

A close-up photograph of several fresh fruits arranged on a white, textured surface. In the foreground, there is a large green apple with some brown spots, a purple plum, and a blueberry. In the background, there are several other fruits, including a red apple, a yellow-green apple, and an orange. The lighting is soft and natural, highlighting the textures and colors of the produce.

**FRUITA
FRESCA**

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

Els mercats turístics que presenten un interès major per a la incorporació de fruita fresca són:

- **Restaurants i hotels de nivell mig-alt i amb una capacitat mitjana**, que prioritzen la qualitat i la frescor màxima del producte fresc, en primer terme, i en segon lloc, valoren que sigui de proximitat. L'ús de productes locals frescos i de temporada esdevé un element de diferenciació de l'establiment i li aporta major qualitat.
- **Botigues tradicionals (fruiteries, verduleries)**. Esdevenen

mercats adients per a la comercialització de productes frescos directes de pagès.

- **Botigues especialitzades** (producte km0, gourmet). Són una tipologia d'establiment que vol oferir productes de gamma superior i exclusius. En aquest cas, els productes frescos diferencials (ecològics, varietats autòctones i amb distintius de qualitat agroalimentària tenen un lloc en aquest tipus de mercat.
- **Agrobotigues**: en tractar-se d'un producte directe de pagès.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

En aquest apartat es presenten alguns recomanacions a nivell de producció enfocades a oferir fruita fresca de proximitat als mercats turístics que hi tenen interès:

1. CULTIU DE VARIETATS AGRÍCOLES LOCALS I TRADICIONALS, CONJUNTAMENT AMB LA INCORPORACIÓ DE LA INNOVACIÓ PRODUCTIVA. Els dos factors poden ser aliats per oferir fruita fresca diferencial i singular i d'especial interès gastronòmic. Existeixen bancs de llavors i col·lectius que recuperen llavors tradicionals, així com estudis i projectes de recerca realitzats sobre les varietats locals de fruita, amb els quals es poden explorar possibilitats de col·laboració o bé pot ser documentació de referència per al cultiu de varietats fructíferes tradicionals.

- Xarxa Catalana de Graners. Inclou els diferents bancs de llavors del territori català: Ecollavors (la Garrotxa); Triticatum (la Garrotxa); l'Almàixera (Tarragona); Banc de llavors orientals (Vallès Oriental); Esporus – associació l'Era (Bages);

les Refardes (Bages); Banc de llavors Pirineus de Lleida (Alta Ribagorça); Arboreco (Baix Empordà); la Caseta (Alt Penedès); Banc de llavors de Collserola (Barcelona); la Panotxa.

<https://graners.wordpress.com/>

- Fitxes d'innovació productiva per a les empreses i ens locals de la Xarxa Productes de la Terra.
<http://www.diba.cat/documents/36150622/39162805/1989-15119-2013+Fitxes+d%2527innovaci%C3%B3%20productiva+per+a+les+empreses+i+ens+locals+E-LLIBRE.pdf/4cafba8a-0028-46f1-b947-f7085dbc582e>

2. DISTINTIUS DE QUALITAT AGROALIMENTÀRIA.

Es recomana que aquelles explotacions que es trobin en l'àmbit territorial reconegut d'algun d'aquests distintius, facin la gestió agrícola i els tràmits pertinent per a formar-ne part, ja que el distintiu confereix una imatge i un valor diferencial. En el cas de la comarca de la Selva, tots els municipis de la Selva estan inclosos dins la zona geogràfica emparada per la IGP Poma de Girona.

- Distintius d'origen i qualitat agroalimentària reconeguts.
<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/>
- Descripció normes IGP Poma de Girona.
http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/dar_igp/dar_productes_reconeixement_comunitari/dar_poma_girona/

3. TÈCNiques DE CULTIU BASEDES EN LA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA, LA BIODINÀMICA I L'AGROECOLOGIA.

La **producció ecològica, la producció biodinàmica i l'agroecologia** són sistemes de producció agrària que es caracteritzen per evitar l'ús de productes químics i de síntesi i tenir respecte per la biodiversitat agrària i l'entorn natural i social. El mercat dels productes ecològics segueix una tendència a l'alça i presenta expectatives de continuar creixent en els propers anys, per la qual cosa optar pel sistema de producció agrària ecològica és un aspecte a tenir en compte per satisfer aquest increment en la demanda dels mercats.

- Materials de referència en fructicultura ecològica.
<http://pae.gencat.cat/ca/publicacions-materials-referencia/produccions-agricoles/fruiteres/>
- Manual d'emprenedoria ecològica
http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxius/2013_manualemprenedoriaeco.pdf
- Guia d'operadors registrats al CCPAE.
http://81.92.138.108/GD/guiaDirectorioWebHome.action?request_locale=ca
- Formació en producció ecològica.
<http://pae.gencat.cat/ca/formacio/>

4. FER PRODUCTES ELABORATS A PARTIR DEL PRODUCTE FRESC

per tal d'oferir major diversitat de producte. La realització d'una **transformació del producte frutícola fresc** en diferents opcions d'**elaborats**, com poden ser **sucs, purés, melmelades o fruites deshidratades**, confereix major valor afegit a les produccions i permet diversificar les fonts d'ingressos procedents de l'activitat agrària. Algunes referències:

- Fruita deshidratada. Fruits Friends, amb seu a Barcelona, ofereix fruita semideshidratada i barretes energètiques fetes a partir d'aquesta fruita.
<http://www.bornfruits.com>
Ara per ara aquesta producció es fa a l'Àfrica del Sud però s'està estudiant l'opció de fer una planta de dessecat a l'Empordà.
<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18->

[economia/923580-born-vol-muntar-a-lemporda-una-planta-de-fruita-deshidratada.html](http://www.elpuntavui.cat/economia/923580-born-vol-muntar-a-lemporda-una-planta-de-fruita-deshidratada.html)

- Puré de fruites congelades.
<http://www.proex.cat/fruiteres-fresques-xcid>
- Algunes recomanacions per incrementar encara més el valor afegit dels productes elaborats a partir de fruites són les següents:
- Que les matèries primeres i el procés d'elaboració segueixin **les directrius de la producció ecològica** i comptin amb la seva certificació.
 - > **CAN MORAGUES.** Elaboren melmelades de poma i canyella i de pera amb menta utilitzant varietats locals cultivades segons directrius de producció ecològica a la zona.
<http://www.canmoragues.cat>
- Que **les receptes d'elaboració es basin en la tradició** i es segueixin **processos artesanals propis de l'artesanía alimentària, sense conservants ni additius**, que permeten obtenir **productes gourmet**.
- Que el procés d'elaboració permeti **conservar les propietats nutricionals de les matèries primeres**.
 - > **CA L'ARPELLOT.** Innovació en sucs verds a partir de fruites i verdures per a diferents perfils i premsats en fred, sistema que conserva al màxim els nutrients de les matèries primeres.
<http://calarpellot.cat/productes-propis/suquissims/>
- Que les **receptes siguin innovadores**, oferint als mercats productes amb **combinacions de productes i gustos nous**, i comunicar els seus usos i maridatges amb altres productes i a la cuina.
 - > **SUCS BFRESC.** Sucs ecològics i premsats ens fred. Barreja fruites i verdures en receptes diferents i innovadores.
<http://bfresc.com/ca/>
- Crear **línies de producte adreçades a perfils de clients** específics: infantil, vegà o vegetarià, intolerants alimentaris, entre d'altres.
 - > **SUCS BFRESC.** Sucs ecològics i premsats ens fred. Producte enfocat a persones inquietes per la seva salut, que posa en valor el seu poder energètic i antioxidant.
<http://bfresc.com/ca/>
- Que l'elaboració tingui algun valor social o ambiental: per exemple, a nivell social, que sigui fet per persones amb risc d'exclusió social; a nivell ambiental, que sigui fet a partir d'excedents o mermes dels conreus agrícoles.
 - > **CAN MORAGUES.** Conserves, melmelades i salses ecològiques en col·laboració entre la Fundació Astres i la Fundació Emys.
<http://www.canmoragues.org/>



5. ELABORATS DE 4A GAMMA. Per facilitar l'entrada dels productes frescos de l'horta de proximitat als mercats turístics, els **productes elaborats de 4a gamma** són una bona solució, ja que permeten un estalvi important de temps a la cuina i redueixen les mermes de producte.

- La **4a gamma** de fruites inclou la seva preparació mitjançant diferents operacions: selecció, pelat, tallat, rentat i envasat. Són conservades, distribuïdes i comercialitzades sota cadena de fred, i estan a punt de ser consumides crues. En són un exemple les broquetes de fruita; les fruites laminades, en rodanxes, ratllades a daus o desgranades. Tot i així, segueix tractant-se d'un producte perible que ha de ser consumit en pocs dies. S'envasen en plàstic per a ús alimentari, en atmosfera convencional o bé, preferiblement i per evitar riscos de contaminació, en atmosfera protectora o al buit.
- Alguns exemples de productes de 4a gamma de fruites:
 - > **FRUTAS RUIZ.** Elaboració de productes de 4a i 5a gamma amb diferents verdures, hortalisses i tubercles.
<http://frutasruiz.es/4a-y-5a-gama/>
 - > **CA L'ARPELLLOT.** Productes propis cuits al buit.
<http://calarpellot.cat/productes-propis/cuit-al-buit/>
 - > **PROEX.** Distribució alimentació Tarragona, especialitzada en proveir a establiments del canal HORECA. Ofereix varis productes de 4a gamma:
<http://www.proex.cat/iv-gamma-fruites-i-verdures-xcid>

6. ENVASAT. El producte fresc acostuma a presentar-se a **granel**, en capsos de cartró o de plàstic específiques per a verdura. En alguns casos, el producte es pot **envasar amb envàs de plàstic transparent per a ús alimentari** per tal de facilitar-ne l'observació per part del client. Per als productes elaborats, en funció del tipus de producte, poden haver-hi diferents formats d'envasat per adaptar-se a cada tipus de mercat (pots de vidre i al buit per a les mermelades; envàs de tetrabrick o de PET per a conserves, sucus, purés, etc.; safates de plàstic i envasat al buit o en atmosfera protectora per a 4a gamma, entre d'altres).

7. CONSERVACIÓ. Un cop recol·lectat el producte, és essencial la seva **conservació en un lloc fresc i fosc** que garanteixi la conservació de la seva frescor fins al moment d'entrega. El temps òptim entre la collita i l'entrega del producte al client ha de l'inferior possible. L'ús de **càmeres de refrigeració** estàndards permeten allargar la conservació del producte fresc uns dies més, variables en funció de cada producte; mentre que les **càmeres de refrigeració d'atmosfera controlada** permeten allargar-la fins a setmanes o mesos després d'haver estat recollides. Per als productes elaborats, els requisits de conservació varien en funció del tipus de producte. Les mermelades, els sucus i els productes deshidratats/semideshidratats no requereixen de refrigeració, mentre que els productes de 4a gamma sí que en requereixen.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

A nivell de promoció, es poden seguir les següents recomanacions:

1. ETIQUETATGE. En tots els casos en que el producte fresc s'envasi, ja sigui amb caps de cartró, envàs de plàstic o de vidre, safata, etc. i també per als productes elaborats, és important un correcte etiquetatge del producte. Veure apartat 4 (Solucions genèriques).

2. PACKAGING. En el cas concret dels productes elaborats, la presentació és un aspecte clau per a tenir bona entrada en determinats mercats turístics, en especial, si es vol entrar en botigues especialitzades o gourmet en què el producte s'exposa en vitrines.

- **LA FAGEDA.** Elaboració de melmelades i conserves dolces i salades en diferents formats (per maridar, *gourmet* i per a regalar) de presentació molt acurada.
<http://www.fageda.com/melmelades/>
- **LES FILOS.** Melmelades fetes en base al préssec d'Ordal, varietat local. Packs i complements.
<http://lesfilosmarket.com/categoria-producte/packs>

3. DISPOSAR D'UNA PÀGINA WEB de l'empresa, amb informació àmplia relativa als productes i als processos de cultiu / elaboració d'aquests, propietats nutricionals, receptes de cuina, agenda d'activitats, etc.

4. FER ÚS DE LES XARXES SOCIALS per estar contínuament en contacte amb els clients i donar informació sobre les darreres novetats, agenda d'activitats, temporada dels productes entre d'altres.

5. DISPOSAR D'UN CATÀLEG DE PRODUCTES amb un tarifari actualitzat, i en el cas dels productes frescos, amb un calendari de la temporada de cada producte.

6. FER ÚS DE TÈCNiques COMUNICATIVES BASADES EN EL RELAT DEL PRODUCTOR I DEL PRODUCTE

que es pot utilitzar en diferents formats i extensions en funció del suport i mitjà on s'utilitzi: pàgina web, catàleg, etiqueta, targetes de presentació, material per a fires.

- Referència: Guia "Storytelling y branded content". ADECEC. Asociación de Empresas consultoras en relaciones públicas y comunicación. Descarregable a:
http://www.adecec.com/pdf/la_guia_de_storytelling_y_branded_content_de_adecec.pdf
- **2147 MANS.** La memòria de les mans.
http://www.2147mans.coop/wp-content/uploads/2015/12/la_memoria_de_les_mans.pdf
- **LES FILOS.** Qui som.
<http://lesfilosmarket.com/qui-som>

7. ORGANITZAR O PARTICIPAR EN ACCIONS DE PROMOCIÓ, DIFUSIÓ I PEDAGOGIA,

a través de les quals es doni informació sobre l'empresa, s'informi de les propietats nutricionals dels productes i els beneficis per a la salut - en el cas concret de les fruites, aquesta és una eina de promoció molt interessant per al consum d'aquesta tipologia de productes, i sobretot encaixa molt bé amb un **segment de mercat que es cuida i es preocupa per la salut**- i es facin recomanacions

sobre el seu consum (dosis, millors moments, maridatges, etc).

Algunes de les accions que es poden organitzar són:

- Programar jornades de portes obertes i visites guiades a l'explotació. Per tal de donar a conèixer als clients, ja siguin particulars o bé restaurants, menjadors col·lectius, hotels, etc., l'explotació agrària d'on provenen les fruites.
- > **LES FILOS.** Programa de visites a la finca i a l'obrador.
<http://lesfilosmarket.com/visites>
- Realitzar actes lúdics i didàctics que enforteixen les relacions entre productor i client.
- Col·laborar amb cuiners amb els quals fer *showcookings* i degustacions de producte.
- Adherir-se a campanyes sobre bons hàbits alimentaris:
 - > Campanya 5 al dia.
<http://www.5aldia.es/>

> RECOMANACIONS A NIVELL DE COMERCIALIZACIÓ/DISTRIBUCIÓ

Els mercats turístics valoren en primer terme que les fruites tinguin la màxima frescor possible en el moment de la seva entrega pel seu ús i consum posterior. Per aconseguir-ho, cal tenir en compte algunes recomanacions:

1. PRIORITZAR ELS CIRCUITS CURTS DE COMERCIALIZACIÓ.

Els circuits curts de comercialització (venda directa a consumidor final, o bé a través d'un únic intermediari, en general, botiga al detall, supermercat, restaurant, menjador) permeten mantenir una relació més propera amb els mercats i amb els consumidors del producte i garantir les condicions de màxima frescor en el moment de l'entrega del producte. A més, de cara al productor, els circuits curts permeten obtenir ingressos més justos.

2. VALORAR LA COMERCIALIZACIÓ CONJUNTA.

La comercialització conjunta amb diferents productors associats permet oferir quantitats de producte major que poden resoldre necessitats de cuines de major capacitat. Alhora, també permet diversificar

l'oferta de productes i compartir la distribució.

- Hortec. Cooperativa de productors ecològics associats per a una distribució i comercialització conjunta de les produccions.

<http://www.hortec.org/News/index/lang/ca>

3. FER VENDA ONLINE. La comercialització online facilita el procés de compra, ja que estalvia temps, es pot fer des de casa i en qualsevol moment del dia.

4. ESCOLLIR L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ MÉS ADIENT. Cal tenir en compte els recursos humans i el temps disponibles, així com els costos, i valorar l'opció que surti més rentable, ja sigui distribució pròpia, compartida o bé amb empresa de distribució externa.

- De forma **individual**, essent el mateix productor qui reparteix.
- **En col·laboració amb altres productors** del mateix municipi o rodalies amb els quals poder esta-

blir aliances per compartir rutes de distribució.

- Disposar de personal propi a l'empresa que s'encarregui de les tasques comercials i de distribució.
- Externalitzar la distribució a un professional extern, un **distribuïdor**, que s'encarrega de fer el repartiment als clients. En el cas d'optar per distribuïdor, cal tenir en compte les diferents tipologies que podem trobar: distribuïdor multi-producte, distribuïdors especialitzats en producte gourmet, en producte artesanal, en producte ecològic, etc. i cal escollir aquell distribuïdor que s'adigui amb el tipus de producte i amb els mercats als quals es vol arribar. Alguns exemples de distribuïdors especialitzats en producte local:
 - > **GOURMET LA SELVA.** Empresa que distribueix bàsicament vins però que podria tenir interès en distribuir altres productes gourmet.
<http://www.gourmetlaselva.com>
 - > Plataformes de venda de productes locals.
 - MENGBAGES.**
<http://www.mengembages.coop>
 - SOCIUM.**
<http://socium.cat/es/>
 - PRODUCTES LOCALS.**
<http://www.producteslocals.cat/>
 - ARA PROXIMITAT.**
<http://www.araproximitat.cat/botiga/>
- Participar d'una **central de compres**. La central de compres centralitza en un únic punt els diferents productes i després els reparteix als diferents mercats.
 - > **ECOCENTRAL.** Central de compres que subministra producte local i ecològic a empreses gestores de menjadors escolars.
<http://ecocentral.cat/>

5. TRANSPORT I ENTREGA. El producte fresc és aconsellable que es distribueixi amb **transport refrigerat**, sobretot si els trajectes de transport són superiors a les 2h, i per als productes de 4a i 5a gamma és necessària la refrigeració del producte (entre 2°C i 5°C). El transport refrigerat pot ser propi, o bé també es pot contemplar la possibilitat de fer ús de servei extern amb vehicle frigorífic, comprovant que no es transportin altres productes incompatibles (peix, carn, productes no alimentaris). També és convenient que el producte es presenti en caixes (de cartró o de plàstic) per facilitar-ne el transport, l'entrega i l'emmagatzematge.

