

**JORNADA TÈCNICA: PRODUCTES DE PROXIMITAT I ECOLÒGICS
COM A ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT RURAL
Castell de Montesquiu, 8 de novembre de 2012**

Circuits de comercialització de proximitat dels productes del Parc Agrari del Baix Llobregat¹

Josep Montasell i Dorda

Tècnic del territori de l'Àrea de Territori i Sostenibilitat de la Diputació de Barcelona

Director del Parc Agrari del Baix Llobregat

Introducció

Abans d'entrar en l'exemple concret dels circuits de comercialització del Parc Agrari del Baix Llobregat, aquest article aporta unes reflexions genèriques al voltant de la comercialització de proximitat. Es tracta d'uns enuncisats en què segurament caldria aprofundir molt més, però això suposaria anar més enllà de l'objectiu inicial d'aquesta aportació a la jornada tècnica.

Si el “som el que mengem” s'ha convertit en un lema que vol transmetre la necessitat de menjar adequadament i tan ecològicament com sigui possible, l'article insisteix a més que també “som d'on mengem”. L'acte d'ingerir aliments no és un fet neutre de simple nutrició, sinó que té repercussions econòmiques, ambientals i socials. És en aquest sentit que cal incorporar el concepte dels circuits de comercialització de proximitat. Circuits que són un pas més del que seria uns circuits curts de comercialització. No n'hi ha prou de reduir al màxim el nombre d'agents intermediaris, cal que també s'escurci es redueixi la distància entre la producció i el consum.

En aquest article es fa èmfasi en la necessitat de recuperar la “connexió” entre camp i ciutat, una relació en què el camp esdevingui un lloc d'acollida d'un projecte agrourbà on les “superparcel·les urbanes” s'associïn a les “superparcel·les alimentàries”, enteses com equipaments i infraestructures urbans. Es tracta d'una proposta que es presenta com perfectament assumible per les *smart cities*, fins i tot necessària si aquestes ciutats volen ser, a més d'intel·ligents, sostenibles.

Finalment, es fa referència a exemples concrets de comercialització de proximitat que du a terme la pagesia del Parc Agrari, per acabar amb una conclusió que recull el que anteriorment s'ha explicat i que s'ha manllevat d'una tesina de Neus Rigau titulada “Gastronomia ètica, un estil de producció i consum d'aliments”.

1. La proximitat alimentària en els marcs territorial, ambiental i social

1.1. Som d'on mengem

Parlar de circuits de comercialització de productes agraris ens ha de portar a reflexionar sobre la cultura del menjar. “Som el que mengem”, però també “som d'on mengem”. Menjar va més enllà d'un acte vital per alimentar-nos, d'un acte nutricional —important i fonamental quan escasseja l'aliment o hi ha dificultats per adquirir-ne—, és un acte cultural i, per tant, es pot parlar de la cultura del menjar.

Menjar com a acte cultural aporta maneres diferents de cuinar, diversitat de sabors, genera varietat de formes i experiències al voltant d'aquest ritual, potencia una creativitat inspirada

¹ L'article té dues parts. La primera part l'autor exposa les seves opinions al voltant del concepte comercialització de proximitat i com fer possible que aquesta sigui territorialment possible. En la segona part es recullen activitats, relacionades amb la comercialització concretes que es duen a terme des del Consorci del Parc Agrari i sobre tot per part de la pagesia.

en els aliments i la gastronomia, estableix relacions socials. Però el menjar és també un acte mediambiental des del moment que el seu origen respon a la producció realitzada per la pagesia, que el producte utilitza una sèrie d'*inputs* (maquinària, aigua, adobats, productes per lluitar contra plagues i malalties, etc.), des que és transportat a través de la cadena de distribució fins que arriba al consumidor; sense oblidar els processos de conservació, transformació, generació de residus, entre altres elements que incideixen en el medi. Les despeses energètiques i les emissions de CO₂ són dos indicadors (entre d'altres) dels efectes mediambientals dels aliments.

L'opció que es pren a l'hora de fer una compra i d'escollir els aliments no és neutra. Té uns components econòmic, ambiental i social indubtables, i gens negligibles. Una opció que és a la vegada personal i política.

És personal en tant que escollim el que mengem en funció de diferents paràmetres: disponibilitat del producte en el mercat, temps que es dedica a adquirir-lo, opcions culturals (consum de carn de porc, vegetarianisme, etc.), de salut (al·lèrgies a un determinat aliment, obesitat, etc.), estructura familiar (*singles*, parelles gran, parelles joves, parelles amb fills, etc.), paràmetres econòmics (guiats pel preu, pels serveis complementaris que s'ofereixen, la qualitat independentment del cost, etc.) i fins i tot paràmetres derivats del compromís personal de tipus socials (productes amb un preu just, pertinença a cooperatives i grups de consum, etc.) i/o amb la pagesia.

L'opció de compra té, també, un component polític que incideix com un element més —a vegades fonamental— en la presa de decisions personals. Que hi hagi mercats municipals sedentaris i no sedentaris en què s'incentivi la presència de pagesia, que es fomenti el consum de fruites i verdures o que en el planejament s'incorpori la preservació d'espai agrari són factors que incideixen a l'hora de la compra, especialment pel que fa als productes de proximitat.

Per tota persona, l'aire, l'aigua, l'habitatge i els aliments són quatre elements essencials. Els assentament humans amb carències en aquests elements esdevenen extraordinàriament difícils. Fins ara, el planejament territorial i urbanístic ha previst el subministrament d'aquests serveis sense tenir present l'origen de recursos com l'aigua o els aliments. La petjada ecològica no ha estat quelcom que preocupés excessivament, excepte per a alguns estudiosos i en determinats cercles ambientalistes.

Els municipis i els àmbits metropolitans tenen planificacions diverses per gestionar els diferents sistemes amb incidència territorial, ambiental i, sobretot, en la ciutadania: el sistema sanitari, l'educatiu, la xarxa d'infraestructures, la de serveis, etc.

El segle XXI, en un moment que els vectors econòmics i ambientals són els grans protagonistes de la gestió urbana, en un moment que optimitzar recursos i oferir bons serveis a la ciutadania és un objectiu fonamental, en un moment que es parla intensivament d'autosuficiències alimentàries i energètiques, i que les ciutats volen ser *smart* i *slow*, difícilment es podrà entendre un municipi, un àmbit metropolità, sense un pla alimentari (l'anomenat *food planning*).

El subministrament i la producció d'aliments per a la ciutadania s'ha de convertir en una preocupació fonamental en l'agenda política i, en conseqüència, en l'àmbit de la planificació i la gestió, en previsió de les crisis energètiques i alimentàries que auguren els especialistes en aquestes qüestions.

El Parc Agrari del Baix Llobregat, com a espai agrícola periurbà, és un element clau en el rol de subministrador d'aliments frescos i de proximitat a l'àmbit metropolità de Barcelona. Es tracta d'un veritable rebost alimentari i una baula necessària per a un futur *food planning* metropolità.

Barcelona, com totes les ciutats, és un immens processador d'aliments i de matèries primeres. Són enormes organismes que concentren quantitats grans d'aliments, aigua i materials en

proporcions superiors a les que la natura és capaç de proveir. El consum d'aquests recursos genera enormes quantitats de deixalles i d'aigua residual.

És important reflexionar sobre quines necessitats poden tenir aquestes ciutats en un futur, i com és poden gestionar de la manera més eficaç i més eficient possible.

La quotidianitat del fet d'alimentar-se fa que moltes vegades s'oblidi que és una de les necessitats bàsiques de la vida. Quan l'aliment escasseja és quan hom descobreix com n'és, de fonamental, per a la persona, més enllà del plaer que ens proporciona o ser el centre de moltes relacions socials quan és abundant i variat.

Tots els pobles i les ciutats tenen al seu voltant una perifèria més enllà dels límits de l'espai urbanitzat. Com més gran és la població més lluny i difuminada queda aquesta perifèria per a la ciutadania. Aquestes perifèries es van allunyant dels nuclis centrals de les ciutats consumint territori, un territori que acostuma a ser el de les millors terres per al conreu a causa de les seves característiques edafològiques, de la seva orografia planera, perquè disposen de recursos hídrics i fins i tot a causa del seu llarg historial productiu.

L'allunyament ha comportat la banalització d'aquest espai, ja que ha tingut el paper d'assumir i ser receptor de tot allò que la ciutat no sabia on ubicar o, fins i tot, s'ha convertit en el lloc on conscientment algú situava determinades activitats i aprofitant-se de la manca de control tant urbanístic com ambiental de molts municipis.

El creixements urbanístics generalment dispersos, els preus agraris baixos, una oferta de feina més atractiva per als joves a les ciutats, els successius processos d'expropiacions per a infraestructures durant molts anys, etc., han generat l'abandonament de terres, l'esquix de tots tipus d'artefactes, la pèrdua d'actius agraris, la manca de relleu generacional i, en definitiva, una descohesió territorial important en què camp i ciutat s'han anat allunyant.

Els espais periurbans on es desenvolupa activitat agrària —amb superfícies més o menys grans i que tothom sap on es troben i fins on arriben— tenen dificultat a l'hora d'establir una definició que els pugui objectivar. Diversos han estat i continuen sent els intents de concretar una definició general que pugui ser acceptada com a útil arreu.

En aquest cas es troba el mateix document del Comitè Econòmic i Social Europeu (CESE), quan en el dictamen sobre "Agricultura periurbana"² la defineix com aquella agricultura professional que es desenvolupa en un espai periurbà.

Hi ha conceptes que, sent clars, no són fàcils de definir. A les *Confessions*, quan sant Agustí es vol referir al temps diu "¿Qué es, pues, el tiempo? Si nadie me lo pregunta, lo sé; pero si quiero explicárselo al que me lo pregunta, no lo sé. Lo que sí digo sin vacilación es que sé que si nada pasase no habría tiempo pasado; y si nada sucediese, no habría tiempo futuro; y si nada existiese, no habría tiempo presente".³ Passa el mateix amb què és un espai agrari periurbà, hi ha dificultats importants per objectivar-ne la definició. Però el fet és que hi ha espai agrari periurbà i segurament fins i tot el podem marcar en un plànol; la dificultat és establir un concepte. El més cert és que es tracta d'un espai immers en un espai periurbà on passen, succeeixen i existeixen moltes i diverses coses que li donen especificitat.

Aquesta dificultat no pot ser motiu per no establir un criteri i defensar la importància de recuperar la relació camp-ciutat com un fet estratègic.

1.2. La "reconnexió" ciutat-camp

La manera de produir i consumir els aliments ha anat variant al llarg dels segles i de forma especial durant el segle xx. L'evolució de la tecnologia (sistemes per classificar, congelar, liofilitzar, etc.), la industrialització (diversitat de presentacions d'un mateix producte: trossetat, precuinat, en suc, etc.), la urbanització (pèrdua de les millors terres de conreu per a assentaments humans) i la globalització (es pot trobar de tot durant tot l'any i d'origen

² Comitè Econòmic i Social Europeu (CESE) (2004) Dictamen "La agricultura periurbana". NAT2004-CESE 1324/2003

³ Sant Agustí. *Confesiones*. Libro undécimo. Pág. 75, núm. 75.

diferent) són elements fonamentals que caracteritzen la situació de l'alimentació actual als països industrialitzats.

En aquests mateixos països, les ciutats s'ha anat deshumanitzant,⁴ el camp i la ciutat han deixat de tenir contacte, la pagesia i els consumidors no tenen cap relació i fins i tot es desconeixen. La població cada vegada es troba més allunyada de la producció i més propera al final de la cadena alimentària. Aquest distanciament implica quelcom molt important: la suposada confiança del consumidor que totes les fases del procés propi de la cadena alimentària garanteixen la qualitat i la seguretat alimentàries. El consumidor, preocupat per adquirir un producte alimentari i aliè a com s'ha produït, perd control i informació confiant amb les administracions i els experts que realitzen aquesta funció.

Tot i aquesta complexitat i la delegació generalitzada de funcions que fa el consumidor en un món cada més urbà, es detecta un interès creixent pels aliments de qualitat i de confiança, així com una posada en valor de les tradicions socioculturals associades al menjar i, especialment, una "reconnexió" de les ciutats amb els seus territoris productors propers (Paül 2012). Preocupa què es produeix, com es fa i on té lloc l'activitat productiva. És busca la garantia sanitària dels aliments, la seva qualitat, que la producció i el consum minimitzin l'impacte ambiental que provoquen i, sobretot, saber on és "el lloc del menjar" (l'anomenada sitopia).

Aquest és l'objectiu: recuperar la connexió camp-ciutat a partir de la consideració de l'espai agrari com una infraestructura i un equipament urbà en què el coneixement mutu com a element físic té una importància fonamental.

Un equipament en urbanisme és un àmbit espacial o territorial vinculat a un conjunt d'activitats humanes d'interès públic, social o comunitari necessari pel funcionament normal i correcte d'una metròpoli, d'un municipi, d'un barri, etc. i que té un caràcter d'obligació per part de l'agent urbanitzador i de dotació que incorpora un mòdul mínim de reserva per a aquest tipus d'espais.

Un espai agrari periurbà és un equipament urbà ja que participa activament en el metabolisme de l'urbs oferint a la ciutadania un espai dedicat a la producció aliments i/o matèries primeres, però també al lleure, al contacte amb la natura en trobar-se fora de la ciutat, tot i no ser pròpiament natura pel seu grau d'antropització.

Però a la vegada és una infraestructura ja que es conforma per un conjunt d'elements o serveis que es consideren necessaris per a la creació i funcionament del territori (riu, rieres, zones humides, boscos, corredors biològics, control d'escorrenties, erosió del sòl, inundacions, augment de la biodiversitat, embornal de CO₂, etc.).

Aquesta és la qüestió, es considera necessari i estratègic poder garantir a la ciutadania una part important del seu proveïment d'aliments bàsics? Si la resposta és afirmativa, s'entén que els espais agraris són una infraestructura urbana i la necessitat de definir una dotació d'espai territorial dedicada a aquesta funció.

⁴ La càtedra UNESCO de la Universitat de Lleida (UdL)⁴ estableix un criteri per mesurar "la dimensió o l'escala humana" de les ciutats intermèdies. Amb aquest concepte es "fa referència a la dimensió física de ciutat, que permet a un individu accedir a peu, sense massa esforç, als principals serveis i equipaments de la ciutat o desplaçar-se a qualsevol punt de l'espai urbà. Ciutats, en definitiva, amables amb el vianant i raonablement abastables per qualsevol ciutadà". Aquest concepte el precisen mitjançant superfície, població, densitat, radi del cercle (en km)⁴ que circumscriu al 70 % de la població i la distància de la línia que separa els punts més distants de l'espai urbà consolidat (en km). Radis inferiors a 2,5 km poden ser recorreguts a peu en uns 40 minuts. Distàncies lineals de 6 km, entre els punts urbans més extrems, suposen que es poden recórrer en una hora i mitja. Càtedra UNESCO de la UdL sobre Ciutats Intermèdies-Urbanització i Desenvolupament. Document "Ciudades intermedias. Perfiles y pautas" (Ajuntament de Lleida, 2002) corresponent a la segona fase del programa UIA-CIMES "Ciudades intermedias y urbanización mundial". Pàg. 26.

Cal entendre les ciutats des de la complexitat i de la compacitat en què es trobi una barreja d'usos que permeti reduir el transport, potenciar l'estalvi energètic, minorar la producció de gasos d'efecte hivernacle tot modificant el seu metabolisme.

Juntament a aquesta visió de compacitat amb barreja d'usos cal incorporar també l'activitat agrícola com a subministradora d'aliments. Cal incorporar el rebost alimentari a la ciutat. Un rebost que afavoreixi la disminució de la petjada ecològica de la mateixa ciutat. Més aliment de proximitat, menys petjada ecològica i, per tant, menys efecte hivernacle i la consegüent contribució a minvar el canvi climàtic.

1.3. L'espai agrari, una estructura d'acollida

Lluís Duch, antropòleg i monjo de Montserrat, en les seves conferències i publicacions estableix la família (codescendència), la ciutat (coresidència) i la religió (cotranscendència) —als quals afegeix els mitjans de comunicació— com a estructures d'acollida⁵. Crec que es pot afegir una cinquena estructura d'acollida com és la resultant de la connexió camp-ciutat, que dona resposta a una de les necessitats bàsiques de l'ésser humà, l'alimentació (coalimentació).

Aquesta relació de coaliment comporta l'aparició d'un ciutadà que, a més d'adquirir aliments, busca serveis però, per sobre de tot, està cocientitzat del fet alimentari. Per tant, es tracta d'un ciutadà compromès amb tota la cadena alimentària, que vol que sigui tan curta com sigui possible i es decideix a fer el pas de consumidor a coproductor. Amb aquest pas es converteix en part activa en la producció perquè és conscient que quan es menja es realitza un acte agrícola, un acte de responsabilitat i no simplement de consum. I això exigeix un acolliment, un punt de trobada còmode en què un es pugui trobar a gust i, a més, satisfer unes necessitats.

Tota aquesta reflexió més general comporta la necessitat de superar el drama que constitueix el fet que el consumidor —com a destinatari final de les produccions agràries— hagi substituït el ciutadà, cosa que ha provocat que el deslligam i la desconexió entre ciutat i camp hagi anat creixent.

L'arquitecta Carolyn Steel⁶ parla de la necessitat de “reconèixer el paper central que juga el menjar en les nostres vides i aprofitar aquest potencial per donar forma al món d'una manera millor”, fent que des del menjar comencem a canviar el món sense esperar un futur utòpic. En aquesta acció de canvi del món des del present a partir de l'alimentació en diu “sitopia”. El terme deriva de la paraula grega “sitos” que significa menjar, i “topos” que significa lloc. Amb aquest concepte del “lloc del menjar” defineix la idea que “l'alimentació és el *sine qua non* de la vida” i tractant-la com a tal canviaria fonamentalment la manera en què vivim l'alimentació, ja que forma part de l'essència de la persona i no quelcom accessori i perifèric.⁷ Si necessitem el menjar per sobreviure, per què no construïm les ciutats al voltant del menjar? I, si no podem, per què destruïm sense gaires miraments les millors terres de producció d'aliments més properes a les ciutats?

⁵ Es tracta d'estructures on una persona sent que forma part d'una comunitat i que és reconeguda com a membre seva.

⁶ Carolyn Steel és arquitecta, professora i escriptora, que viu a Londres. Autora del llibre *Hungry City: How Food Shapes Our Lives*.

La sitopia, de manera genèrica, formaria part del que defineixo com la utopia creativa. “Utopia” significa “no lloc”, allò que és tan desitjable com difícil d'assolir. Si és així, per què parlar de la “utopia creativa”? Per dues raons: la primera el convenciment que, sense somiar, el món no avança, i la segona l'explicació que fa l'escriptor i periodista Eduardo Galeano per descriure el que segurament és la funció principal de la utopia: “M'apropo dos passos i ella s'allunya dos passos. Camino deu passos i l'horitzó es desplaça deu passos. Per molt que camini, mai l'assoliré. Llavors, per què serveix la utopia? Per això: serveix per caminar.”

No s'avança, per tant, sense utopia, sense el dret a somiar no formalment proclamat però fonamental perquè aporta l'esperança necessària per actuar. Una utopia entesa com l'assumpció de la incertesa del futur per afrontar el present, és a dir, ser conscients de les dificultats per assolir el “no-lloc” a què es vol arribar. Però a la vegada cal fer camí aportant iniciatives creatives que endolceixin la trajectòria, i la facin atractiva millorant la situació present. Es tracta de ser realistes amb el present, apostant pel canvi, i això implica gestió per encertar el camí.

Si ens proposéssim explicar la història d'un municipi, d'una regió des dels aliments de ben segur que tindriem sorpreses. Seria interessant aprofundir en la història des de l'aprovisionament d'aliments a Barcelona —per posar una població concreta— i els circuits comercials (mercats d'origen, trasllat, distribució) i les conseqüències que des de la perspectiva territorial i urbanístiques s'han derivat al llarg dels segles i actualment

1.4. L'àmbit metropolità de Barcelona, un territori agrodivers

Poques ciutats o àrees metropolitanes del món poden presumir, com ho pot fer l'àrea metropolitana de Barcelona, de tenir en un radi de 50 km tanta varietat de produccions agrícoles i ramaderes, així com espais forestals i fins i tot diversitat de microclimes.

Aquest fet aporta una riquesa territorial d'indubtable valor, així com qualitat de vida als seus habitants. La qualitat de vida també ve recolzada per presentar un mosaic de ciutats al voltant d'un nucli i que el seu manteniment fa possible evitar una continuïtat urbana.

La forma urbana i el paisatge, l'economia i l'ecologia, aporten a l'àmbit metropolità de Barcelona i al país en general una riquesa durable i, per tant, sostenible, i són factors de competitivitat que repercuteixen sinèrgicament en el benestar de les persones i de la societat, que avui és deficitària en recursos naturals.



Límit dels 50 km a l'entorn de Barcelona i diversitat de produccions agroramaderes que constitueixen el rebost de la capital catalana. El territori emmarcat dins del semicercle té com a base la façana del litoral mediterrani i defineix la conca alimentària de la ciutat de Barcelona

Aquesta sostenibilitat pot ser possible sense espai agrari? No, hi mancarà el vector alimentari, que és també una forma d'energia. És important incorporar en l'imaginari col·lectiu l'interès per conèixer l'origen del que es menja i qui i com ho ha produït. Aquesta és l'única manera de valorar el territori immediat, les seves produccions i la pagesia que les està produint. I alhora de descobrir que a l'entorn metropolità hi ha agricultura, pagesia, productes de qualitat i la base de molta gastronomia que cerca oferir producció local, producció amb el distintiu Km 0. Desentendre's d'aquesta actitud cap a allò que es menja agreujarà la desvinculació de la ciutadania respecte el territori que hi ha al seu entorn.

Eslògans de campanyes gastronòmiques o portals web com “Del camp a casa”, “Del camp al plat”, “Del camp a taula”, “Els sabors de l’horta”, “El Parc a taula” —el mateix Parc Agrari del Baix Llobregat té un portal web amb el domini www.elcampacasa.com— són cada vegada més freqüents. És important portar, atansar, les produccions als plats, a les taules, a les llars dels consumidors, però a qui realment s’ha d’apropar a les llars és la pagesia. El lema hauria de ser “la pagesia al plat”.

El consumidor ha de veure en els productes que consumeix l’art de l’elaboració del cuiner i la cuinera que els ha preparat i el saber fer del pagès o de la pagesa que els ha produït. L’escriptor Josep Pla deia: “A mi m’agrada el paisatge. He tractat de descriure’n alguns. No paisatges purament geològics, sinó els vertaders, que són els construïts per la pagesia”.⁸ En una altra ocasió afirmava que “els paisatges més bells són els que neixen d’una bellesa utilitària, comestible”.⁹ Paül i Tort, estudiosos de la literatura de Josep Pla, afirmen que “la gastronomia era una forma d’entendre el paisatge. La connotació gastronòmica del paisatge, en Pla, es pot concretar en el gust pels aliments frescos i pels plats lligats d’alguna manera amb el paisatge més proper”.¹⁰ Aquest és el missatge que cal transmetre al consumidor: que la gastronomia és una manera d’entendre el paisatge i la pagesia i, de retruc, d’estimar el territori i amb aquest els pagesos i les pageses que amb la seva professionalitat el singularitzen, li donen personalitat i hi aporten valor afegit.

Per descobrir quin coneixement es té del que ens és pròxim, quina és la vinculació personal amb el territori proper, es proposa realitzar el “Joc de la proximitat”¹¹.

Es tracta d’agafar un plànol en què surti el municipi i el carrer on es viu i, a partir d’aquest punt (la pròpia casa), anar dibuixant cercles concèntrics separats un quilòmetre. Aleshores, entre cercle i cercle cal respondre a una sèrie de preguntes: hi ha pagesos dins de l’espai comprès entre dos cercles?, els conec?, què produeixen?, consumeixo res del que produeixen?, a quina distància de casa hi ha el primer pagès al qual puc comprar alguna fruita o hortalissa, o ramader de qui pugui aconseguir llet, carn, embotits, etc.?, a quina distància de casa hi ha el primer pagès o ramader a qui compro algun producte produït per ell? Aquestes preguntes, i unes quantes més, ajudaran a descobrir el compromís personal que cadascú té amb el consum de producte de proximitat.

Aquest joc, que es pot fer amb amics a la sobretaula després d’un àpat en què segurament hem parlat de la necessitat de consumir productes ecològics o del nostre compromís amb diverses ONG, ajuda a tocar de peus a terra i concretar i definir compromisos reals de coneixement territorial i amb el consum de proximitat.

En definitiva, no és més que un joc, però que serveix per exercitar els coneixement que un té de la seva proximitat agrària. Es tracta d’un aprenentatge semblant als que es fan a primària amb els escolars. S’estudia la classe, l’escola, el carrer, el barri, el poble, la comarca, etc. Un estudi progressiu per aproximar-nos al món. Per què no fer-ho amb l’agricultura que ens subministra els nostres aliments?

⁸ Pla, J. (1979). *Notes del capvesprol*, dins de *l’Obra completa*. Barcelona: Destino, volum 35, pàg. 212.

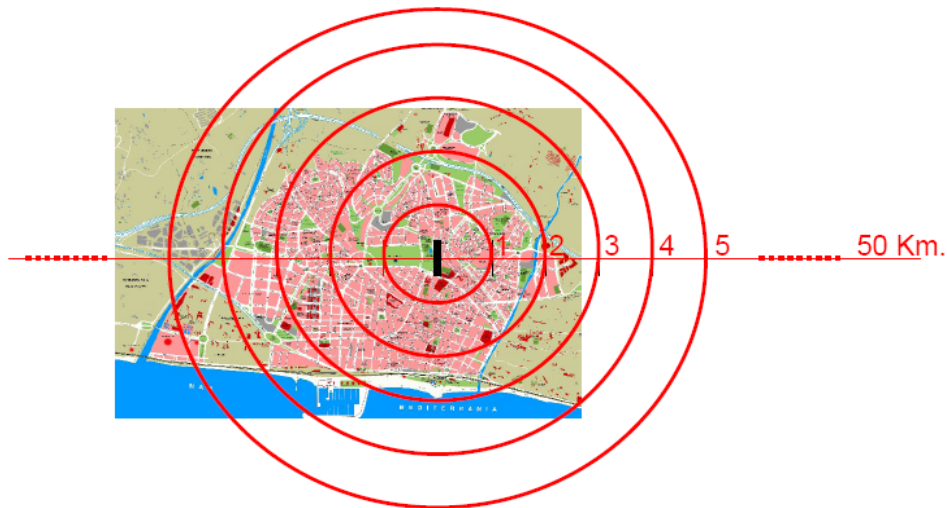
⁹ Pla, J. (1976). *Tres guies*, dins de *l’Obra completa*. Barcelona: Destino, volum 30, pàg. 763.

¹⁰ Paül, V. i Tort, J. (2009) *L’Empordà de Josep Pla*. Publicacions de l’Abadia de Montserrat. Col·lecció Descoberta, núm. 17.

¹¹ Es tracta dels “cercles d’estudi de la producció de proximitat”, una adaptació del *Landscape circle* de Terry O’Regan, pensats per a l’estudi del paisatge a Irlanda. O’Regan, Terry (2008) *A Guide to Undertaking a ‘Landscape Circle’ Study (in seven easy steps)*.

Cercles d'estudi de la producció de proximitat

Adaptat del "Landscape circle study". O'Regan Terry



Un exemple concret. Els cercles del gràfic corresponen a la ciutat de Mataró i es pot comprovar com, cap a l'est, l'espai agrari i amb aquest la pagesia es troba a partir del segon cercle (a 2 km del centre). Per contra, cap a l'oest no és fins a arribar al cinquè cercle (5 km del centre) que no hi trobem pagesia.

Si s'aprofundeix més, els pagesos de l'est corresponen a les Cinc Sènies-Mata i constatem que alguns d'aquests pagesos tenen parada als mercats sedentaris de Mataró com el de la plaça de Cuba (els de Can Pera), o a la plaça Gran (els de Can Herrera o el masover de Can Dorda, que fa producció ecològica) i no sedentaris, com el mercat del barri de Molins (els Molins, que tenen les terres a prop de Can Pou de Mata). Fins i tot hi ha qui subministra cistelles, com és el cas de Can Pruna, a la zona de les Cinc Sènies.

1.5. Superilles i superparcel·les alimentàries: una fórmula de "reconnexió"

Quan es fa referència a la sostenibilitat urbana cal referir-se a la regulació del metabolisme propi d'una ciutat com és la reducció de les entrades d'energia i de materials utilitzant els recursos locals (energia solar, aigua, els propis residus generats); i a la reducció de sortides en forma de residus així com la revalorització de les economies locals.

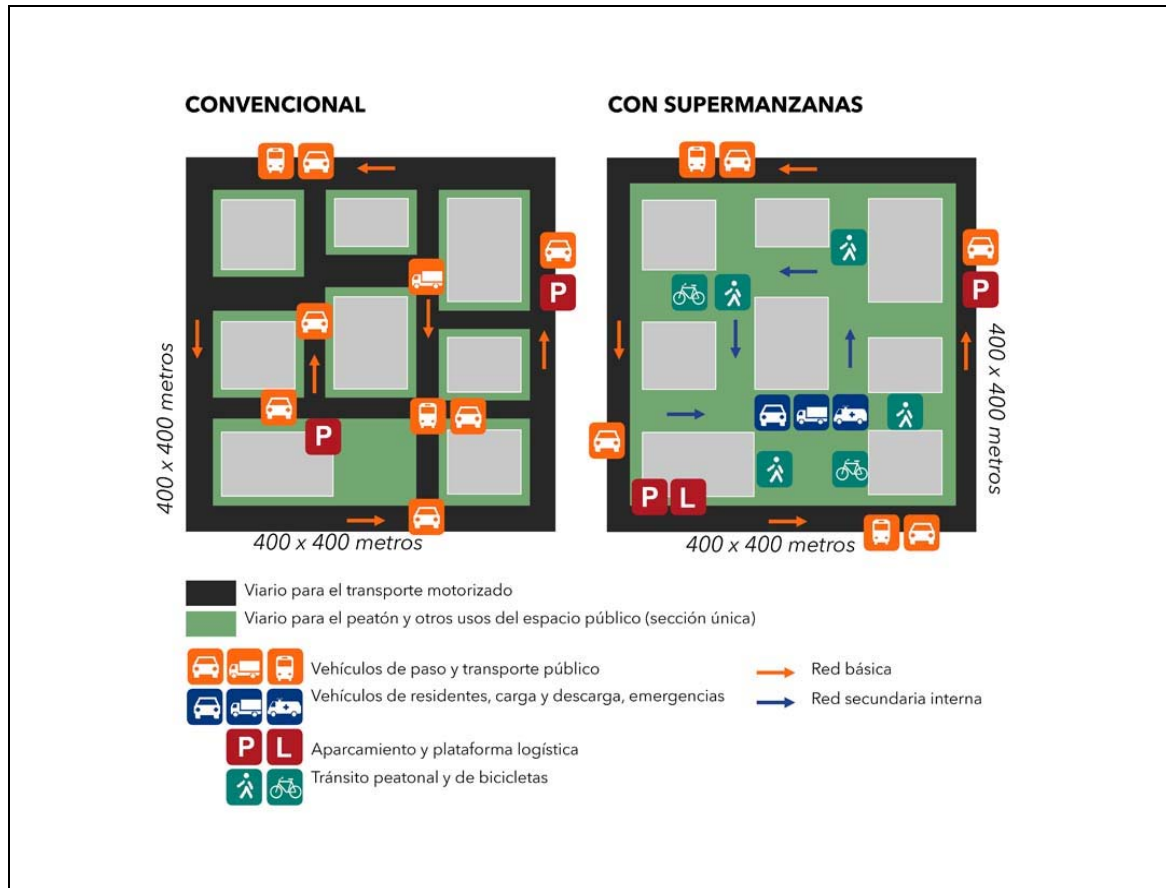
Per a la consecució d'aquesta sostenibilitat urbana cal minimitzar l'ocupació de nou sòl mitjançant l'ús i consolidació de sòl ja ocupat, la recuperació d'espais degradats i abandonats. És a dir, créixer de manera centrípeta (cap endins), i no de forma tan centrífuga, (cap enfora). Cal plantejar-se la mobilitat basant-se en la conversió en zones per a vianants i l'ús del transport públic i de la bicicleta, reordenant el trànsit de vehicles a motor i afavorint la mescla d'usos, la proximitat d'equipaments i de serveis. És important l'estalvi i l'eficiència energètica i la interconnectivitat i la relació entre barris, entenent que el conjunt d'aquest configuren la ciutat, contràriament a la idea que aquesta és el resultat del conjunt de barris aïllats.

En definitiva la sostenibilitat d'un municipi ve donada per la gestió dels fluxos del seu metabolisme, i en concret de l'energia. Però en l'àmbit dels fluxos metabòlics cal no oblidar els corresponents als aliments.

Per millorar la funcionalitat urbana des de BCNecologia es proposa la "superilla" (*supermanzana* en el seu nom original), com una nova cèl·lula urbana. Es tracta d'una xarxa

perimetral de 400 x 400 metres per on circula la motorització, de manera que se n'allibera l'interior dels vehicles de pas i de transport públic. Així es poden desenvolupar tots els usos i funcions de l'espai públic sense restriccions.

A més de regular la mobilitat motoritzada, la “superilla” aporta un increment d'espai públic per a vianants i de confort acústic i es planteja ser un ecobarri neutre en carboni i amb un percentatge d'autosuficiència energètica amb l'ús de recursos generats a la mateixa illa i recursos hídrics. També es planteja la recollida selectiva amb la recollida de la fracció orgànica generada, que es composta i s'aplica al barri o a la rodalia.



De la cèl·lula urbana convencional de 400 x 400 metres (16 ha) que acull diverses illes de cases a la “superilla”, en què el fluxos de l'interior són tractats de manera diferent destinant-los als vianats i serveis. La circulació de vehicles es situa a la perifèria de la “superilla”

Salvador Rueda, director de BCNecològica, fa aquesta reflexió: “El ciutadà ho és perquè ocupa l'espai públic sense restriccions, si no, és un urbanita. Quan li posem carrils, les voreres es converteixen en una unitat de transport, en un vianant. Aquest canvi fa que el ciutadà no pugui ser lliure, ja no pot fer res més que moure's ordenadament segons els criteris establerts per a la circulació rodada.” Aquests canvi de “personalitat” dels habitants d'una ciutat no és semblant al que s'esdevé a l'hora de plantejar-se el fet de l'alimentació?

Un ciutadà està tan lluny de l'origen del que consumeix. El seu coneixement de com es produeix i quin és l'origen —més enllà de quatre referències propagandístiques com la denominació d'origen, les indicacions geogràfiques, els certificats de qualitat, etc. posades en una etiqueta— fa que es converteixi en client, en consumidor estandarditzat, impersonal. Un consumidor totalment desconnectat del camp (i el camp de la ciutat) en què aquesta es converteix en un lloc engolidor de tot allò que se li subministra.

És per això que en aquesta “reconnexió” ciutat-camp cal introduir el concepte de coproductors i consumactors com a resultat de la incorporació dels consumidors en el

projecte agrari i de la pagesia en el projecte de les necessitats i les demandes dels consumidors. Una relació de “coaliment” basada en el principi que produir i consumir són actes culturals ja que es produeix i consumeix en un territori concret amb les seves possibilitats, tradicions, demandes socials i per unes persones definides i identificables.

El reconeixement d'aquest principi porta a no parlar de consumidors, sinó de coproductors i consumactors part activa en la producció, deixant de ser merament un consumidor i receptor d'aliments per convertir-se en un col·laborador de la producció, de la pagesia. Es converteix, així, l'acte de menjar en un acte agrícola (el darrer), un acte de responsabilitat i no simplement de consum.

Arribats a aquest punt, sorgeix una nova pregunta, com fer possible la coproducció en el marc de les *smart cities*? En ciutats que focalitzen la seva mirada en les tecnologies de la informació o en les infraestructures intel·ligents?

Aquests territoris, que s'autodefineixen com intel·ligents, plantegen la necessitat de gestionar d'una banda la informació de la ciutat, mitjançant aplicacions, dispositius i lògiques pròpies de les xarxes; de l'altra, també l'energia, per tal que sigui més eficient l'entrada de materials i fluxos de recursos i la sortida de residus en el marc del metabolisme urbà.

Entre els diversos debats que giren actualment al voltant dels espais urbans i les ciutats trobem el referit als “espais urbans neoterciari”, centrats en les *smart cities*. Espais dissenyats per a ressaltar i estendre valors com la innovació i l'emprenedoria o espais que se'ls incorpora una capa digital amb la finalitat de fer-los més intel·ligents i que siguin capaços d'impulsar pols d'atracció i generació de coneixement de models urbans al voltant del medi ambient, de la mobilitat i el transport, de l'energia, de la qualitat de vida, cultura i coneixement i de la col·laboració publicoprivada.

Aquest redisseny de les aglomeracions urbanes respon a un objectiu clar: que la ciutat funcioni mitjançant la definició d'una anatomia urbana que en permeti el desenvolupament i la capacitat d'estructurar un model de ciutat a partir de la fusió de l'urbanisme, l'ecologia i les tecnologies de la informació i a partir dels recursos locals. Els espais en qüestió faciliten la projecció “glocal” de les ciutats. En un món global, cal pensar globalment però actuar de forma local, redescobrint el valor del proper, del que és nostre, sense tancar-se en un mateix.

Una vegada més cal preguntar-se què passa amb els aliments. Des de una visió glocal, no haurien de ser un recurs i un valor propers? No haurien de ser elements importants en l'aportació de recursos locals en la configuració de les *smart cities*? Al costat d'aquest “neoterciari” no s'hauria de generar un nou “neoprimeri”? Un sector en què la pagesia tingui una visió de tota la cadena alimentària i una formació específica, més enllà de la que li és pròpia, en tots els elements que intervenen en la cadena per convertir-se en un col·laborador perfecte de la restauració, de la medicina, del paisatge, de la biodiversitat, etc. Un nou sector que basi la seva activitat professional en l'agroecologia.

Aquest sector neoprimeri ha d'atendre a les noves oportunitats econòmiques que ofereix la proximitat, tot incorporant la funció de generador d'externalitats ambientals positives, en especial la de crear i mantenir un paisatge i la de donar resposta a necessitats i demandes socials concretes. Aquesta nova pagesia ha de ser capaç d'harmonitzar les relacions entre la ciutat i el camp mantenint l'activitat agrària i la biodiversitat, alhora que potenciant el local en el marc global. El productivisme ha d'aliar-se amb les tecnologies verdes (segurament en molts casos suposarà recuperar i racionalitzar antigues activitats agronòmiques). La nova pagesia haurà de fer al segle XXI el que ha estat fent o ho hauria d'haver fet: produir aliments respectant l'entorn i configurant-lo com un espai d'alta qualitat ambiental.

Aquí cal destacar la importància de l'activitat agrària de la pagesia professional periurbana com a productors i subministrador, de manera regular i variada, d'aliments a la població del seu entorn. En un moment que els preus del transport són cada vegada més alts per cost del combustible fòssil i que es té com a objectiu la disminució de les emissions de CO₂, el

manteniment de l'espai agrari proper pren més força com un territori estratègic per a una economia eficient i sostenible.

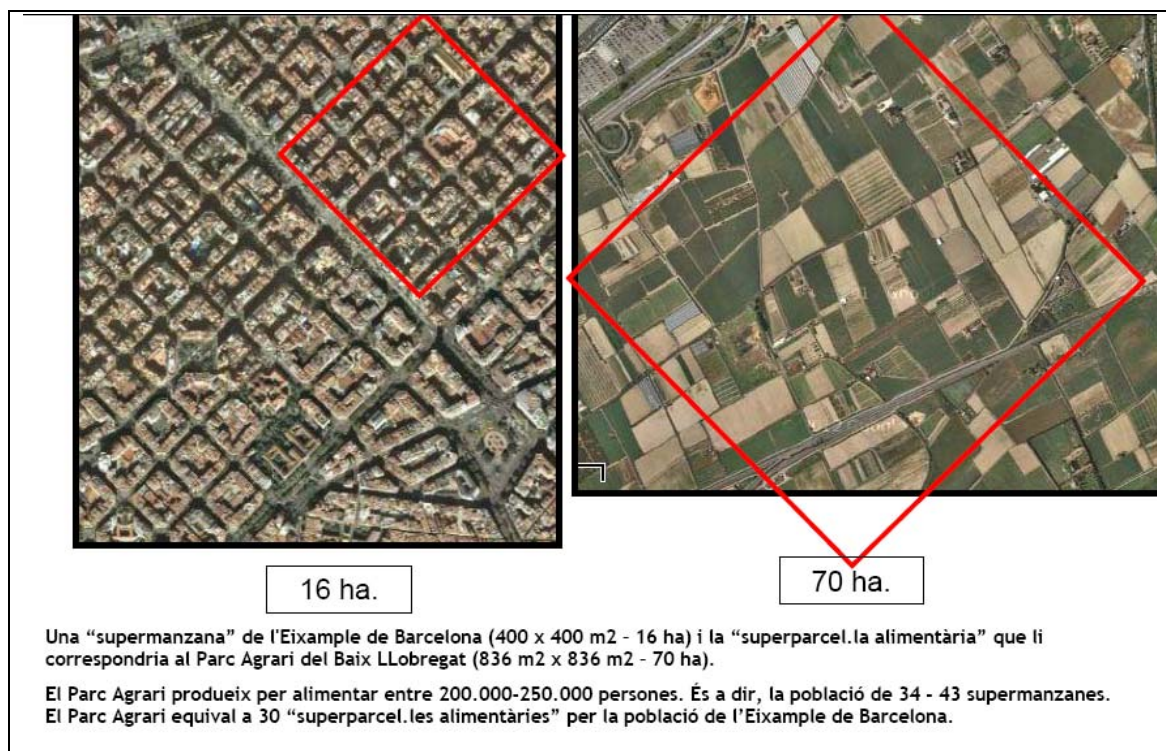
És per això que a més d'establir un urbanisme ecològic amb la proposta de la “superilla” o cèl·lula urbana, cal plantejar-se un territori sostenible en què l'alimentació s'inclogui en el projecte territorial pel pes important que juga en el metabolisme urbà.

La funcionalitat d'aquest metabolisme de la ciutat, pel que fa al subministrament de productes agroramaders, passa per associar a cada cèl·lula urbana una cèl·lula alimentària o superparcel·la alimentària que pugui donar resposta a la demanda d'alimentació dels habitants de la cèl·lula urbana.

Les cèl·lules urbanes i les cèl·lules alimentàries han de constituir subunitats d'una mateixa cèl·lula agrourbana, que no és cap altra cosa que la “reconnexió” i el lloc d'acollida de les ciutats amb els seus territoris productors propers, de la ciutat amb el camp.

Cal entendre les superparcel·les o cèl·lules alimentàries com el conjunt d'espais agraris periurbans, com equipaments i infraestructures urbanes necessaris per al bon funcionament d'una metròpolis, ciutat o barri, i que han de tenir un caràcter d'obligació per part de l'agent urbanitzador i de dotació que incorpora un mòdul mínim d'espai agrari (cèl·lula alimentària) per cada cèl·lula urbana, donant resposta a les necessitats alimentàries d'una cèl·lula urbana.

Per a una superilla de l'Eixample de Barcelona, amb una superfície de 16 hectàrees (400 x 400 metres) i una densitat de població de 360 habitants per hectàrea¹², caldria reconnectar una superparcel·la alimentària de 70 hectàrees (836 x 836 metres). Amb aquesta extensió es podrien subministrar les fruites i hortalisses necessàries per als 5.760 habitatges de la superilla barcelonina com a resultat d'atribuir-li una dotació de 120 m² per habitant.¹³



¹² L'Eixample de Barcelona comprèn un territori de 748 hectàrees on hi viuen 269.185 habitants (cens 2009)

¹³ Inclou superfície agrícola utilitzada per al conreu i la part proporcional de camins, xarxa de reg i ocupació de sòl per a construccions.

En el cas dels ecobarris, que situen la seva densitat entre 60 i 90 habitatges per hectàrea (xifra que suposa una població de 180-270 hab./ha), caldria reconnectar-los amb una dotació entre 2,2 i 3,2 ha de superfície hortofructícola de proximitat.

Tres exemples d'ecobarris i les seves necessitats de reconexió hortofructícola			
	Vallbona (Barcelona)	Sector Llevant (Figueres- Girona)	Costa Tropical (Motril- Granada)
Superfície total	32,6	20,8	27,3
Nombre d'habitatges	2.000	1.800	1.638
Densitat d'habitatges (habitatges/ha)	61,3	86,4	60
Nombre total d'habitants	6.000	5.400	4914
Superfície hortofructícola total a reconnectar (ha)	72	65	59

Aquesta superfície de reconexió pot formar part del projecte d'ecobarri o atribuir-la-hi en un espai exterior però proper segons les seves necessitats. Fins i tot, en alguns casos es pot plantejar convertir en regadiu part de zona de secà per dotacionar l'ecobarri.

La idea de reconnectar a la cèl·lula urbana una superparcel·la alimentària no és tant un fet físic com conceptual i es podrà materialitzar en alguns casos, mentre que en d'altres configurarà un factor que farà evident la petjada ecològica de la superilla i les necessitats que aquesta té de superfície agrària de proximitat. Per damunt de tot, el concepte de la superparcel·la alimentària aporta racionalització al planejament urbà, en què caldria introduir la necessitat d'atribuir sempre una dotació (total o parcial) dedicada a la producció d'aliments (la superparcel·la alimentària), però a més —i això sí que hauria de ser visible— s'han d'establir serveis que permetin fer realitat el subministrament dels productes procedents de l'agricultura de proximitat com són mercats locals sedentaris i no sedentaris, així com establir en l'àmbit de la mobilitat mecanismes per facilitar la distribució de cistelles a domicili, promoure la formació específica a les escoles sobre el consum de proximitat, campanyes de sensibilització als consumidors i a la restauració, etc.

Es tracta d'accions de reconexió ciutat-camp en què el factor de la traçabilitat és fonamental. Aquesta traçabilitat ha d'anar més enllà d'un simple control administratiu i s'ha de basar en la relació —tan directa com sigui possible— entre el consumidor i el productor. La reconexió entre les superilles de la ciutat i les superparcel·les o cèl·lules alimentàries del camp servirà per recuperar una relació lleial entre ambdues tot constituint una estructura d'acollida.

Aquestes superparcel·les alimentàries possiblement haurien de sofrir una transformació estructural important, però per damunt de tot el canvi es produirà en la diversitat de conreus que s'hi duguin a terme i en la promiscuitat d'hortalisses, fruiters i reservoris de fauna auxiliar. Aquestes transformacions afavoriran la biodiversitat i configuraran un nou paisatge productiu d'alta qualitat agroambiental.

2. El Parc Agrari del Baix Llobregat com a rebost de Barcelona

2.1. El lloc del menjar

El Parc Agrari del Baix Llobregat constitueix, d'acord amb el que anteriorment s'ha exposat, un espai agrari periurbà que ofereix la suma de diverses superparcel·les alimentàries. D'aquesta manera s'erigeix com el rebost dels municipis del seu entorn i de la mateixa ciutat de Barcelona, el lloc d'acollida, el "lloc del menjar".

Un rebost és el lloc on, en una casa, es guarden els productes alimentaris que constitueixen el recurs al qual s'acudeix per resoldre un imprevist i en què es guarden els aliments que seran

utilitzats de manera més immediata. És el lloc del menjar. Aquest lloc té un doble funció, la de reserva i la d'immediatesa, i cal tenir-ne cura per tal d'evitar que es malmetin els aliments a causa d'una mala conservació o perquè caduquen. Un rebost és quelcom viu que exigeix gestió.

El Parc Agrari, com a espai agrari, basa la seva continuïtat en la gestió des d'una perspectiva global, entenent es tracta d'un agroecosistema, i en el fet que la seva perdurabilitat radica en considerar-lo un espai agroeconòmic. En aquest espai agroeconòmic es desenvolupa un activitat productiva que genera, valgui la redundància, una producte que és resultat de l'activitat que la pagesia, entesa com el conjunt d'actors que duen a terme una activitat professional en un territori concret amb l'objectiu de generar rendes i de donar resposta a les demandes dels consumidors, que al seu torn han passat a ser coproductors i no simples clients.

2.2. Els circuits de comercialització de proximitat

Una qüestió que es pot plantejar és per quina raó hem de parlar de circuits de comercialització de proximitat quan s'insisteix a tort i a dret que s'ha de pensar a produir per exportar. No hi entraré, crec que amb les reflexions fetes en la primera part d'aquest article s'insinuen motius de tipus econòmic, ambiental i social, però calia recordar aquest debat perquè, en certs sectors, sembla prendre força.

Fixeu-nos que no fem referència a circuits curts de comercialització (CCC) sinó a circuits de comercialització de proximitat (CCP). Tots sabem que un CCC fa referència al fet que entre el pagès i el consumidor, com a màxim, hi intervé un agent. Però quan substituïm curt per proximitat, què es vol dir? Molt senzill. No s'apunta tant al nombre d'agents que intervenen entre el pagès i el consumidor sinó als atributs de distància, temps, estacionalitat i model. I hi afegim el de la coneixença.

Justament, un CCP incorpora els valors de local, estacional, acabat de collir, etc. Es tracta d'un circuit de venda de productes agraris fonamentalment de producció pròpia, ja siguin en fresc o en primera transformació, que porta a terme directament el pagès o la pagesa o una associació de pagesos i de pageses i està adreçada al consumidor final sense intervenció de tercers.

Per completar la seva oferta, aquesta pagesia pot vendre productes que compren a d'altres pagesos del seu àmbit territorial. Això no treu que també puguin completar-la amb productes no periples com poden ser oli, vi, embotits, pa i derivats, etc.¹⁴

L'activitat de venda directa es pot portar a terme en instal·lacions que integrin la mateixa explotació agrària o obrador, per Internet, en venda a domicili, en mercats municipals no sedentaris o mercats fixos o en botigues pròpies. Es considera també venda directa el cas de comercialització de productes propis a restaurants, menjadors escolars, cantines d'empresa o agrobotigues dels mateixos socis d'una empresa o cooperativa.

Aquesta proximitat, a més del fet de no intervenir-hi cap intermediari,¹⁵ incorpora dos conceptes importants com són la distància i el temps. A la major part d'Europa, la distància dels productes que un pagès de venda directa compra a altres pagesos per complementar la seva producció i la distància entre el producte i els consumidor és considera, en general, que no ha de superar els 90-100 km (la distància més àmpliament acceptada és de 50 km) i el temps transcorregut entre la compra del producte i la distribució al consumidor no anar més enllà de les 48 hores.

En alguns casos, aquesta distància es redueix sensiblement com a estratègia comercial que intenta donar resposta a una demanda d'un sector del mercat de fruites i hortalisses. Aquest

¹⁴ Aquells productes que requereixin un processat mínim obligat per la normativa sanitària (pasteurització, sacrifici, especejament, envasat, entre d'altres) no es considera com a transformació si el productor manté els seus drets sobre el producte processat o envasat.

¹⁵ No es consideren intermediàries les empreses de transport o les associacions que concentren la demanda dels seus socis per adquirir els productes i redistribuir-los als associats.

és el cas del Mercat de Pagès impulsat conjuntament pel Parc Agrari i dos municipis del Baix Llobregat (Sant Boi de Llobregat i Sant Coloma de Cervelló).

A aquests mercats només hi poden anar pagesos productors del Parc Agrari que venen el que ells mateixos produeix, complementant l'oferta amb allò que puguin adquirir a un altre pagès que cultiva dins de l'àmbit del Parc i el seu entorn immediat dins de la comarca del Baix Llobregat. Si hi ha una glaçada que deixa el Parc Agrari sense producció, el Mercat de Pagès quedarà desabastit, i d'aquesta manera es fa particip al consumidor de la situació. Aquest és l'argument fonamental, tal com ha expressat algun pagès: "El joc net i la sinceritat basada en la coneixença". El consumidor pot arribar a conèixer el pare i la mare del que consumeix a través d'una vivència personal i no per una traçabilitat purament burocràtica. Aquesta és, com ja hem dit anteriorment, una de les característiques fonamentals de la comercialització de proximitat: que el consumidor deixi de ser un simple client i passi a ser coproductor.



Logotip i cartells de promoció dels Mercats de Pagès de Sant Boi de Llobregat i de la Colònia Güell, a Santa Coloma de Llobregat.

A tall de curiositat, fins i tot aquesta distància de què es considera local s'estableix per un criteri metropolità. El restaurant *Konstam* de Londres,¹⁶ del cuiner Oliver Rowe, proposava que el 85 % dels aliments fossin produïts dins la zona metropolitana definida per l'àrea que abraça la xarxa de metro de la capital britànica.

A aquests atributs de distància i temps cal afegir, com hem dit, el d'estacionalitat i el de coneixença. Un producte de proximitat ha de ser un producte estacional, és a dir, que respon a les estacions del calendari amb el principi de "cada cosa al seu temps" i el de "seguim el ritme de les estacions".

Però distància, temps i estacionalitat són atributs que fins i tot un centre comercial pot oferir. Per aquest motiu cal insistir en el valor afegit més important, el de la coneixença. El

¹⁶ Aquest restaurant, situats prop de Kings Cross, va obrir les portes per primera vegada el 2006 oferint un menú centrat en productes locals de temporada, amb un 80 % dels ingredients amb origen de dins i el voltant de Londres. Amb motiu de la crisi econòmica va tancar el 2 d'agost de 2010.

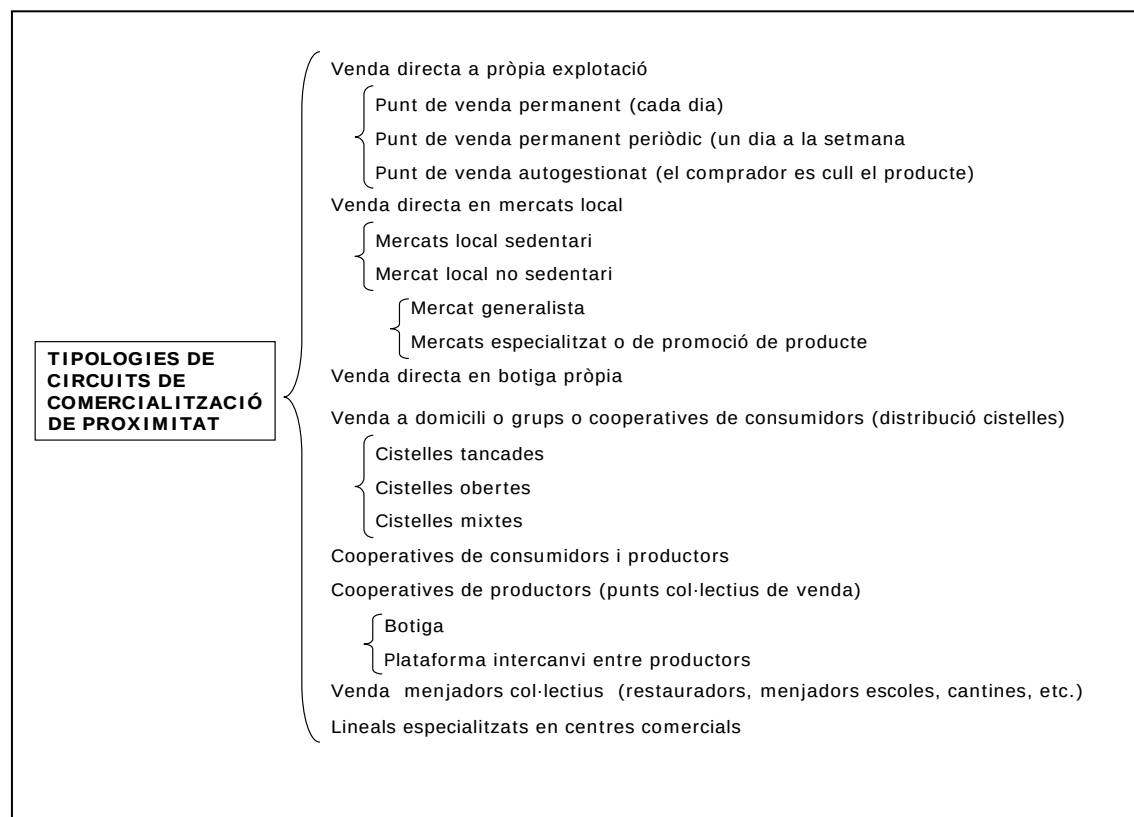
fet que productor i consumidor es puguin conèixer, intercanviar opinions i fer-se suggeriments. És en aquest moment quan és converteix en coproductor, quan es veuen cara a cara, tenen vivències personals i fins i tot emocions. Els actes de produir i de comprar han d'anar més enllà de ser simplement econòmics, han d'aportar vivències personals sorgides de les relacions establertes: les emocions quan es cull el primer tomàquet, de descobrir com creix una poma i, fins i tot, les emocions "negatives" quan una gelada ha malmès un conreu. Totes aquestes actituds personals porten a plantejar-se models d'explotació agrària i models de consum. Un altre element per a la reflexió i que no abordem en aquest article.

La deslocalització de les produccions repercuteixen en un factor important com és la despesa energètica del transport, sense oblidar el principi que transportar és contaminar. Cal, doncs, incorporar als CCP el concepte ambiental (que gràficament ve definit per la distància productor-consumidor) i els conceptes de frescor (concretat en el temps que transcorre des que es cull el producte fins que arriba al consumidor) i estacionalitat. El CCP té uns components econòmic, ambiental i social evidents.

2.3. El lloc de l'encontre i de l'acollida

Hi ha pagesos i hi ha consumidors tots ells propers, cal cercar punts de trobada, d'encontre i d'acollida. Punts que han de ser bidireccionals. El pagès s'ha d'apropar al consumidor, i el consumidor al pagès.

Aquesta ha estat i és una preocupació del Parc Agrari del Baix Llobregat: ser capaços de crear condicions favorables per a la trobada de l'oferta i la demanda que responguin als atributs anteriorment exposats i que defineixen el concepte de circuits de comercialització de proximitat. Les vies de comercialització dels productes de proximitat poden ser diverses tal com es pot observar en la tipologia del quadre adjunt. Pràcticament tots els canals són presents al Parc Agrari.¹⁷



¹⁷ Si s'entra al portal web www.elcampacasa.com es poden trobar pagesos de cadascuna de les vies de comercialització dels seus productes.

Tal com ja s'ha explicat, el Parc Agrari també impulsa —conjuntament amb la pagesia i els ajuntaments— mercats no sedentaris com els mercats de pagès a dos municipis de la comarca. Aquests mercats setmanals estan actuant, a més, com a dinamitzadors comercials dels indrets on s'ubiquen. Així mateix, s'han dut a terme accions d'arranjament de les parades que les cooperatives agràries que actuen dins del Parc Agrari tenen a Mercabarna i des d'on comercialitzen les produccions dels seus associats. Aquest és el cas de les cooperatives Agrícola del Prat de Llobregat, l'Agrària Santboiana i l'Agrària de Santa Coloma de Cervelló.

En altres casos s'ha impulsat, i donat a conèixer, els diferents portals web des d'on pagesos de manera col·lectiva o individual ofereixen les seves produccions als consumidors, sumant-hi el valor afegit del servei a domicili per a particulars o grups i cooperatives de consum (www.canperol.com, www.calrosset.com, www.hortetdelbaix.com, www.lapagesa.cat, vinyadecanfont.com, etc.).

El portal del Parc Agrari www.elcampacasa.com respon al concepte de directori en què es poden trobar, a partir de diferents cercadors (nom del pagès, municipi, producte, sistema de producció, sistema de comercialització, etc.), tots els pagesos que estan autoritzats a utilitzar el distintiu Producte FRESC del Parc Agrari del Baix Llobregat.



Text de la Carta del Producte FRESC del Parc Agrari per la qual s'autoritza utilitzar aquest distintiu al pagès o a la pagesa que el sol·licita.

Pel que fa a l'apropament del consumidor al Parc Agrari (i per tant a la pagesia), es duen a terme diferents accions dirigides directament al consumidor, als restauradors i a les escoles. En l'àmbit del consumidor cal destacar dues activitats amb nom propi: l'holeriturisme del Parc Agrari¹⁸ i Agriproxima't. L'holeriturisme o turisme de l'horta és una oferta periòdica dirigida als consumidors que gira al voltant d'un producte concret (carxofa, cirera, blada, poma, etc.) per tal que aquests el descobreixin a partir de dades històriques i econòmiques, l'observi al camp acompanyat d'un pagès productor que li explicarà com se sembra o planta,

¹⁸ Holus, -eris: verdura, hortalissa.

[illegible]

En el cas de Agriproxima't, es tracta d'una jornada informativa en què s'ofereix la possibilitat de conèixer qui cultiva fruites i verdures al Parc Agrari i com es poden adquirir. Mitjançant taules rodones amb el testimoni de productors i consumidors, es presenten les diferents modalitats de venda. La jornada s'acaba amb l'aportació d'una nutricionista i un taller gastronòmic.

Pel que fa a les escoles, el programa pedagògic “L’ecosistema agrari” es dirigeix a alumnes del cicle superior de primària de les escoles dels catorze municipis que formen part del Consorci del Parc Agrari. El programa es completa amb la fitxa “Anem al mercat! Els fruits de la terra, al seu temps” per aprofundir en el productes de proximitat a partir de la visita a un mercat per observar la procedència de les fruites i verdures que s’hi troben.



Cartell i fotografies d'un Agriproxima't.

Amb els restauradors que participen en les campanyes gastronòmiques de “Els Sabors de l’Horta” i “El Pota Blava a la Carta”, que el Parc Agrari organitzen conjuntament amb el Consorci de Turisme del Baix Llobregat, se celebren diversos tallers així com un *presstrip* o sessió dirigida a la premsa especialitzada per donar a conèixer els productes del Parc Agrari a l’hora que es potencia la restauració local.



Fotografies d'un *presstrip* tenint com a producte estrella la Carxofa Prat.

En les campanyes gastronòmiques, els restaurants es comprometen a assenyalar amb el distintiu de Producte FRESC del Parc Agrari del Baix Llobregat els plats de la carta que incloguin un producte del Parc Agrari i, d'aquesta manera informar-ne, el client.



Tríptic informatiu dels restaurants que participen a la campanya gastronòmica “Els Sabors de l’Horta”. Amb la intenció de promocionar els productes del Parc Agrari també s’ha estat present en algunes fires locals i a fires especialitzades com el Barcelona Degusta o Agrotur.

Les darreres iniciativa en la direcció de la promoció dels productes del Parc Agrari, i en fase de preparació, se circumscriu en el món digital. El butlletí mensual *Km 0. Productes dels temps i de la terra* oferirà informació sobre un producte determinat de temporada a partir de l’experiència personal i el saber fer que en tenen un pagès productor i un restaurador. Com es produeix i com es pot consumir, acompanyat d’una recepta culinària i de referències del producte en l’art, la literatura o el cinema.

La segona novetat és una aplicació per a mòbil pels sistemes Android i iPhone per poder localitzar restaurants i punts de venda a partir de codis QR i realitat augmentada.

