



**VERDURES,
HORTALISSES
I TUBERCLES**

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

Tal i com passa en el cas de la fruita fresca, els mercats turístics que presenten un interès major per a la incorporació de verdures, hortalisses i tubercles locals són:

- **Cuines de 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. Alhora, en la mesura del possible, respecten i s'adapten a les condicions de temporalitat d'alguns d'aquests productes concrets, fent cartes de temporada. 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) i els de 4a i 5a gamma tenen un lloc en aquest tipus de mercat.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

En aquest apartat es presenten alguns recomanacions a nivell de producció enfocades a oferir verdures, hortalisses i tubercles de proximitat amb alt valor afegit que poden ser d'interès per als mercats turístics:

1. CULTIU DE VARIETATS AGRÍCOLES LOCALS I TRADICIONALS, CONJUNTAMENT AMB LA INCORPORACIÓ DE LA INNOVACIÓ PRODUCTIVA. Els dos factors poden ser aliats per oferir **verdures, hortalisses i tubercles diferencials i singulars i amb un 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, amb els quals es poden explorar possibilitats de col·laboració o bé pot ser documentació de referència per al cultiu de varietats agrícoles 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/>

- Projecte Traditom. Projecte de Recerca i Innovació dirigit a la identificació i valorització de les varietats tradicionals europees de tomàquet i les seves pràctiques de cultiu per millorar la competitivitat empresarial.
<http://traditom.eu/ca/>
- 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>
- Prospecció de varietats locals d'horta al Maresme.

http://www.ccmareme.cat/ARXIUS/2015/PROMOECO/PRODUCTESTERRA/2015_Prospec_Mareme_copia_publica.pdf

- Torna Terra. Iniciativa empresarial agrària de recuperació d'horts en desús per mitjà de la recuperació i reintroducció de varietats tradicionals d'horta.

<http://tornaterra.cat/>

2. DISTINTIUS DE QUALITAT AGROALIMENTÀRIA.

El cultiu de varietats agrícoles autòctones reconegudes amb **distintius de qualitat agroalimentària** si l'exploració es troba en l'àmbit territorial reconegut pel distintiu. En el cas de la comarca de la Selva, per exemple, els municipis de Blanes, Fogars de la Selva, Maçanet de la Selva i Hostalric es troben dins la zona geogràfica emparada per la DOP Mongeta del Ganxet, que en aquest cas, es tracta d'un llegum.

- Distintius d'origen i qualitat agroalimentària reconeguts.
<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/>

3. TÈCNiques DE CULTIU BASADES 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 horticultura ecològica.
<http://pae.gencat.cat/ca/publicacions-materials-referencia/produccions-agricoles/horticultura/>
- 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. PLANIFICAR ELS CULTIUS AMB ELS MERCATS.

En el cas que hi hagi acords comercials amb cuines de restaurants, hotels o menjadors col·lectius,

és interessant fer una **planificació prèvia dels cultius** per adaptar-se a les necessitats i interessos del restaurant i alhora minimitzar el malbaratament alimentari al camp i oferir uns preus més competitius. La planificació acordada entre el productor i el restaurant ofereix beneficis a ambdues parts: per una banda, al pagès li garanteix la venda de la producció; i per l'altra banda, al restaurant li garanteix tenir proveïment dels productes d'horta que necessita durant tot l'any.

- Planificació de la producció entre **CAL CERDÀ** i el **RESTAURANT TARAMBANA**.
<http://www.etselquemenges.cat/origen/cal-cerda-menjar-que-canvia-el-mon-36079>
- Planificació de la producció conjunta entre els pagesos/es subministradors de producte i Eco-menja (menjadors escolars ecològics).
<https://ecomenja.wordpress.com/2015/09/22/nova-planificacio-amb-els-pagesos-i-pageses-decomenja/>

5. PLANIFICAR ELS CULTIUS DE FORMA CONJUNTA ENTRE PRODUCTORS.

Una altra opció per poder garantir el subministrament de les quantitats i varietats demandades per les cuines de restaurants, hotels i menjadors col·lectius és la **planificació conjunta** amb altres productors.

- **2147 MANS**. Cooperativa social integrada per altres empreses socials (empreses d'inserció, centres especials de treball, fundacions privades) que planifiquen la producció, especialitzant-se cada entitat amb el cultiu o cultius concrets ecològics, i d'aquesta manera, poden subministrar la demanda dels seus clients.
<http://www.2147mans.coop/>

6. TREBALLAR EN XARXA AMB ALTRES PRODUCTORS.

També es recomana treballar en xarxa amb altres petits productors, amb els quals es poden complementar les diferents varietats de productes per tal d'oferir als mercats en el seu conjunt una major oferta tant en quantitat com en diversitat.

- **HORTA EL BANYONET** dins la Xarxa de productors ecològics de la conca de la Tordera.
<http://www.elbanyonet.cat/cistella-de-la-setmana-del-21-al-27-de-marc/>

7. FER PRODUCTES ELABORATS A PARTIR DEL PRODUCTE FRESC

per tal d'oferir major diversitat de producte. La realització d'una **transformació del producte fresc d'horta** (verdura, hortalissa, tubercle) en diferents opcions **d'elaborats**, com po-

den ser **conserves, salses, patés, melmelades, chutney, purés o cremes** confereix major valor afegit a les produccions i permet diversificar les fonts d'ingressos procedents de l'activitat agrària. Alhora, de cara als mercats, els productes elaborats a partir de verdures, hortalisses i tubercles de proximitat són una solució, atès que són productes ja llestos per al seu consum i presentem temps de conservació més llargs. Algunes recomanacions per incrementar encara més el valor afegit dels productes elaborats a partir de verdures, hortalisses i tubercles són les següents:

- Que les matèries primeres siguin de la pròpia explotació o bé d'alguna explotació propera i reconeguda per tal de conèixer-ne l'origen i tenir la traçabilitat del producte.
- Que les matèries primeres i el procés d'elaboració segueixin les directrius de la producció ecològica i comptin amb la seva certificació.
 - > **CASA AMELLA BIO FOOD.** Cremes i salses de verdures fetes a partir de productes ecològics de productors locals. Sense sucres afegits, ni gluten, ni lactosa ni ou i aptes per a vegans.
<http://www.casaamella.com/ca/>
- Que les receptes d'elaboració es basin en la tradició i es segueixin processos artesanals propis de l'artesania alimentària, sense conservants ni additius, que permeten obtenir productes gourmet.
 - > **VEGETÀLIA.** Innovació en cremes de verdures.
<http://vegetalia.com/actualitat/noticia/1877/seguim-innovant-us-presentem-nous-productes>
- Que el procés d'elaboració permeti conservar les propietats nutricionals de les matèries primeres.
 - > **CA L'ARPELLOT.** Innovació en sucus verds a partir d'hortalisses 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/suquisims/>
- 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.
 - > **LA FAGEDA.** Melmelades *gourmet*, amb receptes innovadores i recomanacions per al seu maridatge i consum.
<http://www.fageda.com/melmelades-gourmet/>
- Crear línies de producte adreçades a perfils de clients específics: infantil, vegà o vegetarià,

intolerants alimentaris, entre d'altres.

- > **HORTUS APRODISCAE.** Aprodisca, Centre Especial de Treball. Elaboració de potets infantils amb verdures pròpies.
<http://hortusaprodiscalae.org/productes-hortus/potet-de-vedella-amb-verdures-ecologic-de-180-g/>
- > **ES MOU.** Patés vegetals i conserves en oli aptes per a vegans.
<https://esmoutot.wordpress.com/delicies-vegetals/>
- 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/>
 - > **ÉS IM-PERFECT.** Conserves i melmelades elaborades per Espigoladors a partir d'excedents i mermes que es descarten dels camps.
<http://www.espigoladors.cat/>

8. ELABORATS DE 4A I 5A GAMMA. Per facilitar l'entrada dels productes frescos de l'horta de proximitat als mercats turístics, els **productes elaborats de 4a i 5a 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** d'hortalisses 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 fulles d'enciam per a amanides, mesclum d'herbes, xampinyó laminat, patata tallada en diferents formats, ceba tallada, etc. El fet d'estar a punt per al seu ús a la cuina i d'estar envasades en facilita el seu consum i conservació per part dels mercats. 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.
- La **5a gamma** són productes tractats per calor, preparats per a ser consumits i que es comercialitzen refrigerats. Inclouen des de verdures cuites fins a plats preparats. Per al seu consum, tan sols és necessari escalfar el producte prèvia-

ment. Normalment s'envasen en material plàstic per a ús alimentari, però també poden anar amb atmosferes protectores (buit, atmosfera modificada, etc.). La vida útil d'aquests productes varia entre els 6 i els 42 dies, depenent del tipus d'aliment i del tractament tèrmic aplicat.

Alguns exemples de productes de 4a i 5a gamma de verdures, hortalisses i tubercles:

- **PÀMIES HORTÍCOLES.** Elaboració de 4a gamma amb mesclum d'herbes per a amanides i altres productes.
http://www.pamieshorticoles.com/Herbes-per-a-amanides_2.html
- **VERDURA MASCLANS.** Elaboració de quarta gamma per al processat de verdures ecològiques, des de la seva producció al camp, passant per la seva preparació, tallat, rentat, assecat i envasat del productes en cru fins al consumidor.
<http://www.aravalles.cat/noticia/102140/verdura-masclans-de-caldes-finalista-al-premi-pita-de-la-generalitat>
- **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'ARPELLOT.** Productes propis cuits al buit.
<http://calarpellot.cat/productes-propis/cuit-al-buit/>

9. ENVASAT. El producte fresc acostuma a presentar-se a **granel**, en capsas de cartró o de plàstic específiques per a verdura. En alguns casos, el producte es pot **envasar de forma individual amb**

envàs de plàstic transparent per a ús alimentari

per tal d'adequar-se millor als mercats turístics, facilitant la conservació del producte fresc. En aquest cas, es fa necessari disposar de maquinària específica per a l'envasat. 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 conserves; envàs de tetrabrick o de PET per a conserves, sucres, purés, etc.; safates de plàstic i envasat al buit o en atmosfera protectora per a 4a i 5a gamma, entre d'altres).

- **CAL SENYORET.** Viladecans.
<http://www.elcampacasa.com/productors/domenech-magem-joan>

10. 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** permet allargar la conservació del producte fresc uns dies més, variables en funció de cada producte. Per als productes elaborats, els requisits de conservació varien en funció del tipus de producte: si es tracta d'una melmelada o conserva, el producte no requereix de refrigeració; en canvi, per als productes de 4a i 5a gamma es requereix de refrigeració.

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 capsas 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.** Packs i complementos.

<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 continuament 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 verdures, hortalisses i tubercles, 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 les diferents opcions culinàries del producte. 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 verdures, hortalisses i tubercles.
 - > **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. Per exemple, es poden fer tallers diversos com elaboració de conserves, obtenció i conservació de llavors, planter vegetal, receptes de cuina, entre d'altres.
 - > La gran tumakada de l'associació **l'ERA**.
<http://associaciolera.org/la-gran-tumakada-dijous-27-dagost/>
- Col·laborar amb cuiners amb els quals fer showcookings i degustacions de producte.
- Esponsoritzar actes populars que s'organitzin al municipi.
 - > **CA L'ARPELLOT.**
<http://calarpellot.cat/divulgacio/>
- Fer un calendari de producció i collita, durada de cada producte, etc. per tal de comunicar la temporalitat dels productes per sensibilitzar i educar els mercats turístics. D'aquesta manera, es pot facilitar la planificació dels menús i de les cartes de temporada.
- Adherir-se a campanyes sobre bons hàbits alimentaris i com les hortalisses, verdures i tubercles formen part d'aquests hàbits.
 - > Campanya 5 al dia.
<http://www.5aldia.es/>



> RECOMANACIONS A NIVELL DE DISTRIBUCIÓ / COMERCIALIZACIÓ

Els mercats turístics valoren en primer terme que les verdures, hortalisses i tubercles tinguin la màxima frescor possible en el moment de la seva entrega per al 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 capa-

citat. 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 establir 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.