents recullen tota la informació analitzada pel que fa als agents de la cadena agroalimentària que produeixen producte agroalimentari local que comercialitzen directament o bé que incorporen la següent baula de la cadena amb algun dels valors estratègics que identifiquen el producte local, com són una elaboració artesanal, uns estàndards de producció ecològica o una distinció territorial en origen.

Producció

En primer lloc, s'identifiquen les explotacions ramaderes que produeixen carn amb algun valor afegit. Per exemple, s'ha inclòs el xai de ramat i/o ecològic, la vedella que presenta alguna identificació específica, el porc en cicle tancat i el pollastre ecològic. El nombre de granges és reduït, si es compara amb el total de granges de la comarca. Tot i així, el que mostra la taula és que hi ha un potencial real de producció en diferents subsectors ramaders.

Seguidament, s'identifiquen productors de llet que s'elaboren el seu producte o bé que produeixen en ecològic, com la Granja Mas Colomer, que elabora làctics amb la seva llet de vaca, i en Xavier Juliol, que produeix llet ecològica de vaca.

Pel que fa a les produccions d'horta, s'identifiquen quatre explotacions, totes elles ecològiques. La seva venda és de proximitat i hi ha una empresa que també és distribuïdora de productes ecològics frescos, Biorica.

La resta d'empreses agràries són molt poc significatives, tot i que el valor de que existeixen és que són un bon exemple a seguir per altres productors que vulguin reconvertir les seves activitats agràries o bé per a persones nouvingudes al sector que vulguin introduir produccions noves a la comarca, com per exemple el llúpol o les nous.

També cal tenir en compte algunes produccions que havien tingut presència a la comarca anys enrere i que amb el pas del temps han perdut força, com són la producció d'oli, de vi o de mel. Aquests productes estan molt identificats amb els paisatges mediterranis, com el de Pla de l'Estany, tot i que com mostra la taula la seva presència és molt poc significativa.

Per acabar de fer un resum de les principals produccions agràries vinculades al producte local, cal tenir en compte el paper dels conreus extensius. La major part de superfície de la comarca està dedicada al bestiar, o bé per farratge o bé per pinso, però hi ha una superfície petita i creixent que es destina a cereal panificable, una part del qual acaba a la Farinera Coromina.

Taula 6: producció de matèria primera i producte local, Pla de l'Estany 2018

| Empresa | Municipi | Producte |
|----------------------------|--------------------|------------------------------|
| Agrícola Masó Petit | Camós | Vedella |
| Quim Mariscot | Camós | Xai de ramat / Cereal |
| Albert Camprubí | Cornellà del Terri | Xai de ramat ecològic |
| Mas Casademont SCP | Cornellà del Terri | Pollastre ecològic integrat |
| Prat Viñas SC | Cornellà del Terri | Vedella de la Vall del Terri |
| Xavier Juliol | Cornellà del Terri | Llet ecològica |
| Albert Vilardell | Crespità | Llúpol |
| Crespianes | Crespità | Nous |
| Dolça abella | Crespità | Mel |
| Josep Nicolau | Crespità | Xai de ramat |
| Nous Can Llavanera | Crespità | Nous |
| Can Colomer | Esponellà | Derivats làctics |
| Mas Auró | Esponellà | Oli d'oliva ecològic |
| Mas Canet | Esponellà | Xai de ramat |

| | | |
|--|-------------------------|---|
| Vedella del Pla | Esponellà | Vedella |
| Verdures Joan | Fontcoberta | Horta ecològica |
| Agropecuària Radresa | Palol de Revardit | Llet (Llet Nostra) |
| Formatges Llandrich | Porqueres | Formatges |
| Josep Maria Badia | Porqueres | Llet / Cereals i farratge ecològic |
| Vedella de la Vall de Campmajor SCP | Porqueres | Vedella i embotit |
| Biòrica | St. Miquel de Campmajor | Horta ecològica / Distribució ecològica |
| Mels Anton | St. Miquel de Campmajor | Mel |
| Pere Sabater | St. Miquel de Campmajor | Vedella en extensiu |
| Solibu | St. Miquel de Campmajor | Vaquí / farratges ecològics |
| Brigitte Garauera | Serinyà | Xai de ramat |
| Francisco Javier Alsius | Serinyà | Horta ecològica |
| Albert Masolivé | Vilademuls | Xai de ramat |
| Can Silet de Sant Marçal | Vilademuls | Oli d'oliva i cereals |
| Carns Mercader | Vilademuls | Porc, vedella i embotits |
| Celler Baronia de Vilademuls | Vilademuls | Vi |
| Emilio Aparicio | Vilademuls | Xai de ramat |
| Hinomaki /Ecotitot SCP | Vilademuls | Horta ecològica / superaliments ecològics |
| Le Bolut | Vilademuls | Formatge artesà |
| Marcel - Vedella d'Espasens | Vilademuls | Vedella en extensiu |
| Mas Alba | Vilademuls | Formatge artesà |
| Mas Serrà | Vilademuls | Oli d'Oliva |
| Mas Vidal | Vilademuls | Vedella i obrador d'embotits |
| Pipa | Vilademuls | Xai de ramat |
| Valentí Pous | Vilademuls | Xai de ramat |
| Vedella del Terraprim | Vilademuls | Vedella ecològica en extensiu |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018

Elaboració

En relació a l'elaboració de producte local, la taula següent mostra empreses que fan una elaboració de producte local, com per exemple embotit i pa; i també altres productes necessaris per la cadena agroalimentària com són el pinso i les farines.

En relació a les carnisseries i fleques, s'han incorporat les que estan adherides als Gremis artesans de les comarques gironines, així com aquelles en les que s'ha identificat l'elaboració d'un producte d'alt valor afegit, com el pa ecològic i algun producte típic com la tortada.

Pel que fa tant a la farina de consum humà com al pinso, és destacable que les dues empreses referents a la comarca hagin obert una línia de producció ecològica amb el segell del CCPAE. Aquest fet facilita, que els diferents graons de la cadena puguin teixir complicitats, per exemple, per a la producció ecològica de carn o per a l'elaboració de pa artesà ecològic.

En aquest apartat també s'identifiquen altres productes com la cervesa artesana o la xocolata, que tot i no estar elaborats amb matèries primeres locals si que s'identifiquen com a productes que generen valor al territori i que omplen el cistell de la compra amb aliments d'una qualitat significativa.

Finalment, també s'inclouen en aquest apartat empreses d'elaboració de plats cuinats que empen producte local en les seves receptes. S'identifica com un element de dinamització el fet que es faci servir producte vinculat al territori en el plats cuinats i càterings.

Taula 7: elaboració de producte agroalimentari, Pla de l'Estany 2018

| Empresa | Municipi | Producte |
|---------------------|-----------------|-----------------------------------|
| Can Baldiró | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Can Banal | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Carbó | Banyoles | Tortada i pa artesà |
| Carns Trias | Banyoles | Carn proximitat |
| Carns Vila-Rubirola | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Crous | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |

| | | |
|--------------------------------|--------------------|---|
| Embotits Muné | Banyoles | Embotits artesans |
| Especialitats Costa SLU | Banyoles | Plats cuinats ecològics |
| Farinera Coromina | Banyoles | Farina pel consum humà ecològica |
| Figueras Degustació | Banyoles | Fleca i pa artesà |
| Isabel | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Nutrex Pinsos SL | Banyoles | Pinsos ecològics |
| Padrés | Banyoles | Fleca i pa artesà |
| Pere Roca | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Tot Bo | Banyoles | Carn proximitat |
| Vedella Ben Criada | Banyoles | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Cal Flequer | Cornellà del Terri | Fleca i pa artesà |
| Can Valls | Cornellà del Terri | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Carns Vila | Cornellà del Terri | Carns i embotits gourmet |
| El Gingoler | Cornellà del Terri | Plats cuinats |
| Pastisseria Blau | Cornellà del Terri | Pastisseria sense gluten o lactosa per encàrrec |
| SA Transformadora SUIS | Cornellà del Terri | Pinso ecològic |
| V de Gust | Cornellà del Terri | Obrador artesà de plats cuinats |
| Xocolates Torras | Cornellà del Terri | Xocolata ecològica |
| Xevi El cuiner | Crespità | Cuina amb producte local |
| Esteve Bosch | Esponellà | Fleca i pa artesà |
| Forn Sant Iscle | Esponellà | Pa ecològic |
| Cervesa Atlètica | Palol de Revardit | Cervesa artesana |
| Can Paliro | Porqueres | Carnisseria i xarcuteria artesana |
| Cal Nino | Serinyà | Fleca i pa artesà |
| Cal Arrufat | Vilademuls | Fleca i pa artesà |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018

Distribució

En relació a la distribució del producte agroalimentari local, la taula següent mostra com les empreses que s'identifiquen en aquest àmbit són molt poques. A Cornellà del Terri hi ha una empresa que distribueix alls, però que no són produïts a la comarca. Aquest fet és el mateix que amb l'Ou de l'Estany que és una empresa distribuïdora de producte, però no està vinculada amb la producció local. En canvi, Biòrica, és una empresa que distribueix producte fresc d'horta i fruita ecològica, i n'és també productora. Un dels reptes actuals a Pla de l'Estany és estructurar la distribució del producte local per tal que pugui arribar a més punts de venda.

Taula 8: distribució de producte agroalimentari, Pla de l'Estany 2018

| Empresa | Municipi | Producte |
|----------------------|-------------------------|---|
| Allexport | Cornellà del Terri | Alls |
| L'Ou de l'Estany S.L | Serinyà | Ous ecològics |
| Biòrica | St. Miquel de Campmajor | Horta ecològica / Distribució ecològics |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018

Comercialització

Pel que fa a la comercialització del producte local, s'han identificat els punts de venda que s'especifiquen a la taula següent. Són botigues i comerços en els que es pot trobar producte local del Pla de l'Estany. S'identifica una demanda nova, sobretot de producte ecològic, que està fent que aflorin empreses de recent creació que comercialitzen aquesta tipologia de productes. Aquests punts de venda són essencials per a la promoció del producte local, tant per a la compra quotidiana de les persones que viuen al Pla de l'Estany, com per a les que visiten la comarca i volen comprar aliments del territori.

Taula 9: comercialització de producte agroalimentari local i/o ecològic, Pla de l'Estany 2018

| Empresa | Municipi | Producte |
|---------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Agrobotiga | Banyoles | Queviures locals i ecològics |
| Bionofre | Banyoles | Queviures locals i ecològics |
| Ca la Nor | Banyoles | Queviures locals i ecològics |
| Mercat de Banyoles | Banyoles | Els banyolins (fesols) |
| Petit País | Banyoles | Queviures locals i ecològics |
| L'Hort del Terri | Cornellà del Terri | Queviures locals i ecològics |
| El Bosc de Bambú | Crespità | Horta ecològica |
| Can Costabella | Porqueres | Queviures locals i ecològics |
| Castel Bardera | Vilademuls | Oli d'oliva i productes de proximitat |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018

Restauració

Finalment, es fa un recull dels restaurants de la comarca que treballen amb algun dels productes locals que s'identifiquen en aquest estudi. Són un graó molt important de la cadena, ja que són un molt bon aparador de producte local, tant per la ciutadania local com pels turistes.

La implicació per part dels establiments de restauració és desigual en relació al vincle que tenen amb el producte local. Destaquen els restaurants adherit al Grup Gastronòmic, com els que treballen de manera més coordinada i compromesa per posar en valor la pagesia i el producte local.

La taula següent recull els establiments que s'han nomenat a les Taules de Treball, així com els que el Consell Comarcal del Pla de l'Estany ha identificat com a restaurants que treballen amb producte local.

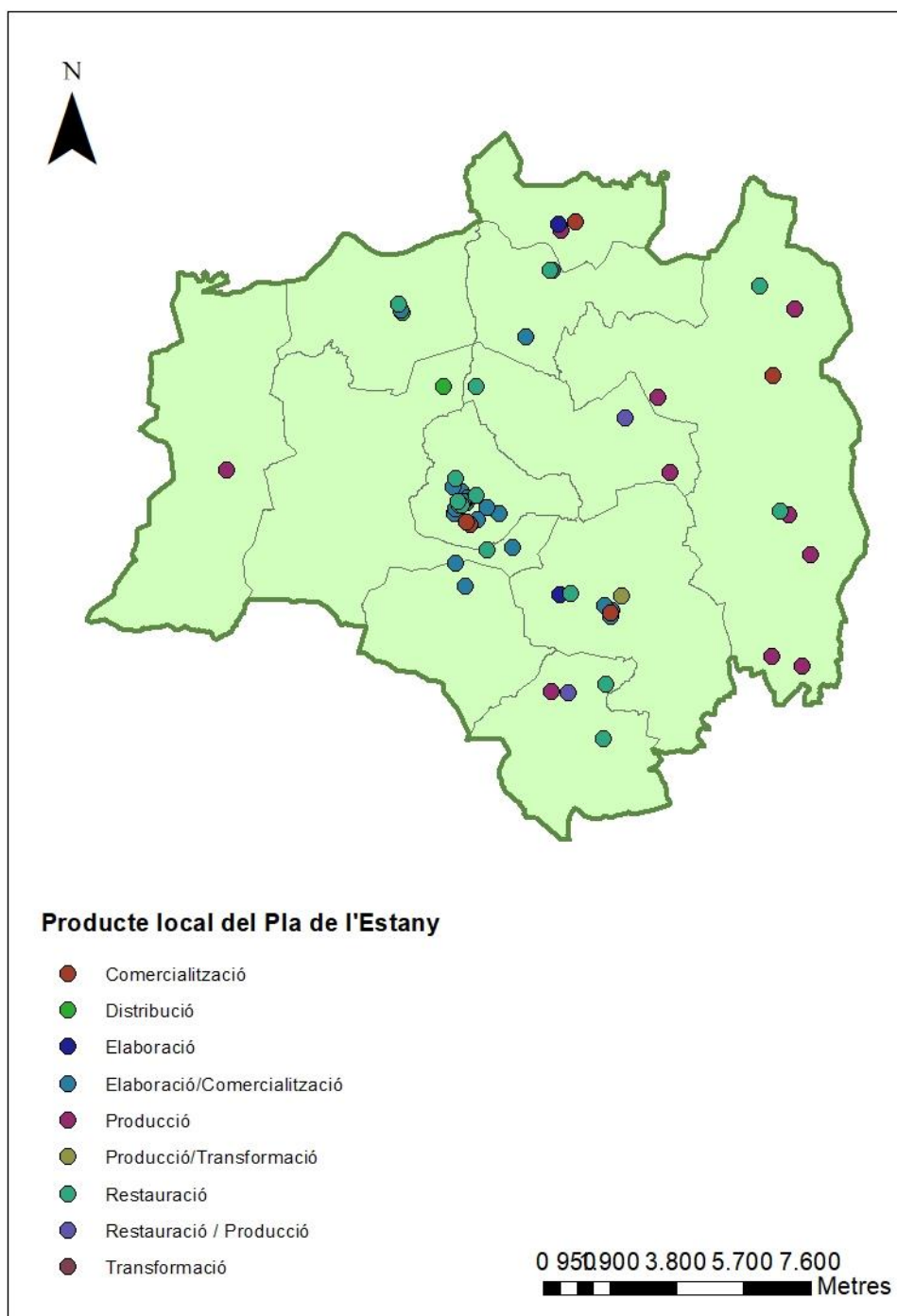
Taula 10: restauració amb producte local, Pla de l'Estany 2018

| Empresa | Municipi | Producte |
|------------------------|--------------------|--|
| Al Born | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Ca l'Arpa | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Café del Poste | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Can Garriga | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Can Pericus | Banyoles | Gastroteca amb producte local i artesà |
| Can Xabanet | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Delluc Celler | Banyoles | Cuina amb producte local |
| El Capitell | Banyoles | Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany |
| El Petit Born | Banyoles | Cuina amb producte local |
| El Sindicat | Banyoles | Cuina tradicional amb producte local |
| Fonda Banyoles Idilium | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Fonda La Paz | Banyoles | Cuina amb producte local |
| La Carpa | Banyoles | Cuina amb producte local |
| La Cassola | Banyoles | Cuina amb producte local |
| La Cisterna | Banyoles | Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany |
| La Draga | Banyoles | Cuina amb producte local |
| La Magrana | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Quatre Estacions | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Restaurant Ara Si | Banyoles | Cuina tradicional amb producte local |
| Taverna Can Bernat | Banyoles | Cuina tradicional amb producte local |
| Vora Estany | Banyoles | Cuina amb producte local |
| Can Masonet | Cornellà del Terri | Cuina amb producte local |
| Can Selvatà | Cornellà del Terri | Cuina tradicional amb producte local |
| Hostal Mas Ferrer | Cornellà del Terri | Cuina tradicional amb producte local |
| Quatre Focs | Cornellà del Terri | Cuina amb producte local |
| Mas Ferrer | Cornellà del Terri | Cuina amb producte local |

| | | |
|--|-------------------------|--------------------------------------|
| Can Roca | Esponellà | Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany |
| Fonda Can Salvi | Fontcoberta | Cuina amb producte propi |
| La Brasa | Fontcoberta | Cuina tradicional amb producte local |
| Can Gelada | Palol de Revardit | Cuina amb producte local |
| Can Mià | Palol de Revardit | Cuina amb producte propi |
| La Banyeta | Palol de Revardit | Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany |
| Les Estunes | Porqueres | Cuina amb producte local |
| + Vilar by Delluc | Porqueres | Cuina amb producte local |
| L'Hostal de St. Miquel | St. Miquel de Campmajor | Cuina amb producte local |
| Fundació Autisme Mas Casadevall | Serinyà | Cuina amb producte local |
| Bar Juncà | Serinyà | Cuina amb producte local |
| Can Boix | Vilademuls | Cuina amb producte local |
| Can Maret | Vilademuls | Cuina amb producte local |
| La Sausa | Vilademuls | Cuina amb producte local |
| Casa Anna Maria | Vilademuls | Cuina tradicional amb producte local |
| La Barretina | Vilademuls | Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany |
| La Serra | Vilademuls | Cuina tradicional amb producte local |

Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball i de les aportacions del Consell Comarcal del Pla de l'Estany, 2018

Mapa 13: cadena de valor agroalimentària, Pla de l'Estany 2018



Font: elaboració pròpia a partir de les Taules de Treball, 2018.

5.3. Resultats qualitius de les Taules de Treball

Entre el 19 de febrer i el 14 de maig de 2018 han tingut lloc un total de 10 sessions de treball sobre la situació de la pagesia i el producte local al Pla de l'Estany (Taula 8), incloent 2 sessions amb el Consell d'Alcaldes del Pla de l'Estany, 7 Taules de Treball municipals i 1 sessió oberta de presentació de resultats.

A les Taules de Treball municipals han participat agents representants de la cadena de valor del producte local, segons els següents sectors: producció, transformació, distribució, elaboració, comercialització, restauració, consum i turisme. Els agents participants han estat convidats expressament, ja fora per part del propi Ajuntament, del Consell Comarcal del Pla de l'Estany o de l'equip consultor, després d'un procés d'identificació fet a partir de dades secundàries (operadors del CCPAE o de venda de proximitat; recerca de webs locals; etc.) i dades primàries obtingudes gràcies a les entrevistes en profunditat realitzades a 5 experts locals representants de diferents estaments de la cadena agroalimentària comarcal.

Finalment, mitjançant correus electrònics intercanviats entre l'equip consultor, el Consell Comarcal del Pla de l'Estany i els Ajuntaments, es va depurar la llista final d'agents a convidar a les Taules de Treball municipals sobre pagesia i producte local. Quatre de les taules han sigut per a municipis individuals (Banyoles, Sant Miquel de Campmajor, Serinyà i Vilademuls), i les demés han combinat 2 o 3 municipis en una mateixa taula. Aquest procediment, establert d'acord amb el Consell Comarcal del Pla de l'Estany, s'ha fet per motius d'eficiència en el temps i recursos, s'ha consensuat a partir de criteris de dimensió municipal, aïllament i/o proximitat (geogràfica i/o funcional) dels municipis. Les dates de realització s'han consensuat amb els Ajuntaments implicats, i les convocatòries s'han fet de manera conjunta entre Ajuntaments, Consell Comarcal del Pla de l'Estany i l'equip consultor.

Taula 11: taules de treball, Pla de l'Estany 2018

| Taula de treball | Municipi | Data |
|------------------|--|------------|
| 1 | Sessió inicial amb el Consell d'Alcaldes del Pla de l'Estany | 17/01/2018 |
| 2 | Vilademuls | 19/02/2018 |
| 3 | St. Miquel de Campmajor | 23/02/2018 |
| 4 | Cornellà del Terri Palol de Revardit | 26/02/2018 |
| 5 | Crespà Esponellà Fontcoberta | 28/02/2018 |
| 6 | Serinyà | 05/03/2018 |
| 7 | Banyoles | 05/04/2018 |
| 8 | Camós Porqueres | 27/03/2018 |
| 9 | Presentació de resultats al Consell d'Alcaldes del Pla de l'Estany | 02/05/2018 |
| 10 | Sessió oberta de presentació de resultats | 14/05/2018 |

Font: elaboració pròpia, 2018.

En total prop de 80 persones diferents han pres part en el procés, incloent Taules de Treball municipals, sessions amb el Consell d'Alcaldes i les 5 entrevistes en profunditat abans mencionades (un tècnic comarcal del DARP; la Gerent de la Cooperativa Agrícola de Banyoles; el President del Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany; un jove ramader de Vilademuls i una representat d'un sindicat agrari).

De cada Taula de Treball realitzada s'ha recollit la següent informació:

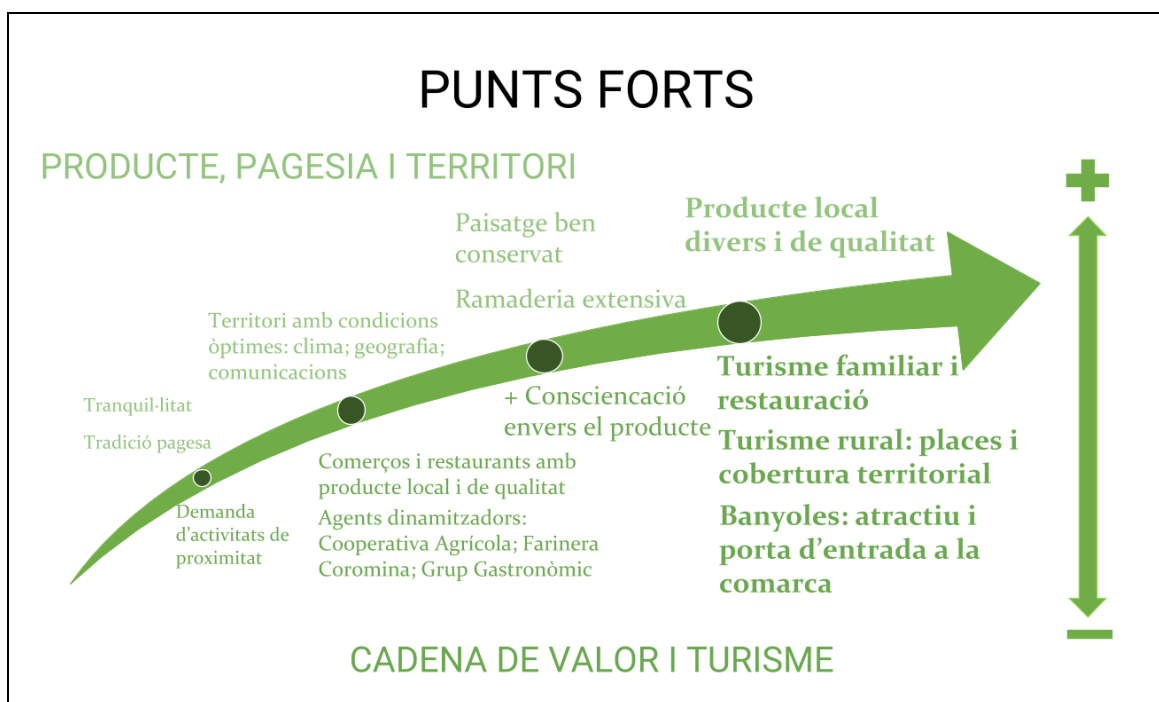
- Llistat de participants amb dades de contacte
- Resultats de punts forts, punts febles i propostes per a la pagesia i el producte local al Pla de l'Estany.

El resultat detallats de cada Taula de Treball municipal es poden trobar a l'Annex 3. A fi de simplificar la seva lectura, les seccions següents ofereixen un resum dels punts més destacats.

5.3.1. Punts forts

La figura següent mostra de manera molt resumida els Punts forts del Pla de l'Estany en quant a producte local, pagesia i territori, d'una banda, i respecte la cadena de valor i el turisme, de l'altra.

Figura 3: punts forts de la cadena de valor i turisme, Pla de l'Estany 2018



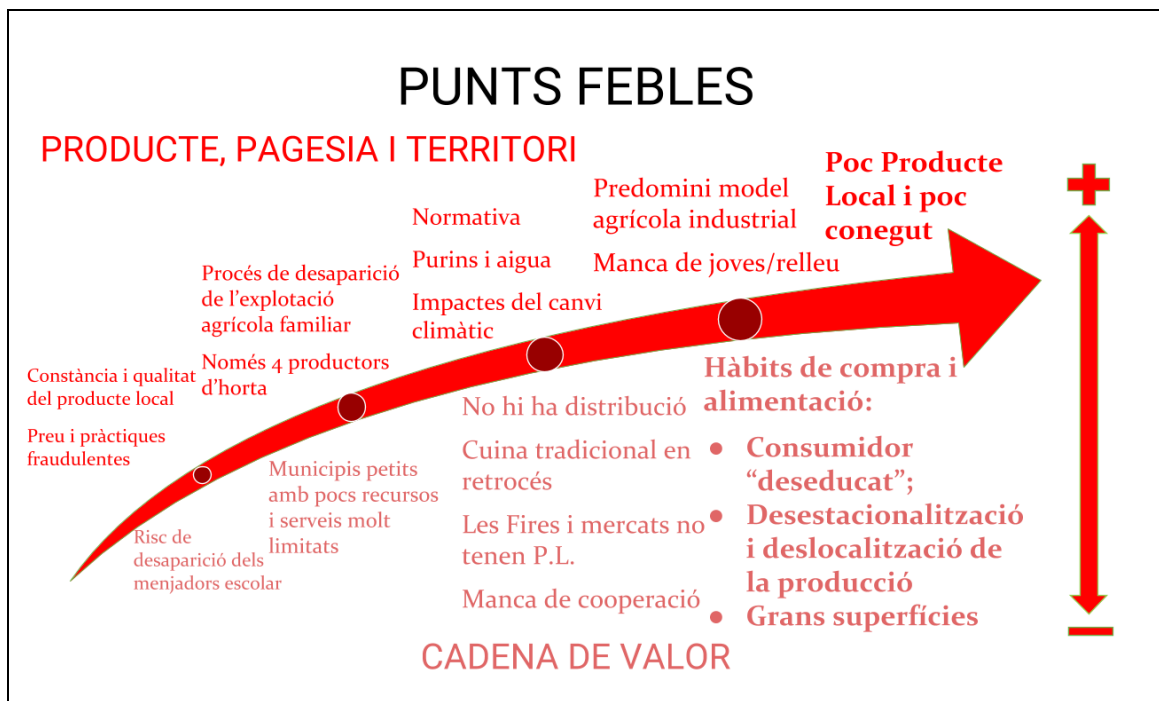
Tal i com mostra la figura, la ruralitat encara és un valor molt apreciat al Pla de l'Estany. Hi ha una tradició pagesa, un territori amb condicions òptimes per la pràctica de l'agricultura en sentit ampli i una destacable presència de la ramaderia extensiva; fets que en conjunt han permès el manteniment d'un paisatge ben conservat i un entorn de tranquil·litat. Tot això, són aspectes que lliguen molt bé amb els interessos dels dos principals segments turístics de la comarca: el turisme familiar i el turisme rural. Siguin visitants d'un dia, de cap de setmana, o d'estades més llargues, aquesta tipologia principal de públic té una especial tendència cap a la gastronomia com a element consubstancial de la seva visita; així mateix, és un públic que expressa una demanda creixent d'opcions per fer activitats de proximitat. Si afegim el potencial de Banyoles com a porta d'entrada a la comarca, hi ha doncs molt a sumar en relació al producte local i la pagesia com a part de l'oferta turística del Pla de l'Estany.

El progressiu augment de la sensibilitat social envers l'alimentació saludable, és un argument fort envers la posada en valor del producte de proximitat, d'origen artesà i lligat als recursos naturals endògens; no només entre el públic general, sinó també entre alguns dels segments de visitants més atrets per la comarca: turisme familiar procedent d'entorns urbans (de Barcelona, en particular; veure secció 3.2) i esportistes que venen a fer estades d'entrenament. Així mateix, hi ha una important xarxa d'establiments (fleques i pastisseries artesanes, carnisseries i xarcuteries, botigues de queviures, i restaurants) que estan incorporant el producte local a la seva oferta, exercint de prescriptors de la comarca i del que ofereixen els seus espais rurals. Finalment, hi ha un seguit d'agents estructuradors (el Grup Gastronòmic; la Cooperativa Agrícola; la Farinera Coromina o El Ginjoler) que fa temps que estan aportant valor afegit a la comarca mitjançant les seves activitats, i que tenen un paper molt clar de dinamitzadors potencials del producte local i de la cadena de valor.

5.3.2. Punts febles

En relació a la pagesia, el producte local, la cadena de valor i el territori del Pla de l'Estany, hi ha un predomini de punts febles, tal i com mostra la figura següent, en comparació als punts forts. Això posa de manifest com l'evolució del sector primari dels darrers 30 anys ha tingut un efecte desestructurador de l'escala local. La malla de pagesia, producte, mercats de paradistes, petites indústries transformadores, comerços, etc. que abastia el mercat de proximitat, pràcticament ha desaparegut, deixant pas a una agricultura i ramaderia que treballa principalment pels mercats internacionals, i gràcies en bona part a les oportunitats geogràfiques de les comarques gironines (orografia, clima i bones comunicacions amb Europa i el Món).

Figura 4: punts febles cadena de valor, Pla de l'Estany 2018



Aquest canvi de paradigma del món agrari està tenint conseqüències molt directes en el futur de la pagesia. Molts pocs joves s'incorporen a l'activitat (segons dades del DARP només 24 persones joves en el període 2008-2017) i l'explotació d'escala familiar i d'activitat diversa està en procés de desaparició, essent substituïda per produccions ramaderes intensives i integrades verticalment. Un reflex d'aquest nou context agropecuari és la presència de tan sols 4 productors professionals d'horta a la comarca, una xifra sorprenentment baixa considerant l'abundància d'aigua i sòls de qualitat a l'entorn de Banyoles i les Valls del Terri i del Fluvià.

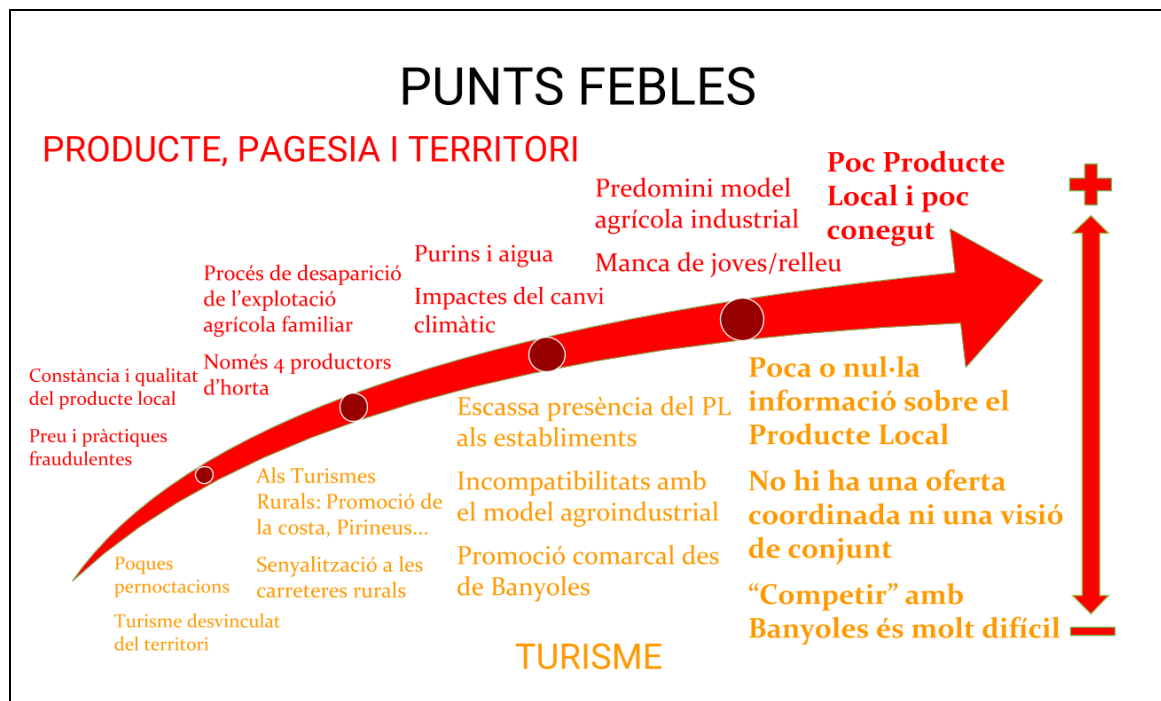
El model agrari actual també està tenint un fort impacte ambiental, particularment sobre les aigües subterrànies a causa dels purins. A tot això cal afegir els impactes del canvi climàtic (augment de temperatures, reducció dels recursos hídrics disponibles, aridificació progressiva, etc.) davant els quals manquen estratègies i mesures d'adaptació; així com errades del propi sector del producte local (com la manca de constància de producte en quantitat o qualitat, i certes pràctiques fraudulentes, per exemple en l'etiquetatge) derivades de la seva petita dimensió, poca estructuració i desenvolupament sovint en condicions

precàries de les iniciatives de producció i comercialització incloses a la cadena del producte de proximitat.

Aquestes febleses estructurals relatives al producte local tenen molt a veure amb el canvi cultural en els hàbits de compra i alimentació de la societat. La migració cap a un sistema comercial on predominen les grans superfícies ha alienat la ciutadania de les activitats productores properes i ha tingut un efecte poc educador respecte l'estacionalitat dels aliments, el seu origen, etc. La realitat de la cadena del producte local és doncs de molta feblesa davant l'allau de productes que arriben de qualsevol lloc a qualsevol època de l'any i a preus difícils de batre.

Per això, no hi ha cap estructura específica de distribució del producte local a la comarca, obligant els petits productors a desenvolupar els seus propis mitjans per distribuir i comercialitzar. A això se suma una escassa presència del producte local en mercats i fires, i una tendència gastronòmica que va desplaçant la cuina tradicional i per tant menys lligada als recursos alimentaris locals. La manca de cooperació entre els agents de la cadena i el fet que els municipis rurals de la comarca siguin petits i amb pocs recursos, són obstacles afegits per la revalorització i potenciació dels productes artesans i els aliments que generen. Un exemple molt concret en aquest sentit és la possible desaparició de la majoria de menjadors escolars gestionats des dels Ajuntaments, ja que això pot conduir a una lògica d'alimentació basada principalment en el preu, quan les escoles són un espai idoni per canalitzar polítiques de "discriminació positiva" del producte local, per la forta vessant educativa del fet.

Figura 5: punts febles turisme, Pla de l'Estany 2018



En consonància amb l'escassa oferta de producte local a la comarca, hi ha molt poca informació sobre aquest i manca una visió de conjunt i una oferta coordinada que pugui potenciar el gastroturisme, i al seu darrere els paisatges rurals, les activitats agràries, etc. com a complements de Banyoles. Per això caldrà superar qüestions com la poca presència de producte local als establiments turístics i comercials, i incompatibilitats cada cop més manifestes entre turisme rural i d'experiències i un territori rural eminentment agroindustrial, i que encara porta implícit qüestions com pudors molt intenses, purins en rius, rieres i gorgues, herbicides que cremen la vegetació dels marges, etc.

De la mateixa manera, cal que els turismes rurals posin en valor allò proper i no centrin la seva promoció de "què fer i on anar" en els Pirineus, la Costa Brava, o el Museu Dalí. És més, tenint en compte que sovint reben un públic de poques pernoctacions i molt desvinculat del territori, si no rep un mínim d'informació haurà "vingut i marxat" sense pràcticament aprendre res del lloc que ha visitat. Però això potser és reflex que els municipis rurals del Pla de l'Estany encara no disposen d'una oferta estructurada d'itineraris, llocs per visitar i coses per fer. Una qüestió que haurien de resoldre de la mà de Banyoles, perquè la comarca en conjunt sigui la destinació a descobrir i gaudir. Col·lateralment, un altre aspecte

relacionat amb la valorització dels recursos lligats als nuclis rurals i que cal abordar, són els impediments legals a l'hora de senyalitzar explotacions i establiments a les vies de comunicació.

6. Idees força i accions

La identificació i anàlisi de forteses i febleses entorn a la pagesia, el producte local i la seva cadena agroalimentària, ha conduït les Taules de treball municipals a un debat propositiu que ha permès formular tot un seguit d'idees força i accions. De manera molt sintètica, s'han agrupat les principals aportacions obtingudes en tres grans blocs:

- Producte i Pagesia
- Turisme i Territori
- I ara, què fer?

La figura 7 resumeix les idees força i accions recollides en quant a Producte i Pagesia. El missatge essencial en aquest àmbit és que cal recolzar les iniciatives de producció local i els seus autors, en particular joves i dones que parteixen d'una situació de major vulnerabilitat alhora d'afrontar els reptes d'engegar i consolidar empreses agroalimentàries viables.

Figura 6: idees força-accions sobre producte i pagesia al Pla de l'Estany, 2018.

IDEES FORÇA - ACCIONS

PRODUCTE I PAGESIA

- **Recolzar i assessorar els joves agricultors**, dones pageses i petits productors per a la seva especialització en producte final, productes d'alt valor gastronòmic, alternatives a l'agroindústria i en l'adaptació al canvi climàtic.
- **Fomentar infraestructures i serveis compartits** de proximitat (obradors, escorxadors, central de compres i distribució....)
- **Promoure el model "francès"** (de visibilitat i venda directa) i adoptar la iniciativa Món Empordà, de mercats itinerants de producte local

S'identifiquen 3 grans àmbits de suport al petit productor local:

- 1) **L'assessorament per a l'especialització cap a mercats locals** de valor afegit; com per exemple la recuperació de l'endívia de Banyoles, molt valorada a nivell gastronòmic. O per a la cooperació i la cobertura conjunta de la demanda; per exemple, que els 4 productors hortícoles en actiu col·laborin per oferir conjuntament producte a restaurants i clientela final, de manera que cadascun pugui completar la seva oferta amb la dels demés, i que cadascun cultivi en major quantitat allò que millor resultat li dona, i des del bescanvi de producte tots tinguin un major mercat a l'abast. Altres necessitats emergents d'assessorament, com l'adaptació al canvi climàtic, la migració a la producció ecològica, etc. són àmbits en els quals serà interessant desenvolupar recursos de manera progressiva.
- 2) **El foment d'infraestructures i serveis compartits.** Infraestructures tan bàsiques com un petit escorxador de proximitat, capaç de processar quantitats reduïdes de bestiar, multi-espècie, gestionat cooperativament entre carnissers i ramaders, i on l'objectiu sigui subministrar les cadenes curtes amb plena traçabilitat sobre el producte, són una peça crítica en la viabilitat de la cadena del producte carni local. I quelcom similar passa amb els obradors d'elaboració que impliquen forns, cuines, envasat, refrigeració, magatzem, etc, així com amb la distribució especialitzada del producte local. El Pla de l'Estany actualment no compta amb cap d'aquestes infraestructures per estructurar la transformació i comercialització dels productes alimentaris locals. Amb les dimensions de la comarca, explorar les vies per fomentar la seva presència podria tenir un important efecte de contenció de la desaparició de certs oficis (el de pastor en particular) i per fer que les noves siguin viables. Amb la possibilitat d'innovar en el seu funcionament per tal d'optimitzar-ne l'ús, com per exemple: realitzar cursos de tall per a carnissers, o tallers d'elaboració de conserves per a hortolans i particulars, i articular l'espai com a central de compres i distribució per a comerços, restaurants i establiments rurals.
- 3) **Promoure el "model francès"**, en el sentit de fer molt més present, visible i accessible el producte local, la pagesia i productors de la comarca. Per això, quelcom tan concret com la creació d'un mercat itinerant de producte local, o encara més modestament i per començar, una parada fixa de producte local al mercat de Banyoles, poden ser fórmules molt pràctiques de donar suport als

petits productors de la comarca. Això en paral·lel a materials divulgatius, senyalística al territori, o el foment de la venda directa a l'explotació agrària. Accions que cal planificar de manera integral i que girin al voltant d'allò que els mateixos productors volen prioritzar i estan disposats a dur a terme a partir d'unes facilitats i un suport inicial de l'administració pública.

Figura 7: idees força-accions sobre turisme i territori al Pla de l'Estany, 2018.

IDEES FORÇA - ACCIONS

TURISME I TERRITORI

- **Cooperació entre productors, comerços i restaurants**, per enfortir i fer créixer la cadena agroalimentària del producte local.
- **Els establiments turístics com a agents dinamitzadors del producte local**: agrobotiga física o online; incorporació als àpats; oferta d'activitats a les explotacions; etc.
- **Crear productes turístics vinculats a la pagesia i el producte local**, i experiències turístiques a les explotacions
- **Buscar sinèrgies entre els municipis rurals i potenciar-los des de Banyoles**

La figura 8 recull les idees força i accions en l'àmbit del turisme i el territori, que inclou 4 grans àmbits d'acció:

- 1) **La cooperació entre els diversos agents de la cadena.** Com s'ha vist, la cadena agroalimentària local potencial és molt extensa, i ho podria ser més atès que el recull realitzat encara es podria ampliar. Per tant, tan sols creant les condicions perquè aquells agents més interessats en cooperar ho puguin fer, ja seria un avenç important. Com per exemple augmentar la vinculació entre producte local i la carta dels restaurants, mitjançant informació divulgativa o fins i tot amb un menú KMo que es basi en el producte local. Tot això, d'una banda, significa dinamitzar espais, tals com les Taules de treball municipal ja realitzades, on els agents es trobin, parlin i explorin possibilitats de col·laboració a partir de necessitats i interessos comuns. I, de l'altra, posar

a l'abast d'aquests agents recursos per impulsar iniciatives de cooperació. En aquest sentit, cada cop hi ha un ventall més ampli de línies d'ajut del SOC, del DARP, etc. amb un enfoc que admet o fins i tot promou la cooperació entre els diferents agents de la cadena agroalimentària local. Cal doncs algú que conegui aquests mecanismes de finançament i cooperació i que assisteixi els agents interessats a l'hora d'aplicar-los.

- 2) **Els establiments turístics com a agents dinamitzadors del producte local.** Des del simple fet d'oferir informació sobre productes i experiències vinculades al producte de proximitat, a equipar els establiments amb petites agro-botigues de producte local i/o fer arribar digitalment a la clientela, tan bon punt ha completat la reserva, un llistat de productes a adquirir i que l'allotjament s'ocuparà de proveir a l'arribada. O també, incloure producte local als àpats oferts per l'establiment. Són moltes les sinèrgies potencials entre establiments turístics i producte local, que permetrien enriquir enormement l'experiència turística a la comarca i per tant reforçar la seva marca com a destinació de lleure urbano-rural, o agropolità tal com es comença a fer referència a aquests territoris que combinen nuclis clarament urbans amb contrades molt rurals al seu voltant.
- 3) **Crear productes turístics vinculats a la pagesia i el producte local.** De forma complementària als dos punts anteriors, cal desenvolupar una oferta turística específicament vinculada al producte local i els seus productors. Per molta ciutadania el contacte amb l'origen d'allò que mengen és mínim o nul, fins al punt de mai haver estat en una explotació ramadera, o en un obrador de formatges, etc. I, així com l'enoturisme ja es pot considerar consolidat, altres segments d'aquest més ampli gastroturisme estan totalment per explotar o en un estadi molt inicial de desplegament. Un cas concret és el Pasturisme, o turisme en explotacions ramaderes de pastura. Una recerca recent sobre el tema⁷ posa de manifest que pels productors el més important d'obrir les seves instal·lacions a visites és donar a conèixer el que fan; educar el consumidor, més que no fer venda directa de producte. Per tant, l'efecte potencial en els hàbits d'alimentació diaris i no una compra puntual. Tanmateix, sovint calen unes inversions a l'explotació, una formació dels

⁷ Veure: http://premisg.costabrava.org/wp-content/uploads/2017/11/02_YbetteBarbaza_Pasturisme_issu.pdf

titulars, un disseny apropiat del producte turístic a oferir i uns mitjans tècnics i tecnològics per a publicitar i gestionar l'experiència apropiadament. Tot un seguit d'aspectes que requereixen una planificació i un acompanyament tècnic per tal de posar en valor de manera òptima els recursos associats a producte i produccions.

- 4) **Buscar sinergies entre els municipis rurals i potenciar-los des de Banyoles.** Els municipis del Pla de l'Estany són el complement ideal de Banyoles i viceversa. Un enfoc global de destinació que recorri a la cooperació i sinèrgies dels municipis rurals entre ells i d'aquests amb Banyoles és necessari, i el producte local és una oportunitat en aquest sentit. Una gran avantatge del Pla de l'Estany és que la comarca és geogràficament petita, per tant, fàcil de recórrer en un cap de setmana. I en aquest sentit, la gastronomia i el producte local poden ser la molla que faci que el turista que visita l'Estany dini en un establiment de la capital i des d'aquí es desplaci a descobrir el productor d'allò que ha dinat, i els seus entorns. I viceversa, que el turista d'establiment rural, visita una explotació propera i des d'aquí salti al restaurant de Banyoles o d'un altre nucli rural a tastar la cuina professional d'aquell producte que ha descobert.

Figura 8: producte local al Pla de l'Estany; I ara, què?

IDEES FORÇA - ACCIONS

I ARA, QUÈ? → NO PERDRE EL FIL D'INTERÈS QUE S'HA GENERAT!

- **Donar continuïtat a les taules de treball** a escala municipal i/o conformar una taula d'abast comarcal.
- **Aprendre del que fan en altres territoris:** Bagès, La Selva, Ripollès...
- **Editat un catàleg comarcal** de productes, establiments i serveis.
- **Sol·licitar una plaça d'AODL** per planificar i treballar en tots aquests temes durant un període de 4 anys.

I ara, què? El treball participatiu engegat amb les Taules de treball municipal sobre producte local del Pla de l'Estany té sentit si exerceix d'espurna d'ignició d'accions concretes, la més important de les quals és que no es perdi el fil d'interès que s'ha generat (Figura 9).

Tot un seguit de productors i demés agents de la cadena agroalimentària local, que abasten des de l'escala micro -com per exemple l'única producció de mel restant a Crespià, un petit comerç local a Cornellà del Terri, o un turisme rural de Galliners - a d'altres d'abast provincial i fins i tot estatal -com El Ginjoler, Ca l'Arpa o Xocolates Torras- han agraït la iniciativa d'estudiar la situació de la pagesia i el producte local impulsada pel Consell Comarcal del Pla de l'Estany.

Es constata que s'ha despertat un interès que ha donat com a fruit una vuitantena de persones fent les seves aportacions al respecte del tema, aprenent uns dels altres i manifestant les ganes de seguir-hi treballant. La continuïtat del treball s'ha concretat en 4 accions que el Consell Comarcal podria liderar en un període d'un any i amb un cost relativament baix:

- 1) **Donar continuïtat a les taules de treball:** el municipis de Vilademuls i Sant Miquel de Campmajor han acordat internament, fruit del treball participatiu engegat amb aquest estudi, seguir fent reunions i treballant perquè els agents vinculats al producte local d'aquests municipis cooperin i es potenciïn mútuament. El Consell Comarcal del Pla de l'Estany podria emprendre una fórmula similar i crear un espai permanent de diàleg i treball cooperatiu entre els agents del producte local de tota la comarca. Un espai obert i d'adscripció voluntària on agents com el Grup Gastronòmic, productors, comerços i establiments turístics generin iniciatives pròpies de col·laboració.
- 2) **Aprendre del que es fa a altres territoris.** Atès que el tema del producte local cada cop és més important com a part de les estratègies locals de desenvolupament territorial, es proposa organitzar una jornada per convidar altres comarques que hi estiguin treballant i aprendre del que han fet i estan fent. Comarques com La Selva, el Ripollès, la Cerdanya o el Moianès. Totes amb iniciatives liderades des dels respectius Consells Comarcals i/o Agències de Desenvolupament una trajectòria interessant de revitalització del producte i productors locals, així com de governança basada en la cooperació en un sentit ampli.
- 3) **Edició d'un catàleg de producte local.** A partir de les dades recollides i d'una reflexió més aprofundida sobre què és un producte local i què no, i sobre tot allò addicional que ho envolta (comerços, restaurants, venda directa, activitats turístiques, etc.) es pot procedir a la publicació d'un catàleg en format paper, digital o web, que sigui el primer material palpable i distribuïble del que la comarca pot oferir en quant al producte local.
- 4) **Sol·licitar una plaça d'Agent d'Ocupació i Desenvolupament Local** al SOC seria la passa més ferma de cara a desplegar una estratègia a mig termini a l'entorn del producte local, capaç d'abordar tant problemàtiques identificades com a febleses, com les forteses més destacades i algunes de les idees força i accions que necessiten un cert recorregut. Així com, el "i ara, què?" fa referència a actuacions a curt termini que gairebé no requereixen recursos tècnics i econòmics, la resta de qüestions plantejades a les Taules de treball municipals demanden un acompanyament continuat d'algú que s'hi pugui dedicar de manera específica. Pel fort lligam entre producte local i desenvolupament turístic de la comarca que s'ha visibilitat amb aquest treball,

la figura d'una AODL és la que millor podria treballar-hi, tal i com es fa a altres comarques catalanes.

Figura 9: producte local al Pla de l'Estany; i ara, què? Un exemple en actiu.



Per finalitzar aquesta secció sobre idees força i accions, es vol emprar una iniciativa en curs, que pot servir d'exemple per mostrar alguna de les accions a emprendre per a la promoció del producte local i el turisme d'experiències associat.

En el marc de la campanya *Benvinguts a Pagès 2018* que impulsa la Generalitat de Catalunya i la Fundació Alícia (9-10 de juny), entre les diferents explotacions, restaurants i establiments turístics del Pla de l'Estany que s'hi han adherit, s'hi troben 6 empreses agroalimentàries i un restaurant totes situades al llarg del riu Fluvià (Figura 10). És molt interessant el fet que les 6 explotacions agràries tenen producte propi i representen diferents sectors productius (nous, mel, làctics, oli i carn) i els restaurants involucrats. Tots disposen del segell de venda de proximitat (per venda directa o de circuit curt), un dels requisits per participar a Benvinguts a Pagès. I en conjunt conformen una ruta de producte local, gastronomia, paisatge i natura d'alt valor. No obstant això, ha estat una casualitat espontània, en el sentit que aquests agents no s'han coordinat i organitzat per

anar junts a Benvinguts a Pagès i oferir un paquet gastroturístic. És en el moment de veure'ls al mapa que s'identifica aquesta potencialitat, a la qual es podria afegir el restaurant La Barretina d'Orfes (també del Grup Gastronòmic) i plasmar una oferta cap i cua; és a dir, que es pot començar a Esponellà o Orfes indistintament (en cotxe, en bicicleta...), tot passant per Crespià, i gaudir de tota aquesta riquesa cultural, paisatgística i culinària. Òbviament, fóra adient un assessorament professional, un enquadrament temporal, etc. i uns mitjans idonis per gestionar-ho, però es fa manifest que la comarca té experiències per compartir i que estan succeint coses de manera espontània, que amb un acompanyament i suport en la promoció, etc. es podrien transformar en iniciatives i una oferta estables.

7. Conclusions

Una comarca molt orientada a l'agroindústria

- La comarca del Pla de l'Estany segueix un model agrari intensiu deslligat del mercat local, sobretot amb la ramaderia porcina, com a motor principals de l'activitat agrària.
- Amb la tendència actual, l'explotació agrària familiar té poca viabilitat futura i s'accentuarà la intensificació de la producció i la concentració parcel·lària i de conreus en mans d'unes poques i grans agroindústries.
- El canvi climàtic fa preveure dificultats emergents en la producció agrària a la comarca, per temperatures més altes, onades de calor i major escassetat d'aigua, que requeriran un procés d'adaptació important.

Poc producte local, però amb casos d'èxit

- S'han identificat 21 explotacions agràries que fan producte propi i a l'abast del consumidor final. Aquesta és una xifra globalment petita, però hi ha representats sectors d'alimentació diversos: horta, fruita, fruita seca, mel, làctics, carn, oli i vi. Una part d'aquests productors combinen l'activitat amb altres feines, una tendència a l'alça degut el baix rendiment de les produccions petites i mitjanes.
- Només hi ha 4 horticultors professionals, quantitat que potencialment podria ser molt major tenint en compte el clima, els sòls i els recursos hídrics de la zona lacustre, la vall del Terri i la vall del Fluvià.
- Fins a 16 productes addicionals d'origen agrari poden afegir-se al catàleg de producte local, després d'una reorientació cap a produccions centrades en el valor afegit, malgrat no estiguin directament vinculades a la pagesia, com són els productes artesans de l'embotit, el formatge, la cervesa o el pa.
- Aquests aporten valor afegit a l'oferta de producte del Pla de l'Estany, com són la tortada d'ametlla, la cervesa Atlètica, embotits diversos, Formatges Llandrich, Formatges Le Bolut, o el Forn de pa Sant Iscle.

- Iniciatives com Dolça Abella, Formatges Mas Alba, Oli de Mas Auró, o Carns Mercader són casos d'èxits de produccions locals amb gran reconeixement al territori i en alguns casos a nivell internacional.

Cadena agroalimentària desarticulada, però amb potencial i amb grans referents

- La cadena agroalimentària vinculada al producte local està desarticulada. Manquen infraestructures bàsiques com un escorxador per a petits productors i una distribució especialitzada en producte de proximitat; així com una bona base d'informació per què establiments comercials, de restauració i turístics, coneguin el producte disponible i l'incorporin a la seva oferta.
- S'han identificat una seixantena d'agents de la cadena (elaboradors, comerços i restaurants) que o bé treballen amb producte local, o responen a un perfil susceptible d'incorporar-lo.
- Agents com la Cooperativa Agrícola, el Grup Gastronòmic, El Ginjoler, el Restaurant Ca l'Arpa, Xocolates Torras o la Farinera Coromina, són referents clau per a la dinamització del producte local, ja sigui pel prestigi que tenen més enllà del Pla de l'Estany, per la seva vocació innovadora i de producció amb valor afegit, o per la seva missió envers la comarca, la pagesia i el producte de proximitat.

Mercats, fires i turisme: tot un món pel producte local

- El mercat de Banyoles és de gran tradició, així com algunes de les Fires anuals (Sant Martí, de la Mel, de l'All, de la Carabassa...). No obstant això, el producte local hi és pràcticament absent. Accions que per fer visibles, posar en valor i comercialitzar-lo en aquests espais de gran afluència serà beneficiosa. L'impuls de nous mercats itinerants, específics de producte local o de proximitat, també és una oportunitat a explorar.
- Els establiments turístics, sobretot els turismes rurals de la comarca, presenten un potencial molt elevat de sensibilització i guiatge als turistes

rurals. En molts casos es desconeix el producte local i la pagesia que els elabora, i és des de la complicitat de les diferents empreses locals del territori que es podria fomentar aquesta porta d'entrada del turisme cap als producte local i la pagesia, tal i com exemplifica el model de Benvinguts a pagès.

- El turisme vivencial o d'experiències és un sector que està creixent en els darrers anys, sobretot per la necessitat que té la població urbana de descobrir i experimentar el món rural. El Pla de l'Estany presenta els elements idonis per tal de desenvolupar productes turístics nous des d'una visió rural i vinculada als productes del territori.

El Producte Local, un tema d'interès i de futur per la comarca

- L'interès que s'ha generat en les Taules de Treball municipal mostra com hi ha una part de les empreses vinculades a la cadena agroalimentària local, que estan disposades a donar un pas endavant per enfortir els lligams que es generen entre elles i per donar a conèixer les experiències que ja estan en marxa, així com per treballar-ne en d'altres noves que puguin sorgir.
- El Consell Comarcal del Pla de l'Estany està treballant amb una Marca territorial que pot esdevenir també una punta de llança de la posada en valor de la pagesia i del producte local. Accions com les que s'han apuntat de creació d'una catàleg de producte local, de l'organització d'una jornada per aprendre d'altres territoris o la sol·licitud d'una persona que pugui treballar amb temes de dinamització agroalimentari local, posen sobre la taula un camí a seguir i unes estratègies perfectament assumibles, tant pel sector públic com pel privat.

Annex 1: dades del sector agrari

Taula 12: empresa i ocupació agrària, Pla de l'Estany 2017

| | Empreses | % | Assalariats | % | Autònoms | % |
|--------------------------|----------|------|-------------|------|----------|------|
| Banyoles | 12 | 1,6 | 114 | 2,2 | 47 | 2,9 |
| Camós | 7 | 26,9 | 66 | 73,3 | 15 | 21,7 |
| Cornellà del Terri | 10 | 5,2 | 28 | 1,3 | 41 | 15,2 |
| Crespià | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9,1 |
| Esponellà | 2 | 11,1 | 8 | 9,3 | 14 | 30,4 |
| Fontcoberta | 2 | 5 | 7 | 3,5 | 18 | 12,3 |
| Palol de Revardit | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 12,3 |
| Porqueres | 4 | 3,3 | 42 | 6 | 32 | 6,8 |
| Sant Miquel de Campmajor | 3 | 33,5 | 9 | 33,3 | 15 | 46,9 |
| Serinyà | 2 | 4,6 | 4 | 1,4 | 5 | 5,0 |
| Vilademuls | 4 | 12,5 | 13 | 13,3 | 43 | 36,8 |
| Pla de l'Estany | 46 | 3,71 | 291 | 3,1 | 240 | 8,1 |

Font: XIFRA (Diputació de Girona), 2017.

Taula 13: nombre d'explotacions i capacitat ramadera, Pla de l'Estany 2016

| | Nº Explotacions | Capacitat ramadera |
|---------|-----------------|--------------------|
| Porcí | 161 | 185.581 |
| Boví | 132 | 25.885 |
| Èquids | 98 | 1.131 |
| Oví | 84 | 19.238 |
| Aviram | 41 | 720.100 |
| Cabrum | 20 | 1.739 |
| Abelles | 8 | 1.407 |

Font: Sistema d'Informació Ramadera (DARP), 2016.

Taula 14: nombre d'explotacions i capacitat ramadera per municipi, Pla de l'Estany 2016

| Municipi | Espècie | Nº Explotacions | Capacitat |
|---------------------------|-----------------------|-----------------|-----------|
| Banyoles | Porcí | 4 | 585 |
| Banyoles | Oví | 4 | 782 |
| Banyoles | Boví | 4 | 497 |
| Banyoles | Èquids | 11 | 175 |
| Camós | Gallines i pollastres | 6 | 85.259 |
| Camós | Porcí | 20 | 17.703 |
| Camós | Oví | 11 | 1.825 |
| Camós | Boví | 15 | 3.313 |
| Camós | Èquids | 14 | 146 |
| Cornellà del Terri | Gallines i pollastres | 12 | 73.819 |
| Cornellà del Terri | Porcí | 46 | 55.600 |
| Cornellà del Terri | Conills | 5 | 6.443 |
| Cornellà del Terri | Oví | 16 | 3.863 |
| Cornellà del Terri | Boví | 33 | 5.402 |
| Cornellà del Terri | Èquids | 16 | 130 |
| Crespià | Porcí | 6 | 5.758 |
| Crespià | Abelles | 4 | 207 |
| Esponellà | Gallines i pollastres | 4 | 74.880 |
| Esponellà | Porcí | 12 | 13.473 |
| Esponellà | Oví | 11 | 3.761 |
| Esponellà | Boví | 7 | 1.398 |
| Esponellà | Èquids | 5 | 22 |
| Fontcoberta | Porcí | 13 | 26.732 |
| Fontcoberta | Oví | 8 | 2.383 |
| Fontcoberta | Boví | 9 | 1.914 |
| Fontcoberta | Cabrum | 4 | 35 |
| Fontcoberta | Èquids | 8 | 82 |
| Palol de Revardit | Gallines i pollastres | 8 | 373.897 |
| Palol de Revardit | Porcí | 5 | 1.694 |

| | | | |
|---------------------------------|-----------------------|----|--------|
| Palol de Revardit | Oví | 4 | 99 |
| Palol de Revardit | Boví | 4 | 479 |
| Palol de Revardit | Èquids | 4 | 14 |
| Porqueres | Gallines i pollastres | 4 | 32.629 |
| Porqueres | Porcí | 11 | 9.881 |
| Porqueres | Oví | 10 | 321 |
| Porqueres | Boví | 9 | 611 |
| Porqueres | Èquids | 12 | 140 |
| Sant Miquel de Campmajor | Porcí | 6 | 11.617 |
| Sant Miquel de Campmajor | Oví | 5 | 1.484 |
| Sant Miquel de Campmajor | Boví | 16 | 3.058 |
| Sant Miquel de Campmajor | Cabrum | 4 | 93 |
| Sant Miquel de Campmajor | Abelles | 4 | 1.020 |
| Sant Miquel de Campmajor | Èquids | 7 | 79 |
| Serinyà | Porcí | 5 | 6.416 |
| Serinyà | Oví | 5 | 1.402 |
| Serinyà | Èquids | 10 | 198 |
| Vilademuls | Gallines i pollastres | 7 | 79.616 |
| Vilademuls | Porcí | 33 | 36.122 |
| Vilademuls | Oví | 15 | 4.720 |
| Vilademuls | Boví | 30 | 5.109 |
| Vilademuls | Cabrum | 12 | 1.611 |
| Vilademuls | Èquids | 11 | 145 |

Font: Sistema d'Informació Ramadera (DARP), 2016.

Taula 15: nombre d'exploracions, Pla de l'Estany 2009

| | Total explot. | Amb terres total explot. | Amb terres amb ramaderia explot. | Amb terres sense ramaderia explot. |
|--------------------------|---------------|--------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Banyoles | 30 | 26 | 14 | 12 |
| Camós | 39 | 32 | 22 | 10 |
| Cornellà del Terri | 99 | 95 | 56 | 39 |
| Crespià | 24 | 21 | 6 | 15 |
| Esponellà | 30 | 28 | 14 | 14 |
| Fontcoberta | 31 | 30 | 18 | 12 |
| Palol de Revardit | 23 | 23 | 13 | 10 |
| Porqueres | 38 | 36 | 24 | 12 |
| Sant Miquel de Campmajor | 27 | 27 | 15 | 12 |
| Serinyà | 20 | 19 | 12 | 7 |
| Vilademuls | 99 | 93 | 54 | 39 |
| Pla de l'Estany | 460 | 430 | 248 | 182 |

Font: cens agrari, 2009.

Taula 16: orientacions tecnicoeconòmiques per municipis, Pla de l'Estany 2009

| | Agricultura general | Horticultura | Conreus Llenyosos Herbívors | Granívors | Policultius | Ramaderia mixta | Conreus i Ramaderia | Sense PET explotació | |
|--------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------|-----------|-------------|-----------------|---------------------|----------------------|----------|
| Banyoles | 10 | 1 | 0 | 5 | 10 | 1 | 0 | 3 | 0 |
| Camós | 10 | 0 | 1 | 7 | 16 | 1 | 3 | 1 | 0 |
| Cornellà del Terri | 36 | 6 | 0 | 15 | 32 | 2 | 5 | 2 | 1 |
| Crespià | 11 | 0 | 5 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Esponellà | 13 | 0 | 1 | 7 | 7 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Fontcoberta | 13 | 0 | 0 | 4 | 11 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Palol de Revardit | 11 | 0 | 0 | 6 | 4 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Porqueres | 14 | 0 | 1 | 10 | 8 | 0 | 1 | 3 | 1 |
| Sant Miquel de Campmajor | 11 | 0 | 1 | 6 | 6 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Serinyà | 7 | 1 | 0 | 5 | 4 | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Vilademuls | 40 | 1 | 1 | 25 | 20 | 1 | 6 | 5 | 0 |
| Pla de l'Estany | 176 | 9 | 10 | 93 | 123 | 5 | 22 | 20 | 2 |

Font: cens agrari, 2009.

Taula 17: titulars per edat i sexe, Pla de l'Estany 2009

| | Homes | | Dones | | Total | |
|--------------------|------------|---------------|-----------|---------------|------------|---------------|
| | Núm. | % | Núm. | % | Núm. | % |
| Menors de 34 anys | 25 | 7,1% | 0 | 0,0% | 25 | 5,7% |
| De 35 a 64 anys | 236 | 66,8% | 64 | 78,0% | 300 | 69,0% |
| Més de 65 anys | 92 | 26,1% | 18 | 22,0% | 110 | 25,2% |
| Total Edats | 353 | 100,0% | 82 | 100,0% | 435 | 100,0% |

Font: cens agrari, 2009.

Annex 2: dades del sector turístic

Taula 18: nombre d'establiments i places turístiques, Pla de l'Estany 2016

| | Hotels | | Càmpings | | Cases Rurals | | Totals Places |
|--------------------------|-----------|------------|----------|-------------|--------------|------------|---------------|
| | Núm. | Places | Núm. | Places | Núm. | Places | |
| Banyoles | 6 | 171 | | | 1 | 6 | 177 |
| Camós | 1 | 16 | | | 10 | 100 | 116 |
| Cornellà del Terri | 1 | 30 | | | 17 | 155 | 185 |
| Crespà | | | | | 9 | 56 | 56 |
| Esponellà | | | 1 | 711 | 10 | 84 | 795 |
| Fontcoberta | | | | | 8 | 59 | 59 |
| Palol de Revardit | | | | | 1 | 5 | 5 |
| Porqueres | 1 | 25 | 1 | 975 | 9 | 65 | 1065 |
| Sant Miquel de Campmajor | | | 1 | 126 | 3 | 18 | 144 |
| Serinyà | 2 | 36 | | | 9 | 70 | 106 |
| Vilademuls | 4 | 125 | | | 27 | 214 | 339 |
| Total Comarca | 15 | 403 | 3 | 1812 | 104 | 832 | 3047 |

Font: XIFRa, 2016

Annex 3: llegenda símbols producte local a les infografies



Oli d'oliva



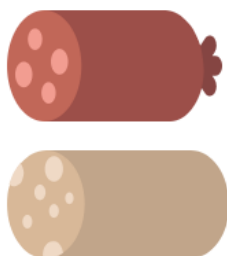
Blat



Carn de vedella



Plats de la Terra



Embotit



Ous



Mel



Nous



Pa Artesà



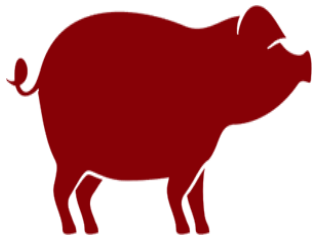
Llet



Farina



Horta



Carn de Porc



Flam i Mató



Vinya



Menta



Formatges i làctics



Aviram ecològic



Xocolata



Carn oví



Fruits vermells

Annex 4: resultats de les Taules de Treball municipals

Banyoles

| | Producció / Producte | Transformació | Distribució / Comerç | Restauració | Consum | Turisme |
|-----------------------------|--|---------------|---|--|---|--|
| Punts forts | <p>Planeses (Garrotxa) -> Explotació d'alt valor, amb agricultura regenerativa, aviram de pastura i horta ecològica. Produeixen i comercialitzen.</p> <p>Producció de tòfona a Centenys</p> | | <p>Petit País: Mel a granel i altres productes locals: nous, cervesa, formatges.</p> <p>Biorica -> distribuïdor de producte ecològic</p> | <p>Hi ha una reputació de qualitat.</p> | | <p>Turisme familiar i disponibilitat d'activitats al territori (senderisme, rutes BTT...), amb molta tendència cap a la restauració.</p> <p>La casa rural és un punt de consum a potenciar; apador i de venda.</p> |
| Punts febles | <p>Poc producte i poca informació d'aquest.</p> <p>Agricultura de transformació industrial majoritàriament.</p> <p>Productor ha de ser distribuïdor per sortir-se'n (tenir producte d'altres). Ex. Biorica.</p> | | <p>Costa molt comunicar el valor afegit del producte local.</p> <p>Desprotecció del petit comerç del centre.</p> | <p>Manduca, restaurant molt valorat, tanca.</p> <p>Falta oferta de restaurants, en quantitat i varietat.</p> | <p>Manca de sensibilitat de la clientela.</p> <p>Comoditat que ofereixen els supermercats.</p> <p>Ja no sabem que és de temporada i què no.</p> | <p>No hi ha un gran nombre de turistes que es quedin a dormir a la comarca (turisme de dia i prou).</p> <p>Manca d'empreses del sector turístic; necessitat a potenciar.</p> |
| Accions / Propostes: | <p>Els petits comerços han d'intentar oferir allò que no es pot trobar en una gran superfície comercial.</p> <p>Aprofitar experiències destacades (a la comarca o a prop; ex. Planeses) per potenciar i millorar l'oferta de producte local.</p> <p>Molts dels esforços s'han de decantar cap al sector turístic, ja que aquest entrelliga els altres camps. Productes de la ruta del Fluvià (ex).</p> | | | <p>Crear una central de distribució del producte "local" i canals de distribució de venda directa.</p> <p>Aprofitar sinèrgies per la proximitat entre petits supermercats i petit comerç al centre amb l'increment de fluxos de clientela.</p> | | |

Camós i Porqueres

| | Producció /Producte | Elaboració | Distribució / Comerç | Restauració | Consum | Turisme |
|-----------------------------|--|------------|--------------------------------------|---|---|---------|
| Punts Forts | Blat -> subministra pel Pa de Tramuntana. | | | | | |
| Punts Febles | <p>No hi ha producte local.</p> <p>L'administració ajuda molt més als grans que als petits, pel que "l'empresa familiar agrària està morta".</p> <p>Dificultat de crear una nova explotació al municipi.</p> <p>Problemàtica amb la legislació per un pla de millora.</p> <p>Problemàtica amb els senglars i els cabirols.</p> | | La comercialització és molt difícil. | | La gent consumeix moltíssim dels súpers. Aquests han fet molt de mal als pagesos. | |
| Accions / Propostes: | <p>Recuperació d'escorxadors de proximitat per controlar la traçabilitat dels productes carnis.</p> <p>Implementar el model francès, el qual és molt més permissiu amb i favorable al producte local.</p> | | | <p>Intentar crear oferta turística vinculada al producte local. Per exemple el "Colzaturisme"</p> | | |

Cornellà del Terri i Palol de Revardit

| | Producte / Producció | Elaboració | Distribució / Comercialització | Restauració | Consum | Turisme |
|---------------------|---|--|--|---|--|--|
| Punts forts | <p>Llet de producció ecològica (X. Juliol)</p> <p>Producció de llet per a Llet Nostra</p> <p>Comarca amb molt de potencial per l'horta.</p> <p>Hi ha producte singular de producció informal, però amb un mercat local consolidat.</p> | <p>Carns Vila: elabora embotits.</p> <p>Obrador de pastisseria sense gluten ni lactosa per encàrrec.</p> | <p>Botiga L'Hort del Terri: Intenta buscar aliments de la zona, però sobretot comercialitza amb aliments de la Garrotxa, Figueres... Intenció de comercialitzar amb productes de la terra.</p> | <p>Restauració d'alta qualitat, per a qui és un tema de principis consumir producte local i de proximitat.</p> <p>La Banyeta -> verdures d'en Joan de Tortellà / El Ginjoler (càtering) -> verdures de Biorica / Can Mià -> aviram propi i carns de proximitat</p> | <p>Cada cop hi ha una societat més conscienciada amb l'alimentació.</p> | <p>El turisme ha de ser una palanca per promocionar el producte local.</p> |
| Punts febles | <p>Igual normativa per productor petit o gran.</p> <p>Costa molt obtenir beneficis essent un petit productor.</p> <p>La fira de l'all ja no té producte local.</p> <p>Gairebé no hi ha cap productor d'horta a la comarca. Pèrdua sobretot per la contaminació dels canals de Banyoles.</p> | | <p>No hi ha una bona estructura comercial. No hi ha transport.</p> <p>El gran problema són els supermercats.</p> <p>Manca de constància dels productors locals.</p> <p>Invasió del producte que ve de lluny (ex. Mercat del Lleó)</p> <p>Etiquetatge fraudulent (ex. fesol de Santa Pau procedent de Michigan)</p> | <p>En un restaurant de menú amb clientela habitual i preus ajustats, és molt difícil introduir producte local.</p> | <p>Els joves no saben cuinar si no és aliment del supermercat.</p> <p>L'etiquetatge d'aliments al supermercat no visibilitza el producte local, al contrari introdueix confusió (ex. Producte de proximitat o KMo)</p> | <p>Poca o nul·la informació sobre producte local</p> |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| Accions / Propostes: | <p>Assessorament als productors, per tal d'afavorir l'especialització en productes d'alt valor gastronòmic (ex. endívia) i emprar-los com a "ganxo" de promoció.</p> <p>Promoure un escorxador per a producte local.</p> | <p>Fomentar la cooperació entre productors. I el mercat de Banyoles com a aparador de producte local. Proposar la venda de producte local a Nou Jardí.</p> <p>Educació al consumidor; facilitar llistats de producte local als turismes rurals.</p> |
|-----------------------------|--|---|

Esponellà, Fontcoberta i Crespià

| | Producció / Producte | Elaboració | Distribució / Comerç | Restauració | Consum | Turisme |
|--------------|---|--|---|---|--|--|
| Punts forts | <p>Mas Auró, oli de molí propi: 5 Ha; venda i distribució pròpia.</p> <p>Facilitat de venda d'oli a l'exterior.</p> <p>Venda directa a client de fora.</p> <p>Creix la demanda de productes de la terra.</p> | Làctics Colomer | <p>Horta -> El mercat de Banyoles té clientela fidelitzada i que busca el producte de qualitat.</p> <p>Cada cop més clientela interessada amb la mel.</p> | <p>La Brasa / Can Roca -> Menús amb producte local.</p> <p>Menjador de l'escola ecològic.</p> | | <p>Presència de turisme de fora.</p> <p>Esponellà ha creat itineraris locals.</p> |
| Punts febles | <p>Molts impostos i costos bàsics.</p> <p>Poca protecció de l'empresa familiar agrària.</p> <p>No hi ha informació de l'oferta.</p> <p>Coneixement tradicional de la mel s'ha perdut en una generació.</p> <p>Només queda una explotació.</p> | A part de produir també s'ha de ser comercial. | <p>Mercat de Banyoles: 3 paradistes locals? David contra Goliat.</p> <p>Mel. Ja no es pot competir per preu amb mercats emergents mundials (Xina, etc.). S'ha de competir per qualitat, però per mantenir uns preus ajustats cal fer tots els papers de l'auca (produir, elaborar, comercialitzar, distribuir...)</p> | <p>S'està perdent l'oferta de la cuina tradicional.</p> <p>Es valora la quantitat, no la qualitat o el producte. I per això, a la cuina tradicional no hi ha producte local.</p> <p>El Consell comarcal vol obrir a concurs a</p> | <p>Manca de sensibilització del públic.</p> <p>Ja no sabem el gust que tenen les coses.</p> <p>La desestacionalització de la producció fa que la clientela demani producte fora de temporada (ex. maduixes).</p> | <p>Webs de turisme.</p> <p>Les cases rurals promouen la costa i l'estany, però no l'entorn proper.</p> <p>Competència "deslleial" dels turismes rurals respecte l'agroturisme, que són els realment vinculats a la pagesia.</p> <p>La denominació turisme rural hauria de ser només pels agroturismes, i no a l'inrevés.</p> |

| | | | | | | |
|-------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | | | empreses de càtering els menjadors escolars de la comarca. | | |
| Accions / Propostes: | Crear un projecte semblant al de "Món Empordà" -> mercats itinerants de producte local | | | Instal·lar agro-botigues dins dels establiments turístics. Adoptar la iniciativa de comunitat econòmica Ecoregió (ex. Celrà-Bordils). | | |

Serinyà

| | Producció / Producte | Transformació | Distribució / Comerç | Restauració | Consum | Turisme |
|----------------------|--|---|---|--|---|--|
| Punts Forts | Fundació Mas Casadevall. Disposen d'una granja amb gallines i venen els ous a Banyoles. Producció i venda de xai | | | | La demanda està canviant cap a un producte més saludable i de qualitat. | Hi ha una varietat d'activitats familiars que es poden realitzar en el municipi. |
| Punts Febles | Hi ha una limitació enfront a les granges noves, ja que han d'estar a més de 500 m d'un habitatge. Els preus de la llana estan molt baixos. | Per qüestions sanitàries, es dubta de si és viable l'opció d'un escorxador mòbil. | El preu del producte local és molt elevat. Hi ha una falta de demanda. Desconeixement de la gent que fa producte local. | Hi ha una manca d'oferta de producte local. Al municipi només hi ha oferta de bars i restaurants de menú. | Molts dels productes s'han d'anar a buscar a Banyoles. La gent no és conscient del producte que tenim. | |
| Accions / Propostes: | Fer un escorxador local, per facilitar l'activitat als petits ramaders de la zona. Donar formació als restaurants per a poder desenvolupar tècniques d'implementació de productes locals. Cursos d'especejament del xai per a pagesos i cuiners Fomentar l'organització i cooperació de les dones pageses. | | | Inversions destinades a la diversificació. Realitzar un tríptic i poder fer difusió de les activitats que es poden realitzar al municipi. Fer tallers de feltre (llana). | | |

Sant Miquel de Campmajor

| | Producció / Producte | Elaboració | Distribució / Comercial. | Restauració | Consum | Turisme |
|---------------------|--|---|--|--|--|---|
| Punts Forts | | Potencialitat per petits productors i artesans. | Molta relació amb Mieres i la Garrotxa | Zona popular de pas de ciclisme, que s'atura al municipi per esmorzar/dinar. Sant Miquel té potencialitat per la ubicació. | La web del municipi té la informació dels productors i establiments que l'han facilitat. | Potencial paisatgístic i territorial molt gran (Camí de Sant Jaume i ruta de Salaminas). Presència dels estanyols. Potencialitat. Turisme Slow. Dificilment es massificarà. |
| Punts Febles | Poble petit amb pocs recursos. Es treballa de forma individual. No hi ha cooperació entre els diferents sectors. Hi ha molt poc producte i hi ha moltes barreres per produir-ne de nous. | La normativa urbanística és molt restrictiva i impedeix la creació de noves activitats i productes (ex. Fleca). | Poques i males comunicacions. Per exemple, per un camioner que hagi d'anar a Sant Miquel és molt difícil travessar Banyoles. La senyalització és molt pobre, i la normativa no s'adequa a les necessitats. | | No hi ha una oferta informativa coordinada. | La triatló talla la carretera per complet, i deixa el poble aïllat. La destinació esportiva no té efecte beneficiós a la comarca. Banyoles és molt "impermeable"; competir i cooperar amb la capital és molt difícil. No hi ha una oferta turística coordinada. |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| Accions / Propostes: | Catàleg de productes i serveis Promoure algun punt d'informació i comercialització de producte local. | Buscar sinèrgies amb els demás municipis rurals de la comarca. Potenciar els municipis rurals des de Banyoles, aprofitant el seu atractiu. |
| Municipi | Punts forts: Enclavament amb molt de potencial per a petits autònoms que vulguin iniciar un petit projecte. Desig dels residents de preservar el caràcter autèntic i poc concorregut del lloc, i de treballar cooperativament per millorar el municipi | |

Vilademuls

| | Producció / Producte | Elaboració | Distribució /Comerç. | Restauració | Consum | Turisme |
|--------------|---|-----------------------|---|---|--------|---|
| Punts forts | Producte únic. Varietat de productes de qualitat: formatges artesans, vi, embotits, pa, vedella ecològica, oli (puntualment)... | Qualitat i quantitat. | Administració local amb empenta. | Cuina casolana reconeguda (La Serra, Can Boix) i d'autor (La Barretina) | | Paisatge amb molt potencial. APP del municipi i terraprim.cat Patrimoni cultural. 27 cases rurals i 4 hotels. Activitat agroramadera amb un gran potencial turístic. |
| Punts Febles | Desconeixement del producte local. Fa falta més informació sobre el món agrari. Estem en un municipi amb poca aigua. El cost de realitzar un bon producte. Costa molt fixar el jovent al territori. | Burocràcia. | Falta dinamitzar la informació, la comunicació i la distribució. Manca d'un catàleg de productes. No hi ha mercat amb productes locals. No es creen sinèrgies dins el propi municipi. Hi ha un gran problema amb els segells de proximitat i les "marques". La normativa està mal feta. | No hi ha distribuïdor de producte local per a la restauració. | | Desconeixement de la destinació Pla de l'Estany. Molta focalització en Banyoles i no es parla de la comarca. Turisme que "s'aïlla" a l'establiment i amb poca tendència a explorar el territori i vincular-se amb els sector agrari. Falta excel·lir i innovar. Hi ha una pèssima senyalització del municipi; la normativa de la Generalitat a l'hora de senyalitzar dificulta indicar adequadament els establiments. Falta de coneixement de l'oferta d'activitats. La gent busca fer quelcom a prop de |

| | | | | | | |
|---------------------|--|--|---|--|--|--|
| | | | | | | l'allotjament i es troba a faltar poder fer activitats locals. La població que està a cases rurals en un cap de setmana pot ser el 50% de la població del municipi. |
| Accions / Propostes | Buscar un distribuïdor de productes locals. Continuitat de la taula de treball. No fa falta crear una marca, sinó millorar la cooperació a nivell de la comarca. | | Catàleg desplegable de propostes i serveis. Bike friendly: Oferir rutes cicloturistes de la zona. S'hauria de fomentar encara més la cultura per poder potenciar el municipi. | | | |

Resum dels Resultats de les 7 Taules de Treball

En aquest apartat es resumeixen les opinions i valoracions que s'han exposat en el marc de les Taules de Treball. Cal tenir en compte que no són conclusions i resultats definitius, són aportacions de caire qualitatiu que han realitzat les persones que s'han implicat en les dinàmiques de participació a escala local.

Punts forts i potencialitats

Pagesia

- Explotació familiar agrària activa amb molt coneixement de la feina, del producte i del territori.
- Explotacions de ramaderia extensiva amb producte local de molta qualitat i realitzant serveis ambientals pel territori.
- Comarca amb condicions òptimes (aigua, clima, terra, comunicacions i mercats de proximitat...) per a la potenciació de diferents produccions de qualitat (horta, fruita, cereals...).

Producte local

- Augment de la població conscienciada amb l'alimentació que cerca producte saludable i amb valors vinculats a la terra.
- Diversitat de producte local al Pla de l'Estany (horta, cereal, llegum, oli, vinya, carn fresca, làctics, embotits, etc.).
- Hi ha una oferta de comerços (carnisseries, fleques, pastisseries, botigues de queviures, etc.) i de restauració (restaurants i càterings) de qualitat i amb oferta de o predisposició al producte local.
- Per alguns restauradors és una qüestió de principis incorporar producte local als seus plats.

Turisme

- Turisme familiar amb oferta d'activitats al territori i molta tendència cap a la restauració.
- La casa rural és un aparador a potenciar pel producte local (cistelles de benvinguda, esmorzars Km0, etc.).
- Banyoles com a porta d'entrada a la resta de la comarca, a potenciar.

- Creix la demanda d'activitats de proximitat entre els usuaris dels turismes rurals.
- Implicació d'algunes cases rurals en la dinamització del territori amb la creació de rutes i altres activitats que posen en valor la comarca.

Territori

- Cooperativa Agrària de Banyoles com a motor de dinamització comarcal per la pagesia.
- Paisatge ben conservat com atractiu d'un turisme de qualitat.

Punts febles i reptes

Pagesia

- Predomini d'un model agroindustrial desvinculat del producte local i del contacte amb el consum final i el turisme.
- Desaparició del model d'explotació agrària familiar per les pressions de l'agroindústria.
- Dificultat per desenvolupar una activitat de producció i/o elaboració de petita escala degut a la normativa. Exigències molt elevades.
- Complexitat per mantenir la viabilitat econòmica de les explotacions agràries familiars que fan producte final.
- Pèrdua accelerada dels coneixements i pràctiques vinculats a l'agricultura tradicional (ex. en una generació només queda una producció de mel a Crespià)
- Només hi ha dos productors d'horta professionals a la comarca.
- Dificultat per mantenir la constància i la qualitat en el subministrament del producte local.
- Dificultat del productor per haver de fer tots els papers de la cadena, ja que només així se'n pot sortir.
- Dificultat d'incorporació dels joves a la comarca, en particular pel que fa a l'accés a la terra i a l'habitatge rural amb instal·lacions per l'explotació.
- Molta i complexa burocràcia.
- Impactes de la fauna salvatge, sobretot del senglar i el cabirol, que dificulten molt la producció de conreus extensius.

Producte local

- Hi ha poc producte local i poca informació d'aquest per saber on trobar-lo; manca un catàleg de pagesia i producte local.
- Desconeixement mutu i manca de cooperació entre els actors de la cadena alimentària a la comarca.
- Els mercats i les fires no incorporen prou el producte local (Fira de l'all, Fira de la mel, mercat de Banyoles...)
- Manca d'estructures de distribució del producte local.
- Costa molt comunicar el "valor real" del producte local perquè el consumidor final prioritzi les opcions de compra.
- El preu del producte local és molt més elevat que el de l'industrial.
- Pràctiques fraudulentament del propi sector en relació a l'origen i la qualitat del seu producte.
- Les grans superfícies han absorbit amb aliments de fora gran part de les vendes que abans es canalitzaven per mitjà del petit comerç especialitzat en el producte de proximitat.
- L'etiquetatge d'aliments al supermercat no fa visible el producte local, al contrari, introdueix confusió.
- A la restauració es valora més la quantitat que no la qualitat: en un restaurant de menú amb clientela habitual i preus ajustats és molt difícil introduir producte local.
- Canvi d'hàbits de les noves generacions en relació a les pràctiques de compra, alimentació i cuina.
- La desestacionalització de la producció fa que la clientela demani producte fora de temporada (ex. tomàquet, maduixes, etc).
- Risc de desaparició dels menjadors escolars amb cuina pròpia i pas a un model basat en càterings, mitjançant concurs del Consell Comarcal

Turisme

- S'identifiquen poques pernoctacions a la comarca, en alguns municipis.
- Dificultat, en alguns casos, per compatibilitzar el model agroindustrial (granges, purins, pudors...) amb les activitats de turisme rural.
- A nivell turístic, poca o nul.la informació respecte al producte local.

- Dificultat per trobar restaurants de cuina tradicional, tendència a una cuina que perd la identitat territorial en alguns dels restaurants de la comarca.
- Escassa presència de producte local en els establiments turístics o restaurants.
- Dificultat per coordinar una oferta turística que posi en valor la tasca del sector primari i fomenti activitats agroturístiques de qualitat.
- La senyalització és pobra a causa d'una normativa que no s'adequa a les necessitats.
- Desconeixement de la destinació "Pla de l'Estany".
- Poca implicació d'algunes cases rurals en la promoció de l'entorn proper. Es tendeix a promoure la Costa Brava, el Museu Dalí o Girona.
- Tipologia de turisme desvinculat del territori.
- La denominació de turisme rural hauria de ser només pels d'agroturisme.
- Manca d'innovació en relació als productes turístics.

Territori

- Competir i cooperar amb Banyoles és difícil des dels municipis rurals.
- Molts pobles petits amb pocs recursos.
- Es treballa de forma individual i no hi ha cooperació entre agents, ni entre municipis.
- Manca de visió de conjunt i comarcal.
- Costa molt fixar al jovent al territori.
- El canvi climàtic tindrà importants impactes en la producció agrària local; quantitat i qualitat de recursos hídrics, risc d'incendis, etc

Accions/Propostes

Pagesia

- Recuperar escorxadors de proximitat i/o foment d'escorxadors mòbils amb segell CCPAE.
- Foment del "model francès (venda directa i producte propi).
- Fomentar experiències turístiques a les explotacions.
- Potenciar l'organització i cooperació de la dona pagesa.
- Recolzar les experiències de les persones joves que s'instal·len al sector agrari.

- Assessorar els petits productors per a la seva especialització en productes d'alt valor gastronòmic com a palanca per posicionar el producte local de la comarca.
- Assessorar la pagesia en la transició a models alternatius a l'agroindústria i en els reptes del canvi climàtic.

Producte local

- Organitzar sessions per conèixer experiències de territoris propers que posin el valor el producte local i puguin inspirar accions a la comarca.
- Crear una central de distribució de producte local.
- Organitzar tallers de formació gastronòmica en producte local per establiments de restauració.

Turisme

- Treballar amb els establiments turístics com a agents dinamitzadors del producte local, ja sigui amb oferta d'activitats, incloent-lo als seus àpats i en *packs* de benvinguda, o amb petites agrotigues físiques o virtuals als establiments.
- Crear productes turístics vinculats a la pagesia i al producte local.
- Editar un Catàleg desplegable de productes, propostes i serveis a escala municipal.

Territori

- Buscar sinergies entre els municipis rurals i potenciar-los des de Banyoles aprofitant el seu atractiu.
- Donar continuïtat a les Taules de Treball de cada municipi com a una eina per fomentar la cooperació i dinamització dels recursos agroturístics locals.
- Cooperar per a l'adaptació al canvi climàtic dels nuclis rurals, el turisme i l'agricultura.