

# XARXES ALIMENTÀRIES

## LOCALS EN TEMPS

### DE COVID-19



Impactes i reptes en un escenari de post-confinament

Juny 2020

**Han participat en l'elaboració d'aquest informe:**

Laia Batalla (Associació Rurbans-Escola de Pastors de Catalunya)

Ana Correro Humanes (Arran de terra SCCL)

Alba Hierro (Pam a Pam – Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya)

Pati Homs ( L'Aresta Cooperativa Agroecològica i Grup d'Estudis sobre Reciprocitat -  
Universitat de Barcelona)

Federica Ravera (Departament de Geografia, Universitat de Girona ; Càtedra d'Agroecologia i  
Sistemes Alimentaris Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya)

Marta Guadalupe Rivera-Ferre ( Càtedra d'Agroecologia i Sistemes Alimentaris Universitat de  
Vic - Universitat Central de Catalunya)

Annaïs Sastre Morató (Arran de terra SCCL i L'Aresta Cooperativa Agroecològica)

Fotografies de la portada dels projectes **Ecocentral**, **Cal Camat** i **Formatgeria Girola**.



Aquesta obra està sota una [licència de Creative Commons Reconeixement-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

# ÍNDEX

<b>1   INTRODUCCIÓ</b> .....	4
<b>2   IMPACTE DE LA COVID-19 SOBRE ELS CIRCUITS CURTS</b> .....	8
2.1   Producció.....	8
a. Horta.....	8
b. Fruita.....	10
c. Ramaderia extensiva.....	12
d. Cereal.....	14
e. Elaboració alimentària.....	15
2.2   Distribució.....	19
2.3   Consum.....	23
<b>3   REPTES FUTURS DEL SECTOR</b> .....	28
<b>4   DEMANDES I PROPOSTES ADREÇADES A LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES</b> ....	33
<b>5   REFLEXIONS FINALS</b> .....	38
<b>6   LLISTAT DE REFERÈNCIES</b> .....	46

## Annexos

**Annex 1.** Fitxes de projectes entrevistats

**Annex 2.** Iniciatives de visibilització i venda durant la COVID-19

## 1 | Introducció

### Els impactes de la COVID-19 a les xarxes locals alimentàries

D'ençà l'anomenada Revolució Verda promoguda des dels anys 40 a nivell mundial, els sistemes alimentaris han patit una sèrie de canvis que han transformat dràsticament la producció, la distribució i el consum d'aliments. Aquest sacsejament a la forma d'entendre l'agricultura es va caracteritzar per la forta industrialització i una creixent dependència d'agroquímics, combustibles fòssils i altres insums com les llavors «millorades».

Al llarg d'aquest procés, la diversitat de cultius s'ha anat substituint per monocultius amb un alt grau de mecanització i una intensificació del treball a les finques. També, s'ha produït una pèrdua de la diversitat alimentària i, avui en dia, la nostra alimentació es concentra en unes poques varietats d'espècies vegetals i animals (FAO 2019).

La intensa mecanització juntament amb els baixos preus del producte agrari entre d'altres factors ha contribuït a un descens de la població que es dedica exclusivament a aquest sector. Les dades a Catalunya ens mostren com s'ha produït una dràstica baixada del nombre de pagesos/es i una disminució en el nombre de les explotacions més petites. Actualment, només l'1% de la població activa treballa en el sector primari a Catalunya, mentre que a inicis del segle XX la pagesia en representava pràcticament la meitat (Pomar et al. 2018). En la distribució per franges d'edats observem un greu problema de relleu generacional al camp; al 2017 només el 3% de la pagesia tenia menys de 24 anys, mentre que el 23% tenia més de 55 anys (Pomar et al. 2018). De forma paral·lela a aquest descens en el nombre de pagesos, el nombre d'explotacions també ha disminuït. A Catalunya, el 60% de les finques van desaparèixer entre el 1962 i el 1999 (Badal et al., 2011). Entre el 1999 i el 2009, s'estima que cada setmana desapareixien una mitja de 12 explotacions agràries. A més, les finques que romanen cada cop són més grans. Al 2009, el 47% de les finques acaparaven el 92% de la superfície agrària útil al territori (Pomar et al. 2018).

Aquest model productiu està lligat a un model de distribució d'aliments globalitzats controlat per unes poques transnacionals. Aquestes empreses són les que acaben decidint què consumim, el preu dels aliments, el seu origen i com es preparen (Montagut i Vivas 2009: 5). Les grans centrals de compres venen els productes a les consumidores a través de grans supermercats i hipermercats. A Catalunya, del 1995 al 2004 aquest tipus d'establiments van créixer en un 211% mentre que el petit comerç no ha deixat de disminuir (Vivas i Montagut 2007).

A més, aquest model agroalimentari és responsable d'entre un 21 i un 37% de les emissions de gasos d'efecte hivernacle, d'intensos processos de desforestació, de la degradació de sòls per ús de maquinària i elevades emissions d'òxid nitrós en macrogranjes porcines (IPCC 2019).

Així doncs, aquest context agroindustrial posa en perill el dret a una alimentació sana i saludable, respectuosa amb l'ambient i les persones i que asseguri la vida digna de la pagesia.

No obstant, al nostre territori també trobem diversos models d'abastiment alimentari que tracen camins per assegurar un preu just per la pagesia i les consumidores i que es basen en la justícia social, la cooperació i la solidaritat entre els diferents agents. Aquestes vies d'aprovisionament són diverses però moltes d'elles es caracteritzen pel desenvolupament de Circuits Curts de Comercialització (d'ara endavant, CCC), l'aprovisionament de productes ecològics i locals i el manteniment de relacions de confiança i transparència entre les productores i les consumidores. Aquestes xarxes alimentàries sovint estan vinculades a l'agroecologia<sup>1</sup>, una manera d'entendre i practicar l'agricultura ecològica que més enllà de substituir pràctiques productives respectuoses amb el medi ambient, també té en compte les dimensions socioeconòmiques, polítiques i culturals dels sistemes alimentaris (Sevilla 2006). Són projectes que comparteixen l'horitzó de la sobirania alimentària dels pobles i que sovint estan vinculats en major o menor mesura a l'Economia Social i Solidària (d'ara endavant, ESS) que posa la vida (i no el capital) en el centre de les activitats socioeconòmiques.

En aquest context, al març del 2020, la crisi sanitària originada per la COVID-19 impacta a tots els nivells en la nostra quotidianitat i ho fa també en el sistema alimentari. Aquesta crisi suposa nous reptes per les xarxes alimentàries locals que se sumen als propis de construir i consolidar sistemes contrahegemònics a l'agroindústria i construir relacions socioeconòmiques allunyades de les lògiques capitalistes de maximització dels beneficis econòmics en matèria alimentària. La situació d'excepcionalitat causada per la COVID-19 ha visibilitzat el fet que la pagesia i una alimentació local, sana i saludable són essencials per la vida humana.

Aquest estudi recull alguns dels impactes del COVID-19 en aquestes xarxes a Catalunya amb l'objectiu de detectar les oportunitats, necessitats, debilitats i fortaleces de les mateixes per estendre aquests sistemes d'aprovisionament i consolidar-los com una de les vies necessàries per dignificar la pagesia i procurar el dret a una alimentació justa i sostenible, basada en la sobirania alimentària dels pobles.

**La nostra hipòtesi inicial és que és possible un canvi d'escala de les xarxes alimentàries on participa la petita i mitjana pagesia, construïdes a partir de CCC que son més resilents, justes i sostenibles –especialment important en períodes de crisi– degut a les pràctiques organitzatives i de funcionament que desenvolupen: intercooperació i suport mutu, articulació i enxarxament entre projectes, compromís i corresponsabilitat entre els agents que les configuren, respecte cap a l'entorn i la reproducció de la vida i els ecosistemes i funcionament al servei de les necessitats de la pagesia i el consum.**

La voluntat d'aquest informe col·lectiu és recollir i aportar propostes concretes per tal de continuar aquest camí i facilitar la construcció i consolidació de les xarxes alimentàries locals del nostre territori. Aquest estudi no hagués estat possible sense les persones que han compartit el seu

---

<sup>1</sup> En aquest informe hem emprat el concepte "xarxes alimentàries locals" per incloure una heterogènia varietat de pràctiques impulsades per diferents actors de la cadena agroalimentària (di Masso, 2012). Igualment, les autores d'aquest informe, considerem que el concepte "agroecologia" integra les pràctiques de petita escala i producció responsable amb el medi i les persones de la pagesia local, la ramaderia extensiva, l'elaboració artesanal i la pesca de proximitat. També les experiències de distribució ètica i de proximitat, i els models de consum que promouen aquests valors.

temps i els seus coneixements amb nosaltres. **Volem agrair a la pagesia, consumidors/es<sup>2</sup>, professionals de la distribució i altres experts/es la seva participació.**

## Objectius i metodologia de la diagnosi

Aquest informe té per objectiu **recollir i visibilitzar els efectes de la COVID-19 sobre les xarxes agroalimentàries locals i els reptes que aquest nou escenari suposa per les mateixes**. Es tracta d'un primer estudi exploratori, no exhaustiu i que ens agradaria que fos una primera aportació d'un treball futur més extens de suport a les xarxes alimentàries. L'informe sistematitza la diagnosi dels diversos subsectors agroalimentaris locals durant la crisi sanitària del coronavirus, els seus reptes interns, les demandes específiques a les administracions públiques i un recull de consideracions finals amb l'objectiu de continuar reflexionant sobre la sostenibilitat d'aquestes xarxes en el territori català.

La diagnosi sobre l'afectació de la crisi provocada per la pandèmia en els sistemes d'aprovisionament de producte local s'ha realitzat recollint informació d'agents implicats en les diferents baules de les xarxes alimentàries de Catalunya (producció, distribució i consum). Vegeu una fitxa bàsica per cadascun dels agents participants a l'Annex 1.

En l'àmbit de la producció s'ha organitzat el treball de camp per subsectors: horta, fruita, cereal, ramaderia, pesca i elaboració. En aquest sentit, s'han realitzat un mínim de tres entrevistes en profunditat a partir d'un esquema de preguntes que inclou una part comú per a tots els subsectors i una d'específica per cada subsector. Es van escollir els **projectes productius** per cada subsector atenent la diversitat en els efectes de la COVID-19. Així, hem intentat escollir almenys un projecte amb alguna característica exitosa durant la pandèmia, un projecte que hagi trobat dificultats per adaptar-se a la nova situació sanitària i, finalment, un projecte que hagi començat a implementar canvis però que per diversos motius no hagi pogut culminar-los. En el cas de l'elaboració, hem escollit quatre àmbits de la transformació alimentària: formatges, fleca, vi i oli. En aquest cas concret, hem entrevistat almenys un projecte de cada àmbit.

Pel que fa al sector de la **distribució**, es va organitzar un grup de discussió online amb la participació de 5 empreses del territori que es dediquen a aquesta activitat. A l'hora de seleccionar els projectes es va tenir en compte la diversitat territorial, l'antiguitat i expertesa, el sector de distribució especialitzat (cooperatives de consum, menjadors, botigues, etc.) i el grau de diversificació de les activitats econòmiques del projecte.

En el cas del **consum**, s'han fet dues entrevistes en profunditat a una cooperativa de segon grau que aglutina 18 tendes de productes ecològics a diversos municipis de Catalunya, i un projecte de consum agroecològic que articula 5 grups de consum al Camp de Tarragona. A més, s'han inclòs les respostes del formulari enviat a la coordinadora de consum agroecològic de la Federació de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya i a 5 cooperatives de consum.

<sup>2</sup> En aquest informe utilitzem el doble gènere encara que en un primer moment l'havíem escrit íntegrament en femení per evitar el llenguatge sexista. Ara bé, en alguns dels sectors alimentaris analitzats en aquest estudi, tots els agents eren homes i hem valorat que no era adient invisibilitzar aquesta dominació masculina.

A banda d'aquest treball de camp més sistematitzat a través de les entrevistes, enquestes i grups de discussió, les persones que hem elaborat aquest informe estem íntimament vinculades a diverses xarxes alimentàries locals perquè dediquem la nostra activitat professional a la seva promoció des de la perspectiva de l'agroecologia i l'ESS, formem part de grups i cooperatives de consum, de projectes productius, mantenim relacions properes amb persones vinculades a la producció alimentària i/o perquè, en general, la nostra quotidianitat transita en l'àmbit de l'agroecologia des de fa anys. Per aquests motius, aquest informe es nodreix d'aquesta experiència i coneixements, en base a la nostra implicació durant la COVID-19 i més enllà, com ara [Abastiment Agroecològic](#), SOSCampesinado, les pràctiques de l'[Escola de Pastors](#), [Alimentem Collserola](#), el mapeig d'iniciatives de l'Economia Solidària [Pam a Pam](#), [Ateneus Cooperatius](#) com [Coopcamp](#) i altres. Així, hem mantingut converses informals amb agents que no hem inclòs en les fitxes informatives dels projectes entrevistats però que estan presents en l'anàlisi i reflexions.

De la mateixa manera, aquest informe s'alimenta de recerques anteriors en les que les autores hi hem participat com ara l'estudi [El canvi d'escala, un revulsiu pel cooperativisme agroecològic?](#) (Martín, Homs i Flores-Pons 2017) o [Sembrem transformació](#) (Hierro i Vidal 2019).

## 2 | Impacte de la COVID-19 sobre els Circuits Curts

### 2.1 | Producció

#### a. Horta

El sector hortícola ha viscut els mesos de confinament en l'inici de la temporada de més feina a camp, amb l'impacte que això suposa a nivell productiu, econòmic i social. Aquesta commoció s'ha traduït en un **augment de plantilla**, en alguns casos contractant una o dues persones pel transport i gestió de comandes, **o la falta d'atenció d'algunes tasques de camp, en un context d'incertesa per a la planificació productiva i comercial dels propers mesos**. Malgrat això, la lectura general és que la **crisi sanitària ha significat un moment d'oportunitat** per arribar a nous perfils de consumidors/es i fer un salt d'escala.

#### Reinventar i consolidar canals de comercialització

Històricament, l'horta s'ha configurat com el sector productiu palanca dels CCC i de les pràctiques agroecològiques, raó per la qual acumula una **àmplia experiència en aquesta mena de canals**, en la relació directa amb el consum i en eines de distribució a petita i mitjana escala.

Durant l'estat d'alarma, molts projectes **han augmentat considerablement la seva facturació fins a duplicar-la o triplicar-la en alguns casos**, però encara no disposen de dades exactes. Per exemple, un dels projectes va passar de 40 a 120 cistelles durant la COVID-19, i un altre de 500 a 800. **L'estratègia multicanal** ha estat clau per garantir la seva sostenibilitat econòmica aquests mesos, malgrat que molts han perdut alguns canals de pes substancial que consideraven estratègics per la seva viabilitat a mig termini. És el cas del tancament de menjadors escolars, restauració o mercats no sedentaris a l'aire lliure.

Aquests circuits han estat reemplaçats per **la venda a particulars**, amb l'obertura de noves rutes de cistelles a domicili o a punts de recollida i les parades a finca. Una part dels projectes ha prioritzat la venda a domicili com un servei circumstancial, tot i que la majoria no considera que compensi l'**augment de tasques de gestió i transport que implica**; d'altres, han preferit centralitzar les comandes amb nous punts de recollida o directament a finca. Alguns projectes han decidit provar **aplicacions de mòbil per la creació de rutes eficients**, amb la idea d'optimitzar una tasca que ha cobrat importància en el dia a dia dels projectes.

#### El pes de la distribució sense intermediaris

Durant anys, les productores d'horta han coordinat les comandes dels grups de consum o d'altres agents de productes com els fruits secs, olis, farines, granes, etc., de consum més esporàdic o de compra menys recurrent, que aprofiten les rutes freqüents de l'horta per distribuir el seu producte entre el consum organitzat. Aquesta tendència s'ha mantingut durant el confinament, i ha implicat



un **augment de la responsabilitat logística del sector hortícola** en unes setmanes protagonitzades per un moviment de comandes accelerat i complex.

### **Flexibilització i adaptació per fidelitzar la clientela**

Els projectes coincideixen en què **ha arribat un nou perfil de consumidors/es, de les quals probablement es mantindrà una part**. En aquesta línia, destaca l'adaptació dels projectes d'horta a les necessitats del consum, per tal de facilitar el màxim possible les compres en un context complicat, i promoure el compromís d'aquests nous consumidors/es. Algunes estratègies habituals que han aplicat són: **l'ampliació d'horaris de recollida, la simplificació del mètode de comandes amb eines digitals senzilles i privatives** (formularis de Google, llistats de Whatsapp, etc.) **i el manteniment o reducció de preus finals amb promocions**. En aquest últim cas, s'ha detectat que en molts casos els projectes hortícoles han preferit no repercutir els nous costos de transport i gestió de comandes sobre el preu percebut per la clientela, o aplicar preus simbòlics que no cobreixen el cost real.

### **Articulació entre productors/es per ensortir-se'n**

Les aliances entre productors/es han estat una peça clau durant els mesos de confinament. Molts dels projectes consideren que **l'articulació entre projectes productius és la millor via per resoldre els reptes del sector**, encara més en escenaris complexos com el plantejat per la COVID-19, tot i que requereixen molt de temps. L'enxarxament s'ha reforçat a través de la compra de producte entre ells, especialment a aquells que estaven tenint problemes per donar sortida al producte o l'intercanvi d'informació i suport per donar resposta a les mesures sanitàries implementades durant l'estat d'alarma, que dificultaven el desenvolupament de la seva activitat, com el tancament dels mercats no sedentaris a l'aire lliure. En alguns casos, aquestes estructures també han proveït material sanitari o protocols per garantir les mesures de seguretat.

Els últims anys, s'ha generat una sèrie d'estructures col·lectives des de la pagesia que han permès dedicar energia als projectes més afectats durant el confinament. Per exemple, s'ha dedicat part de la plantilla d'aquestes estructures a reforçar tasques d'alguns projectes integrants, com la gestió de comandes o el transport.

## b. Fruita

El sector de la fruita és especialment complex. Son poques les experiències que comercialitzen a través de CCC, estratègia que permet tenir un major control sobre els preus i ser viables econòmicament amb volums de producció més petits que les explotacions agroindustrials dedicades a l'exportació. **Les finques que comercialitzen a través de CCC solen estar molt diversificades en varietats per tal d'esglaonar la producció i moltes es dediquen a la producció ecològica.** En aquest informe, s'han tingut en compte experiències de fruita dolça, fruita seca i cítrics.

### Increment de la demanda però amb vendes constants

Totes les experiències han notat un increment de la demanda. Tot i així, **la productora de fruita ecològica no ha incrementat les vendes durant el confinament perquè ja tenia les produccions de les càmeres compromeses amb altres pagesos** i, per tant, no ha experimentat increment en la facturació en un primer moment. Després de la COVID-19, quan han començat la collita de fruita de primavera i estiu, les vendes a altres pagesos que fan venda directa i els compren fruita per completar l'oferta ha augmentat molt i tota la collita marxa el mateix dia sense ni entrar a càmera. Alguna de la seva clientela pagesa explica que ha duplicat i triplicat la fruita que els compren.

El cítric sí que ha incrementat lleugerament les vendes fins a exhaurir la producció. **L'experiència de fruita seca, que també elabora oli d'oliva, ha percebut una baixada de les vendes especialment en aquest últim producte, que ha compensat amb un augment de vendes de la fruita seca a través de nous canals: altra pagesia, cooperatives i grups de consum.** Sembla que en aquest sector, a diferència d'altres, no s'han establert sinergies de col·laboració entre pagesos/es per satisfer la demanda.

### Bons resultats econòmics sense variar el preu final

A nivell econòmic els ha anat bé, de fet la productora de fruita dolça explica que la COVID-19 és "el millor que li podia haver passat a la pagesia" referint-se a la visibilització del sector i la seva importància i a l'increment de les vendes. Aquesta millora econòmica és conseqüència d'un augment de la facturació, i no de l'increment de preus finals. Sí que han rebut una millor remuneració per l'increment de la venda directa, en el cas del cítric a través d'una cooperativa de nova creació dedicada a la comercialització conjunta i perquè les grans empreses han pagat millor l'excedent. Tant en la fruita dolça com el cítric han coincidit que hi ha hagut especulació amb els preus per part de les grans empreses compradores, duplicant en alguns casos la xifra respecte a l'any passat. La demanda d'Europa de fruita ecològica ha contribuït a l'especulació en el preu d'algunes fruites com la pera.

El fet de no haver aprofitat l'increment de preus o vendre al millor postor per incrementar els ingressos és una decisió ferma donat que en èpoques de caigudes de preus i problemes en les vendes, **aquestes finques han mantingut preus i els compradors/es han mantingut els compromisos de compra** a preus constants més alts que els del mercat en aquestes èpoques de crisi del sector.

### Impactes sobre la plantilla

Totes les empreses entrevistades són familiars, amb algunes persones treballadores i quadrilles de collita fixes. Des del seu punt de vista, **la incertesa laboral provocada per la crisi sanitària ha suposat que hagi tornat l'interès per treballar a camp, malgrat la duresa de l'activitat**. Així, en alguns casos s'ha mantingut la plantilla temporal que normalment plegava en aquestes dates i, en altres, s'han rebut moltes demandes de feina que no s'han pogut atendre per tenir la plantilla coberta.

Els projectes entrevistats de fruita planifiquen una collita esglaonada perquè tenen diversitat de cultius i de varietats de fruita, que els permet tenir una plantilla de camp més estable amb feina repartida en diversos mesos i menys risc de contingències. Alguns projectes han tingut dificultats en el transport de personal ja que, per tal de complir amb les mesures sanitàries, s'ha hagut d'adoptar solucions com el lloguer d'autocars o un alt control de les distàncies interpersonals.

### Poca intercooperació o compravenda entre projectes productius

No s'han detectat dinàmiques d'intercooperació per compartir clients o canals, o compravenda entre finques per donar resposta a l'increment de la demanda. En canvi, si s'han detectat altres accions de solidaritat com aplaçament de pagaments a compradors de fruita que van veure interromputs els seus canals de venda amb la declaració de l'estat d'alarma.

### El consum com revulsiu per la producció agrària ecològica

Dues de les experiències confien que una part del consum es mantindrà. Es percep que, pel fet que la COVID-19 hagi tingut un impacte directe sobre la salut, hi haurà un apropament a la Producció Agrària Ecològica per part dels consumidors/es, com ha passat històricament a Ponent. Un dels projectes considera que el moment complicat arribarà a la tardor, quan es facin més palpables els efectes de la crisi econòmica i hagi incrementat la precarietat de la població.

### c. Ramaderia extensiva

La COVID-19 ha suposat una oportunitat pel sector de la ramaderia extensiva i semiextensiva. Per donar-se a conèixer i oferir l'espai per explicar les **diferències entre la ramaderia extensiva i la ramaderia intensiva** i els impactes socials, econòmics i ambientals que en deriven.

#### Augment de producció i diversificació de canals

El confinament arriba en un moment on molts ramaders i ramaderes extensius de Catalunya tenen els animals amb edat i pes per vendre i estoc de formatges a les cambres de maduració. **La situació perible d'aquests productes comporta un estrès inicial** davant la possibilitat de no poder col·locar-los com a conseqüència del tancament d'alguns canals de comercialització com són la restauració o la venda directa a finca i haver-los de llençar.

En aquest sentit, es veu com aquells **projectes que tenen diversificats els seus canals de venda van poder respondre de manera més ràpida a aquest atzucac inicial**. Els petits projectes que feien tota la venda directa a la pròpia finca o aquells que venien a la restauració van haver de buscar nous canals de comercialització a través de plataformes de venda ja existents, de les noves que es van crear arrel de la COVID-19 o bé, fent repartiments a domicili.

#### Entrebancs a la distribució

La necessitat de vendre els producte en un moment determinat per tal d'oferir-lo al gust de les persones consumidores ha implicat una gran quantitat de carn i formatge que s'havia de vendre en un moment determinat. Deixar passar més temps vol dir servir una carn menys tendre de la que les persones consumidores estan acostumades a menjar o uns formatges amb un grau de maduració que no és l'òptim. Així, amb el tancament d'alguns canals **es va acumular producte a distribuir**, en fred, i aquest va ser un primer entrebanc a superar. **La majoria de les persones entrevistades van subcontractar la distribució** i alguna ha optat per comprar furgoneta refrigerada pròpia, amb el sobrecost que ambdós suposa.

#### Recepció positiva d'un nou perfil de consum

En general, el sector de la ramaderia extensiva que fa venda directa ha augmentat facturació durant el confinament. S'ha arribat a **nous/es consumidors/es que han trobat en la petita producció local una seguretat que no els donen les grans superfícies on compraven habitualment**. Això és una gran oportunitat per acostar la ramaderia extensiva a la població.

Els ramaders i ramaderes **han valorat positivament la resposta de les persones consumidores**. En el cas de la carn han valorat l'esforç de la gent de quedar-se quantitats i tipus de carns que no estan acostumades a comprar. Els projectes que elaboren làctics, han agraït la demanda de la gent, però s'han vist, d'alguna manera, perjudicats pels petits volum dels enviaments amb el cost en temps, esforç i diners que això suposa.

### Les múltiples dimensions de la viabilitat

Tot i aquest augment de vendes encara no tenen clar com serà el balanç econòmic ja que l'augment dels enviaments a domicili ha comportat un augment de les despeses, relacionades amb l'empaquetament i el transport, que en la majoria dels casos s'ha assumit per part dels productors i productores. **No obstant, el sentiment més generalitzat és de viabilitat econòmica. No tan així, de viabilitat social.** En molts casos, l'augment de la demanda ha implicat l'increment de treball familiar, principalment, portant als productors/es a desatendre el seu benestar per tal de poder respondre a les comandes.

### El paper de la intercooperació en el sector

Aquest sobreesforç ha estat diferent en el cas de projectes col·lectius que en projectes individuals, que són els més abundants en la ramaderia. Sovint **s'ha trobat a faltar una cooperació més estructurada dins del sector.** Tot i que s'ha fet avenços en aquest sentit, predomina un sentiment de manca de col·laboració que es creu que seria de gran utilitat pel sector, en general, i sobretot per afrontar crisis com la del COVID-19.

### Infraestructures essencials però deficientes

També s'ha identificat una **necessitat a nivell d'infraestructures com són els escorxadors mòbils** que garanteixen el benestar animal, però que també són uns equipaments de gran seguretat sanitària davant de situacions com la que s'ha viscut, a diferència de les grans infraestructures i escorxadors on les condicions s'han mostrat com un focus de contagi molt important. Així mateix, els **obradors compartits** són un altre equipament que facilitaria que els productes procedents de petits productors i productores poguessin arribar a la taula de les persones consumidores sense necessitat d'intermediaris. En el cas de la carn, i sobretot a l'inici del confinament, l'entrada i sortida als escorxadors i espediment dels animals va suposar un fre a la venda d'aquest producte ja que no tothom tenia clar si els escorxadors eren oberts i no totes les carnisseries estaven disposades a oferir el servei de tall.

Finalment, s'han pogut detectar oportunitats en la relació amb l'administració en el marc d'aquesta crisi sanitària. **Els tràmits administratius s'han agilitzat.** Les guies de moviment dels animals s'han pogut fer gaire bé sempre telemàticament i quan això no ha estat possible les oficines comarcals del DARP han facilitat una solució ràpida.

En conclusió, els petits productors i productores de ramaderia extensiva de Catalunya han vist, en el marc d'aquesta crisi, una oportunitat per arribar a nous perfils de persones consumidores i comprovar que la relació amb l'administració pot ser més eficient.

#### d. Cereal

Durant el coronavirus, tots els projectes productius de cereal i farina han detectat un augment de vendes a través del repartiment a domicili a consumidors/es finals individuals i també als grups i cooperatives de consum. En el cas del consum de particulars, pensen que **no tindran continuïtat en el temps** i de fet ja estan notant com al llarg del mes de maig aquest canal de comercialització està tornant a representar un volum de vendes similar al d'abans del període de confinament degut a la COVID-19. Ara bé, en el cas dels grups de consum, creuen que aquest augment es mantindrà en el temps perquè en part respon a un augment de membres estables en els grups.

#### Més vendes associades a nous hàbits

Els i les productores de cereal i farines expliquen aquest augment de vendes i conseqüentment de facturació per diversos motius. D'una banda, durant el confinament **la gent tenia més temps per cuinar** i fer els seus elaborats com ara el pa i altres productes de fleca i pastisseria a casa. D'altra banda, la crisi sanitària ha posat en **valor la importància de consumir productes de qualitat i més saludables**. En aquest sentit, llegeixen la crisi sanitària com una oportunitat pel sector cerealista i la petita pagesia. En paraules d'un dels cerealistes: «la COVID-19 ha fet una campanya de màrqueting del producte». Finalment, les farines es van exhaurir ràpidament als supermercats provocant que la gent busqués vies d'aprovisionament alternatives per trobar aquest tipus de producte. Aquest seria un dels motius pels quals nous/es consumidors/es s'han apropiat a aquests projectes.

#### Sistemes de venda senzills i durant tot l'any

Aquests projectes productius utilitzen **eines digitals molt bàsiques per fer comandes i fer difusió del projecte** com ara el telèfon, el correu electrònic i Whatsapp. Encara que aquests sistemes suposen un volum important d'hores de gestió i sovint són mecanismes poc eficients, estan satisfets del seu funcionament i afirmen que no necessiten ni eines més sofisticades ni fer més difusió del projecte perquè es troben amb el limitant de la quantitat de producte disponible.

Es tracta de projectes petits amb un volum de producte limitat i tots asseguren que **no volen vendre tot de cop perquè volen garantir el subministrament al llarg de l'any** a la seva clientela estable com ara els forns i les cooperatives de consum. Per tant, observem una relació de compromís entre les productores i les consumidores.

Apuntem que dos de les persones entrevistades a part de cereal també cultiven llegums i declaren que les explicacions i reflexions sobre el sector dels cereals i les farines són compartides per aquest tipus de productes. Un dels pagesos va decidir no vendre més llegum sec per assegurar-se tenir llavor per l'any següent però finalment va decidir posar-la a la venda perquè va pensar que era un moment d'excepcionalitat i que calia cobrir les necessitats de la gent.

## e. Elaboració alimentària

El subsector de l'elaboració alimentària inclou entrevistes a cadascun dels següents àmbits: formatge, viticultura, oli i fleca. Per aquest motiu, presentem les conclusions de cadascun d'ells per separat.

### Formatge. Reinventar-se per salvar el primer assalt

L'experiència entrevistada va experimentar una baixada molt gran de la facturació durant els primers quinze dies, fet que es va traduir en una reducció d'hores de les jornades de les treballadores. No obstant, va incrementar el volum d'hores dedicades al projecte especialment dedicant aquestes hores a cercar vies de comercialització diferents a les habituals com ara el repartiment de lots de formatges, botiga on-line o plataformes digitals per la venda de productes alimentaris. En aquest sentit, **l'ús d'aquestes eines digitals: «ens ha salvat el primer assalt».**

La formatgera ens comenta que els i **les consumidors/es que han comprat a través d'aquestes plataformes online són clients que ja coneixien el projecte** i que consumien el seu producte a través d'altres canals com les botigues. Durant el confinament, moltes d'aquestes botigues van tancar i la clientela va cercar altres vies d'aprovisionament. També hi hagut un **augment de consumidors/es individuals que han comprat de forma puntual el producte però que no tindran continuïtat en el temps** i durant el mes de maig ja ha notat com s'ha produït un descens en aquest canal de comercialització.

### Fleca. Augment de facturació a costa de la vida personal

Les sòcies de la fleca entrevistada comenten que durant el confinament **ha augmentat molt la facturació però també ho ha fet el volum d'hores dedicades a l'obra i a la gestió de les comandes.** Aquest pic de feina ha repercutit en les vides personals, fins al punt que en alguns casos comenten que aquesta ha desaparegut en els darrers mesos.

**Els canals de venda que més han augmentat durant aquest període han estat el repartiment a domicili a les persones consumidores individuals.** Ara bé, de forma similar a altres projectes, al llarg del mes de maig ja han baixat les vendes a través d'aquesta via. Les sòcies destaquen la importància de trobar mecanismes per consolidar les relacions amb la nova clientela.

La sòcia del projecte cooperatiu de fleca comenta que durant el confinament van arribar al límit de la seva producció i la seva major necessitat era trobar mà d'obra en el context de confinament i restriccions de moviment i no tant eines digitals per facilitar les vendes o buscar més clients.

### Vi. Baixada en picat de les vendes

El projecte entrevistat de **producció i elaboració de vi va viure una baixada en picat de les seves vendes i, per tant, de la facturació des de l'inici de la crisi sanitària.** Tot i que com podem veure

en l'apartat de consum, el vi és un dels productes del que més va augmentar la demanda a les llars, aquest consum no compensa la demanda associada a la restauració. Es tracta d'un projecte que depenia entre el 80 i 85% del canal HORECA (hosteleria, restauració i càtering) i un 15% de l'exportació dels seus productes a botigues especialitzades.

Durant el període de confinament només han pogut realitzar unes poques vendes a través de la botiga online que ja tenien però que fins llavors pràcticament no havien fet servir. Des del projecte vitivinicultor detallen que les consumidoros que han emprat la botiga online per adquirir els seus vins són consumidoros que ja coneixien el projecte i que han canviat la via d'aprovisionament de la botiga física a la botiga online.

També destaca la preocupació de tenir els dipòsits plens de l'anyada anterior, sense que valgui la pena embotellar per la falta de vendes, i a pocs mesos de la verema de 2020.

### **Oli d'oliva. Planificació comercial perduda**

El projecte que produeix oli d'oliva complementa la seva activitat amb la fruita seca, producte que ha permès el manteniment de la finca durant aquests mesos de confinament. **Han sofert una important davallada de les vendes pel tancament d'alguns canals de venda rellevants: mercats i fires i sector HORECA.** Les incertes previsions futures no faciliten pensar que aquests canals es reactivaran ràpidament, i hauran de buscar alternatives mentre regalen les ampolles de petit format confeccionades per la restauració.



## f. Pesca

La COVID-19 ha agreujat la complicada situació que ja vivia la pesca, després d'una estació d'hivern difícil a causa del mal temps, el temporal Gloria i de la crisi estructural que viu el sector des de fa anys. En 15 anys, la flota a Catalunya s'ha reduït a pràcticament la meitat: de 1.382 embarcacions al 2003 a 724 al 2018 (dades del Departament d'agricultura, ramaderia, pesca i alimentació, Generalitat de Catalunya).

### Caiguda dels preus i reducció de l'activitat

Donat que el turisme i la restauració són els principals canals de la venda d'aquest sector, al tancar-se tots els establiments es va produir una davallada important de les vendes i els preus. En un primer moment, varies confraries van haver de tancar (com la Confraria de Sant Feliu de Guixols i Blanes, la Confraria d'Arenys de Mar, la Confraria de Palamós, la Confraria de l'Ametlla de Mar i la Confraria de Tarragona) i aplicar expedients de regulació temporal als seus treballadors i treballadores. D'altres han treballat amb una intensitat molt baixa (per exemple, la Confraria de Vilanova i la Geltrú només tenia un 20-30% de treballadors actius). **La sensació general és que l'estat d'alarma ha empitjorat la situació precària i de baixa qualitat dels treballadors i treballadores del sector.**

D'altra banda, **s'ha produït una baixada de preus de productes pesquers de qualitat**, com el marisc o el pop, que es venen principalment a restauració i establiments turístics, i en la majoria de casos es va optar per pescar altres productes. Malgrat això, molts/es pescadors/es van prendre aquesta decisió, devaluant el preu com a conseqüència de la reducció de la diversificació d'oferta<sup>3</sup>. Segons les persones entrevistades, a dia d'avui només s'ha recuperat un 70% del preu original. A Catalunya, s'ha calculat pèrdues corresponents a 9 milions d'euros<sup>4</sup>.

### Augment de vendes pels projectes de comercialització directa més diversificada

En general, les persones entrevistades reconeixen tenir constància de què la venda directa i que les estratègies de major diversificació de vendes han sigut un avantatge.

En el cas del projecte entrevistat que diversifica la seva comercialització de productes entre restaurants, cooperatives de consum i domicilis, es va percebre un augment de vendes, potenciant les cooperatives i grups de consum i els domicilis (si abans tenien un 80% restaurants i 20% de particulars, ara un 95% particulars i 5% restaurants). No obstant, **aquest augment de facturació també ha exigit una dedicació molt més alta d'hores de treball i un esgotament i afectació a la vida personal de les persones implicades**, i en particular de les dones que,

3 Novoa, R. "No puede ser que el pescador pase hambre: el covid-19 acentúa la crisis del sector". El Salto (23/05/2020). Disponible a: <https://www.elsaltodiario.com/pesca/carencias-sector-pesca-acentuan-con-crisis-coronavirus>

4 Rovira, M. "El parón de la pesca causa pérdidas de 9 millones de euros en Cataluña". El País (04/06/2020). Disponible a: <https://elpais.com/espana/catalunya/2020-06-04/el-paron-de-la-pesca-causa-perdidas-de-9-millones-de-euros-en-cataluna.html>

malgrat organitzar-se amb els seus companys, havien d'atendre també les tasques reproductives a casa.

Aquesta iniciativa en concret treballa a través d'una plataforma de venda online. També en el cas dels pescadors (d'arrossegament i arts menors) entrevistats, es va fer servir una plataforma online destinada a la restauració per buscar nous canals de venda, com peixateries i comerços locals.

### **Millora en la coordinació i participació en xarxes i sistemes de suport**

Malgrat que es destaca una dificultat interna i externa de les confraries per cooperar o treballar conjuntament dins dels reglaments i normes informals vigents, s'ha especificat que **durant la crisi, hi va haver una millora de la coordinació i articulació entre confraries dins de la Federació Catalana de Pesca a distància, amb l'objectiu d'establir protocols sanitaris conjunts per protegir els treballadors i agilitzar reunions i tràmits.**

A nivell de resposta a l'emergència, els projectes entrevistats afirmen haver fet donacions a bancs d'aliments com a col·lectius o projectes individuals.

## 2.2 | Distribució

Les experiències de distribució alimentària ecològica i agroecològica entrevistades operen majoritàriament en l'àmbit català i algunes en l'àmbit estatal i internacional i distribueixen a altres empreses majoristes, autònoms i empreses agràries, grups i cooperatives de consum agroecològic, petit comerç minorista, restauració, restauració col·lectiva i algunes també al consumidor/a final. La major part de les informacions d'aquest capítol s'han obtingut a partir del grup de discussió realitzat amb 5 experiències que es recullen a l'Annex 1.

### Afectació variable segons canals de distribució

Una de les característiques dels mesos de confinament ha estat el canvi en les dinàmiques de consum imposades per les mesures de prevenció de la propagació de la pandèmia. En el cas de l'alimentació, com a producte de primera necessitat, el seu subministrament ha estat garantit a la població però les vies d'accedir-hi han variat degut al tancament dels espais de restauració i menjadors col·lectius com els escolars. La major part de la població<sup>5</sup>, al quedar-se confinada, ha passat a consumir la totalitat d'aliments dintre de la llar. Com comentarem en l'apartat 2.3 d'anàlisi del consum, s'ha detectat un augment de consum agroecològic durant el confinament tant en nombre de persones com en volum de consum per persona o unitat de convivència, però donada la variabilitat en les vies d'accés als aliments, l'afectació entre les entitats que es dediquen a la distribució ha estat diversa.

D'una banda, en **les entitats que fan distribució a espais de venda i consum que han seguit oberts** - petit comerç minorista, grups de consum i pagesia que fa venda directa (i ha necessitat complementar les seves cistelles de productes per adaptar-se a l'augment de demanda)- **han vist incrementada la seva facturació entre un 80 i un 100% durant els primers dos mesos de confinament.** A partir del segon mes les vendes s'han estabilitzat i en el procés de desconfinament han anat disminuint lentament però encara per sobre del volum de vendes previ al confinament. Pel que fa a la tipologia de productes, destaquen alguns productes que han augmentat de forma proporcionalment superior a la resta: la patata, la ceba i la pastanaga entre els productes frescos i la mantega, el sucre, el vi, la farina i els fruits secs pel que fa als productes elaborats. També hi hagut molta demanda d'embotits i productes *gourmet*.

A l'altra cara de la moneda, les iniciatives que distribueixen habitualment a menjadors escolars i/o a restauració han vist bloquejada la sortida del seu producte havent d'aturar pràcticament al complet la seva activitat econòmica. Un cas paradigmàtic són aquelles entitats que tenen diversificats els seus canals de distribució ja que s'han pogut adaptar als canvis, compensant la disminució d'una part amb l'augment de l'altra.

---

5 Una part de la població ha vist retallats els seus ingressos i s'ha vist obligada a accedir a menjadors populars o xarxes de suport mutu que s'han organitzat des de les primeres setmanes del confinament per donar resposta a aquesta urgència. Les seves vies de distribució no formen part d'aquest informe però no volíem deixar de mencionar aquesta variabilitat en el consum i distribució deguda a l'empobriment de moltes famílies per la crisi.

## Adaptació als canvis

El sector ha demostrat una **gran maduresa i estabilitat per haver pogut absorbir l'increment de demanda sense trontollar i no ha patit desabastiment en cap moment**. És un sector que està en contacte amb la pagesia -en alguns casos son estructures pròpies de la pagesia- i per tant saben on anar a buscar el producte i fins i tot han estat interpellades per les pròpies productores per facilitar canals de venda en el moment de tancament dels altres canals.

En general, totes les entitats de distribució han demostrat capacitat d'adaptació i resiliència davant el moment de crisi. Algunes d'elles han hagut de realitzar **canvis significatius per poder absorbir un increment de la demanda del 100% en alguns casos i anar-los revisant de forma quasi diària**. Alguns dels canvis aplicats per absorbir l'augment de demanda són: enviament de les llistes d'ofertes diàries enlloc de setmanals, contractació de més personal, redistribució d'hores de les sòcies i treballadores d'altres branques d'activitat o de les àrees comercials, negociació d'hores extres amb les treballadores i també increment d'hores de dedicació no remunerades per part de les sòcies amb la conseqüent afectació de la vida personal.

Les que han vist la sortida del seu producte parcial o totalment bloquejada, han aplicat ERTOS i, en algun cas, negociat el pagament del lloguer dels locals associats a l'activitat econòmica aturada. A més, també han adaptat o modificat la seva activitat per seguir traient el producte per altres canals fora dels habituals i evitar que es malbaratés el menjar en estoc. Per exemple, engegant repartiment a particulars bé com a part del negoci o per donar resposta a necessitats socials.

Les que abastien **grups i cooperatives de consum han hagut de confeccionar les caixes per a algunes de les sòcies de forma personalitzada** per deixar-les al local sense que ningú les hagués de manipular o fer-ne el repartiment a domicili en els casos en què els locals s'han tancat.

**Les que ja feien repartiment porta a porta han vist incrementat aquest canal**, generant noves rutes de transport. El porta a porta també ha obligat a destinar molts recursos a **l'atenció al client**, sobretot a l'atenció telefònica en els casos de persones grans per exemple, per explicar-ne el funcionament.

S'han pogut **millorar i fer més eficients les rutes de distribució** degut a què els i les transportistes anaven plens i a la manca de trànsit i embussos sobretot en les àrees més urbanes. Algunes de les experiències tenen experiència i treballen molt bé la logística i d'altres han anat donant resposta com han pogut. Ens alguns casos ha costat molt trobar transportistes o substituir el tancament d'empreses de logística durant l'estat d'alarma i d'altres de seguida han trobat persones disposades a fer les rutes.

Alguns d'aquests canvis han estat una resposta a l'emergència però d'altres són millores que ja quedaran integrades en les estructures de funcionament.

Les empreses de distribució que abasteixen **el petit comerç** consideren que aquest canal **ha funcionat molt bé** i seguirà funcionament bé en el futur. Hi confien molt perquè fan la divulgació i l'explicació del producte al consumidor/a final.

S'han fet inversions per millorar les eines digitals ja sigui creant tendes *online* o millorant la infraestructura de les que ja en tenien per evitar que col·lapsessin amb l'augment de demanda. En general més d'una va expressar durant l'entrevista la necessitat de millorar les eines que s'utilitzaven.

### **Intercooperació i solidaritat**

Aquesta capacitat per adaptar-se als canvis i donar resposta a la variació de demanda és una de les característiques que expliquen la resiliència del sector de distribució agroecològica però no l'única. Una altra estratègia clau ha estat la intercooperació entre elles i amb altres agents del sector per donar-se suport en aquests mesos de crisi.

En general, les experiències entrevistades **estan molt enxarxades a nivell informal i es coneixen bé mútuament. Les que operen en l'àmbit català, a més, tenen molt clar quin és el seu àmbit d'especialització i tenen cura de no trepitjar-se entre elles** sobretot les que operen en l'àrea metropolitana. Tot i així **habitualment intercooperen poc en la praxis del dia a dia** per exemple, no comparteixen rutes de transport o magatzems degut a la complexitat de cada estructura i als topalls normatius i sanitaris. Les iniciatives més joves sembla que tinguin més facilitat per intercooperar probablement perquè estan en procés de creixement i de definició.

En canvi, **durant els mesos de confinament sí que s'han donat diverses experiències d'intercooperació i suport mutu;** per exemple ajudant a treure el producte de les càmeres de les empreses de menjadors, que han hagut de tancar de forma precipitada, a través d'altres canals. També s'han produït dinàmiques de suport mutu amb altres agents de la cadena de valor i de fora del sector alimentari.

En relació al transport algunes també col·laboren amb entitats de logística de l'ESS habitualment i tenen en compte l'impacte ambiental dels seus desplaçaments i utilitzen vehicles elèctrics.

Finalment, també **han organitzat i/o col·laborat en l'execució d'accions solidàries:** donant suport directe o organitzant campanyes de distribució d'aliments per a persones amb pocs recursos o col·laborant amb altres entitats per a reduir el malbaratament alimentari.

### **Perspectives de futur: paper de la distribució en un potencial salt d'escala**

Amb tot l'exposat fins al moment queda patent que **l'àmbit de distribució ha estat capaç d'absorbir el pic de demanda.** Tot i així, expliquen que perceben una certa reticència per part d'algunes productores i consumidores que els llegeixen com a intermediàries en busca de lucre. Creuen que **aquesta mala imatge es deguda als estralls que ha causat la gran distribució (GD)** i el paper que ha jugat en la desaparició de la pagesia i que està molt present en alguns sectors

agroecològics. Per trencar amb aquesta visió, expliquen que cal treballar amb la màxima transparència a nivell econòmic i per millorar la comunicació.

Donat que són un agent clau per a l'escalabilitat del model de consum agroecològic, fer que la resta d'agents del sector hi confii per poder bastir una estratègia de distribució que respongui a les necessitats de la pagesia i dels consumidors organitzats és clau.

Una bona comunicació també serà clau per aconseguir fidelitzar part dels nous consumidors que s'han apropiat amb aquesta crisi. En general, tot i la incertesa de com evolucionarà la situació i l'afectació que tindrà en el consum agroecològic, **els diferents agents de distribució perceben la crisi com una oportunitat per a millorar i que el sector en surti reforçat.**

## 2.3 | Consum

En aquesta secció analitzarem com la crisi de la COVID-19 ha afectat a les dinàmiques de consum agroecològic i com les estructures de consum preexistents s'han adaptat a aquesta nova realitat. Per fer-ho s'han tingut en compte principalment els agents que ja operaven abans de la pandèmia: les tendes d'alimentació ecològica i els grups i cooperatives de consum agroecològic, que s'estima que són uns 160 a tota Catalunya i aglutinen a milers de famílies organitzades per accedir a aliments ecològics de la petita producció del territori. No podem obviar, però, que durant el confinament s'han donat unes pràctiques de consum pròpies del moment d'excepcionalitat com les comandes a través d'internet i l'accés a l'alimentació a través de xarxes de suport mutu en barris i pobles que han abastit a famílies sense recursos. En tots dos models s'han donat experiències de consum agroecològic.

### Variació en la facturació i comanda

En general totes les iniciatives consultades han observat un **augment tant de clientela/persones sòcies com de despesa individual/unitat de convivència per cada compra durant el confinament**. Perceben que aquest augment es degut a que la gent ha pogut qüestionar més el seu consum tant a nivell polític com per temes de salut i l'augment en la despesa setmanal es deu al canvi d'hàbits de consum durant el confinament (tots els àpats es realitzaven a la llar).

**No totes les estructures han pogut absorbir aquest augment de la mateixa manera**. D'una banda, **les botigues centrades en fresc han augmentat entre un 60-69%** els ingressos; aquest augment es va notar especialment les setmanes prèvies i al principi del confinament i després s'ha mantingut més elevat de l'habitual però estabilitzat. S'ha donat a tot el territori, tant a Barcelona com en àmbits rurals i la seva variabilitat depenia més aviat de si l'activitat estava centrada en producte fresc o dietètica i sobretot, en la seva ubicació: les botigues ubicades en eixos comercials (amb poques veïnes confinades al voltant) han, fins i tot, disminuït la venda.

**Els grups de consum amb estructura assalariada han triplicat la facturació homogeniament en tots els municipis**, augmentant el número de famílies associades (20 noves unitats familiars) i duplicant el número de cistelles repartides setmanalment (de 40-50 a 80-90 cistelles). **Els grups i cooperatives de consum amb estructura més clàssica**, basada en el voluntariat, en general van disminuir les primeres setmanes pel xoc però després es van reorganitzar i **han acabat augmentat, tot i que més discretament** (entre poc perceptible fins a un 40% respecte el mateix període de l'any anterior) la facturació.

En el cas d'aquestes estructures comunitàries, tot i que moltes han rebut demandes de noves sòcies, la majoria no han estat capaces d'acollir-les i s'han utilitzat canals més informals per poder incloure comandes de gent externa al grup de consum: fent comanda ampliada amb veïnes o gent de confiança i/o organitzant alguna compra conjunta ampliada de productes específics. Pel

que fa al tipus productes s'ha notat l'augment especialment amb els productes càrnics, productes en estoc, vi, farina, llevat i paper de vàter (aquest últim només les primeres setmanes).

### Adaptació a les mesures de prevenció

Un altre canvi important ha estat el d'adaptar-se a les mesures de prevenció i a les restriccions de mobilitat. **Els grups i cooperatives de consum en general van adoptar protocols d'ús de mascareta, gel desinfectant i els que tenen més unitats familiars van adaptar els horaris de repartiment i permanència** per evitar aglomeracions als locals de recollida. Els grups de consum amb seu a Barcelona van haver de comunicar a la Guàrdia Urbana la seva activitat per requeriment de l'ajuntament per tal de poder-se desplaçar sense inconvenients. Cap de les sòcies dels grups de consum de fora de Barcelona va tenir cap tipus de problema per anar a buscar les comandes tot i que algunes persones no tenien clar si podrien estar incorrent en una activitat que podria ser multada. En un dels casos, van adaptar els albarans de cada cistella per a que hi constés l'horari de recollida i l'adreça i es poguessin utilitzar com un tiquet de compra per justificar el desplaçament davant les autoritats en cas que se'ls hi requerís. Als pobles també es va parlar amb els ajuntaments per donar l'avis que s'estaven recollint comandes a les cooperatives i grups de consum.

**En el cas de les botigues, la normativa va ser més específica tot i que variable segons el municipi, especialment en lo referent a les restriccions horàries.**

### Reestructuració interna

Per tal de poder-se adaptar a tots aquests canvis, totes les estructures han hagut de reformular el seu funcionament. En el cas de les botigues a l'augment de càrrega laboral se li sumaven les restriccions horàries imposades per l'estat d'alarma (que a més variaven segons el municipi). Això ha fet que moltes d'elles haguessin d'**augmentar el nombre de treballadores per torn per tal de poder donar resposta a l'augment de demanda global que s'havia d'atendre en una finestra de temps més reduïda** de l'habitual. A més **han posat en marxa una web per fer compra online i enviament a domicili**. Aquesta proposta ja estava en construcció prèviament i la COVID-19 en va accelerar l'activació durant la primera setmana de confinament ja que van percebre que moltes clientes estaven demanant poder fer la compra online. Van poder utilitzar un local i altres infraestructures comunes per fer l'emmagatzematge i transport i van contractar una persona nova per fer els repartiments a domicili a l'àrea metropolitana de Barcelona.

També s'han **augmentat** de 20 a 30 hores setmanals la **jornada de la persona assalariada** en el cas dels grups de consum amb estructura assalariada que a més s'ha **complementat amb un augment del voluntariat** durant els dies de confinament i s'ha passat a organitzar el repartiment en caixes en 2 dies (enlloc d'un).



En el cas dels grups i cooperatives de consum basades en voluntariat, hi ha hagut diferents afectacions en el funcionament. Algunes no podien utilitzar el local perquè era públic i estava tancat i han hagut de fer repartiment centralitzant la comanda d'alguns productors en cases particular. D'altres, situades a Barcelona es trobaven amb que algunes unitats familiars estaven confinades lluny del punt de recollida i per les restriccions de mobilitat no podien participar dels tornos i van haver d'adaptar les tasques per executar-les entre menys persones.

### Aprovisionament

En general **cap de les iniciatives contactades ha tingut problemes d'aprovisionament** més enllà d'algun canvi d'horaris d'entrega i la falta d'alguns productes nous que volien afegir i no van trobar, principalment farina i llevat. Tot i així, en els grups de consum del Camp de Tarragona, en el moment que van haver de començar a multiplicar el volum de les comandes que servien, **van buscar algunes proveïdores, com ara Hortec i Cal Valls, que aglutinen diversos productes i poden garantir estocs més grans.**

**La major part de problemàtiques d'aprovisionament no s'han donat a causa de les proveïdores sinó de les limitacions dintre de les pròpies estructures de consum:** el grup de consum que no tenia accés al local no ha pogut fer comanda de carn perquè no hi havia cap casa particular amb infraestructura per mantenir-ho refrigerat. De fet moltes de les proveïdores han assumit tasques extra per poder mantenir l'aprovisionament: alguns grups de consum han demanat a les seves distribuïdores que alguns aliments a granel que venien per pes -com és el cas amb un tipus galetes i de bolets- els hi portessin prèviament pesat i empaquetat en bosses i les que no tenien el local obert, han demanat al proveïdor de fresc que els hi repartís les cistelles a domicili.

### Suport a les productores

En general tots els espais han seguit demanant a les proveïdores habituals com a principi de compromís amb elles. **Alguns grups de consum i botigues han fet, això sí, algunes comandes extraordinàries per donar suport a productors/es que es trobaven en una urgència** com ara formatgers, oli, vi, licors, xocolata. Alguns d'aquests nous productors ja es mantindran com habituals en els grups de consum.

També algunes tendes han ampliat la seva oferta amb productes de proveïdores de proximitat que es trobaven en una situació d'urgència per treure producte; es va fer com a acció de compromís polític amb la pagesia tot i la sobrecàrrega logística que suposava en un moment en que ja anaven desbordats. Moltes de les entrevistades, van conèixer a aquestes proveïdores a través de la campanya [Abastiment Agroecològic](#) impulsada per Arran de terra i Pam a Pam.

## Intercooperació, suport mutu i accions solidàries

Més enllà de la relació amb les proveïdores, durant el confinament i el desconfinament s'han donat diverses pràctiques d'intercooperació i suport mutu per part de les diferents iniciatives de consum.

Per exemple, un dels grups de consum, un cop establert el protocol, el va enviar a altres cooperatives i grups de consum del barri per si els podia ser d'utilitat. També s'han derivat les peticions de noves sòcies a a la **campanya de l'Eix Pere IV "Ajudem el camp des del barri"**, que els distribuïa entre altres cooperatives o grups de consum o les acompanyava a crear un nou grup al barri. Aquesta iniciativa ha estat un èxit ja que **han nascut 7 o 8 nous grups de consum al barri**.

Al Camp de Tarragona estan treballant amb restaurants de la zona creant continguts audiovisuals de receptes per donar visibilitat al projecte de consum mancomunat, a la vegada que als restaurants. També s'han articulats amb la xarxa de grups de consum de la Catalunya sud per unificar criteris per escollir productores. Altres grups de consum amb estructura alliberada també han estat beneficiàries del [Fons cooperatiu per l'emergència social i sanitària](#), iniciativa de suport mutu impulsada per diverses articulacions d'ESS<sup>6</sup>.

**Més enllà del suport mutu també hi ha hagut iniciatives solidàries.** Algunes tendes han començat durant el confinament a posar un espai per a que les clientes poguessin deixar productes (prèvia compra) per tal de donar-los juntament amb el sobrant diari a organitzacions que abastien de manera gratuïta a veïnes que s'han quedat sense recursos durant el confinament. A més les 18 tendes que formen part de la cooperativa de segon grau han fet una donació de l'1% de la facturació total del període de confinament a la campanya [#TotesATaula](#) impulsada per Opcions.

## Innovació i eines digitals

Finalment, tal com es comentava a l'inici, el confinament ens ha portat també a nivell social molts canvis i formes d'adaptar-nos-hi. Un de molt clar és l'ús de la tecnologia: tancades a les nostres cases, ens hem relacionat i comunicat amb el món a través d'internet. Per suposat aquesta dinàmica també ha afectat al consum. Han aparegut diverses iniciatives de compra directa que han fet ús de les xarxes socials i de plataformes digitals per tal de promocionar el consum de productes agroecològics i amb CCC. Moltes entrevistades coincideixen en que el consum a través d'internet ha arribat per quedar-se. Les tendes contactades també han activat la seva plataforma online com comentàvem prèviament. En el cas d'algunes persones entrevistades del sector pesca que recentment havien començat un sistema de comanda on-line de restaurants principalment estàn reflexionant sobre com potenciar aquesta eina de cara al futur.

També a nivell intern s'ha vist una digitalització del funcionament. Molts dels grups de consum han adaptat les reunions a formats online, utilitzant diferents eines de videoconferència. Un d'ells

<sup>6</sup> Podeu consultar moltes de les bones pràctiques que han dut a terme els grups de consum durant el confinament en el següent enllaç: <https://pamapam.org/ca/abastiment-grups/>

ha actualitzat el seu programari de comandes. També s'han adaptat accions que havien de ser presencials com una Eco Fira a un format digital: han utilitzat les xarxes socials per fer-ho i els han arribat noves sòcies gràcies a la difusió aconseguida per les accions comunicatives. Algunes cooperatives utilitzen alternatives de programari lliure però no sembla una aposta generalitzada. Una d'elles que hi volia apostar, finalment va valorar mantenir el programari que ja estaven utilitzant sense fer el salt al programari lliure.

### 3 | Reptes futurs del sector

La situació excepcional viscuda durant els mesos de confinament ha permès al sector reflexionar sobre el futur del sector amb una mirada global, i fer saltar les alarmes d'alguns dels reptes profunds que s'han vist accelerats per la crisi sanitària. En aquest apartat, es recullen els reptes principals destacats per les persones entrevistades en la producció, distribució i consum en circuits curts.

#### Lidiar amb la incertesa dels propers mesos

Malgrat la fi del confinament, destaca la preocupació pels possibles rebrots de la crisi sanitària en els propers mesos i els efectes de la crisi econòmica, que incideixin en la crisi multidimensional que ja viu el sistema agroalimentari de petita escala i local. La dificultat per fer previsions està present en tots els sectors i àmbits d'activitat. Per molts projectes productius, especialment de l'horta, ramaderia i alguns d'elaboració, el balanç econòmic d'aquests mesos encara és incert, per l'augment de facturació però també d'altres despeses com el transport o les contractacions. En cas de rebrot, aquesta inquietud s'agreuja. En el cas de la pesca, accentuada disminució de l'activitat relacionat a events climàtics extrems i la crisi sanitària d'aquests mesos situa al sector en un moment especialment difícil.

La dificultat per preveure els volums i presència de canals de comercialització irradia sobre la planificació de conreus dels projectes hortícoles o les necessitats d'inversions en infraestructures. D'altra banda, la repetició del col·lapse d'escorxadors i obradors viscut durant aquests mesos és una preocupació extesa en l'àmbit de la ramaderia. En general, els projectes de producció i distribució ecològica i agroecològica dubten sobre la continuïtat i els volums d'alguns canals de comercialització com els menjadors escolars o la restauració, i estan prenent diferents estratègies, basades en la diversificació o la confiança cega, per encarar el proper curs.

#### Consolidar l'augment del consum agroecològic

Les persones entrevistades en aquest informe coincideixen en la previsió de què una part del consum es quedarà i canviarà hàbits de compra i una altra part es perdrà després del confinament. Aquest últim cas respon en part a un augment considerable del consum de particulars amb repartiment a domicili que es perdrà amb la fi del confinament. Aquest canal podria ser reemplaçat pel consum a restauració, menjadors, etc., que en molts casos encara no han incorporat la compra a proveïdors/es locals i ecològics, especialment de sectors com les hortalisses i fruita.

La consolidació del nou perfil de consum pot estar vinculat amb una millora de la comunicació, per tal de diferenciar l'aposta agroecològica de la distribució dominant, que ha convencionalitzat

el discurs<sup>7</sup>. Les entrevistades destaquen elements que caldria posar en valor com la importància de l'alimentació, la salut, el sabor, les implicacions socials i ambientals de la compra, la transparència dels costos dels serveis, etc. Particularment, les confraries de pesca veuen important impulsar campanyes per posar en valor el peix de proximitat i els serveis que ofereix la pesca artesanal i de petit format per a la defensa dels ecosistemes marins, així com les problemàtiques de contaminació del mar, després de veure l'augment de plàstics (incloses mascaretes i guants) vertits.

També s'ha esmentat repetidament els mecanismes de compromís dels canals de comercialització, com per exemple recursos simples com el requisit de crear un usuari propi a les botigues online. Sobretot, s'ha insistit en la necessitat de treballar per la flexibilitat i facilitat per fer i recollir les comandes, per donar resposta a un dels limitants més importants esgrimits per els i les consumidors/es: la incompatibilitat d'horaris i de disponibilitat de temps amb els models de consum agroecològic tradicionals. Alguns recursos que s'ha implementat durant el confinament són eines digitals senzilles de reserva de producte com Whatsapp o formularis, franges horàries àmplies per la recollida de comandes, etc.

## **Reorientar l'alta intensitat de treball i de compromís amb la clientela**

L'escenari del confinament ha disparat les hores de treball i hiperactivitat dels projectes del sector, amb unes repercussions evidents sobre la vida de les persones darrere dels projectes, que han augmentat considerablement les seves jornades laborals descuidant a vegades les cures personals i de cercles propers. Recuperar dinàmiques saludables i construir models que conciliïn la vida laboral i personal és un repte que en molts casos ja era complicat mantenir abans de la pandèmia.

Alhora, s'ha donat un alt grau d'adaptació a les necessitats del consum per la situació excepcional que s'ha produït durant el confinament, i que ha implicat que moltes iniciatives assumeixin el cost del transport, un augment considerable de les tasques gestió i confecció de comandes, l'atenció personalitzada a la clientela o la cura a treballadores al mig d'un procés d'ERTOs i baixes laborals.

En alguns sectors, com la pesca, la preocupació per una aturada casi completa del treball i les condicions de precarietat laboral que viuen els treballadors i treballadores és alta de cara a futur. Molts projectes consideren que aquesta situació no és sostenible en el temps, però que era necessari posar el seu gra de sorra en una situació molt complicada per la població.

---

7 Molero-Cortés, J., Begiristain-Zubillaga, M. & López-García, D. (2019) «Estrategias de comunicación para facilitar saltos de escala en agroecología». Documento de síntesis. Fundación Entretantos | Universidad del País Vasco, dona claus interessants per millorar la comunicació dels projectes agroecològics. Disponible a [http://www.entretantos.org/wp-content/uploads/2019/10/DocDivulgativo\\_EstrategiasComunicacionAgroecologia\\_fr.pdf](http://www.entretantos.org/wp-content/uploads/2019/10/DocDivulgativo_EstrategiasComunicacionAgroecologia_fr.pdf)

## Intercooperar de forma sòlida

Una percepció comuna a tots els sectors és la necessitat de mantenir i enfortir les xarxes que s'han generat o reforçat durant el confinament per fer front als reptes del futur més immediat. D'una banda, s'han reforçat les xarxes horitzontals entre productores per donar sortida al producte i mantenir-se informades del degoteig de mesures, especialment a través de dos canals: els mecanismes de solidaritat i suport mutu amb els projectes en dificultats, i l'intercanvi comercial per donar resposta a l'increment de la demanda.

També hi ha hagut un reforç de les xarxes amb altres agents del sector. S'ha donat una coordinació molt intensa amb les iniciatives de distribució agroecològica, de les quals en molts casos formen part els projectes productius o amb els que tenen relacions de compromís sòlides. L'articulació s'ha reforçat igualment amb agents del consum organitzat, per donar sortida als productes en una situació excepcional, així com amb entitats i iniciatives de dinamització que han donat suport a les productores i xarxes locals durant aquests mesos.

En alguns casos, les xarxes han crescut ràpidament, com és el cas de [l'Enllaç de l'Ebre](#) que ha passat de 30 a 100 socis/es en dos mesos, s'han reactivat, com [Fet a la Conca](#), que en un primer moment es va veure obligada a tancar la botiga física, o se n'han creat de noves, com la [Xarxa Agroalimentària de la Cerdanya](#). La sensació de gran incertesa ha comportat que en alguns casos els processos estratègics de construcció de xarxes s'hagin aturat amb la COVID-19, com és el cas de Bràfimcoop, que confiaven en les fires i mercats cancel·lats aquesta primavera-estiu per enfortir-se.

En canvi, els projectes menys articulats o sense eines sòlides de venda (online o altres) han patit una davallada de les vendes. Al llarg del confinament, molts d'aquests projectes s'han articulats amb altres productors/es amb canals de venda establerts o iniciatives sorgides *ad hoc* per donar resposta al moment crític, com [Formatgers en confinament](#) o [Del Parc al Plat](#). Un cas singular és el de la pesca, un sector que no està enxarxat amb altres productors/es i funciona amb un sistema de governança complex. Hi ha una manca de coneixement generalitzada de la pesca com a «productores de proximitat», i existeix una dificultat clara per vendre de forma independent i agilitzar mecanismes de adquisició de productes de les barques per distribució en circuits curts i de petit format.

## Escalar l'agroecologia

Preparar els petits projectes agroecològics per a l'escalabilitat és un repte important detectat per varis projectes productius. L'organització actual dels projectes de mida petita i mitjana no permet donar resposta immediata a una demanda sobtada de canals majoristes, com serveis de càtering d'hospitals, residències, etc. En aquest sentit, destaca la necessitat de treballar per una major professionalització del sector, afrontant conjuntament certs aspectes del model de producció i post-producció per garantir un abastiment conjunt, per exemple l'estandardització de maneig, les planificacions compartides o serveis mancomunats com el del transport o l'emmagatzematge.

Aquesta tasca permetria afrontar de forma organitzada i no reactiva demandes de majoristes o de compra pública en volums més amplis. [Ecomaresme](#) és un exemple de recent creació d'aquesta voluntat de mancomunat serveis per part de projectes agroecològics, en forma de cooperativa agrícola.

En el cas del consum, l'estructura assalariada d'algunes iniciatives ha permès desplegar noves estratègies polítiques i logístiques, i abastir un gran nombre de persones acollint la diversitat de nivells d'implicacions en el voluntariat aportat al projecte. En experiències històriques com [El Brot](#) o [el Rebot](#) fins a d'altres més recents com [La Bajoca](#), trobem algunes mostres d'aquesta aposta. Un punt fort d'aquesta mena d'estructures és que pot evitar frustracions per la desigualtat en la participació, i permetria una major escalabilitat.

## Millorar la distribució

Aquests mesos s'ha aconseguit millorar les rutes de distribució, però queda molt camí per recórrer. Molts projectes productius, especialment de ramaderia i pesca, han tingut dificultats per donar resposta a l'augment de comandes a domicili, per la falta d'estructura pròpia per fer-ho (molts projectes s'han hagut de reinventar en un temps molt curt per sobreviure), els alts preus de les empreses externes de transport refrigerat o la llunyania territorial dels nuclis més importants de consum.

També s'ha visibilitat en aquests mesos el que ja son o podrien esdevenir nodes per facilitar la distribució intra i intercomarcal i amb la regió metropolitana, impulsats especialment per entitats de distribució i agrupacions de productors/es. Alguns ja existien abans i d'altres s'han creat o s'han obert durant el període de confinament. En son exemples [l'Enllaç de l'Ebre](#), [Lo Traginer](#), [Mengem Bages](#) -que ha obert el seu magatzem a altres productores del territori-, [Fet a la Conca](#), [Mengem Garrigues](#), etcètera. Algunes s'estan articulant amb la participació de cooperatives agràries històriques que estan facilitant les seves infraestructures. El repte és consolidar-les i aconseguir una vertebració de tota la cadena de valor del sector.

Les entitats de distribució ecològica i agroecològica treballen sota una lògica de no competència entre elles, encara que de moment no cooperen formalment en molts casos. Ofereixen un servei que dota de resiliència al sector, però encara tenen una mala imatge associada amb els intermediaris convencionals que han provocat la situació de precarietat del sector primari. Al contrari, la distribució agroecològica realitza una tasca demanada per la pagesia i el consum, i fa exercicis exhaustius de transparència per explicar els costos i preus i ressaltar d'on venen els productes.

## **Reforçar els canals de venda assolits i els que fan divulgació del producte**

S'insisteix en la importància de reforçar els mercats de pagès, en comptes de tancar-los com s'ha fet durant el confinament, així com el petit comerç. Aquest últim es considera una peça clau per la divulgació i explicació del producte que fan al consumidor/a final, i en molts casos durant el COVID-19 també han tingut cura de la població fent repartiments a domicili, agafant comandes per telèfon, etc. Tot i això, es veu la necessitat de reforçar-lo perquè esdevingui un agent aliat més evident dels productes de proximitat i ecològic, millorar la seva articulació i establir aliances amb la petita i mitjana pagesia.

A diferència d'aquests dos canals, es mostra preocupació per la dependència de la restauració per part d'alguns sectors com la pesca, la ramaderia i els sectors vinícola i oleícola, degut a que en alguns casos tancaran o reduiran la seva activitat com a conseqüència de la disminució del turisme i la capacitat adquisitiva de la població local, segons les entrevistades.

La venda online de productes agroalimentaris ha estat un canal poc explorat fins l'inici del confinament, però per molts projectes ha vingut per quedar-se. El repte serà aconseguir que aquest canal sigui un aliat dels circuits curts i no un element que suposi una major càrrega o competència deslleial pels projectes, un increment dels costos de producció i més contaminació i trànsit degut a l'increment del transport que suposa esi va associat a l'entrega a domicili.



## 4 | Demandes i propostes adreçades a les administracions públiques

En general, hem observat que tots els subsectors productius (horta, fruita, cereal, ramaderia, pesca, elaboració) i els sectors de la distribució i el consum que han participat en aquesta recerca es lamenten que les **administracions públiques no han donat el suficient suport a les xarxes alimentàries locals** durant l'emergència sanitària. Moltes d'elles afirmen que han reaccionat tard i sense tenir en compte les demandes específiques del sector.

Al llarg de les entrevistes els i les informants han fet demandes a les administracions públiques que hem agrupat en cinc blocs diferenciats. En primer lloc, una sèrie de reflexions crítiques de caire més general entorn del paper de les administracions en el sector agrari. En segon lloc, un seguit de demandes sovint molt específiques per sector en relació a la normativa i la burocràcia lligada a l'activitat agrària. En tercer lloc, qüestions vinculades a la necessitat de promoure i donar suport al sector primari per part de l'administració pública. En quart lloc, propostes relacionades amb demandes d'ajuts directes a determinades activitats i accions. En aquest sentit, destaquen les necessitats en l'àmbit de la distribució i el transport que hem separat en un bloc diferenciats. Finalment, destaquem les reflexions entorn de la compra pública de productes agroalimentaris.

### El rol de les administracions públiques en els sistemes agroalimentaris

Més enllà de la crisi sanitària, les persones entrevistades en aquest estudi presenten diverses crítiques al paper de les administracions en el sector agrari des d'una perspectiva àmplia. D'una banda, es demana que s'endreci la **PAC i la DUN amb l'objectiu que els diners arribin a la petita pagesia** i no a les grans corporacions alimentàries. En efecte, es repeteix sovint que **es gravi a l'agroindústria i que els diners recollectats es reinverteixin en la producció agrària ecològica i local**. En aquest sentit, es demana específicament que es dificulti l'expansió dels grans supermercats i es posin traves administratives per impedir que aquests es continuïn estenent pel territori. Així mateix, es considera clau que es faciliti l'accés a la terra a la petita pagesia.

En general, es reclama **que el sector primari tingui més veu** davant de les administracions per poder entomar els reptes col·lectivament, de tal manera que es desenvolupin eines que permetin la participació en la presa de decisions que afecten a les seves activitats socioeconòmiques.

A nivell concret de l'administració catalana es suggereix la **descentralització de les conselleries**. L'actual estructura radial de Catalunya concentra la riquesa a Barcelona. Així, «cal que el DARP s'ubiqui al territori on es troba la pagesia per facilitar els tràmits i gestions». Ara per ara, la localització del centre d'activitats a la ciutat de Barcelona no respon a la realitat del sector. A més, alguns informants consideren que a l'administració segueixen havent tractes clientelars.

Durant la crisi sanitària, moltes de les informants es lamenten que **no s'han pogut acollir a cap ajut específic**. En diverses entrevistes, es repeteix que l'únic ajut al que es podien acollir ha estat l'aplaçament del pagament de l'IVA a uns interessos baixos. Alguns elaboradors s'han plantejat al llarg del confinament tancar però el fet de formar part d'un sector essencial no els hi assegurava poder-se acollir a les ajudes desplegades durant la crisi i han tirat endavant el projecte amb uns nivells de precarització molt elevats. Els projectes de pesca argumenten que només han pogut cobrir despeses per la situació de crisi i compra de material de protecció, però es demana un compromís més important amb les confraries per la gestió administrativa i en cas de crisis repetides com les d'aquest any.

En la mateixa línia, es demana que en cas de crisi sigui el propi Estat qui assumeixi la seva responsabilitat i faciliti la compra de productes locals per assegurar la sostenibilitat de la petita pagesia. Això connecta amb una altra demanda desenvolupada més endavant: **assegurar que la compra pública de producte agroalimentari es centri en el producte de proximitat respectuós amb l'ambient i les persones**. A més, destaquem que alguns informants han relatat que l'administració no ha pagat els cobraments pendents durant la COVID-19 i els retards en el cobrament dels ICOs i els ERTOS també ha generat moltes dificultats en el sector.

Finalment, recollim el debat obert en relació a la proposta d'una **renda bàsica agrària** que hem observat al llarg del treball de camp i que reprèn algunes de les reflexions i tensions analitzades en les xarxes i els mitjans de comunicació al llarg dels últims mesos<sup>8</sup>. En efecte, alguns/es pagesos/es defensen que una renda bàsica agrària seria una bona solució per assegurar la sostenibilitat del sector mentre que també hi ha veus que no estan d'acord amb aquest tipus de mesures i defensen que la pagesia ha de poder viure del que produeix i no de les subvencions públiques. Tal com una ramadera explicava a les xarxes socials: "una renda agrària bàsica significaria que la pagesia seria encara més dependent de l'administració, amb més burocràcia i menys autonomia. Agreujaria el que ja passa amb la PAC". I afegia que l'administració local podria donar suport a les petites productores amb altres mesures com ara, la creació de bancs de terres, l'expropiació de terres en desús, limitant els preus de la terra per evitar-ne l'especulació, limitant el lliure mercat de productes agraris i incrementant les taxes als productes procedents de l'agroindústria, declarant una moratòria als grans supermercats, etc.

---

8 Dopazo, P. "Renta básica agraria, una revolución rural" (16/10/2019). El Salto. Disponible a: <https://www.elsaltodiario.com/agroecologia/una-revolucion-rural>, i Argüelles, L. "Y si aprovechamos para discutir sobre la renta básica agraria?" (17/06/2020) Eldiario.es. Disponible a: [https://www.eldiario.es/ultima-llamada/aprovechamos-discutir-renta-basica-agraria\\_6\\_1038406152.html](https://www.eldiario.es/ultima-llamada/aprovechamos-discutir-renta-basica-agraria_6_1038406152.html)

## Dificultats de la normativa i traves burocràtiques

Ens hem trobat reiteradament amb una crida a la **flexibilització i simplificació dels tràmits burocràtics** de la petita pagesia. Per exemple, hem recollit queixes en relació a les dificultats de tramitar la DUN que en molts casos requereixen d'un assessorament externalitzat. En el sector ramader, dificultats en relació a la normativa sanitària com ara les entregues de les guies de moviments. També en l'àmbit de la pesca es demana una simplificació de la normativa i de la tramitació de permisos. A l'horta es senyala que l'acceptació de les llavors ecològiques sense tractar és un procés molt lent i tediós i que seria convenient facilitar aquest tipus de tràmits. Des del sector de la fruita, s'apunten dificultats per engegar obradors d'elaboració i transformació alimentària, ja que s'exigeix la presentació d'un projecte, que sovint s'ha d'externalitzar, i que finalment pot ser acceptat o rebutjat per l'inspecció pública. En aquest sentit, es suggereix que el **personal inspector sigui un facilitador des de l'inici pel correcte desenvolupament del projecte** i que assegurí que el projecte rebrà el vist-i-plau, en comptes d'actuar com una figura sancionadora.

Sovint aquestes demandes de simplificació i flexibilització es vinculen a l'especificitat de la mida dels projectes. Així, hi ha una queixa generalitzada en relació a la uniformització de la normativa tant per projectes i finques petites com per a les grans corporacions de l'agroindústria. Destaquem les queixes entre les elaboradores en relació a les **exigències sanitàries** dels obradors petits, les normatives d'aduanes i circulació de l'alcohol als petits cellers i la normativa sanitària en el sector de la ramaderia de petita escala. En aquest sentit, es fan propostes concretes com ara que la **normativa s'escali en funció del volum de producció i la rendibilitat del projecte**.

Finalment, també es demana que **es revisi la normativa relativa al transport** per les petites empreses pageses i de distribució agroecològica. L'actual normativa és independent de la mida del projecte, cosa que obstaculitza el desenvolupament i consolidació d'aquests petits projectes i finques. Un bon exemple són les limitacions associades al transport de productes que no són propis. En el cas dels projectes petits i mitjans de cistelles és una condició imprescindible per poder completar les cistelles amb més diversitat a partir de cultius d'altres pageses. De la mateixa manera, aquestes dificultats també són presents entre les empreses de distribució. Per exemple, durant la COVID-19 algunes d'elles han apostat per l'ajuda mútua i han volgut aprofitar rutes i transports entre empreses.

Al llarg de les entrevistes s'han subratllat dues restriccions que es qualifiquen com a injustes i que no responen a les necessitats del sector. D'una banda, el fet que a les finques només es pugui vendre producte propi no s'adapta a la realitat de la pagesia. D'altra banda, les **restriccions aplicades a fires i mercats de pagès** durant la crisi sanitària ha perjudicat a la pagesia i els projectes entrevistats destaquen que aquests espais de venda a l'aire lliure són més segurs que els supermercats que van romandre oberts durant tot el confinament.

Per concloure aquest subapartat, compartim una demanda específica del sector del consum, en concret dels **grups de consum que utilitzen locals de titularitat pública**, els quals han hagut de

tancar durant el confinament tot i ser un sector de primera necessitat degut a la manca de solucions per part de les administracions públiques.

## Accions de promoció i suport a la petita pagesia local

Durant l'emergència sanitària causada per la COVID-19, a gran part dels projectes productius els limitants han estat vinculats amb l'excés de treball i la falta de mà d'obra, la limitació de la quantitat de producte o les dificultats amb el sistema de distribució. De tal manera que les demandes de promoció i suport no han estat una prioritat en l'àmbit de la pagesia. No obstant, hem recollit algunes propostes en relació a la necessitat de la **promoció del sector de la pagesia local i pesca artesanal i de petit format de proximitat**.

En primer lloc, s'insisteix en que aquestes campanyes haurien d'estar liderades per l'administració local amb l'objectiu d'arribar al consumidor local. En segon lloc, es reclama una promoció de les cooperatives i grups de consum, que tenen un major grau de corresponsabilització i compromís amb la pagesia. Finalment, des del sector de la pesca es suggereix la necessitat de posar en marxa una campanya específica per valoritzar el producte de pesca artesanal, petita i de proximitat.

Més enllà de la promoció de la petita pagesia, també destaquem reflexions vinculades a la necessitat de **suport específic a les finques i projectes productius agroecològics**. Es destaca la importància de desenvolupar la recerca i la consolidació d'empreses amb el suport de l'administració que donin respostes a aquestes necessitats específiques de la pagesia que transita cap a l'agroecologia. Existeixen una sèrie de productes i inputs del camp que la pagesia ha de cercar fora del territori. Per exemple, determinats productes com els alvèols per les caixes de fruita no es troben entre les empreses del territori i cal comprar-los a Estrasburg.

Així mateix, es reclama el suport a la petita pagesia a través de la **facilitació de crèdit** des d'entitats de l'ESS com ara [Coop57](#). Finalment, també es destaca la importància de donar **suport a la creació d'agrupacions de professionals** més enllà dels sindicats agraris majoritaris per tal d'assegurar la participació de la pagesia en les decisions del sector públic.

## Ajuts directes als sistemes d'aprovisionament respectuosos amb les persones i el medi

Al llarg de les entrevistes hem recollit nombroses demandes de suport directe a la petita pagesia, és a dir, la necessitat de bonificar directament algunes accions i tràmits com ara la quota del CCPAE, pagaments directes per serveis complementaris que realitza la ramaderia extensiva com ara la gestió forestal, inversió directa en obradors compartits, ajuts per aquelles empreses que treballen amb menjadors escolars ecològics i que durant la crisi han vist una caiguda de la seva activitat econòmica, desgravar les botigues que ofereixen productes de proximitat i ecològics, suport a inversions de la petita pagesia local a través de crèdits amb bones condicions, etc.

En aquest sentit, algunes informants destaquen que la petita pagesia necessita ajuts econòmics directes perquè «ja sabem què volem i necessitem» i, a més, «estem aportant beneficis socials i ambientals a la societat».

## Un sistema de distribució i transport sostenible

Un dels colls d'ampolla dels sistemes d'aprovisionament de proximitat és el sistema de distribució i transport dels productes agroalimentaris. Sovint aquestes dificultats estan relacionades amb la mida dels projectes. Així, la pagesia acaba movent volums petits de productes que fa que el sistema de distribució no sigui sostenible a nivell econòmic, social i ambiental.

La petita pagesia demana **ajuts directes a la distribució dels productes locals i la promoció de punts logístics que facilitin les tasques de distribució**. En moltes de les entrevistes, es proposa un model de distribució basat en una xarxa de punts de descàrrega dels productes alimentaris per tot el territori i un servei de transport d'aquests productes des d'aquests nodes a les ciutats.

Una empresa de distribució també proposa que es revisin les condicions d'ús dels transport públic com ara el tren i el bus per tal de facilitar la distribució agroalimentària al territori de forma més descentralitzada.

## La necessitat d'una compra pública compromesa amb la pagesia

La compra pública ha estat un dels temes més repetits a totes les entrevistes dels subsectors productius que hem entrevistat així com des de la distribució. Es reclama que la **compra pública tingui en compte criteris de proximitat, de justícia social i que es prioritzin els petits projectes agroecològics i locals**. A més, els preus de compra han de ser justos i assegurar la sostenibilitat de la pagesia. En aquest sentit, també s'afirma que caldria apremiar als càterings de residències i hospitals a incloure de forma obligatòria el producte ecològic i de proximitat.

Per altra banda, al grup de discussió els projectes de distribució es va reflexionar sobre els menjadors públics col·lectius. La situació dels menjadors col·lectius està molt precaritzada i els preus dels menús són insuficients si es vol treballar amb unes condicions de treball dignes i amb producte de qualitat. A Catalunya, el preu del menú escolar per exemple, inclou la feina de monitoratge cosa que confon sobre el preu real de l'àpat i deixa molt poc marge per a la compra de producte. La crisi de la COVID-19 obre una oportunitat per **repensar i millorar les condicions d'aquestes serveis de menjadors** i assegurar una alimentació saludable a la població que s'espera que les administracions públiques entomin amb efectivitat.

## 5 | Reflexions

### L'efecte de la COVID-19 en l'alimentació de proximitat

La crisi sanitària ha estat percebuda per molts projectes entrevistats com una **oportunitat per millorar, arribar a més gent i reforçar el sector. S'ha produït una gran visibilització de la pagesia i de l'importància de la tasca que realitza** i s'ha obert un espai que ha permès explicar la importància de l'alimentació i els valors i dificultats de l'ofici. Tot això ha revertit en un major apoderament d'un sector sovint menystingut.

Durant aquests mesos, han aparegut **nous agents en l'àmbit dels circuits curts de comercialització**: projectes productius -per exemple del món del vi- que exportaven han redirigit les seves vendes cap a canals locals, un important nombre de consumidores han apostat pel producte local i ecològic i s'ha mobilitzat tota una sèrie d'agents socials per donar suport a les xarxes alimentàries locals. En l'escenari post confinament, estan apareixent *start-ups*, apps i *marketplace* cercant noves línies de negoci relacionades amb l'alimentació de proximitat com a conseqüència del protagonisme que ha tingut aquesta durant aquest període. Com en tots els booms, presenciarem una davallada d'aquesta ebullició, però també es mantindrà una part. En aquest escenari, **el repte que ens trobem és enfortir aquells elements que contribueixin a avançar cap a sistemes alimentaris territorialitzats més justos i sostenibles**.

Els **preus dels aliments** han experimentat un augment generalitzat a les grans superfícies. L'IPOD<sup>9</sup> de la COAG confirma que durant els mesos de març, abril i maig s'han produït pujades del 10% en les principals verdures i del 14% a les patates, i increments de fins a un 50% en fruites com la taronja. Al contrari, productes com el xai ha anat baixant preus fins a un -5% respecte al mes anterior a la pandèmia. Aquestes xifres contrasten amb la producció i distribució agroecològica que no ha modificat el preu final dels aliments, i en molts casos ha assumit els costos empresarials extra durant la pandèmia, especialment en gestió de comandes, atenció a la clientela i transport. En uns pocs casos, es va aplicar una pujada mínima de preus com a símbol del considerable augment de jornades laborals.

El manteniment de preus és degut a la intenció de la pagesia d'ajudar a la població en una context d'emergència i facilitar la incorporació i compromís de nous consumidors/es. Però també es deu al fet que molts projectes productius que comercialitzen en CCC treballen amb preu fixe. D'aquesta manera es pretén defugir les dinàmiques especulatives de la gran distribució per garantir la viabilitat i l'estabilitat dels ingressos dels projectes productius i facilitar l'accés de les consumidores als productes alimentaris locals de forma estable i sense altibaixos en moments de més vulnerabilitat.

9 Índice de Precios en Origen y Destino de los alimentos de la organización agraria COAG. Disponible en <http://coag.coag.org/post/ipod-indice-de-precios-en-origen-y-destino-de-los-alimentos-122677>

En el camp de la comercialització, **un dels canals que ha crescut més durant el confinament és el porta a porta** a tota Catalunya, inclosa l'àrea metropolitana de Barcelona, com nucli de població més gran. Aquest «nou» canal de comercialització de l'alimentació presenta nombrosos riscos<sup>10</sup>, com la petjada ambiental d'un transport desarticulat i individualitzat i la generació de residus pel sobreempaquetat, a més de la pèrdua de vincles entre producció i consum. **El que es presenta com repte tecnològic és en realitat un repte logístic històric que cal abordar des del sector.**

La **venda online i l'ús d'eines digitals** també han experimentat un gran creixement els mesos de confinament, i en molts casos han servit com a eines de supervivència als projectes productius. Altres, en canvi, han preferit quedar-se al marge per falta de temps o per no tenir excedents.

Molts projectes han tendit a simplificar l'ús d'aquestes eines i prioritzar mecanismes senzills i privats com formularis de Google o llistes de productes per Whatsapp. El programari lliure ha estat poc present durant la pandèmia amb excepcions notòries com [Katuma](#) i, no obstant, són el model tecnològic garant de transparència, adaptació a les necessitats reals, estratègies cooperatives i sense lucre. Aquesta situació pot estar relacionada amb la baixa sensibilitat del sector agroecològic respecte les llicències lliures (Hierro i Vidal, 2019).

Durant el confinament també han nascut nous projectes amb l'objectiu de facilitar la distribució dels productes agroalimentaris a través dels circuits curts de comercialització (CCC). Alguns d'ells ja portaven temps en procés d'articulació i la crisi provocada per la pandèmia ha estat una empenta que ha precipitat la seva posada en marxa, com és el cas de [l'Enllaç de l'Ebre](#) o [Mengem Garrigues](#); i d'altres han sorgit per donar resposta a l'emergència i assegurar la sortida de les produccions i l'accés de la població a productes locals i de qualitat com la [Xarxa Agroalimentària de la Cerdanya](#), [del Parc al Plat](#) o [Formatgers en confinament](#). La gran majoria d'aquestes iniciatives s'han desenvolupat fora de l'àrea metropolitana de Barcelona.

Un cas destacable ha estat el projecte de [Productors catalans](#) que ha nascut en plena situació d'emergència i ha aconseguit distribuir grans quantitats de productes per tot el territori català organitzant tant la difusió per xarxes socials com la sistematització de les comandes i la logística de distribució.

També durant el confinament s'ha creat aparadors, o plataformes web per visibilitzar la pagesia en el moment d'emergència, però sense logística formal associada com és el cas d'[Abastiment Agroecològic](#) impulsat per Arran de terra SCCL i Pam a Pam, [Pagesia a casa](#) de Unió de Pagesos, [Producte coop](#) de la FCAC, [Aliments De Prop](#) de PRODECA i d'altres. Es pot consultar un recull de les diferents iniciatives posades a l'abast de la població per consumir productes locals i saludables durant la COVID-19 a l'Annex 2 d'aquest informe.

---

10 Més detalls sobre aquest nou repte de la distribució alimentària a «¿La compra online de alimentos es sostenible?», 18/05/2020, de Javier Guzmán, director de Justicia Alimentària, a La Marea. <https://www.lamarea.com/2020/05/18/la-compra-online-de-alimentos-es-sostenible/>

Després del confinament estan sorgint innumerables propostes, la majoria sense gaire coneixement de les complexitats del sector agroalimentari, en la línia de creació de *marketplace* (espais de venda per internet) o aparadors però sense abordar la logística que és l'element clau per a que aquestes plataformes resultin d'utilitat pel sector de la producció un cop passada l'emergència COVID-19.

## Cap a un canvi d'escala de l'agroecologia

La COVID-19, com en molts altres sectors i àmbits de la vida, no ha portat massa novetats, però sí una intensificació o precipitació de processos que ja existien. En alguns projectes, s'ha produït una acceleració de la seva escalada, augmentant considerablement el nombre de persones sòcies, la plantilla, el volum de facturació o de vendes, etc.

Els CCC ja estaven en un procés de canvi d'escala i, amb la COVID-19, lluny d'aturar-se, s'ha vist la necessitat més que mai de dur-la a terme. Per fer-ho, cal analitzar els limitants que impedeixen o endarrereixen aquest salt i els **punts palanca de l'escalabilitat**.

Alguns elements que s'han detectat en aquesta diagnosi poden ser determinants. Per posar alguns exemples, els projectes artesanals o d'estructura reduïda es troben amb un límit clau: l'augment de volum de vendes va directament associat amb un augment de despeses, sobretot de mà d'obra. En el cas de la fruita i els cereals, el major limitant ha estat la quantitat de producte disponible, i el fet de tenir un compromís previ amb la clientela habitual (que és també un element de resiliència). Pel consum, els espais reduïts dels locals i la dependència del voluntariat són una peça clau per no poder augmentar volums o nombre de sòcies i usuàries.

Davant d'aquests limitants, es plantegen una sèrie d'elements que poden afavorir la professionalització del sector, i que reafirmen algunes claus detectades a l'estudi «El canvi d'escala: un revulsiu per la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic» (Martin, Homs i Flores-Pons, 2017), com són l'articulació entre projectes productius i amb diferents sectors de l'àmbit agroalimentari, el suport explícit de l'administració pública o l'enfortiment de nodes de distribució.

En alguns territoris, aquests nodes de distribució ja existeixen<sup>11</sup> o estan en procés de creació i s'estan articulats des del sector per donar resposta a les necessitats. Cal destinar-hi recursos per dotar-les d'infraestructures i contribuir a la seva consolidació. Aquests nodes poden constituir l'esquelet per millorar la distribució de la producció de la petita i mitjana pagesia.

En el cas del consum, destaca la generació d'estructures assalariades i la diversitat d'implicació per facilitar l'escalabilitat de grups i cooperatives de consum. Els supermercats cooperatius, com a models incipients que estan sorgint a diferents punts de Catalunya amb la voluntat d'arribar a un ventall de població més ampli, han fet durant el confinament primeres proves de comandes conjuntes o generat punts de recollida per facilitar l'abastiment de proximitat.

---

11 Veure «Millorar la distribució» de l'apartat 3. Reptes futurs del sector.



D'una altra banda, el **potencial comunicatiu** d'aquest període és sense dubte important per arribar a un públic més ampli: l'atenció dels mitjans de comunicació i de la població ha permès posar en relleu el rol vertebrador de la pagesia, la capacitat dels circuits curts per donar resposta, i l'alimentació com un acte polític i transformador. És clau seguir treballant per explicar aquest relat i promoure el canvi de percepcions d'oficis sovint menystinguts.

És el cas de la pagesia, i també de les **entitats de distribució ètica**, que arrossegueu el pes de la imatge generada pels intermediaris especuladors i agroindustrials, malgrat oferir un servei demanat, útil i palanca per la professionalització del sector. L'horta ha estat històricament la responsable en nombroses ocasions de la distribució en venda directa a través de les cistelles dels seus productes i d'altres aliments de proximitat. L'especialització o externalització d'aquesta tasca clau i complexa en entitats o serveis dins de les lògiques de l'ESS permet acomplir noves fites i enfortir el sector.

En línies generals, la sostenibilitat dels projectes passa per promoure que l'augment de volums de facturació que s'ha donat aquests mesos vagin associades a la generació d'estructures més sòlides, per tal de què repercuteixin en una **millora de les condicions de vida i treball** (especialment de la pagesia) i en l'accés a una alimentació de qualitat a tota la població.

## La implicació de les administracions públiques

Les administracions públiques tenen un paper decisiu en la construcció de societats més justes i sostenibles, i en la seva mà està convertir a polítiques públiques els drets essencials de les persones. El treball conjunt entre administracions i societat civil pot permeabilitzar en canvis substancials i duradors, i trencar amb dinàmiques productivistes que posen per davant dels drets socials i ambientals el rèdit monetari. En un context d'emergència sanitària, és necessari treballar per **garantir una de les activitats que s'ha demostrat essencial: l'abastiment alimentari**.

Amb la declaració de l'estat d'alarma i les mesures adoptades s'ha afavorit un cop més el model agroindustrial globalitzat de producció i distribució d'aliments, que paradoxalment ha contribuït a la crisi multidimensional que vivim, i més concretament a l'aparició d'epidèmies com la del COVID-19, relacionades amb la destrucció d'ecosistemes i l'expansió de la ramaderia industrial.

Per contra, els canals de venda directa com per exemple els mercats no sedentaris a l'aire lliure, que permeten unes millors condicions de prevenció del contagi, l'accés a una alimentació més local i fresca i una millor remuneració de la pagesia, es van tancar i han romangut tancats en molts municipis i ciutats al llarg de tot el confinament.

Per promoure possibilitats de canvi reals i treballar des d'una perspectiva de dret a l'alimentació, és necessària la complicitat de les administracions públiques amb les xarxes alimentàries del territori, que treballen per un model alimentari responsable amb les persones i el medi..

Durant els mesos de confinament, el sector ha hagut de fer front a tres tasques: la denúncia de mesures urbanocentristes, la generació de propostes pràctiques a l'administració (és el cas de la campanya #SOSCampesinado<sup>12</sup>, entre altres) i el manteniment de l'activitat en un context molt complicat.

El desequilibri rural-urbà en la presa de decisions i en els centres de poder s'ha fet també palpable en les mesures establertes per la declaració de l'estat d'alarma, limitant en alguns casos l'abastiment de proximitat, tal i com dèiem amb el tancament de mercats però també en les dificultats d'accés a finques, a locals dels grups i cooperatives de consum, als horts d'autoconsum, etc. Cal reconstruir relacions urbano-rural a nivell cultural –a través d'un relat d'aliances i de presa de consciència de la sostenibilitat de la vida rural– i pràctic –mitjançant la dotació d'infraestructures i recursos per l'autonomia respecte de les ciutats.

Fa uns anys que una sèrie d'administracions locals i comarcals s'han arromangat per posar en marxa polítiques públiques agroecològiques, moltes d'elles reunides sota el paraigua de la [Red de ciudades por la Agroecología](#), **implementant mesures valentes però amb un marge de maniobra limitat per falta de competències i recursos propis**. En aquest sentit, són nombrosos els ajuntaments, consells comarcals o diputacions que han implementat accions durant la COVID-19 per donar suport a les xarxes alimentàries locals, alguns d'ells de forma immediata i coordinada amb el sector, però en molts altres casos de forma superficial i poc útil. A més de la visibilitat a través de mapes, directoris i campanyes comunicatives, s'ha necessitat amb urgència suport directe en recursos i infraestructures, que no han arribat o ho han fet massa tard, quan el sector ja s'havia organitzat.

Aquesta reacció posa de manifest que moltes administracions públiques encara no s'han adonat de la importància de la pagesia i la necessitat de mantenir una comunicació constant amb el sector primari. Fins al punt que en l'àmbit rural, sovint no han sabut donar resposta als problemes d'abastiment local per desconeixement del sector fins i tot en municipis on la major part del PIB prové del sector.

Algunes mesures que s'haguessin pogut implementar<sup>13</sup>, completant la tasca de visibilització, són la cessió de locals com a punts de recollida, càmeres frigorífiques o cuines, remuneració del cost del transport de venda a domicili (que ha fet de servei públic durant la COVID-19) o, més transformador encara, l'impuls de compra pública a la producció local.

La compra pública s'ha mostrat a molts territoris com una eina de dinamització de l'alimentació saludable i de proximitat, que pot servir de revulsiu pel salt d'escala de la producció local. Donar accés a menjadors socials, escoles bressol, hospitals o fires a producte local i ecològic, a preus justos, és un valor clau per garantir l'accés de tota la població a aliments locals, inocus i

12 Revista Soberanía Alimentaria, «Movilización sin precedentes a favor de la alimentación de proximidad» (08/04/20). Disponible a: <https://www.soberaniaalimentaria.info/otros-documentos/luchas/728-movilizacion-sin-precedentes-a-favor-de-la-alimentacion-de-proximidad>

13 Arran de terra, Pam a Pam i el Pa Sencer, «Bones pràctiques de suport a la pagesia del territori des de les administracions públiques» (abril 2020). Disponible a: [https://arrandeterra.org/wp-content/uploads/2020/04/Bones-pr%C3%A0ctiques-AAPP\\_CAT-1.pdf](https://arrandeterra.org/wp-content/uploads/2020/04/Bones-pr%C3%A0ctiques-AAPP_CAT-1.pdf)

saludables alhora que es dona suport a la petita i mitjana pagesia local i s'activa l'economia en els territoris rurals.

Des del sector públic qui realment sosté les competències en temes agraris i alimentaris són les comunitats autònomes que, malgrat això, han **adoptat mesures reactives, i no positives** durant la COVID-19 per donar suport a les xarxes alimentàries locals<sup>14</sup> amb algunes excepcions. L'escenari ha estat complex i inesperat, i els interessos sovint arbitràriament oposats, però per avançar cap a la Sobirania Alimentària, es necessita una aposta clara pels CCC, la Transició Agroecològica i la participació vinculant de la diversitat de pagesia del territori.

La complexitat normativa i burocràtica en la producció d'aliments va quedar ben exemplificada amb el diagrama que Ramaderes de Catalunya va elaborar fa un parell d'anys<sup>15</sup>. L'excés de burocràcia dificulta en molts casos el desenvolupament de l'activitat, havent d'invertir temps i diners en complir les exigències d'una administració aliena al sector. S'ha demostrat que **és possible agilitzar tràmits**, i que no era necessari per garantir la traçabilitat tanta burocràcia que ofega a molts projectes ramaders i pesquers. **Les normatives que regulen els petits i mitjans projectes productius i d'elaboració han d'estar adaptades a la seva mida i volums**, i diferenciar-se de les exigides a grans empreses agroalimentàries (Binimelis, Escuriol i Rivera-Ferre, 2012). Una normativa proporcional i equitativa pot afavorir i facilitar la incorporació de persones al sector i la viabilitat dels projectes.

## La resiliència dels sistemes alimentaris agroecològics

Aquests mesos de confinament, els CCC, i especialment la petita i mitjana pagesia, ha garantit l'abastiment alimentari d'una part important de la població de forma estable malgrat l'impacte inesperat de la crisi sanitària i l'increment considerable de la demanda. S'han distribuït volums significatius d'aliments amb infraestructures limitades però consolidades.

La **diversitat de canals de comercialització** de molts projectes els ha permès remuntar i adaptar-se en poques setmanes a les noves dinàmiques, substituint ràpidament els canals tancats. Ans al contrari, els projectes que depenien d'un o pocs canals han tingut més dificultats per sortir-se'n i han hagut de buscar ràpidament noves vies per comercialitzar el producte, recolzar-se en les xarxes properes i en els mecanismes de solidaritat que han anat apareixent aquestes setmanes.

Les **xarxes formals i informals** han estat un mecanisme imprescindible durant l'estat d'alarma, tant aquelles que ja existien abans de la crisi sanitària, que s'han enfortit i consolidat, com aquelles que han aparegut durant aquests mesos, i que obren nous escenaris de col·laboració. El compromís, la solidaritat i el suport mutu han estat paraules recurrents al llarg d'aquest informe, i també dels mesos de pandèmia.

14 Una de les tesi sobre el panorama agroalimentari després de la COVID-19 (Espluga, J., La Conca 51, 22/06/20) és que les administracions públiques segueixen dividides. Disponible a: <https://www.laconca51.cat/cinc-tesis-panorama-agroalimentari-despres-covid19/>

15 Ramaderes de Catalunya, «El monstre de la burocràcia» (primavera 2019). Agroicultura, n° 75. Disponible a: [https://www.agroicultura.org/wp-content/uploads/2019/05/opinio\\_75.pdf](https://www.agroicultura.org/wp-content/uploads/2019/05/opinio_75.pdf)

També és indicatiu que una mostra ampla dels projectes entrevistats han col·laborat, fet donacions o articulats d'una manera o altra iniciatives per a l'abastiment alimentari de col·lectius vulnerabilitzats, o de consumidores habituals que es trobaven en una situació complicada. Diferents projectes participants en aquest estudi han donat suport a persones en risc, com gent gran o famílies beneficiàries de beques menjador. Moltes d'elles insisteixen en la necessitat de buscar eines des del sector per arribar a aquest segment de població després del confinament.

D'altra banda, el sistema agroindustrial globalitzat d'aprovisionament d'aliments ha posat de relleu la seva fragilitat davant contingències d'abast global com la COVID-19. La dependència d'una gran quantitat de persones temporeres en condicions molt precàries i estacionals (especialment notòries aquesta temporada), la dependència de les importacions -que s'han vist limitades per les decisions d'alguns països de tallar les exportacions- per alimentar les poblacions locals i la manca de pagesia en els territoris del Nord global, són alguns dels elements que han posat de relleu la vulnerabilitat d'aquest sistema. Modestament, **els sistemes alimentaris territorialitzats i les xarxes d'aprovisionament agroecològic presenten una major estabilitat de llocs de treball, un menor consum de recursos fòssils i una gran capacitat per articular xarxes complexes.** Ara bé, a dia d'avui, el context hegemònic agroindustrial imposa unes regles de joc basades en la competència i maximització de beneficis en l'àmbit privat, que dificulten el desenvolupament i consolidació dels circuits agroecològics.

**L'actual resiliència dels CCC se sosté sobre aquestes fortaleses, però també sobre el sobreesforç dels i les professionals del sector.** Durant aquestes setmanes s'ha produït una gran adaptació de la producció i la distribució agroecològica a les necessitats del consum, assumint amb el petit comerç, una responsabilitat rellevant en la tasca de cures a la població. La intensitat del treball que s'ha assolit durant el confinament és, no obstant, insostenible en el temps. S'ha produït una adaptació a costa del sacrifici personal de les persones que hi ha darrere dels projectes productius i de distribució, amb repercussions sobre la conciliació de vida personal i familiar i la salut personal<sup>16</sup>. En molts casos les hores invertides no es traduiran en augments salarials o en compensació d'hores en el futur.

En aquesta disjuntiva, el consum juga un rol clau. Per una banda, el repte del consum conscient i responsable és prendre consciència d'aquesta situació de desequilibri i fer un exercici de corresponsabilitat amb la pagesia local. Per altra, cal trobar mecanismes per **facilitar l'accés i alhora consolidar el compromís del segment de població més ampli que fa un consum particular i no mobilitzat**, i que es mou per altres motius, com la salut o el sabor i que s'ha apropiat al consum local durant el confinament. Garantir el dret a una alimentació local, sana i sostenible de tota la població i facilitar l'accés als canals i xarxes de la petita i mitjana producció i la distribució agroecològica són alguns dels dels reptes que es presenten amb més intensitat en un escenari post-coronavirus.

---

<sup>16</sup> Per a una anàlisi més profunda sobre la resiliència dels projectes d'ESS, veure apartat 4 a Homs, P (2019). "(Des)encuentros entre las instituciones y la economía social y solidaria en Cataluña", a Revista de Antropología Social 28(2), 227-246. Disponible a: <https://revistas.ucm.es/index.php/RASO/article/view/65613/4564456552228>

## 6 | Llistat de referències

Badal, Marc, Binimelis, Rosa, Gamboa, Gonzalo, Heras, María i Tendero, Guillem. 2011. *Arran de terra: indicadors participatius de sobirania alimentària a Catalunya*. Informe. Associació Entrepobles y Institut d'Economia Ecològica i Ecologia Política.

Binimelis, Rosa, Escurriol, Verónica, Rivera-Ferre, Marta G. 2012. *Soberanía Alimentaria, Transformación Artesanal y Género*. Mundubat, Bilbao.

Di Masso, Marina. 2012. *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante*. Tesis de doctorado. Departamento de Sociología, UAB.

FAO 2019. The State of the World's Biodiversity for Food and Agriculture, J. Bélanger & D. Pilling (eds.). FAO Commission on Genetic Resources for Food and Agriculture Assessments. Rome. 572 pp. (<http://www.fao.org/3/CA3129EN/CA3129EN.pdf>).

Hierro, Alba i Vidal, Daniel. 2019. *Sembrem Transformació. Un apropament des de l'economia solidària a l'actualitat del moviment agroecològic a Catalunya*. Pam a Pam.

IPCC 2019. "Canvi climàtic i sòls: un informe especial de l'IPCC sobre canvi climàtic, desertificació, degradació, maneig sostenible del sòl, seguretat alimentària i flux de gasos d'efecte hivernacle en ecosistemes terrestres". *Informe del Panell Intergovernamental d'Experts del Canvi Climàtic de les Nacions Unides*.

Martín, Adrià, Homs, Patricia i Flores-Pons, Gemma. 2017. *El canvi d'escala: un revulsiu per a la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?*. L'Aresta Cooperativa Agroecològica

Montagut, Xavier i Vivas, Esther. 2009. *Del campo al plato. Los circuitos de producción y distribución de alimentos*. Barcelona: Icaria.

Pomar, Ariadna, Durant, Nicola, Gamboa, Gonzalo, Binimelis, Rosa i Tendero, Guillem. 2018. *Arran de terra II Indicadors de Sobirania Alimentària a Catalunya*. Associació Entrepobles i Arran de terra.

Sevilla Guzmán, Eduardo. 2006. *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona: Icaria.

Vivas, Esther i Montagut, Xavier. 2007. *Supermercados, no gracias*. Barcelona: Icaria.

Wallace, R (2016). *Big Farms Make Big Flu: Big Farms Make Big Flu: Dispatches on Influenza, Agribusiness, and the Nature of Science*. NYU Press.

## Annex 1 | Fitxes dels projectes entrevistats

### Producció

<b>Nom del projecte</b>	La Kosturica
<b>Sector</b>	Horta
<b>Localització</b>	Vallès Oriental
<b>Canals de venda</b>	Grups de consum, venda a finca, menjadors escolars i restauració
<b>On comercialitza</b>	Vallès Oriental, Barcelonès
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica <sup>17</sup>
<b>Volum de producció</b>	7 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.lakosturica.cat">www.lakosturica.cat</a>

<b>Nom del projecte</b>	I un Rave
<b>Sector</b>	Horta
<b>Localització</b>	Camp de Tarragona
<b>Canals de venda</b>	Hortec, restaurants, mercat, grups de consum, domicilis i venda a finca
<b>On comercialitza</b>	Camp de Tarragona
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	16 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.iunrave.com">http://www.iunrave.com</a>

<b>Nom del projecte</b>	Ecomaresme
<b>Sector</b>	Horta
<b>Localització</b>	Maresme, Vallès i Barcelonès Nord
<b>Canals de venda</b>	Grups de consum, domicilis, restaurants
<b>On comercialitza</b>	Maresme, Vallès i Barcelonès
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	Cooperativa agrària de 12 projectes productius amb unes 20 furgonetes.
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://ecomaresme.cat/">http://ecomaresme.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Can Bofill
<b>Sector</b>	Horta
<b>Localització</b>	Vallès Occidental

<sup>17</sup> En aquest Annex, qualifiquem com "agroecològics" aquells projectes que s'autodefineixen com a tals.

Xarxes alimentàries locals en temps de COVID-19

<b>Canals de venda</b>	Grups de consum PACA (Acord per a la Producció i el Consum Agroecològic)
<b>On comercialitza</b>	Vallès Occidental
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	7 hectàrees de bosc, horta i cereal
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://canbofill.coop">http://canbofill.coop</a>

<b>Nom del projecte</b>	L'Ortiga
<b>Sector</b>	Horta, comercialització i educació agroecològica
<b>Localització</b>	Vallès Occidental
<b>Canals de venda</b>	Particulars, grups de consum, mercat
<b>On comercialitza</b>	Vallès Occidental
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	5 hectàrees i 800 cistelles
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.lortiga.cat/">https://www.lortiga.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Rural de Collserola
<b>Sector</b>	Horta
<b>Localització</b>	Vallès Occidental
<b>Canals de venda</b>	Grups de consum, mercat, particulars
<b>On comercialitza</b>	Vallès Occidental
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	2 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://laruraldecollserola.wordpress.com/acerca-de/">https://laruraldecollserola.wordpress.com/acerca-de/</a>

Xarxes alimentàries locals en temps de COVID-19

<b>Nom del projecte</b>	Fruits del Gaià
<b>Sector</b>	Fruita seca i olivera
<b>Localització</b>	Alt Camp
<b>Canals de venda</b>	Trencadora, grups de consum, particulars en venda directa i a través de comercial
<b>On comercialitza</b>	Tarragona província
<b>Forma de producció</b>	Producció ecològica certificada
<b>Volum de producció</b>	7,5 hectàrees d'ametller i 15 hectàrees d'olivera
<b>Web o xarxes</b>	-

<b>Nom del projecte</b>	Ecocitrics Marjala
<b>Sector</b>	Cítrics
<b>Localització</b>	Terres de l'Ebre
<b>Canals de venda</b>	Venda directa a consumidor/a final, altres pagesos/es, grups de consum, petit comerç, excedents a majorista
<b>On comercialitza</b>	Catalunya, Estat espanyol, poc a Europa
<b>Forma de producció</b>	Producció ecològica certificada
<b>Volum de producció</b>	4 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://ecoagriculturamarjala.plisweb.com/">http://ecoagriculturamarjala.plisweb.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	FruitalpuntBIO
<b>Sector</b>	Fruita dolça i sucs de marca pròpia
<b>Localització</b>	Noguera
<b>Canals de venda</b>	Altres pagesos/es, grups de consum, excedents a distribuïdores
<b>On comercialitza</b>	Catalunya, Madrid, França
<b>Forma de producció</b>	Producció ecològica certificada
<b>Volum de producció</b>	12 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.fruitalpuntbio.cat/">http://www.fruitalpuntbio.cat/</a>



<b>Nom del projecte</b>	L'Aresta
<b>Sector</b>	Elaboració. Fleca
<b>Localització</b>	Santa Coloma de Queralt (Conca de Barberà)
<b>Canals de venda</b>	Botiga pròpia, grups i cooperatives de consum ecològic, botigues de productes ecològics del Camp de Tarragona i Barcelona, consumidores particulars i dos restaurants.
<b>On comercialitza</b>	Províncies de Tarragona i Barcelona
<b>Forma de producció</b>	Elaboració agroecològica i artesanal
<b>Volum de producció</b>	450 pans setmanals.
<b>Web o xarxes</b>	aresta.coop

<b>Nom del projecte</b>	Bernavi
<b>Sector</b>	Elaboració. Vitivinicultura
<b>Localització</b>	Vilalba dels Arcs (Terra Alta)
<b>Canals de venda</b>	Canal HORECA, exportació i botigues especialitzades, consumidores particulars, botiga on-line
<b>On comercialitza</b>	Catalunya, estat espanyol i exportació.
<b>Forma de producció</b>	Agricultura i elaboració ecològica
<b>Volum de producció</b>	50.000 ampolles anuals
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.bernavi.com">http://www.bernavi.com</a>

<b>Nom del projecte</b>	Casa Mateu
<b>Sector</b>	Elaboració. Formatges
<b>Localització</b>	Surp (Pallars Sobirà)
<b>Canals de venda</b>	Venda directa a consumidores particulars, botigues especialitzades i restauració, botiga on-line
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Elaboració artesanal
<b>Volum de producció</b>	100-150 quilos setmanals
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.formatgeriacasamateu.com/">http://www.formatgeriacasamateu.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Cal Pauet
<b>Sector</b>	Cereals, farines i carn de xai.
<b>Localització</b>	L'Espunyola (Berguedà)
<b>Canals de venda</b>	Restaurants, consumidores particulars, forns, grups i cooperatives de consum, botigues i carnisseries.
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Agricultura i ramaderia ecològica
<b>Volum de producció</b>	100 ha de conreu i gestió de boscos amb el ramat
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.calpauet.cat">http://www.calpauet.cat</a>

<b>Nom del projecte</b>	Cal Camat
<b>Sector</b>	Cereals, farines i llegums
<b>Localització</b>	El Vendrell (Baix Penedès)
<b>Canals de venda</b>	Botigues i petit comerç, consumidores particulars, grups i cooperatives de consum.
<b>On comercialitza</b>	Penedès i Camp de Tarragona
<b>Forma de producció</b>	Producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	12 ha
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.facebook.com/calcamatagroecologia/">https://www.facebook.com/calcamatagroecologia/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Josep Mestre
<b>Sector</b>	Cereals, farines i llegums.
<b>Localització</b>	Conca de Barberà i Anoia
<b>Canals de venda</b>	Grups i cooperatives de consum, forns, fires i mercats, venda directa a consumidors particulars
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Agricultura ecològica
<b>Volum de producció</b>	90 hectàrees
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://pepmestre.com/">http://pepmestre.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Masia Tomaso
<b>Sector</b>	Ramaderia. Carn de corder xisquet i vedella bruna
<b>Localització</b>	Àger (La Noguera)
<b>Canals de venda</b>	Venda directa a particulars, restaurant i casa rural
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Ramaderia extensiva, producció ecològica
<b>Volum de producció</b>	280 ovelles i 10 vaques
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.instagram.com/xisquetarevoltosa/">https://www.instagram.com/xisquetarevoltosa/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Gavasenca
<b>Sector</b>	Ramaderia. Cabrit de cabra alpina. Formatges de llet de cabra
<b>Localització</b>	Gavàs (Pallars Sobirà)
<b>Canals de venda</b>	Botiga pròpia, comerços locals
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Ramaderia extensiva, producció ecològica
<b>Volum de producció</b>	130 cabres. 22.000 litres de llet/any
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://formatgeriadegavas.cat/">https://formatgeriadegavas.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Segalla
<b>Sector</b>	Ramaderia. Cabrit cabra payoya. Formatges de llet cabra
<b>Localització</b>	L'Albiol (Baix Camp)
<b>Canals de venda</b>	Cooperatives de consum, botigues, venda directa a particulars i distribuïdores
<b>On comercialitza</b>	Catalunya. Preferentment província Tarragona.
<b>Forma de producció</b>	Ramaderia extensiva, producció agroecològica
<b>Volum de producció</b>	130 cabres. 22.000 litres de llet/any
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.lasegalla.cat/">http://www.lasegalla.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Cal Roio de Catllaràs
<b>Sector</b>	Ramaderia extensiva. Pollastre i vedella ecològics
<b>Localització</b>	Alt Berguedà
<b>Canals de venda</b>	Cooperatives de consum, particulars, petit comerç
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Ramaderia agroecològica
<b>Volum de producció</b>	2000 pollastres i 11 vaques
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.calroioatllaras.cat/">http://www.calroioatllaras.cat/</a>

## Xarxes alimentàries locals en temps de COVID-19

<b>Nom del projecte</b>	Formatgeria de Brugent
<b>Sector</b>	Ramaderia. Formatge de cabra
<b>Localització</b>	Baix Camp
<b>Canals de venda</b>	Particulars, petit comerç i botiga pròpia
<b>On comercialitza</b>	Catalunya
<b>Forma de producció</b>	Ramaderia extensiva
<b>Volum de producció</b>	200 cabres. 19.000 litres/any
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://granjaserra.blogspot.com/">http://granjaserra.blogspot.com/</a>

Xarxes alimentàries locals en temps de COVID-19

<b>Nom del projecte</b>	Jaume Carnicer Mas
<b>Sector</b>	Pesca – Confraria Vilanova la Geltrú
<b>Localització</b>	Garraf
<b>Canals de venda</b>	Gestionada per la confraria a través de llotja
<b>On comercialitza</b>	Principalment a hostaleria i algunes comerços, mercat
<b>Forma de producció</b>	Arrossegament familiar
<b>Volum de producció</b>	1 embarcació d'arrossegament de gamba blanca i rap
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.llotjavilanova.com/">https://www.llotjavilanova.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Eduard Escolar Bonet
<b>Sector</b>	Pesca – Confraria Vilanova la Geltrú
<b>Localització</b>	Garraf
<b>Canals de venda</b>	Gestionada per la confraria a través de llotja
<b>On comercialitza</b>	Principalment a hostaleria, alguns comerços i mercat
<b>Forma de producció</b>	Pesca artesanal
<b>Volum de producció</b>	1 embarcació d'art menor de pop roca, 2 persones
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.llotjavilanova.com/">https://www.llotjavilanova.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Platjeta
<b>Sector</b>	Pesca – Confraria de Barcelona
<b>Localització</b>	Barcelonés
<b>Canals de venda</b>	Venda directa
<b>On comercialitza</b>	Grups de consum, a domicili, restaurants i hostaleria
<b>Forma de producció</b>	Pesca tradicional petit format d'arrosegament
<b>Volum de producció</b>	2 embarcacions d'arrosegament de peix blau (sorell i moll)
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://laplatjeta.net/ca/">https://laplatjeta.net/ca/</a>

## Distribució

<b>Nom del projecte</b>	Ecocentral
<b>Localització</b>	Baix Llobregat
<b>Canals de venda</b>	Menjadors escolars, domicilis, botigues associatives, pagesos/es
<b>Àrea de repartiment</b>	Catalunya
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://www.ecocentral.cat/">https://www.ecocentral.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Hortec
<b>Localització</b>	Barcelonès
<b>Canals de venda</b>	Botigues, pagesos/es, majoristes, grups de consum, HORECA, altres
<b>Àrea de repartiment</b>	Catalunya, Balears, Madrid i Andalusia
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://hortec.org/">http://hortec.org/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Quèviure
<b>Localització</b>	Barcelonès
<b>Canals de venda</b>	Cooperatives de consum i altres, bars i restaurants, botigues
<b>Àrea de repartiment</b>	Catalunya
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.queviure.cat/">http://www.queviure.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Frescoop
<b>Localització</b>	Bages
<b>Canals de venda</b>	Collectivitats, particulars a través de botiga, web i whatsapp
<b>Àrea de repartiment</b>	Bages (particulars), Barcelona (collectius)
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://frescoop.coop/">http://frescoop.coop/</a>

<b>Nom del projecte</b>	L'Enllaç de l'Ebre
<b>Localització</b>	Terres de l'Ebre
<b>Canals de venda</b>	Restaurants, menjadors escolars, grups de consum, cooperatives ecològiques
<b>Àrea de repartiment</b>	Catalunya, França i Dinamarca
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://somebre.org/">http://somebre.org/</a>

## Consum

<b>Nom del projecte</b>	El Rial
<b>Comarca</b>	Maresme
<b>Unitats familiars</b>	17
<b>Antiguitat</b>	2008
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.elrial.org/">http://www.elrial.org/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Naps i Cols
<b>Comarca</b>	Maresme
<b>Unitats familiars</b>	11
<b>Antiguitat</b>	2014
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://www.napsicols.org/">http://www.napsicols.org/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Fresca
<b>Comarca</b>	Barcelonès
<b>Unitats familiars</b>	46
<b>Antiguitat</b>	2010
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://cooperativafresca.blogspot.com/">http://cooperativafresca.blogspot.com/</a>

<b>Nom del projecte</b>	La Seca
<b>Comarca</b>	Barcelonès
<b>Unitats familiars</b>	42
<b>Antiguitat</b>	2008
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://labase.info/projectes/cooperativa-de-consum/">http://labase.info/projectes/cooperativa-de-consum/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Cydonia
<b>Comarca</b>	Barcelonès
<b>Unitats familiars</b>	46
<b>Antiguitat</b>	1996
<b>Web o xarxes</b>	<a href="http://cydoniabloc.blogspot.com/">http://cydoniabloc.blogspot.com/</a>

## Xarxes alimentàries locals en temps de COVID-19

<b>Nom del projecte</b>	La Bajoca
<b>Comarca</b>	Camp de Tarragona
<b>Unitats familiars</b>	90
<b>Antiguitat</b>	2013
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://labajoca.cat/">https://labajoca.cat/</a>

<b>Nom del projecte</b>	Molsa
<b>Comarca</b>	Catalunya
<b>Unitats familiars</b>	Cooperativa de segon grau amb 18 botigues sòcies
<b>Antiguitat</b>	2017
<b>Web o xarxes</b>	<a href="https://molsa.bio/">https://molsa.bio/</a>



## Annex 2 | Iniciatives de visibilització i venda durant la COVID-19

En aquest annex recollim les iniciatives de suport a la venda en Circuits Curts de Comercialització sorgides a partir del confinament o reforçades durant aquest període. Aquest recull s'ha creat i nodrit en el marc del projecte [Abastiment Agroecològic](#), impulsat per Arran de terra i Pam a Pam, i es pot trobar a la [web](#) d'aquesta última.

### Tot el territori

- **Mercats agroecològics o de pagès:** Continuen sent alternatives al model alimentari dominant, tot i que en alguns municipis s'han cancelat per l'alerta davant el coronavirus.
- **[Productors Catalans](#):** Iniciativa solidària voluntària que permet fer comanda directament als projectes productors.
- **[Katuma](#):** Aquesta plataforma ha creat botigues online per a diversos projectes productors. Un projecte de l'economia solidària per transformar els models de consum actuals.
- **[Compres conjuntes de Fem País](#):** Compres conjuntes directes a les iniciatives productores de lots que inclouen productes, tastos virtuals i visites presencials.
- **[Formatges en confinament](#):** Carns de qualitat procedents de petites explotacions ramaderes, formatges i productes làctics artesans elaborats exclusivament amb llet procedent de ramats catalans.
- **[Mas obert](#):** Productes de proximitat de més de 40 productors repartits per tot el territori català sense intermediaris.
- **[Comprema a casa](#):** Web es poden comprar productes de proximitat a productors, productores i petits comerços de la Garrotxa, el Maresme, l'Empordà, Osona, el Priorat, el Solsonès i el Penedès.

### Comarques de Girona

- **[Parc agroecològic de l'Empordà](#):** Permet la compra de cistelles amb repartiment a domicili o recollida a la finca d'Albons.
- **[Productes del Ripollès](#):** Iniciativa de l'associació de productors i elaboradors professionals de la comarca. Es poden recollir les comandes dos dies a la setmana a Ripoll.
- **[Xarxa agroalimentària de la Cerdanya](#):** Nou canal de venda directa de productes provinents de la ramaderia, l'agricultura i la petita artesania de la Cerdanya. Es pot recollir la comanda a Puigcerdà i Bellver de Cerdanya.

### Comarques de Barcelona

- **[Mengem Bages](#):** Botiga online. Promocionem el consum de productes frescos de proximitat, sostenibles i ecològics. Abans de comprar es pot comprovar per codi postal si hi arriben els lliuraments.

- **Mengem Osona**: Associació de sis projectes agroecològics de la comarca que venen els seus productes a una botiga física a Vic.
- **Lluçanès a taula**: Botiga online d'una associació que agrupa empreses de producció i laboració agroalimentària de la comarca.
- **Mercat virtual del Montseny**: Mercat on-line del Parc Natural del Montseny pel suport a la comercialització en circuit curt de la producció pròpia del parc.

### Comarques de Ponent

- **Mengem Garrigues**: Xarxa de productores de Les Garrigues amb valors compartits. Ofereixen diversitat de productes de proximitat que lliuren quinzenalment a domicili i a Les Garrigues, el Pla d'Urgell i el Segrià.
- **Del Parc al Plat (Alt Pirineu)**: Cistelles de confinament i venda directa de carn del Parc de projectes productors agroalimentaris del Parc Natural de l'Alt Pirineu i el Pallars Sobirà.
- **Menja't Alt Urgell**: Llistat de productes de 25 associats als qual es pot fer una comanda conjunta per telèfon. Fan arribar els productes en un sol enviament a domicili.

### Comarques de Tarragona

- **Fet a la Conca (Conca de Barberà)**: Botiga online on es poden comprar els productes de la cooperativa que agrupa 16 productores i elaboradores de la comarca.

## Directoris o mapes per contactar directament amb projectes productius

### Tot el territori

- **Abastiment Agroecològic**: Més de 200 projectes productors i petites distribuïdores del sector agroecològic de Catalunya. Conté un mapa on s'especifica quines tenen més urgència per donar sortida als seus productes. A més, és una xarxa de suport mutu entre productores per facilitar la distribució.
- **Pagesia a casa**: Base de dades de l'àmbit català on cercar per comarca i producte el contacte de persones productores.
- **Ramaderes de Catalunya**: Mapa interactiu de les ramaderes que fan venda directa de carn, productes làctics i altres. Podeu contactar-hi directament.
- **Productecoop**: Directori amb totes les cooperatives sòcies de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya que fan repartiment a domicili aquests dies i l'àrea on reparteixen.
- **Aliments de Prop**: Llistat d'iniciatives col·lectives i individuals identificades per àmbit territorial i per categoria de producte per augmentar-ne la visibilitat i facilitar la comercialització.

- **Tasta Territori de Masies**: Aliments i productes amb repartiment a domicili i punts de venda de la Xarxa Territori de masies en període de confinament.
- **Mercat Setmanal**: Directori de paradistes i productors de Catalunya que ofereixen productes de km 0 a domicili. Inclou un recull dels mercats ambulants.

## Comarques de Girona

- **Kmo Alt Empordà**: Llista de comerços i petits productors de la comarca amb servei *take away*, a domicili o botiga online.
- **Món Empordà**: Associació per protegir el producte local i ecològic on es pot consultar un llistat amb productors de la zona.
- **Gavarres KMO**: Llistat de productors que es troben a l'espai natural de Les Gavarres.
- **Osona Terra**: Relació dels projectes pagesos, artesans i oficis de boca d'aquesta associació comarcal.

## Comarques de Barcelona

- **Parc Agrari del Baix Llobregat**: Relació i contactes de productors del parc agrari que lliuren comandes a domicili.
- **Xarxa Productes de la Terra del Maresme**: Mapa per localitzar pagesia i projectes d'elaboració alimentària a qui es pot fer comanda directa
- **Xarxa Productes de la Terra de l'Alt Berguedà**: Llistat d'iniciatives de producció alimentària que realitzen servei a domicili a la zona
- **Agroproductors d'Osona i Lluçanès**: Relació de contactes i productes per fer comanda, tant a domicili com en punts de recollida.
- **Xarxa Productes de la Terra del Vallès Oriental**: Mapa amb la informació de les iniciatives i les condicions per a fer la comanda i el lliurament
- **Empreses agroalimentàries de Alt Penedès**: Llista d'empreses del cens "Productes de la terra" que serveixen comandes a domicili a la comarca.
- **El Rebot del Bages**: Fa una campanya per donar a conèixer els productors del territori que reben comandes de manera telemàtica i les reparteixen a domicili.
- **Cardedeu Agroecològic**: Han habilitat un espai web que enllaça directament amb les botigues online o contactes directes de projectes agroecològics del territori.
- **Parc Agrari de la Conca d'Òdena**: Des del col·lectiu Eixarcolant s'està construint aquest projecte.
- **Producte d'Aquí (Solsonès i Cardona)**: Un directori amb totes les productores i elaboradores agroalimentàries que serveixen aliments a domicili o fan enviaments.
- **Osona Terra**: Relació dels projectes pagesos, artesans i oficis de boca d'aquesta associació comarcal.

## Comarques de Ponent

- **T'ho portem a casa**: Relació de projectes productius de la província de Lleida amb detalls sobre els productes i el repartiment a domicili.
- **Llista de productors locals de Segrià**: Relació de productors que distribueixen a domicili al territori.
- **Jo actuo Sobirà (Pallars Sobirà)**: Directori de comerços i productores que fan venda directa a domicili a la comarca, a banda d'altres serveis relacionats amb l'emergència.
- **Al teu gust, aliments del Pallars (Pallars Jussà)**: Inclou un catàleg de productes, una guia per fer comandes a productores o serveis i lots de productes de primavera.
- **Compra Vall del Corb**: Guia per facilitar els contactes de diverses productores de la zona
- **Producte d'Aquí (Solsonès i Cardona)**: Un directori amb totes les productores i elaboradores agroalimentàries que serveixen aliments a domicili o fan enviaments.

## Comarques de Tarragona

- **De la terra a la taula (Alt Camp)**: Directori de projectes productius agroalimentaris de la comarca.