

---

# ESTAT, REPTES I POTENCIALITATS DEL SECTOR AGROECOLÒGIC AL CAMP DE TARRAGONA:

Contextualització i anàlisi de precedents  
Diagnosi i propostes d'actuació



**Elaborat 2018-2019**

**Publicat al gener del 2021**

**Encàrrec:** Coopcamp – Ateneu Cooperatiu del Camp de Tarragona

**Autoria:** Aixopluc



Pere Artigas Vidal  
Jordi Cardona Miracle  
Jose Cortés Rubira  
Agnès Moya Gállego  
Aran Reguant Jové

**Col·laboradores:**

Mercè Casabona Ferré  
Maria Hernández Navarro

**Disseny i maquetació:** El Far Cooperatiu

**Impulsa:**



**Promou:**



**Amb el finançament de:**



Aquesta obra està sota una llicència de Creative Commons

Reconeixement-NoComercial 4.0 Internacional

Autoria Desconeguda

# ÍNDEX

MOTIVACIONS DEL TREBALL	5
OBJECTIUS	6
L'EQUIP DE TREBALL	7
METODOLOGIA	8
<b>DOCUMENT 1. CONTEXTUALITZACIÓ I ANÀLISI DE PRECEDENTS</b>	<b>10</b>
<b>1. EL SECTOR AGROALIMENTARI AL CDT DESCRIPCIÓ I ANÀLISI</b>	<b>11</b>
1.1 ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	11
1.2 POTENCIAL BASE: DETECCIÓ I DESCRIPCIÓ	13
1.3 LÍNIES DE TREBALL EN EL POTENCIAL BASE	15
<b>2. L'ENXARXAMENT COM A EINA DE DINAMITZACIÓ. ESTUDI DE PROJECTES D'ENXARXAMENT EN EL SECTOR AE</b>	<b>17</b>
2.1 DISSENY I REALITZACIÓ DE LES ENTREVISTES	17
2.2 BUIDATGE DE LES ENTREVISTES	18
2.3 ANÀLISI DELS PROJECTES D'ENXARXAMENT	19
2.4 NOTES RELLEVANTS	23
<b>DOCUMENT 2. DIAGNOSI I PROPOSTES D'ACTUACIÓ</b>	<b>25</b>
<b>3. DETECCIÓ DE NECESSITATS DEL SECTOR AE DEL CAMP DE TARRAGONA</b>	<b>27</b>
<b>4. IDENTIFICACIÓ DE LÍNIES D'ACCIÓ POTENCIALS</b>	<b>29</b>
Necessitats en l'àmbit de les instal·lacions de producció	30
Necessitats en l'àmbit de la logística de distribució	30
Necessitats en els àmbits de l'accés al coneixement i l'assessorament	31
Necessitats en els àmbits de la conscienciació social i representació del sector agroecològic	32
Necessitats en l'àmbit de la comercialització	33
Necessitats en l'àmbit de l'accés a la terra	34
Necessitats en l'àmbit de l'accés a l'aigua	34
<b>5. AGRUPACIÓ DE LES LÍNIES D'ACCIÓ PER ÀMBITS D'ACTUACIÓ</b>	<b>35</b>

<b>6. DESENVOLUPAMENT DE LES LÍNIES D'ACCIÓ POTENCIALS</b>	<b>36</b>
6.1 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT POLÍTIC	36
6.2 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL	42
6.3 LÍNIES D'ACTUACIÓ EN L'ÀMBIT LOGÍSTIC	47
6.4 LÍNIES D'ACTUACIÓ EN L'ÀMBIT TÈCNIC	51
6.5 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT SOCIAL	53
<b>7. PRIORITZACIÓ DE LES LÍNIES D'ACCIÓ</b>	<b>57</b>
7.1 Detecció d'obstacles desllorigadors	57
7.2 Línies d'acció catalitzadores	60
<b>8. DESENVOLUPAMENT D'ACCIONS</b>	<b>64</b>
<b>ANNEX I. TAULA POTENCIAL BASE</b>	<b>65</b>
<b>ANNEX II. ANÀLISI D'EXPERIÈNCIES PRÈVIES. PLANTILLA D'ENTREVISTA.</b>	<b>66</b>
<b>ANNEX III. BUIDATGE ANALÍTIC DE LES ENQUESTES</b>	<b>68</b>

## MOTIVACIONS DEL TREBALL

Al Camp de Tarragona hi ha diversitat d'iniciatives de producció agroramadera i d'elaboració agroalimentària que treballem amb criteris agroecològics.

L'Agroecologia és una corrent que neix de les lluites camperoles d'Amèrica del Sud per defensar les produccions locals davant l'entrada de grans multinacionals estrangeres que acaparen la terra i els recursos naturals i imposen un model agrícola de monocultius intensius orientats a l'exportació, delmant la capacitat de les comunitats locals per autoabastir-se.

Cap als anys '90 l'agroecologia entra amb força a Catalunya i es realitza una gran feina de divulgació, recerca i difusió de l'agroecologia relacionada amb el consum conscient i la justícia social i ambiental.

Aquesta visió és adoptada per multitud de pagesos i pageses que volen fer una passa més enllà de la producció agrària ecològica incorporant criteris de sostenibilitat no només en la vessant productiva, sinó en tota la cadena alimentària i incorporant criteris socio culturals, polítics i econòmics en els seus projectes productius per avançar cap a un sistema agroalimentari territorialitzat, més just i sostenible.

Des d'ençà, el nombre i complexitat de les experiències productives agroramaderes que s'autodenominen agroecològiques ha crescut molt a Catalunya, però a mesura que avancem també sorgeixen nous reptes per abordar de forma col·lectiva les dificultats de les petites i mitjanes empreses agràries per aconseguir ser sostenibles a nivell social (que les persones que hi treballen tinguin les condicions de vida que desitgen), econòmic i ecològic.

La viabilitat de la pagesia és indispensable també per al manteniment del mosaic agroforestal i ramader i per a la reproducció sostenible de les comunitats rurals que viuen integrades en l'entorn, son preservadores dels recursos naturals i constructores de sobirania alimentària.

En aquest treball, elaborat per un grup de pagesos i pageses agroramaderes que produeixen sota criteris agroecològics, s'identifiquen aquests reptes i el que és més important, s'apunten propostes col·lectives, en clau d'economia social i solidària que poden donar resposta a les necessitats del sector actualment al Camp de Tarragona.

---

## OBJECTIUS

L'objectiu general del treball és el de generar propostes de línies d'acció viables i sostenibles en el temps i encarades a potenciar el desenvolupament i la sostenibilitat d'iniciatives de producció i distribució d'aliments amb criteris agroecològics, en el marc de l'enxarxament o la col·laboració, al Camp de Tarragona.

Per assolir-lo s'han fixat els següents objectius específics:

- Estudiar diferents propostes de producció i/o distribució col·lectiva o d'enxarxament i analitzar els elements més destacables del seu model. Categoritzar i sistematitzar aquesta informació per a poder-ne disposar de forma posterior, a l'hora de generar noves propostes.
- Elaborar un cens extens dels projectes del sector primari, dins l'àmbit geogràfic del Camp de Tarragona, que podrien beneficiar-se de les actuacions proposades en el present treball.
- Identificar les necessitats existents en el desenvolupament d'iniciatives de producció agroecològica al Camp de Tarragona.
- Proposar i descriure línies d'acció encarades a cobrir les necessitats detectades.
- Identificar quines són les línies d'acció prioritàries



---

## L'EQUIP DE TREBALL

L'equip de treball està format per persones pertanyents a Aixopluc, un col·lectiu que integra 4 experiències productives de sectors diferents (ramaderia, horticultura, olivicultura i fructicultures de fruita seca i fruita dolça), però que a la vegada disposen d'un perfil tècnic, amb formació en el sector agrari i que han desenvolupat tasques professionals en diferents àmbits del sector, des de la formació o l'assessorament fins a la funció pública o el treball tècnic en l'empresa privada.

Un conjunt de trajectòries diverses i que territorialment també estaven disperses, però que actualment estan vinculades al Camp de Tarragona.

Es per això que considerem que l'equip de treball té un rol d'observació participant, donat que som actors dins el sistema que estem estudiant. Resulta interessant, per ser poc habitual en els processos de diagnòstic o de dinamització agroecològica, que els participants en el procés siguin íntegrament productors i productores.



## METODOLOGIA

L'encàrrec inicial de Coopcamp demana una breu diagnosi de les necessitats del sector agroecològic, en quant a logística i distribució dins l'àmbit territorial del camp de tarragona, per tal de formular propostes de distribució o comercialització conjunta dins del món de l'economia social i el cooperativisme.

Arran d'aquest encàrrec dissenyem una primera proposta de metodologia de treball que es basaria en formular les propostes a partir de les necessitats d'un conjunt més o menys ampli de projectes agroecològics recollides a través d'una enquesta. L'enquesta s'elaboraria en base al nostre propi coneixement i a la informació que puguem obtenir sobre projectes que ja s'hagin dut a terme relacionats amb la logística i la distribució dins els sector agroecològic.

Així, la proposta seria recollir a través d'entrevistes l'experiència de diferents projectes del sector primari que han agrupat logística, distribució i/o comercialització (projectes d'enxarxament d'ara endavant), i complementar-la amb una petita autodiagnosi de l'equip de treball, per tal d'elaborar una enquesta relativament ràpida que ens permetés recollir les necessitats de molts projectes productius. Realitzar entrevistes obertes és un procés llarg i costós, mentre que una enquesta tancada pot ser molt pràctica si les qüestions a respondre estan ben encarades, per això es planteja realitzar un nombre relativament petit d'entrevistes obertes que permetin afinar una enquesta tancada que sigui ràpida de contestar.

A partir de algunes bases de dades existents d'accés públic, també es pretén conèixer quin seria el conjunt de projectes del Camp de Tarragona sobre els que podria resultar interessant treballar, realitzar un mapeig. Per una banda, per tal de fer-los arribar l'enquesta (tot i que seria un volum de feina desmesurat per aquest projecte) i, per l'altra, per saber sobre quina població potencial es podrien aplicar les actuacions proposades. A aquest conjunt de projectes l'hem anomenat potencial base.

Així, s'arrenca de forma paral·lela la realització d'entrevistes semi-estructurades, presencials o telefòniques, a projectes d'enxarxament i l'autodiagnosi dels projectes en els que estem implicats els membres de l'equip de treball.

Un cop iniciada l'autodiagnosi, però, considerem que els resultats que estem obtenint són perfectament extrapolables. Per tant, per tal d'ajustar els objectius plantejats al temps disponible, decidim que la formulació de propostes es realitzarà sobre les necessitats detectades en la pròpia autodiagnosi.

Som conscients del biaix que pot representar estudiar només els projectes propis, però hem considerat que som un conjunt prou representatiu del sector. També, el fet de treballar sobre nosaltres mateixos en ofereix informació molt



més completa que la que oferiria una enquesta. Un cop finalitzat el procés, creiem que el mètode s'ha validat en certa manera al veure que els resultats obtinguts en la diagnosi han sigut similars als que han obtingut altres processos participatius com el Pla d'Acció Integral i Sostenible que s'està duent a terme actualment a nivell de Baix Camp o la trobada "Sobirania Alimentària per aixecar la república".

Per altra banda, és interessant pensar que la mateixa metodologia que hem desenvolupat sobre els nostres projectes podria oferir noves necessitats i propostes si s'aplica sobre un altre conjunt de projectes productius.

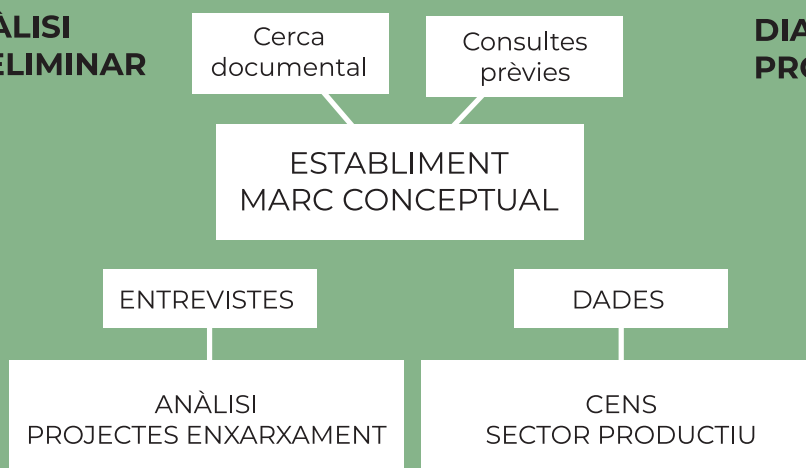
L'autodiagnosi ens porta a veure, també, que potser els espais de logística comú i les xarxes de distribució i comercialització no són les necessitats sobre les quals és prioritari treballar, així que finalment la meta del treball deixa d'estar centrada en aquest apartat i s'obre cap a altres àmbits. Passarem, per tant, de formular una o unes poques accions concretes sobre distribució i comercialització a oferir un ventall de línies d'acció, menys desenvolupades, però en un conjunt d'àmbits molt més amplis.

L'estructura del treball, per tant queda clarament dividida en dos documents:

- Un primer document, de caire analític, en que es posa breument en context la producció agrària en el Camp de Tarragona, es presenta la base de dades de potencial base i es presenten els resultats de les enquestes amb agents de projectes de distribució i/o comercialització agrupada que hem considerat interessants.
- Un segon document, en que es presenta la diagnosi realitzada i les propostes d'actuació que en resulten. En aquest document es descriu de forma completa la metodologia que hem dut a terme per a l'autodiagnosi i per a la detecció i prioritització de les necessitats.

El resultat final d'aquest treball s'ha de considerar un punt de partida per a desenvolupar les propostes amb més profunditat o utilitzar les dades obtingudes per a estudis posteriors.

## ANÀLISI PRELIMINAR



## DIAGNOSI I PROPOSTA





**D**OCUMENT 1.  
CONTEXTUALITZACIÓ  
I ANÀLISI DE PRECEDENTS

# 1. EL SECTOR AGROALIMENTARI AL CDT DESCRIPCIÓ I ANÀLISI

## 1.1 ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

Segons el cens agrari del 2009, al Camp de Tarragona hi trobem un total de 10.147 explotacions agrícoles, de les quals 150 utilitzen mètodes de producció ecològica i 556 explotacions ramaderes, de les quals 6 utilitzen mètodes de producció ecològica (sempre segons el cens).

Aquestes explotacions ocupen un total de 8.810 unitats de treball anuals.

La població ocupada en el sector de l'agricultura a la província de Tarragona, segons dades del 3r trimestre de 2018, és de 17.600 persones sobre un total de 344.200 persones ocupades, el que equival a un 5% de la població activa.

El Gabinet Tècnic del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació publica de forma periòdica l'**Estadística de superfícies i produccions de conreus agrícoles**.

Segons l'estadística de 2016, la superfície agrària del Camp, al voltant de 80.000ha de superfície agrària útil, es destina majoritàriament als cultius extensius (29,9%) i als cultius llenyosos de fruita seca (19,3%), olivera (18,7%) i vinya (24,1%), ocupant entre aquests 4 grups més del 90% de la superfície cultivada.

A nivell de producció, la vinya i els extensius es desmarquen per sobre la resta d'orientacions, amb un 37,6 i un 31,8% del total, respectivament. I l'horta, amb només un 2,5% de la superfície cultivada, representa la tercera orientació en quant a producció final, amb un 14,2% del total.

Destacar també que la fruita seca, amb gairebé un 20% de la superfície, representa només un 3% de la producció total.

Orientació	% de la superfície total	% de la producció total
Extensius	29,9%	31,8%
Vinya	24,1%	37,6%
Fruita seca	19,3%	2,8%
Olivera	18,7%	8,6%
Garrofer	4,4%	1,6%
Horta	2,5%	14,2%
Fruita dolça	1,0%	3,3%

L'anàlisi de superfícies desglossat per comarques permet delimitar en el Camp fins a 3 o 4 zones diferents:

- **Alt Camp i Tarragonès:** Agricultura molt variada amb combinació de cultius extensius, fruits secs, oliveres i vinya. Aquesta és la única zona en la que el cultiu del garrofer pren certa rellevància.
- **Conca de Barberà:** dedicada majoritàriament al cultiu d'extensius i amb una certa superfície de vinya.
- **Priorat i Baix Penedès:** dues zones geogràficament diferents, però que dediquen la major part de la superfície al cultiu de la vinya i, en menor mesura, a l'olivera.
- **Baix camp:** Predomini de la fruita seca i la olivera. És la única comarca on la horta representa més del 5%.

% SUPERFÍCIE	Horta	Extensius	Fruita dolça	Fruita seca	Olivera	Vinya	Garrofer
Alt Camp	0,3%	19,1%	0,7%	25,4%	12,3%	37,9%	4,3%
Baix Camp	8,7%	6,0%	2,7%	37,8%	39,6%	1,1%	4,0%
Baix Penedès	3,1%	9,7%	0,6%	4,7%	20,3%	55,4%	6,2%
Conca de B.	0,1%	73,4%	0,2%	5,4%	3,7%	17,3%	0,0%
Priorat	0,3%	3,5%	1,7%	17,8%	36,5%	40,2%	0,0%
Tarragonès	3,6%	16,1%	0,8%	26,0%	15,2%	16,6%	21,8%
<b>Total general</b>	<b>2,5%</b>	<b>29,9%</b>	<b>1,0%</b>	<b>19,3%</b>	<b>18,7%</b>	<b>24,1%</b>	<b>4,4%</b>

En quant a la ramaderia, tot i que existeix un nombre significatiu d'explotacions dedicades a les diferents orientacions productives (veure taules), la pràctica totalitat del cens ramader està dedicada a l'avicultura i al porcí intensius, que representen entre les dues un 92% del cens ramader (expressat en Unitats Ramaderes) del Camp.

	Nombre explotacions	% cens (U.R.)
Bovins	41	3,8
Ovins	81	2,3
Cabrum	80	0,5
Porcins	132	42,3
Aviram	252	49,8
Conills	55	0,4
Equins	85	0,7

L'avicultura es concentra bàsicament a Alt i Baix Camp, i el porcí a les mateixes comarques i també a la Conca de Barberà.

## 1.2 POTENCIAL BASE: DETECCIÓ I DESCRIPCIÓ

Un dels objectius del treball era “detectar” quin seria el conjunt de projectes sobre els que es podrien “aplicar” les propostes d’acció sorgides de la diagnosi. Això és, aquells projectes que es considera que treballen sobre criteris d’agroecologia o que potencialment hi podrien treballar.

Els projectes agraris que treballen amb criteris agroecològics acostumen a estar enxarxats o vinculats d’alguna manera. Així, “estirant el fil”, no semblava difícil elaborar un cens de projectes actius. Aquest sistema, però, presenta els següents problemes:

- No seria sistemàtic i presentaria un biaix subjectiu
- Deixaria de banda tots aquells projectes que ara no estiguin treballant amb criteris agroecològics, però que si que hi podrien tenir interès o, que d’alguna manera, en tenen el potencial.

Per això, finalment s’ha optat per realitzar un treball sistemàtic a partir de dues bases de dades d’accés públic relacionades amb el món agrari: El directori de productors inscrits al CCPAE i la base de dades de productors inscrits a la Venda de Proximitat que ha promogut el Departament, entenen que la majoria dels projectes que treballen o poden tenir interès en treballar sota criteris agroecològics prioritzen la producció ecològica i la venda de proximitat. Aquestes són les dues úniques bases de dades sistemàtiques, d’accés públic i que s’ha considerat que podien tenir un interès de cara al projecte.

La base resultant contindrà, en principi, tots aquells projectes, dins l’àmbit geogràfic, que estiguin produint sota el segell de producció

ecològica o que s'hagin adherit a la venda de proximitat. Inclourà no només els projectes de producció primària (agricultura i ramaderia) sinó també les experiències d'elaboració i comercialització, encara que no estiguin lligades a la terra.

Aquesta base igualment pot tenir biaixos en ambdós sentits:

- Projectes que treballen sota criteris agroecològics però no creuen necessari (o s'oposen obertament) a aquestes certificacions o segells i que, per tant, no apareixeran en la base de dades resultant.
- Projectes que no treballen sota criteris agroecològics però que igualment utilitzen algun dels dos segells i que, per tant, apareixeran en la base de dades sense ser rellevants per a l'objecte d'aquest treball.

El sistema de treball utilitzat per elaborar la base de dades no permetrà eliminar cap d'aquests biaixos. La següent fase de treball seria, tal i com es comenta en el següent punt, la definició de criteris que permetin fer algun tipus de filtrat si es pretén treballar amb aquesta base de dades.

El conjunt de dades inicial era molt heterogeni, ja que les dues bases de dades estan en formats diferents i la tabulació i codificació dels cultius és molt diferent en una i altra. En els annexos del document es presenta la taula indicant quines simplificacions i correspondències s'han fet per a tabular les dades inicials i obtenir el format de sortida. El mateix annex indica també biaixos tècnics que té la taula definitiva.

La base de dades resultant es presenta en l'annex I i també en format .xlsx i conté la següent informació:

- Nom (fiscal i del projecte, si ha sigut possible)
- Dades de contacte: telèfon i/o correu electrònic
- Ubicació: municipi i comarca
- Sector: producció, elaboració o ambdues
- Certificació ecològica: sí o no
- Adhesió a la venda de proximitat: sí o no
- Orientació agrícola: Horta, extensius, fruita dolça, fruita seca, olivera, vinya, altres cultius llenyosos, aromàtiques i ramaderia

La taula definitiva conté 665 persones jurídiques (autònoms o empreses) que representen un nombre similar de projectes, tot i que

en alguns casos un mateix projecte pugui estar format per dos o més subjectes fiscals. 407 projectes (un 61%) són només de producció agrícola. 174 (un 26%) són de producció i també d'elaboració i/o comercialització. I 84 (un 13%) són projectes que produeixen i també elaboren.

Basant-nos en les dades del cens agrari, la taula conté un 5,7% del total d'explotacions agrícoles del Camp de Tarragona i un 8,6% de les explotacions ramaderes.

ORIENTACIÓ	% D'EXPLORACIONS
Horta	32%
Extensius	20%
Fruita dolça i cítrics	21%
Fruita seca	44%
Olivera	65%
Vinya	49%
Garrofer	14%
Aromàtiques	1%
Ramaderia	7%

La taula només ofereix informació qualitativa (sí/no) sobre les orientacions productives, no conté informació relativa a superfícies, produccions o facturacions, fet que fa difícil analitzar les dades obtingudes.

Tot i així, un anàlisi global permet detectar un perfil molt genèric de projecte bastant variat d'agricultura mediterrània, amb cultiu de fruita seca, olivera, vinya i alguna cosa més com podria ser l'horta o el garrofer. Aquest perfil es correspon amb el perfil que es descriu en l'apartat anterior, sobre la producció agrícola en general al Camp de Tarragona. La taula següent mostra el % d'explotacions que han declarat estar produint en cadascuna de les diferents orientacions productives.

### 1.3 LINIES DE TREBALL EN EL POTENCIAL BASE

La taula de productors pot servir com a punt de partida per a futures iniciatives que pretenguin enxarxar o treballar implicant d'alguna manera a aquests projectes. El fet de disposar de les dades de

contacte permetria contactar de forma fàcil, a través de formularis, llistes de correu, o similars amb tots aquests projectes productius.

Tot i així és una taula bruta, amb dades bàsiques que encara necessitarien, segurament algun filtratge o classificació posterior.

Si el treball hagués seguit en aquesta línia, el següent pas que es plantejava era establir uns criteris de filtratge que poguessin ser aplicats sobre aquesta taula de potencial base per a obtenir una població més petita de projectes sobre la que es tingués un major coneixement.

Seria interessant definir una sèrie de criteris objectivables, similars per exemple als criteris del Mapa d'Economia Solidària de Catalunya elaborat per Setem a través del projecte Pam a Pam.



## 2. L'ENXARXAMENT COM A EINA DE DINAMITZACIÓ. ESTUDI DE PROJECTES D'ENXARXAMENT EN EL SECTOR AE

Una part molt important de la primera fase del projecte, l'anàlisi preliminar, ha sigut l'estudi de projectes d'enxarxament que s'han dut a terme en les últimes dècades en el sector agroecològic.

Els projectes a estudiar s'han seleccionat en base al coneixement personal de l'equip redactor del projecte. Inicialment s'ha elaborat un llistat de persones a les quals es considera interessant entrevistar.

Principalment s'hi ha inclòs a persones amb un paper rellevant en **projectes d'enxarxament en el sector agroecològic** que es consideren referent. S'han escollit projectes amb característiques diverses pel que fa a la seva dimensió, tipus d'agents implicats (producció, transformació, distribució, consum) i estructura per tal d'analitzar un ventall ampli de casuístiques.

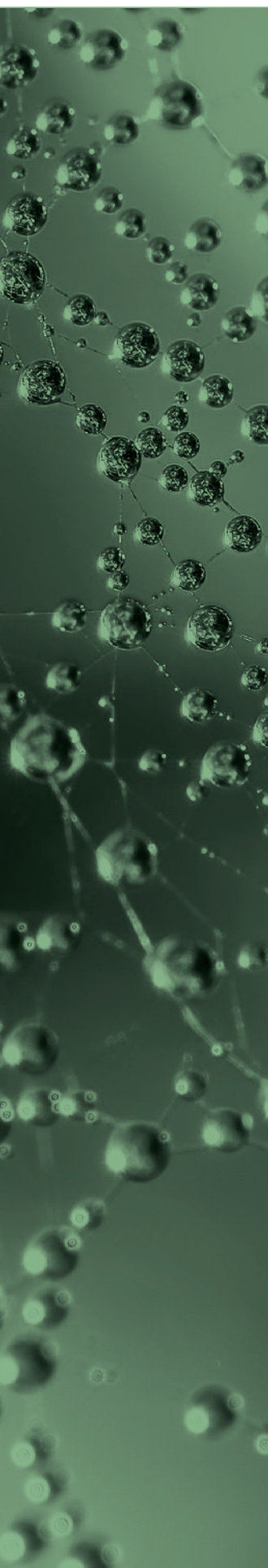
Per altra, també s'hi han inclòs **persones de referència**, amb amplia experiència i coneixements de diferents àmbits del sector agroecològic.

Del llistat més exhaustiu de persones que poden aportar informació d'interès per a l'elaboració del treball, s'ha establert un ordre de prioritat a l'hora de realitzar les entrevistes. S'ha buscat realitzar una mostra de persones que aportin una visió del sector al Camp de Tarragona i d'experiències d'enxarxament encarades al desenvolupament de iniciatives transformadores. Finalment, segons l'ordre de prioritat establert, totes les entrevistes han sigut a persones directament vinculades a algun projecte d'enxarxament.

Donat que, finalment, la segona part del treball no s'ha centrat en la distribució i comercialització, la informació recollida i processada queda com a punt de partida per a futurs treballs.

### 2.1 DISSENY I REALITZACIÓ DE LES ENTREVISTES

L'objectiu de les entrevistes es obtenir informació sobre els projectes que en permeti conèixer el funcionament, els punts forts i febles, que permeti extreure conclusions de cara a futurs projectes i que sigui comparable amb la resta d'entrevistes realitzades.



Per això, s'ha elaborat una plantilla base en la que es recullen els aspectes claus que s'han de recollir en les diferents entrevistes a realitzar. De forma resumida, els aspectes són els següents:

- Descripció del projecte:
  - Característiques generals (dimensió, forma legal, àrea geogràfica)
  - Logística i comunicació interna
  - Promoció i difusió
  - Finançament
- Anàlisi crític

La plantilla sencera s'adjunta a l'annex II.

Aquesta plantilla, però, s'ha considerat oberta i flexible, per a poder adaptar-la a l'especificitat de cadascuna de les entrevistes.

Finalment s'han realitzat un total d'11 entrevistes, que representaven 10 experiències diferents d'enxarxament de projectes agroecològics. Les experiències d'enxarxament són les següents:

- ADV Gent del Camp
- Nova Gent del Camp
- Gremi de Cervesers Artesans de Catalunya
- 25 masos
- Biolord
- Agrícola Los Pueblos Blancos, SCA
- Dignesblat
- Xarxa Baix Maresme
- Brot SCCL
- Hortec

## 2.2 BUIDATGE DE LES ENTREVISTES

La varietat i diversitat dels projectes d'enxarxament a analitzar aporta un major ventall d'informació d'utilitat per determinar aspectes clau a l'hora de desenvolupar projectes de distribució cooperativa. Alhora, però, l'anàlisi objectiu i la comparació d'aquests projectes avaluats esdevé més complex.

Per resoldre aquesta complexitat, s'estableix un procediment per a **la caracterització de cadascun dels projectes** d'enxarxament. Es parteix d'un **buidatge analític de les entrevistes**, que permet

identificar, respecte certs elements que es consideren clau, el funcionament dels projectes analitzats.

Hi ha certa informació que s'ha obtingut de les entrevistes i que no es pot tabular a través d'aquest buidatge, sinó que es conserva com a comentaris o notes que apareixen directament en l'apartat "Apectes clau en els projectes d'enxarxament"

Per a cada projecte es plantegen una sèrie de qüestions encaminades a determinar-ne les seves característiques sobre els següents àmbits:

- Característiques bàsiques del projecte
- Comercialització
- Dependència econòmica del projecte col·lectiu
- Inter-relació interna
- Infraestructura i Recursos compartits
- Dependència de diners/suports públics.
- Normativa interna
- Horitzontalitat/Verticalitat
- Lideratge
- Discurs polític/agroecològic
- Mecanismes de difusió/promoció

Aquestes qüestions es plantegen de manera que es puguin respondre de forma qualitativa o, si més no, de forma breu (sí/no, alt/baix,...). Així, el conjunt de les entrevistes s'acaba descarregant en una única taula que permet una interpretació ràpida. L'annex III conté la taula amb el buidatge complet.

### **2.3 ANÀLISI DELS PROJECTES D'ENXARXAMENT:**

En una dinàmica de treball conjunta, per tal de posar en comú la informació de totes les entrevistes i per tal de poder tenir un conjunt de dades que siguin comparables, s'han representat gràficament sobre uns eixos cartesianes tots els projectes estudiats. Els eixos que s'han utilitzat es llisten a continuació, i s'han utilitzat aquests partint de les dades del buidatge i considerant que podien ser determinants per tal d'identificar les característiques clau de cada projecte.

**EIXOS ECONÒMICS:**

Dimensió del projecte col·lectiu: quantitat de projectes de producció.

Diversitat de producció: varietat de productes distribuïts a través del projecte.

Percentatge del procés productiu emparat pel projecte: Des de projectes que poden compartir només determinades eines fins a altres que hi ha planificacions conjuntes, hores de feina comuns, marca comú que processa i distribueix tot el producte...

Exclusivitat de la venda a través del projecte: nivell de compromís de comercialització dels productes a través del projecte.

Rellevància econòmica del projecte col·lectiu: pes del producte distribuït a través del projecte col·lectiu per l'economia de cada projecte de producció associat.

Grau d'heterogeneïtat en quant al nivell de rellevància econòmica del projecte col·lectiu pels diferents projectes individuals.

Magnitud logística: valoració de la logística emprada en el desenvolupament de les activitats del projecte.

Proporció de recursos compartits: proporció dels recursos logístics que es fan servir que són propietat del col·lectiu (espais comuns, maquinàries,...).

Dependència del suport públic: proporció dels recursos materials i humans propis del projecte col·lectiu que provenen d'aportacions econòmiques o d'altres formes de suport de l'administració pública.

**EIXOS SOCIALS:**

**Grau de funcionament o compliment de la normativa interna:** valorar si els projectes tenien normes ben definides i també si es preocupaven de fer-les acomplir.

**Horitzontalitat o verticalitat del projecte:** en relació a l'estructura de la presa de decisions.

**Implicació en la presa de decisions:** participació dels projectes productius implicats en les decisions del col·lectiu.

**Lideratge:** Presència de persones, remunerades o no, que exerceixen un rol de lideratge important i representen una pedra angular del projecte.

**Discurs agroecològic del col·lectiu:** El projecte col·lectiu es preocupa de projectar una imatge de “projecte interessant a nivell agroecològic” cap a l'exterior.

**Actitud agroecològica:** els productors treballen realment amb actitud agroecològica? el projecte conjunt es regeix també per criteris o actituds agroecològiques?

**Grau de difusió i promoció:** recursos dedicats a donar a conèixer el projecte i/o els seus productes.

**Nivell d'enxarxament amb projectes similars:** col·laboració o participació del col·lectiu amb altres iniciatives de caire col·laboratiu.

### Gent del Camp



### Nova Gent de Camp

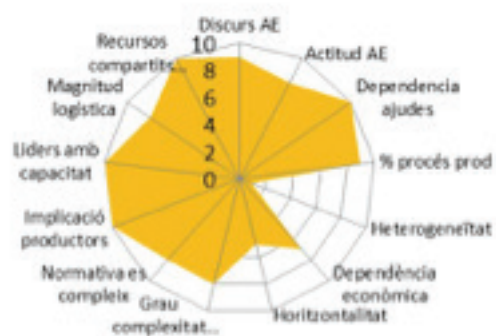
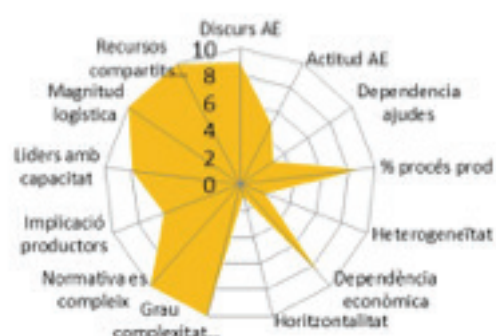


### 25 Masos



### Xarxa Baix Maresme



**Pueblos Blancos****Hortec****Biolord****El Brot****Gremi de cervesers****Diguesblat**

La representació gràfica dels projectes sobre uns eixos ha permès obtenir una quantificació (de 1 a 10) per cada projecte sobre cadascun dels eixos:

Existeixen un conjunt de metodologies dins de l'estadística, denominades de forma genèrica com a *data mining*, que serveixen per obtenir conclusions de conjunts de dades molt grans i que s'han obtingut sense haver fet un disseny experimental previ. Això les fa molt aptes per estudiar resultats d'enquestes o recollides de dades multifactorials.

En contraposició als dissenys experimentals, en que es comparen conjunts de dades prèviament classificats, aquestes metodologies el que fan és detectar patrons en els conjunts de dades, i assenyalar quina o quines variables són responsables de la major part de la variabilitat entre els diferents individus o conjunts estudiats.

Sense temps ni capacitat per a fer un estudi d'aquesta magnitud, la representació gràfica sobre múltiples eixos de totes les experiències entrevistades ens pot permetre, igualment, detectar també quina o quines variables tenen major influència sobre la diversitat entre projectes i intentar descriure també algun tipus de patró o relació entre els projectes i la viabilitat/interès que tenen o que van tenir durant la seva existència.

## 2.4 NOTES RELLEVANTS

L'anàlisi dels projectes d'enxarxament, a partir dels eixos definits, permet extreure algunes conclusions generals, de les que es poden destacar:

- S'ha identificat el paper de les persones que exerceixen un **lideratge** sobre el col·lectiu com un factor determinant en l'èxit o el fracàs de les iniciatives.
- La **dependència del suport econòmic de les administracions** apareix com un element important de risc per a la viabilitat a mig i llarg termini de les iniciatives de distribució col·lectiva:
  - Impossibilita planificació a temps vista, ja que les aportacions de les administracions es van renovant periòdicament (anual o bianualment) i, per tant, es dona una situació d'inseguretats econòmica permanent.
  - Les aportacions de les administracions solen ser finalistes, és a dir, que van encarades a uns objectius concrets, i estan sotmeses a condicionants normatius. Aquest element pot restar flexibilitat al projecte a l'hora d'afrontar escenaris variables, al impossibilitar modificar estratègies sobre la marxa.

- Per altra banda, però, es valora molt positivament les aportacions públiques per a activitats no directament vinculades a la producció o a mà d'obra dedicada al projecte. Les ajudes destinades a engegar o millorar els projectes, sempre i quant aquests acabin funcionant de forma autosuficient, poden tenir un paper important.

- Un altre element que s'observa que juga un paper important és la **dimensió del projecte** d'enxarxament, tant pel que fa al nombre de persones o iniciatives participants com a les infraestructures compartides.

Per una banda, s'observa que els projectes que es pretenen finançar sense dependència de les ajudes públiques requereixen d'una mida mínima, ja que permet una major eficiència per cobrir el cost de funcionament i les inversions propis de la iniciativa de distribució.

Per altra banda, però, una major dimensió també s'observa com un element de complexitat organitzativa i una font potencial de conflictes. També s'ha vist que en algun dels projectes analitzats el creixement ràpid ha comportat un relaxament en els criteris de control intern.

- Els projectes col·lectius de distribució d'aliments en que els seus participants no tenen **exclusivitat de venda** a través del col·lectiu, i poden comercialitzar pel seu compte un mateix producte, corren el risc de fer-se competència entre els projectes de producció o amb el propi col·lectiu. Per tant, l'exclusivitat de venda apareix com una eina de prevenció de conflictes i, en cas de no aplicar-la, cal definir unes clàusules clares i consensuades.





**DOCUMENT 2.**  
**DIAGNOSI I PROPOSTES  
D'ACTUACIÓ**

El segon bloc del treball s'ha centrat en la **generació de propostes d'actuació** per la promoció d' iniciatives de producció i distribució d'aliments amb criteris agroecològics al Camp de Tarragona,

La mecànica de treball s'ha basat en **dinàmiques participatives** aplicades al propi equip investigador. Es podria considerar, per tant, una forma d'**investigació-acció participativa**, donat que el col·lectiu estudiat és a la vegada el subjecte que estudia (amb la limitació d'estar basant la recollida de dades a un conjunt petit).

De forma seqüencial, el desenvolupament de la segona fase ha sigut el següent:

- > Detecció de les necessitats del col·lectiu > Identificació dels obstacles que impedeixen resoldre les necessitats > Proposta de línies d'acció que permetin superar els obstacles i classificació de les línies per àmbits > Desenvolupament de les línies d'acció > Priorització de les línies d'acció

Aquest procés s'ha estructurat en 4 dinàmiques, dutes a terme cadascuna en una o més trobades de treball amb participació de membres de tots els projectes productius que integren Aixopluc.

### 3. DETECCIÓ DE NECESSITATS DEL SECTOR AE DEL CAMP DE TARRAGONA

En aquesta primera part, més centrada en el diagnòstic, l'objectiu ha estat identificar les **necessitats dels projectes productius**, vinculades al seu entorn i a agents externs, que limiten el seu funcionament i viabilitat.

La dinàmica comença amb la creació d'una taula d'anàlisi en la que es relacionen:

- **Àmbits de necessitat:** tècnic, econòmic, logístic, comercial, social i administratiu.
- **Dimensió de la necessitat:** privada i pública o col·lectiva.

Sobre aquesta taula, a través d'una reflexió individual de cada participant, s'han enumerat les 3 necessitats principals que té el seu projecte productiu, en cada un dels àmbits proposats.

A partir d'aquí, un treball conjunt de posada en comú i agrupació-reducció-simplificació de les necessitats, ja que moltes vegades s'ha repetit o presentat de diferents maneres el que acaba essent una mateixa necessitat.

Un cop agrupades i re-anomenades, es fa també un repàs conjunt per detectar necessitats generals, que no sigui pròpies dels nostres projectes però que sí que es puguin trobar en altres projectes o realitats agràries.

Finalment es realitza una selecció/priorització de les necessitats: cadascú, individualment, assenyalant quines són les 3 necessitats en que creu que és prioritari (i viable) actuar.



Imatge D2.1: Resultat de la dinàmica de detecció de necessitats.

Es recullen totes les **necessitats seleccionades** per algú, ordenades segons el nombre de seleccions de cadascuna:

nº vots		NECESSITATS
5	Assessorament tècnic especialitzat	Falta de coneixements en gestió de pastura mediterrània
		Més coneixements tècnics
		Assessorament tècnic en PE
3	Instal·lacions d'emmagatzematge i conservació	Necessitat de magatzems
		Falta nau i magatzem a la finca
		Necessito una càmera frigorífica a l'estiu
		Em cal una nau
		Falta magatzem per : farratge/ material formatgeria
3	Accés a l'aigua	Sequera
		Gestió de l'escassetat d'aigua
		Falta d'aigua
		Falta d'accés a l'aigua
3	Instal·lacions i transformació	Accés a instal·lacions de transformació a petita escala
3	Cost logística i distribució ccc/ VD	La distribució a consumidor final implica molt esforç
3	Falta de conscienciació social en producció AE	Haver de vendre una "història afegida al producte" per aconseguir un preu digne
		Lluita constant per fidelitzar clients
2	Falta de representació com a sector AE	
1	Falta accés al coneixement compartit sobre problemes quotidians	Falta d'accés a solucions pels problemes del dia a dia
		Més experiència
		Falta xarxa sectorial per resoldre problemes productius
1	Accés a la terra assequible i segura	Accés assequible a terres: -llarga durada/ -lloguers cars /-preus abusius
1	Haver d'assumir la comercialització	
1	Llista viva de punts de venda	Informació o llista de llocs on distribuir
		Dificultat d'accés a potencials consumidors
1	Aïllament en els conflictes de convivència en l'àmbit rural	Enteniment amb el propietari de la finca
		Avançar a cegues, necessito dominar molts àmbits
1	Formació en gestió administrativa	

Les necessitats seleccionades han estat la referència per a la posterior elaboració de les propostes d'actuació.

## 4. IDENTIFICACIÓ DE LÍNIES D'ACCIÓ POTENCIALS

Aquesta segona dinàmica ha consistit en l'elaboració d'un **arbre d'estudi** per a cada una de les necessitats, o conjunt de necessitats similars, seleccionades prèviament.

Per a cada necessitat detectada com a prioritària, i de forma col·lectiva, s'identifiquen els principals motius/obstacles/limitants que generen les necessitats o que les condicionen.

Un cop identificats, es proposen possibles línies d'acció per ajudar a superar els obstacles i, per tant, satisfer les necessitats detectades. Ahora s'identifiquen incompatibilitats entre les accions proposades i altres obstacles.

Algunes de les necessitats es varen estudiar de forma conjunta per la coincidència en varis obstacles i línies d'actuació; i algunes de les línies d'acció apareixen com a resposta a més d'una necessitat.

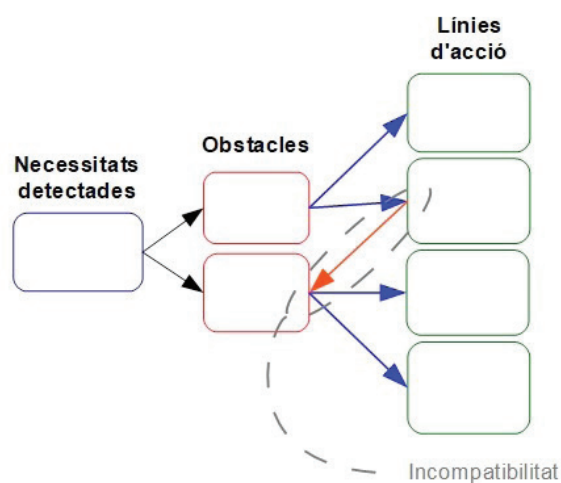
Els **resultats** obtinguts en aquesta segona dinàmica han estat recollits, de forma esquemàtica, amb la representació gràfica de les relacions entre les necessitats, els obstacles i les línies d'acció.

### Representació gràfica dels resultats:

La primera columna representa la necessitat, la segona els obstacles o motius i la tercera les línies d'acció que proposem.

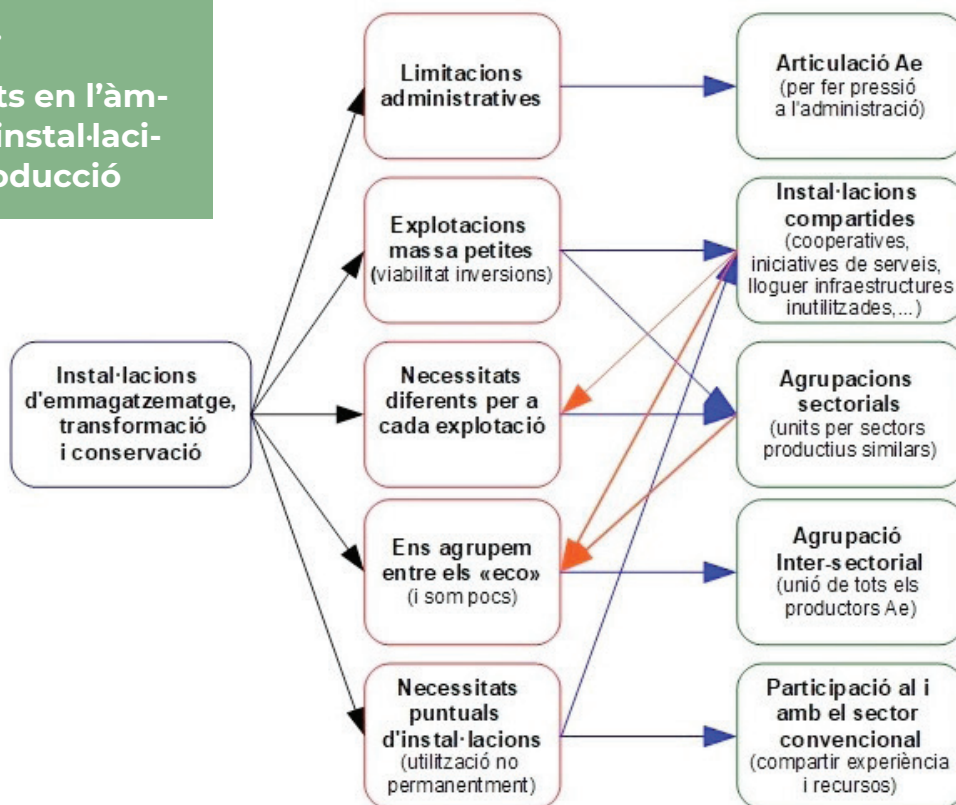
Les incompatibilitats detectades entre accions i altres obstacles identificats s'assenyalen amb fletxes que tornen enrere de color vermell.

En l'Esquema 5: Necessitats en l'àmbit de la comercialització, la columna de necessitats s'ha dividit en dues, en color blau, tal de desglossar la necessitat en aquelles necessitats individuals que van motivar que l'assenyaléssim com a important.



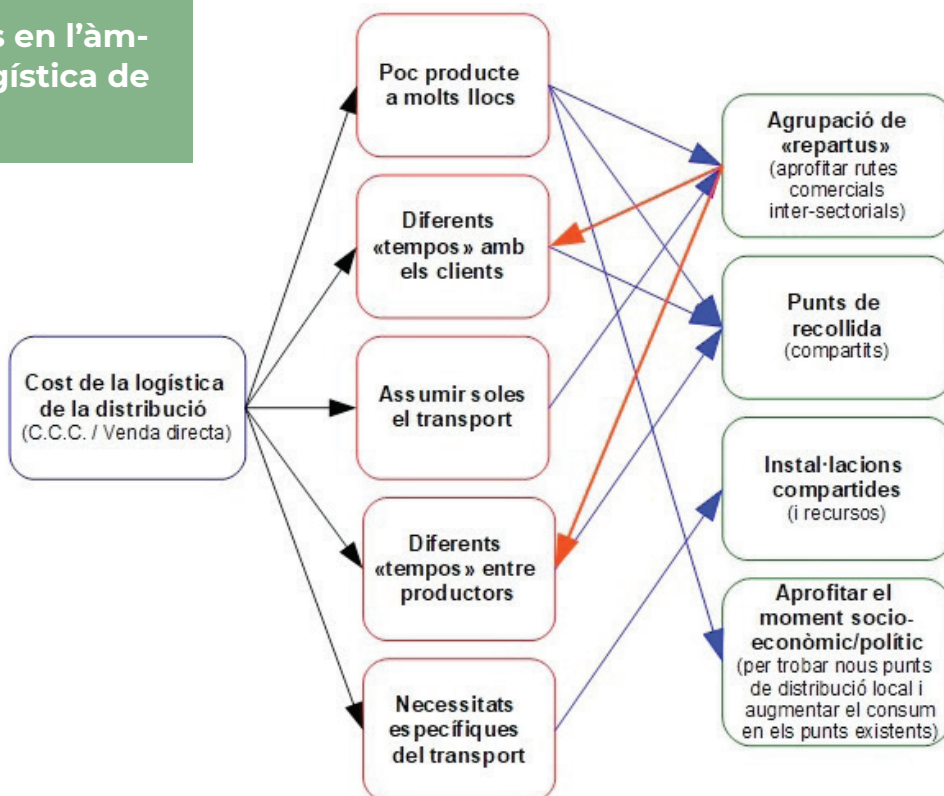
## Esquema 1.

## Necessitats en l'àmbit de les instal·lacions de producció



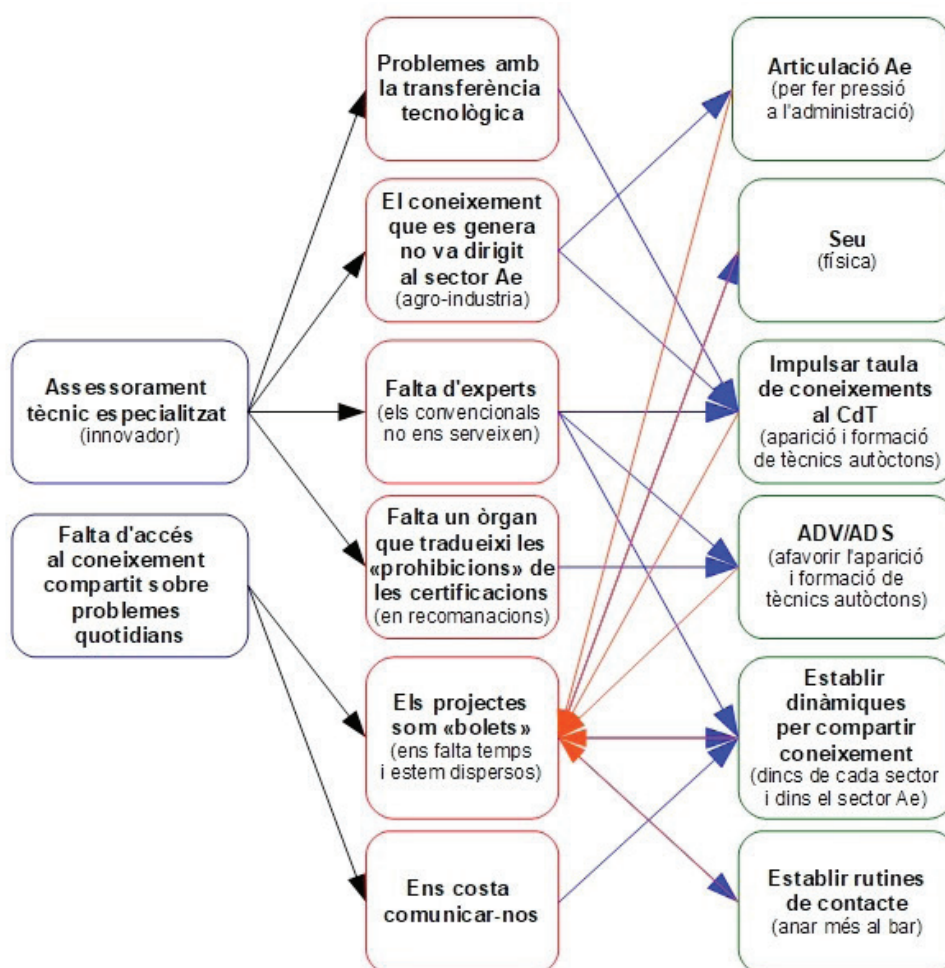
## Esquema 2.

## Necessitats en l'àmbit de la logística de distribució



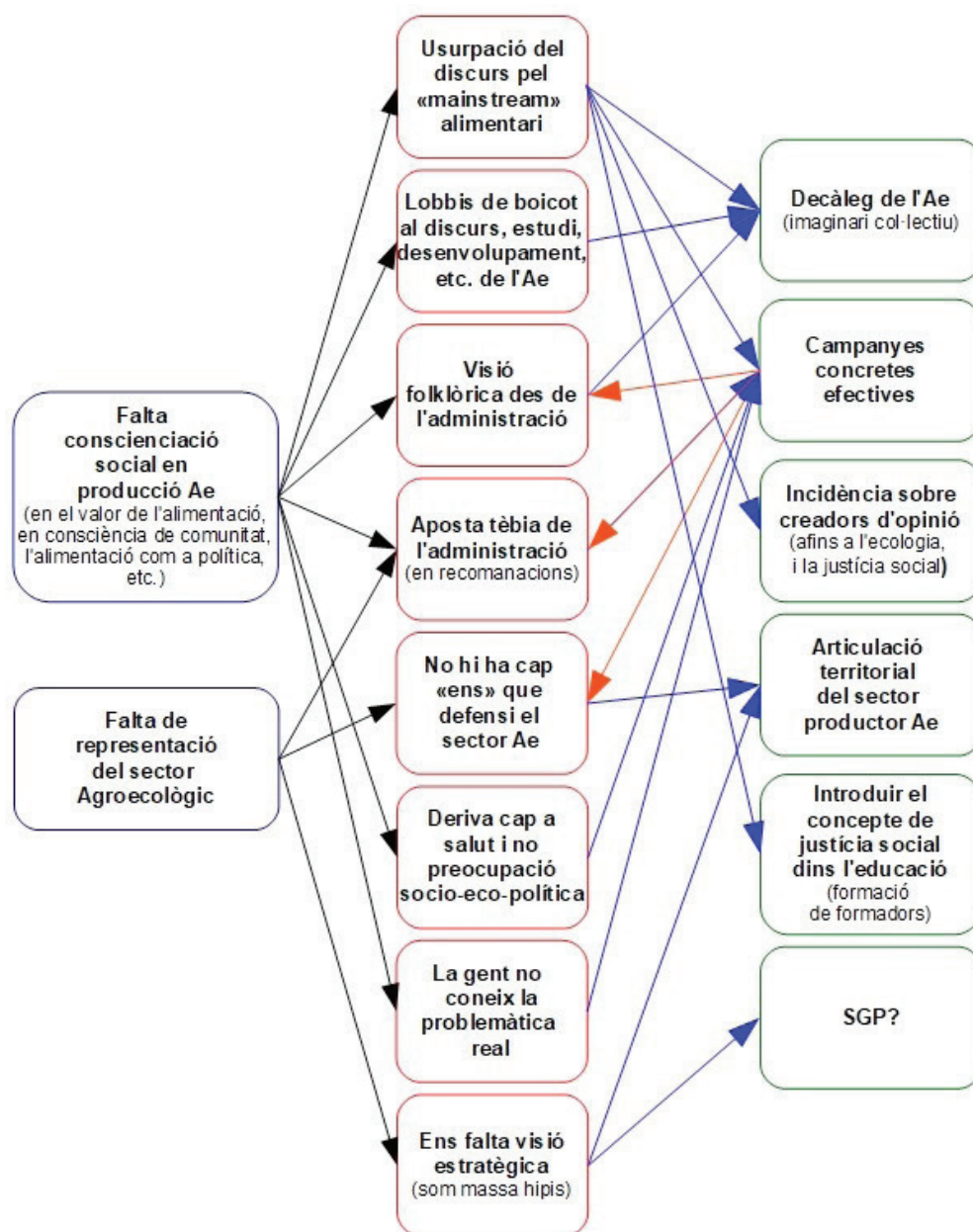
## Esquema 3.

## Necessitats en els àmbits de l'accés al coneixement i l'assessorament



## Esquema 4.

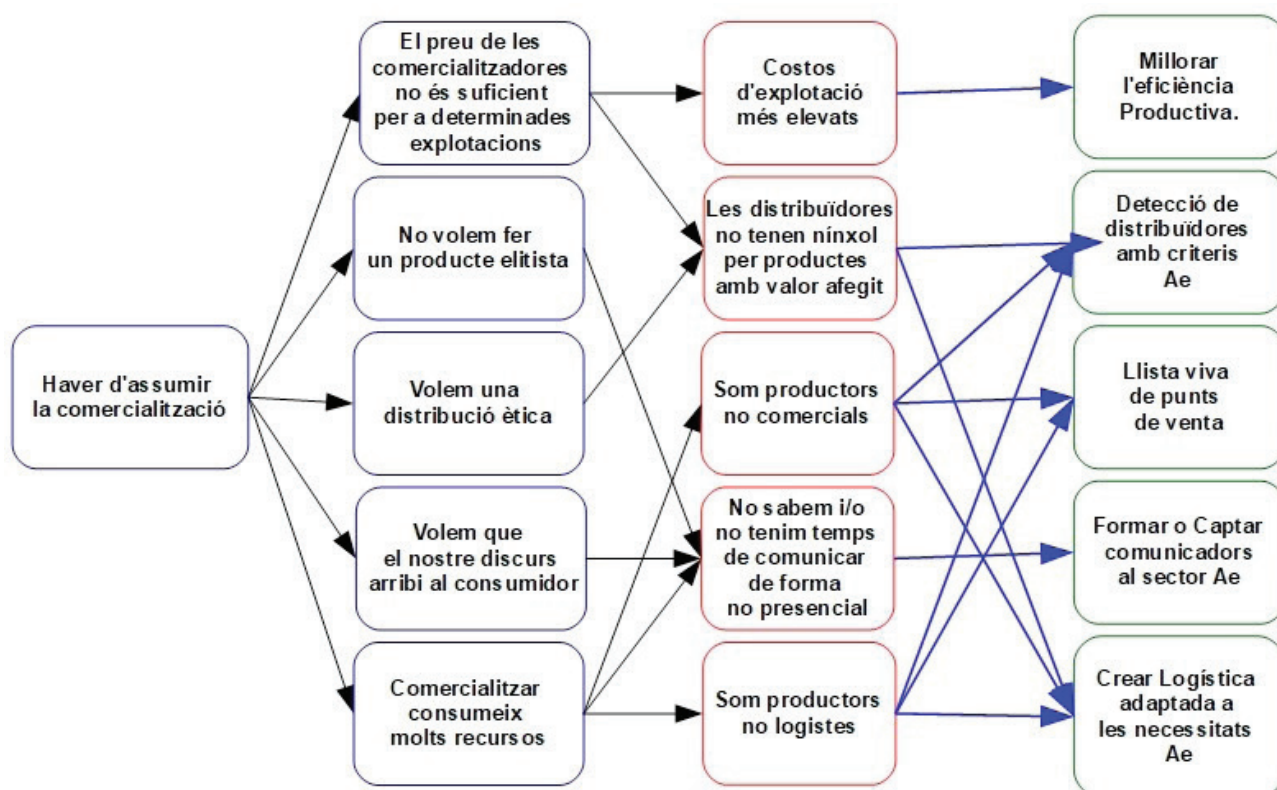
## Necessitats en els àmbits de la conscienciació social i representació del sector agroecològic





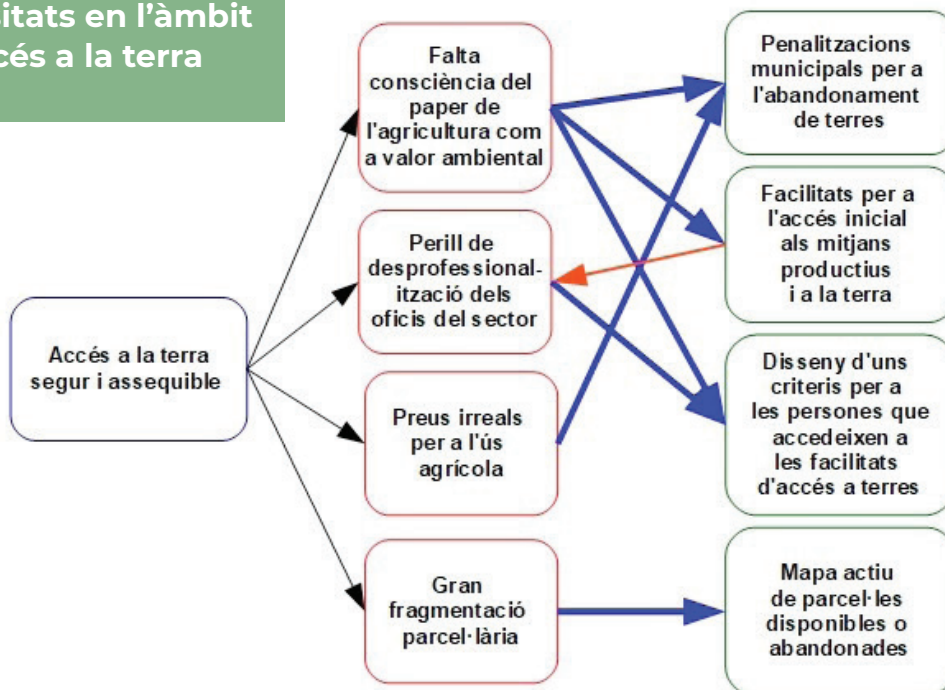
## Esquema 5.

## Necessitats en l'àmbit de la comercialització



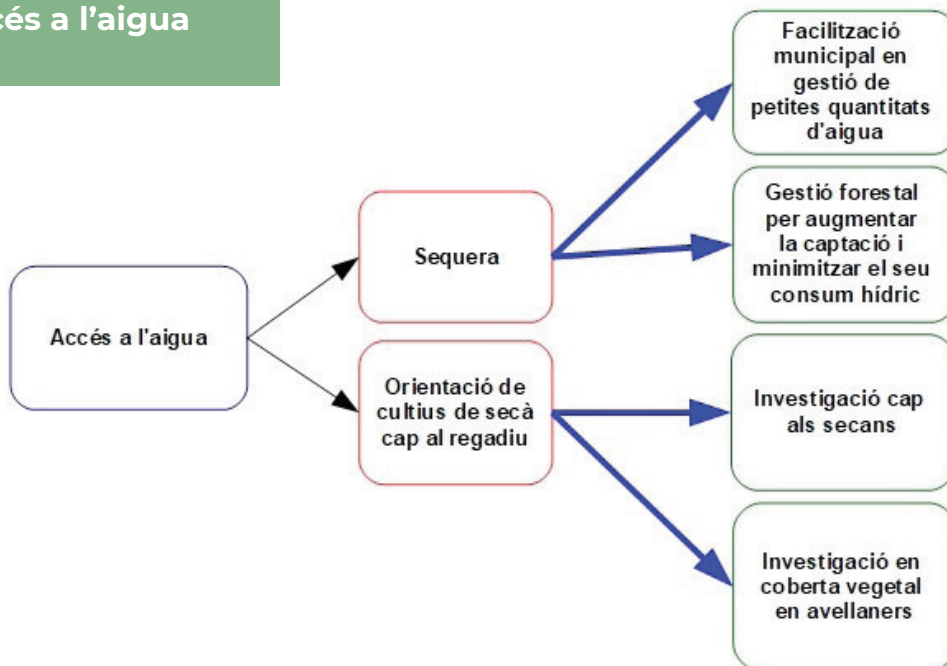
Esquema 6.

Necessitats en l'àmbit de l'accés a la terra



Esquema 7.

Necessitats en l'àmbit de l'accés a l'aigua

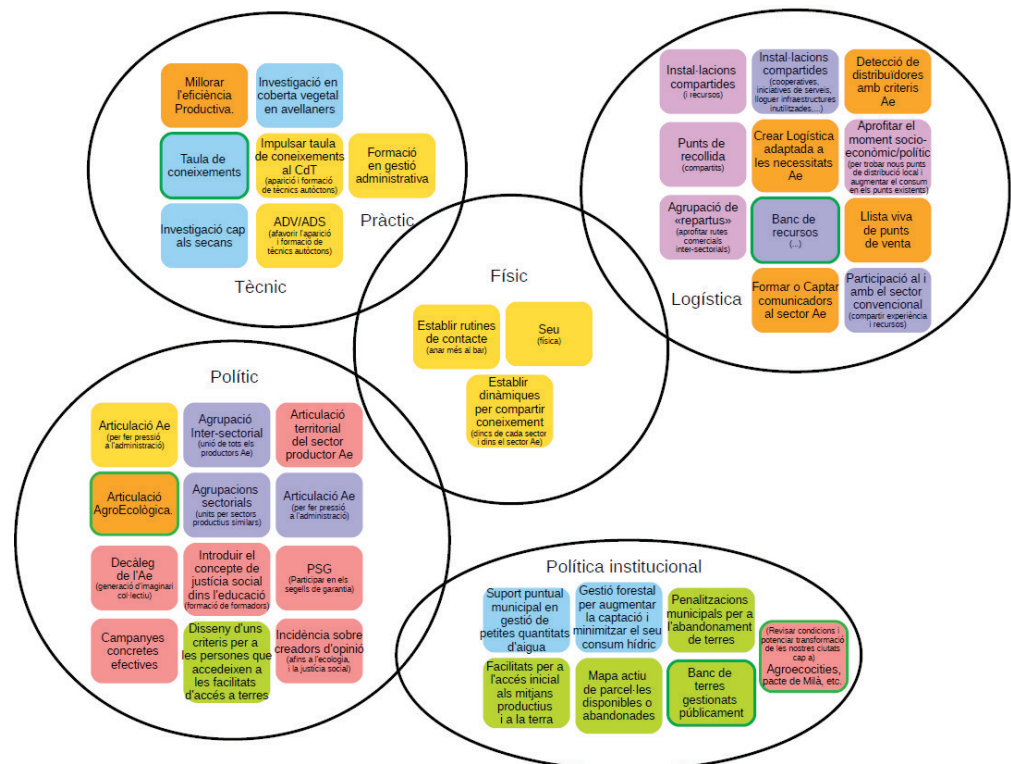


## 5. AGRUPACIÓ DE LES LÍNIES D'ACCIÓ PER ÀMBITS D'ACTUACIÓ

La tercera dinàmica ha consistit en l'agrupació de totes les línies d'acció en diversos **àmbits d'actuació**, amb l'objectiu d'identificar possibles relacions i interaccions.

S'han representat totes les línies d'acció sorgides de les dinàmiques anteriors sobre un espai bidimensional, agrupant-les per similituds o complementarietats, amb l'objectiu de detectar aquelles sorgides com a solució a moltes necessitats diferents i sinèrgies entre elles. Observant i manipulant sobre l'espai totes les línies d'acció, es classifiquen i s'agrupen.

Línies d'actuació agrupades en **àmbits d'actuació**.



## 6. DESENVOLUPAMENT DE LES LÍNIES D'ACCIÓ POTENCIALS

### 6.1 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT POLÍTIC

La producció d'aliments juga un paper determinant en aspectes socials, econòmics i culturals en els entorns rurals.

En el procés d'anàlisi de les necessitats dels projectes de producció amb criteris agroecològics hem detectat mancances importants relacionades amb la capacitat del sector agroecològic d'incidir en l'actuació de les institucions, i de generar conscienciació de la necessitat d'una producció ètica d'aliments.

En aquest apartat es recullen les línies d'actuació que proposem per fer front a aquestes mancances.

#### Articulació del sector agroecològic al Camp de Tarragona

*Creació d'un ens que agrupi les persones (professionals) o petites empreses que produeixen aliments seguint criteris agroecològics.*

L'existència d'una estructura estable formada pels sector productius, a nivell territorial, ha de servir per a poder afrontar múltiples accions encarades a cobrir varies de les necessitats detectades. La coordinació a l'hora de engegar iniciatives permet obtenir una major pes i visibilitat, alhora que facilita l'eficiència dels recursos que es necessiten per dur-les a terme.

Per tant, tot i que l'articulació formal dels sectors de la producció agroecològica no és imprescindible per a dur a terme altres línies d'acció, és un element facilitador de qualsevol actuació col·lectiva que es vulgui engegar.

La funció principal d'un ens que agrupi al sector productiu agroecològic és la de donar-li representativitat, sobretot davant de les administracions. La creació d'aquest ens permet disposar de representants davant d'interlocutors externs, que actuïn com a portaveus de les seves propostes, demandes i iniciatives.

També ha de servir per afrontar la manca d'assessorament tècnic especialitzat en producció amb criteris agroecològics, que doni solucions innovadores a les explotacions.

L'obstacle principal que s'ha detectat per a que hi hagi aquest assessorament efectiu és que la major part del coneixement que es genera i, per tant, dels recursos s'hi destinen, no va dirigit a sistemes de producció basats en criteris agroecològics. Una major articulació d'aquest sector ha de servir per a fer més visible la necessitat d'aquest coneixement i realitzar pressió per tal que s'hi dediqui una major inversió.

A més a més, la coordinació i el treball col·lectiu del sector permet establir prioritats en les línies de coneixement en les que cal aprofundir, i facilita la transmissió i circulació dels coneixements existents.

Per altra banda, l'articulació del sector també pot ser útil per a actuar sobre la necessitat d'instal·lacions d'emmagatzematge, transformació i conservació que s'han detectat.

Un dels obstacles que apareixen per a tirar endavant aquest tipus d'instal·lacions són les limitacions de caràcter administratiu, que comporten un important esforç i molts recursos a les persones que tenen intenció de tirar-les endavant. Un ens que representi a tot el sector ha de servir per a plantejar les problemàtiques que es deriven dels processos administratius de posada en marxa d'instal·lacions d'emmagatzematge i elaboració d'aliments amb més força davant de les administracions corresponents. També permet elaborar, d'una forma més rigorosa i sòlida, propostes d'alternatives per a un bon control de la seguretat alimentària amb procediments més senzills, ràpids i amb un menor cost.

Per tal de tirar endavant aquesta línia d'acció, però, cal superar els reptes següents:

Els projectes de producció amb criteris agroecològics són dispersos territorialment i les persones que hi participen solen disposar de poc temps per a dedicar a la participació amb iniciatives d'enxarxament.

Per fer front a aquest repte, les Línies d'acció en l'àmbit social han de servir per incentivar l'enxarxament i el vincle social entre els projectes i, així, combatre l'aïllament dels projectes i facilitar la participació en aquestes iniciatives d'enxarxament.

L'articulació també és important per a cobrir necessitats d'un àmbit d'interès logístic o comercial:

- **Agrupacions sectorials**

Línia d'acció encarada al treball coordinat de persones o petites empreses de sectors productius similars.

Les necessitats pel que fa a instal·lacions d'emmagatzematge, transformació i conservació, en el cas de productes similars, són semblants. Sovint les petites produccions no són suficients per a fer rendibles aquestes instal·lacions de forma individual. L'agrupació i cooperació pot servir per a establir mecanismes que permetin accedir-hi, ja sigui compartint-les, com a servei o com a intercanvi.

Un repte important que cal superar per a tirar endavant aquesta línia d'acció és la tendència a establir contactes i col·laboracions dintre del sector agroecològic, que té una dimensió reduïda. Sovint, la manca de massa crítica dificulta la posada en marxa d'aquestes instal·lacions compartides.

Per a fer front a aquesta problemàtica, l'agrupació inter-sectorial dintre del sector agroecològic o l'agrupació amb projectes convencionals pot ajudar aconseguir una major dimensió que ho faci viable.

- **Agrupació inter-sectorial i participació al i amb el sector convencional**

El nombre d'experiències i projectes productius agroecològics al Camp de Tarragona és limitat. Això pot fer que moltes vegades no existeixin prou projectes d'un mateix sector com per permetre una agrupació sectorial. Seria interessant plantejar una agrupació inter-sectorial, intentant abastar i posar en contacte experiències productives de sectors diferents però que comparteixin el denominador comú (els criteris agroecològics).

Des del mateix punt de vista, la possibilitat de compartir iniciatives amb el sector productiu convencional pot ajudar a aconseguir la massa crítica suficient per a dur-les endavant de manera efectiva.

Aquestes línies d'acció també han de ser una resposta davant la necessitat d'instal·lacions d'emmagatzematge, transformació i conservació, ja que poden ajudar a superar els obstacles d'agrupació entre el sector eco (petit i dispers) i de necessitats puntuals d'instal·lacions.

### Elaboració d'un decàleg dels principis de l'agroecologia

*Establiment dels principis que, des del punt de vista de l'agroecologia, permetin determinar els valors d'un producte.*

L'elaboració d'aquest decàleg permet incidir sobre l'imaginari col·lectiu, donant a conèixer els arguments que doten de valor als productes de proximitat, d'explotacions familiar o petites empreses vinculades al territori i produïts amb tècniques el més harmòniques possible amb el medi. Alhora, la base tècnica que comporta l'anàlisi agroecològic, és un element que reforça el discurs vinculat a aquest tipus de produccions.

Aquesta acció està encarada a cobrir la necessitat de conscienciació social dels valors de la producció amb criteris agroecològics, vinculats al respecte a l'entorn, la consciència de comunitat i l'alimentació com a agent transformador de la societat.

El decàleg és de gran interès per a fer front a alguns dels obstacles que s'han detectat per a cobrir aquesta necessitat de conscienciació com són:

- Usurpació del discurs pel *mainstream* alimentari que, a partir de campanyes (sovint enganyoses), prova de vincular els productes industrials a conceptes com ecològic, artesà o local. El coneixement dels principis de l'agroecologia, presentats en el decàleg, permet al consumidor diferenciar de forma més clara les diferències entre cada un dels productes i, per tant, entendre el valor diferencial que tenen.
- Existència de grups de pressió de boicot al discurs, estudi i desenvolupament de la producció amb criteris agroecològics. La utilització de base tècnica-científica per a definir els principis del decàleg és un element bàsic per a contrarestar certs discursos encarats a mostrar aquest tipus de producció com quelcom folklòric, primitiu o esotèric.
- Visió folklòrica des de l'administració que, sovint, promou formes de producció allunyades de la realitat de les explotacions professionals i es centra tan sols en aspectes relacionats amb la tradició i la salut dels aliments. Els principis presentats en el decàleg poden ser una base per a l'actuació de les administracions, tant a l'hora de elaborar normes i línies d'ajuda, com a l'hora de plantejar campanyes.

### Realització de campanyes concretes i efectives

*Disseny, planificació i desenvolupament de campanyes participatives de promoció i difusió dels aliments produïts amb criteris agroecològics i els seus valors.*

La participació del sector agroecològic en la gestació i posada en marxa de campanyes de promoció dels aliments produïts al Camp de Tarragona ha de servir per a transmetre els valors de la producció amb criteris agroecològics (aliments ètics); alhora que ha de facilitar la definició d'objectius concrets i la avaluació del resultat d'aquestes campanyes.

Aquesta línia d'acció incideix en la necessitat d'una major conscienciació social respecte a la producció amb criteris agroecològics. La realització de campanyes eficaces són d'interès per a superar els obstacles següents:

- Usurpació del discurs pel *mainstream* alimentari, que utilitza terminologia i conceptes relacionats amb la salut i el respecte per al medi en la promoció dels seus productes que, sovint, tenen importants mancances respecte a una producció ètica. Unes campanyes ben planificades i executades poden ajudar a conscienciar als consumidors dels valors i els impactes que acompanyen cada tipus de producció i, per tant, a identificar campanyes enganyoses.
- La deriva del discurs de les campanyes de promoció d'aliments cap a salut, deixant de banda el paper transformador de la producció agroalimentària en múltiples aspectes socio-econòmics i polítics. La realització de campanyes de consum conscient, en la que es valori un aliment pel seu impacte positiu sobre el seu entorn, tant des del punt de vista social com ambiental, ha d'ajudar a donar un major pes al paper ètic de l'alimentació.
- Desconeixement, per una proporció important de la societat, de la problemàtica real respecte a la producció d'aliments i del paper que aquesta juga en la societat. A través de campanyes de conscienciació és pot donar visibilitat a la importància d'un consum ètic d'aliments com a eina transformadora.

Per desenvolupar aquesta línia d'acció, però, cal afrontar alguns reptes:

- Per una banda, cal combatre l'aposta tèbia de l'administració a l'hora de promoure una producció i consum d'aliments ètics



i transformadors; massa sovint degut a una visió folklòrica del sector agroalimentari.

- Per altra, manca un ens que representi al sector agroecològic que pugui donar suport en el disseny, preparació i impartició de formacions, dotant-los de solvència tècnica.

Les accions destinades a l'articulació del sector agroecològic poden facilitar una interlocució més directe i eficaç amb l'administració. La creació d'un decàleg dels principis d'una producció d'aliments amb criteris agroecològics, alhora, pot ajudar a establir objectius i prioritats de les campanyes que promoguin les institucions.

També cal tenir en compte el paper de les campanyes en la conscienciació de les institucions en la importància de promoure una producció i consum ètics d'aliments; tant pel propi efecte del missatge, com per la oportunitat d'establir relacions amb persones del sector agroecològic.

### Incidència sobre persones creadores d'opinió

*Desenvolupament d'estratègies per a donar a conèixer els valors dels aliments produïts amb criteris agroecològics a persones amb un perfil públic, afins a l'ecologia i la justícia social, i promoure que en facin difusió a través dels seus canals de comunicació.*

Aquesta acció està encarada a cobrir la necessitat de conscienciació social dels valors de la producció amb criteris agroecològics, vinculats al respecte a l'entorn, la consciència de comunitat i l'alimentació com a agent transformador de la societat.

L'obstacle que s'ha detectat per a cobrir aquesta necessitat de conscienciació sobre el que es vol actuar és la usurpació del discurs pel *mainstream* alimentari, que disposa de molts recursos per tal de fer arribar les seves campanyes a una població molt superior que les petites explotacions. L'establiment d'estratègies col·laboratives i coordinades per a donar a conèixer els valors de les produccions amb criteris agroecològics a persones amb impacte mediàtic ha de servir per a augmentar l'abast de la difusió dels principis de l'agroecologia.

### Introducció del concepte de justícia social dins l'educació

*Oferir informació i formació a persones dels sectors de l'educació i la formació sobre conceptes vinculats a la justícia social molt vinculats, pel que fa a la producció agroalimentària, a l'anàlisi agroecològic i el consum ètic.*

La justícia social, tal com el respecte pel medi, es basen en continguts transversals que afecten a un ampli ventall d'àmbits de coneixement. Uns programes formatius específics per a diferents nivells educatius han de facilitar als professionals de l'educació i la formació incorporar aquests continguts.

Aquesta línia d'acció va encaminada a cobrir la necessitat d'una major conscienciació social respecte a la producció amb criteris agroecològics.

En aquest cas també ha de servir per combatre l'obstacle que representa la usurpació del discurs pel «mainstream» alimentari. La conscienciació de l'alumnat de la formació bàsica en la importància de la justícia social ha de facilitar a aquestes persones i al seu entorn valorar una producció i consum ètic d'aliments.

### 6.2 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL

Observem que de totes les línies d'acció que hem anat extraient, podem fer-ne una agrupació més dirigida a una línia d'acció política dirigida cap a la política institucional, és a dir, propostes que inicialment queden fora de l'abast de l'actuació que proposem, però que creiem necessaris esmentar a mode de generar propostes “cap a dalt”, de recordatori per a actuar en un futur i de reafirmació en allò que ja s'està fent.

Un dels punts punt que queda més a l'aire i que hem estat analitzant a l'apartat anterior és quin és l'ens o l'òrgan que hauria d'interactuar amb l'administració per a fer aquestes peticions o fiscalitzar que les propostes que actualment fa la pròpia institució.

### Revisar condicions i potenciar la transformació de les nostres ciutats cap a Agroecocities, pacte de Milà, etc.

*Revisar els requisits i condicions per a que les ciutats del nostre territori optin a catalogacions o siguin inscrites en registres existents relacionats amb l'agroecologia com les Agroecocities o els acords del pacte de Milà.*

Aquesta línia d'acció va encarada a superar la necessitat de conscienciació social dels valors de la producció amb criteris agroecològics, vinculats al respecte a l'entorn, la consciència de comunitat i l'alimentació com a agent transformador de la societat alhora que promou la creació d'un grup que representi al sector agroecològic.

Aquesta línia d'actuació és clau per a encarrilar un seguit de campanyes concretes i efectives que tinguin un recolzament ampli i una base fonamentada al darrere com a recolzament i com a locomotora. L'objectiu és la generació d'un horitzó clar, comú i consensuat amb altres ciutats per a una transició progressiva.

També és una manera de recomanar a partits polítics propostes d'actuació quan es preocupen per la sostenibilitat, la justícia social, el consum responsable, el medi ambient, el món rural o l'agricultura i la ramaderia i no saben per com començar.

Com a obstacle cal tornar a esmentar que de moment no existeix un òrgan o institució que pugui exercir de referència a qui acudir a demanar informació, o que faci pressió en aquesta direcció.

### **Bancs de terres gestionat públicament – Disseny de criteris per accedir als bancs – Accés als mitjans productius**

*Potenciar la continuïtat i la creació de bancs de terres municipals o regionals sota una gestió pública que funcionin com a referència on anar a buscar terres per a l'ús agrícola o ramader.*

Per tal de satisfer la necessitat d'accés a la terra d'una forma segura i assequible veiem clau la figura d'un banc de terres que ajudi a regular el mercat actuant com a referent en temes de cessió o arrendament de la terra (o fins i tot venda) a preus i condicions dignes per aquell qui l'ha de treballar i per a la propietat, doncs moltes vegades a dia d'avui és complicat mantenir viva la idea del valor agrícola/ramader i ambiental que té aquesta. Observem que la gent "reté" les terres en possessió sense conrear-les esperant a que en pugui el valor i les pugui vendre a un preu més elevat deixant perdre moltes vegades el conreu tradicional que s'hi mantenia o fins i tot abandonant-ho per complert i deixant que s'hi faci bosc.

La figura d'aquests bancs de terres haurien d'assegurar i superar els obstacles següents: la falta de consciència del paper de l'agricultura i la ramaderia com a valor ambiental, els preus irrealistes d'accés a la

terra per a ús agrícola o ramader, la gran fragmentació parcel·lària i sempre mantenint un esperit de vetllar per a la no desprofessionalització dels oficis del sector.

És a dir, que hauria de servir per a garantir un accés a la terra i garantir un mínim de condicions de manteniment segons els usos i costums del territori a la propietat.

Observem com a repte a superar el que hem esmentat com a perill de desprofessionalitzar els oficis del sector, entenent que creiem que hi hauria d'haver, com hem esmentat a l'àmbit anterior, el disseny d'uns criteris per a seleccionar les persones que accedeixin a aquestes facilitats d'accés a la terra per blindar el bon funcionament i manteniment del tracte adquirit amb la propietat.

Lligat també a la idea de la "facilitació" que es podria desenvolupar des de la política institucional, entem que també la necessitat de mitjans productius que tenen tots els nous projectes (com seria la necessitat d'instal·lacions d'emmagatzematge o transformació, de maquinària agrícola,...) podria potenciar-se mitjançant accions institucionals. En el següent punt (8.3 Línies d'actuació en l'àmbit logístic) es descriuen algunes de les propostes que es podrien potenciar des de l'àmbit institucional.

I per anar donant cada cop més pes a aquest banc de terres, proposem també les línies d'actuació següents que englobarem dins d'aquesta ja que totes tenen una relació molt estreta amb el banc de terres i més aviat les entenem com a propostes a fer a l'administració per garantir l'estabilitat d'aquest banc de terres.

### **Penalitzacions municipals per a l'abandonament de terres.**

*Proposar a les administracions locals que es penalitzi als propietaris de terres agrícoles abandonades que no vulguin inscriure les terres als bancs de terres existents.*

Proposaríem que a nivell municipal es generes una càrrega impositiva als propietaris de terres fins ara agrícoles o actualment abandonades que no estiguessin disposats a inscriure-les dins del banc de terres regional, augmentant així el nombre de terres realment accessibles a preus raonables i assegurant un manteniment viu del paisatge i territori.

Emmarquem aquesta proposta dins d'un seguit de recomanacions o línies d'acció de política institucional on un ens, encara per definir,

pugui fer propostes a les administracions amb caràcter impositiu que pugui generar una via d'accés a la terra segur i assequible.

Els obstacle que volem superar amb aquesta acció són la falta de consciència del paper de l'agricultura com a valor ambiental i l'augment de preus que genera uns preus irreal de les terres per a l'ús agrícola.

És una proposta lligada fortament a l'aposta clara i conscient per a la consolidació d'un banc de terres útil, actualitzat i dinàmic que segueixi les normes i costums territorials i que pugui ser un impuls per a persones que vulguin iniciar una activitat agrícola amb recursos del banc de terres.

### **Mapa actiu de parcel·les disponibles o abandonades.**

*Generació d'un mapa municipal o regional amb l'estat de les parcel·les: conreades, aprofitades o abandonades, per a facilitar la inscripció de les abandonades al banc de terres municipal o regional.*

Una de les accions a realitzar dins d'aquestes propostes a les administracions per assegurar un accés a la terra segur i assequible és la de generar un mapa on es cataloguin les terres en conreades, aprofitades o abandonades.

Aquesta acció està encarada a cobrir la necessitat de conscienciació social dels valors de la producció amb criteris agroecològics, vinculats al respecte a l'entorn, la consciència de comunitat i l'alimentació com a agent transformador de la societat.

L'obstacle que s'ha detectat per a cobrir aquesta necessitat de conscienciació sobre el que es vol actuar és la usurpació del discurs pel *mainstream* alimentari, que disposa de molts recursos per tal de fer arribar les seves campanyes a una població molt superior que les petites explotacions. L'establiment d'estratègies col·laboratives i coordinades per a donar a conèixer els valors de les produccions amb criteris agroecològics a persones amb impacte mediàtic ha de servir per a augmentar l'abast de la difusió dels principis de l'agroecologia.

### **Gestió forestal per augmentar la captació d'aigua i minimitzar-ne el consum**

L'abandonament progressiu de terres agrícoles, així com la falta de gestió forestal, està conduint cap a un augment de la superfície

de boscos amb alta densitat, que competeixen per l'aigua amb les zones veïnes i que són altament susceptibles a incendis i als efectes de la sequera, plagues i altres perturbacions. Són boscos que perden progressivament la seva capacitat d'actuar com a embornals naturals de carboni.

En l'altre extrem, la pèrdua de coberta vegetal i la posterior erosió generen zones amb una elevada escorrentia superficial.

Tant els boscos d'alta densitat com les zones amb elevada erosió i escorrentia poden reduir la infiltració d'aigua en els sòls i, per tant, la recàrrega dels aqüífers, conduint cap a les situacions de falta d'aigua en les fonts, mines i pous en les que es troba actualment el Camp de Tarragona

Per això, una gestió forestal correcta, encarada a desenvolupar boscos variats, sans, amb una densitat i una diversitat adequades, podria conduir a una millora en la disponibilitat d'aigua per a l'agricultura.

### **Suport puntual municipal en gestió de petites quantitats d'aigua**

*Implantació de mecanismes i protocols d'accés a l'aigua per a cobrir petites necessitats de les explotacions agràries (aigua de boca, neteja instal·lacions, abeurar bestiar, ...).*

Algunes explotacions d'entorns mediterranis, com el Camp de Tarragona, el subministre d'aigua per a usos diferents al reg (petites dotacions) prové d'origens influenciats per la pluviometria. En períodes de sequera prolongats es poden donar situacions de desabastiment. El proveïment d'aigua, en aquestes situacions, sol resultar costós.

Per tant, per a afrontar les situacions en les que la sequera limita el accés a l'aigua per part de les explotacions agràries, l'aprofitament de recursos municipals com basses de reg de prevenció d'incendis, fonts,...poden ser un bon suport a la producció.

### **Investigació sobre la producció agrària en secans**

*Incentivar línies d'investigació encarades a una producció agrària sostenible en terrenys agraris de secà en entorns mediterranis.*

Un obstacle que s'ha detectat en relació a les dificultats d'accés a l'aigua és la tendència creixent a centrar els esforços en innovació cap a la producció agrària amb important demanda hídrica, ja siguin cultius de regadiu o ramaderia intensiva.

Aquesta tendència ha donat lloc a un important augment de les extraccions d'aigua a través de regs i pous. En un context de canvi climàtic i en una zona de clima amb importants períodes d'aridesa fa pensar que aquest recurs ja ha arribat al màxim del seu aprofitament (si no s'ha superat) i, per tant, no té sentit pensar en un augment de les zones regables.

Per tal de mantenir l'activitat agrària activa i dinàmica caldrà, doncs, donar valor als terrenys de secà (molt majoritaris al Camp de Tarragona).

Aquesta línia d'acció va encarada a buscar estratègies, tècniques i tecnologia que permeti una activitat agrícola viable en aquests terrenys de secà.

En el cas del Camp de Tarragona, un àmbit d'investigació que s'estableix com a prioritari és la cerca d'alternatives al cultiu de l'avellaner amb sòl nu, donat que es tracta d'un cultiu amb molta implantació a la zona i aquesta tècnica de conreu comporta grans problemes de pèrdua de sòl i escorrentia. L'ús de cobertes vegetals es planteja com una tècnica alternativa interessant.

### **6.3 LÍNIES D'ACTUACIÓ EN L'ÀMBIT LOGÍSTIC**

La logística de la producció i la distribució també ha aparegut com una mancança per al desenvolupament d'iniciatives.

Per una banda, s'han proposat línies d'acció encarades a donar resposta a les dificultats dels petits projectes d'elaboració (o de consum)d'aliments per a realitzar una distribució a través d'un canal curt, ja que comporta una important esforç en relació a les quantitats que es belluguen.

Un altre aspecte sobre el que es proposa actuar és la dificultat d'accés a instal·lacions de transformació a partir d'iniciatives per a l'ús compartit.

### Creació de punts de recollida compartits

*Establiment d'espais per a la descàrrega, recollida i emmagatzematge de productes de diversos projectes de producció i de consum (o de distribució).*

L'existència de varis punts distribuïts pel Camp de Tarragona on s'agrupin els productes de diverses procedències, simplifica l'esforç del consum. Permet obtenir amb una sola acció una cistella de la compra més complerta.

Per altra banda, simplifica l'intercanvi de productes entre diferents llocs del Camp, al poder incorporar major varietat (i quantitat) de productes en transports entre punts de recollida i, alhora, escurçar la distància per servir el producte. Caldria estudiar el mecanisme d'intercanvi de productes (transport) entre aquests punts de recollida.

Amb aquesta línia d'acció es vol reduir el cost de la logística de la distribució que, en el cas dels circuits curts de comercialització i la venda directa, representa un important esforç (econòmic i en dedicació).

Els obstacles que es volen superar amb aquesta línia d'acció, per a millorar el cost de la logística són els següents:

- La necessitat de distribuir poc producte a molts llocs, resultant dels circuits curts de comercialització, en els que no hi ha una distribuïdora que reculli tot el producte sinó que s'han de fer arribar a múltiples punts de consum. La possibilitat de centralitzar els punts d'entrega permet reduir el temps dedicat al repartiment i, alhora, facilita rentabilitzar el transport al augmentar les quantitats per unitat de transport.
- Existeixen diferents «tempos» entre les persones que produeixen els aliments i les que els consumeixen que dificulten establir rutines de repartiment simples i, sovint, fan menys eficient la distribució. Els punts de recollida compartits permeten que no hi hagi coincidència horària entre el repartiment del producte i la seva recollida, la productora podrà portar el producte quan li convingui i la consumidora recollir-la en un altre moment.
- També existeixen diferents «tempos» entre diferents persones que produeixen, que dificulten l'agrupació de productes i compartir logística de distribució. Poder utilitzar els punts de recollida compartits per descarregar producte a moments diferents facilita l'intercanvi i cooperació entre productores.



### Agrupació dels repartiments

*Disseny, programació i posada en marxa de rutes de repartiment predefinides, en les que es distribueixin productes de diversos orígens a varis punts de descàrrega/recollida.*

Una bon planificació d'aquestes rutes comercials ha de permetre agrupar productes diversos, representatius d'una cistella de la compra, en un mateix transport; pot ser interessant per unir diversos productores, punts de recollida compartits i consumidores entre elles.

És important estudiar la viabilitat d'establir un servei de transport compartit, repartir les rutes entre diverses productores o combinar les dues alternatives.

Amb aquesta línia d'acció es també es vol incidir en el cost de la logística de la distribució derivat dels circuits curts de comercialització i la venda directa.

Els obstacles que s'afronten amb aquesta línia d'acció són els següents:

- La necessitat de distribuir poc producte a molts llocs, al repartir cada productora el seu producte. La possibilitat d'agrupar els transports permet reduir el nombre de punts d'entrega (amb més producte per entrega).
- Assumir soles el transport, amb el cos econòmic i en dedicació que comporta. Les rutes compartides han de servir per reduir els recursos que dedica cada productora al repartiment del seu producte.

### Promoció d'instal·lacions compartides

*Enxarxament entre productores i elaboradores per a compartir i instal·lacions d'emmagatzematge, transformació i conservació d'aliments, així com altres recursos de suport a la producció.*

Aquest tipus de cooperació es pot basar en instal·lacions cooperatives (gestionades per varies iniciatives de producció i/o elaboració), en iniciatives que ofereixin aquest servei a les productores o en l'ús d'instal·lacions infrautilitzades.

En el cas de la posada en marxa de noves instal·lacions, cal tenir en compte l'acompanyament a les persones promotores del projecte

per a resoldre aspectes tècnics, administratius i de finançament, com a element clau per al seu èxit.

Aquesta línia d'acció va encaminada a cobrir la necessitat dels petits projectes de producció d'accedir a instal·lacions d'emmagatzematge, transformació i conservació d'aliments. Les accions han de servir per a superar els obstacles següents:

- La dimensió de moltes explotacions és massa petita per a fer viable la inversió necessària per a posar en marxa instal·lacions en solitari. La promoció d'instal·lacions amb ús compartit facilita l'accés a petits projectes a un cost assumible.
- Sovint les necessitats d'utilització de les instal·lacions són puntuals (ús no permanentment) la qual cosa genera infrautilització i n'augmenta el cost per unitat d'ús. La possibilitat de compartir aquestes instal·lacions ajuda a l'eficiència en l'ús d'aquestes instal·lacions i, per tant, comporta una reducció del cost unitari.

Per altra banda, aquesta línia d'acció també ha d'ajudar a cobrir la necessitat d'una logística de la distribució assequible a petits projectes de producció, que sol tenir un cost elevat en els circuits curts de comercialització i venda directa.

L'obstacle que es vol superar té relació amb les necessitats específiques de transport d'alguns productes, que requereixen uns vehicles amb equipament específic, amb uns costos superiors, d'ús i d'amortització. La possibilitat de compartir transports facilita augmentar la càrrega per unitat de transport i el nombre de transports, és a dir, una major eficiència d'utilització.

Per a poder desenvolupar aquesta línia d'acció caldrà superar els reptes següents:

En primer lloc, cal tenir en compte les necessitats diferents per a cada explotació, en relació a la tipologia i característiques de les instal·lacions. L'agrupació sectorial, en la que s'enxarxen explotacions amb productes similars, facilita trobar necessitats comunes que faciliten compartir instal·lacions.

També pot ser problemàtica la tendència a l'agrupació entre les explotacions «eco», que son poc nombroses al Camp de Tarragona, i dificulta reunir quantitats suficients de producte per a fer viables les instal·lacions. En aquest cas, l'agrupació inter-sectorial, que permet augmentar el nombre d'explotacions, o la participació al i amb el sector convencional, permeten un augment de la massa crítica i faciliten la viabilitat de les explotacions compartides.

#### 6.4 LÍNES D'ACTUACIÓ EN L'ÀMBIT TÈCNIC

La producció d'aliments amb criteris agroecològics comporta el domini de múltiples i variades branques del coneixement, ja que és vol aplicar una visió holística a la producció tenint en compte els aspectes ambientals i socials.

Sovint les iniciatives de producció estan formades per poques persones i, per tant, és difícil disposar d'un equip amb el coneixement necessari.

##### Creació d'una taula de coneixements al Camp de Tarragona

*Creació d'un ens de caràcter tècnic que agrupi a agents del sector productiu, persones expertes en diferents aspectes de la producció, representats d'entitats de formació i les institucions que hi estan relacionades.*

La producció d'aliments amb criteris agroecològics implica aplicar un ventall molt ampli de coneixements de caràcter tècnic, que implica a diverses disciplines relacionades amb l'agronomia, les ciències socials, l'ecologia dels agrosistemes, etc. La taula del coneixement que proposem ha d'agrupar a persones i entitats que puguin aportar expertesa sobre aquestes disciplines, d'altres que estiguin implicades en la formació, la transferència i l'assessorament, i també a representants al sector productiu.

L'enxarxament entre aquests agents ha de servir per detectar quines són les necessitats reals del sector productiu, establir prioritats i cercar recursos en la generació de coneixement innovador i pràctic, i definir estratègies per a fer arribar aquests coneixements a les persones que els han de posar en pràctica.

La proposta d'aquesta línia d'acció està encaminada a cobrir la necessitat d'assessorament tècnic especialitzat en la producció d'aliments amb criteris agroecològics, que sigui innovador i aplicable projectes professionals. La taula del coneixement ha de servir per fer front als obstacles següents:

- Problemes amb la transferència tecnològica, és a dir, els coneixements que existeixen que poden ser d'utilitat arriben amb dificultat a les persones que n'han de fer un ús pràctic. L'existència d'un òrgan que planifiqui estratègies de formació, transferència i assessorament, que agrupi a tots els agents implicats ha de facilitar l'efectivitat de les actuacions que es realitzin.

- La major part del coneixement que es genera no va dirigit a una producció amb criteris agroecològics, sinó que es centra en cobrir les necessitats de l'agro-indústria. Una taula del coneixement activa ha de servir, per una banda, per definir línies de treball per a les persones i entitats generadores de coneixement i, alhora, per coordinar estratègies per a cercar més recursos per a aquestes línies de treball.
- Falta de persones expertes en producció amb criteris agroecològics, ja que la majoria d'especialistes tenen experiència i coneixements sobre sistemes de producció convencional però els en manca sobre les especificitats que comporta l'agroecologia. En conseqüència, actualment es poden trobar poques persones que puguin oferir un bon assessorament amb bases agroecològiques i, per tant, s'han d'anar a buscar lluny i solen tenir poca disponibilitat. Amb aquesta línia d'acció es vol facilitar l'accés de les persones expertes (assessores, formadores i investigadores) a els coneixements necessaris per a una major especialització en producció amb criteris agroecològics.

El principal repte que caldrà superar per a poder tirar endavant aquesta línia d'acció és la dispersió dels projectes de producció i la manca de temps de les persones que hi participen, que dificulta seva participació (d'una forma organitzada) a aquesta taula de coneixement que proposem.

Per fer front a aquest repte, és bàsic desenvolupar les línies d'acció en l'àmbit social que estan concebudes per a combatre aquesta dispersió i incentivar l'enxarxament.

### **Creació d'una ADV / ADS agroecològica al Camp de Tarragona**

*Promoure l'associació de les explotacions per compartir els serveis tècnics d'assessorament en sistemes de producció agrícola i ramadera amb criteris agroecològics.*

En les explotacions d'una dimensió petita o mitjana no es poden assumir els costos de disposar de personal d'assessorament tècnic de forma individual. La creació d'associacions de defensa vegetal (ADV), per a la producció agrícola, i associacions de defensa sanitària (ADS), per a la producció ramadera, és un bon sistema per a disposar d'assessorament tècnic personalitzat a un preu assumible.

Alhora, l'existència d'una entitat encarada a assessorar en aspectes relacionats amb la producció amb criteris agroecològics afavoreix

l'aparició i formació de tècnics autòctons especialitzats en aquest tipus de producció.

Aquesta línia d'acció va encaminada a cobrir la necessitat d'assessorament tècnic especialitzat en la producció amb criteris agroecològics. Una ADV/ADS ha de servir per a superar els obstacles següents:

- Falta de persones assessores en producció amb criteris agroecològics ja que, tot i que existeixen en l'actualitat algunes ADV/ADS que donen servei al Camp de Tarragona, totes elles tenen poca especialització en coneixements relacionats amb l'agroecologia.
- Falta un òrgan que tradueixi les «prohibicions» de les certificacions en recomanacions. Els sistemes de certificació de la producció es basen en limitacions pel que fa a les tècniques i productes que es poden emprar, però les entitats certificadores no ofereixen assessorament en les alternatives que es poden aplicar. La disponibilitat de persones especialistes en producció amb criteris agroecològics ha de facilitar trobar respostes tècniques als requeriments de les certificacions.

Per al desenvolupament d'aquesta línia d'acció caldrà fer front al repte que representa que els projectes són com "bolets", ja que la dispersió i la poca disponibilitat dificulten la posada en marxa d'un servei d'assessorament col·laboratiu.

Per fer front a aquest repte, és bàsic desenvolupar les línies d'acció en l'àmbit social, concebudes per a combatre aquesta dispersió i incentivar l'enxarxament.

## **6.5 LÍNIES D'ACCIÓ EN L'ÀMBIT SOCIAL**

L'aïllament de les persones que participen en projectes de producció és una de les problemàtiques detectades que, alhora, influeix en la possibilitat de donar resposta a moltes altres necessitats.

Les línies d'acció proposades van encaminades a generar interacció entre les persones, ja sigui per a poder desenvolupar iniciatives de caràcter professional, com a donar resposta a necessitats en aspectes emocionals o efectius.

### Creació d'una seu social

*Creació d'una seu física que serveixi de punt de reunió dels agents del sector agroecològic.*

L'obertura d'un espai (o varis, distribuïts pel Camp de Tarragona), en que es centralitzin activitats de caire social o professional, facilitaria compartir experiències i inquietuds.

Proposem aquesta línia d'acció per tal de cobrir la falta d'accés al coneixement compartit sobre problemes quotidians de les persones que participen en projectes de producció.

L'obstacle principal que hem detectat a l'hora de cobrir aquesta necessitat és la dispersió territorial de les explotacions i la manca de temps de les persones que hi participen, ja que dificulta el contacte directe i l'intercanvi d'experiències i inquietuds. L'existència d'una seu, en la que s'hi realitzin activitats i s'ofereixin serveis, incentiva l'assistència de diferents persones i, per tant, la possibilitat de reunir-se i donar-se suport mutu en aspectes del seu interès.

Cal tenir en compte, però, que aquesta dispersió també és un repte que cal afrontar si es vol tirar endavant la creació d'una seu física, ja que pot ser un fre alhora d'anar-hi. La implicació del propi sector en la posada en marxa i l'establiment de dinàmiques per a donar valor a l'assistència a aquesta seu poden ser un camí per a superar aquesta problemàtica.

### Establir dinàmiques per compartir coneixement

*Desenvolupament de dinàmiques encarades a la posada en contacte de persones que formen part de projectes de producció, per a compartir coneixements relacionats amb les seves feines.*

La proposta pretén generar activitats d'encontre entre persones que formin part de projectes d'un mateix sector productiu, per tal de compartir coneixements específics del seu àmbit, o entre persones que produeixin amb criteris agroecològics en general, per afrontar aspectes més transversals.

Aquesta línia d'acció va encaminada a cobrir, per una banda, la necessitat d'assessorament tècnic especialitzat en producció amb criteris agroecològics.

L'obstacle que representa la falta d'experts en aquest tipus de producció es pot compensar amb l'intercanvi de coneixements i experiències entre les persones que formen part de projectes de producció. El coneixement col·lectiu és una eina molt potent per a resoldre els projectes individuals.

Per altra banda, aquesta proposta incideix en la falta d'accés al coneixement compartit sobre problemes quotidians que hem detectat. En aquest cas, la línia d'acció vol fer front als obstacles següents:

- La dispersió dels projectes de producció i, per tant, la manca de contacte entre les persones que hi formen part, és una dificultat important a l'hora de compartir coneixements que ajudin a afrontar els problemes quotidians. L'establiment de dinàmiques pensades per a aquest propòsit ha d'incentivar un major contacte i intercanvi entre aquestes persones.
- La dificultat en la comunicació entre les persones dels diferents projectes de producció, sovint acostumades a un treball molt solitari i aïllat i amb poca disponibilitat de temps de lleure per a millorar les relacions socials amb l'entorn. La possibilitat de participar en dinàmiques útils per a trobar respostes a inquietuds personals és una motivació important per trobar-se amb altre gent i, per tant, trencar dinàmiques comunicatives negatives.

Per a l'establiment de dinàmiques encarades a compartir coneixements, però, cal afrontar el repte de la dispersió territorial dels projectes de producció. Tot i que aquesta línia d'acció ja va encarada a actuar sobre aquesta problemàtica, l'aïllament i la distància entre les persones no ho facilita. Caldrà combinar les diferents línies d'acció en l'àmbit social per tal de minimitzar-ne l'efecte negatiu.

### Establir rutines de contacte

*Programació d'activitats de caire social o lúdic per incentivar el contacte entre persones que formen part de projectes de producció.*

Aquesta és una línia d'acció amb un paper molt transversal, és a dir, que incideix de forma indirecte en el desenvolupament de les altres línies d'acció. El contacte en entorns distesos, amb activitats de caràcter lúdic, permet que les persones dediquin temps a la reflexió més abstracta, sense la necessitat de resoldre problemes urgents. Aquests entorns més relaxats poden ser molt interessants per a incentivar la creativitat i, en conseqüència, donar lloc a idees i propostes innovadores.

Amb tot, aquesta proposta apareix per fer front a la falta d'accés al coneixement compartit sobre problemes quotidians.

La dispersió dels projectes de producció apareix com el principal obstacle al que es vol fer front. L'existència de rutines de contacte, en situacions plaents i relaxades, pot ser una bona eina per a motivar a trencar la rutina aïllada habitual i compartir temps amb altres persones.

Aquesta dispersió, per altra banda, també esdevé un repte a l'hora de posar en pràctica aquesta línia d'acció. La distància i la manca de temps dificulten trobar moments idonis per a activitats col·lectives.



## 7. PRIORITZACIÓ DE LES LÍNIES D'ACCIÓ

En aquest punt, i un cop dibuixades, les línies d'acció, amb la seva agrupació per àmbits i la posterior descripció, cal avançar en la materialització de propostes.

En la generació de propostes s'han plantejat un gran nombre de línies d'acció que poden ajudar a fer front a les necessitats detectades. Per tal d'optimitzar esforços i adaptar l'acció a la capacitat real del sector agroecològic, que disposa de recursos limitats, és important prioritzar aquelles actuacions que puguin tenir un major impacte i eficiència (relació recursos-resultat).

### 7.1 Detecció d'obstacles desllorigadors

Per a la priorització de les línies d'acció s'ha realitzat un anàlisi dels diferents obstacles detectats, identificant les interaccions entre ells. Es busca detectar aquells obstacles els quals, en cas de ser superats, comportin una major efectivitat en la cobertura de les necessitats detectades; els **obstacles desllorigadors**.

Per valorar el paper desllorigador dels obstacles analitzats es tindrà en compte la relació entre ells pel que fa a la causalitat, és a dir, quan la superació d'un obstacle és un pre-requisit per a superar-ne un altre.

Aquest anàlisi s'ha fet mitjançant la tècnica del fluxograma.

Amb aquesta a dinàmica es busca identificar les relacions de causa-efecte, entre els obstacles prèviament detectats. Un cop identificades, és possible arribar a prioritzar els temes per on es pot començar a treballar, a més d'identificar els actors responsables de buscar estratègies i solucions a aquests problemes.

Consisteix en elaborar col·lectivament un gràfic on es visualitzin les relacions de causa-efecte entre els diversos elements relacionats amb el tema objecte de debat (en el nostre cas, entre els diferents obstacles que estan frenant la resolució les necessitats), per tal d'establir, després, els "nusos crítics" o obstacles "desllorigadors": és a dir, els principals factors per on s'hauria de començar a treballar per resoldre les necessitats i avançar en les línies d'acció.



### 1ª part: simplificació: classificació i agrupació

El punt de partida de l'activitat és la classificació i agrupació de tots els obstacles que s'han detectat prèviament, en funció del seu àmbit. D'aquesta manera se simplifica el nombre d'obstacles sobre els que treballar, i es guanya detall i aprofundiment en les relacions entre ells.

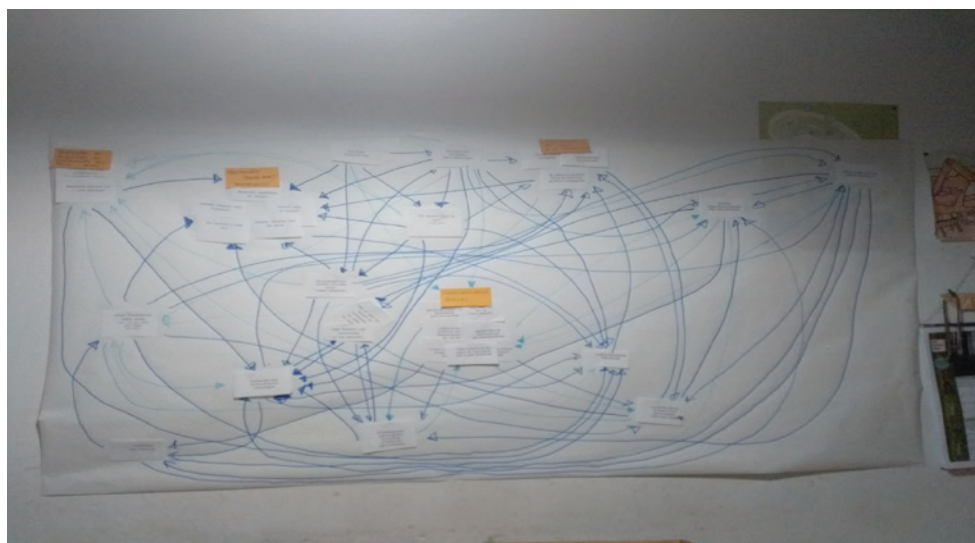
### 2ª part: distribució a l'espai

Un cop agrupats, es distribueixen i s'enganxen al papellògraf de forma que visualment es diferenciïn d'una banda, els diferents àmbits (distribuïts al llarg de l'eix de les x) i, d'altra banda, el grau o capacitat d'influència sobre ells. Així a l'eix de les y es distribueixen de menys a més possibilitat de ser abordats per part del grup.

### 3ª: part: identificació relacions de causalitat

Un cop distribuïts a l'espai, es passa a la part d'establiment de relacions. En aquest punt s'avança d'obstacle a obstacle. Aturant-se a reflexionar en cada un d'ells buscant quins altres obstacles en poden ser causants i quins efectes. Per a això, s'utilitzen fletxes que uneixin entre si els diferents factors com a causa (sortida de fletxa) o efectes (arribada).

El resultat de la dinàmica ha estat un diagrama molt complex, amb múltiples relacions de causalitat entre els obstacles analitzats, moltes d'elles recíproques.



Imatge D2.1: diagrama resultant de la dinàmica de detecció d'obstacles desllorigadors..

Un cop establertes les relacions més consensuades, es fa el recompte del nombre de fletxes d'entrada (conseqüències) i del nombre de fletxes de sortida (causes) que té cada tema.

Un factor o obstacle, amb el mínim d'entrades vol dir que té menys requeriments o pre-requisits per a ser solucionat, menys condicionants previs.

Un factor o obstacle amb moltes o el màxim de sortides, és un desllorigador, perquè és un obstacle que en desencalla molts més.

En definitiva, i com a suma, els que tinguin menys fletxes d'arribada i més de sortida seran considerats "nusos crítics".

La següent taula mostra el nombre d'entrades (conseqüències) i sortides (causes) dels obstacles analitzats:

Obstacle	Entrades	Sortides
Diversitat de necessitats en instal·lacions, en temps i espai	5	3
Mida de les explotacions massa petites	4	8
Limitacions administratives	3	3
Obstacles amb transport i distribució	8	1
Problemes amb transferència tecnològica	9	4
Ens costa comunicar-nos	-	5
Els projectes són com bolets (ens falta temps, estem dispersos)	2	8
Falta d'experts (els convencionals no ens serveixen)	4	3
El coneixement que es genera no va dirigit al sector Ae	5	3
Ens falta visió estratègica	2	10
Ens agrupem entre els eco (i som pocs)	2	6
Conscienciació social	5	6
Assumim feina diferent a la producció	5	6
Costs d'explotació més elevats	6	3
Les distribuïdores no tenen nínxol per productes Ae	10	1
Perfil de desprofessionalitzador dels oficis del sector	6	5
No hi ha cap ens que representi el sector AE	4	7

## 7.2 Línies d'acció catalitzadores

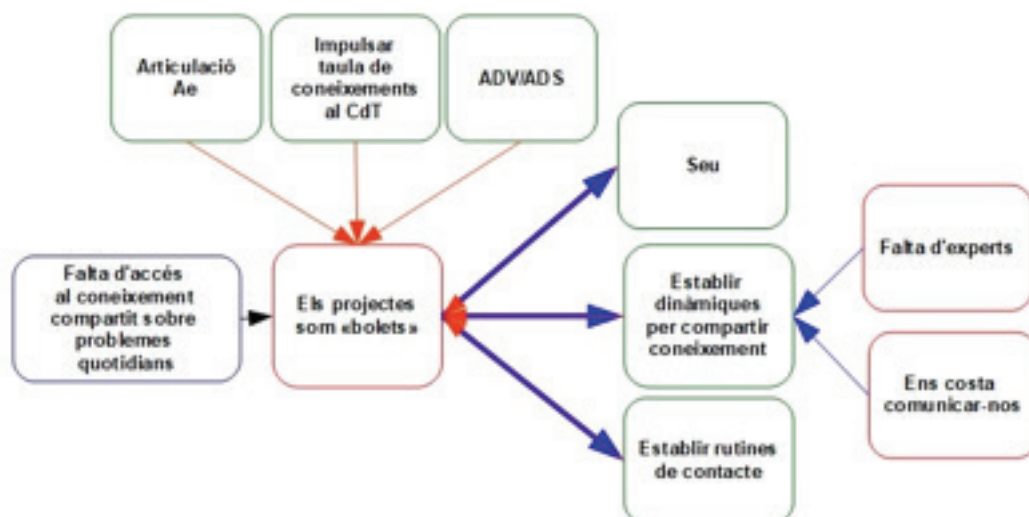
Un cop s'han identificat els obstacles desllorigadors, s'identifiquen les línies d'acció encarades a superar-los, i es determinen quines d'elles donen resposta a un major nombre d'aquests obstacles o a obstacles amb un important valor desllorigador: **les línies d'acció catalitzadores**.

Amb aquest objectiu, i a partir dels diagrames necessitat-obstacle-línia d'acció, s'ha generat un nou diagrama per a cada un dels obstacles seleccionats amb les línies d'acció i necessitats que hi estan relacionades. Aquesta representació gràfica permet identificar quines d'aquestes línies d'acció incideixen en un major nombre d'obstacles.

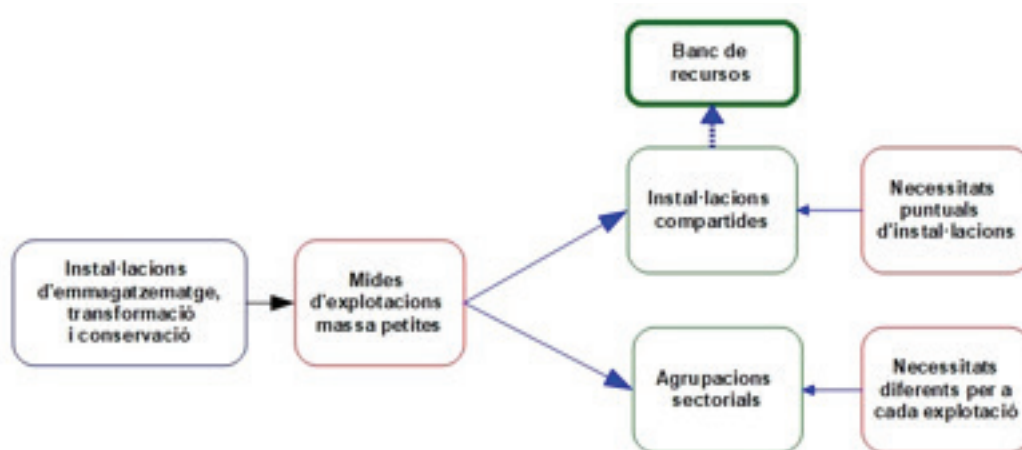
- Elements relacionats amb l'obstacle: ens falta visió estratègica



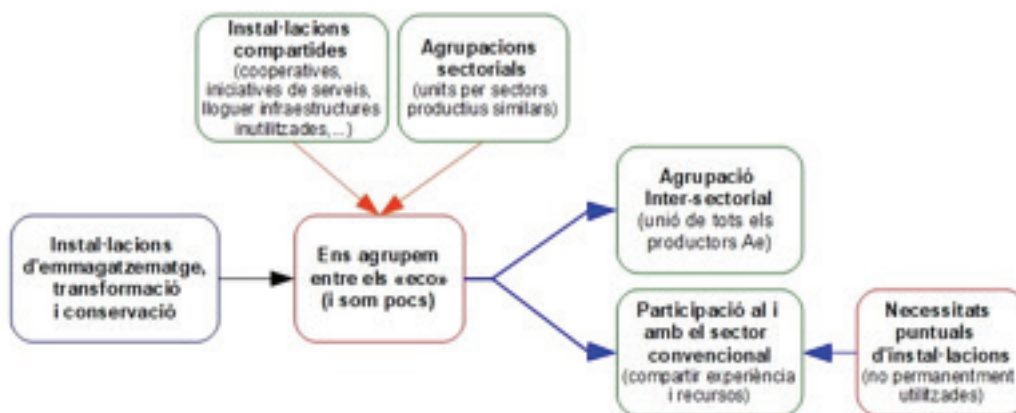
- Elements relacionats amb l'obstacle: els projectes són "bolets"



- Elements relacionats amb l'obstacle: mides d'explotacions massa petites



- Elements relacionats amb l'obstacle: ens agrupem entre els "eco" (i som pocs)



- Elements relacionats amb l'obstacle: ens costa comunicar-nos



- Elements relacionats amb l'obstacle: no hi ha cap ens que ens representi



A partir d'aquest anàlisi, les línies d'acció que presentarien una capacitat catalitzadora més rellevant són:

### **Articulació territorial del sector productor Ae / Articulació sectorial / Articulació intersectorial:**

Les línies d'actuació relacionades amb l'enxarxament entre les diferents persones i entitats del sector Ae del Camp de Tarragona, ja sigui d'una forma més horitzontal (sectorial-gremial) o transversal (intersectorial-clúster), apareixen com a resposta a molts dels obstacles seleccionats.

Es considera que tenen un important valor catalitzador, ja que poden ajudar a resoldre múltiples obstacles que són determinants a l'hora de cobrir les necessitats detectades, o que limiten el desenvolupament d'altres línies d'acció.

### **Establir dinàmiques per compartir coneixement. / Establir rutines de contacte / Seu**

També apareixen de forma reiterada les línies d'acció vinculades a la relació i interacció entre les persones del sector Ae; actuacions encarades al suport mutu, tan pel que fa a aspectes de la pròpia producció com a aspectes socials o emocionals.

La vinculació entre totes aquestes línies d'acció destacades és molt estreta i, per tant, és possible articular actuacions concretes que es poden encabir en vàries d'aquestes línies. A l'hora que es potencia l'enxarxament a diferents nivells, es va promovent el contacte i el suport mutu; i a la inversa.

També s'han detectat altres línies d'acció interessants per a superar els obstacles desllorigadors, tot i que amb un paper catalitzador menys important:

**Sistemes Participatius de Garantia (SPG):** línia d'acció per a donar resposta a la falta de visió estratègica.

**Instal·lacions compartides:** actuacions encaminades a solucionar la petita dimensió dels projectes productius.

**Participació al i amb el sector convencional:** accions per tal de compartir experiències, inquietuds i demandes amb un col·lectiu major que el sector Ae.

## 8. DESENVOLUPAMENT D'ACCIONS

Qualsevol actuació inscrita en alguna de les línies d'acció prioritàries detectades requereix, per tal de ser efectiva, d'un **equip promotor** i que aquest disposi dels **recursos necessaris** per a tirar-la endavant.

Alhora, cal tenir en compte que actualment ja hi ha **iniciatives en marxa**, i d'altres en desenvolupament, per a actuar en l'àmbit de les línies d'acció proposades. En qualsevol nova actuació que es vulgui dur a terme és imprescindible cercar la **màxima col·laboració i coordinació d'esforços** amb les persones o entitats que ja estiguin treballant en la mateixes línies d'acció.

Per tot això, es proposa una plantilla per al disseny d'accions en la que es recullen tots els elements a considerar a l'hora de planificar una actuació eficaç:

<b>Nom de l'acció:</b>	
<b>Definició</b>	
<b>Objectiu</b>	-Necessitats sobre les que s'actua.
<b>Obstacles associats</b>	-Obstacles que es pretenen superar amb l'acció.
<b>Reptes associats</b>	-Reptes que cal considerar a l'hora de dur a terme l'acció.
<b>Ordre de prioritat</b>	-Nivell catalitzador de l'acció: nombre i importància dels obstacles desllorigadors sobre els que actua.
<b>Promotors o grup motor</b>	
	-
<b>Persones o col·lectius interpellats</b>	
	-
<b>Recursos necessaris</b>	
<b>Recursos disponibles i finançament</b>	
<b>Passos pel desenvolupament de l'acció</b>	
<b>Referents</b>	
	-Accions prèvies amb objectius similars. -Persones o entitats implicades.
<b>Actuacions sinèrgiques</b>	
	-Accions en desenvolupament amb una línia similar a la proposada. -Persones o entitats implicades.
<b>Criteris d'avaluació de l'acció</b>	



# ANNEX I

## TAULA POTENCIAL BASE

Les informació recopilada i tractada és recull en l'arxiu doc ESTUDI AE CdT

Potencial Base. Taula que s'adjunta al document.

### BIAIXOS QUE PRESENTA LA TAULA DE PRODUCTORS:

A continuació s'enumeren i es descriuen els biaixos que presentarà la base de dades resultant i que s'han detectat durant el procés de treball, entenent que poden existir altres biaixos que no haguem detectat:

- La base de dades del CCPAE ubica els projectes per la seva seu social i no per la ubicació del projecte agrari, de manera que possiblement s'han inclòs en la taula activitats que es desenvolupen fora del Camp de Tarragona, i n'han quedat excloses altres activitats agràries desenvolupades dins del Camp per empreses o particulars amb una seu social diferent
- La orientació "ramaderia" queda com un calaix de sastre que inclou activitats tan diferents entre elles com pot ser el bestiar oví extensiu, l'apicultura o l'engreix intensiu de pollastres
- Les dades són únicament qualitatives, ninguna de les dos bases informa de la magnitud de cada projecte, ni de cada orientació productiva dins un projecte. Aquest fet pot distorsionar completament la percepció que es tingui d'un projecte a través de les dades de la taula.
- Dins la base de dades de Venda Directa apareixen molts projectes que comercialitzen oli o vi a través de la venda directa. Tots aquests projectes s'han etiquetat com a "elaboradors", entenent que transformen la materia prima. És probable, però, que la majoria estiguin entregant la materia prima a cooperatives que realitzen la transformació del producte

# ANNEX II

## ANÀLISI D'EXPERIÈNCIES PRÈVIES.

### PLANTILLA D'ENTREVISTA.

#### DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

##### **Característiques del projecte**

- Origen i objectiu inicial del projecte.
- Situació de partida: projectes de producció/consum actius, instal·lacions, etc.
- Forma jurídica.
- N° d'agents implicats (tant producció com consum) i les seves característiques (dimensió, etc.).
- Tipologia i varietat de productes distribuïts.
- Àrea geogràfica coberta (tant producció com consum).
- Mecanismes de govern/decisió/coordinació: participació dels diferents agents.
- Personal propi del projecte i/o distribució de tasques entre els agents implicats (producció/consum).

##### **Logística i comunicació interna**

- Característiques dels espais de recollida i emmagatzematge.
- Instal·lacions, màquines i equips: magatzem, càmera, envasadores, etiquetadora, etc; Forma de tinença (lloguer, compra).
- Transport: producció->centre distribució i centre de distribució->consum. Punt de venda – repartiment – recollida.
- Mecanismes de comunicació entre agents: canals per a la recollida de comandes, informació d'oferta de productes als consumidors, recollida de demandes/propostes (tant producció com consum), etc.

### **Promoció i difusió**

- Canals de difusió del projecte.
- Campanyes promoció.
- Col·lectius objectiu.

### **Finançament projecte**

- Aportacions persones/empreses associades.
- Dependència de les ajudes públiques.
- Aplicació de marges en productes distribuïts.
- Altres fonts de finançament: serveis, assessorament tècnic, formació, projectes, etc.

### **ANÀLISI CRÍTIC**

- Quins elements del projecte generen (van generar) conflicte.
- Quins elements del projecte es valoren com una aportació positiva per als agents.
- Viabilitat econòmica: punts crítics i mida mínima necessària per a la viabilitat del projecte.

# ANNEX III

## BUIDATGE ANALÍTIC DE LES ENQUESTES

### ADV GENT DEL CAMP

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	no	Va transformar-se per poder comercialitzar conjuntament cap a l'associació coordinadora ecològica nova Gent del Camp.
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	-	Va anar variant fins a mutar.
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	<20	Va anar canviant en funció de la força de cada moment.
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	mitjà	La gent anava entrant i sortint.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	crescut	Altes i baixes, un inici molt ascendent fins a la transformació.
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	alta	Oli, fruits secs, cereals, llegums, farines, horta, vins i mosts, conserves, etc.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Camp de Tarragona	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	baix	
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	si	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	

<b>3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu</b>			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	no	
3.2	Si cau els projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	no	
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	si	
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	no	
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	no	

<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	-	
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	si	
4.3	Fan compres conjuntes?	si	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	si	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	no	
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	no	
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	no	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	no	
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	no	
4.10	Comparteixen transports?	si	

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	no	
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	no	
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	euros	
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	alt	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	

5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	no	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	no	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	no	

## 6 Dependència de diners/suports públics.

6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	si	
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	no	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	no	

## 7 Normativa interna

7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	si	
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	no	
7.3	Es compleixen les normes?	no	
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	no	
7.5	Es fan excepcions?	si	

## 8 Horitzontalitat / Verticalitat

8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	adv	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	horitzontal	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	no	
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	debatiu	

9 Lideratge			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	si	Joan pim pam
9.2	Aquest lideratge està capacitat per a exercir el lideratge?	si	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	experiència	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	no	

10 Discurs polític / agroecològic			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	
10.3	De totes?	no	
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	no	
10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	no	

11 Difusió			
11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	no	
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	si	
11.3	Xarxes socials?	si	

## ACE NOVA GENT DEL CAMP

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	no	Va finalitzar a finals del 2014.
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	no	Va ser una variació de l'ADV cap a un procés de comercialització conjunta.
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	8 o 9	Uns pocs es van quedar a comercialitzar conjuntament.
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	baix	Va anar marxant gent perquè no els resolía res i anaven perdent diners.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	disminuït	
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	alta	Oli, fruits secs, cereals, llegums, farines, horta, vins i mosts, conserves, etc.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	camp de Tarragona	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	baix	No sabem si en aquesta segona etapa també compartien tècnic.
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	si	Inicialment si, després anaven separant-se cada cop més.
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	Pel que hem entès hi havia la possibilitat de fer-se la competència internament.

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	no	Era un 'a més a més'.
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	no	Diferents graus de dependència
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	si	Si, tots són i eren pagesos professionals
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	no	Precisament, per uns es movia molt de volum, per altres només una part del seu total
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	no	



<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	-	No hem arribat a aquest grau de concreció.
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	si	Ens falta assegurar que en la 2a etapa mantenen un tècnic.
4.3	Fan compres conjuntes?	si	Per exemple la fruita
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	si	En principi es volien complementar.
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	no	
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	si	Mas Fàbregues.
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	si	16 m <sup>2</sup> aproximadament.
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	-	No hem arribat a aquest grau de concreció.
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	si	balança, caixes, empaquetatge.
4.10	Comparteixen transports?	si	Furgoneta.

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	si	Mas Fàbregues.
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	no	La principal font creiem que era una cessió.
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	euros	Suposem que igual que en la etapa anterior, per exemple la furgoneta.
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	mitjà	Els recursos més bàsics eren comuns, la furgoneta era particular amb un preu específic per kg i km.
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	si	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	no	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	si	Secretaria, bascula, oficina...

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	si	Les infraestructures bàsiques eren una cessió creiem.
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	si	La cessió del local.
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	-	No arribem a aquest grau de concreció.

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	si	Creiem que era un tema molt debatut i mal resultat.
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	no	
7.3	Es compleixen les normes?	no	Es deia que hi havia molta diversitat de qualitats barrejades.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	no	
7.5	Es fan excepcions?	si	

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	associació	Pensàvem que era cooperativa.
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	horitzontal	Reunionitis.
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	no	
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutori' o 'debatiu'?	debatiu	"[...] un far ens en vam fer de fer reunions [...]"

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	no	Les persones contractades no generaven aquest rol.
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	no	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	-	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	-	

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si, però no tant	Menor que a l'etapa de l'ADV.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	Queden les experiències més consolidades, amb les que cada cop van mantenint menys criteris.
10.3	De totes?	no	
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	-	No arribem a aquest grau de concreció.

10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	no	

<b>11 Difusió</b>			
11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	-	
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	si	
11.3	Xarxes socials?	si	Facebook

## COOPERATIVA EL BROT

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	si	40 anys
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	si	Però potser s'ha estancat.
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	-	
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	baixa	No tenen relleu.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	disminuït	va augmentar molt i després va créixer la competència i va disminuir.
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	molt alt	Botiga oberta al públic. Venen de tot.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	no	Però procuren consumir local.
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	-	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	-	
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	no	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	-	
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	-	
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	-	
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	-	
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	-	

<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	-	
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	-	
4.3	Fan compres conjuntes?	-	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	si	Ara ja no, però inicialment planificaven plantacions sobretot d'horta amb els productors i pactaven preus anuals.
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	-	
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	-	
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	-	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	-	
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	-	
4.10	Comparteixen transports?	-	

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	si	Local, cameres de fred...
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	-	
5.3	Si alguna infraestructura és d'algun dels socis, com es remunera la col·lectivització?	-	
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	nul	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	no	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	no	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	si	Botiga oberta al públic.

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	no	
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	no	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	no	Ara a Coopcamp.

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	si	Cap de compres.
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	si	
7.3	Es compleixen les normes?	si	Cap de compres.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	si	Assemblea de compres.
7.5	Es fan excepcions?	si	L'assemblea accepta excepcions.

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	SCCL	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	Horitzontal	Tot i que hi ha junta com en qualsevol cooperativa.
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	si	Socis actius, treballadores, productors.
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	resolutiu	

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	no	No és clar, n'hi ha varis que han de conviure.
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	no	Conflictes entre lideratges.
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	han sorgit	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	si	Entre lideratges.

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	Molt.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	De moltes.
10.3	De totes?	no	Distribuïdors no tenen criteris.
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	L'assemblea de compres pot vetar o reforçar.
10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	Molts diversitat de socis compradors.
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	Discurs més i menys elaborat.
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	si	Però actualment no està operatiu.

<b>11 Difusió</b>			
11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	si	Alguna fira de mostres.
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	no	
11.3	Xarxes socials?	si	Molt poc.

## XARXA BAIX MARESME

<b>1 Característiques</b>			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	si	Moment de canvia a cooperativa?
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	si	En possible evolució cap a més complexitat.
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	9	
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	mitjà-baix	
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	disminuït	Lleugerament (han arribat a ser 11 i ara són 9).
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	alta	Tenint en compte que és horta (també abasteixen de fruita, ous, etc).
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	si	Comarcal.
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Maresme	

<b>2 Comercialització</b>			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	mitjà-baix	Programació de productes a intercanviar-compra conjunta de productes a tercers.
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	no	Però hi ha criteris de compra.
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	

<b>3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu</b>			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	no	Però per algunes la venda de producte al col·lectiu és un % important.
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	no	Però algunes perden bastants ingressos.
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	si	
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	-	?
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	no	



<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	no	
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	si	Informalment.
4.3	Fan compres conjuntes?	si	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	si	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	si	Caixa de resistència.
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	no	Descampat per a fer l'intercanvi setmanal.
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	no	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	no	
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	no	
4.10	Comparteixen transports?	si	Furgoneta pròpia.

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	no	
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	no	Es necessita poca: transport i lloc d'intercanvi.
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	-	Es divideixen costos i hores de feina.
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	alt	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	no	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	no	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	no	

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	no	
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	no	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	no	

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?		
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	no	Els preus.
7.3	Es compleixen les normes?	si	
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	no	Formalment no n'hi ha cap.
7.5	Es fan excepcions?		

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	associació	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	horitzontal	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	no	
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	resolutiu	

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	si	(tot i que no ho expliciten)
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	-	No ho sabem.
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	sorgit	Subtilment
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	-	No ho sabem.

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	Tenen normes agroecològiques per accedir al grup, però no fan difusió exterior de la ideologia. Són molt pràctics.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	D'algunes.
10.3	De totes?	no	
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	Pocs.

10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	No ho creiem.
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	Creiem que si.
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	no	

## 11 Difusió

11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	no	Molt poca: 1 sola fira i un díptic.
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	no	
11.3	Xarxes socials?	no	

## 25 MASOS

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	No	
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?		
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	25	
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	baixa	
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	Disminuït	A mig projecte queda només un nucli dur.
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	baixa	Horta.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	Si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Camp de Tarragona	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	Mitjà/alt	El camp era de cadascú, lo de després, comú. La segona fase part del camp també és comú.
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	Sí	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	No	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	Desconegut	

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	Sí	
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	si	Bastant.
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	si	Bastant.
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	No	
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	no	Segurament no.

<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	si	Fase 1, no. Fase 2, sí.
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	si	Potser alguna cosa.
4.3	Fan compres conjuntes?	si	Algunes.
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	Si	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	si	Parcialment.
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	Sí	Al Mas de Magrinyà.
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	Sí	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	si	No tot, però alguna cosa si, compren alguna cosa per compartir.
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	si	Tot.
4.10	Comparteixen transports?	si	Del camp al magatzem, no. La distribució la fan contractant a fora el transport.

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	si	És d'uns socis, el projecte hi inverteix uns quants diners per a condicionar.
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	No	
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	no	No es remunera.
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	Alt	Mitjà-alt.
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	si	Alguna maquinària compartida.
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	No	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	si	Tots.
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	no	Contracten fora.

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	No	
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	No	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	No	

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	No	
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	Sí	El preu que percep el productor depèn del preu de venda del producte.
7.3	Es compleixen les normes?	no	No del tot.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	No	
7.5	Es fan excepcions?	si	Segurament.

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	SAT	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	Horitzontal	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	Però hi ha gent amb ganes i gent que es deixa portar.
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	No	Però sí que s'acaba estratificant la cosa.
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutori' o 'debatiu'?	Debatiu	I amb no gaire bon final. La falta de normes i claredat de criteris va influir en el seu acabament.

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	Sí	O això creiem, són els entrevistats.
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	Sí	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	Ha sorgit	Surt sobre la marxa.
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	Desconegut	

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	Però no molt. Agroecològic no gaire, potser sí en la defensa de la pagesia.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	no	No creiem.
10.3	De totes?	no	No creiem.

10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	Grup tancat.
10.5	Aquest discurs és homogeni?	-	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	-	
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	No	No molt, i va donar problemes.

## 11 Difusió

11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	No	
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	No	
11.3	Xarxes socials?	No	

## BIOLORD

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	Sí	I segons l'entrevistat, té molt recorregut, encara comença.
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	Sí	
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	17	I pujant.
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	Baix	Ningú surt, van entrant.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	Creix	
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	Únic	O casi únic. Fan poma, algú hi ha ficat algo de patata i no sé què més.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	Sí	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Pirineu	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	Alt	Gestió de camp guiada per tècnics, alguns fins i tot feines de camp compartides, i post-collita conjunta única.
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	Sí	Poma de Muntanya – Biolord.
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	no	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	Sí	75% obligat, però ho venen casi tot junt.

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	Sí	
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	Sí	
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	No	Ningú viu d'aquest projecte, ara comença un a intentar-ho.
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	no	Possiblement no, sobretot pel fet aquest que cadascú té altres projectes.
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	Sí	Sí perquè tothom que ha entrat juga al mateix joc.



<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	si	Parcialment. Alguns de St Llorenç sí.
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	Sí	Rotundament.
4.3	Fan compres conjuntes?	Sí	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	Si	La plantació de cadascú la proposen els tècnics.
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	Sí	De tot menys del camp.
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	Sí	Local únic per tots.
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	Sí	Única per tots.
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	Si	Parcialment. Alguns de St Llorenç sí.
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	Sí	Única per tots.
4.10	Comparteixen transports?	Si	Del camp al magatzem no.

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	Sí	
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	No	Tota és particular.
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	Econòmicament	Preu calculat i acordat per cobrir l'ús i el desgast.
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	Alt	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	No	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	No	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	No	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	No	
<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	Sí	No subsidis, però sí assessorament i empenyes per a la difusió i el màrqueting.
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	No	Segons ells, no, però en tot cas sembla que té bons padrins.
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	Sí	Sí, per a la difusió i el màrqueting.

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	No	De moment no és necessària, es ven tot el producte.
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	No	
7.3	Es compleixen les normes?	Sí	Tothom està molt a gust amb el projecte i no hi ha problemes.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	No	No és necessari de moment.
7.5	Es fan excepcions?		

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	Cooperativa	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	Horitzontal	Funcionament cooperatiu real, però la cooperativa delega les decisions tècniques a una ADV i n'accepta plenament les propostes.
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	Sí	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	No	Potser els fundadors tenen més pes?
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	-	Desconegut.

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?		Desconegut. Però hi ha alguns personatges emprenedors i amb carisma.
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	Si	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	Ha sorgit	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	No	Sembla que no.

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	Si	Molta defensa del territori.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	Si	En principi.

10.3	De totes?	-	Desconegut.
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	Si	N'hi hauria d'haver, però deuen ser voler fer poma, ser del Pirineu i acceptar les normes.
10.5	Aquest discurs és homogeni?	-	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	Si	Segurament hi ha el nucli dur.
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	Si	L'ADV i el propi funcionament cooperatiu.

## 11 Difusió

11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	Si	Moltíssim. La difusió ha anat per davant de la part agronòmica del projecte (dit casi així pel propi entrevistat). És un projecte amb una empenta de comunicació molt bèstia.
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	Si	
11.3	Xarxes socials?	Si	Molt moviment.

## PUEBLOS BLANCOS

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	No	Va desaparèixer per temes econòmics.
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	-	
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	15	
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	-	Desconegut.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	Disminuït	Va començar amb molts més membres, però es va "auto-cribar" molt ràpid.
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	Mitjana	NOMÉS produïen horta, però distribuïen altres productes, per ampliar oferta.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	Si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Sierra de Cádiz	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	Alt	La producció es planifica en comú. Tot el procés post-collita és compartit, fins la venda.
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	Si	Pueblos Blancos.
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	No	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	Si	Es permetia la venda de cadascú al seu mercat local. La norma no estava escrita, però no es venia fora.

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	Si	Quasi totalment.
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	si	Segurament els productors devien seguir d'algun manera, però molt afectats.
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	-	Desconegut.
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	-	Desconegut.
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	-	Desconegut.

<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	No	O molt poques.
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	Si	
4.3	Fan compres conjuntes?	Si	El planter i qualsevol cosa post-collita.
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	Si	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	Si	De tot menys del camp
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	Si	Local únic per tots, una mega-nau amb una mega-càmera i tots els equips necessaris.
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	Si	Única per tots.
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	No	?
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	Si	Única per tots.
4.10	Comparteixen transports?	si	Del camp al magatzem no, la resta sí.

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	Si	
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	si	Tota menys la de camp.
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	-	Desconegut.
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	Nul	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	Pocs/cap.
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	-	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	si	Tots.
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	si	Tots.

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	Sí	L'empenta inicial és de la Mancomunidad de Pueblos de La Sierra de Cádiz. I el context polític d'Andalucía era favorable a l'A.E.
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	Sí	El local és cedit per la Mancomunidad.
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	si	Segurament si. Ajudes a difusió, projecte de menjadors escolars ecològics que li genera volum de vendes.

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	Sí	
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	No	Es fa un preu comú, només es separen excepcions (un lot de algun producte sense calibre, o coses així).
7.3	Es compleixen les normes?	Sí	Es controlen per part de l'equip gestor i es treballen molt a nivell de grup.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	Sí	Les revisions en assemblees i juntes.
7.5	Es fan excepcions?	-	

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	SCoopA	Sociedad cooperativa andaluza.
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	Horitzontal	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	Si	Tot i que hi ha junta i gerent.
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	Sí	Gerent, junta i socis que participen en assemblees i reunions.
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	resolutiu	Resolutiu però aconseguint haver-ho parlat amb tothom.

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	Sí	
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	Sí	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	Escollit	Contractat com a gerent pel seu perfil.
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	No	O sí, però els necessaris per la part resolutiva del projecte.

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	Sí	
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	Si	El perfil inicial dels productors no és molt agroecològic, però l'experiència provoca un canvi.
10.3	De totes?	no	Potser no.
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	Geogràfics.
10.5	Aquest discurs és homogeni?	Sí	

10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	-	No ho sabem.
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	si	Segurament si, pel propi funcionament cooperatiu.

## 11 Difusió

11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	Sí	
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	Sí	
11.3	Xarxes socials?	-	Desconegut.

## DIGUESBLAT

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	no	
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	-	
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	>25	Es tracta d'un projecte particular (1 persona+1 persona suport) que dóna servei fins a 25 explotacions, i treballa coordinadament amb una empresa de transport (CUÏC).
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	nul	
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	crescut	Pel que fa a productors als que es dóna servei.
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	alta	Pretensió d'oferir un cistella de la compra completa.
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Catalunya	Productes catalans (principalment Camp de Tgn) distribuïts a l'àmbit de Catalunya (principalment Camp de Tgn)

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	nul	
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	no	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	no	
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	no	
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	no	



3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	si	Baixa.
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	si	Baixa.

#### 4 Inter-relació interna

4.1	Fan junts feines de camp?	no	
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	no	
4.3	Fan compres conjuntes?	no	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	no	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	no	
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	no	Diguesblat disposa d'un magatzem on repcepciona i embala els productes, i des d'on en fa la distribució
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	no	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	no	
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	no	
4.10	Comparteixen transports?	no	Els productors fan arribar el producte pel seu compte i càrrec. El producte, des del magatzem de Diguesblat, es distribueix amb l'empresa de transport col·laboradora.

#### 5 Infraestructura i Recursos compartits

5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	no	
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	no	
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	no	
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	no	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	no	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	no	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	no	

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?	no	
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	no	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)	no	

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	si	S'estableixen uns requisits del producte i els mètodes de producció.
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	no	Els preus dels productes els fixen els productors.
7.3	Es compleixen les normes?	si	
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	si	
7.5	Es fan excepcions?	si	

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	S.L.	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	-	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	-	
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	-	
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?	-	

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	-	
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	-	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	-	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	-	

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	
10.3	De totes?	no	
10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	
10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	no	

<b>11 Difusió</b>			
11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	si	
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	si	
11.3	Xarxes socials?	si	Havia de ser la base de la promoció del projecte.

## GREMI DE CERVESERS

1 Característiques			
1.1	Segueix funcionant el projecte?	si	
1.2	Es manté la idea inicial del projecte?	si	La idea bàsica inicial és la creació d'un lobbie, i això es manté. Han anat evolucionant els objectius concrets.
1.3	Quin nombre d'experiències formen el projecte col·lectiu?	>20	
1.4	Quin grau de rotació interna hi ha del membres integrants? (alt, mitjà, baix o nul)	baix	Ha sofert un increment molt significatiu de membres. Per ara, poques sortides.
1.5	Ha crescut o disminuït el nombre de membres?	crescut	
1.6	Quina diversitat de productes ofereix el projecte col·lectiu? (alta, mitjana, baixa, únic)	baixa	
1.7	Els projectes estan en un mateix àmbit geogràfic?	si	
1.8	Quin és aquest àmbit geogràfic?	Catalunya	

2 Comercialització			
2.1	Quin grau del procés productiu està emparat pel projecte col·lectiu? (alt, mitjà, baix o nul)	baix	
2.2	Comercialitzen amb el mateix nom de marca?	no	
2.3	Comercialitzen amb un nom diferent dins d'una marca com a segell de qualitat?	no	
2.4	Hi ha exclusivitat de venda pels mateixos canals a través del projecte col·lectiu?	no	

3 Dependència econòmica del projecte col·lectiu			
3.1	Les experiències comercialitzen majoritàriament a través del projecte col·lectiu?	no	
3.2	Si cau el projecte col·lectiu, cauen o es veuen greument afectades les experiències?	no	
3.3	L'economia dels productors depèn exclusivament de l'èxit de l'experiència productiva?	no	
3.4	Tots els integrants donen la mateixa importància al projecte col·lectiu?	no	
3.5	Tots els integrants tenen el mateix grau de dependència comercial?	no	

<b>4 Inter-relació interna</b>			
4.1	Fan junts feines de camp?	-	
4.2	Comparteixen tècnics i coneixements?	no	
4.3	Fan compres conjuntes?	no	
4.4	Planifiquen plantacions conjuntes?	no	
4.5	Assumeixen riscos col·lectivament?	no	
4.6	Comparteixen local o magatzem per fer logística?	no	
4.7	Comparteixen càmera frigorífica?	no	
4.8	Comparteixen maquinària de camp?	-	
4.9	Comparteixen maquinària post-collita?	-	
4.10	Comparteixen transports?	no	

<b>5 Infraestructura i Recursos compartits</b>			
5.1	El projecte col·lectiu té infraestructura pròpia?	si	Mínima.
5.2	Tota la infraestructura que es necessita és del projecte col·lectiu?	si	
5.3	Si alguna infraestructura és d'alguns dels socis, com es remunera la col·lectivització?	-	
5.4	Grau de dependència del projecte col·lectiu de les infraestructures dels socis (alt, mitjà, baix, nul).	baix	
5.5	Hi ha recursos col·lectius en la part productiva?	no	
5.6	Hi ha recursos col·lectius en el transport?	no	
5.7	Hi ha recursos col·lectius en el post-collita?	-	
5.8	Hi ha recursos col·lectius en la comercialització?	si	

<b>6 Dependència de diners/suports públics.</b>			
6.1	El projecte rep/ha rebut diners públics o suports per a iniciar-se?		
6.2	El projecte depèn de diners públics per mantenir-se?	no	
6.3	Rep/ha rebut diners o suport públic puntualment per agilitzar-lo? (ccc, difusió, jo bio, etc.)		

<b>7 Normativa interna</b>			
7.1	Hi ha una normativa interna d'acceptació/veto del producte en funció de la seva qualitat?	si	
7.2	Hi ha categories de preus en funció de la qualitat del producte?	-	
7.3	Es compleixen les normes?	no	El creixement ràpid en nombre de socis ha fet descuidar el control.
7.4	Hi ha alguna manera de revisió si es compleixen aquestes normes?	no	
7.5	Es fan excepcions?	no	Teòricament, ja que al descuidar el control s'accepten socis que potser no compleixen els criteris.

<b>8 Horitzontalitat / Verticalitat</b>			
8.1	Quina fórmula jurídica té el projecte col·lectiu?	Associació	
8.2	La presa de decisions del projecte col·lectiu és vertical o horitzontal?	horitzontal	
8.3	Tots els integrants tenen el mateix pes en la presa de decisions?	si	En revisió.
8.4	Hi ha diferents 'rangs' definits dins del projecte (socis/productors associats)?	no	En revisió.
8.5	El projecte es defineix com a 'resolutiu' o 'debatiu'?		

<b>9 Lideratge</b>			
9.1	Hi ha un lideratge clar (persona/es que assumeixen un rol molt important com a clau del projecte)?	no	
9.2	Aquest lideratge està capacitada per a exercir el lideratge?	-	
9.3	Aquest lideratge és escollit i representatiu o ha sorgit amb l'experiència?	-	
9.4	Aquest lideratge crea conflictes?	-	

<b>10 Discurs polític / agroecològic</b>			
10.1	Hi ha un discurs polític o agroecològic al darrere del col·lectiu?	si	Però poc, respecte a l'elaboració artesanal.
10.2	Hi ha discurs polític o agroecològic al darrere de les experiències que integren el col·lectiu?	si	
10.3	De totes?	no	

10.4	Hi ha criteris d'entrada al col·lectiu?	si	
10.5	Aquest discurs és homogeni?	no	
10.6	Hi ha diferents graus i voluntats de discurs intern?	si	
10.7	Hi ha algun mecanisme de control intern de compliment de criteris?	no	

## 11 Difusió

11.1	S'ha fet difusió/promoció del projecte col·lectiu?	si	Però poca.
11.2	S'utilitza el projecte col·lectiu com a marca o garantia de qualitat?	si	Hauria de ser una garantia d'artesania del producte.
11.3	Xarxes socials?	no	



Impulsa:



Promou:



Amb el finançament de:

