



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL



ACTUACIÓ 51

Seguir apostant per mancomunar serveis i afavorir la comprar agregada entre ens locals

LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Seguir apostant per mancomunar serveis i afavorir la comprar agregada entre ens locals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les reduïdes dimensions de la majoria dels municipis del Priorat i la dificultat que aquests tenen per poder disposar de recursos per garantir els serveis públics necessaris als seus habitants, fan que l'**aposta per mancomunar alguns d'aquests serveis sigui una solució molt efectiva i satisfactòria**. A més, mancomunar sovint representa tendir cap a la eficàcia i eficiència en la prestació de serveis públics, garanteix la millora efectiva del benestar de la població, i, en definitiva, significa aprofitar el potencial, recursos i infraestructures de diferents institucions locals per donar un servei ampli i de qualitat. Evidentment, això també ha de propiciar una reducció de la despesa pública i una simplificació en la gestió de la compra de serveis i subministraments als ajuntaments, mitjançant la coordinació d'un únic expedient de contractació.

Així doncs, davant la realitat social, geogràfica i econòmica del Priorat és recomanable, i en alguns casos fins i tot imprescindible, que **els ajuntaments segueixin mantenint llaços de col·laboració entre ells, per implementar solucions conjuntes a problemes comuns**, i fent front així a les necessitats dels prioratins de la manera més eficient possible.

D'exemples de serveis i/o subministraments que potencialment es poden mancomunar (o realitzar una **compra agregada**) n'hi ha un gran nombre: material d'oficina, vehicles, energia elèctrica, comunicacions, la publicitat, etc. També es podria estudiar, per exemple, la gestió agrupada de depuradores.

En tot aquest entorn, el Consell Comarcal pot tenir un paper molt important, adoptant un rol aglutinador en la gestió o coordinació de molts d'aquests serveis mancomunats / compra agregada.

Per tant, és necessari propiciar que sorgeixin propostes i acords d'actuació conjunta, que acabin materialitzant-se, i que els ciutadans ho rebin i percebin en forma d'una millora i una major eficàcia dels serveis rebuts.

Per tal d'aconseguir aquest objectiu cal dur a terme les següents accions:

- Detectar necessitats, nivells de coordinació i presa de decisions sobre potencials serveis (i/o subministraments) que poden ser mancomunats entre municipis.
- Afavorir la contractació conjunta i la gestió, coordinació i/o execució d'aquests béns o serveis mancomunats.
- Estructurar una figura i un protocol de coordinació i gestió de sistemes de compra agregada.
- Garantir la qualitat i la millora continua dels serveis incorporats en la compra agregada mitjançant el control, seguiment i gestió d'incidències de les empreses contractades a tal efecte.



LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Seguir apostant per mancomunar serveis i afavorir la comprar agregada entre ens locals

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de municipis que participen de serveis mancomunats. • Serveis i accions mancomunades entre municipis. • Inversió total dels municipis / Consell Comarcal dirigides a serveis mancomunats. • Estalvi econòmic derivat de les economies d'escala en els preus 	<ul style="list-style-type: none"> • Estalvi vinculat a la gestió (derivat de l'aglutinació de diversos processos de contractació en un únic expedient). • Evolució en el nombre de població beneficiària d'aquests serveis. • Grau de satisfacció de la població en relació a la qualitat dels serveis rebut.
---	---

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuntaments • Consell Comarcal • Altres entitats amb caràcter supramunicipal del territori (p.e. Parc Natural de la Serra de Montsant / Consorci de la Serra de Llaberia)
---------------------------------------	---

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • ACM • Localret • Altres entitats amb caràcter supramunicipal del territori (p.e. Parc Natural de la Serra de Montsant / Consorci de la Serra de Llaberia)
-------------------------	--

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	
---	--



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 52

Impulsar la redacció del Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil

LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Impulsar la redacció del Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Segons la Llei 4/1997, de Protecció Civil de Catalunya, *“els municipis són les entitats bàsiques de la protecció civil a Catalunya i disposen de capacitat general d'actuació i de planificació en aquesta matèria”*. Molts dels municipis de la comarca, atenent a aquest precepte, ja han estat proactius i han desenvolupat les figures de planificació que li corresponen en funció dels riscos estipulats en el seu territori.

Tot i amb això, el Priorat, com altres comarques rurals, presenta un cert desequilibri territorial ja que hi ha **municipis que tenen molta extensió de terreny però disposen de pocs recursos** i que **no poden tenir l'estructura mínima per a poder atendre segons quin tipus d'emergències**. Per això, la citada llei indica en el seu article 50, punt 4 que *“correspon als consells comarcals d'elaborar i aprovar els plans d'assistència i suport en matèria de protecció civil, per als municipis de llur àmbit... Aquests plans han d'ésser homologats per la Comissió de protecció civil de Catalunya i han de respectar els plans municipals de protecció civil”*.

A dia d'avui el Consell Comarcal del Priorat **no té aprovat aquest Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil**, i per tant es considera important que es desenvolupi. Aquest Pla **no s'ha d'entendre com un pla d'emergència sinó un pla de suport i ajuda**. En **cap cas substitueix tampoc la responsabilitat màxima en matèria de Protecció Civil, que la norma va atribueix als ajuntaments**, ja que el municipi és l'entitat bàsica de la Protecció Civil, però pot ser l'element activador perquè els municipis tinguin sempre al dia els seus plans d'emergència.

En aquest sentit doncs es proposa desenvolupar les següents accions:

- **Redacció del Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis** en matèria de Protecció Civil del Priorat.
- **Presentació** del citat Pla al Consell d'Alcaldes i aprovació per part del Ple del Consell.
- Signatura del **conveni entre els Ajuntaments i el Consell Comarcal**, establint mecanismes de col·laboració en matèria de protecció civil i emergències.

A més, com es comenta en l'ACTUACIÓ 9 (la que fa referència a “Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)”), es proposa coordinar la integració de les mesures preventives d'incendis forestals, per tal de que les accions tinguin major efectivitat, en aquest **Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil**.



LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Impulsar la redacció del Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil

PRIORITAT		PERIODICITAT			
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Pressupost invertit en la redacció del Pla. • Nombre de reunions efectuades amb els ajuntaments per concretar aquesta redacció. • Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació. 			<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de figures / estructures concretades a través del Pla (responsables municipals en la matèria, etc). • Nombre d'actuacions en les que s'ha fet necessari activar procediments previstos en el Pla. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament d'Interior 				
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament d'Interior • Parc Natural Serra de Montsant / Consorci de la Serra de Llaberia • ADF • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) 				
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 9: Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI) 				



Consolidar el Servei d'Assistència Tècnica als municipis per part del Consell Comarcal

LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Consolidar el Servei d'Assistència Tècnica als municipis per part del Consell Comarcal

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els municipis de la comarca, sempre en base la seva pròpia dinàmica, plantegen millores i afronten projectes, en el marc de les seves competències i àmbits d'actuació, en obra pública. En aquest sentit doncs, les principals obres que afronten els ajuntaments són les anomenades infraestructures urbanes (incloent carrers, places, espais públics, xarxes de distribució, etc.), així com projectes d'edificis i equipaments municipals.

Per tal de donar el suport tècnic a aquestes obres, el Consell Comarcal del Priorat ofereix als ajuntaments de la comarca un Servei d'Assistència Tècnica consistent a informar, tramitar expedients i donar suport tècnic en matèria d'arquitectura, enginyeria i, també, medi ambient. Aquest servei es formalitza bàsicament a través de dues vies (amb la signatura d'un conveni o bé amb una petició puntual d'assistència) i el preu públic d'aquest servei s'estableix mitjançant una ordenança.

En aquest sentit, és important vetllar per seguir prestant i consolidar aquest tipus d'assistència que s'ofereix des del Consell Comarcal, per tal de facilitar, en la mesura del possible, la concreció tècnica de les pretensions i necessitats dels diferents consistoris de la comarca i tendir, així, a millorar les condicions i qualitat de vida en les diferents poblacions de la comarca.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- Evolució en el nombre de projectes realitzats i expedients tramitats.
- Distribució per municipis del nombre de serveis efectuats.

- Evolució en el nombre de personal tècnic contractat a tals efectes.
- Grau de satisfacció dels ajuntaments en relació a la qualitat del servei rebut.



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	OPTIMITZACIÓ DE LA GESTIÓ PÚBLICA LOCAL
ACTUACIÓ	Consolidar el Servei d'Assistència Tècnica als municipis per part del Consell Comarcal
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuntaments • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA **3**

EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA



ACTUACIÓ 54

Recolzar les inversions de creació o millora de cellers, a través de millores en maquinària, equips i locals

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Recolzar les inversions de creació o millora de cellers, a través de millores en maquinària, equips i locals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Al llarg dels darrers anys, s'han creat o millorat un gran nombre de cellers, tant de la DOQ Priorat i de la DO Montsant. La comarca ha viscut una eclosió i sorgiment de moltes iniciatives (des de grans projectes empresarials a petits projectes unipersonals), que han canviat en pocs anys la fisonomia i l'estructura productiva de la comarca.

Com a indicador del nivell d'inversió en aquest sentit, per exemple, es poden agafar les xifres dels ajuts Leader atorgats amb aquest objecte durant el període 2007-2013. La xifra d'expedients que han tingut per objecte la creació o millora de cellers supera la setantena, amb una inversió prevista que era superior als 7,5 milions d'euros (xifra que està pendent de ser definitiva fins que no es disposi de totes les xifres de certificació de la totalitat dels expedients).

Cal que aquesta dinàmica de **creació i millora continuï, bàsicament per incrementar o consolidar la qualitat del producte** i per **garantir que els petits cellers que van néixer fa uns anys tinguin eines i capacitat de creixement**. En concret les inversions haurien de fer referència bàsicament a **la millora i adaptació dels cellers a les noves necessitats productives**, a la **modernització de la maquinària i equips** per tal de millorar la qualitat del producte i disminuir els costos de producció i a les inversions en **millora de l'envasat-embotellat**.

Tot i amb això, i a diferència del que va passar en els anteriors períodes de programació, aquestes actuacions ja **no poden ser finançades a través de Leader**, sinó que hauran de fer-ho a través del *Real Decreto 1079/2014, de 19 de diciembre, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola*.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inversió total en creació de cellers. • Inversió total en millora / ampliació de cellers existents. • Subvenció sol·licitada / rebuda total. • Inversió / subvenció per municipi. | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions. • Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions. • Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions. |
|--|---|



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Recolzar les inversions de creació o millora de cellers, a través de millores en maquinària, equips i locals

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Sindicats agraris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 20: Participar en el Pla Director Urbanístic d'Enoturisme i vetllar perquè doni resposta a les necessitats de la comarca • ACTUACIÓ 56: Possibilitar la creació de petites àrees industrials per oferir opcions de creixement a cellers urbans • ACTUACIÓ 64: Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 55

Estendre el desenvolupament de la producció ecològica

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Estendre el desenvolupament de la producció ecològica

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La producció ecològica és un sistema d'obtenció de productes agraris de qualitat que posa una cura especial en la utilització de productes i tècniques el més naturals i sostenibles possibles, excloent aquelles que potencialment poden afectar la qualitat del producte final o del medi ambient. Aquest sistema està regulat per una normativa europea que garanteix la traçabilitat de totes les etapes des de la producció, transformació, envasat, etiquetatge i distribució. A Catalunya l'autoritat competent de control és el Consell Català de la Producció Agrària ecològica (CCPAE).

Si bé és cert que el desenvolupament i potenciació d'aquest tipus de producció ja se l'han fet propi i l'estan promocionant les pròpies DO (de fet la comarca del Priorat és la segona comarca en nombre de cellers inscrits en el CCPAE de tot Catalunya), es considera important cal **seguir insistint en informar i formar els productors sobre les opcions d'aquests tipus de producció**, com a forma de generar major valor afegit als productes, i lligar-los, més fins i tot, al territori. Però també, evidentment cal formar-los en els requisits metodològics que exigeix aquest tipus de producció (tècniques de vinificació no permeses, ús de substàncies autoritzades, exigències d'etiquetatge, controls i traçabilitat, etc.).

Com es comenta doncs, aquesta actuació cal que sigui concretada a través d'**assessorament tècnic a productors**, que pot ser portat a terme sobretot a través de **xerrades periòdiques i cursos concrets de formació**, vehiculats ja sigui a través del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (informant també de les ajudes previstes en el PDR, en base l'operació 11.1.01 d'agricultura ecològica, per a productors certificats pel CCPAE), de les pròpies DO o dels ens de gestió dels espais naturals (Parc Natural, Consorci de la Serra de Llaberia).

A més, i tenint en compte la visió transversal i multidisciplinar del desenvolupament de la comarca, basat en seu paisatge, es proposa travessar aquesta línia i tendir a assumir vessants propis de l'**agroecologia**, disciplina en la qual s'hi integren, a més components de responsabilitat mediambiental i social.

PRIORITAT			PERIODICITAT	
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual
				Contínua

INDICADORS

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'accions de formació, informació i/o sensibilització dutes a terme. • Nombre de participants en aquestes accions. • Acords realitzats amb el DAAM o altres institucions per tal d'estructurar una oferta concreta d'activitats formatives. | <ul style="list-style-type: none"> • Evolució en la superfície de producció ecològica. • Evolució en els kg de producció ecològica. • Evolució en el nombre d'ampolles comercialitzades i preu d'aquestes. • Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació i als assessoraments. |
|--|---|



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Estendre el desenvolupament de la producció ecològica

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • CCPAE • MAGRAMA
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Pagesos / Sindicats agraris • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Montsant • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • VITEC • INCAVI
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 74: Promoure la producció ecològica en el sector (oli) • ACTUACIÓ 125: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 56

Possibilitar la creació de petites àrees industrials per oferir opcions de creixement a cellers urbans

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Possibilitar la creació de petites àrees industrials per oferir opcions de creixement a cellers urbans

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal d'oferir possibilitats de creixement a molts cellers que actualment estan ubicats en els nuclis dels municipis, i per tal d'anar minimitzant problemàtiques i mancances que deriven d'aquest fet (dificultats en la logística, en l'accés de camions a diverses àrees urbanes, problemes d'espai d'emmagatzematge per stocks i material divers, etc.), es considera necessari **poder impulsar el desenvolupament de petites àrees industrials a les afores dels municipis** que considerin aquesta opció i necessitat.

En cap cas es tracta d'implantacions en forma de grans polígons, sinó de **zones industrials de petites dimensions, adaptades a la realitat de cada municipi** i per tant d'abast fonamentalment local, **integrades paisatgísticament**, construïdes **respectant criteris i tipologies constructives pràcticament urbanes** i dedicades **fonamentalment a l'activitat agroindustrial** (tot i que caldria obrir-se aquesta opció a d'altres activitats en funció del municipi, si s'escau).

Seria molt convenient que prèviament **s'assegurés l'ocupació d'aquestes zones a través del diàleg amb el teixit productiu local**, que hauria d'assumir compromisos per així garantir la màxima ocupació dels espais i evitar situacions, com les que s'han produït en molts altres territoris, en les quals aquests espais han quedat buits o estan infrautilitzats.

Evidentment aquestes implantacions han de poder ser **desenvolupades en base els respectius plans urbanístics municipals**, i alhora haurien de ser plenament **respectuoses amb la filosofia i estratègia de respecte al paisatge i medi ambient** de la comarca, i per tant caldria que respectessin els objectius de la Carta del Paisatge, sota supervisió i recomanacions de la **Oficina Comarcal del Paisatge** (plantejada en l'ACTUACIÓ 19).

A més, es proposa que l'**Oficina de Promoció Comarcal** (ACTUACIÓ 118) pugui **absorbir tasques relacionades amb el desenvolupament d'aquestes àrees** i per tal de **gestionar els compromisos amb els empresaris** que s'hi vulguin instal·lar, i així també poder fer més eficients aquests espais, ja que a més **aquesta Oficina podria coordinar una borsa d'espais i interessats**.

Com s'ha comentat anteriorment, aquestes actuacions ja **no poden ser finançades a través de Leader**, sinó que hauran de fer-ho a través del **Real Decreto 1079/2014, de 19 de diciembre, para la aplicació de las medidas del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola**.



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA		EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE			
PROGRAMA		MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR VITIVINÍCOLA			
ACTUACIÓ		Possibilitar la creació de petites àrees industrials per oferir opcions de creixement a cellers urbans			
PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'àrees industrials desenvolupades. • Nombre de locals / naus construïdes. • Superfície agroindustrial creada. • Inversió total generada. • Nombre de productors interessats en ocupar aquestes superfícies. • Nombre de compromisos d'ocupació signats. 			<ul style="list-style-type: none"> • Abast territorial de l'actuació (nombre de municipis amb superfícies industrials desenvolupades). • Cost de funcionament de l'Oficina de Promoció Comarcal. • Grau de satisfacció dels ajuntaments, tècnics i productors en relació al funcionament de l'Oficina de Promoció Comarcal. • Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT		<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente • INCASÒL 			
AGENTS IMPLICATS		<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Montsant • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • INCASÒL 			
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA		<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 19: Estructurar l'Oficina Comarcal del Paisatge, per tal de que el paisatge esdevingui l'eix fonamental de dinamització territorial • ACTUACIÓ 20: Participar en el Pla Director Urbanístic d'Enoturisme i vetllar perquè doni resposta a les necessitats de la comarca • ACTUACIÓ 54: Recolzar les inversions de creació o millora de cellers, a través de millores en maquinària, equips i locals • ACTUACIÓ 118: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal 			



jaumbages | Planificació estratègica
i desenvolupament local



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 57

Consolidar el Centre Tecnològic del Vi (VITEC)

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Consolidar el Centre Tecnològic del Vi (VITEC)

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de seguir impulsant la innovació en el sector vitivinícola és imprescindible la **consolidació del paper del Centre Tecnològic del Vi (VITEC), l'aplicabilitat dels seus treballs**, projectes i estudis a les empreses del sector (**assegurar la transferència de coneixements al sector productiu**) i el **reforç continuat de la seva vinculació amb els Consells Reguladors**, d'acord amb les seves necessitats de desenvolupament (zonificació de vins, mapes aromàtics, etc).

En aquest entorn, doncs, és en el que el VITEC **ha de desenvolupar i reforçar les seves tasques i funcions**, en base les següents directrius:

- Ser proactiu i líder en la identificació de necessitats i reptes de futur en matèria de generació de coneixement i foment de la innovació del sector.
- Treballar en projectes per la valorització de vi, en la transferència de coneixement al teixit productiu, i en la millora de la competitivitat del sector.
- Participar en projectes de recerca multidisciplinars (p.e. química analítica, energia, anàlisi sensorial, canvi climàtic, etc.) per a la creació de sinèrgies que ajudin a millorar aspectes concrets de la producció i/o comercialització dels productes.
- Afavorir la concreció i participació en projectes de cooperació a nivell nacional i/o internacional per tal de captar noves vies de finançament per a accions d'R+D+I.

Per tot això, és necessari que l'estructura tècnica del Centre sigui mantinguda i, a poder ser, millorada. En aquest sentit, és important tenir en compte que la Generalitat de Catalunya, va impulsar la redacció del **Pla estratègic de Recerca, Innovació i Transferència Agroalimentària de Catalunya 2013-2020**, amb l'objectiu de consolidar el sector agroalimentari com un dels sectors estratègics de l'economia catalana i **és important que el VITEC s'aprofiti de l'existència d'aquest Pla** i que es vetlli perquè el Departament d'Agricultura, i els altres departaments implicats, Empresa i Ocupació, i Economia i Coneixement, dotin de contingut i finançament les línies d'actuació que en ell s'estableixen. En aquest marc és en el qual el VITEC ha de poder disposar de majors opcions de finançament per als seus projectes i, conseqüentment, per consolidar la seva estructura.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Consolidar el Centre Tecnològic del Vi (VITEC)

INDICADORS	
<ul style="list-style-type: none"> • Augment de pressupost (i de mitjans humans i tècnics) aconseguit per l'entitat. • Evolució en el nombre de projectes realitzats i nombre de publicacions que se n'han fet ressò. • Evolució en el nombre de projectes de transferència portats a terme en col·laboració amb el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolució en el nombre de peticions de serveis de suport, assessorament i recerca sota demanda. • Evolució en el nombre d'activitats de formació i jornades tècniques realitzades. • Evolució en el nombre de panells de tast realitzats per a empreses i institucions vinculades al món del vi. • Nombre de participants en les activitats i serveis de l'entitat.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Universitat Rovira i Virgili / Fundació URV • FEDER • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Departament d'Economia i Coneixement • Ministeri d'Economia i Competitivitat -Centre per al Desenvolupament Tecnològic Industrial • UE
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Universitat Rovira i Virgili / Fundació URV • Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM) • Departament d'Empresa i Ocupació • Departament d'Economia i Coneixement
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 58: Recolzar les iniciatives en innovació promogudes des dels Consells Reguladors de les DO • ACTUACIÓ 59: Consolidar els projectes relacionats amb la zonificació dels vins, potenciar les varietats locals i fomentar els Vins de Vila i els Vins de Finca

Recolzar les iniciatives en innovació promogudes des dels Consells Reguladors de les DO

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Recolzar les iniciatives en innovació promogudes des dels Consells Reguladors de les DO

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els Consells Reguladors porten a terme una important tasca de divulgació, sensibilització i foment de la innovació en l'àmbit de la vitivinicultura. Cal destacar, a més, que lliguen aquesta necessària innovació amb el respecte per la tradició i les bones pràctiques transmeses al llarg dels anys.

Cal fomentar perquè aquestes **iniciatives continuïn per tal de seguir fent cada vegada més estret el vincle entre vi i territori**. D'aquesta manera, alguns dels principals àmbits sobre els quals caldrà incidir són els següents:

- Tecnologia ambiental (sostenibilitat i paisatge).
- Reconeixement i definició dels paràmetres de qualitat i definició / identificació d'indicadors per a la seva avaluació (definició de perfils sensorials).
- Diferenciació del producte.
- Incorporació de noves tecnologies (TIC) als processos de producció de vinya celler (p.e. monitorització on-line i control de qualitat in situ).
- Professionalització de les empreses de serveis del sector vitícola a través de la formació empresarial.
- Introducció de noves pràctiques enològiques i vitícoles que pal·liïn els afectes negatius del canvi climàtic.
- Aprofundiment en el coneixement de les varietats tradicionals.
- Desenvolupament de processos d'elaboració que tinguin cura a no malmetre la identitat del producte (millora de l'expressió de diferents varietats de vinya).
- Caracterització de les tècniques de maneig i de qualitat de la gestió de la vinya amb l'objectiu de marcar la tipicitat i els estils de vins.
- Millora de l'eficiència del procés productiu (en tota la cadena de valor) a través d'importar la tecnologia i els processos d'altres sectors.
- Integració del regne animal al regne vegetal: viticultura biològica, orgànica, ecològica i biodinàmica.

Cal dir que els aspectes bàsics en innovació agroalimentària estan recollits en el **Pla Estratègic de Recerca, Innovació i Transferència Agroalimentària de Catalunya 2013-2020**, aprovat pel Govern de la Generalitat l'any 2013, que esdevé el document marc d'aquest àmbit durant els propers anys.

Val a dir que a dia d'avui, des de la DOQ per exemple, ja es porta a terme una **Diada Participativa de Bones Pràctiques en Innovació**, entesa com una jornada de difusió de coneixements, en la qual els productors més joves aprenen dels viticultors més grans. **Cal recolzar, per tant, el desenvolupament de més activitats d'aquest tipus**, i la participació dels diferents agents en elles.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Recolzar les iniciatives en innovació promogudes des dels Consells Reguladors de les DO

Alhora, en l'àmbit de la recerca, des de 2013, la DOQ Priorat és membre de del **Centre de Recerca, Estudi i Valorització per a la Viticultura de Muntanya (CERVIM)**, organisme internacional que treballa per la valorització i preservació de la viticultura de muntanya, a través també de projectes de recerca i congressos, a l'entorn de la viticultura "heroica".

En aquest sentit doncs, remarcar **la necessitat de potenciar tot aquest tipus d'accions** i, a més, insistir en la importància, i necessitat de continuar amb la vinculació amb el VITEC en tots els aspectes relacionats amb la innovació en el sector (veure ACTUACIÓ 57).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> Evolució en el nombre d'activitats en innovació i bones pràctiques organitzades pels Consells Reguladors. Nombre de participants en les activitats organitzades. 			<ul style="list-style-type: none"> Nombre de participacions en simposis i actes internacionals, relacionats amb la innovació en el sector vitivinícola. Nombre de productors assessorats en matèria d'innovació. Grau de satisfacció d'aquests productors assessorats. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> Consells Reguladors Cellers / cooperatives Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural VITEC UE INCAVI 				
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat Cellers / cooperatives Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural VITEC INCAVI 				
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> ACTUACIÓ 57: Consolidar el Centre Tecnològic del Vi (VITEC) ACTUACIÓ 59: Consolidar els projectes relacionats amb la zonificació dels vins, potenciar les varietats locals i fomentar els Vins de Vila i els Vins de Finca 				

Consolidar els projectes relacionats amb la zonificació dels vins, potenciar les varietats locals i fomentar els Vins de Vila i els Vins de Finca

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Consolidar els projectes relacionats amb la zonificació dels vins, potenciar les varietats locals i fomentar els Vins de Vila i els Vins de Finca

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

En aquesta actuació es planteja la necessitat de seguir **insistent en els treballs que ja s'estan portant a terme en les DO en relació a la zonificació de les seves àrees de producció**, i per tal de **reforçar els vincles del binomi Vi - Territori**. En aquest sentit, per exemple, la **DOQ treballa per consolidar el projecte dels Vins de Vila**. Aquest projecte, iniciat el 2009, **permet identificar en els seus vins les dotze zones de producció** vinícola, o viles, dins la DOQ Priorat. Per establir aquestes zones de producció es van tenir en compte variables geogràfiques, ambientals, climàtiques, vitivinícoles, socials, històriques i econòmiques.

A més, també **cal seguir fomentant la figura del Vi de Finca**, que és el produït en un entorn determinat, d'una extensió inferior a la d'un terme municipal, amb característiques pròpies, el nom del qual està notòriament lligat a les vinyes de les quals s'obté. El concepte vi de finca es troba definit a l'article 2 q) de la Llei 15/2002, de 27 de juny, d'ordenació vitivinícola (DOGC núm. 3673, de 09/07/2002). Cal dir que a dia d'avui és el màxim reconeixement que es pot atorgar a un vi. En el cas concret de la DOQ poden rebre la distinció de "vi de finca qualificada".

També des de la **DO Montsant s'han portat a terme estudis de zonificació del seu àmbit**, que determinaren la **segmentació del territori en sis zones homogènies** a partir de diversos anàlisis (climàtics, geològics, enològics i paisatgístics). A més, des de la DO es coordinen tasts de zonificació, en els quals es potencia el vincle entre el vi i el territori i se'n referma la identitat.

De manera paral·lela amb aquests treballs i projectes, que consoliden la vinculació entre vi i territori, es considera molt important seguir insistent en la **potenciació de les varietats locals**, bàsicament garnatxa i carinyena, com a varietats més adaptades, i alhora més representatives, a les condicions del territori.

Tal com també s'ha comentat en l'actuació anterior, insistir en la importància que el VITEC té i pot tenir en la consolidació d'aquests projectes (ACTUACIÓ 57).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	INNOVACIÓ LLIGADA A TRADICIÓ, EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA
ACTUACIÓ	Consolidar els projectes relacionats amb la zonificació dels vins, potenciar les varietats locals i fomentar els Vins de Vila i els Vins de Finca

INDICADORS

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Evolució en el nombre d'activitats relacionades amb la zonificació de vins portades a terme (tasts de zonificació, estudis de zonificació, etc). • Evolució de la producció de Vins de Finca • Evolució de la producció de Vins de Vila | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activitats de promoció i potenciació de les varietats locals realitzades. • Nombre de productors assessorats. |
|---|---|

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM)
- Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant
- Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat

AGENTS IMPLICATS

- Cellers / cooperatives
- Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant
- Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM)
- VITEC

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 57: Consolidar el Centre Tecnològic del Vi (VITEC)
- ACTUACIÓ 58: Recolzar les iniciatives en innovació promogudes des dels Consells Reguladors de les DO



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALITZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 60

Reformular la Fira del Vi de Falset a través d'una nova visió organitzativa

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Reformular la Fira del Vi de Falset a través d'una nova visió organitzativa

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La **Fira del Vi de Falset** es planteja alguns reptes de cara a les seves properes i més immediates edicions. Per un costat ha **de fer compatible la voluntat i necessitat de potenciar-ne la seva vessant més familiar, social i lúdica**, captant un nombre creixent però sostenible de visitants, i alhora tractar de fer front a la necessitat de que la Fira **esdevingui un punt de trobada i un centre real de negoci** per a professionals del sector, vist des d'un punt de vista integral. Una de les opcions que es plantegen per aconseguir aquesta dualitat d'objectius, seria la de **buscar noves fórmules de distribució dels horaris** de la fira per atendre les diferents necessitats que tenen els perfils dels visitants i públics als que la fira va dirigida. A dia d'avui les activitats proposades en el marc de la Fira són nombroses i és difícil fer-les compatibles.

Actualment ja es dedica la **jornada de dilluns tan sols per a establir i atendre contactes professionals**. Coincidint amb aquestes trobades i tasts, es podrien habilitar **espais reals de networking** i contactes (podrien ser en el marc del Castell del Vi o habilitant unes carpes amb totes les condicions i facilitats per generar les condicions adequades per generar i tancar negocis). Evidentment els diferents cellers acaben sent llocs ideals per a acollir professionals del sector, però en el marc de la Fira es podrien generar espais adequats, amb xarxes de WIFI potents, amb servei de càtering, decorats amb gust i ben equipats a nivell de mobiliari per portar a terme aquestes primeres trobades.

Cal tenir en compte que la Fira podria agafar també un **nou impuls si s'obris de manera decidida a les activitats enoturístiques**, sent un **punt de trobada anual de touroperadors** i també **atraient empreses d'oci** que volguessin programar activitats o generar productes turístics relacionats amb aquest àmbit. **Complementar l'activitat de promoció dels vins amb les de la resta de productes associats**, a través de noves vies de comercialització i difusió d'aquests productes turístics, es considera vital pel desenvolupament de la Fira, del sector i del global de la comarca i de la seva marca territorial.

També cal **jugar amb més força el joc de la difusió i promoció, aprofitar la força de les xarxes socials, animant i convidant a seleccionats bloggers, instagramers, etc** a visitar la Fira, a compartir-la i en definitiva a difondre-la a tots els seus seguidors i/o lectors. També cal **seguir incidint en intentar fer coincidir la celebració de la Fira a missions inverses** (visita d'enòlegs, periodistes, distribuïdors, etc) durant aquells dies.

Ahora, tot i que la Fira duri aquests tres dies (dos a nivell de públic general, i un per a professionals), les activitats relacionades amb la Fira es poden seguir ampliant al llarg de més dies, per possibilitar generar activitats i oferta als visitants que optin per quedar-se més dies a la comarca i, per tant, allargant-ne la seva estada mínima. **Cal que els visitants que es plantegin venir a la Fira parteixin d'uns dies d'estada mínima més amplis.**



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Reformular la Fira del Vi de Falset a través d'una nova visió organitzativa

Per a que tot això sigui possible, cal en primer lloc una **major implicació i unitat de tots els agents**: sobretot **Ajuntament de Falset, Consell Comarcal i els Consells Reguladors de DO i DOQ**. Com es comenta en l'ACTUACIÓ 118, disposar d'una **Oficina de Promoció Comarcal** possibilitaria articular i potenciar tot aquest entramat i tasques. Alhora caldrà propiciar que aquesta Oficina busqui patrocinis o formes de finançament per tal de que **la inversió privada vagi superant la inversió pública** necessària per a l'organització de l'esdeveniment.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- Evolució en el nombre de visitants a la Fira.
- Evolució en el nombre d'expositors.
- Xifres de negoci dels expositors.
- Evolució en el nombre de contactes i visites professionals.
- Nombre d'activitats portades a terme i participants en cada una d'elles.
- Nombre d'expositors i activitats dedicades a l'enoturisme, i a l'oci relacionat amb el món del vi.

- Evolució en el pressupost d'organització.
- % de finançament públic / privat.
- Costos relatius a l'**Oficina de Promoció** Comarcal, imputables a les tasques d'organització de la Fira.
- Evolució en l'estada mitjana dels visitants a la comarca.
- Grau d'ocupació de les places d'allotjament.
- Grau de satisfacció dels visitants de la Fira.
- Grau de satisfacció dels organitzadors i dels expositors.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consells Reguladors
- Fundació Castell del Vi
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consell Comarcal
- Ajuntament de Falset / altres ajuntaments
- Participants
- Patrocinadors
- Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme



jaumbages | Planificació estratègica
i desenvolupament local



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Reformular la Fira del Vi de Falset a través d'una nova visió organitzativa

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Consells Reguladors • Fundació Castell del Vi • Consell Comarcal • Ajuntament de Falset / altres ajuntaments • Cellers i cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 62: Potenciar les accions de promoció internacional del vi i les missions comercials, també les de caràcter invers • ACTUACIÓ 118: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 61

Crear nous espais d'acollida i difusió de la DOQ Priorat i de la DO Montsant

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Crear nous espais d'acollida i difusió de la DOQ Priorat i de la DO Montsant

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tal com també es comenta en l'ACTUACIÓ 37, en la qual es parla de racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents, la present actuació fa referència a **aprofitar i dotar de nous continguts i usos a equipaments o locals existents** per potenciar una de les grans riqueses de la comarca del Priorat: el fet de disposar de dues DO vitivinícoles de reconegut prestigi a nivell mundial.

Ambdós Consells Reguladors (tant el de la DOQ Priorat a Torroja, com el de la DO Montsant a Falset) disposen d'una seu institucional. Són seus en les quals s'hi porten a terme un notable nombre d'activitats, de caire ben divers (visites institucionals i de professionals, formació, funcions administratives, lloc de reunió dels membres, etc), però no acaben de ser els punts visibles de cada DO de cara a visitants i winelovers, d'acollida d'aquestes persones o de difusió i venda dels productes de cada DO.

A dia d'avui, el Castell del Vi de Falset ja esdevé, sobretot a nivell turístic, el gran equipament de difusió de la Cultura del Vi de la comarca, però tot i amb això, es considera una bona opció que cadascun dels Consells Reguladors diposessin d'un equipament ben identificat i promocionat que centralitzés alhora la difusió i la venda de productes, marxandatge, etc de cada zona.

Val a dir que en aquests moments, **la DOQ està treballant ja en un projecte** d'aquestes característiques, d'acord amb el Departament de Cultura, a través de l'Agència Catalana de Patrimoni, **per tal d'adequar un espai de venda i difusió dels diferents productes de la DOQ als visitants de la Cartoixa.**

En aquest sentit doncs, també seria interessant per a tota la comarca en general, pel sector vitivinícola en concret, i per la **DO Montsant** a nivell encara més particular, que **la DO podés arribar a acords i tancar convenis** per tal de que una figura semblant a aquesta s'arribés a materialitzar, ja sigui en algun edifici o element patrimonial ja existent o, si es considera oportú, de nova construcció.

El que està clar és que poder disposar d'aquests **equipaments a ple rendiment multiplicaria el valor, la potencialitat i la presència de les marques (DO i DOQ)** en el territori. Així, a més de **potenciar la venda directa de productes**, podrien esdevenir **centres de coordinació de l'oferta enoturística** de la comarca (en relació molt directa amb el castell del Vi), ja que oferirien també informació de visites a cellers, coordinació amb productes combinats amb gastronomia, allotjament o altres activitats, etc. Alhora es podrien convertir en **centres de redistribució de fluxos de visitants**, ja que es podrien concretar serveis de transport en grup des d'aquests espais, i evitar així desplaçaments individuals de visitants per la comarca. Com s'ha dit, aquestes funcions serien compartides i coordinades amb les que ja es porten a terme des del Castell del Vi, creant així noves sinèrgies i oportunitats.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Crear nous espais d'acollida i difusió de la DOQ Priorat i de la DO Montsant

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de reunions i acords entre les diferents parts implicades. • Pressupost d'adequació dels espais. • Pressupost / mitjans tècnics necessaris pel funcionament anual dels espais. • Nombre de visitants i clients que passen per aquests espais. • Evolució en el nombre de visitants en grups atesos. 			<ul style="list-style-type: none"> • Procedència dels visitants. • Nombre de visites a cellers concretades a través d'una visita prèvia a aquests espais. • Increment en el nombre de vendes (venda directa). • Grau de satisfacció dels visitants en relació als equipaments pel que fa als propis equipaments, com als serveis que hi troben i aprofiten. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Consells Reguladors • Fundació Castell del Vi • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme 				
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Consells Reguladors • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament de Cultura (Agència Catalana de Patrimoni) • Parc Natural de la Serra de Montsant • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural 				
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 36: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 37: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents • ACTUACIÓ 64: Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta • ACTUACIÓ 87: Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat 				



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 62

Potenciar les accions de promoció internacional del vi i les missions comercials, també les de caràcter invers

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Potenciar les accions de promoció internacional del vi i les missions comercials, també les de caràcter invers

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Un dels principals objectius dels Consells Reguladors de la DOQ i de la DO és la de promocionar els seus vins. D'aquesta manera, aquesta promoció, a més de realitzar-se en mercats locals, també va molt dirigida a **obrir nous mercats principalment a països d'Àsia i Amèrica, però també a d'altres països de la Unió Europea.**

Per tal de fomentar aquestes activitats de promoció a països tercers, cal tenir en compte les **possibilitats de finançament** que ofereix el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, a través de la mesura de promoció de productes vinícoles en els mercats de tercers països (per a la campanya 2015-2016 a través de l'Ordre AAM/19/2015, de 29 de gener). Aquestes actuacions estan cofinançades pels beneficiaris interessats i també compten amb cofinançament de la UE.

Les accions a realitzar i, per tant, a recolzar són les següents:

- Relacions públiques i mesures de promoció i publicitat:
 - Missions comercials.
 - Campanyes publicitàries de naturalesa diversa (TV, ràdio, premsa, esdeveniments, etc.).
 - Promocions en punts de venda.
 - Portals web per a promoció exterior.
 - Missions inverses.
 - Oficines d'informació.
 - Presentacions de producte.
- Participació en fires i exposicions internacionals.
- Campanyes d'informació:
 - Trobades empresarials, professionals, líders d'opinió i consumidors.
 - Jornades, seminaris, tastos, degustacions, etc.
- Realització d'estudis de nous mercats, noves sortides comercials

Pel que fa a les **missions comercials inverses** esdevé un molt bon exemple a tenir en compte, i a seguir potenciant, *l'Espai Priorat*, que organitza biennalment la DOQ, i que compta amb la



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Potenciar les accions de promoció internacional del vi i les missions comercials, també les de caràcter invers

participació de professionals de provinença internacional, de diferent perfil (sommeliers, crítics, gerents i directors d'establiments hotelers, caps de compres i d'establiments, premsa especialitzada i generalista i blocs especialitzats, entre d'altres), procedents de diversos mercats internacionals (Amèrica del Nord i del Sud, Àsia, Oceania i països europeus no comunitaris).

Amb tot, dir que, naturalment, és important articular mecanismes per avaluar regularment els resultats d'aquest tipus d'activitats, per tal de tendir a l'eficàcia i l'eficiència en les accions a realitzar.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- Evolució en el nombre i impactes de les missions comercials realitzades.
- Nombre de campanyes publicitàries realitzades i impacte d'aquestes.
- Nombre de cellers participants en les activitats realitzades.
- Presentacions de producte organitzades.
- Assistència a les diferents activitats proposades (públic en general, autoritats, administracions, impacte en mitjans, etc).

- Presència en fires internacionals. Contactes realitzats.
- Organització / presència a jornades i tastos
- Evolució en el nombre de prescriptors i assistents a les missions inverses.
- Evolució en les xifres de negoci en els mercats treballats.
- Evolució en el pressupost destinat a aquestes accions.
- % de finançament públic / privat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consells Reguladors
- Cellers / Cooperatives agrícoles
- Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Potenciar les accions de promoció internacional del vi i les missions comercials, també les de caràcter invers

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Consells Reguladors • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Cellers / Cooperatives agrícoles • INCAVI
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 60: Reformular la Fira del Vi de Falset a través d'una nova visió organitzativa



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 63

Afavorir les actuacions de creació i/o millora de vinoteques

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Afavorir les actuacions de creació i/o millora de vinoteques

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de seguir vertebrant una estructura de serveis potent a l'entorn del món, i cultura, del vi a la comarca, és important que es segueixin desenvolupant projectes de **creació de noves vinoteques i/o d'ampliació i millora de les existents**, propiciant alhora que aquests establiments s'acabin de consolidar com a puntal i nexa d'unió de l'oferta enoturística de la comarca.

És important que aquests establiments vetllin per **oferir majors catàlegs de serveis**, es segueixi treballant en la consolidació de xarxes de treball coordinat i en la venda de marca territorial de forma integral.

La presència novament d'incentius econòmics com els que representen els **ajuts LEADER** (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar la creació d'aquests tipus d'establiments en els municipis, i poden servir també per millorar l'oferta existent.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- Inversió total en creació de vinoteques.
- Inversió total en millora / ampliació de les vinoteques existents.
- Subvenció sol·licitada / rebuda total.
- Inversió / subvenció per municipi.

- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA EN LES ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ I PROMOCIÓ DEL VI
ACTUACIÓ	Afavorir les actuacions de creació i/o millora de vinoteques

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa privada • LEADER
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Particulars • Consorci Leader • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 64: Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta • Amb les actuacions del programa PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME

Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME
ACTUACIÓ	Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Durant els darrers anys, i en base els projectes impulsats en el marc del Pla de Foment Turístic (com per exemple la configuració i vertebració de l'oferta existent de cellers visitables, els Camins del Vi, etc), l'oferta enoturística a la comarca ha fet un salt molt important, que ha possibilitat que la marca turística/territorial Priorat, lligada al món del vi, s'hagi posicionat de manera destacable en els mercats turístics especialitzats.

En aquest sentit, i per tal de que els cellers segueixin desenvolupant accions d'enoturisme (tasts, visites, etc), és important que aquests puguin **seguir adaptant les seves estructures a les necessitats d'aquesta activitat (bàsicament adequar les seves instal·lacions i fer-les visitables)**. Els cellers han de seguir refermant el valor del territori i, per tant, del paisatge, en el seu discurs i visió. Un paisatge del qual ells mateixos en són uns dels principals artífexs, protagonistes, defensors i beneficiaris. Per tant, és important seguir valoritzant també les tasques agrícoles com a part indissoluble del valor afegit del producte.

Aquesta actuació, com a excepció a la gran majoria d'inversions de transformació i/o comercialització en l'àmbit vinícola, sí que està en relació directa amb el que es detalla en l'operació 4.2.01, del PDR 2014-2020, referida a les inversions per a la transformació i comercialització, en concret al suport a inversions en transformació, comercialització i desenvolupament de productes agrícoles, per tal de fomentar els productes de qualitat i afavorir la modernització i la innovació del sector. Per tant, aquestes **accions promogudes per cellers podrien ser subvencionables a través de PDR / Leader**.

En relació directa amb el que aquí es comenta, però en un altre ordre de coses, cal fer esment en que, tot i que molts cellers i productors han fet una clara aposta en aquest sentit, encara n'hi ha un **nombre considerable que no s'hi poden o volen dedicar**, per diverses causes: limitació en la disponibilitat de mà d'obra (microempreses familiars), manca de perspectives de rendibilitat (es tracta d'una aposta a mig-llarg termini, i que dona fruits al cap d'uns anys d'iniciar les visites), el fet d'haver de gestionar i atendre visites principalment en festius i caps de setmana, la manca de formació en idiomes o en atenció al públic, etc.

Per tant, per propiciar que l'oferta d'enoturisme s'ampliï i es vertebrï encara més, i per possibilitar a que els cellers/productors que s'hi vulguin dedicar, puguin fer-ho, cal dotar-los d'una sèrie d'eines que poden fer més propicia aquesta activitat per a ells. En concret caldria incidir en dues línies: per un costat en **aspectes formatius** molt focalitzats en les necessitats derivades d'aquesta temàtica (aspectes comercials, informàtica, xarxes socials, idiomes, atenció als clients, etc); i, per un altre, en propiciar el **sorgiment de noves empreses de serveis, receptives, coordinadores de l'oferta existent**, que puguin ser les encarregades de buscar els clients i coordinar les visites (també gestionant el transport, vinculació amb altres ofertes del territori –



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME
ACTUACIÓ	Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta

paquets, etc.). També el disseny i venda de paquets d'oferta integrats que incloguin també la visita a d'altres recursos del territori (Cartoixa, Mines de Bellmunt, Castell del Vi, etc), obrir el mercat a grups de visitants (escolars, grups reduïts, turistes Premium procedents de la Costa Daurada o Barcelona), etc.

Cal donar, per tant, **noves opcions per tal de que tota aquesta oferta acabi doncs de ser vertebrada** per tal d'oferir noves alternatives i possibilitats al visitant, que necessita disposar d'experiències úniques que li permetin descobrir tots els racons de l'imaginari productiu, cultural, identitari i paisatgístic de la comarca.

A més, des de l'administració, però amb l'estreta i constant participació i col·laboració del propi sector, cal seguir insistint en la promoció d'aquesta oferta enoturística (en base el Pla de Màrqueting Turístic, veure ACTUACIÓ 97).

PRIORITAT			PERIODICITAT	
Alta	Mitja	Baixa	Única	Continua
INDICADORS				
<ul style="list-style-type: none"> Inversió total en l'adequació de cellers en relació a activitats d'enoturisme. Subvenció sol·licitada / rebuda total. Inversió / subvenció per municipi. 			<ul style="list-style-type: none"> Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions. Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions. Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions. Evolució en el nombre de turistes / visitants als cellers. 	
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT		<ul style="list-style-type: none"> Cellers Cooperatives agrícoles Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural / LEADER 		



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME
ACTUACIÓ	Afavorir les actuacions de millora dels cellers per consolidar l'oferta enoturística i donar-los noves eines en la gestió d'aquesta oferta

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cellers / Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Qualificada Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Montsant • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci Leader • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 20: Participar en el Pla Director Urbanístic d'Enoturisme i vetllar perquè doni resposta a les necessitats de la comarca • ACTUACIÓ 54: Recolzar les inversions de creació o millora de cellers, a través de millores en maquinària, equips i locals • ACTUACIÓ 61: Crear nous espais d'acollida i difusió de la DOQ Priorat i de la DO Montsant • ACTUACIÓ 63: Afavorir les actuacions de creació i/o millora de vinoteques • ACTUACIÓ 95: Impulsar una Taula de Turisme, públic-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 97: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 65

Replantejar i dotar de major dimensió i contingut l'itinerari "Paisatges del Vi"

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME
ACTUACIÓ	Replantejar i dotar de major dimensió i contingut l'itinerari "Paisatges del Vi"

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

En el marc dels projectes de cooperació de la iniciativa Leader +, des del Consorci per al Desenvolupament del Priorat es va desenvolupar, juntament amb els GAL de la Conca de Barberà i de la Terra Alta, el projecte Paisatges del Vi. Es tracta d'una ruta autoguiada pel paisatge de quatre regions vinícoles veïnes (DOQ Priorat, DO Montsant, la DO Terra Alta i la DO Conca de Barberà).

Les oficines de turisme d'aquestes comarques disposaven dels CD amb aquestes guies, però també es poden descarregar encara ara en format mp3, i en diversos idiomes, des del web del projecte (www.paisatgesdelvi.com) i des dels portals turístics comarcals.

La idea del projecte era molt adequada i tenia tot el sentit: descobrir el paisatge de la comarca a través d'unes locucions que et descriuen paisatges vitivinícoles i la història de les terres, pobles i gents. En concret, a la comarca del Priorat, es disposa de 20 locucions en el marc de l'àmbit de la DO Montsant i 13 en l'àmbit de la DOQ Priorat. Tot i amb això és notori que a dia d'avui **aquest projecte està infrautilitzat i caldria reinventar-lo i potser dotar-lo de nous continguts i formes de difusió i explotació** per a que el seu grau d'utilització sigui superior. És difícil que els visitants busquin i trobin aquests continguts a la web del projecte (ni que s'hi pugui accedir des d'un link situat al portal turístic comarcal), ja que implica un notable esforç de cerca per part dels usuaris. A més, actualment es podrien aprofitar noves eines que podrien fer aquests continguts més accessibles a través de, per exemple, dispositius mòbils (aprofitant apps, codis QR, etc.).

Per tant, es considera necessari **replantejar i tornar a impulsar aquest projecte**, aprofitant els continguts existents (locucions, tracks, etc) però alhora reprenent l'embrió i idea inicial que va generar aquest a iniciativa per tal de **generar una eina més potent i útil de difusió i valorització del paisatge de la comarca** i reimplicant alhora els agents privats en aquesta promoció i difusió.

En un sentit força oposat, però aprofitant la idea i filosofia del projecte inicial, també es podria **proposar a alguna empresa o emprenedor local l'explotació d'aquest producte**, per tal de que també el pogués oferir, a més que a mode virtual, com a visita guiada, teatralitzada, etc.

Amb tot però, es considera important que aquesta tasca de redefinició del projecte sigui consensuada amb els agents privats de la comarca i, per tant, portada a terme a través de la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 95).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MAJOR VERTEBRACIÓ DE L'OFERTA D'ENOTURISME
ACTUACIÓ	Replantejar i dotar de major dimensió i contingut l'itinerari "Paisatges del Vi"

INDICADORS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de reunions realitzades per replantejar l'itinerari "Paisatges del Vi". • Nombre d'assistents en aquestes reunions. • Nombre de propostes de millora aportades i executades. • Pressupost aconseguit i invertit en l'adequació del producte / itinerari inicial. • Nombre d'agents del territori (establiments d'allotjament, restauració, cellers, etc) vinculats en el projecte i que participen en la seva difusió.
	<ul style="list-style-type: none"> • Evolució en el nombre de visitants / consumidors del producte. • Evolució en el nombre de descàrregues on-line de la informació de l'itinerari. • Grau de satisfacció dels visitants en relació a l'itinerari. • Grau de satisfacció dels agents participants.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Consell Comarcal • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Consell Comarcal • Consells Reguladors • Parc Natural de la Serra de Montsant / Consorci de la Serra de Llaberia • Cellers / Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme • Empreses turístiques
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 4: Planificar i estructurar definitivament una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 95: Impulsar una Taula de Turisme, públic-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA

ACTUACIÓ 66

Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oleicultura és un sector econòmic que ha tingut i que encara té un pes econòmic i cultural molt important a la comarca del Priorat. Juntament amb el vi, són els dos principals productes agraris de la comarca, fet que ha generat, al seu voltant, una cultura i una configuració i estructura del paisatge.

Així, tot i la importància i pes del sector a la comarca (sobretot a la zona nord – nord-oest), aquest encara té molta capacitat de millora i innovació, i per seguir augmentant el nivell de qualitat dels seus olis. Per tal que el sector pugui seguir evolucionant i sent un referent dins del món agrari, cal seguir propiciant millores en les explotacions, per una banda, i en els processos d'entrada de l'oliva als molins i els diferents passos de transformació, per una altra.

En aquest sentit cal fer un esforç per mantenir les produccions actuals d'olivera, evitant el descens de terreny conreat i mirant, si és possible, d'augmentar-ne una mica la seva extensió. També seria interessant, en algunes zones determinades amb manca d'aigua i depenent del tipus de terreny on es troben els oliverars, introduir sistemes de regadiu de suport per millorar mínimament les produccions i fer més rendibles els conreus.

D'aquesta manera, aquestes accions farien referència al que des del PDR 2014-2020 s'anomena "millora de la competitivitat de les explotacions agràries" (operació 4.1.01), inclosa en la submesura 4.1, d'ajuda a les inversions en explotacions agrícoles.

Per altra banda també seria aconsellable seguir fomentant la producció ecològica de l'olivera, per donar un valor afegit a la producció i a l'oli que es derivi d'aquestes produccions ecològiques, i aprofitant els incentius i eines que es recull en forma d'operació en el citat PDR (operació 11.1.01 d'agricultura ecològica, per a productors certificats pel CCPAE).

Pel que fa a les instal·lacions de molins i cooperatives, cal seguir incidint en l'aposta per fomentar les inversions de creació o millora d'aquestes instal·lacions de transformació i/o comercialització. La presència novament d'incentius econòmics del PDR (segons tipus d'inversió), i també els ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar aquestes inversions.

En quant als processos de producció, cal seguir incidint en la tria correcta les olives a recollir, descartant les olives de menys qualitat, encaixant les olives recollides i portant-les ràpidament al molí per tal que no perdin dels propietats organolèptiques en el procés que va de la recol·lecció a l'entrada al molí.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

Així doncs, per tal de donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions, de les instal·lacions de transformació i/o comercialització i dels processos d'entrada de producte als molins, es proposa dur a terme les següents accions:

- Ampliar (o almenys mantenir) la producció i l'extensió de conreus actual.
- Propiciar la introducció de sistemes de regadiu per reforçar la producció en zones molt determinades i necessitats de suport hídic.
- Afavorir l'augment del rendiment i la qualitat de les oliveres.
- Recolzar les inversions de creació o millora d'instal·lacions per a la transformació i/o comercialització (veure ACTUACIÓ 67).
- Millorar els sistemes de recol·lecció i tria de l'oliva, encaixat i trasllat al molí.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Evolució de l'extensió de conreus d'oliveres. • Evolució en el nombre d'explotacions. • Nombre d'explotacions que han adoptat sistemes de regadiu per millorar el rendiment i la qualitat de les oliveres i evolució de la superfície total d'aquestes explotacions. | <ul style="list-style-type: none"> • Evolució de la producció total de la comarca / per municipi. • Evolució en els rendiments de la producció. • Evolució mitjana de l'edat dels productors. |
|--|--|

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Propietaris d'explotacions oleïcoles
- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Propietaris d'explotacions oleïcoles • Sindicats agraris • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci Leader • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 14: Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat • ACTUACIÓ 67: Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 67

Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Es tracta d'una actuació en relació directa amb el que es detalla en l'operació 4.2.01, del PDR 2014-2020, referida a les inversions per a la transformació i comercialització, en concret al suport a inversions en transformació, comercialització i desenvolupament de productes agrícoles, per tal de fomentar els productes de qualitat i afavorir la modernització i la innovació del sector.

Aquesta actuació faria referència concreta a la **millora de les instal·lacions dels molins, instal·lació de noves tines d'acer inoxidable**, d'elements que permetin separar i **classificar partides d'oli, recipients estancs per sansa**, inversions en aspectes de **millora ambiental**, i foment de les **energies alternatives** en els projectes d'inversió.

Ahora, tota la maquinària necessària per **renovar els equiptatges, envasats**, etc a les noves formes i demandes del mercat actual també tindrien cabuda en aquesta actuació (en relació amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 72).

Val a dir els projectes d'inversió referents a aquesta darrera operació amb un import inferior a 250.000 euros es podran cobrir a través de les estratègies de desenvolupament local (ajuts LEADER).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inversió total en creació de molins. • Inversió total en millora / ampliació de molins existents. • Subvenció sol·licitada / rebuda total. • Inversió / subvenció per municipi. | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions. • Nombre de joves, menors de 40 anys, que han portat a terme aquestes inversions. • Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions. • Temps mitjà de tramitació dels expedients d'ajut. |
|--|--|



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER) • Consorci Leader • Sindicats agraris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 66: Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins • ACTUACIÓ 72: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 68

Fomentar les activitats de formació contínua del sector

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Fomentar les activitats de formació contínua del sector

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Donada la importància econòmica, social i territorial del sector de l'oleïcultura a la comarca i atesos els canvis que s'hi van produir constantment a diferents nivells, la formació de les persones que treballen en aquest àmbit esdevé un element essencial en el correcte desenvolupament, evolució i sostenibilitat d'aquesta activitat i, en general, del model territorial que es persegueix.

Aquesta formació incideix, i ha de seguir incidint, directament en la qualitat final del producte i en l'eficiència i l'eficàcia dels processos productius i de les estratègies de promoció i comercialització d'aquest producte. Cal tenir en compte, a més, que la formació també pot contribuir a una major competitivitat del producte en els mercats, a una major repercussió dels productors i de les cooperatives com a elements de dinamisme econòmic del territori i, en definitiva, a una major qualitat de vida dels treballadors implicats en l'activitat oleïcola i a unes millors perspectives de futur del sector en general.

Cal destacar, també, que **les necessitats de formació afecten a tots els àmbits i nivells dels agents implicats en el sector**, ja sigui en els propis productors, els moliners i treballadors de les cooperatives i molins, o als tècnics comercials encarregats dels sistemes de qualitat, de promoció i de comercialització.

En aquest sentit, fer esment a l'esforç que des del territori, i des de l'Institut Priorat en particular, s'ha fet per impartir el grau mitjà d'*Elaboració d'olis d'oliva i vins*, que evidentment és important mantenir i potenciar.

Per tot el que s'ha exposat es proposa:

- Fomentar les accions de formació en tots els àmbits i nivells del procés de producció i comercialització de l'oli.
- Potenciar sinèrgies entre el sector oleïcola, el DAAM i l'IRTA per tal d'articular noves accions de formació en l'àmbit científic, de producció i comercialització de l'oli.
- Mantenir i potenciar el grau mitjà d'*Elaboració d'olis d'oliva i vins* que s'imparteix a l'Institut Priorat.
- Organització de jornades específiques de formació amb l'objectiu de cobrir necessitats formatives puntuals detectades, tant a nivell tècnic com a nivell gerencial.
- Visites i intercanvis d'experiències amb territoris que mantinguin similituds amb el Priorat i que puguin ser un model de producció de l'oli i de promoció i comercialització del producte.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS I DE LA VERTEBRACIÓ DEL SECTOR OLEÏCOLA
ACTUACIÓ	Fomentar les activitats de formació contínua del sector

INDICADORS	
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'accions de formació dutes a terme. • Nombre de participants en les accions formatives. • Acords realitzats amb l'IRTA o altres organitzacions o institucions per tal d'estructurar una oferta concreta d'activitats formatives. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visites i intercanvis d'experiències realitzats. • Nombre de participants en els intercanvis. • Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació i als viatges d'intercanvi d'experiències.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Sindicats agraris • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Sindicats agraris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 70: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 74: Promoure la producció ecològica en el sector • ACTUACIÓ 77: Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme • ACTUACIÓ 125: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 69

Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oli del Priorat ha patit certes deficiències en les estratègies de comercialització al llarg dels anys. Durant anys, part de la producció es destinava als mercats locals o molt propers, mentre que els excedents (una gran part de la producció) eren venuts a baix preu a empreses comercialitzadores que el barrejaven amb olis d'altres zones. Aquesta estratègia, que com s'ha dit permetia eliminar excedents i per tant assegurava uns ingressos als pagesos, en canvi no permetia donar valor en el mercat ni notorietat al producte i al territori, ja que l'origen de la producció quedava sovint amagada sota marques forànies.

Tot i que durant els darrers anys s'han millorat sensiblement els processos i les estratègies de comercialització, cal fer seguir fent esforços per posar l'oli de la comarca en el lloc que li pertoca (els guardons aconseguits en són una prova i garantia), seguint apostant per la qualitat del producte i del territori, alhora que tendint a millorar de forma progressiva i contínua el prestigi i la rendibilitat del producte.

En aquest sentit doncs es proposa desenvolupar un **estudi de mercat** que permeti detectar quins són els públics i clients objectius per als olis de la comarca, els mercats que millor poden absorbir aquesta producció, les característiques d'envasat necessàries per entrar en aquests mercats, les accions a emprendre en aquesta fase d'expansió, etc.

Per tant, cal que a partir de l'anàlisi dels mercats s'estableixin les estratègies de màrqueting i comercialització, que es defineixin els segments de mercats objectius i que a partir es portin a terme accions per tal de penetrar i consolidar-se en aquests mercats potencials. Cal que aquest estudi també inclogui un apartat dedicat a la comercialització i canals dels **olis de producció ecològica** (veure ACTUACIÓ 74).

Així doncs, per tal de materialitzar aquestes voluntats caldrà:

- Elaborar un **estudi de mercat** per als olis de la comarca del Priorat.
- **Consolidar el treball en xarxa** o de caràcter associatiu del sector, per tal de poder cobrir nous perfils de demanda i de mercats.
- **Establir estratègies de promoció i comercialització conjunta** de l'oli als públics i mercats detectats (veure ACTUACIÓ 70)

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat

INDICADORS	
<ul style="list-style-type: none"> • Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció d'un estudi de mercat per als olis del Priorat. • Nombre d'accions previstes en l'estudi, i pressupost necessari per a la seva implementació. • Nombre d'accions executades i pressupost d'execució. 	<ul style="list-style-type: none"> • % de pressupost públic / privat en la redacció de l'estudi i en la implementació de les accions que d'ell en deriven. • Variació del volum de vendes generades a partir de les accions derivades de l'estudi. • Diferències entre els ingressos generats després d'aplicar les noves estratègies producció, cooperació en el sector i de màrqueting i comercialització.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleicultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 70: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 72: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat • ACTUACIÓ 73: Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització • ACTUACIÓ 74: Promoure la producció ecològica en el sector



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 70

Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El sector oleícola de la comarca del Priorat segueix requerint d'un impuls potent en quant a accions de promoció del producte, per fer-lo visible al consumidor, i per comunicar les seves qualitats, les seves característiques i els seus beneficis dietètics. Cal seguir treballant per posicionar l'oli del Priorat com un producte d'alta qualitat, en relació amb les propietats i beneficis de la dieta mediterrània.

S'ha de seguir posicionant el producte en base a atributs d'exclusivitat, de singularitat i de diferenciació, que el facin un producte més atractiu. Per tal d'aconseguir aquestes fites és essencial, alhora, que es segueixin engegant accions potents de comercialització i venda del producte. Cal donar-lo a conèixer, buscar nous mercats i, en definitiva, desenvolupar estratègies de comercialització que permetin que els productors d'oli del Priorat assegurin la venda de les seves produccions a preus raonables que generin una dinàmica positiva en el sector, un sector que sovint s'ha sentit desanimat per sistemes de comercialització que han comportat preus baixos del producte i poca valorització del mateix. Per tot això, també és important seguir trencant certs estereotips fortament arrelats en el sector agrari, a través d'accions de comunicació externa però també interna, de cara al propi sector. De cara a la comunicació exterior cal insistir en accions clàssiques de promoció com la presència a fires, seguir amb la presentació d'olis a concursos nacionals i internacionals per donar a conèixer les seves característiques, i accions de sensibilització al públic en general sobre la cultura de l'oli.

També és important que el sector oleícola adapti sistemes de promoció i comunicació provinents de l'àmbit de la viticultura, apostant per un embotellat i un packaging modern, atractiu i que transmeti la qualitat i la singularitat del producte (veure ACTUACIÓ 72). Cal que l'embotellat i l'etiquetat expliquin, a part de les seves característiques organolèptiques i químiques, altres valors com els sistemes tradicionals de collida de les olives, la procedència de les olives d'espais singulars dins de la comarca, etc, tot creant un interès basat en aspectes intangibles.

Per tal d'aconseguir aquests objectius seria convenient que, per exemple, des de l'Associació d'Oleicultors del Priorat, ja que és un dels agents més actius en aquest sentit, es seguissin potenciant els processos de promoció i comercialització esmentats. L'Associació d'Oleicultors del Priorat porta una llarga trajectòria de tasques realitzades de promoció i comercialització a nivell conjunt i ha estat un dels principals precursors dels canvis recents que ha viscut el sector a la comarca (amb el suport de l'IRTA).

Com a bona pràctica, en aquest sentit, destacar que el projecte Òleum Priorat (fruit del treball conjunt de 5 molins) ha acabat configurant-se en un projecte amb notable reconeixement i en un model a seguir, aconseguint actualment bones vendes a Canadà, Xile, Japó i Alemanya, per exemple. A dia d'avui, de manera paral·lela, els molins que participen en aquest projecte, continuen embotellant i mantenint la seva pròpia marca, però es considera una bona estratègia seguir insistint en la força de la marca Òleum Priorat (i els altres productes Òleum Priorat Organic i Òleum Priorat Elixir) com a pal de paller de l'estratègia de comercialització i com a model de negoci i desenvolupament en un futur proper.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

Caldrà també estar atents i participar en la mesura del possible en el recentment iniciat projecte CoMeDPro: "Common Mediterranean Development Programme", de desenvolupament del sector de l'oli d'oliva i del vi a la Conca Mediterrània, projecte ENPI liderat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural i finançat en un 90% per la UE. Es tracta d'un programa de cooperació transfronterera entre països de la Unió Europea i els països socis de regions situades al llarg de les costes del mar Mediterrani, en el qual també hi participa Sardenya i Israel. Els principals objectius d'aquest projecte són millorar la competitivitat de les empreses, fomentar la comercialització de proximitat, donar suport a la internacionalització, incentivar sinèrgies entre sectors i potenciar les relacions i les xarxes. Com és evident, tots ells són objectius que encaixen amb les necessitats del sector oleícola local i, per tant, com s'ha dit, serà important implicar-s'hi, si és el cas.

Així, per tot l'exposat, es proposa implementar (en alguns casos seguir-ho fent, ja que es tracta de processos ja iniciats o fins i tot amb cert recorregut) les següents accions:

- **Potenciar les estructures de comercialització i promoció conjuntes**, vehiculades a través d'estructures com per exemple l'Associació d'Oleicultors del Priorat, i els projectes com Òleum Priorat, per tal d'afavorir l'obertura del producte a nous mercats.
- Seguir insistint, a través de tècnics comercials, en les **tasques de distribució i venda del producte a nous països i mercats** (ACTUACIÓ 73), sense descuidar en cap cas la **promoció i comercialització de proximitat**, per anar tendint a la valorització del producte in situ.
- Donar suport per a la redacció d'un **pla de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting**.
- Realitzar accions de formació, sensibilització i professionalització dirigides als productors per tal de fer-los conscients de la necessitat de reorientar els sistemes i estratègies de promoció i venda de l'oli (ACTUACIÓ 68).
- Estar atents i participar en la mesura del possible en el projecte CoMeDPro: "Common Mediterranean Development Programme".
- Potenciar les vendes online a través de nous portals de venda.
- Insistir en lligar la promoció del producte amb la gastronomia i el sector de la restauració (ACTUACIÓ 81: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia).
- Donar suport a l'assistència a fires i a la presentació a concursos de qualitat de l'oli.
- Potenciar un embotellat i packaging modern i atractiu, i fomentar la comunicació dels atributs tangibles i intangibles de l'oli a través d'aquest etiquetatge i envasat (en relació amb l'ACTUACIÓ 72).
- Potenciar la "marca" DO Siurana, com a garant de la qualitat del producte. Remarcant els beneficis d'embotellar sota les garanties i marca de la DO, i afavorir que els productors que no ho fan ho acabin fent.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activitats de promoció i comercialització conjuntes. • Nombre de molins / cooperatives participants. 			<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de concursos als que s'ha presentat l'oli del Priorat i resultat dels mateixos. • % de vendes realitzat a través de la venda on-line (nous portals propis, de tercers, etc). 		



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

<ul style="list-style-type: none"> • % de producció venuda a través d'estratègies de promoció conjunta / % venda particular de cada molí / % venda directa. • Pressupost invertit i mitjans necessaris en l'elaboració d'un promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting. • Nombre de fires a les que s'ha assistit, contactes amb agents del sector i operacions de comunicació i venda tancades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Accions de formació, sensibilització i professionalització realitzades als productors. • Nombre d'assistents a aquestes sessions. • Grau de satisfacció dels assistents. • Nombre de mitjans que han publicat notícies o articles i impacte a d'aquestes aparicions. • % pressupost públic / privat de les activitats realitzades.
<p>POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa • Cambra de Comerç
<p>AGENTS IMPLICATS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Consell Comarcal • Cambra de Comerç
<p>VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 68: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 69: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat • ACTUACIÓ 71: Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli del Priorat a nivell intern • ACTUACIÓ 72: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat • ACTUACIÓ 73: Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització • ACTUACIÓ 81: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli del Priorat a nivell intern

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli del Priorat a nivell intern

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El sector oleícola, tot i encara mantenir alguns vicis del passat, comença a ser conscient de la capacitat de creixement i d'expansió que té, fonamentades en la seva qualitat i especificitat. Tot i la presència d'aquestes característiques o atributs, encara esdevé necessari que la comarca en general, la seva població, conegui més a fons el producte, que el valori més i, en definitiva, que la pròpia gent del Priorat sigui la primera prescriptora de la qualitat de l'oli que es fa a la comarca. Aquest és un pas molt important per seguir posicionant aquest producte com un element de referència de la comarca.

A més, cal que aquesta sensibilització acabi derivant en un increment en el consum del producte, un consum que actualment encara no és generalitzat i que cal que esdevingui habitual entre la gent de la comarca. Això reforçarà la capacitat d'expansió de l'oli i permetrà potenciar i impulsar econòmicament el sector per tal que aquest pugui expandir-se a altres mercats. Fomentant el coneixement ("la Cultura de l'Oli") i la comercialització de proximitat, el sector veurà un retorn immediat a les seves tasques, i una visibilitat que li permetrà emprendre actuacions amb major dimensió.

En aquest sentit, és fonamental doncs insistir en la peculiaritat de l'oli del Priorat, cercar estratègies per diferenciar-lo dins de la DO Siurana i també per posicionar-lo davant altres olis competidors com són el de la DO Garrigues, que té un important potencial de venda a les comarques d'interior de Catalunya. Cal comunicar, en aquests mercats, les característiques i diferenciació de l'oli del Priorat.

Cal comunicar, també, les millores tècniques i de qualitat que van assolint els olis del Priorat i les fites que s'aconsegueixen a nivell nacional i internacional a través dels concursos, reconeixements, augments de venda, etc.

Per tal d'aconseguir tot això caldrà fer una tasca de sensibilització sobre les propietats organolèptiques de l'oli, els beneficis que comporta per a la salut, el seu protagonisme dins de la dieta mediterrània i també sobre el paper protagonista que té com a element identificador i definitori del paisatge del priorat, de la seva cultura i de les seves tradicions. Aquestes accions de promoció i sensibilització s'hauran de fer a diferents nivells i a diferents sectors de la població.

Serien les següents:

- Seguir impulsant **campanyes de consum d'oli d'oliva verge extra del Priorat**, així com fer **tallers sobre les propietats i beneficis de l'oli**, als alumnes dels centres d'ensenyament de la



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli del Priorat a nivell intern

comarca.

- Dissenyar noves (i si cal reiterades) campanyes de promoció d'ús de l'oli del Priorat als restaurants, hotels, cases de turisme rural i agrobotigues de la comarca (ACTUACIÓ 81).
- Suport en l'elaboració de cartes d'olis per als restaurants.
- Seguir incidint en el disseny de campanyes de promoció conjunta amb el sector del vi i del turisme, en base a la Cultura del Vi i la Cultura de l'Oli com a definitòries de la especificitat i identitat comarcals.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de campanyes de consum d'oli d'oliva verge extra del Priorat realitzades. • Impacte a nivell de participants i d'aparició i difusió en mitjans d'aquestes campanyes. • Nombre de tallers realitzades als alumnes dels centres d'ensenyament de la comarca, i nombre d'alumnes assistents. | <ul style="list-style-type: none"> • Nombre de reunions amb agents turístics de la comarca per dissenyar les campanyes en restaurants, hotels, cases de turisme rural i agrobotigues, etc. • Nombre d'establiments turístics vinculats i participants en els campanyes. • Suport en l'elaboració de cartes d'olis per als restaurants. • Evolució en el consum intern de l'oli. |
|--|---|

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER – Cooperació) • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleicultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci Leader • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 70: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 81: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 72

Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les tècniques de promoció i comercialització de productes són cada cop més sofisticades i responen a una major exigència dels clients i també a una major segmentació del mercat. Tots els productes busquen destacar en l'amplíssima oferta comercial que existeix avui en dia i sovint, a banda de la qualitat del propi producte, hi entren en joc molts altres factors importants que cal tenir en compte si no es vol quedar al marge dels circuits de mercat i si es vol aspirar a vendre els productes a uns preus raonables que aportin beneficis suficients per seguir creixent i evolucionant.

Evidentment això també passa al sector de l'oli, un sector que, històricament, no ha tingut massa en compte elements estètics i de potenciació de imatge i de marca. Cal fer un canvi en aquest sentit, és imprescindible adoptar estratègies de comercialització i d'imatge que donin visibilitat al producte, que n'expliquin les seves característiques, la seva singularitat, que comuniquin qualitat i diferenciació i, en definitiva, que permetin mostrar tots els atributs, tan organolèptics, com de procedència, com de valors intangibles.

Una de les tasques que cal fer en aquest àmbit tan ample com és el de la imatge i la comercialització, és el de seguir millorant la imatge de marca de l'oli del Priorat a partir dels envasos i de materials de promoció. Cal insistir en donar-li a l'oli una estètica actual, atractiva i que comuniqui qualitat i especificitat, sempre lligada al territori i al paisatge, i per tant a la tradició. Cal que elements tan importants com són els envasos i l'etiquetatge de l'oli evolucionin d'una manera clara i decidida i amb una forta intenció d'explicar el producte i fer-lo atractiu al consumidor.

Cal adaptar envasos a diferents tipus de clients, a diferents tipus de mercats i a diferents tendències i necessitats dels consumidors. Cal crear una línia estètica i d'imatge que permeti al consumidor relacionar ràpidament l'oli del Priorat amb un producte atractiu. Cal que l'oli i els seus envasos transmetin els conceptes de paisatge i territori de qualitat. Alhora, evidentment, cal adaptar aquests envasos i dissenys a requeriments normatius, per exemple als que afecten al servei de l'oli en el sector de la restauració (normativa del Ministeri).

Per tal d'aconseguir aquests objectius es proposa dur a terme diverses accions:

- Atendre i portar a terme les línies d'actuació que derivin dels **Plans de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (ACTUACIÓ 70).
- Insistir en potenciar la imatge de marca de l'oli del Priorat, a través d'una línia gràfica unificada a l'hora de crear envasos, etiquetatge i material de promoció (fulletons, línia gràfica a internet, etc).
- Realitzar accions de comunicació general de la imatge de marca de l'oli del Priorat a distribuïdors, comercialitzadors i al sector oleícola.
- Accions de promoció i comunicació (a mitjans generals i especialitzats, internet, xarxes socials) sobre els nous envasos i imatge de marca.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Pressupost destinat a aquestes accions de marketing. • % pressupost privat / públic. • Nombre d'accions de comunicació realitzades. • Impacte / visualitzacions d'aquestes accions de comunicació. 			<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi dels impactes / aparicions / # / en xarxes socials. • Nombre d'accions de difusió a distribuïdors, comercialitzadors i altres agents. • Anàlisi de l'impacte de la campanya a través de les vendes. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural 				
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural 				
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 67: Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització • ACTUACIÓ 69: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat • ACTUACIÓ 70: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta 				

Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Cal que des del sector oleícola del Priorat es duguin a terme accions per obrir nous mercats, buscar nous consumidors i per adaptar el producte a les tendències dels mercats nacional i internacional. En aquest sentit seria interessant disposar de **plans de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (tal com s'ha comentat en l'ACTUACIÓ 70) per ajudar a orientar el potencial del producte i per propiciar l'obertura de nous mercats. El sector de l'oli del Priorat té poca experiència en aquest sentit i seria bo que adoptes estratègies ja utilitzades en l'àmbit del vi per mirar d'obrir nous mercats.

Caldria fer, doncs, una diagnosi de potencial d'exportació de l'oli del Priorat, i en base als resultats d'aquests estudis i plans, elaborar un pla d'acció estratègica i d'orientació per a la implantació d'un producte a diferents mercats, adquirir assessorament jurídic sobre mercats internacionals, requeriments documentals o aranzelaris, informació sobre perspectives de mercats, etc.

Actualment ja s'estan duent a terme diverses accions en aquest sentit, però cal seguir-hi insistint i fins i tot potenciar-les, ja que el potencial de creixement és molt notable. Les missions empresarials en mercats de destí són una bona fórmula per promocionar el producte, i donen fruits visibles. Cal doncs propiciar i donar suport a aquestes missions i també potenciar les missions inverses (tal com ja es fan regularment en l'àmbit del vi a la comarca), per tal de que distribuïdors, experts, periodistes, etc coneguin de primera mà el territori i el paisatge en el qual neix i es desenvolupa el producte.

Així doncs, per tal d'assolir aquest objectiu es proposa dur a terme les següents accions:

- En base l'**Estudi de Mercat** (ACTUACIÓ 69), determinar els mercats objectius sobre els quals portar a terme les missions empresarials.
- Seguir les directrius del **pla de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (apareix citat en l'ACTUACIÓ 70), per tal de dissenyar l'estructura, tipus, temporalització, etc d'aquestes missions.
- Aconseguir assessorament sobre mercats internacionals a nivell jurídic i empresarial.
- Aprofundir en les sinèrgies amb el model i productors del vi, aprofitant els seus canals de comercialització.
- Desenvolupar missions empresarials inverses.
- Fomentar la cultura de l'oli en els mercats de destí.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

PRIORITAT		PERIODICITAT	
Alta	Mitja	Baixa	Única
		Anual	
		Contínua	
INDICADORS			
<ul style="list-style-type: none"> • Evolució en el nombre i impactes de les missions comercials realitzades. • Nombre d'accions realitzades i impacte d'aquestes. • Nombre de molins / cooperatives participants en les activitats realitzades. • Assistència a les diferents activitats proposades (públic en general, autoritats, administracions, impacte en mitjans, etc). • Pressupost i mitjans utilitzats en l'elaboració efectiva d'un pla d'internacionalització. 		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de sessions d'assessorament rebudes sobre mercats internacionals. • Nombre i destinació de missions empresarials en mercats nacionals i internacionals. • Impacte de les missions empresarials en base a contactes i operacions tancades. • Evolució en les xifres de negoci en els mercats treballats. • Evolució en el pressupost destinat a aquestes accions. • Evolució de països als quals s'exporta • % de finançament públic / privat. 	
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleicultors del Priorat • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa- • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Cambra de Comerç 		
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleicultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Cambra de Comerç 		
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 69: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat • ACTUACIÓ 70: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta 		



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 74

Promoure la producció ecològica en el sector

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Promoure la producció ecològica en el sector

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les noves tendències de consum apunten a una gradual i major sensibilització envers els productes ecològics i també els de producció integrada. És important que el sector oleícola de la comarca del Priorat tingui en compte aquest fet de cara a oferir un producte que sigui competitiu a tots els nivells i que, per tant, almenys una part d'ell, sigui competitiu en l'àmbit dels consumidors més sensibles a la relació d'allò que consumeixen amb el respecte al producte i al medi ambient. La producció que promou els mecanismes naturals de control de plagues, malalties i males herbes que poden afectar al cultiu de l'oliva té un sector de consumidors cada cop més ampli.

Val a dir que la producció integrada accepta la utilització de certs productes fitosanitaris de manera raonada, per cercar la mínima alteració possible dels ecosistemes i l'òptim rendiment de les collites, en línia amb els requeriments legals de la Unió Europea. Per altra banda, la producció ecològica, també cada vegada amb més consumidors dins d'aquest àmbit, opta per consumir productes en el procés de producció dels quals no s'han utilitzat adobs químics de síntesi.

Cal fer un esforç per **introduir-se en aquests mercats** i adaptar-se a processos de transformació que satisfacin les expectatives dels consumidors de productes ecològics o de producció integrada. Cal potenciar entre els productors agraris el conreu d'acord a sistemes respectuosos amb el medi i l'entorn, i també cal que cooperatives i comercialitzadors tinguin en compte els aspectes de control de les aigües utilitzades, de sistemes d'emmagatzematge, de gestió dels envasos buits, etc.

És important fomentar en les noves generacions de productors el control de tots els processos i la derivació cap a sistemes cada vegada més propers a la producció lliure d'elements químics. Aquest és un mercat que va a l'alça i que cal tenir molt en compte. Per tot això, cal que l'**Estudi de Mercat** (veure ACTUACIÓ 69) és important que tingui un **apartat dedicat a aquest tipus de demanda**.

Aquesta actuació cal que sigui concretada a través d'**assessorament tècnic** a productors i sobretot a través de xerrades periòdiques i cursos concrets de formació, vehiculats ja sigui a través del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (informant també de les ajudes previstes en el PDR, en base l'operació 11.1.01 d'agricultura ecològica, per a productors certificats pel CCPAE), de la pròpia DO o dels ens de gestió dels espais naturals (Parc Natural, Consorci de la Serra de Llaberia).

A més, i tenint en compte la visió transversal i multidisciplinària del desenvolupament de la comarca, basat en seu paisatge, es proposa travessar aquesta línia i tendir a assumir vessants propis de l'agroecologia, disciplina en la qual s'hi integren, a més components de responsabilitat medi-ambiental i social.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Promoure la producció ecològica en el sector

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'accions de formació, informació i/o sensibilització dutes a terme. • Nombre de participants en aquestes accions. • Acords realitzats amb el DAAM o altres institucions per tal d'estructurar una oferta concreta d'activitats formatives. 			<ul style="list-style-type: none"> • Evolució en la superfície de producció ecològica. • Evolució en els kg de producció ecològica. • Evolució en el nombre de litres comercialitzats i preu de venda d'aquesta producció. • Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació i als assessoraments tècnics. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT		<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Propietaris d'explotacions oleícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • CCPAE • MAGRAMA 			
AGENTS IMPLICATS		<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Propietaris d'explotacions oleícoles • Associació d'Oleicultors del Priorat • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • CCPAE 			
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA		<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 55: Estendre el desenvolupament de la producció ecològica (Vi) • ACTUACIÓ 68: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 69: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis del Priorat • ACTUACIÓ 125: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori 			



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

PROGRAMA
POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 75

Reformular el projecte del Centre de Foment de la Cultura de l'Oli de Cabacés

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Reformular el projecte del Centre de Foment de la Cultura de l'Oli de Cabacés

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb l'objectiu de potenciar el desenvolupament de la Cultura de l'Oli, i per dotar la comarca d'un equipament únic en la seva concepció i visió, fa uns anys (tal com recollia el PCDR 2007-2013) es va plantejar a Cabacés la creació del **Centre de Foment de la Cultura de l'Oli**. Es tractava d'un projecte ambiciós, per potenciar el coneixement de les característiques diferenciadores de l'oli del Priorat, i que volia divulgar els detalls del procés productiu i dels conceptes bàsics en el món de l'oli. Alhora, contemplava la creació d'una sala de projeccions d'audiovisuals, agrobotiga, sala de tasts, es plantejava integrar-hi instal·lacions de restauració i/o allotjament, un petit viver d'empreses, etc. Un gran projecte, que **va arribar a disposar de projecte constructiu i d'usos**, però que tenia un **pressupost d'execució molt elevat**, uns **elevats costos de manteniment** i, per tant, una difícil rendibilitat.

A dia d'avui **reiniciar aquest projecte tal com estava plantejat no té sentit**. Les condicions econòmiques estructurals continuen sent poc favorables (com en el moment quan es va decidir no implementar-lo) i assumir un projecte d'aquelles característiques seria massa arriscat.

Tot i amb això, aquell projecte constructiu, com s'ha dit, anava acompanyat d'un **projecte d'usos i de serveis**, d'un pla de desplegament, que segueix tenint vigència, però no per a executar-lo en el marc de la construcció d'un nou edifici o equipament sinó **aprofitant i readequant equipaments ja existents al municipi de Cabacés**.

Cabacés a dia d'avui **disposa de nombrosos equipaments** (de propietat municipal, de la Cooperativa o de la Societat Recreativa) **que podrien acollir els diferents serveis i usos que planteja el projecte inicial**. Seria interessant doncs **disseccionar aquell projecte i redistribuir les funcions que s'hi preveien entre els equipaments actuals (i/o futurs) del municipi**. Poder disposar d'aquesta nova distribució de funcions entre els equipaments seria molt útil per tal de que l'ajuntament pogués planificar inversions de forma ordenada i dirigida a aquest fi concret.

Per aquest motiu es considera prioritari impulsar l'adequació d'aquest projecte singular, que es localitzava en un sol edifici, en un **projecte integral de desenvolupament dels equipaments i instal·lacions d'un municipi perseguint un objectiu comú** i que ja va ser definit i consensuat fa uns anys i que segueix vigent. A més, aconseguiria **fer més participats als habitants i agents del municipi dels beneficis d'aquesta implantació**, ja que es tractaria de **convertir Cabacés en un centre de difusió de la Cultura de l'Oli a nivell integral**, a través dels seus habitants, cases, carrers i equipaments.

A més, el fet de **potenciar i redimensionar la Fira de l'Oli Baronia de Cabacés en aquest entorn integrat** faria que ambdues iniciatives poguessin sortir-ne redimensionades.

Per tal de que totes aquestes propostes tinguin major projecció es considera interessant que l'estructuració de la nova oferta i la promoció dels equipaments es fes, evidentment amb la participació de tots els agents del municipi, amb el suport i infraestructura tècnica de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 118).



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Reformular el projecte del Centre de Foment de la Cultura de l'Oli de Cabacés

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

<ul style="list-style-type: none"> • Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redefinició del projecte de creació del Centre de Foment de la Cultura de l'Oli. • Nombre de reunions efectuades per concretar les accions de l'estudi. • Pressupost d'execució de les millores recollides en el projecte, un cop readequat. • Nombre d'equipaments creats. • Nombre de visites a aquests equipaments. • Nombre d'activitats portades a terme en aquests equipaments i participants. • Augment en les vendes de producte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cost de l'Oficina de Promoció Comarcal en relació amb el desenvolupament d'aquesta actuació. • Evolució en el nombre de visitants al municipi. • Evolució en el nombre de visitants a la Fira. • Grau de satisfacció dels visitants / turistes en relació als nous usos i serveis d'aquests equipaments. • Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
---	--

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Agrícola i Secció de Crèdit de Cabacés, SCCL • Ajuntament de Cabacés • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • LEADER • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme • Diputació de Tarragona • PUOSC • PAM
---------------------------------------	---



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Reformular el projecte del Centre de Foment de la Cultura de l'Oli de Cabacés

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuntament de Cabacés • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Consorci Leader
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 36: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 37: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents • ACTUACIÓ 82: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques • ACTUACIÓ 118: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 119: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants



Consell Comarcal del
Priorat



Pla Estratègic Comarcal
de Desenvolupament
Socioeconòmic Rural 2014-2020



Diputació Tarragona

ACTUACIÓ 76

Potenciar la Cultura de l'Oli i teixir una major oferta de productes d'òleoturisme

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Potenciar la Cultura de l'Oli i teixir una major oferta de productes d'òleoturisme

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oli és un producte que ajuda a conformar i definir una identitat territorial, ja que aglutina conceptes com el paisatge, la tradició, la història, les persones que treballen la terra i que produeixen aliments, la dieta mediterrània, la salut i el patrimoni.

D'aquesta manera, doncs, cal entendre l'oli en la seva globalitat, com a element identitari del territori, ja que en destil·la la seva essència. Cal ser-ne conscients, cal que la gent del territori ho vegi i és per això que cal reforçar la cultura de l'oli. Fer-ho reforçarà la cohesió social, el compromís dels ciutadans amb el lloc on viuen, la seva autoestima i reforçarà, també, al propi sector oleícola i la seva capacitat d'expandir-se i de millorar dia a dia.

A partir de tots aquests arguments, caldria plantejar noves maneres de descobrir aquesta cultura al llarg de tot l'any, de conèixer i reconèixer el territori i de convertir-lo en un atractiu cultural, gastronòmic, paisatgístic i, en definitiva, turístic.

Cal posar en valor la qualitat dels excel·lents olis que es produeixen al Priorat, cal fer èmfasi en la innovació atès que tot i que l'oli és un producte mil·lenari té associada una forta component innovadora, que ve de la mà de la gastronomia i de la restauració.

Per tant, doncs, es proposa dur a terme una sèrie d'accions per reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta del producte al llarg de tot l'any. Serien les següents:

- Implicar en el foment de la Cultura de l'Oli tant al sector oleícola com als agents turístics, a restauradors i a l'administració (ACTUACIÓ 81).
- Editar **material de promoció** sobre la Cultura de l'Oli, la relació de l'oli amb el territori i tot allò que l'integra, i els diferents productes d'òleoturisme. Aquest material de promoció, així com les vies i canals en la seva distribució, haurà de ser integrada en el Pla de Màrqueting Turístic (ACTUACIÓ 97).
- Potenciar activitats gastronòmiques, experiències sensorials i de turisme vivencial al voltant de l'oli (ACTUACIÓ 82).
- Potenciar i revitalitzar recorreguts turístics i rutes de l'oli (ACTUACIÓ 90), dels paisatges on es conrea, de les construccions de pedra seca sovint associades al seu conreu (marges, cabanes, etc.).
- Potenciar paquets turístics que consisteixen en collir olives, portar-les al molí i conèixer el procés de transformació, etc.
- Organitzar maridatges gastronòmics, presentacions i tastos d'oli conjuntament amb d'altres productes del terra.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Potenciar la Cultura de l'Oli i teixir una major oferta de productes d'òleoturisme

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua
INDICADORS					
<ul style="list-style-type: none"> • Material de promoció sobre la Cultura de l'Oli editat (nombre d'exemplars). • Nombre d'activitats gastronòmiques, experiències sensorials i de turisme vivencial al voltant de l'oli organitzades. • Nombre de participants en les activitats dutes a terme. • Evolució en el nombre de recorreguts turístics i rutes de l'oli. • Evolució en el nombre de paquets turístics creats. 			<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'agents implicats en el disseny de recorreguts, paquets, etc. • Nombre de visitants i usuaris d'aquests productes i rutes. • Grau de satisfacció dels usuaris. • Evolució en el nombre de maridatges gastronòmics, presentacions i tastos d'oli realitzats. • Impacte en els mitjans / xarxes socials d'aquestes activitats. 		
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT		<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleicultors del Priorat • Consell Comarcal • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament d'empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme 			



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Potenciar la Cultura de l'Oli i teixir una major oferta de productes d'òleoturisme

AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Sindicats agraris • Associació d'Oleicultors del Priorat • Consell Comarcal • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament d'empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme • Empreses turístiques • Establiments comercials
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 81: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia • ACTUACIÓ 82: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques • ACTUACIÓ 90: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del paisatge, en la seva visió més global • ACTUACIÓ 95: Impulsar una Taula de Turisme, públic-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 97: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic



Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Mentre que el sector del vi disposa d'una notable i dilatada trajectòria en el desenvolupament de propostes enoturístiques, en el sector de l'oli, tot i que s'ha fet força feina en aquest sentit, encara hi ha molt de camí per recórrer. Així, és important que el sector oleícola es replantegi la **possibilitat de vertebrar una oferta turística que doni prestigi al producte** i que alhora sigui atractiva i de qualitat.

Per tal d'aconseguir aquest objectiu caldria **tornar a fer accions de sensibilització al propi sector en el sentit de fer visible el potencial de l'oli** com a atractiu turístic. També seria important desenvolupar **un programa de formació específic d'òleoturisme per a productors, cooperatives, moliners, empresaris oleícoles**, etc. Cal que el sector es formi i tingui informació sobre les possibilitats del producte d'esdevenir un atractiu turístic potent i diferenciat.

Alhora, a més de potenciar les accions de formació o sessions de treball per crear productes paquets turístics a l'entorn del món de l'oli, es proposa dur a terme accions específiques de formació que permetin als agents implicats gestionar aquests paquets turístics, la promoció i la seva comercialització d'una manera efectiva i rendible.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	Contínua

INDICADORS

- Nombre d'accions de formació dutes a terme.
- Nombre de participants en les accions formatives.
- Evolució en el nombre de productes / paquets turístics relacionats amb l'òleoturisme.
- Evolució en el nombre d'empreses / cooperatives que ofereixen activitats d'òleoturisme.

- Empreses turístiques que formen part d'aquests paquets.
- Augment en el nombre de visitants / consumidors dels paquets turístics.
- Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació.
- Grau de satisfacció dels turistes / visitants.



LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS AMB ESSÈNCIA I GUST DE PAISATGE
PROGRAMA	POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME
ACTUACIÓ	Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Sindicats agraris • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Associació d'Oleïcultors del Priorat • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Empreses turístiques • Establiments comercials
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUACIÓ 68: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 125: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori