

# Les **G**arrigues *fent camí*

## **Pla estratègic territorial de la comarca de les Garrigues 2015-2025. Foment del desenvolupament econòmic local i l'ocupació**

### **Volum II. Pla d'acció i Pla de seguiment**

Juny de 2016

Promou:



**CONSELL COMARCAL  
DE LES GARRIGUES**

Coordina:



Amb el finançament de:



"Aquesta és una actuació subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local i cofinançades pel Fons Social Europeu"

***Agraïm a totes les persones, entitats i empreses que han participat en algun moment en el procés d'elaboració del Pla Estratègic Territorial de la comarca de les Garrigues 2015-2025***

***Redacció:***



**Avinguda Sant Jordi, 31. Solsona**

**[www.raiels.cat](http://www.raiels.cat)**

Núria Alamon i Beas

Judit Pardos i Jordana

Núria Serena i Fernández

# Índex

|  |            |
|--|------------|
| <b>1. Línies estratègiques i objectius .....</b>                     | <b>2</b>   |
| 1.1. Metodologia de treball.....                                     | 2          |
| 1.2. Escenaris de futur.....   | 3          |
| 1.3. Objectius i línies estratègiques .....                          | 5          |
| 1.4. Quadre de síntesi: Línies estratègiques i projectes.....        | 11         |
| <b>2. Pla d'acció.....</b>   | <b>12</b>  |
| 2.1. Metodologia de treball.....                                     | 12         |
| 2.2. Estructura del pla d'acció .....                                | 13         |
| 2.3. Quadre sintètic del Pla d'acció.....                            | 14         |
| 2.4. Projectes estratègics i fitxes d'accions.....                   | 18         |
| 2.5. Calendari del desplegament de les accions .....                 | 256        |
| <b>3. Pla de seguiment.....</b>                                      | <b>259</b> |
| 3.1. Introducció .....   | 259        |
| 3.2. Marc organitzatiu .....   | 260        |
| 3.3. Funcionament de la implantació.....                             | 264        |
| 3.4. Eines per a l'avaluació .....                                   | 265        |
| 3.5. Eines per a la comunicació del seguiment .....                  | 266        |
| 3.6. Sistema d'indicadors .....                                      | 267        |
| 3.6.1. Indicadors de context.....                                    | 268        |
| 3.6.2. Indicadors de seguiment dels projectes.....                   | 271        |
| 3.6.3. Indicadors de repercussió o impacte .....                     | 278        |
| <b>4. Reptes per a una bona gestió i implementació del pla .....</b> | <b>279</b> |
| <b>5. Referències bibliogràfiques .....</b>                          | <b>281</b> |

# 1. Línies estratègiques i objectius

## 1.1. Metodologia de treball

Les línies estratègiques enumeren els grans objectius sectorials que es volen assolir per tal de fer front a les problemàtiques detectades en la diagnosi prèvia del territori, i que mitjançant el seu compliment faran possible l'assoliment de l'objectiu central.

Les línies d'actuació del *Pla Estratègic territorial de la comarca de les Garrigues 2015-2025* s'han determinat, principalment, per mitjà de:

1. La **diagnosi socioeconòmica de la comarca de les Garrigues**, especialment, de les entrevistes semiestructurades realitzades als agents locals.
2. Els resultats dels **espais de participació** derivats dels Dijous Participatius que es varen fer durant el mes de març.
3. El **treball tècnic**, es complementa, per una banda, amb la consulta a persones de perfil tècnic o expertes en un àmbit determinat i, per altra banda, amb una cerca d'experiències de desenvolupament local en el context de Catalunya, l'estat Espanyol i Europa.

A continuació, es mostra un quadre resum dels espais de participació previs a la determinació de les línies estratègiques del Pla:

**Taula 1. Espais de participació sectorials anomenats "DIJOURS PARTICIPATIUS"**

| DATA     | ESPAI DE PARTICIPACIÓ                                     | RESULTATS   |
|----------|---|---|
| 10/03/16 | Taller 1. Sector primari i producció agroalimentària      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Consens de l'Escenari negatiu-de no actuació en relació al futur del sector primari i la producció agroalimentària a la comarca.</li><li>• Consens de l'Escenari desitjat per contrarestar l'escenari negatiu.</li><li>• Identificació i prioritització de 14 propostes d'actuació d'aquest sector.</li></ul>               |
| 17/03/16 | Taller 2. Teixit empresarial: indústria, comerç i turisme | <ul style="list-style-type: none"><li>• Consens de l'Escenari negatiu-de no actuació en relació al futur del sector de la indústria, el comerç i el turisme a la comarca.</li><li>• Consens de l'Escenari desitjat per contrarestar l'escenari negatiu.</li><li>• Identificació i prioritització de 12 propostes d'actuació d'aquest sector.</li></ul>              |
| 31/03/16 | Taller 3. Salut, serveis a les persones i formació        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Consens de l'Escenari negatiu-de no actuació en relació al futur del sector de la salut, els serveis a les persones i la formació a la comarca.</li><li>• Consens de l'Escenari desitjat per contrarestar l'escenari negatiu.</li><li>• Identificació i prioritització de 12 propostes d'actuació d'aquest sector</li></ul> |

Font: Elaboració pròpia

## 1.2. Escenaris de futur

Durant la realització dels tallers dels Dijous participatius, es van identificar els escenaris de futur de cada sector tal i com es mostren a continuació:

### ESCENARI DESITJAT del sector agrari i agroalimentari

- Sector professionalitzat, amb caràcter empresarial.
- Saber donar valor afegit als productes del camp, productes de qualitat.
- Aprofitament de les terres de cultiu, amb cultius de qualitat i produccions rentables.
- Gent jove que es queda a la comarca i retorn dels que han marxat, treballant a i per la comarca.
- Viure dignament de l'agricultura i la ramaderia.
- Agroturisme de prestigi, reconegut, i que esdevé un complement als ingressos agraris, alhora que és una activitat compatible amb la resta d'activitats econòmiques (ramaderia i agricultura, indústria, etc.)
- Protecció del paisatge agrari fent-ho compatible amb l'activitat econòmica.
- Millor entesa entre el món agrari i cooperatiu.
- Fusionar totes les cooperatives i ser capaces de produir en condicions de competitivitat.
- Generar il·lusions, perdre la por.
- Col·laboració empresarial.
- Disposar d'una marca agroalimentària de les Garrigues.

### ESCENARI DESITJAT del sector serveis a les persones

- **Oportunitats laborals** per als joves.
- **Igualtat d'oportunitats** per als joves de les Garrigues que per als joves d'altres comarques.
- **Relleu generacional assegurat**, amb joves formats que retornen a la comarca després d'haver estudiat a fora per desenvolupar la seva trajectòria professional a les Garrigues.
- **Oferta formativa més àmplia** a la comarca, per donar sortides formatives més diverses als joves que no volen anar a estudiar a fora.
- **Oferta de terrenys disponibles** perquè els joves es puguin dedicar a l'agricultura.
- Ser capaços **d'aprofitar totes les oportunitats** que ofereix la comarca, saber-la "expressar": el seu patrimoni, el seu paisatge, el seu entorn.. tant per al sector turístic com per a la gent gran.
- Disposar de **serveis mancomunats, de qualitat i sostenibles**.
- **Qualitat de vida** encara millor.
- Que la **gent pugui viure i treballar als seus pobles**, amb tots els recursos assegurats, amb un territori unit i ben articulats.
- **Envel·liment actiu** com un valor potenciat.
- **Escoles rurals** com elements de qualitat de vida

## ESCENARI DESITJAT del teixit empresarial: indústria, comerç i turisme

### •TEIXIT EMPRESARIAL, en general

- Les administracions al servei dels emprenedors per tal de facilitar els tràmits i reduir la burocràcia.

### •INDÚSTRIA

- Indústria que respecti el medi ambient i doni ocupació de qualitat.
- Fer compatible el creixement industrial amb el desenvolupament turístic. Fer compatibles els dos sectors.
- Existència de petites indústries per donar ocupació als joves de la comarca perquè es puguin quedar a viure als pobles.
- Empreses de proximitat, que produeixin productes ecològics i respectuoses amb la natura.
- Energies renovables en creixement

### •COMERÇ

- Una botiga i un bar a cada poble de la comarca.
- Intervenció pública de suport als comerços, sobretot dels pobles petits, per ajudar a mantenir-los oberts.
- Un comerç consolidat de perfil familiar.

### •TURISME

- Oferta més àmplia de restaurants i allotjaments a la comarca
- Almenys un restaurant i un allotjament a cada poble per fer visitable la comarca.
- Major afluència de visitants que generen beneficis pels negocis turístics i pels comerços.
- Major reconeixement del nostre patrimoni perquè l'hem sabut revaloritzar i donar a conèixer.
- Patrimoni existent protegit (especialment, l'arquitectura popular).
- Que les Garrigues siguem marca! Dir Garrigues i pensar en oli, pintures, territori, pedra...

### •EN DEFINITIVA, l'escenari desitjat seria:

- Població de la comarca motivada, amb il·lusió i autoestima.
- Interessos comuns aglutinats per crear projectes de comarca, prioritzant els interessos comuns per sobre dels interessos particulars
- Joves de la comarca que es queden a viure-hi i no han de marxar a treballar a fora perquè tenen feina (augment de la indústria i del comerç familiar).
- Serveis adequats a la gent del territori.
- Disposar de millors comunicacions.
- Possibilitat d'oportunitats laborals en el teletreball

## 1.3. Objectius i línies estratègiques

S'han identificat **5 Línies estratègiques i 15 projectes** marc que són els que integren les accions a desenvolupar:

*Línia estratègica 1. **Competitivitat empresarial***

*Línia estratègica 2. **Serveis a les persones, talent i empenedoria***

*Línia estratègica 3. **Territori, cultura i patrimoni***

*Línia estratègica 4. **Infraestructures***

*Línia estratègica 5. **TRANSVERSAL. Model de governança del Pla***

D'aquestes 5 línies estratègiques, les 4 primeres fan referència a àmbits o sectors clau que cal potenciar a la comarca de les Garrigues per tal de fomentar la seva economia local i potenciar la creació d'ocupació. La línia estratègica 5 seria transversal a tot el Pla estratègic ja que es refereix al model de gestió i de governança a aplicar a la comarca per tal d'afavorir que les altres estratègies puguin ser desenvolupades amb majors garanties d'assolir els objectius fixats.

Les línies estratègiques es concreten amb els següents objectius i els següents projectes, que es despleguen en el següent apartat Pla d'Acció (vegeu apartat 2 d'aquest document), a través de la concreció de les accions.

## LÍNIA ESTRATÈGICA 1. COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

### Descripció

Aquesta línia estratègica es centra en millorar la competitivitat empresarial dels principals sectors econòmics de la comarca de les Garrigues per tal de reforçar-los i fer-los més atractius, viables i competitius en el mercat econòmic actual. En tots els sectors identificats, s'ha detectat una pèrdua de capacitats o una manca d'estratègia que els resta competitivitat i per tant, capacitat de negoci.

El sector agrari de les Garrigues és un sector envellit i poc innovador i cal que es posi al dia. La indústria agroalimentària és l'àmbit més potent, però tot i així, hi ha una part important de producció a mans de les cooperatives que també requereixen rejuvenir-se i modernitzar la seva gestió i funcionament. Per altra banda, el sector del turisme està mancat de suficient teixit empresarial, hi ha una greu mancança d'oferta d'allotjament i d'empreses de serveis complementaris per poder estructurar una sòlida oferta turística com a destinació d'oleoturisme.

En el cas del comerç, és un sector en perill en molts municipis petits i certament, estancat, en els municipis més grans. De fet, en el cas de les Garrigues no es consideraria el comerç només com un sector empresarial, sinó també com un servei a les persones.

Per altra banda, un altre àmbit potencial seria l'economia verda o circular com a model d'un tipus d'indústria sostenible i d'aprofitament dels recursos (fins i tot, dels residus), incipient a la comarca, però que s'albirà com un eix econòmic de futur alineat amb les polítiques europees.

### Objectius

1. Consensuar quin ha de ser el model agrícola i d'agroindústria de les Garrigues.
2. Consensuar quin ha de ser el model turístic de les Garrigues, alineat amb el model agrícola.
3. Establir estratègies comuns en l'àmbit comercial d'acord amb la realitat dels municipis de la comarca
4. Facilitar les eines per impulsar nous sectors econòmics d'acord amb un model econòmic sostenible, de qualitat i respectuós amb l'entorn i amb les persones.

### Projectes

**P.1. PROJECTE INTEGRAL PER A LA MILLORA I MODERNITZACIÓ DEL SECTOR AGRARI**

**P.2. PROJECTE DE MODERNITZACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR DE L'OLI**

**P.3. PROJECTE IMPULS A L'ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA D'ALT VALOR AFEGIT en general**

**P.4. PROJECTE DESTINACIÓ TURÍSTICA: OLEOTURISME A LES GARRIGUES**

**P. 5. PROJECTE PER REACTIVAR I DINAMITZAR L'ACTIVITAT COMERCIAL DE PROXIMITAT ALS MUNICIPIS**

**P. 6. PROJECTE SUPORT A L'ECONOMIA VERDA O CIRCULAR**



## LÍNIA ESTRATÈGICA 2. SERVEIS A LES PERSONES, TALENT I EMPRENEDORIA

### Descripció

Aquesta línia estratègica es centra en l'àmbit dels serveis a les persones en una doble vessant, especialment, en relació als serveis que necessita el col·lectiu de la gent gran per ser el majoritari a atendre atès la població tan envellida amb que compta la comarca, i per l'altra vessant, perquè precisament aquests serveis poden ser una oportunitat laboral per a joves de la comarca, l'altre col·lectiu clau sobre el qual enfocar les estratègies.

Segons dades del 2015, la població de les Garrigues entre 65 i 100 anys i més representaria un 25% de la població de la comarca. Dada que contrasta amb el que representa aquesta franja de població a l'Àmbit territorial de Ponent (un 18%) o a Catalunya (també un 18%). Per contra, la franja d'edat de joves entre 16 i 34 anys, a les Garrigues, segons dades del 2015 seria d'un 19%, per sota del que representen a l'àmbit territorial de Ponent (21,5%) o a Catalunya (21,3%). Per tant, les Garrigues té un volum de població gran major que a Ponent i a Catalunya i un nombre de joves inferior respecte a aquests altres àmbits territorials.

Precisament, les accions que es plantegen en aquest projecte tenen presents aquestes dades i estan enfocades a afavorir el lideratge dels joves, per una banda i l'envelliment actiu i digne per l'altra.

Precisament, són els joves de les Garrigues els que es consideren que han de ser els protagonistes del canvi estructural que la comarca necessita per fer front a un rejuveniment de bona part dels seus sectors econòmics actuals. D'aquí la importància d'atreure el talent i estimular l'esperit emprenedor perquè els nostres joves o joves d'altres indrets decideixin emprendre el seu futur laboral i personal a la comarca de les Garrigues.

Tanmateix, per aconseguir atraure o retenir realment als joves, a banda, de facilitar-los les eines per emprendre els seus projectes empresarials o agafar el relleu d'altres negocis (familiars o no), també serà imprescindible actuar en relació a l'habitatge, per tal que l'habitatge sigui accessible també als pobles més petits. I, per últim, però no menys important, caldrà vetllar per oferir un futur possible a les escoles de les Garrigues, aplicant estratègies que les mantinguin obertes, com a element clau per atraure o arrelar famílies als municipis rurals de la comarca.

### Objectius

1. Ser capaços d'extreure oportunitats de la complexa situació d'envelliment de les Garrigues.
2. Ser capaços de transmetre un missatge d'oportunitat i de futur als nostres joves i nodrir el seu talent i les seves capacitats de lideratge.
3. Fer de les Garrigues un lloc atractiu per viure-hi, treballar-hi o fins i tot, jubilar-s'hi.

### Projectes

**P. 7. PROJECTE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN**

**P. 8. PROJECTE JOVES AL CAPDAVANT: FORMEM-NOS, TREBALLEM I VIVIM A LES GARRIGUES**

**P.9. PROJECTE PER ENFORTIR L'ESPERIT EMPRENEDOR A LES GARRIGUES**

**P.10. PROJECTE HABITATGE A LES GARRIGUES**

**P.11. PROJECTE ESCOLES AMB FUTUR A LES GARRIGUES**

### **LÍNIA ESTRATÈGICA 3. TERRITORI, CULTURA I PATRIMONI**

#### **Descripció**

La línia estratègica 3 es centra en l'àmbit del territori, la cultura i el patrimoni. És una línia enfocada a la valorització del que representa les Garrigues com a territori, allò que la fa especial i única, que la singularitza de les altres comarques veïnes i que fa que la seva gent se l'estimi, senzillament, perquè és la seva terra. És una línia que dirigeix els seus esforços a aconseguir que els propis garriguencs i garriguenques siguin conscients del territori que tenen, se n'enamorin i se'n sentin orgullosos.

L'estima cap a la pròpia terra és la clau per creure en les seves possibilitats, en què els seus joves hi tenen futur, en què els seus fruits són els més preuats i en què el seu patrimoni i la seva cultura són dignes de ser coneguts.

#### **Objectius**

1. Aconseguir que els mateixos garriguencs i garriguenques prenguin consciència de la necessitat d'aportar una nova mirada a la comarca.
2. Enaltir l'autoestima cap a la comarca com una estratègia clau per enfortir totes les altres estratègies.
3. Aconseguir que la gent de la comarca consideri que lluitar per la comarca sigui un repte assolible.

#### **Projectes**

**P.12. PROJECTE ORGULLOSOS DE LES GARRIGUES**

**P.13. PROJECTE VALORITZACIÓ DEL PATRIMONI I LA CULTURA DE LES GARRIGUES**

#### LÍNIA ESTRATÈGICA 4. INFRAESTRUCTURES

##### **Descripció**

La millora de les infraestructures a la comarca és una reivindicació constant ja que hi ha força mancances tant en la xarxa viària interior que connecta els pobles, especialment, del sud de les Garrigues, com en la xarxa de telefonia mòbil i d'internet.

Hi ha infraestructures llargament reivindicades, com la del reg, que per mitjà del Canal Segarra-Garrigues que ja s'està construint i que resoldrà part de la problemàtica del regadiu en el sector agrari. Tanmateix, d'altres infraestructures que depenen d'empreses privades (telefonia, internet) cal determinar quina estratègia cal aplicar com a territori per poder reclamar un servei de qualitat i de nivell, malgrat tractar-se d'uns municipis poc poblats.

En definitiva, aquestes deficiències d'infraestructures resten atractiu i competitivitat a la comarca tant per a atraure noves empreses que tinguin interès en instal·lar-s'hi com per a nova població o per retenir joves i talent que poguessin frenar el greu despoblament que viuen molts dels pobles de la comarca.

##### **Objectius**

1. Aconseguir una millor connexió viària interna entre els municipis de la comarca per afavorir una major cohesió territorial.
2. Aconseguir una xarxa d'internet de major capacitat i més econòmica per afavorir el teletreball, la formació a distància, la comercialització on-line, entre d'altres oportunitats.
3. Aconseguir ampliar la cobertura mòbil a tota la comarca per afavorir les relacions comercials, l'aplicació d'eines TIC en el turisme i la interpretació del patrimoni, la qualitat de vida de la població local, etc.

##### **Projectes**

#### **P.14. PROJECTE INFRAESTRUCTURES PER LES OPORTUNITATS**

## LÍNIA ESTRATÈGICA 5. MODEL DE GOVERNANÇA TRANSVERSAL A TOT EL PLA

### Descripció

La situació actual de la comarca de les Garrigues es podria considerar preocupant i si no es prenen mesures de correcció pot esdevenir crítica en un període de 10 anys vista. Per aquest motiu, les estratègies, els projectes i les accions que s'inclouen en aquest Pla estratègic van encaminades a contrarestar les dinàmiques econòmiques i poblacionals actuals.

Tanmateix, hi ha una altra dinàmica de fons que també és important corregir: la manca de treball coordinat i de comunicació tant entre els agents públics com entre els agents privats.

Si es volen aconseguir canvis reals, s'ha de treballar diferent de com s'ha fet fins ara. S'ha d'aplicar un model de governança transversal a tot el Pla estratègic que poc a poc vagi provocant canvis a tots nivells.

La cooperació i la col·laboració de tots els agents d'un territori són elements imprescindibles per poder-se posicionar en un context actual global, de crisi i de gran competència a nivell mundial. Per tant, cal un treball de fons basat en la creació de xarxa per ser més competitius i eficients tant a nivell polític, tècnic, empresarial, veïnal, etc.

### Objectius

1. Despertar la motivació i l'entusiasme de tots els agents enfront dels reptes que té la comarca de les Garrigues per davant.
2. Aportar nous enfocaments de treball centrats en compartir i no en competir per fer aflorar les sinergies i les oportunitats.
3. Fer un ús més eficient i compartit dels recursos disponibles per assolir fites comunes majors que de forma individual no serien factibles.
4. Fomentar una dinàmica de comunicació constant i fluïda a tots els nivells, aportant reflexions conjuntes al full de ruta que s'està seguint.

### Projectes

**P.15. PROJECTE DE FOMENT D'UN MODEL DE GOVERNANÇA DEL TERRITORI BASAT EN LA COOPERACIÓ I LA COL·LABORACIÓ**

## 1.4. Quadre de síntesi: Línies estratègiques i projectes

| LE 1. Competitivitat empresarial                             |  | LE 2. Serveis a les persones, talent i empenedoria   |   | LE 3. Territori, cultura i patrimoni |  | L.E. 4 Infraestructures                                     |
|--|--|--|---|--------------------------------------|--|---|
| Agrari   | <b>P.1. PROJECTE INTEGRAL PER A LA MILLORA I MODERNITZACIÓ DEL SECTOR AGRARI</b>   | Tercera edat   | <b>P. 7. PROJECTE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>                          | Territori                            | <b>P.12. PROJECTE ORGULLOSOS DE LES GARRIGUES</b>                              | <b>P.14. PROJECTE INFRAESTRUCTURES PER LES OPORTUNITATS</b> |
| Agroalimentari   | <b>P.2. PROJECTE DE MODERNITZACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR DE L'OLI</b><br><b>P.3. PROJECTE IMPULS A L'ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA D'ALT VALOR AFEGIT en general</b> | Joves  | <b>P. 8. PROJECTE JOVES AL CAPDAVANT: FORMEM-NOS, TREBALLEM I VIVIM A LES GARRIGUES</b> | Patrimoni i cultura                  | <b>P.13. PROJECTE VALORITZACIÓ DEL PATRIMONI I LA CULTURA DE LES GARRIGUES</b> |   |
| Turisme  | <b>P.4. PROJECTE DESTINACIÓ TURÍSTICA: OLEOTURISME A LES GARRIGUES</b>   | Ocupació i Emprenedoria  | <b>P.9. PROJECTE PER ENFORTIR L'ESPERIT EMPRENEDOR A LES GARRIGUES</b>                  |                                      |  |   |
| Comerç   | <b>P. 5. PROJECTE PER REACTIVAR I DINAMITZAR L'ACTIVITAT COMERCIAL DE PROXIMITAT ALS MUNICIPIS</b>   | Habitatge  | <b>P.10. PROJECTE HABITATGE A LES GARRIGUES</b>   |                                      |  |   |
| Nous perfils empresarials                                    | <b>P. 6. PROJECTE SUPORT A L'ECONOMIA VERDA O CIRCULAR</b>   | Escoles  | <b>P.11. PROJECTE ESCOLES AMB FUTUR A LES GARRIGUES</b>                                 |                                      |  |   |
| <b>L. E. 5. Model de Governança transversal a tot el Pla</b> |  | <b>P.15. PROJECTE DE FOMENT D'UN MODEL DE GOVERNANÇA DEL TERRITORI BASAT EN LA COOPERACIÓ I LA COL-LABORACIÓ</b> |   |                                      |  |   |

## 2. Pla d'acció

### 2.1. Metodologia de treball

Un pla d'acció és un conjunt articulat d'accions que pretenen intervenir sobre un àmbit de política pública concret. Les accions comparteixen una mateixa lògica i s'estructuren al llarg del període de vigència del pla. Té un horitzó temporal a curt i mitjà termini i mobilitza uns recursos que són identificats, normalment, des del seu inici.

El pla d'acció és l'apartat clau del projecte, pel fet que recull i desenvolupa les estratègies i accions. Les accions (o activitats) són concretes i específiques i concentren el màxim valor afegit en termes de cost/impacte. Per tant, són accions que preveuen tenir un impacte positiu i significatiu sobre la població i el territori, en matèria de desenvolupament econòmic local i ocupació.

Les accions són les actuacions clau i essencials per a la viabilitat del pla estratègic. Són les que fan realitat els objectius fixats en els eixos estratègics i en l'objectiu central. Cada acció es presenta en una fitxa. En el moment que cadascuna de les accions s'implanti, caldrà transformar l'acció en el projecte, implicant els agents que correspongui i estimulant la cooperació públic-privada en el disseny i la seva execució.

**Taula 2. Espais de participació per prioritzar el Pla d'acció**

| DATA     | ESPAI DE PARTICIPACIÓ            | RESULTATS   |
|----------|----------------------------------|---|
| 26/05/16 | Taller de priorització d'accions | <ul style="list-style-type: none"><li>• Priorització de 4 projectes estratègics a treballar a curt termini (2016/2017)</li><li>• Priorització de 5 accions d'aquests projectes estratègics a treballar a curt termini (2016/2017)</li></ul> |

Font: Elaboració pròpia

## 2.2. Estructura del pla d'acció

El *Pla Estratègic territorial de la comarca de les Garrigues 2015-2025* s'estructura en 5 línies estratègiques, en 15 projectes i en 65 accions.

Cada un dels 15 projectes estratègics definits està tractat com un bloc diferenciat amb els seus objectius específics i les fitxes de les accions que l'integren, les quals estan directament relacionades entre elles al formar part d'un mateix projecte.

Aquelles accions que estiguin interrelacionades entre elles i no formin part del mateix projecte, comptaran amb un apartat específic que detalli aquesta correlació.

S'ha establert una codificació de les accions correlativa començant per les accions de la Línia estratègica 1 i acabant per les accions de la Línia estratègica 5.

El Pla d'Acció presenta cadascuna de les accions en una fitxa, que inclou la següent informació:

*Títol de l'acció*

*Període d'inici*

*Objectius*

*Descripció*

*Activitats i metodologia*

*Resultats*

*Identificació dels actors responsables de l'execució del projecte*

*Identificació de les persones destinatàries del projecte*

*Pressupost*

*Identificació de les fonts de finançament previstes*

*Recursos humans, tecnològics i de serveis necessaris per a dur a terme les activitats*

*Indicadors de seguiment*

*Cronograma d'execució*

En algunes de les fitxes també s'hi inclouen referències ja sigui en relació a entitats o organismes a tenir en compte per a l'execució de l'acció o també en relació a experiències innovadores com a referents a consultar.

## 2.3. Quadre sintètic del Pla d'acció

Nota: estan marcats en **ROIG** els projectes i accions prioritzades d'iniciar-se a curt termini al taller de priorització de propostes. Des de l'equip tècnic, hem considerat que hi ha també altres accions d'altres projectes que caldria iniciar a curt termini, i estan marcades en **GROC**.

|                 |                  |                   |                   |
|-----------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Període d'inici | Curt (2016-2017) | Mitjà (2018-2021) | Llarg (2022-2025) |
|-----------------|------------------|-------------------|-------------------|

Taula 3. Quadre sintètic del Pla d'acció

| Codi Accions                              | Línies, projectes i accions  | Període d'inici          |
|---|--|--------------------------|
| <b>L.E. 1. Competitivitat empresarial</b> |  |                          |
| <b>PROJECTE 1</b>                         | <b>P.1. PROJECTE INTEGRAL PER A LA MILLORA I MODERNITZACIÓ DEL SECTOR AGRARI A NIVELL PRODUCTIU I ESTRUCTURAL, PER FOMENTAR LA PROFESSIONALITZACIÓ I EL RELLEU GENERACIONAL, LA INNOVACIÓ I LA DIVERSIFICACIÓ DELS CULTIUS</b> | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 1.1.1                                   | Redacció d'un Pla director de futur del sector agrícola i, en especial, del sector de l'oli  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 1.1.2                                   | Programa per fomentar la producció ecològica   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 1.1.3                                   | Programa per promoure cultius alternatius que diversifiquen la producció   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 1.1.4                                   | Iniciativa per fomentar l'agricultura de precisió  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 1.1.5                                   | Iniciativa per crear un espai de reflexió entorn el rol de la pagesia local davant l'arribada del regadiu del Canal Segarra-Garrigues  | Curt (2016-2017)         |
| A 1.1.6                                   | Programa de suport a la ramaderia extensiva de sotabosc com a mesura de gestió forestal  | Llarg (2022-2025)        |
| A 1.1.7                                   | Creació d'un banc de terres  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 1.1.8                                   | Suport i acompanyament a joves pagesos per afavorir un relleu generacional de la pagesia de les Garrigues  | Mitjà (2018-2021)        |
| <b>PROJECTE 2</b>                         | <b>P.2. PROJECTE DE MODERNITZACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR DE L'OLI</b>  | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 2.2.1                                   | Programa per definir el futur de les cooperatives d'oli de les Garrigues. Renovar-se o morir.  | Curt (2016-2017)         |
| A 2.2.2                                   | Programa formatiu en comercialització i màrqueting per a cooperatives i productors agroalimentaris per a promoure nous mercats   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.2.3                                   | Disseny de nous envasos per a nous perfils de clientela.   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.2.4                                   | Taula de Treball per conèixer el funcionament del futur Clúster de l'oli i avaluar quin és el rol que hi ha de tenir les cooperatives i molins d'oli de les Garrigues  | Curt (2016-2017)         |
| A 2.2.5                                   | Taula de treball per proposar millores i replantejaments en el funcionament de la DOP Garrigues.   | Curt (2016-2017)         |
| <b>PROJECTE 3</b>                         | <b>P.3. PROJECTE IMPULS A L'ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA D'ALT VALOR AFEGIT en general</b>  | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 1.3.1                                   | Programa de suport a la producció agroalimentària de les Garrigues (Tancar el cercle)  | Mitjà (2018-2021)        |



|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
| A 1.3.2           | Programa de suport al reconeixement i distinció dels productes singulars i de qualitat   | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.3.3           | Programa per potenciar la venda i el consum dels productes agroalimentaris de les Garrigues dins la mateixa comarca  | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.3.4           | Programa per avaluar el sòl industrial disponible i la seva adequació i promoció, en col·laboració amb la indústria agroalimentària  | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.3.5           | Acció per incrementar la innovació, la projecció i el caràcter experiencial de la Fira de l'Oli  | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.3.6           | Formació i suport en organització de fires de productes locals.  | Mitjà (2018-2021)   |
| <b>PROJECTE 4</b> | <b>P.4. PROJECTE DESTINACIÓ TURÍSTICA: OLEOTURISME A LES GARRIGUES</b>   | <b>Curt (2016-2017)</b>   |
| A 1.4.1           | Disseny de l'estratègia turística que posicioni la comarca de les Garrigues com a destinació d'Oleoturisme a Catalunya.  | Curt (2016-2017)  |
| A 1.4.2           | Programa formatiu per millorar la professionalització del sector turístic en base a l'oleoturisme: coneixements entorn de la cultura de l'oli, en l'atenció a la clientela, en idiomes, etc. | Curt (2016-2017)  |
| A 1.4.3           | Programa formatiu en guiatge interpretatiu del patrimoni i de conducció de grups   | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.4.4           | Creació de productes i experiències turístiques: 1er any d'Oleoturisme, 2n any ecoturisme, 3er any turisme actiu (especialment entorn de l'embassament de l'Albagés)                         | Curt (2016-2017)-<br>Oleoturisme<br>Mitjà (2018-2021)-<br>ecoturisme i<br>turisme actiu |
| A 1.4.5           | Jornades econòmiques i empresarials entorn del paisatge de les Garrigues   | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.4.6           | Programa de suport, acompanyament i orientació dels passos a seguir per a la creació de nous negocis turístics innovadors  | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.4.7           | Campanya de comunicació de les experiències d'Oleoturisme de les Garrigues   | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.4.8           | Aposta per l'obertura dels espais turístics als caps de setmana i festius: oficines de turisme i punts d'informació turística  | Curt (2016-2017)  |
| A 1.4.9           | Creació d'un grup de treball amb agències receptives especialitzades per afavorir la comercialització dels productes creats (oleoturisme, ecoturisme i turisme actiu)                        | Curt (2016-2017)-<br>Oleoturisme<br>Mitjà (2018-2021)-<br>ecoturisme i<br>turisme actiu |
| A.1.4.10          | Sistema d'avaluació continuada de la qualitat dels serveis turístics de la destinació  | Mitjà (2018-2021)   |
| <b>PROJECTE 5</b> | <b>P. 5. PROJECTE PER REACTIVAR I DINAMITZAR L'ACTIVITAT COMERCIAL DE PROXIMITAT ALS MUNICIPIS</b>   | <b>Mitjà (2018-2021)</b>  |
| A 1.5.1           | Programa per dissenyar models d'estratègies per mantenir el servei de botiga obert als pobles més petits.  | Curt (2016-2017)  |
| A 1.5.2           | Programa de suport del comerç local als pobles més grans   | Mitjà (2018-2021)   |
| A 1.5.3           | Campanya de sensibilització per fomentar el comerç de proximitat   | Mitjà (2018-2021)   |
| <b>PROJECTE 6</b> | <b>P. 6. PROJECTE SUPORT A L'ECONOMIA VERDA I CIRCULAR</b>   | <b>Llarg (2022-2025)</b>  |
| A 1.6.1           | Suport a les empreses sostenibles basades en les energies renovables, l'eficiència energètica i la gestió de residus   | Llarg (2022-2025)   |

## L.E. 2. Serveis a les persones, talent i empenedoria

|                    |   |                          |
|--------------------|---|--------------------------|
| <b>PROJECTE 7</b>  | <b>P. 7. PROJECTE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>  | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 2.7.1            | Crear una Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.7.2            | Programa de formació continuada per a professionals que ofereixin els seus serveis a la Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.7.3            | Crear un Sistema de transport comarcal professional   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.7.4            | Projecte per avaluar la sol·licitud d'un centre d'atenció a la gent gran, segons el model SAIAR   | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.7.5            | Programa de promoció del retorn de gent gran.   | Llarg (2022-2025)        |
| <b>PROJECTE 8</b>  | <b>P. 8. PROJECTE JOVES AL CAPDAVANT: FORMEM-NOS, TREBALLEM I VIVIM A LES GARRIGUES</b>   | <b>Curt (2016-2017)</b>  |
| A 2.8.1            | Crear un espai de treball i de reflexió per donar oportunitats als joves.   | Curt (2016-2017)         |
| A 2.8.2            | Iniciativa per avaluar les necessitats formatives dels joves de la comarca  | Curt (2016-2017)         |
| A 2.8.3            | Projecte per afavorir el retorn i l'arrelament de joves a la comarca.   | Curt (2016-2017)         |
| A 2.8.4            | PROVA PILOT DE PROJECTE COL•LABORATIU: Bla Bla Car Garriguenc, un sistema de transport col·laboratiu  | Mitjà (2018-2021)        |
| <b>PROJECTE 9</b>  | <b>P.9. PROJECTE PER ENFORTIR L'ESPERIT EMPRENEDOR A LES GARRIGUES</b>  | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 2.9.1            | Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable Centre de Negocis de les Garrigues .   | Curt (2016-2017)         |
| A 2.9.2            | Crear l'Espai de l'emprenedor per generar idees de negoci i aprofitar el coneixement i l'experiència d'empresaris i experts en diferents sectors per crear noves empreses, modernitzar les actuals i atraure talent per encapçalar els canvis de futur. | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.9.3            | Servei de finestreta única per a l'acompanyament a persones aturades, emprenedors i empreses  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.9.4            | Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atraure  | Curt (2016-2017)         |
| A 2.9.5            | Crear un projecte de suport a persones aturades per fomentar un procés actiu de recerca de feina  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.9.6            | Programa d'emprenedoria per a escolars (primària i secundària)  | Mitjà (2018-2021)        |
| A 2.9.7            | Iniciativa de les administracions locals de donar suport a les empreses locals  | Mitjà (2018-2021)        |
| <b>PROJECTE 10</b> | <b>P.10. PROJECTE HABITATGE A LES GARRIGUES</b>   | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 2.10.1           | Projecte de rehabilitació i posada en valor dels habitatges dels pobles   | Mitjà (2018-2021)        |
| <b>PROJECTE 11</b> | <b>P.11. PROJECTE ESCOLES AMB FUTUR A LES GARRIGUES</b>   | <b>Mitjà (2018-2021)</b> |
| A 2.11.1           | Projecte per salvar les escoles de les Garrigues i suport a les llars d'infants   | Curt (2016-2017)         |

### L.E. 3. Territori, cultura i patrimoni

|                    |   |                         |
|--------------------|---|-------------------------|
| <b>PROJECTE 12</b> | <b>P.12. PROJECTE ORGULLOSOS DE LES GARRIGUES</b>   | <b>Curt (2016-2017)</b> |
| A 3.12.1           | Campanya d'autoestima cap a la comarca dirigida a tota la població  | Curt (2016-2017)        |
| A 3.12.2           | Crear la Marca Garrigues per projectar i comunicar la comarca   | Mitjà (2018-2021)       |
| A 3.12.3           | Projecte per identificar "Ambaixadors de l'oli" entre garriguencs "exiliats"                                | Mitjà (2018-2021)       |
| <b>PROJECTE 13</b> | <b>P.13. PROJECTE VALORITZACIÓ DEL PATRIMONI I LA CULTURA DE LES GARRIGUES</b>                              | <b>Curt (2016-2017)</b> |
| A 3.13.1           | Disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues   | Mitjà (2018-2021)       |
| A 3.13.2           | Projecte per posar en valor el sector de la pedra a les Garrigues   | Curt (2016-2017)        |
| A 3.13.3           | Programa que inclogui el servei de realització del PLA D'USOS i el MODEL DE GESTIÓ de recursos patrimonials | Mitjà (2018-2021)       |
| A 3.13.4           | Iniciativa per connectar el patrimoni de les Garrigues amb xarxes nacionals i internacionals                | Mitjà (2018-2021)       |
| A 3.13.5           | Campanya per embellir els pobles i el paisatge de les Garrigues   | Curt (2016-2017)        |

### L.E. 4. Infraestructures

|   |   |                         |
|---|---|-------------------------|
| <b>P.14. PROJECTE INFRAESTRUCTURES PER LES OPORTUNITATS</b> |   | <b>Curt (2016-2017)</b> |
| A 4.14.1  | Articulació d'un grup de pressió que actuï com a lobby a la comarca per millorar les infraestructures a nivell global | Curt (2016-2017)        |

### L.E. 5. Model de governança transversal a tot el Pla

|  |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>P.15. PROJECTE DE FOMENT D'UN MODEL DE GOVERNANÇA DEL TERRITORI BASAT EN LA COOPERACIÓ I LA COL-LABORACIÓ</b> |   | <b>TRANSVERSAL (2015-2025)</b> |
| A 5.15.1   | Crear la Comissió de Seguiment del Pla Estratègic i constitució de Grups d'Impuls per projectes | TRANSVERSAL (2015-2025)        |
| A 5.15.2   | Programa de col·laboració a nivell intern i amb comarques veïnes                                | TRANSVERSAL (2015-2025)        |

## 2.4. Projectes estratègics i fitxes d'accions

En aquest apartat s'inclou la descripció dels 15 Projectes estratègics i les fitxes d'accions que corresponen a cada un d'aquests projectes.

Per tal de facilitar el seu anàlisi, cada Projecte consta d'un apartat propi, amb un resum esquema inicial i les fitxes corresponents a continuació:

Taula 4. Llistat dels projectes estratègics del Pla d'acció

| <b>PROJECTES ESTRATÈGICS DEL PLA ESTRATÈGIC DE LES GARRIGUES 2015-2015</b>                                       |
|--|
| <b>P.1. PROJECTE INTEGRAL MILLORA I MODERNITZACIÓ DEL SECTOR AGRARI</b>  |
| <b>P.2. PROJECTE DE MODERNITZACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR DE L'OLI</b>                                  |
| <b>P.3. PROJECTE IMPULS A L'ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA D'ALT VALOR AFEGIT</b>                                     |
| <b>P.4. PROJECTE DESTINACIÓ TURÍSTICA: OLEOTURISME A LES GARRIGUES</b>   |
| <b>P. 5. PROJECTE PER REACTIVAR I DINAMITZAR L'ACTIVITAT COMERCIAL DE PROXIMITAT ALS MUNICIPIS</b>               |
| <b>P. 6. PROJECTE SUPORT A L'ECONOMIA VERDA I CIRCULAR</b>   |
| <b>P. 7. PROJECTE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>   |
| <b>P. 8. PROJECTE JOVES AL CAPDAVANT: FORMEM-NOS, TREBALLEM I VIVIM A LES GARRIGUES</b>                          |
| <b>P.9. PROJECTE PER ENFORTIR L'ESPERIT EMPRENEDOR A LES GARRIGUES</b>   |
| <b>P.10. PROJECTE HABITATGE A LES GARRIGUES</b>  |
| <b>P.11. PROJECTE ESCOLES AMB FUTUR A LES GARRIGUES</b>  |
| <b>P.12. PROJECTE ORGULLOSOS DE LES GARRIGUES</b>  |
| <b>P.13. PROJECTE VALORITZACIÓ DEL PATRIMONI I LA CULTURA DE LES GARRIGUES</b>                                   |
| <b>P.14. PROJECTE INFRAESTRUCTURES PER LES OPORTUNITATS</b>  |
| <b>P.15. PROJECTE DE FOMENT D'UN MODEL DE GOVERNANÇA DEL TERRITORI BASAT EN LA COOPERACIÓ I LA COL·LABORACIÓ</b> |



## P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari

Foto: Associació TRENCA

## LÍNIA ESTRATÈGICA 1. COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

### P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural

#### Descripció

El sector agrari de les Garrigues és un sector envellit, fortament especialitzat en l'àmbit productiu, preferentment el cultiu de l'olivera, i és poc innovador. Per tal de poder seguir sent competitiu en el món globalitzat, canviant i incert en el qual ens trobem, cal que el sector es posi al dia. Així, cal professionalitzar-se, estar connectat amb el món exterior, tenir un peu al mercat i estar innovant permanentment.

El conjunt de les accions que integren aquest Projecte 1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari, pretenen abordar les debilitats i amenaces del sector agrari a partir d'un debat a fons del paper que juga i ha de jugar el sector productiu agrari al territori acompanyat d'un seguit d'estratègies i eines per enfortir-lo i revitalitzar-lo a nivell productiu i estructural.

#### Objectius

1. Consensuar quin ha de ser el model agrícola i d'agroindústria de les Garrigues.
2. Potenciar la modernització, diversificació i innovació del sector productiu agrari.
3. Aconseguir que el sector agrari sigui un sector econòmic competitiu i dinàmic a través de les noves incorporacions de joves.

#### Accions incloses en aquest projecte

A 1.1.1 Redacció d'un Pla director de futur del sector agrícola i, en especial, del sector de l'oli

A 1.1.2 Programa per fomentar la producció ecològica

A 1.1.3 Programa per promoure cultius alternatius que diversifiquen la producció

A 1.1.4 Iniciativa per fomentar l'agricultura de precisió

A 1.1.5 Iniciativa per crear un espai de reflexió entorn el rol de la pagesia local davant l'arribada del regadiu del Canal Segarra-Garrigues

A 1.1.6 Programa de suport a la ramaderia extensiva de sotabosc com a mesura de gestió forestal

A 1.1.7 Creació d'un banc de terres

A 1.1.8 Suport i acompanyament a joves pagesos per afavorir un relleu generacional de la pagesia de les Garrigues

Línia estratègica

## 1. Competitivitat empresarial

### A.1.1.1

#### Projecte

**P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius**

#### Acció

### **REDACCIÓ D'UN PLA DIRECTOR DE FUTUR DEL SECTOR AGRÍCOLA I, EN ESPECIAL, DEL SECTOR DE L'OLI**

**Tipus de projecte:** Estudi

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

#### Objectius

- Obtenir una diagnosi del sector agrícola i del sector de l'oli a la comarca de les Garrigues i en tots els nivells (productiu, estructural, empresarial, entre d'altres).
- Determinar les prioritats que han d'orientar les estratègies i les accions a fer en els propers anys al territori per revertir les tendències negatives i potenciar les fortaleses i les oportunitats.

#### Descripció

Un Pla Director és una eina de planificació que determina les línies directrius per impulsar, planificar, coordinar i avaluar les actuacions relacionades amb un determinat àmbit o sector.

El sector agrícola de la comarca i en especial, de l'oli, requereix primer d'una diagnosi específica que analitzi la situació actual del sector a nivell intern i també a nivell extern, tenint en compte tots els elements que influeixen directament sobre el sector (polítiques agràries, projectes d'infraestructures de regadius, entre d'altres). També és necessari obrir un espai de reflexió basada en la diagnosi resultant i a partir d'aquí, redactar un pla director de futur del sector agrícola i en especial del sector de l'oli per tal de definir el futur desitjat del sector i disposar d'un full de ruta consensuat amb els agents del territori que traci les línies d'actuació a seguir per assolir un sector agrícola competitiu, modernitzat i professionalitzat.

Aquest Pla director ha de ser l'instrument marc específic del sector agrícola que estableixi recomanacions i guiï aquest sector productiu cap al model que s'hagi consensuat, complementant-se amb el Pla estratègic de les Garrigues.

#### Activitats i metodologia

Per a la realització de l'acció, es preveu realitzar un seguit d'activitats d'acord amb el pla de treball següent:

- **Activitat 1. Diagnosi sectorial.** Recull de dades estadístiques; realització d'entrevistes semiestructurades a pagesos, cooperatives i molins d'oli, empresaris agraris i ramaders, sindicats i federacions agràries, Consell Comarcal i experts del món agrari, entre d'altres. Anàlisi de les normatives sectorials europees, estatals i autonòmiques. Anàlisi DAFO del sector agrari i en especial de l'oli.



- **Activitat 2. Definició d'objectius i línies estratègiques.** Per a aquesta fase, en primer lloc i per convidar a la reflexió, es realitzarà una taula rodona d'experiències territorials i empresarials d'èxit en el sector agrari i de l'oli, i un taller participatiu d'escenaris de futur i línies estratègiques. Els resultats d'aquests espais participatius juntament amb els resultats obtinguts en la fase anterior permetran identificar els objectius i les línies estratègiques del Pla director.
- **Activitat 3. Pla d'acció.** El Pla d'acció és el contingut central del document de planificació, ja que determina les actuacions concretes a seguir d'acord amb les línies estratègiques per tal d'assolir els objectius. La concreció del Pla d'acció partirà dels resultats obtinguts en les fases anteriors, i es complementarà amb la realització d'un taller participatiu de propostes d'accions i de prioritització d'accions. El document resultat es donarà a conèixer en un acte de presentació pública.
- **Activitat 4. Seguiment i avaluació.** Per tal de posar en marxa el Pla director i fer-ne seguiment en el temps, es constituirà una Comissió de Seguiment. Aquesta Comissió de Seguiment estarà integrada per representants dels diferents sectors (agrari, ramader, cooperatiu, entre d'altres), que periòdicament s'aniran reunint per tal de planificar i coordinar les accions a implementar previstes en el Pla director.

Per a la redacció del Pla Director, es preveu una metodologia basada en la incorporació de la participació ciutadana. Les aportacions dels diferents agents del territori han de permetre definir les estratègies i les accions resultants del Pla Director, essent d'aquesta manera un document consensuat i legitimitat amb la comarca i els agents del sector.

#### Resultats

1. Pla d'acció del sector agrícola prioritzat
2. Comissió de seguiment constituïda

#### Actors responsables de l'execució del projecte

- Empresaris agraris i ramaders
- Cooperatives agràries
- Empreses agroalimentàries
- Sindicats agraris
- Consell Comarcal de les Garrigues
- Oficina comarcal del DARP
- Escola Agrària

#### Destinatari

- Cooperatives agràries
- Empreses agràries
- Pagesos
- Oficina comarcal DARP
- Ens públics
- Indústria agroalimentària

#### Pressupost

- Recurso humans d'empresa de serveis externa per a la redacció del Pla Director: 25.000 €

#### Possibles fonts de finançament

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Diputació de Lleida
- Convocatòria PECT



|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de serveis externa per a la redacció del Pla</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 30 participants als tallers participatius</li> <li>- Mínim de 3 tallers participatius realitzats</li> <li>- Mínim de 15 accions definides en el Pla d'acció</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-4 &gt; Fase 1. Diagnosi sectorial</li> <li>- Mesos 5-6 &gt; Fase 2. Definició d'objectius i línies estratègiques</li> <li>- Mesos 7-10 &gt; Fase 3. Pla d'acció</li> <li>- Mesos 11-12 &gt; Fase 4. Seguiment i avaluació</li> </ul> |

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.1.2</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius</b> |
|                | <b>Acció</b>   |
|                | <b>PROGRAMA PER FOMENTAR LA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA</b>  |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Formació i campanya  |
|                | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incentivar l'augment de les explotacions que treballen seguint les directrius de la producció ecològica, capacitant i formant els pagesos.</li> <li>▪ Fomentar la diversificació de les explotacions agràries i ramaderes i obtenir productes d'alt valor afegit.</li> <li>▪ Potenciar l'ocupació i l'emprenedoria en el sector ecològic.</li> <li>▪ Apropar la formació al territori.</li> </ul> |

|  |
|--|
| <b>Descripció</b>  |
| <p>La producció ecològica a Catalunya ha anat creixent a un ritme notable en els darrers anys, a la vegada que va incrementant el seu consum i la demanda per part del mercat, observant-se una tendència progressiva a l'alça. Aquest sistema de producció lliure de químics permet obtenir productes agraris i ramaders amb un valor afegit major, al mateix temps que aporta beneficis a nivell ambiental i social. Alhora, presenta unes perspectives de creixement i de negoci a través de la transformació i comercialització de les produccions que poden propiciar el sorgiment de noves activitats empresarials i la creació d'ocupació en aquest sector.</p> <p>A les Garrigues, actualment hi ha 157 operadors certificats pel CCPAE. La producció ecològica majoritària és el conreu d'olivers i l'obtenció d'oli d'oliva; però també hi trobem alguns conreus d'ametlla i algunes plantacions de fruïter i hortícoles a les planes de regadiu. Amb ramaderia, no hi ha explotacions actualment que segueixin aquest sistema de producció. L'arribada del regadiu permetrà revitalitzar i modernitzar el sector agrari amb plantacions més productives i amb incorporació de noves varietats i noves tècniques de cultiu, i la producció ecològica juga un paper clau en un model agrari sostenible, modern i competitiu.</p> <p>Amb aquesta acció, es pretén fomentar la producció ecològica a les Garrigues de forma integral i incidint en tota la cadena de valor: producció, transformació i comercialització, i sensibilitzar el sector envers la producció de productes procedents de la producció ecològica.</p> |

|  |
|--|
| <b>Activitats i metodologia</b>  |
| <p>El programa gira entorn a dues activitats: la formació del sector, i la sensibilització de la ciutadania.</p> <p><b>Activitat 1. Programa formatiu d'introducció a la producció ecològica</b></p> <p>Es tracta d'un programa introductor per incentivar la producció ecològica a la comarca i</p> |

animar el sector a fer la conversió o el pas cap a aquest sistema productiu que permet obtenir productes de major valor afegit i que alhora presenta un interès creixent per part dels mercats.

El programa s'estructura en diferents capítols per aconseguir donar una visió integral de tota la cadena de valor: des del concepte, passant per les tècniques de producció ecològica en diferents tipus d'explotacions fins a la comercialització i la gestió empresarial. La formació de caire teòric es complementa amb la realització de visites a empreses agràries i agroalimentàries que segueixen les directrius de la producció ecològica. Cada sessió té una durada de 4 hores.

- **Introducció (1 sessió).** Què és la producció ecològica? Marc normatiu. Dades actuals i tendències. Aspectes per a la reconversió a la producció ecològica. Normativa i certificació. Tràmits i ajuts. Oferta formativa existent.
- **Producció i transformació (2 sessions/cultiu)** S'escolliran 3 tipus d'explotació amb potencialitats d'adaptació a les Garrigues, i per cadascuna d'elles, es faran 2 sessions en la qual es donaran a conèixer les tècniques bàsiques i les especificitats agronòmiques i rendiments propis de cadascun d'ells. També es donaran a conèixer les necessitats de la indústria agroalimentària i les possibilitats de transformació de qualitat de les produccions.
- **Comercialització (2 sessions)** Anàlisi del mercat dels productes ecològics. Tendències. Estratègies de comercialització i distribució. Públics objectius. Estratègies de comunicació i màrqueting.
- **Gestió empresarial i aspectes econòmics de la producció ecològica (1 sessió)** Eines bàsiques per portar l'empresa (comptabilitat, facturació, etc.) i aspectes a tenir en compte en el cas de les empreses ecològiques (més mà d'obra, rendiments fluctuants, etc.).
- **Visites d'intercanvi d'experiències (2 sessions).** Es faran visites a empreses agràries i agroalimentàries relacionades amb les explotacions en el programa formatiu. Es faran 2 sortides, i per cada sortida es visitaran entre 2 i 3 experiències.
- **Seguiment:** al cap de 2 o 6 mesos de la realització del programa formatiu, es contactarà amb els alumnes per conèixer si algun d'ells s'ha reconvertit o bé ha iniciat algun cultiu en producció ecològica.

El programa es pot tornar a programar al cap de 2 anys, tractant sobre nous cultius i introduint també la ramaderia. Aquest programa es complementa amb les formacions sobre agricultura i ramaderia ecològica que s'oferten a les escoles agràries i per part d'altres entitats d'arreu del territori català.

Per aquesta activitat, es pot contactar amb el CCPAE, l'ADV Ecològica de Ponent, l'escola agrària o l'oficina comarcal del DARP, per començar a identificar ponents i experiències. Un cop definit i concretat el programa amb els continguts i els ponents, caldrà fer un material de difusió i difondre'l. En finalitzar la formació, és important fer una valoració amb els alumnes.

## **Activitat 2. Comunicació i sensibilització**

Aquesta activitat té com a finalitat donar a conèixer la producció ecològica a la ciutadania de

les Garrigues, amb un seguit d'activitats de portes obertes i activitats diverses a les explotacions.

- **Cap de setmana de les explotacions agràries ecològiques de les Garrigues.** Programa anual de cap de setmana de portes obertes a les explotacions agràries ecològiques de la comarca. Es convida als pagesos i als veïns i veïnes de la comarca així com comarques veïnes a conèixer de primera mà les explotacions agràries. En aquest cas, es pot continuar amb la iniciativa engegada aquest any 2016 de Benvinguts a Pagès.
- **Participació en la Setmana Bio per a l'alimentació ecològica.** Iniciativa promoguda pel Departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya que agrupa actuacions arreu del territori durant una setmana per donar a conèixer la producció ecològica.

Per a aquesta activitat, caldrà cercar i identificar les explotacions ecològiques de la comarca que vulguin participar en les activitats, fer un programa de vistes, fer-ne difusió, i valorar-ne els resultats.

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Resultats</b> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Millora dels coneixements en producció ecològica per part dels pagesos de la comarca.</li><li>2. Millora del coneixement de la producció ecològica per part de la ciutadania.</li></ol> |
|------------------|--|

|   |  |
|---|--|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Oficina comarcal del DARP</li><li>- Escola Agrària</li><li>- Pagesos i ramaders</li><li>- Indústria agroalimentària</li><li>- ADV Ecològica de Ponent</li><li>- Consell Català de la Producció Agrària Ecològica</li></ul> |
|---|--|

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Destinatari</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Pagesos i ramaders</li><li>- Indústria agroalimentària</li><li>- Emprenedors</li></ul> |
|--------------------|--|

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Pressupost</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Dedicació d'un tècnic amb un 30% de dedicació durant 6 mesos o contractació equip extern per a la coordinació del programa: 4.900€</li><li>- Ponents o formadors del programa: 4.000 €</li></ul> |
|-------------------|--|

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li><li>- Departament d'Agricultura - Jornades PATT</li><li>- Inscripcions dels alumnes</li></ul> |
|---------------------------------------|---|

|  |  |
|--|--|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Empresa de serveis externa per la coordinació del programa, o bé recursos humans propis.</li><li>- Ponents per a les sessions.</li><li>- Empreses agràries i agroalimentàries per visitar.</li><li>- Espai per realitzar les sessions formatives amb taules, cadires, pantalla i canó de projecció, ordinador, connexió a Internet i so.</li></ul> |
|--|--|

**Indicadors de seguiment**

- Mínim de 10 persones assistents al programa formatiu.
- Mínim d'1 empresari que inicia una activitat de producció ecològica al cap de 6 mesos.
- Valoració satisfactòria entre els assistents al programa.

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Cerca de ponents, elaboració del programa i edició dels materials de difusió del programa
- Mes 3 > Difusió i coordinació de les inscripcions
- Mesos 4-6 > Execució del programa formatiu
- Mes 6 > Avaluació dels assistents

|   |  |
|---|--|
| <b>A.1.1.3</b>                            | <b>Línia estratègica</b>   |
|   | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|   | <b>Projecte</b>  |
|   | <b>P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius</b> |
|   | <b>Acció</b>   |
|   | <b>PROGRAMA PER PROMOURE CULTIUS ALTERNATIUS</b>   |
| <b>Tipus de projecte:</b> Formació        |  |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021) |  |

|   |
|---|
| <b>Objectius</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduir cultius que diversifiquen l'agricultura.</li> <li>▪ Incorporar la innovació en el sector agrari.</li> <li>▪ Millorar la competitivitat de les empreses agràries a través de la formació.</li> <li>▪ Atansar la formació al territori.</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>La comarca de les Garrigues té una producció agrària fortament especialitzada en el cultiu de l'olivera, essent aquest el cultiu més tradicional i que identifica el territori.</p> <p>Tanmateix, a la comarca hi ha alguns cultius interessants que actualment ja trobem i que diversifiquen el cultiu predominant de l'olivera, com l'ametlla, el safrà o la tòfona. Es tracta de cultius que presenten una demanda als mercats o bé cultius que tenen mercats emergents i per tant, amb projecció de creixement. Amb l'arribada del regadiu a la comarca, aquests cultius presenten un interès major ja que l'aigua permet assegurar uns rendiments més precisos i majors. Alhora, la mateixa arribada de l'aigua obre un ventall de possibilitats a l'hora d'introduir altres cultius que actualment no són presents a la comarca però que en terrenys de regadiu amb característiques similars a les Garrigues són atractius, com poden ser el festuc, la magrana, el cirerer, la figuera o petits fruits de bosc, entre d'altres.</p> <p>L'acció consisteix en donar a conèixer cultius que, per les característiques climàtiques i edafològiques de la comarca, presenten un interès a nivell agronòmic i també a nivell de mercats, i poden ser cultius aptes per contribuir a la diversificació de la producció agrària actual de les Garrigues i la millora de la rendibilitat econòmica del sector.</p> |

|   |
|---|
| <b>Activitats i metodologia</b>   |
| <p>L'acció consisteix en la realització <b>d'un seminari</b> que combina els continguts teòrics amb les experiències empresarials liderades per pagesos que estan al capdavant de l'explotació agrària. Cada sessió és de 4 hores.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Sessió introductòria.</b> Característiques edafològiques i climàtiques de les Garrigues, identificant les diferents subzones. Situació productiva actual de la comarca: tipologia de cultius predominants i caracterització del sector agrari i agroalimentari. Oportunitats de diversificació de les produccions.</li> <li><b>2. Sessions monogràfiques.</b> Tipologia de cultius aptes a la comarca de les Garrigues. Es</li> </ol> |

donaran a conèixer entre 3 i 4 cultius que poden ser aptes per al seu cultiu a la comarca, cadascun dels quals serà tema central d'una sessió. Es donaran a conèixer les necessitats edafològiques, hídriques i nutricionals dels cultius, sistemes de plantació, tècniques de maneig, rendiments, mercats on vendre la producció, possibilitats de transformació, sinergies amb altres sectors com el turisme, entre d'altres.

**3. Visites a empreses.** Es realitzaran 2 sortides, en les quals es visitaran empreses agràries i agroalimentàries relacionades amb els continguts de les sessions monogràfiques.

**4. Seguiment.** Al cap de 2 i 6 mesos d'haver-se realitzat el programa formatiu, es farà seguiment als assistents per conèixer si algun d'ells ha tirat endavant algun nou cultiu.

Per organitzar l'acció, cal seguir la metodologia següent:

- Cerca i identificació dels ponents experts en cada matèria. Es pot contactar amb l'escola agrària, l'oficina comarcal del DARP o l'IRTA, per començar.
- Definició i concreció del programa formatiu
- Edició d'un fulletó informatiu, difusió del programa i gestió de les inscripcions
- Realització de la jornada
- Valoració dels resultats

**Resultats** 1. Millora del coneixement en les oportunitats de diversificació de cultius a les Garrigues

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Oficina comarcal del DARP
- Escola Agrària
- IRTA
- Universitats i centres de recerca

**Destinatari**

- Pagesos i empresaris agraris
- Emprenedors en el sector agrari

**Pressupost**

- Dedicació d'un tècnic amb un 20% de dedicació durant 6 mesos o contractació equip extern per a la coordinació del programa: 3.500 €,
- Cost dels ponents o formadors del programa: 2.500 €

**Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Departament d'Agricultura – Jornades PATT
- Inscripcions dels alumnes

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Empresa de serveis externa per la coordinació del programa, o bé recursos humans propis.
- Ponents per a les sessions.
- Empreses agràries i agroalimentàries per visitar.
- Espai per realitzar les sessions formatives amb taules, cadires, pantalla i canó de projecció, ordinador, connexió a Internet i so.

**Indicadors de seguiment**

- Entre 25-30 pagesos formats.
- Mínim d'1 pagès que introdueix un nou cultiu al cap de 6 mesos d'haver realitzat la formació.
- Valoració positiva per part dels assistents

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Cerca de ponents, concreció del programa i edició material de difusió
- Mes 3 > Difusió i gestió de les inscripcions
- Mesos 4-6 > Realització del programa
- Mes 6 > Avaluació



Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.1.4

Projecte

P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius

Acció

**PROGRAMA PER FOMENTAR L'AGRICULTURA DE PRECISIÓ**

**Tipus de projecte:** Jornada

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

**Objectius**

- Promoure una agricultura sostenible i modernitzada.
- Atansar la formació al territori.

**Descripció**

L'agricultura de precisió incorpora la tecnologia a la producció agrària, la qual permet facilitar la presa de decisions i aconseguir la màxima eficiència per a cada tipus de cultiu a partir del màxim coneixement de les condicions del medi i l'execució precisa de les accions.

Així, les tècniques de l'agricultura de precisió es centren en dos àmbits: tècniques orientades a la gestió de la variabilitat espacial de les propietats dels sòls i estat dels cultius (a partir de mapes digitals i sensors); i tècniques orientades a l'ajuda al guiatge i a la uniformitat de les operacions mecanitzades (a partir de l'ús del GPS).

En el cas del regadiu, l'agricultura de precisió pren un paper important ja que permet portar una gestió molt eficient i racionalitzada dels insums aigua, productes fitosanitaris, fertilitzants, entre d'altres.

L'acció consisteix en la realització **d'una jornada d'intercanvi d'experiències** entre pagesos per donar a conèixer al sector agrari de la comarca que és l'agricultura de precisió, com funciona i quins beneficis i avantatges representa en tots els aspectes (econòmic, ambiental i agronòmic) i la importància d'incorporar aquesta tecnologia a l'explotació.

**Activitats i metodologia**

La jornada s'estructura en dues sessions, en un format molt aplicat. La primera sessió consisteix en una taula rodona d'empreses agràries de diferents sectors productius que han incorporat l'agricultura de precisió a la seva activitat, per tal de donar a conèixer les seves pròpies experiències i valoracions; la segona sessió és una sortida per visitar una parcel·la demostrativa i veure in situ el funcionament de les diferents tecnologies de precisió.

- **Sessió 1. Agricultura de precisió. Aplicacions en conreus extensius, fructicultura, viticultura, olivicultura, etc.** Sessió en la que es donaran a conèixer experiències de pagesos que estan utilitzant tècniques d'agricultura de precisió al seu cultiu.

- **Sessió 2. Visita a una parcel·la de cultiu demostrativa.** Per tal de conèixer in situ el seu funcionament.

Per realitzar aquesta acció, es seguirà la següent metodologia:

- Identificació d'empreses agràries que utilitzen l'agricultura de precisió i establiment de contacte.
- Concreció del programa i realització d'un fulletó de difusió.
- Difusió i gestió de les inscripcions.
- Realització del programa i valoracions.

**Resultats** 1. Millora dels coneixements en agricultura de precisió per part del sector agrari.

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Oficina comarcal DARP
- Escola agrària
- Sindicats agraris
- Empreses de serveis d'agricultura de precisió

**Destinatari** - Pagesos i empreses del sector primari

**Pressupost**

- Contractació equip extern per a la coordinació del programa: 3.400 €, o bé assumible amb recursos humans propis, amb una dedicació d'un 30% de la jornada d'un tècnic durant 4 mesos.
- Cost dels ponents o formadors del programa: 1.500 €

**Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Agricultura – Jornades PATT
- Inscripcions dels alumnes

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Empresa de serveis externa per la coordinació del programa, o bé recursos humans propis.
- Ponents per a les sessions.
- Empreses agràries i agroalimentàries per visitar.
- Espai per realitzar les sessions formatives amb taules, cadires, pantalla i canó de projecció, ordinador, connexió a Internet i so.

**Indicadors de seguiment**

- Entre 20-25 pagesos formats.
- Valoració positiva per part dels assistents

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Cerca de ponents, elaboració del programa i edició del material de difusió
- Mes 3 > Difusió i coordinació de les inscripcions
- Mesos 4 > Realització del programa i valoració

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.1.5</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius</b> |
|                | <b>Acció</b>   |
|                | <b>INICIATIVA PER CREAR UN ESPAI DE REFLEXIÓ ENTORN EL ROL DE LA PAGESIA LOCAL DAVANT L'ARRIBADA DEL REGADIU DEL CANAL SEGARRA-GARRIGUES</b>   |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació  |
|                | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promoure el diàleg i la reflexió en clau de territori i de sector sobre el paper que es vol que tingui la pagesia local amb l'arribada del regadiu.</li> <li>▪ Donar veu a la pagesia local i enfortir el seu paper.</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>L'arribada de l'aigua als municipis actualment de secà i la seva transformació al regadiu obre un nou escenari ple d'oportunitats per a la pagesia i per al sector agrari. Però alhora també presenta un escenari d'incerteses i segons algunes veus, de possibles amenaces. La transformació al regadiu fa que el sòl agrari es revaloritzi i sigui més atractiu, no només per a la gran indústria agroalimentària que hi pot tenir interès, sinó també per a grups inversors que es poden implantar al territori per a desenvolupar la seva activitat generant poc impacte positiu en el territori i dificultant encara més l'accés a la terra per empreses petites i locals.</p> <p>Davant aquest escenari d'incerteses, i trobant-se la comarca en l'espai temporal previ a l'arribada de l'aigua, és oportú aturar-se i obrir un espai de reflexió i de debat entorn el paper que es vol que jugui la pagesia local davant l'arribada de l'aigua, i com enfortir i potenciar les empreses agràries del territori per tal que siguin aquestes les que liderin la nova activitat agroalimentària i generin un veritable desenvolupament del territori en totes les vessants (econòmica, social i ambiental), contribuint al reequilibri territorial i a la fixació de la població al territori. També aquest mateix espai de reflexió ha de permetre analitzar quins factors associats al regadiu cal seguir reclamant-ne la seva modificació per facilitar la incorporació al reg dels pagesos locals i les empreses agràries familiars.</p> |

|   |
|---|
| <b>Activitats i metodologia</b>   |
| <p>Es proposa la creació i articulació d'un <b>grup plural de reflexió i debat</b> integrat per representants de diferents àmbits i sectors: pagesia, cooperatives agràries, empreses del sector agroalimentari, comunitats de regants, associacions de ramaders, ajuntaments, Consell Comarcal i experts, entre d'altres.</p> <p>La finalitat d'aquest grup és la d'analitzar des de diferents punts de vista la transformació a</p> |

nivell sectorial i territorial que comporta l'arribada del regadiu a la comarca i els canvis que viurà la pagesia local. Aquesta primera anàlisi i reflexió ha de permetre determinar si la pagesia local està prou preparada per al canvi i preveure quines actuacions adreçades al sector són necessàries per tal de professionalitzar la pagesia local dotant-la de les eines, estratègies i tècniques i que sigui capaç de liderar i capitanejar el canvi. Alhora, el grup també ha de debatre entorn al paper que han de jugar les empreses agràries del territori enfront als grups inversos i/o grans indústries agroalimentàries i reconèixer la importància de conservar i potenciar el teixit d'empreses agràries familiars.

Per coordinar aquesta acció, cal seguir els següents passos:

**Fase 1. Preparació i establiment de contactes inicials** amb agents clau que poden ser el nucli promotor del grup de treball

**Fase 2. Constitució del grup de treball**, definició dels objectius, funcionament intern i pla de treball

**Fase 3. Realització de reunions periòdiques**, cerca d'informació, establiment de contactes amb experts i anàlisi

**Fase 4. Adopció de conclusions i comunicació**

**Resultats**

1. Espai de reflexió creat.
2. Opinió generada.

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Pagesos, cooperatives agràries i empreses del sector
- Experts
- Oficina Comarcal del DARP
- Escola Agrària

**Destinatari**

- Pagesos i empreses agroalimentàries
- Ens locals
- Societat en general

**Pressupost**

- Recursos humans d'un tècnic amb una dedicació d'un 25% durant 12 mesos.

**Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Recursos propis
- Espai per realitzar les sessions formatives amb taules, cadires, pantalla i canó de projecció, ordinador, connexió a Internet i so.

**Indicadors de seguiment**

- Mínim de 4 trobades realitzades
- Mínim de 15-20 persones integrants del grup de treball

**Cronograma d'execució**

- Mes 1-2 > Preparació prèvia del grup
- Mes 3 i fins assolir els resultats > Funcionament del grup

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.1.6</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius</b> |
|                | <b>Acció</b>   |
|                | <b>PROGRAMA DE SUPORT A LA RAMADERIA EXTENSIVA DE SOTABOSC COM A MESURA DE GESTIÓ FORESTAL</b>   |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Estudi   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Llarg (2022-2025)  |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analitzar la viabilitat d'incorporar la ramaderia extensiva com a mesura per a gestionar el sotabosc i reduir el risc d'incendi forestal, alhora que diversificar les rendes agràries.</li> <li>▪ Sensibilitzar els propietaris de les oportunitats que brinda la ramaderia extensiva per a la gestió del sotabosc forestal.</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>Tot i que el principal ús del sòl és l'agrari amb els conreus de secà i de regadiu, la superfície forestal a les Garrigues no és gens menyspreable, essent el segon tipus d'ús del sòl, un 35,92% de la superfície total comarcal. Majoritàriament, la titularitat d'aquests boscos és privada, i tan sols hi ha algunes peces forestals de titularitat municipal.</p> <p>La nul·la rendibilitat dels aprofitaments fustaners dels boscos ha generat progressiu de les activitats d'aprofitament silvícola. Com a conseqüència, els boscos es caracteritzen per l'elevada biomassa forestal acumulada i el conseqüent risc d'incendi associat. Els municipis més forestals de la comarca són plenament conscients d'aquest risc i de la conseqüent amenaça.</p> <p>En relació a la ramaderia, a la comarca sobreviuen molts pocs ramats que pasturen, essent la ramaderia extensiva una pràctica molt residual. No obstant, la ramaderia extensiva presenta avantatges molt interessants com a mesura de gestió forestal, alhora que també permet obtenir rendiments econòmics derivats del ramat (carn i productes làctics).</p> <p>L'acció planteja la realització d'un estudi per determinar les potencialitats de la ramaderia extensiva de sotabosc com a mesura de gestió forestal, acompanyada per una taula rodona d'experiències públiques i privades de ramaderia extensiva de sotabosc per sensibilitzar els propietaris forestals en la necessitat d'adoptar mesures de gestió forestal per minimitzar el risc d'incendis.</p> |

|  |
|--|
| <b>Activitats i metodologia</b>  |
| Per aquesta acció, es proposa dur a terme les següents activitats:                                   |
| <b>Activitat 1. Realització de l'estudi sobre les potencialitats de la ramaderia extensiva com a</b> |

### **mesura de gestió forestal a les Garrigues.**

La realització d'aquest estudi preveu la següent metodologia de treball:

1. Realització d'un estudi per a la caracterització de la superfície forestal a la comarca: tipus de masses forestals, propietat, plans de gestió forestal, aprofitaments forestals, entre d'altres.
2. Diagnosi de les potencialitats silvoramaderes com a mesura de gestió forestal. Identificació dels espais més idonis per a la pràctica silvoramadera. Anàlisi de costos i beneficis.
3. Disseny d'un model d'implantació que pugui ser aplicable com a prova pilot a la comarca segons els resultats obtinguts en les fases anteriors i que es basi en l'adopció d'acords entre els propietaris forestals i els ramaders.
4. Potencialitats d'ocupació mitjançant una activitat silvoramadera. Anàlisi de casos pràctics: ramats al bosc, iniciativa Guardabosc.
5. Presentació de l'estudi

### **Activitat 2. Taula rodona d'experiències públiques i privades de gestió forestal a través de la ramaderia extensiva de sotabosc.**

La realització de la taula rodona contempla la següent metodologia de treball:

1. Identificació d'experiències i establiment de contactes amb els responsables de cadascuna d'elles. Es pot establir contacte amb el grup de sistemes silvopastorals del Centre Tecnològic Forestal de Catalunya. A tall d'exemple, es poden citar experiències de referència com les iniciatives:
  - o Ramats al bosc <http://www.ramatsalbosc.org/index.html>;
  - o Iniciativa Guardabosc <http://www.fundaciocatalunya-lapedrera.com/ca/content/iniciativa-guardabosc>
2. Concreció del programa, edició d'un fulletó i difusió.
3. Realització de la taula rodona, debat i valoracions.

La realització de la taula rodona pot tenir lloc aprofitant la jornada de presentació pública dels resultats de l'estudi.

#### **Resultats**

1. Estudi realitzat
2. Jornada realitzada
3. Coneixement de les oportunitats que presenta la ramaderia extensiva com a pràctica de gestió forestal.

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Ajuntaments de la comarca
- Consell Comarcal de les Garrigues
- Oficina Comarcal del DARP

#### **Destinatari**

- Propietaris forestals

#### **Pressupost**

- Contractació d'empresa de serveis externa per a la realització de l'estudi: 18.000 €

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinació de la taula rodona: recursos humans d'un tècnic amb dedicació d'un 30% de la jornada durant 1 mes</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuts directes als ens locals de la Diputació de Lleida.</li> <li>- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de serveis externa per a la realització de l'estudi</li> <li>- Recursos humans propis per a la coordinació de la taula rodona.</li> <li>- Espai per realitzar les sessions formatives amb taules, cadires, pantalla i canó de projecció, ordinador, connexió a Internet i so.</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 10 propietaris forestals assistents a la presentació i a la taula rodona</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> <li>- Mínim de 15 entrevistes realitzades a propietaris forestals</li> <li>- Mínim d'1 model de gestió identificat com a idoni per a la comarca</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-10 &gt; Realització de l'estudi d'acord amb la metodologia</li> <li>- Mes 11-12 &gt; Coordinació i logística de la presentació i de la taula rodona</li> <li>- Mes 13 &gt; Difusió de l'acte de presentació de l'estudi i de la taula rodona</li> <li>- Mes 14 &gt; Realització de l'acte de presentació de l'estudi i de la taula rodona</li> </ul> |

Línia estratègica

## 1. Competitivitat empresarial

A.1.1.7

Projecte

**P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius**

Acció

### **CREACIÓ D'UN BANC DE TERRES**

**Tipus de projecte:** Jornada i servei

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

#### **Objectius**

- Promoure l'autoocupació en el sector primari.
- Promoure el relleu generacional i evitar la pèrdua de superfície agrària útil.
- Frenar el despoblament rural.
- Facilitar la mediació entre els propietaris de terrenys agraris en desús i les persones que busquen una parcel·la per engegar una activitat agrària.

#### **Descripció**

El progressiu envelliment del sector primari, les reticències dels propietaris a l'arrendament i el baix nivell d'incorporació de joves a la pagesia alimenten el risc d'abandonament de les terres agràries i la pèrdua de superfície agrària útil que es preveu en un futur proper.

Davant aquesta realitat, **els bancs de terra** sorgeixen com una iniciativa que pot contribuir a reduir aquest risc. Els bancs de terres poden funcionar de formes diferents, però comparteixen un mateix denominador comú: posar en contacte als tres agents bàsics per al seu funcionament, que són el propietari de la terra, l'intermediari (organisme públic o entitat) i l'arrendatari (emprenedor o empresa agrària). A més, comparteixen alguns objectius comuns, com per exemple: Facilitar l'accés a la terra a qui la vol conrear; Millorar i ampliar la base territorial de les explotacions existents; Augmentar la riquesa del territori en evitar l'abandó de terres; Evitar el despoblament rural; Facilitar el relleu generacional amb la incorporació de joves agricultors; Donar garanties als propietaris, que d'una altra manera no arrendarien.

**La diferència més important entre els diversos fons de terres és si la terra s'arrenda o es ven.** En el cas dels bancs de terres que funcionen a través d'arrendaments, el propietari lloga la terra a l'intermediari, que alhora la lloga al pagès. Normalment el contracte de cessió o arrendament ha de ser per un període de temps prou llarg (mínim 10 anys) com perquè la persona emprenedora pugui amortitzar les inversions i aconseguir rendiments amb la seva activitat.

Una altra modalitat és la francesa, en que l'intermediari, normalment l'administració, compra la terra als propietaris per vendre-la després als agricultors; no obstant, aquest model no es troba a l'estat espanyol ja que requereix de l'existència d'una legislació potent que reguli el mercat de la terra.

#### **Activitats i metodologia**

Per posar en marxa aquesta acció, es proposa dur a terme les següents activitats:



### **Activitat 1. Jornada informativa sobre els bancs de terres.**

Realització d'una jornada informativa adreçada als ajuntaments, pagesos i cooperatives agràries de la comarca sobre els bancs de terres. Per a aquesta jornada, es pot comptar amb la participació de dues experiències de bancs de terres, com per exemple, la iniciativa pública de Terra Franca i la iniciativa privada de Fruits de Ponent.

### **Activitat 2. Creació del banc de terres**

El següent pas consistiria en iniciar el procés de creació d'un banc de terres a les Garrigues. El procés seguiria els següents passos, en línies generals:

- Definició del banc de terres: abast (municipal, supralocal, comarcal, etc.), condicions d'accés, funcionament, etc.
- Inventari de les terres susceptibles de ser incorporades al banc
- Establiment de contacte amb els propietaris per tal de donar a conèixer l'existència del banc i condicions
- Creació d'un portal web on poder oferir / demanar terres
- Campanya de difusió per donar a conèixer l'existència del banc a possibles emprenedors i joves pagesos
- Realització del servei d'intermediació llogater/propietari i seguiment del funcionament del banc.

També es pot contemplar l'adhesió al banc de terres que gestiona l'associació Terra Franca si aquesta es considera una opció interessant i viable per a la comarca.

### **Referències sobre bancs de terres:**

- BanTeGal (Banco de Terras de Galiza): [www.bantegal.com](http://www.bantegal.com)
- Fons de terres de la cooperativa Fruits de Ponent a Alcarràs: <http://www.fruitsponent.com/sites/default/files/fpnum16.pdf>. La Cooperativa lloga les terres dels socis que volen deixar l'activitat o es jubilen i, pel mateix preu, les posen a disposició d'altres agricultors interessats en ampliar els seus cultius.
- Associació Terra Franca: <http://www.terrafranca.cat/>

### **Resultats**

1. Jornada informativa realitzada
2. Iniciativa de banc de terres creada
3. Propietaris i llogaters interessats amb el servei

### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Pagesos, cooperatives i empreses agràries
- Oficina comarcal del DARP
- Escola Agrària

### **Destinataris**

- Propietaris de terres agràries
- Pagesos
- Emprenedors que volen iniciar una activitat agrària

### **Pressupost**

- Per a la realització de la jornada, assumible amb recursos propis, amb una dedicació d'un 30% durant 2 mesos.
- Per a la creació del banc de terres, cost variable en funció del model de banc de terres pel qual es vulgui optar.

|  |  |
|--|--|
|  | - Creació de portal web per al banc de terres: 1.500 €   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | - Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Medi Natural   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Per al servei d'intermediació: en funció de la titularitat del banc de terres (públic o privat), els recursos humans poden variar.</li> <li>- Empresa de serveis per a la creació del portal web.</li> <li>- Espai on realitzar la jornada informativa, amb taules, cadires, ordinador, projector, pantalla, connexió a Internet i so.</li> </ul> |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 25 persones del sector agrari assistents a la jornada informativa .</li> <li>- Mínim de 10 propietaris interessats en llogar les seves terres</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mes 1 -3 &gt; Preparació jornada tècnica</li> <li>- Mes 4 &gt; Realització jornada tècnica</li> <li>- Mes 5- 12 &gt; Seguiment d'acords i posada en marxa del banc de terres</li> </ul>   |

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.1.8</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.1. Projecte integral per a la millora i modernització del sector agrari a nivell productiu i estructural, per fomentar la professionalització i el relleu generacional, la innovació i la diversificació dels cultius</b> |
|                | <b>Acció</b>   |
|                | <b>SUPORT I ACOMPANYAMENT A JOVES PAGESOS PER AFAVORIR EL RELLEU GENERACIONAL A LA PAGESIA</b>   |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Assessorament estratègic   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potenciar el relleu generacional a la pagesia.</li> <li>▪ Millorar la professionalització del sector agrari.</li> <li>▪ Afavorir l'emprenedoria agrària, la creació de llocs de treball a la pagesia i la generació de nous models de negoci innovadors.</li> </ul> |

|  |
|--|
| <b>Descripció</b>  |
| <p>La incorporació de joves al sector agrari incrementa els darrers anys ja que la manca d'oportunitats laborals en altres sectors econòmics fa que hi hagi un retorn de joves a les explotacions agràries familiars com a opció de feina i treball. En molts casos, les incorporacions de joves són continuistes amb el model empresarial familiar i amb el model productiu, havent-hi pocs canvis.</p> <p>Per tal d'incentivar la innovació i la modernització al sector a través de les noves incorporacions, es planteja aquesta acció. L'acció consisteix en oferir un <b>servei d'acompanyament i seguiment als joves pagesos a través de tutories</b>, orientant-los cap a un model productiu que generi valor afegit a través d'una transformació o bé d'una comercialització adreçada a un públic objectiu que valori i aprecii la qualitat i l'origen dels productes agraris.</p> <p>Es tracta d'un assessorament mixte a nivell agronòmic i a nivell empresarial. Aquest assessorament es complementa amb els itineraris formatius per a joves agricultors que han obtingut l'ajut per a la incorporació que proporciona el DARP.</p> |

|  |
|--|
| <b>Activitats i metodologia</b>  |
| <p>Per portar a terme aquest programa, es seguiran els següents passos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Fase 1. Taller d'idees de creativitat i selecció de participants.</b> Primera sessió que ha de servir per fer una selecció dels millors candidats per seguir el programa. En aquesta primera fase, els assistents participaran en un taller de creativitat que els permetrà estructurar els elements clau del seu model de negoci i els facilitarà posar sobre paper el seu projecte que presentaran a continuació per poder optar a la segona fase de tutories individualitzades.</li> <li>- <b>Fase 2. Desenvolupament del model de negoci.</b> Després d'analitzar els projectes presentats, es farà una selecció d'un màxim de 10 per poder optar a la segona fase. En aquesta segona fase es duran a terme les tutories personalitzades. La realització de</li> </ul> |

l'assessorament a joves pagesos es basa en donar suport a la definició del model de negoci a través de l'eina CANVAS. Mitjançant tutories individualitzades, s'analitzaran les variables clau del model de negoci i s'anirà avançant en la seva concreció definitiva. Es realitzaran entre 4 i 6 tutories amb cadascuna de les persones emprenedores, aproximadament cada 15 dies. Cadascuna de les sessions tindrà una primera part en que la persona emprenedora exposarà els avenços que ha fet, una segona part en que es treballarà un nou bloc del model de negoci, i una tercera part en que es definiran els passos que cal fer abans de la següent sessió. Paral·lelament a aquest procés, es realitzarà un acompanyament específic en termes agronòmics, en funció de la tipologia del negoci, consistent en la realització de mínim dues reunions per persona emprenedora.

- **Fase 3. Posada en marxa de l'activitat.** Seguiment de la posada en marxa de l'activitat durant els 3 primers mesos, amb suport puntual.

Aquest servei tindrà places limitades, podent-se ofertar un assessorament a un màxim de 10 joves emprenedors en el sector agrari.

**Resultats** 1. Joves assessorats a través del servei

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Oficina Comarcal del DARP
- Escola Agrària
- Sindicats agraris

**Destinatari** - Joves que s'incorporen al sector agrari

**Pressupost** - Contractació equip extern per a la coordinació i gestió del servei: 15.000 €.

**Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Ajuts directes als ens locals de la Diputació de Lleida

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Empresa de serveis externa per la coordinació del servei
- Experts en temes agronòmics i de model de negoci
- Sala on realitzar el servei amb cadires, taules, canó de projecció, ordinador, entre d'altres.

**Indicadors de seguiment**

- Mínim de 5 i màxim de 10 joves que han estat usuaris del servei
- Mitjana de 5 tutories/emprenedor
- Valoració positiva del servei per part dels usuaris

**Cronograma d'execució**

- Mes 1 – 3 > Preparació del servei
- Mesos 4-10 > Posada en marxa del servei d'assessorament.
- Mes 11 > Valoració del servei



## **P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli**

Foto: Consell Comarcal de les Garrigues

## P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli

### Descripció

La indústria agroalimentària vinculada amb l'oli és l'àmbit amb més potencial i amb més projecció a la comarca. No obstant, una part important del teixit empresarial està a mans de les cooperatives agràries, un model que a la comarca presenta estructures molt envellides i amb poca iniciativa per incorporar els canvis i adaptar-se als nous mercats. Avui dia, damunt les cooperatives agràries de la comarca plana l'amenaça de la seva desaparició si no es fa un canvi a fons. El teixit de les cooperatives agràries d'oli presenta el repte de rejuvenir-se i modernitzar la seva gestió i funcionament per poder ser competitius en els mercats.

Les diferents accions que integren el Projecte 2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli van en la línia de millorar el posicionament estratègic de les cooperatives d'oli a través d'una anàlisi i acompanyament empresarial en tots els nivells de l'empresa: gestió i funcionament intern, producció i comercialització. Alhora, també pretén obrir espais de reflexió i debat a nivell comarcal entorn a les iniciatives que tenen incidència directa amb el món de l'oli, sobre les quals actualment no hi ha una opinió clara.

### Objectius

1. **Professionalitzar i modernitzar el sector de l'oli per tal que aquest sigui un veritable motor econòmic de la comarca que dinamitzi i impulsi la resta de sectors econòmics (productiu a nivell agrari i turístic a nivell terciari).**
2. **Obrir un espai de reflexió i debat a la comarca entorn el present i el futur del sector i adoptar una opinió clara envers les iniciatives que tenen incidència directa sobre el sector de l'oli.**

### Accions incloses en aquest projecte

A 1.2.1 Programa per definir el futur de les cooperatives d'oli de les Garrigues. Renovar-se o morir.

A 1.2.2 Programa formatiu en comercialització i màrqueting per a cooperatives i productors agroalimentaris per a promoure nous mercats

A 1.2.3 Disseny de nous envasos per a nous perfils de clientela.

A 1.2.4 Taula de Treball per conèixer el funcionament del futur Clúster de l'oli i avaluar quin és el rol que hi ha de tenir les cooperatives i molins d'oli de les Garrigues

A 1.2.5 Taula de treball per proposar millores i replantejaments en el funcionament de la DOP Garrigues.

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.2.1</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli</b>                      |
|                | <b>ACCIÓ</b>   |
|                | <b>PROGRAMA PER DEFINIR EL FUTUR DE LES COOPERATIVES D'OLI DE LES GARRIGUES. RENOVAR-SE O MORIR.</b> |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Assessorament estratègic   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conscienciar les cooperatives d'oli d'esmerçar esforços en la comercialització i no només en la producció.</li> <li>▪ Realitzar un acompanyament i tutoratge a les cooperatives d'oli de les Garrigues per orientar-les en un millor posicionament del seu negoci, dins del mercat de l'oli actual, tenint en compte la conjuntura de crisi econòmica, la globalització i els canvis de tendències.</li> <li>▪ Assessorar a les cooperatives d'oli a l'hora d'analitzar el perfil actual de la seva clientela per avaluar la necessitat d'introduir modificacions per mantenir els clients i/o cercar nous segments de mercat.</li> </ul> |

|  |
|--|
| <b>Descripció</b>  |
| <p>El teixit empresarial relacionat amb la producció d'oli a la comarca presenta una situació complexa a nivell de model de negoci, especialment, el de les cooperatives, molt centrades en la producció i força allunyades dels mercats, i no tant el dels molins particulars que tenen altres estratègies de comercialització i de posicionament del seu producte.</p> <p>Davant aquesta crítica conjuntura actual, es proposa impulsar un programa d'acompanyament per tal que les cooperatives d'oli de la comarca que ho necessitin i vulguin rebin un suport a l'hora de fer una anàlisi del seu model de negoci per tal de cercar un millor posicionament estratègic en el mercat actual que els permeti millorar la seva clientela, adreçant-se a nous perfils que valoren el producte, i millorar els seus beneficis a través d'un increment de les vendes en producte envasat principalment, així com també aconseguir una millora a nivell de gestió empresarial que professionalitzi les cooperatives agràries i que els garanteixi la seva viabilitat futura.</p> <p>Treballar una estratègia d'anàlisi del model de negoci de les cooperatives d'oli de les Garrigues implicarà enfortir l'empresa i millorar la seva competitivitat i posicionament en el mercat.</p> <p>Aquest programa complementa els serveis de formació i assessorament que promou i coordina la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya i als quals algunes cooperatives agràries de les Garrigues en participen.</p> |

|  |
|--|
| <b>Activitats i metodologia</b>  |
| Aquest programa d'acompanyament per al posicionament estratègic de les cooperatives d'oli de les Garrigues s'estructura en 3 sessions grupals i 3 tutories, totes en setmanes alternes |

durant 3 o 4 mesos.

Les sessions grupals es realitzen conjuntament amb les cooperatives d'oli inscrites al programa, i les tutories són a nivell individual per cada una de les empreses participants.

Cada una de les sessions es preveu que tinguin una durada de 2,5h o 3h i combinaran aspectes teòrics amb aspectes pràctics.

### **Programa de les sessions grupals**

#### ***Sessió 1. Tendències del món de l'oli actuals a nivell europeu i internacional i nous segments de mercat en creixement.***

Dinàmica pràctica: Quines oportunitats ens ofereixen les noves tendències per posicionar la nostra empresa/cooperativa elaboradora d'oli?

#### ***Sessió 2. Model de negoci per afrontar el posicionament: eina Business Model Generation (BMG).***

Dinàmica pràctica:

a) Construcció d'un model de negoci conjunt d'una empresa coneguda a nivell català en el mercat agroalimentari, seguint la metodologia CANVAS.

b) Elaboració del model de negoci actual de cada empresa/cooperativa participant seguint la metodologia CANVAS, fent un èmfasi especial a l'anàlisi del perfil de la seva clientela actual d'acord amb els següents paràmetres:

- Procedència (català – ciutats o territoris-, espanyol – comunitat autònoma-, europeu/internacional –país o regió)
- Grups d'edat (infants – entre 0 i 16 anys-, joves –entre 16 i 30 anys-, entre 30 i 45, entre 45 i 60 anys, sèniors, tercera edat)
- Estacionalitat (estiu, primavera, Setmana Santa, tardor, Vacances Nadal, etc.)
- Motivacions (interessos per la cultura, la natura, les festes, la tranquil·litat, les activitats d'oci, etc.)
- Tipus d'estada (durada: una nit, un cap de setmana, una setmana, un mes, etc.)
- Tipus de visita (sol/a, parella, família, grup)
- Tipus de contractació del servei (directa o amb intermediaris-agències, centrals de reserves, empreses comercialitzadores via internet, etc.)
- Fidelització de la clientela (% de clients habituals o repetidors anualment)
- Estimació de la despesa (distinció del tipus de perfil en funció de la mitjana de despesa turística per estada).
- Canals de promoció emprats per la clientela per conèixer els serveis de l'empresa.

#### ***Sessió 3. Adaptacions necessàries de les cooperatives d'oli per adequar-se a les tendències actuals dels diferents segments mercats.***

Dinàmica pràctica: Com arribar als segments de mercat desitjables?

### **Programa de les tutories individualitzades a les cooperatives d'oli**

El programa de tutories constarà de 3 entrevistes individuals que permetran donar continuïtat, de forma personalitzada, al que s'haurà treballat en les sessions grupals prèvies.

L'objectiu de les tutories serà orientar a la cooperativa a elaborar el seu Pla d'Acció de



posicionament estratègic, amb els següents aspectes claus:

- Model de Negoci futur en funció dels segments de demanda desitjats, amb la metodologia CANVAS.
- Missió, visió i valors i com s'orientaran de cara al futur.
- Fites i objectius a assolir per avançar vers el posicionament estratègic.
- Anàlisi del cost d'implementar les adaptacions per orientar-se als segments de demanda d'interès (a nivell d'organització interna, recursos humans, infraestructura necessària, canvis en la promoció i en la comercialització per arribar als clients objectiu).

**Resultats**

1. Millor posicionament en el mercat de les cooperativa d'oli de les Garrigues i millora de la seva competitivitat

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Cooperatives d'oli de les Garrigues
- Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya

**Destinatari**

- Membres de les juntes rectores i socis de les cooperatives d'oli de les Garrigues

**Pressupost**

- Contractació d'empresa de serveis externa i suport d'experts del sector agroalimentari, especialment, de l'oli: 16.700€

**Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Agricultura
- Direcció General d'Economia Cooperativa
- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica
- Cooperatives d'oli (aportació)

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Empresa de serveis externa per la coordinació i execució de les sessions grupals i de les tutories individuals.
- Espais cedits per realitzar les sessions i les tutories

**Indicadors de seguiment**

- Entre 10-15 cooperatives participants a les sessions grupals.
- Entre 8-10 cooperatives participants a les tutories personalitzades

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Preparació del programa d'acompanyament, consulta a experts i calendari de les sessions grupals. Inscripcions i coordinació dels espais on realitzar les sessions.
- Mes 3 > Difusió del programa entre cooperatives i coordinació de les inscripcions
- Mesos 4-7 > Impartició de les sessions grupals i de les tutories individuals
- Mes 8 > Avaluació del programa i mesures de seguiment

Línia estratègica

1. Competitivitat empresarial

A.1.2.2

Projecte

P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli

ACCIÓ

**PROGRAMA FORMATIU EN COMERCIALIZACIÓ I MÀRQUETING PER A COOPERATIVES I PRODUCTORS AGROALIMENTARIS PER A PROMOURE NOUS MERCATS**

**Tipus de projecte:** Seminari

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

**Objectius**

- Millorar els canals de venda dels productors i les cooperatives d'oli a través de la identificació de nous segments de mercat i de l'adopció de noves estratègies de comercialització.
- Millorar la viabilitat de les empreses elaboradores d'oli i reforçar els llocs de treball associats.

**Descripció**

El sector elaborador d'oli a les Garrigues, sobretot les cooperatives agràries, necessiten un replantejament de la seva estratègia de comercialització de l'oli, ja que entre el 65% i el 70% del volum comercialitzat es ven a grans envasadores. Les cooperatives agràries, i el sector elaborador d'oli en general, han d'adoptar estratègies de comercialització que els permetin obtenir un marge comercial major que l'obtingut amb la venda a granel, i aquestes passen per fer un canvi cap a la venda del producte envasat i al detall i adreçant-se a segments de mercat que valorin el producte per la seva qualitat.

Per adoptar l'estratègia més adequada per a cada cooperativa, es planteja realitzar una acció que consisteixi en una formació adreçada específicament al sector elaborador per donar a conèixer nous mercats a nivell nacional i internacional, col·laboracions i sinergies amb altres sectors econòmics com la restauració i el comerç, vies d'accés a aquests mercats i tècniques de màrqueting i comercialització.

**Activitats i metodologia**

El programa formatiu consisteix en **un seminari** que s'estructura en 8 sessions. Cada sessió té una durada d'unes 3 o 4h, a través de les quals s'analitzen diferents canals de comercialització del producte per arribar a nous mercats. A més, també es donen a conèixer eines de comunicació i tècniques de màrqueting que poden aplicar les empreses per arribar a aquests segments de mercat. Per últim, la última sessió incorpora un exercici pràctic en el qual els empreses participants podran aplicar els diferents continguts tractats en les sessions anteriors a través del disseny d'un pla bàsic de màrqueting.

El programa pot ser el següent:

**Sessió 1. MERCAT DE L'OLI.** Anàlisi de la producció i el consum/demanda al mercat intern i als mercats europeu i mercats emergents com l'asiàtic o l'americà. Identifiquem quins són els nostres mercats actuals i quins serien els mercats desitjats.

**Sessió 2. EINES DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING.** Què cal tenir en compte per a una bona comunicació del producte? I quines són les principals eines de màrqueting per arribar als nostres clients?

**Sessió 3. La VENDA DIRECTA** a la cooperativa. Aspectes a tenir en compte per oferir una bona experiència de compra a la cooperativa.

**Sessió 4. La VENDA CONJUNTA** amb altres cooperatives / productors. Opcions de col·laboració i cooperació per vendre de forma conjunta les nostres produccions.

**Sessió 5. La venda a través de DISTRIBUÏDORS/COMERCIALS** especialitzats. Tipologia de distribuïdors i aspectes a tenir en compte.

**Sessió 6. La VENDA ONLINE i l'ús de les TIC.** Presència a Internet i oportunitats de la venda per Internet.

**Sessió 7. La venda a BOTIGUES** especialitzades, botigues gourmet, etc. Tipologia de botigues i aspectes a tenir en compte.

**Sessió 8. Practiquem fent el DISSENY D'UN PLA DE MÀRQUETING.** Exercici pràctic en el qual els alumnes podran fer un esborrany del seu pla de màrqueting enfocat als mercats als quals es vol adreçar.

Per poder realitzar aquests seminaris, caldrà identificar i contactar els ponents o experts de cada matèria, concretar els continguts i el programa de cadascuna de les sessions, editar un fulletó de difusió i fer-ne difusió, coordinar les inscripcions, realitzar les sessions del seminari i per últim fer-ne una avaluació amb els assistents.

#### Resultats

1. Programa formatiu realitzat.
2. Millora de l'estratègia de comercialització de les cooperatives agràries i elaborador d'oli.

#### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Cooperatives agràries
- Molins d'oli
- Oficina Comarcal del DARP
- Escola Agrària

#### Destinatari

- Cooperatives agràries
- Molins d'oli
- Productors agroalimentaris

#### Pressupost

- Contractació d'empresa de serveis externa per a la coordinació del programa formatiu: 5.000€, o bé es pot coordinar amb recursos humans propis, amb una dedicació d'un 25% durant 7

|  |   |
|--|---|
|  | <p>mesos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cost dels ponents: 3.000 €</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuts directes als ens locals de la Diputació de Lleida</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Professionals experts en les matèries del programa.</li> <li>- Espai on realitzar la formació, amb taules, cadires, ordinador, projector, pantalla, connexió a Internet i so.</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 10 empreses elaboradores d'oli.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Identificació del professional, establiment de contacte i concreció del programa.</li> <li>- Mes 3 &gt; Difusió del programa i coordinació de les inscripcions.</li> <li>- Mesos 4-6 &gt; Realització del programa formatiu.</li> <li>- Mes 7 &gt; Avaluació del programa.</li> </ul> |

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.2.3</b> | <b>Línia estratègica</b><br><b>1. Competitivitat empresarial</b>                                   |
|                | <b>Projecte</b><br><b>P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli</b> |
|                | <b>ACCIÓ</b><br><b>DISSENY DE NOUS ENVASOS PER A NOUS PERFILS DE CLIENTELA</b>                     |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Formació<br><b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)                    |

### Objectius

- Assessorar les empreses elaboradores d'oli i cooperatives agràries en la innovació en l'envasat, el *packaging* i la imatge gràfica.
- Adaptar els envasos als diferents perfils de clients.
- Incrementar les vendes de producte.

### Descripció

Per tal de poder arribar a nous perfils de clients i adaptar el producte a les seves necessitats, les empreses elaboradores d'oli cal que reorientin la presentació dels seus productes tenint en compte el format de l'envasat, el *packaging* i la imatge gràfica del producte final. Una millora en el disseny de l'envasat ha de revertir en un millor posicionament del producte en el mercat i afavorir-ne les vendes.

Es proposa la realització d'una acció d'assessorament en el disseny d'envasos, *packaging* i imatge gràfica adreçat a joves professionals del disseny conjuntament amb les empreses elaboradores d'oli i cooperatives agràries. Els professionals de disseny, com a experts en el camp gràfic, treballaran en el disseny de prototipus d'envasos i de *packaging* en col·laboració amb les empreses elaboradores d'oli, qui els orientaran sobre les seves necessitats per adaptar els envasos als nous perfils de clients.

Aquest assessorament serà coordinat a càrrec d'un dissenyador industrial especialitzat en producte agroalimentari, qui orientarà els professionals i les empreses participants en l'assessorament en el disseny d'un prototipus que després podrà servir d'aplicació per a les empreses elaboradores d'oli.

### Activitats i metodologia

El programa de continguts de l'assessorament consta de 5 sessions amb una durada de 5 hores per sessió, amb la finalitat d'aconseguir obtenir un prototipus de disseny d'envàs adaptat a cada perfil de client.

**Sessió 1. RECERCA.** Anàlisi dels diferents tipus de clients als quals es vol arribar i possibles formats que s'adeqüen als seus interessos i necessitats.

**Sessió 2. CONCEPTUALITZACIÓ I DISSENY.** Identitat de marca que es vol transmetre, funcionalitat de l'envàs segons perfil de client, conceptualització i disseny de prototipus adaptats i innovadors.

**Sessió 3. DESENVOLUPAMENT I SEGUIMENT.** Anàlisi dels esborranys de prototipus

treballats a casa i noves propostes i suggeriments.

**Sessió 4. PACKAGING I COMUNICACIÓ.** Introducció a pautes i orientacions per l'embalatge i presentació dels diferents productes en funció de les seves característiques tenint presents costos, proveïdors o models de *packaging* disponibles al mercat.

**Sessió 5. PRESENTACIÓ DELS RESULTATS.** En finalitzar el programa, es farà una exposició per mostrar els dissenys resultants.

La metodologia de la formació contempla l'assistència a les sessions presencials amb la realització d'un treball a casa entre sessió i sessió, que permet aplicar els aprenentatges adquirits i avançar en el disseny del prototip. També contempla la realització de tutories personalitzades durant el treball a casa a través del seguiment per correu electrònic i telèfon amb l'expert formador.

Per portar a terme aquest programa, cal identificar i contactar amb el professional expert en disseny industrial especialitzat, concretar els continguts del programa formatiu, dissenyar un fulletó del programa i fer-ne difusió, gestionar les inscripcions, fer el seguiment de la formació i fer l'avaluació amb els assistents.

Referències:

- Concurs per a joves dissenyadors de la Paeria de Lleida per a packaging en el món de l'oli <http://joventut.paeria.cat/novetats/fitxers/documents/creadors/bases-crea2-2>

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | Disseny d'envasos adaptats als diferents perfils de clients.  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Cooperatives agràries</li><li>- Molins d'oli</li><li>-</li></ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Cooperatives d'oli</li><li>- Molins d'oli</li><li>- Joves professionals en disseny</li></ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Contractació de professional expert en el disseny industrial: 4.500 €</li><li>- Coordinació del programa: assumible amb recursos humans propis, amb una dedicació d'un 20% de la jornada durant 7 mesos</li></ul> |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Ajuts directes als ens locals de la Diputació de Lleida</li><li>- Matrícules dels alumnes</li></ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Professional expert en disseny industrial.</li><li>- Espai on realitzar la formació, amb taules, cadires, ordinador, projector, pantalla, connexió a Internet i so.</li></ul>                                     |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mínim de 10 assistents al curs.</li><li>- Entre 5 i 10 prototipus de dissenys diferents.</li></ul>  |

- Valoració positiva per part dels assistents.

- Cronograma d'execució**
- Mesos 1-2 > Identificació del professional, establiment de contacte i concreció del programa.
  - Mes 3 > Difusió del programa i coordinació de les inscripcions.
  - Mesos 4-6 > Realització del programa formatiu.
  - Mes 7 > Avaluació del programa.

Línia estratègica

1. Competitivitat empresarial

A.1.2.4

Projecte

P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli

ACCIÓ

**TAULA DE TREBALL PER CONÈIXER EL FUNCIONAMENT DEL FUTUR CLÚSTER DE L'OLI I AVALUAR QUIN ÉS EL ROL QUE HI HA DE TENIR LES COOPERATIVES I MOLINS D'OLI DE LES GARRIGUES**

**Tipus de projecte:** Coordinació

**Període d'inici:** Curt (2016-2017)

**Objectius**

- Analitzar les oportunitats que brinda el clúster de l'oli a les cooperatives i empreses elaboradores d'oli de la comarca.
- Valorar la idoneïtat i conveniència d'adherir-se al clúster de l'oli.

**Descripció**

Des de Globalleida es promou la creació del **clúster oleícola de les terres de Lleida**. La voluntat del clúster és la de millorar la competitivitat de les empreses del sector de l'oli i combatre les amenaces que provenen del baix preu i de les produccions extensives. Una de les potencialitats que es detecta en el sector, és la de l'especialització en la producció ecològica que profereix valor afegit a un producte que ja gaudeix d'excel·lència. En aquests moments, les cooperatives i molins d'oli interessades en adherir-se al Clúster poden presentar la seva sol·licitud d'adhesió, i a partir d'aquí, el clúster posarà en marxa el seu pla de treball.

La realitat comarcal és que les cooperatives i molins manifesten estar poc informades sobre el Clúster (malgrat des de Globalleida s'han fet diverses presentacions sobre els avenços del procés de creació del Clúster). També presenten dubtes sobre la conveniència o no de sumar-se al Clúster que es tradueixen en un desinterès. El més probable és que aquesta incertesa acabi comportant que no s'hi sumin, a l'espera de veure quina evolució segueix la iniciativa del Clúster, i que a la llarga les cooperatives perdin una possible oportunitat de millora de la seva competitivitat a través del clúster.

Davant aquesta situació d'incertesa i apatia, es proposa la constitució d'una taula de treball per analitzar més a fons la proposta del Clúster i obtenir una opinió a nivell de comarca que pot ser presa en consideració per part de les cooperatives i molins d'oli a l'hora de determinar la seva decisió final.

La taula de treball ha d'estar formada per un equip de representants de les cooperatives i molins d'oli de les Garrigues així com representants de l'àmbit públic i privat rellevants de la comarca.

La finalitat de la taula de treball és la d'analitzar la proposta del Clúster de l'oli en clau comarcal, valorant-ne els beneficis i els avantatges, alhora que els desavantatges, no només a nivell individual sinó també a nivell territorial i arribar a unes recomanacions consensuades sobre el paper que han de jugar les cooperatives i molins d'oli de la comarca.



## Activitats i metodologia

Per tal de constituir la taula de treball, es proposa seguir el següent pla de treball:

### Fase 1. Organització prèvia

- Identificació dels agents territorials que han de formar part de la taula de treball
- Reunió informativa amb els agents

### Fase 2. Constitució de la taula de treball

- Identificació dels objectius i pla de treball
- Definició del funcionament intern
- Pla de comunicació

### Fase 3. Posada en marxa de la taula de treball

- Realització de les reunions d'acord amb el pla de treball i el funcionament intern
- Realització d'accions, si es consideren necessàries

### Fase 4. Comunicació dels resultats

- Difusió de les conclusions i recomanacions a les quals ha arribat la taula de treball

## Resultats

1. Opinió conformada sobre la conveniència de participar al Clúster de l'oli i del paper que han de tenir les cooperatives i molins d'oli.

## Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Cooperatives agràries
- Molins d'oli
- Representants d'empreses de la comarca

## Destinatari

- Membres de les juntes directives i socis de les cooperatives d'oli de les Garrigues
- Molins d'oli

## Pressupost

- Assumible amb recursos humans propis amb una dedicació d'un 25% de la jornada d'un tècnic durant 6 mesos

## Possibles fonts de finançament

- Diputació de Lleida

## Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten

- Recursos humans per a la coordinació
- Sala de reunions amb cadires, taules, ordinador, projector, pantalla, connexió a Internet

## Indicadors de seguiment

- Mínim de 4 reunions realitzades per la taula de treball
- Actes de les reunions

## Cronograma d'execució

- Mesos 1-2 > Preparació prèvia de la taula de treball,

identificació dels agents i establiment de contacte inicial per conèixer el seu interès en formar-ne part

- Mes 3 – 5 > Realització de reunions de la taula de treball i contactes amb GlobalLeida
- Mes 6 > Assoliment de conclusions i recomanacions al sector de l'oli

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.2.5</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>   |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.2. Projecte de modernització i professionalització del sector de l'oli</b>                            |
|                | <b>ACCIÓ</b>   |
|                | <b>TAULA DE TREBALL PER PROPOSAR MILLORES I REPLANTEJAMENTS EN EL FUNCIONAMENT DE LA DOP LES GARRIGUES</b> |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació  |
|                | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |

|   |
|---|
| <b>Objectius</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Articular un debat constructiu i propositiu per identificar possibles millores en el funcionament de la DOP que cohesionin el sector.</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>La <b>DOP les Garrigues d'oli d'oliva verge extra</b> és el distintiu de qualitat agroalimentària que reconeix la qualitat de l'oli que s'obté dins l'àmbit geogràfic de la DOP.</p> <p>La comarca de les Garrigues es troba dins l'àmbit geogràfic de la DOP i diverses cooperatives d'oli estan adherides a aquest distintiu. Per a la comarca de les Garrigues disposar d'un segell de qualitat agroalimentària com el d'una DOP i que a més la DOP les Garrigues sigui la més antiga de Catalunya, amb més de 40 anys de trajectòria, són aspectes que prestigien l'oli com un producte d'alt valor afegit i amb el màxim reconeixement a nivell europeu. Alhora, la DOP porta el nom de la comarca i en bona part gràcies a aquest distintiu el nom de les Garrigues està posicionat en el mapa i forma part de l'imaginari col·lectiu de molta gent d'arreu.</p> <p>No obstant, a nivell territorial i sectorial, ja fa temps que hi ha una remor de fons sobre el funcionament de la DOP i s'aprecien diversitat d'opinions en relació amb aquesta. Aquesta diversitat d'opinions que posen en dubte el funcionament i en alguns casos s'hi mostren en contra, es fa evident amb la sortida els darrers anys de moltes cooperatives que en formaven part i de la no adhesió dels molins particulars. La recent proposta d'ampliació de l'àmbit territorial de la DOP per part del Consell Regulador ha tornat a avivar les veus que consideren que la DOP no aconsegueix la finalitat de cohesionar i enfortir el sector sota el paraigües de la marca i que demanen canvis en la gestió actual.</p> <p>Davant l'opinió per part del territori i del sector elaborador de les possibles disfuncions de la DOP les Garrigues, es considera necessari crear una taula de treball que analitzi aquestes disfuncions i proposi millores i replantejaments en el funcionament de la DOP, per tal que aquest distintiu sigui realment un distintiu de prestigi i de qualitat que empari i cohesioni el sector elaborador.</p> |

|  |
|--|
| <b>Activitats i metodologia</b>  |
| Per posar en marxa la taula de treball, es pot seguir el següent pla de treball: |
| <b>Fase 1. Organització prèvia</b>   |
| - Identificació dels agents territorials que han de formar part de la taula de   |

- treball
- Reunió informativa amb els agents

**Fase 2. Constitució de la taula de treball**

- Identificació dels objectius i pla de treball
- Definició del funcionament intern
- Pla de comunicació

**Fase 3. Posada en marxa de la taula de treball**

- Realització de les reunions d'acord amb el pla de treball i el funcionament intern
- Realització d'accions, si es consideren necessàries

▪ **Fase 4. Comunicació dels resultats**

- Difusió de les conclusions a les quals ha arribat la taula de treball

**Resultats** 1. Recull de recomanacions i propostes de millora del funcionament de la DOP les Garrigues.

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Cooperatives agràries
- Molins d'oli
- Representants d'empreses de la comarca

**Destinatari** - DOP les Garrigues

**Pressupost** - Assumible amb recursos humans propis, amb una dedicació d'un 25% de la jornada d'un tècnic durant 6 mesos

**Possibles fonts de finançament** - Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Recursos humans per a la coordinació de la taula de treball
- Sala de reunions amb cadires, taules, ordinador, connexió a Internet, pantalla, projector i so.

**Indicadors de seguiment**

- Mínim de 4 reunions realitzades per la taula de treball
- Actes de les reunions

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Preparació prèvia de la taula de treball, identificació dels agents i establiment de contacte inicial per conèixer el seu interès en formar-ne part
- Mes 3 – 5 > Realització de reunions de la taula de treball
- Mes 6 > Assoliment de conclusions i recomanacions al sector de l'oli



### **P.3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit**

Foto: Forn Pa de de Ronyó

### **P.3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit**

#### **Descripció**

La comarca de les Garrigues té una llarga tradició en el cultiu de l'olivera i l'obtenció d'oli, i presenta una economia fortament especialitzada en el sector agrari. L'activitat agroalimentària també està molt especialitzada entorn a la producció d'oli. Tanmateix, si el sector sap aprofitar les oportunitats que brinda l'arribada de l'aigua del canal Segarra-Garrigues, es podran aconseguir rendiments majors i introduir noves varietats i/o nous cultius que permetran obtenir nous productes agrícoles que diversificaran l'economia del sector primari. Alhora, la millora productiva del sector afavorirà el desenvolupament d'una indústria agroalimentària associada que permetrà una transformació de les produccions per obtenir productes amb més valor afegit i generarà nous llocs de treball.

La comarca es troba en un moment de transició, en el qual cal prendre decisions clau que condicionaran el rumb del sector i de retruc, l'economia de la comarca. Potenciar la implantació d'empreses de capital local i preferentment de la comarca del sector productiu agrari i agroalimentari, potenciar les produccions agroalimentàries de qualitat i d'alt valor afegit i donar-los el reconeixement i recolzament necessaris per a que tinguin projecció en els mercats de qualitat, i potenciar els circuits de proximitat són algunes de les accions que integren el projecte 3. Impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit.

#### **Objectius**

- 1. Potenciar l'activitat agroalimentària que transforma les produccions agrícoles de la comarca, genera el valor afegit necessari per a l'impuls i la competitivitat del sector i crea llocs de treball.**
- 2. Potenciar i reconèixer la producció, la transformació i la venda de productes agroalimentaris de qualitat a la comarca.**
- 3. Potenciar i millorar la venda i el consum de proximitat en tots els àmbits: comerç, restauració i hostaleria, fires, entre d'altres.**

#### **Accions incloses en aquest projecte**

**A 1.3.1 Programa de suport a la producció agroalimentària de les Garrigues (Tancar el cercle)**

**A 1.3.2 Programa de suport a la creació de marques de qualitat entorn dels productes agroalimentaris**

**A 1.3.3 Programa per potenciar la venda i el consum dels productes agroalimentaris de les Garrigues dins la mateixa comarca**

**A 1.3.4 Programa per avaluar el sòl industrial disponible i la seva adequació i promoció, en col·laboració amb la indústria agroalimentària**

**A 1.3.5 Acció per incrementar la innovació, la projecció i el caràcter experiencial de la Fira de l'Oli**

**A 1.3.6 Formació i suport en organització de fires de productes locals.**

## Línia estratègica

### 1. Competitivitat empresarial

#### A.1.3.1

#### Projecte

P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general

#### ACCIÓ

### PROGRAMA DE SUPORT A LA PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA DE LES GARRIGUES (TANCAR EL CERCLE)

**Tipus de projecte:** Seminari

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

#### Objectius

- Donar més valor afegit a la producció primària de les Garrigues a través de productes elaborats de qualitat.
- Millorar la competitivitat de les empreses a partir de noves línies de negoci com la transformació i la comercialització.
- Crear llocs de treball vinculats a la transformació i la comercialització.
- Diversificar l'oferta de productes agroalimentaris de qualitat.

#### Descripció

Tancar el cercle productiu i transformar per obtenir productes de qualitat per donar més valor afegit a les produccions agràries i ramaderes actuals o bé de noves que puguin sorgir amb l'arribada de l'aigua i la posada en funcionament del Canal Segarra-Garrigues són estratègies que permeten millorar la competitivitat de les explotacions agràries a través d'una diversificació dels beneficis i alhora són una oportunitat de creació de llocs de treball per la necessitat de mà d'obra en la transformació i venda de les produccions.

Per tal d'incentivar les empreses actuals i els futurs emprenedors en tancar el cercle de les seves explotacions, i potenciar la transformació agroalimentària amb productes de qualitat i la seva comercialització a través de circuits curts (venda directa o a través d'un intermediari) per tal de retenir el valor afegit de les produccions a l'empresa agrària local, és necessari realitzar un programa de suport a la producció agroalimentària de les Garrigues.

Aquest programa ha de donar informació i orientacions a les empreses agràries actuals i als futurs emprenedors sobre les possibilitats i oportunitats de transformació i de comercialització dels productes.

Alhora, el programa també pretén donar a conèixer i promocionar les explotacions que fan cercle tancat a través de la creació d'un programa d'experiències de descoberta dels productes locals. Aquest és un programa adreçat al visitant / turista de les Garrigues que vol descobrir la producció agroalimentària de la comarca i ho pot fer a través d'una experiència de descoberta.

#### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es preveuen implementar les següents activitats:

#### **Activitat 1. Tanquem el cercle. Seminari de possibilitats i oportunitats de transformació i comercialització de les produccions.**

Consisteix en la realització d'un seminari per donar a conèixer opcions de transformació

agroalimentària a partir dels tipus de cultius i de ramaderia que hi ha actualment a la comarca i també es tractaran estratègies de venda en circuits curts.

En les diferents sessions, es mostraran casos reals i es faran visites tècniques a empreses que elaboren productes agroalimentaris i si és possible, que segueixen un cercle tancat. Els continguts de les sessions poden ser els següents:

- *Sessió 1. Innovació en la transformació de l'oliva.* Més enllà de l'oli. Visita a empreses que fan productes elaborats a partir de l'oli.
- *Sessió 2. Innovació en la transformació de l'ametlla.* Visita a empreses que fan productes elaborats a partir de l'ametlla.
- *Sessió 3. Innovació en la ramaderia.* Visita a empresa que fa cercle tancat, i visita a empresa que fa productes elaborats a partir de ramats propis i 4a/5a gamma.
- *Sessió 4. Innovació en conserves.* Visita a empresa que fa conserves d'aliments a partir de matèries primeres de proximitat i amb resultats innovadors en diferents aspectes: recepta del producte, packaging, comunicació, comercialització, entre d'altres.
- *Sessió 5. Innovació en producte local.* Sessió a l'aula per donar a conèixer noves tendències en els aliments. Aliments funcionals, aliments lliures d'al·lèrgens, aliments ecològics, aliments amb certificació halal, kosher, etc., aliments amb responsabilitat social / ambiental, entre d'altres.

### **Activitat 2. Tutories d'assessorament als emprenedors que volen iniciar una activitat de transformació agroalimentària**

Aquesta activitat dona continuïtat al seminari de possibilitats i oportunitats de transformació i comercialització de les produccions. Es pretén donar assessorament per mitjà de tutories a un grup màxim de 10 emprenedors que vulguin iniciar una activitat de transformació agroalimentària. Per poder accedir a les tutories, caldrà que els interessats presentin una proposta amb la idea del model de negoci, i les propostes seran validades pels experts que faran les tutories, d'acord amb unes bases i uns criteris objectius.

L'assessorament girarà entorn a la concreció del model de negoci, el dimensionament de l'activitat agroalimentària, requisits legals i tècnics i l'anàlisi de la seva viabilitat. Les tutories seran conduïdes per experts i consistiran en un total de 4 tutories; entre tutoria i tutoria, els alumnes hauran de realitzar exercicis que després seran validats en les corresponents tutories.

### **Activitat 3. Programa d'experiències de descoberta dels productes locals amb visites a finques, obradors i tallers.**

Per tal de potenciar la promoció de les explotacions que fan cercle tancat i les empreses agroalimentàries que fan transformació i afavorir la venda directa dels seus productes, es proposa la realització d'un programa adreçat als productors i elaboradors per tal de crear experiències de descoberta dels productes locals. Les experiències creades resultants es recolliran en un catàleg, que serà el material promocional d'aquestes.

Per dur a terme aquest programa, cal seguir els següents passos:

- *Realització d'un cens de productors i elaboradors agroalimentaris de la comarca.*
  - o Caldrà preparar una fitxa estàndard per a tots els productors i elaboradors que



permeti recollir les dades bàsiques: nom de l'empresa, municipi, telèfon, adreça, web, xarxes socials, tipus de productes que produeix/elabora, característiques del producte, sistema de producció, comercialització del producte, així com fotografies, entre d'altres aspectes.

- *Acompanyament als productors i elaboradors en la creació d'experiències:*
  - o Reunió informativa i de treball sobre el programa i acompanyament als productors /elaboradors per proposar una experiència que ells poden oferir al visitant. L'experiència pot ser individual – visita guiada a l'explotació / obrador; realització d'un taller pràctics; demostració de l'ofici; tast guiat; etc. – o bé pot ser en col·laboració – visita a l'explotació i tast del producte cuinat en un restaurant; etc.)
  - o Acompanyament per concretar la informació que ha de tenir cada experiència: nom de l'experiència (suggerent, motivador); breu descripció (en què consisteix); horaris i dates de realització; temporalitat de l'experiència; grup mínim/grup màxim; edats; preu; necessitat de reserva prèvia; possibilitat de pagament amb targeta; aparcament proper; serveis propers; adaptat a persones amb mobilitat reduïda o discapacitat; fotografia.
- *Disseny i impressió del Catàleg:*
  - o Coordinació amb empresa de disseny gràfic i impremta pel format, continguts, etc.
- *Definició de l'estratègia de promoció del catàleg:*
  - o Presentació del Catàleg resultant
  - o Repartiment dels catàlegs impresos en punts turístics rellevants, i en digital a les pàgines web
  - o Difusió a les xarxes socials

#### **Resultats**

1. Visites tècniques realitzades
2. Catàleg d'experiències editat
3. Millora dels coneixements sobre les oportunitats de tancar el cercle
4. Promoció de les empreses agroalimentàries de la comarca

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Oficina Comarcal del DARP
- Escola Agrària

#### **Destinatari**

- Empreses agràries
- Emprenedors en el sector agroalimentari

#### **Pressupost**

- Coordinació del seminari sobre oportunitats per tancar el cercle, assumible amb recursos humans propis, amb una dedicació d'un 30% d'un tècnic durant 6 mesos; o bé contractació externa: 5.100 €
- Coordinació del programa d'experiències de descoberta del productes locals, assumible amb recursos humans propis amb una dedicació d'un 40% d'un tècnic durant 4 mesos; o bé contractació externa: 4.800 €
- Cost dels ponents de l'activitat 1: 2.000 €

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cost dels experts de l'activitat 2: 15.000 €</li> <li>- Cost del disseny gràfic de l'activitat 3: 2.000€</li> <li>- Cost de les impressions de l'activitat 3: variable en funció del nombre i del format</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuts directes als ens locals de la Diputació de Lleida</li> <li>- Jornades PATT- Departament d'Agricultura</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis, o bé empresa de serveis externa per la coordinació i execució de les activitats</li> <li>- Empreses de transformació agroalimentària identificades per a les visites tècniques</li> <li>- Ponent per a les sessions presencials</li> <li>- Espai amb cadires, taules, ordinador, connexió a Internet, projector, pantalla, so</li> <li>- Empresa de disseny gràfic</li> <li>- Impremta</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 15 assistents a les visites tècniques.</li> <li>- Mínim de 10 experiències del catàleg de descoberta dels productes local</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <p>Per a l'Activitat 1. Seminari de transformació i comercialització</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Identificació de les empreses a visitar i dels ponents, concreció del programa i edició d'un fulletó per a la seva difusió .</li> <li>- Mes 3 &gt; Difusió del programa i gestió de les inscripcions</li> <li>- Mesos 4-5 &gt; Realització del programa</li> <li>- Mes 6&gt; Avaluació</li> </ul> <p>Per a l'Activitat 2. Programa d'experiències de descoberta dels productes locals:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mes 1 &gt; Realització del cens</li> <li>- Mes 2 -3 &gt; Concreció de les experiències</li> <li>- Mes 4 &gt; Coordinació disseny gràfic i impressió</li> <li>- Mes 5 &gt; Presentació del programa</li> </ul> |

## Línia estratègica

### 1. Competitivitat empresarial

#### A.1.3.2.

#### Projecte

**P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general**

#### ACCIÓ

### **PROGRAMA DE SUPORT AL RECONeixEMENT I DISTINCIÓ DELS PRODUCTES SINGULARS I DE QUALITAT**

**Tipus de projecte:** Programa

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

#### Objectius

- Reconèixer, potenciar i recuperar els productes singulars i de qualitat de les Garrigues
- Divulgar i promocionar els valors diferencials d'aquests productes.
- Recuperar i potenciar el seu consum.
- Potenciar la gastronomia típica de la comarca.

#### Descripció

A les Garrigues hi ha un seguit de productes que són típics de la gastronomia pròpia però que els canvis en els hàbits de consum (predomini de la compra en les grans superfícies en detriment del comerç tradicional) i la globalització dels mercats (oferta de productes d'arreu i a preus més competitius) estan provocant que aquests productes deixin de consumir-se i per tant, d'elaborar-se al mateix temps que les noves generacions ja no els coneixen i no els consumeixen.

A banda de l'oli, que seria indubtablement el producte estrella, ens referim **al pa de ronyó, a les orelletes, als panadons, i a d'altres productes típics de la gastronomia garriguenca**. Però també ens referim **a nous productes** que s'estan introduint a la comarca i que presenten interès i potencial a nivell agronòmic i també a nivell gastronòmic, com són el safrà, el vi de nous o la tòfona, per citar-ne alguns.

L'acció pretén recuperar de l'oblit i potenciar aquests productes singulars i fer accions de promoció i divulgació dels seus valors diferencials. Com a producte singular, s'entén aquell que destaca per les seves característiques diferenciades i úniques que el distingeixen de la resta. Aquestes particularitats poden ser degudes a factors diversos com són la tradició, la innovació i la qualitat. En qualsevol cas, un producte singular ha de comptar amb el factor associat de l'arrelament territorial allà on es produeix o s'elabora.

Alhora, també pretén treballar amb els gremis i professionals per incorporar la innovació en aquests productes i així posar-los al dia. Per últim, també planteja l'anàlisi sobre la idoneïtat i viabilitat d'optar a algun distintiu de qualitat agroalimentària per part d'alguns dels productes singulars, com podria ser el safrà (denominació d'origen) o el pa de ronyó (indicació geogràfica protegida).

#### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es preveu implementar les següents activitats:

##### **Activitat 1. Identificació i caracterització dels productes singulars de la comarca**

Per a aquesta activitat, cal definir quins productes (varietats agràries, productes elaborats) presenta

la comarca i fer una fitxa descriptiva que descrigui les característiques generals i particulars de cada producte.

*En el cas d'un producte agrari, per exemple: nom científic, noms populars, zona de cultiu, èpoques de sembra i recol·lecció, conservació del producte, tècniques de maneig, rendiments, tradició, entre d'altres.*

*En el cas d'un producte elaborat, per exemple: nom o noms amb que es coneix el producte, zona d'elaboració, matèries primeres, procés d'elaboració, conservació, punts de venda, tradició, entre d'altres. Les fitxes de productes resultants es poden utilitzar com a informació de base per a ser utilitzada en material promocional turístic de la comarca.*

### **Activitat 2. Jornada tècnica sobre els productes singulars**

Acció informativa adreçada a productors, elaboradors, cuiners, comerços i ciutadania en general per donar a conèixer els productes singulars identificats i les seves potencialitats com a productes gastronòmics de referència de la comarca.

Es pot comptar amb la participació de productors, elaboradors dels productes singulars i cuiners de renom que exalcin la importància de recuperar i potenciar aquests productes.

### **Activitat 3. Projecte didàctic "Els productes singulars de casa nostra" amb les escoles**

Organització de tallers a l'aula combinats amb sortides per conèixer els productes singulars i les explotacions i els obradors.

Aquesta acció es pot coordinar amb els Serveis Educatius de les Garrigues com a projecte de comarca. El projecte didàctic s'adreça a cicle superior de primària (5è i 6è) i a primer cicle de secundària (1r i 2n d'ESO). Aquest s'estructura en 3 fases: una activitat preparatòria a l'aula, per valorar el grau de coneixement dels productes singulars que tenen l'alumnat, a través d'un qüestionari; una activitat consistent en la realització d'una visita a una finca/ obrador de la comarca; i una darrera activitat a l'aula per treballar els productes singulars de la comarca i consolidar els aprenentatges adquirits.

### **Activitat 4. Promoció dels productes singulars i vinculació amb el comerç i la restauració**

Aquesta activitat es relaciona amb l'acció 1.3.3 *Programa per potenciar la venda i el consum dels productes agroalimentaris de les Garrigues dins la mateixa comarca*, en la qual es vol incidir en potenciar el consum intern dels productes agroalimentaris locals a la restauració, l'hostaleria, el comerç i a nivell familiar.

### **Activitat 5. Treball sobre innovació dels productes singulars**

Per a aquells productes singulars que s'hagi detectat que es troben més en retrocés ja que hi ha menys superfície de cultiu, degeneració de les llavors, o bé en el cas de productes elaborats, hi ha menys elaboradors, es proposa la realització d'accions per revertir aquestes tendències negatives.

Per aquesta activitat, cal establir aliances amb associacions sectorials, com els gremis, o amb entitats amb coneixements sobre els productes agroalimentaris, com per exemple, la Fundació Miquel Agustí que treballa per la recuperació, promoció i impuls de les varietats agrícoles tradicionals, o la Fundació Alcía dedicada a la innovació en cuina i a la valoració del patrimoni gastronòmic i agroalimentari.

Per exemple, en el cas del pa de ronyó, que actualment ja s'elabora en molts pocs forns, es proposa treballar conjuntament amb el Gremi de Forners de Lleida per buscar alternatives que incentivin la

recuperació de l'elaboració d'aquest tipus de pa i revaloritzin el seu consum com a productes singulars. També es poden treballar tallers d'innovació de producte que permeten una diversificació o una millora d'aquests productes singulars per tal d'adequar-los a les tendències de consum més actuals.

#### **Activitat 6. Treball sobre distintius de qualitat agroalimentària**

De forma coordinada amb l'Escola Agrària, l'oficina Comarcal del DARP i els pagesos que cultivin varietats singulars, es proposa la creació d'un grup de treball per analitzar la viabilitat d'optar a la certificació d'alguns d'aquests productes singulars amb distintius de qualitat agroalimentària (DO, IGP, ETG, entre d'altres).

#### **Referències:**

- Mapa dels productes singulars de la província de Barcelona.  
[http://productesdelaterra.diba.cat/sites/productesdelaterra.diba.cat/files/mapa\\_productes.jpg](http://productesdelaterra.diba.cat/sites/productesdelaterra.diba.cat/files/mapa_productes.jpg)
- Productes singulars del Garraf: <http://www.garraftour.com/index.php/fitxes/productes-singulars-del-garraf>
- Productes del Baix Empordà:  
[http://www.baixemporda.cat/cuinadelemporda/ca/productes\\_locales\\_i\\_tradicionals\\_de\\_l\\_emporda.html](http://www.baixemporda.cat/cuinadelemporda/ca/productes_locales_i_tradicionals_de_l_emporda.html)
- Formació en innovació al Pallars Jussà: <http://www.alteugust.com/al-teu-gust-ofereix-formacio-amb-la-innovacio-com-a-eix/>

#### **Resultats**

1. Productes singulars reconeguts
2. Millora del coneixement i del consum dels productes singulars
3. Recuperació en la producció i elaboració dels productes singulars

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Pagesos
- Elaboradors agroalimentaris
- Oficina Comarcal del DARP
- Gremis i associacions agroalimentàries
- Entitats de recerca
- Gustum

#### **Destinataris**

- Productors i elaboradors dels productes singulars
- Ciutadania de la comarca
- Restauració i comerç

#### **Pressupost**

Recursos humans propis d'un tècnic amb una dedicació d'un 40% de la jornada durant el primer any (12 mesos) o contractació empresa externa: 15.000€  
Contractació de cuiners per a l'activitat 2: 1.500€  
Contractació d'empresa de serveis per a l'activitat 3: 6.500 €

#### **Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació
- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica
- Programa Gustum-Leader

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Experts en cuina per a l'activitat 2
- Centres de recerca i gremis per a l'activitat 5
- Sala per a la jornada tècnica

**Indicadors de seguiment**

- Mínim de 5 productes singulars identificats i caracteritzats
- Mínim de 10 restaurants assistents a la jornada
- Mínim de 2 accions de promoció dels productes singulars
- Mínim d'1 acció per innovar o millorar algun producte singular

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Preparació del programa
- Mesos 3 – 5 > Activitat 1
- Mesos 5- 8 > Activitat 2
- Mesos 9 – 15 > Activitats 3 i 4
- Mes 16 i en endavant > Activitats 5 i 6

Línia estratègica

### 1. Competitivitat empresarial

A.1.3.3

Projecte

P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general

ACCIÓ

## PROGRAMA PER POTENCIAR LA VENDA I EL CONSUM DELS PRODUCTES AGROALIMENTARIS DE LES GARRIGUES DINS LA MATEIXA COMARCA

**Tipus de projecte:** Acció de promoció

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

### Objectius

- Valoritzar la producció agroalimentària local a través de la promoció del seu consum intern.
- Establir sinergies i aliances entre els productors locals i els comerços i la restauració.
- Potenciar la presència dels productes locals en els establiments de la comarca i la seva diferenciació.

### Descripció

El producte agroalimentari de qualitat esdevé un element de diferenciació i especialització d'un territori. Alhora, la seva vinculació directa amb la gastronomia esdevé un element de dinamització turística i econòmica.

En el cas de les Garrigues, el producte local més singular i identitari és indubtablement l'oli. A més, trobem altres productes de qualitat i amb cert reconeixement com el safrà, la tòfona, l'ametlla, o productes elaborats com el pa de ronyó, les orelletes o els panadons, per citar-ne alguns.

L'oferta de producte local i la seva gastronomia són elements que desperten un interès turístic i generen el desplaçament de visitants cap a les zones productores d'aquests productes. A la comarca n'és un clar exemple l'oli, que atrau gent d'arreu que ve a comprar aquest producte concret directe al moli o bé en les fires d'oli que s'organitzen en diferents pobles. Per tant, ja hi ha un cert dinamisme entorn el producte local per part de la gent de fora de la comarca que es desplaça a comprar l'oli.

No obstant, tot i ser una comarca productora, no només d'oli sinó també d'altres productes de qualitat, i amb vistes a un possible revulsiu en la transformació agroalimentària amb l'arribada de l'aigua del canal Segarra-Garrigues, no s'aprecia una estratègia coordinada de promoció del producte local que persegueixi potenciar la venda i el consum de tots els seus productes a nivell d'establiments oberts al públic (botigues, restaurants, allotjaments).

El programa contempla la realització de diferents activitats per promoure la incorporació i potenciar la presència dels productes produïts i/o elaborats en el territori en els comerços locals i la restauració, amb la finalitat de potenciar-ne la seva venda i, de manera indirecta, contribuir a la promoció del comerç i la restauració.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, les activitats previstes per a l'implementació de l'acció són les següents :

### **Activitat 1. Catàleg dels productes locals de les Garrigues**

Partint del cens dels productors i elaboradors realitzat en el marc de l'acció 1.3.1, es proposa fer un material promocional per donar a conèixer els productes locals de les Garrigues, els seus productors/elaboradors i els punts de venda d'aquests productes. A més, el Catàleg també vol donar a conèixer la temporalitat dels productes amb un calendari dels productes locals de les Garrigues, per així mostrar quins són els productes que podem trobar a cada temporada. Al mateix temps, aquest calendari pot ser útil per al sector de la restauració que el pot tenir en compte per preparar menús de temporada. El material promocional resultant es pot entregar als restauradors i als allotjaments, així com la seva versió digital es pot penjar a la web del Consell Comarcal, dels ajuntaments i altres agents interessats i fer-ne difusió per les xarxes socials.

### **Activitat 2. Networking per teixir aliances entre productors i elaboradors amb comerços i establiments de restauració i hostaleria, i entre productors.**

L'objectiu de la jornada és promoure l'establiment de sinergies i relacions comercials de proximitat entre productors/elaboradors, establiments de restauració i comerços del territori, aportant d'aquesta manera un valor afegit vinculat a les relacions properes i de curtes distàncies. La dinàmica consisteix en realitzar entrevistes ràpides (5 minuts) per parelles productor/elaborador amb restaurant/comerç i facilitar d'aquesta manera un primer contacte que després pot continuar amb l'establiment d'una col·laboració comercial. També es planteja com a interessant l'opció que es facin entrevistes productor-productor ja que poden donar peu a altres col·laboracions, com poden ser la innovació en producte, la distribució conjunta, complements en les vendes, entre d'altres. En aquesta jornada, s'aconsella que tots els assistents portin targetes de presentació, i els productors/elaboradors poden portar catàlegs, material promocional i mostres de producte per deixar tastar.

### **Activitat 3. Formació i assessorament en cuina amb productes locals i de temporada**

Per tal de potenciar la incorporació dels productes locals a la cuina dels establiments de restauració de la comarca, es pretén realitzar una acció formativa adreçada als restauradors per donar-los a conèixer receptes amb producte local. Per a aquesta activitat formativa de caire pràctic i aplicat, es pot comptar amb la col·laboració de cuiners de renom especialitzats en cuina de proximitat i de temporada, que poden realitzar *showcooking*s de productes locals, combinacions innovadores de productes, receptes tradicionals actualitzades, entre d'altres. L'activitat també inclou un assessorament amb la restauració per treballar la comunicació del producte local a les cartes, és a dir, com visibilitzar a les cartes els productes locals.

#### **Referències:**

- Bloc de receptes del Ripollès amb Productes del Ripollès.  
<http://www.productesdelripolles.com/bloc/>
- Catàleg de productors del Vallès Oriental:  
<http://www.turismevalles.com/uploads/dwn/turismevalles1628.pdf>
- Campanya "Aquí servim productes de la terra-Maresme!"  
<http://www.ccmaresme.cat/document.php?id=8598>
- Programa "Al teu gust " Aliments del Pallars. Promoció del producte local a través de campanyes de sensibilització i comunicació i seminaris adreçats a restauració i comerç per potenciar la incorporació i el consum de producte local:  
<http://www.alteugust.com/category/bloc-de-noticies/>

#### **Resultats**

1. Networking realitzat
2. Formació a la restauració realitzada



|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>3. Catàleg de productes locals de les Garrigues editats</li> <li>4. Millora de la incorporació dels productes locals a la cuina dels restaurants de la comarca i visibilització a les cartes</li> <li>5. Millora de les relacions comercials entre productors/elaboradors i restauració i comerç</li> </ul>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Pagesos</li> <li>- Elaboradors agroalimentaris</li> <li>- Cuiners</li> <li>- Oficina Comarcal del DARP</li> <li>- Gustum</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Productors i elaboradors agroalimentaris</li> <li>- Restaurants</li> <li>- Comerços</li> <li>- Ciutadania</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis d'un tècnic amb una dedicació d'un 40% de la jornada durant un any.</li> <li>- Contractació d'empresa de disseny gràfic per a l'activitat 1: 2.000 €</li> <li>- Contractació d'impremta per a la impressió de l'activitat 1: variable en funció de les característiques del material i del nombre d'impressions Contractació de cuiners per a l'activitat 3: 1.500€</li> <li>- Contractació d'empresa de serveis externa per a l'assessorament de l'activitat 3: 3.000 €</li> </ul> |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Agricultura</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de serveis de disseny gràfic</li> <li>- Empresa de serveis d'impressió.</li> <li>- Empresa de serveis externa per a l'assessorament en restauració i comunicació</li> <li>- Sala per realitzar les activitats 1 i 2 amb taules, cadires, ordinador, pantalla, canó, connexió a Internet i so</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 15 i 25 assistents al networking.</li> <li>- Mínim de 10 restaurants participants a la formació</li> <li>- Mínim de 25 productors/elaboradors participants al Catàleg</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Preparació de la fitxa de productors/elaboradors i de producte</li> <li>- Mesos 3 -4 &gt; Obtenció de la informació de cada productor/elaborador</li> </ul>   |

- Mesos 4-5 > Coordinació empresa disseny gràfic i impremta
- Mes 6 > Presentació Catàleg
- Mes 7 > Preparació networking, difusió, coordinació de les inscripcions
- Mes 8 > Realització del networking
- Mesos 9-10 > Preparació formació, establiment de contacte amb cuiners, difusió, coordinació de les inscripcions
- Mesos 11-12 > Realització de la formació i assessorament als cuiners

Línia estratègica

## 1. Competitivitat empresarial

A.1.3.4

Projecte

P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general

ACCIÓ

### **PROGRAMA PER AVALUAR EL SÒL INDUSTRIAL DISPONIBLE I LA SEVA ADEQUACIÓ I PROMOCIÓ EN COL-LABORACIÓ AMB LA INDÚSTRIA AGROALIMENTÀRIA**

**Tipus de projecte:** Estudi

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

#### **Objectius**

- Promocionar les Garrigues com un territori competitiu per a la implantació de la indústria agroalimentària.
- Definir les necessitats del sòl industrial per adequar-se a la indústria de forma coordinada i mitjançant la col·laboració públic-privada.

#### **Descripció**

El desenvolupament de la indústria agroalimentària que es preveu que tingui lloc un cop entri en funcionament el regadiu del canal Segarra-Garrigues ha d'anar acompanyat de la disponibilitat de sòl industrial on aquesta indústria pugui implantar-se i generar llocs de treball a la mateixa comarca.

Actualment, a les Garrigues hi ha polígons industrials a l'Albi, Vinaixa, les Borges Blanques, Juneda i Arbeca; i determinats municipis tenen previst en els seus POUM sòl industrial per a que s'hi puguin implantar petites indústries, tallers i altres activitats empresarials de serveis. Per tant, a priori, les Garrigues és un territori competitiu per a la implantació de l'activitat agroalimentària.

Per poder facilitar la implantació de la indústria agroalimentària al sòl industrial de la mateixa comarca és necessari conèixer l'estat actual de cadascun dels polígons i sòls industrials existents, analitzar les necessitats que aquests presenten per poder acollir indústria agroalimentària i treballar per resoldre aquestes necessitats, i per últim, promocionar aquest sòl industrial i fer-lo atractiu per a que s'hi implantin les empreses.

#### **Activitats i metodologia**

Per dur a terme aquesta acció, es proposa la realització d'una diagnosi sobre el sòl industrial disponible a les Garrigues i la seva adequació i promoció en col·laboració amb la indústria agroalimentària.

Es planteja la realització d'aquesta diagnosi en col·laboració amb la indústria agroalimentària perquè es considera important treballar conjuntament administracions i empresa per aconseguir que el sòl industrial s'adeqüi a les necessitats de la indústria i facilitar d'aquesta manera la seva localització.

Per a realitzar la diagnosi, es pot seguir el següent pla de treball:

- 1. Recerca de dades sobre el sòl industrial disponible a la comarca i creació d'una base de dades de sòl industrial.** Es tracta de conèixer les dades bàsiques sobre cada sòl industrial, amb indicadors sobre les dimensions de les parcel·les, localització, accessos a les vies de comunicacions, serveis (aigua, llum, telecomunicacions, etc.), titularitat, ocupació i estat d'urbanització, requisits legals i tràmits administratius, preu, entre d'altres, són algunes de les dades que cal recollir i sistematitzar en una base de dades homogènia. També es pot realitzar un cens de les empreses existents, ja que actualment no es disposa d'aquesta informació sistematitzada.
- 2. Diagnosi sobre el sòl industrial i definició de les seves necessitats per a la implantació de la indústria agroalimentària.** Consisteix en realitzar entrevistes en profunditat a alcaldes, tècnics d'urbanisme, cambres de comerç (Lleida i Tàrrrega) i empreses del sector agroalimentari. A partir de la informació obtinguda, es determinaran les necessitats i les oportunitats del sòl industrial existent a la comarca, i s'elaborarà un informe de diagnosi i de recomanacions per adequar-se a les necessitats de la indústria agroalimentària.
- 3. Portal online de promoció del sòl industrial.** La informació recollida en la primera fase es pot mostrar en un portal online en el qual es mostrin el sòl industrial disponible a la comarca amb una fitxa descriptiva sobre les característiques de cada polígon. A més, es promocionaran les oportunitats i avantatges que brinda el sòl industrial disponible a les Garrigues i els recursos amb que compta la comarca per tal d'atraure les empreses.

Per a la posada en marxa d'aquesta acció, es pot establir contacte amb la Unió de Polígons Industrials de Catalunya (UPIC): <http://www.upic.es/>

#### Referències:

- Recull de bones pràctiques de polígons d'activitat econòmica. Diputació de Barcelona. <http://www.diba.cat/documents/361694/366697/RECULL+BB+PP+PAE+def.pdf>
- Polígons i empreses del Bages. <https://www.poligonsbages.cat/>

#### Resultats

1. Base de dades sobre el sòl industrial de les Garrigues
2. Cens de les empreses de la comarca
3. Portal online de sòl industrial

#### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Empreses del sector agroalimentari

#### Destinatari

- Empreses del sector agroalimentari
- Empreses interessades en instal·lar la seva activitat a la comarca

#### Pressupost

- Recursos humans propis d'un tècnic amb una dedicació d'un 50% de la jornada durant 7 mesos, o bé contractació d'empresa de serveis externa: 10.000 €
- Empresa de serveis de disseny gràfic per a la creació del portal: 2.000 €

|  |   |
|--|---|
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica</li> <li>- Aportacions de les empreses</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis o empresa externa</li> <li>- Empresa de serveis de disseny gràfic</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 10 entrevistes realitzades.</li> <li>- Nombre i perfil de sòl industrial identificat i analitzat</li> <li>- Nombre i perfil d'empreses censades</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mes 1 -3 &gt; Recollida d'informació i realització d'entrevistes</li> <li>- Mes 4-5 &gt; Realització de la diagnosi i detecció de les necessitats</li> <li>- Mes 5-6 &gt; Redacció dels continguts per al portal web</li> <li>- Mes 7 &gt; Creació del portal web</li> </ul> |

Línia estratègica

## 1. Competitivitat empresarial

A.1.3.5

Projecte

P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general

ACCIÓ

### ACCIÓ PER INCREMENTAR LA INNOVACIÓ, LA PROJECCIÓ I EL CARÀCTER EXPERIENCIAL DE LA FIRA DE L'OLI

**Tipus de projecte:** Assessorament estratègic

**Període d'inici:** 2018-2021

#### Objectius

- Potenciar l'impacte de la Fira de l'Oli a nivell comarcal.
- Incorporar elements innovadors a la Fira de l'oli basats en les experiències i les vivències.
- Millorar la projecció de la Fira de l'oli.

#### Descripció

L'any 2016 es va celebrar la 53a edició de la Fira de l'Oli Verge Extra de les Garrigues a les Borges Blanques. Es tracta d'una fira ja molt consolidada amb l'oli com a eix central de l'activitat, que acull uns 60.000 visitants per edició i més de 150 expositors en més de 5.000 m<sup>2</sup> d'exposició de comerciants i productors d'oli d'arreu del territori.

El sector de l'oli es troba en un procés d'internacionalització, i la Fira també segueix aquesta mateixa evolució. En aquest sentit, en aquesta darrera edició s'ha comptat amb una Missió de Promoció Internacional de la comarca amb *bloguers* i periodistes europeus especialistes en turisme i gastronomia. 8 prescriptors de prestigi d'arreu d'Europa i l'Estat espanyol que, com a periodistes, *bloguers* i especialistes en turisme i gastronomia, han assistit al primer dia de fira i han visitat el patrimoni cultural, alguns cellers de vi i molins d'oli de les Garrigues. També el programa d'actes de la Fira any rere any va incorporant activitats relacionades amb l'aposta per l'oleoturisme i amb accions més experiencials.

En aquesta línia que s'ha iniciat, l'acció planteja l'articulació d'un assessorament estratègic al Patronat de la Fira de l'oli per tal de fer un pas important en l'aposta per la innovació, la projecció i el caràcter experiencial de la Fira de l'Oli. A més, també es pretén que la Fira amplii el seu abast territorial, potenciant el seu impacte a tota la comarca i implicant aquells municipis / empreses que poden oferir productes turístics amb una clara component experiencial i vinculats amb l'oli en algun sentit.

#### Activitats i metodologia

Per dur a terme aquest assessorament estratègic, es planteja seguir el següent pla de treball:

1. **Diagnosi de la Fira i de la comarca.** Realització d'entrevistes a organitzadors i a agents representants de l'àmbit públic i privat que intervenen en la Fira a diferents nivells. Redacció d'una diagnosi i DAFO de la Fira, analitzant la preparació prèvia, la realització i l'avaluació. Identificació de recursos i productes turístics que ofereix la comarca i anàlisi de les possibilitats de vinculació amb la Fira. En aquest cas, es poden avaluar les experiències turístiques que es puguin haver treballat amb l'acció 1.4.4.

2. **Benchmarking de fires de referència relacionades amb el món de l'oli.** Cerca d'experiències firals d'altres territoris que giren entorn de l'oli i que destaquen pel seu caràcter innovador, la seva projecció i el seu impacte a nivell territorial, i comparació amb la Fira de l'oli de les Garrigues.

3. **Definició de l'estratègia de la Fira de l'Oli.** A partir de tots els elements identificats i analitzats en les dues fases anteriors, es definirà una nova estratègia de la Fira de l'Oli de les Garrigues en la qual el visitant passa a ser el protagonista directe de la Fira i en forma part experimentant les diferents activitats proposades en el programa que tenen lloc no només a les Borges Blanques i a l'espai firal sinó en els diferents pobles que també formen part del programa del certamen firal.

**Resultats**

1. Redistribució de l'impacte de la Fira amb un programa d'actes a nivell comarcal
2. Fira més experiencial, innovada i amb major projecció

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Patronat de fires
- Empreses agràries
- Empreses del sector turístic i de serveis

**Destinataris**

- Empreses agroalimentàries
- Empreses de serveis

**Pressupost**

- Recursos humans d'un tècnic amb una dedicació d'un 40% durant 9 mesos, o bé contractació d'empresa de serveis externa: 9.500 €
- Sala per a les reunions amb taules, cadires, ordinador, projector, pantalla, connexió a Internet i so

**Possibles fonts de finançament**

- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

Recursos propis o contractació empresa externa

**Indicadors de seguiment**

- Entre 5 i 10 persones integrants del grup de treball
- Mínim de 4 reunions realitzades
- Mínim de 5 activitats experiencials a realitzar als municipis de la comarca

**Cronograma d'execució**

- Mes 1 > Creació del grup de treball
- Mesos 2-4 > Realització de les reunions
- Mesos 5-9 > Definició de la nova estratègia

|                |   |
|----------------|---|
| <b>A.1.3.6</b> | <b>Línia estratègica</b>  |
|                | <b>1. Competitivitat empresarial</b>  |
|                | <b>Projecte</b><br><b>P3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit en general</b> |
|                | <b>ACCIÓ</b><br><b>FORMACIÓ I SUPORT EN L'ORGANITZACIÓ DE FIRES DE PRODUCTES LOCALS</b>                   |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Assessorament estratègic  |
|                | <b>Període d'inici:</b> 2018-2021   |

#### Objectius

- Millorar la qualitat de l'activitat firal que s'organitza a les Garrigues i establir uns estàndards mínims de qualitat.
- Promoure i potenciar l'organització de fires de productes locals de forma coordinada a nivell comarcal.
- Professionalitzar l'organització de les fires.
- Potenciar les vendes directes dels productes locals.

#### Descripció

A diferents municipis de la comarca s'organitzen fires locals de producte agroalimentari, principalment vinculades amb l'oli d'oliva, però també amb d'altres productes com ara el safrà, les orelletes, la cervesa, entre d'altres. Normalment, l'organització d'aquestes fires és a nivell local, realitzada amb personal voluntari i/o pels respectius ajuntaments.

El Consell Comarcal de les Garrigues vol promoure i potenciar les fires de producte agroalimentari actuals i aquelles que puguin sorgir en un futur proper. I vol millorar i professionalitzar la seva organització per tal que esdevinguin fires de qualitat que puguin ser un atractiu per al turisme i un revulsiu en les vendes directes d'aquests productes. En aquesta línia ha promogut la creació del **Patronat de fires de les Garrigues**.

L'acció preveu realitzar un assessorament al Patronat de fires de les Garrigues per tal de donar-los orientacions i dotar-los de les eines i estratègies que després podran aplicar en el treball conjunt amb els organitzadors dels diferents certàmens firals que tenen lloc a la comarca, amb una clara voluntat de professionalitzar aquestes fires i millorar i coordinar la seva organització.

#### Activitats i metodologia

El desenvolupament de l'acció de formació i suport en l'organització de fires de productes locals inclou les següents activitats:

##### **Activitat 1. Definició d'un Protocol de fires de productes locals de les Garrigues.**

Elaboració d'un manual que reculli els aspectes que cal tenir en compte per realitzar una Fira de qualitat, tenint en compte els següents aspectes:

- *Organització prèvia:*
  - o Identitat de la fira: temàtica, nom, imatge, etc.



- Organització: recursos humans destinats, pressupost, dates de realització, espai, infraestructura, selecció dels participants, preu de participació, sistema de dipòsit, programa d'activitats, reglament de funcionament intern,
- Interlocució amb agents: del territori, del sector, etc.
- Difusió de la fira als participants
- Control de qualitat dels productes i dels participants
- Previsió i organització del funcionament el dia de la fira i previsió de l'avaluació post-fira
- **Realització:**
  - Recursos humans el dia de la fira per al control de la qualitat, control d'horaris, rebuda dels paradistes, etc.
  - Seguretat i vigilància
  - Realització d'enquestes durant la fira a paradistes i visitants
- **Avaluació:**
  - Buidatge de les enquestes
  - Anàlisi dels mitjans de comunicació
  - Reunió de valoració de la fira amb l'organització

### **Activitat 2. Creació d'un calendari de fires**

Coordinació amb els organitzadors de les fires que tenen lloc als diferents municipis de la comarca i creació d'un calendari conjunt de fires en el qual es valori la possibilitat i conveniència de no solapar activitats firals. Donar continuïtat al calendari actual i continuar fent aquesta coordinació perquè no coincideixin les fires de la comarca entre elles.

### **Activitat 3. Mecanismes d'avaluació de la qualitat de les fires i sistema de millora contínua**

Aplicació d'un sistema d'indicadors per avaluar la qualitat de les fires, d'acord amb el Protocol de fires creat a l'activitat 1 i presentació dels resultats obtinguts per cada fira a l'organització. Definició d'un sistema de millora continua per tal d'avançar cap a la realització de fires de qualitat.

#### **Resultats**

1. Protocol de fires de qualitat creat
2. Mecanisme d'avaluació i millora contínua establert
3. Organització professionalitzada de les fires de la comarca
4. Millora de la qualitat de les fires
5. Coordinació i comunicació entre els organitzadors a nivell de la comarca

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Organitzadors de les fires
- Empreses locals

#### **Destinatari**

- Empreses del sector agroalimentari
- Empreses de serveis i turisme
- Visitants de les fires

#### **Pressupost**

- Recursos humans d'un tècnic amb una dedicació d'un 40% durant 7 mesos, o bé contractació d'empresa de serveis externa: 8.500 €

|  |   |
|--|---|
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | - Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Sala per a les reunions amb taules, cadires, ordinador, connexió a Internet, projector, pantalla i so   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Mínim de 5 indicadors de qualitat avaluats<br>- Mínim de 5 fires analitzades  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | - Mes 1 -3 > Elaboració del manual d'acord amb l'activitat 1<br>- Mes 4-5 > Coordinació de les fires d'acord amb l'activitat 2<br>- Mes 6-7 > Aplicació dels indicadors d'avaluació per a cada fira d'acord amb l'activitat 3 |



## P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

Foto: Consell Comarcal de les Garrigues

**P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues****Descripció**

La comarca de les Garrigues és coneguda i reconeguda per un producte en concret: l'oli. L'oli, igual que el vi, és un element transversal dins l'economia d'un territori perquè fa incidència directa en diferents sectors econòmics: primari, indústria, comerç i turisme.

En la vessant turística, la modalitat turística que centra la seva motivació principal entorn de la cultura de l'oli es denomina **oleoturisme** i es defineix com el conjunt d'activitats d'oci de caràcter temàtic que fan els turistes quan es desplacen fora del seu àmbit habitual que tenen a veure amb la cultura de l'oli, en qualsevol de les seves manifestacions. Inclou aquelles activitats directament relacionades amb la cultura de l'oli i també aquelles que sense formar-ne part completen l'experiència turística.

Per tant, cal tenir present la dimensió polièdrica d'aquest recurs per saber-lo potenciar en tots aquests àmbits en un exercici de coordinació i col·laboració a tots els nivells. D'aquesta forma, els beneficis de potenciar un producte com l'oli es poden fer extensibles a molts diversos nivells i generar uns beneficis directes i indirectes a un ampli sector de la població. Per altra banda, una estratègia coordinada contribueix a un millor posicionament del territori i de la destinació turística tant entre el mercat turístic com també en els mercats consumidors d'oli.

Val a dir que centrar l'estratègia turística d'un territori entorn d'una modalitat turística en concret, en aquest cas, l'oleoturisme, no significa que d'altres modalitats turístiques que puguin ser complementàries no s'hagin de potenciar, sinó que a nivell de posicionament estratègic en el mapa mental turístic és molt més efectiu dirigir els esforços per aconseguir que les Garrigues siguin reconegudes a nivell nacional i internacional com una destinació especialitzada en un eix temàtic (oleoturisme) ja que és molt més fàcil que així sigui identificat, recordat i reconegut entre els potencials turistes. Un cop el potencial client ja ha escollit les Garrigues com a destinació per a realitzar la seva estada turística, aquesta es podrà complementar amb altres activitats i serveis no estrictament vinculats a l'oleoturisme tot i que, d'una manera o d'altra, en major o menor mesura, hi haurien d'estar alineats i ser coneixedors dels principis fonamentals de la cultura de l'oli a les Garrigues. Algunes modalitats complementàries a l'oleoturisme que s'haurien d'integrar dins la mateixa estratègia podrien ser el turisme gastronòmic, l'ecoturisme, el turisme cultural o el turisme actiu respectuós amb l'entorn.

**Objectius**

1. Consensuar quin ha de ser el model turístic de les Garrigues, alineat amb el model agrícola.
2. Millorar la formació i la competitivitat empresarial del sector turístic de la comarca i dels agents del sector agrari vinculats a l'oli i a l'oleoturisme.
3. Posicionar les Garrigues com la principal destinació d'oleoturisme a nivell de Catalunya.
4. Incrementar l'ocupació turística de la comarca
5. Contribuir a la valorització de l'oli de les Garrigues donant a conèixer la cultura i el patrimoni que l'envolta.

**Accions incloses en aquest projecte****A 1.4.1 Disseny de l'estratègia turística que posicioni la comarca de les Garrigues com a destinació d'Oleoturisme a Catalunya****Formació**

A 1.4.2 Programa formatiu per millorar la professionalització del sector turístic en base a l'oleoturisme: coneixements entorn de la cultura de l'oli, en l'atenció a la clientela, en idiomes.

Aquest programa aniria dirigit a establiments turístics (restaurants, allotjaments, empreses de serveis), però també a productors d'oli, museus i espais interpretatius i patrimonials, comerços, agrobotigues, centres d'estètica (oleoteràpia), entre d'altres.

De fet, el programa formatiu es podria estructurar en els àmbits de l'estratègia per donar a conèixer les potencialitats de l'oleoturisme en cada sector i millorar els coneixements en la gestió i la qualitat dels serveis que es podrien oferir en cada àmbit:

- Oli-producte: sector agrari i agroalimentari
- Oli-gastronomia: restaurants i espais on es poden fer degustacions, cates, maridatges, etc.
- Oli-paisatge: guies de natura, empreses d'activitats ecoturístiques, pagesos, etc.
- Oli-turisme: allotjaments, museus i espais patrimonials, organitzadors de fires, festes, festivals i altres esdeveniments
- Oli-salut: centres d'estètica o de salut, allotjaments interessats en oferir serveis d'oleoteràpia.
- Oli-comerç: comerços i agrobotigues

A 1.4.3 Programa formatiu en guiatge interpretatiu del patrimoni i de conducció de grups.

#### **Creació de productes i serveis turístics**

A1 4.4 Creació de productes i experiències turístiques: 1er any d'Oleoturisme, 2n any ecoturisme, 3er any turisme actiu (especialment entorn de l'embassament de l'Albagés)

A 1.4.5 Jornades econòmiques i empresarials entorn del paisatge de les Garrigues

A 1.4.6 Programa de suport, acompanyament i orientació dels passos a seguir per a la creació de nous negocis turístics, especialment allotjament (agroturisme, amb servei de manutenció o tipus "bed and breakfast")

#### **Promoció i comunicació**

A 1.4.7 Campanya de comunicació de les experiències d'Oleoturisme de les Garrigues

A 1.4.8 Aposta per l'obertura dels espais turístics als caps de setmana i festius: oficines de turisme i punts d'informació turística

#### **Comercialització**

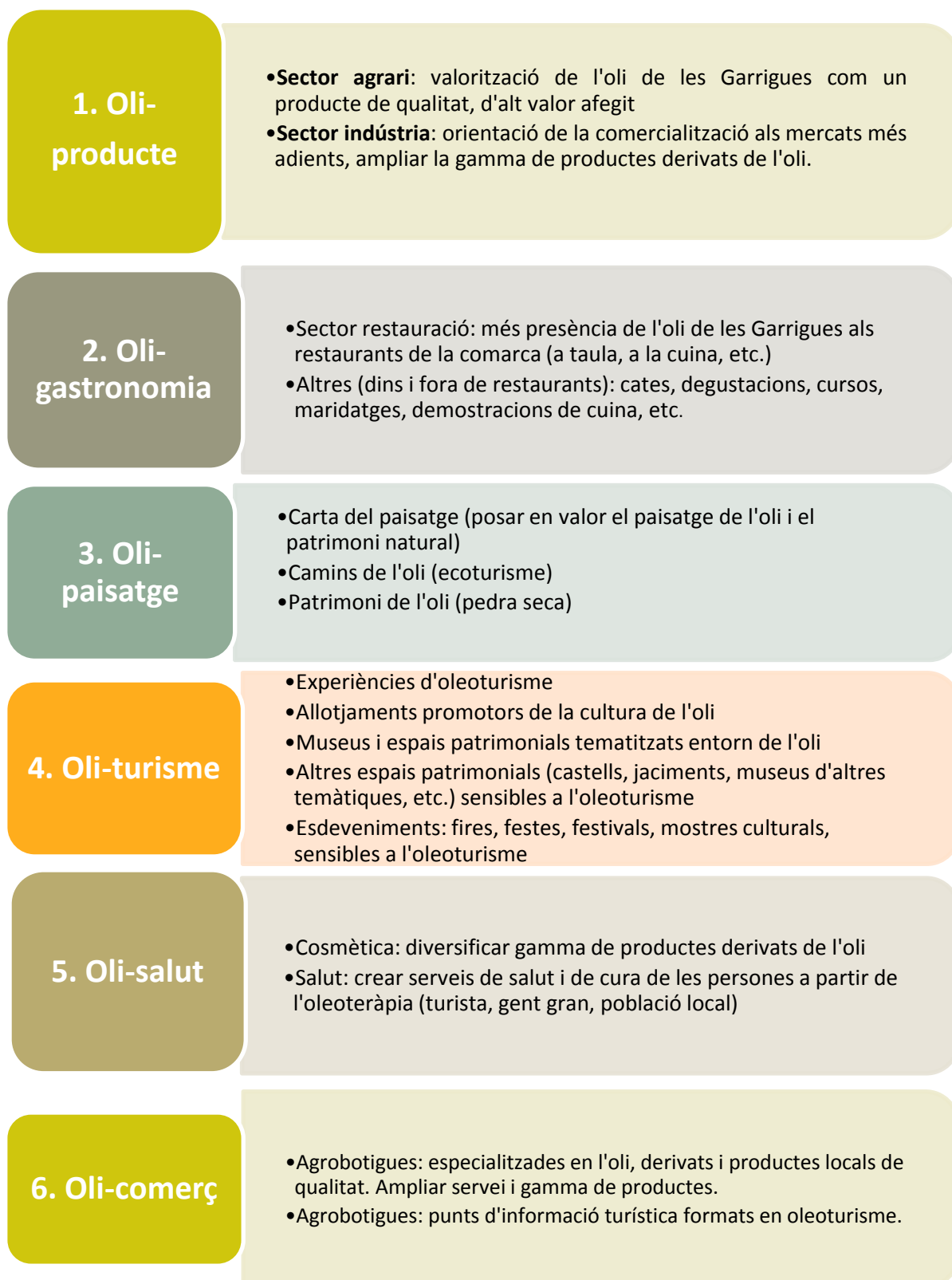
A 1.4.9 Creació d'un grup de treball amb agències receptives especialitzades per afavorir la comercialització dels productes creats (oleoturisme, ecoturisme i turisme actiu)

#### **Avaluació**

A 1.4.10 Sistema d'avaluació continuada de la qualitat dels serveis turístics de la destinació

## Esquema de l'estratègia *Oleoturisme a les Garrigues*

Es proposa organitzar l'estratègia en 6 àmbits com es mostra a continuació:



## Línies de treball per aplicar l'Estratègia Oleoturisme a les Garrigues

Dins de cada una d'aquestes línies de treball s'hi ubicarien diferents tipologies d'accions que es mostren a continuació en les fitxes d'accions



Línia estratègica  
Competitivitat empresarial

A.1.4.1

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

Acció

**DISSENY DE L'ESTRATÈGIA TURÍSTICA QUE POSICIONI LA COMARCA DE LES GARRIGUES COM A DESTINACIÓ D'OLEOTURISME A CATALUNYA**

**Tipus de projecte:** Estudi

**Període d'inici:** Curt (2016-2017)

**Objectius**

- Articular l'estratègia turística de les Garrigues entorn de l'oleoturisme unint iniciatives públiques i privades per tal d'avançar conjuntament.
- Definir el full de ruta de la implementació de l'estratègia turística en base a les accions incloses en el pla estratègic i d'altres que es puguin anar definint en un futur.
- Cohesionar als diferents agents vinculats al món de l'oli sota una estratègia conjunta

**Descripció**

L'estratègia de centrar l'oferta turística de la comarca entorn de l'oli ja té una trajectòria a les Garrigues des de fa temps, tanmateix, cal articular de forma més desenvolupada aquesta estratègia unint diferents agents públics i privats de diferents sectors econòmics als quals l'oli n'és un recurs transversal: sector agrari, la indústria agroalimentària, el turisme, el comerç, els centres de salut i d'estètica (oleoteràpia), etc.

Es planteja estructurar l'estratègia en els següents àmbits:

- Oli-producte: sector agrari i agroalimentari
- Oli-gastronomia: restaurants i espais on es poden fer degustacions, cates, maridatges, etc.
- Oli-paisatge: guies de natura, empreses d'activitats ecoturístiques, pagesos, etc.
- Oli-turisme: allotjaments, museus i espais patrimonials, organitzadors de fires, festes, festivals i altres esdeveniments
- Oli-salut: centres d'estètica o de salut, allotjaments interessats en oferir serveis d'oleoteràpia.
- Oli-comerç: comerços i agrobotigues

**Activitats i metodologia**

Les línies de treball per tirar endavant aquesta estratègia estableixen una tipologia d'accions interrelacionades, l'assoliment de les quals anirà donant coherència i fortalesa al procés d'enfortiment de la comarca com a destinació turística especialitzada en oleoturisme que ofereix serveis de qualitat i productes singulars i atractius.

Aquestes línies de treball són:

1. Formació
2. Creació de productes
3. Promoció i comunicació
4. Comercialització



## 5. Avaluació

A nivell metodològic, el disseny de l'estratègia turística que posicioni la comarca de les Garrigues com a destinació d'Oleoturisme a Catalunya ha de passar per establir un full de ruta que inclogui les següents activitats:

- a) **Conceptualització de l'estratègia** detallant els àmbits temàtics identificats i establint les interrelacions entre els diferents sectors econòmics.
- b) **Diagnòstic de l'oferta:** anàlisi detallada dels recursos vinculats a l'oli, dels productes d'oleoturisme actuals i elaboració d'una base de dades dels agents claus a vincular entorn de l'oleoturisme en funció dels àmbits i sectors definits.
- c) **Elaborar un manual de recomanacions** sobre què pot fer cada sector per adaptar-se i alinear-se amb l'oleoturisme
- d) **Concreció del full de ruta** a seguir per implementar l'estratègia a partir de les actuacions incloses dins el *P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues* del Pla estratègic territorial de la comarca de les Garrigues 2015-2025.

La implementació d'aquest full de ruta de les accions passarà per establir, en primer lloc, **un grup de treball amb representants dels diferents sectors econòmics amb vinculació amb l'oli** per anar avançant conjuntament en la posada en marxa de les accions per tal que tots els sectors facin els passos necessaris per coresponsabilitzar-se dels productes i serveis que oferiran dins l'estratègia d'oleoturisme de les Garrigues.

### Referències:

- ⇒ *Estudi "Oleoturisme a Catalunya" (2013) elaborat per Ariadna Boixader per encàrrec de la Direcció General de Turisme i l'Agència Catalana de Turisme.*
- ⇒ *Estudi "Oleoturisme i paisatges de l'oli" (2011) elaborat per La Llena ambiental per encàrrec del Consell Comarcal de les Garrigues.*

### Resultats

1. Grup de treball de diferents sectors entorn de l'oli constituït per treballar conjuntament per l'estratègia d'oleoturisme de la comarca.
2. Manual de recomanacions redactat sobre què pot fer cada sector per adaptar-se i alinear-se amb l'oleoturisme.
3. Estratègia de l'Oleoturisme a les Garrigues consensuada i redactada.

### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)
- Sector agrari i agroindustrial
- Sector comerç
- Centres d'estètica i de salut (Oleoteràpia)
- Museus i espais expositius i d'interpretació
- Organitzadors de fires i festes entorn de l'oli

### Destinatari

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector agrari i agroindustrial</li> <li>- Sector comerç</li> <li>- Centres d'estètica i de salut (Oleoteràpia)</li> <li>Museus i espais expositius i d'interpretació</li> <li>Organitzadors de fires i festes entorn de l'oli</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'1 tècnic al 80% durant 5 mesos o contractació externa per un import de 10.900€.  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme</li> <li>- Recursos propis</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis i si no se'n disposa, empresa de serveis externa contractada</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 15-20 persones integrants del grup de treball d'oleoturisme</li> <li>- Mínim de 4 reunions realitzades</li> <li>-</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1 &gt; Conceptualització de l'estratègia</li> <li>- Mesos 2-3&gt; Diagnòstic de l'oferta actual</li> <li>- Mes 3-4&gt;Redacció del manual d'adaptacions a l'oleoturisme</li> <li>- Mes 5&gt; Constitució del Grup de Treball d'oleoturisme</li> <li>- Mes 5 &gt; Inici de la posada en marxa del full de ruta de les accions programades dins del projecte 4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
| <b>Línia estratègica</b>   |  |
| <b>4. Competitivitat empresarial</b>   |  |
| <b>A.1.4.2</b>   | <b>Projecte</b>  |
|  | <b>P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues</b> |
|  | <b>ACCIÓ</b>   |
| <b>PROGRAMA FORMATIU PER MILLORAR LA PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR TURÍSTIC EN BASE A L'OLEOTURISME</b> |  |
| <b>Tipus de projecte:</b> Formació   |  |
| <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |  |

### Objectius

- Dotar de les eines formatives clau perquè els agents dels diferents sectors econòmics amb vinculació amb l'oli siguin capaços d'oferir productes i serveis de qualitat i professionalitzats entorn de l'oleoturisme.

### Descripció

Aquest programa aniria dirigit a establiments turístics (restaurants, allotjaments, empreses de serveis), però també a productors d'oli, museus i espais interpretatius i patrimonials, comerços, agrobotigues, centres d'estètica (oleoteràpia), entre d'altres.

De fet, el programa formatiu es podria estructurar en els àmbits de l'estratègia per donar a conèixer les potencialitats de l'oleoturisme en cada sector i millorar els coneixements en la gestió i la qualitat dels serveis que es podrien oferir en cada àmbit:

- Oli-producte: sector agrari i agroalimentari
- Oli-gastronomia: restaurants i espais on es poden fer degustacions, cates, maridatges, etc.
- Oli-paisatge: guies de natura, empreses d'activitats ecoturístiques, pagesos, etc.
- Oli-turisme: allotjaments, museus i espais patrimonials, organitzadors de fires, festes, festivals i altres esdeveniments
- Oli-salut: centres d'estètica o de salut, allotjaments interessats en oferir serveis d'oleoteràpia.
- Oli-comerç: comerços i agrobotigues

### Activitats i metodologia

Aquest programa formatiu inclourà diferents mòduls amb un total de 16 sessions amb un total de 50 hores formatives i 1 viatge d'intercanvi d'experiències d'entre 2 i 3 dies. Les sessions es proposa que es realitzin dos dies seguits en setmanes alternes.

#### Mòdul 1. Innovació en la cultura de l'oli

- **Bloc I. Com aplicar el concepte de la "Cultura de l'oli" a les Garrigues?** 2 sessions de 3h

L'oli ha estat i continua sent un element identitari de la comarca i amb grans potencialitats per esdevenir el motor d'un procés de canvi. Perquè és, a més a més, un recurs que en la seva multiplicitat de funcions pot esdevenir un eix vertebrador que uneixi diferents sectors econòmics (agrari en la producció, industrial o artesanal en la transformació, comercial en la venda, turístic com

a motivació per visitar el territori, etc.). L'oli també ha tingut la funció de modelador del paisatge humanitzat de les Garrigues i ha condicionat el tipus de cultiu, les construccions de pedra seca i ha contribuït a mantenir un tipus de flora i fauna genuïnes.

Cal, però, treballar sota un paraigües comú i integrador que respongui a una forma d'entendre la vida, a un plantejament que interrelacioni les diferents esferes de la realitat de la comarca, és a dir, treballar sota l'eix comú de la "cultura de l'oli" per tal que, progressivament, aquest concepte es vagi estenent i s'articuli en una estratègia concreta que haurà posat en valor els propis recursos i els haurà potenciat perquè esdevinguin el motor del propi desenvolupament econòmic.

- **Bloc II. Com aplicar la innovació entorn de l'oli a les Garrigues?** 5 sessions de 3h

Perquè cal atrevir-se a mirar la mateixa realitat de sempre amb uns nous ulls, perquè cal atrevir-se a reinventar-se, a posar en pràctica nous plantejaments encaminats a revaloritzar aquells elements que ens diferencien i ens identifiquen la pròpia identitat. La conjuntura econòmica actual ens obliga a innovar, a aplicar noves tècniques i noves formes de treballar, sobretot en xarxa, per optimitzar recursos i ser el màxim d'eficients i rendibles.

- a) **Innovació en la producció de l'oli** (canvis vinculats al regadiu- Canal Segarra Garrigues-, millores tècniques, canvis en la PAC) 1 sessió de 3h
- b) **Innovació en la comercialització de l'oli:** nous mercats, nous productes, nous formats. 1 sessió de 3h
- c) **Nous productes derivats de l'oli:** olis aromatitzats, olivades, salses, gelat, conserves, bombons o xocolata, etc. 1 sessió de 3h
- d) **Usos culinaris innovadors entorn de l'oli:** nous menús, maridatges de productes locals amb l'oli, etc. 1 sessió de 3h
- e) **Nous productes no alimentaris derivats de l'oli:** cosmètica, salut, oleoteràpia, etc. 1 sessió de 3h

## **Mòdul 2. Oleoturisme: experiències d'èxit**

- **Bloc I. Anàlisi de casos de referència en el món de l'oleoturisme per identificar bones pràctiques. Taula rodona.** 1 sessió de 5h
- **Bloc II. Intercanvi d'experiències entorn de l'oleoturisme: viatge de familiarització a una destinació consolidada.** 1 viatge de 2-3 dies per unes 20-25 persones.

## **Mòdul 3. Professionalització en la cultura de l'oli:** 8 sessions de 3h

- **Bloc I. Eines per millorar la qualitat de l'atenció al client** 2 sessions de 3h
- **Bloc II. Tècniques de màrqueting vivencial: storytelling pels negocis amb vinculació a l'oli** 2 sessions de 3h
- **Bloc III. Promoció de l'oleoturisme per mitjà de les xarxes socials** 2 sessions de 3h
- **Bloc IV. Conceptes claus en anglès per atendre al turisme estranger especialitzat en Oleoturisme** 2 sessions de 3h

## **Resultats**

1. Professionals del món de l'oli que han millorat la seva formació entorn del concepte de la cultura de l'oli i l'oleoturisme.
2. Serveis millor estructurats.
3. Qualitat de l'atenció al client incrementada.
4. Destinació turística de les Garrigues més competitiva i millor

|  |  |
|--|--|
|  | posicionada.   |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)</li> <li>- Sector agrari i agroindustrial</li> <li>- Sector comerç</li> <li>- Centres d'estètica i de salut (Oleoteràpia)</li> <li>- Museus i espais expositius i d'interpretació</li> <li>- Organitzadors de fires i festes entorn de l'oli</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)</li> <li>- Sector agrari i agroindustrial</li> <li>- Sector comerç</li> <li>- Centres d'estètica i de salut (Oleoteràpia)</li> <li>- Museus i espais expositius i d'interpretació</li> <li>- Organitzadors de fires i festes entorn de l'oli</li> <li>- Informadors turístics (oficines i punts d'informació turística)</li> </ul> |
| <b>Pressupost</b>  | <p><b>Mòduls:</b> Dedicació d'1 tècnic al 40% durant 8 mesos o contractació equip tècnic extern per a la cerca dels ponents, disseny del programa, gestió de les inscripcions dels mòduls i coordinació de les sessions: 8.700€</p> <p>Contractació dels ponents: 10.000€ (50h a 200€/h)</p> <p><b>Intercanvi experiències:</b> Caldria definir la destinació de l'intercanvi: import aproximat de 18.000€.</p>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme</li> <li>- Alumnes matriculats als mòduls</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis o empresa de serveis externa per la coordinació dels mòduls</li> <li>- Cessió d'un espai per realitzar les sessions formatives</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 25-30 professionals de la comarca amb vinculació al món de l'oli participants en el programa formatiu.</li> <li>- Entre 8-10 empreses que han identificat innovacions que realitzaran a les seves empreses per potenciar la cultura de l'oli en la seva estratègia empresarial.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents.</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt;Cerca de ponents, elaboració del programa i edició dels materials de difusió dels mòduls</li> <li>- Mes 2&gt;Difusió i coordinació de les inscripcions</li> <li>- Mesos 3-6&gt;Execució dels mòduls</li> </ul>  |

- Mes 7 Intercanvi d' experiències
- Mes 8 > Avaluació dels mòduls i entrega certificats d' aprofitament

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.4.3

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

**PROGRAMA FORMATIU EN GUIATGE INTERPRETATIU DEL PATRIMONI I DE CONDUCCIÓ DE GRUPS**

**Tipus de projecte:** Formació

**Període d'inici:** Curt (2016-2017)

**Objectius**

- **Capacitar als agents turístics locals** (sector privat i sector públic) en eines i habilitats de gestió del patrimoni, així com en tècniques de guiatge per poder oferir visites guiades de qualitat entorn del ric patrimoni de la comarca de les Garrigues.
- **Capacitar a professionals de diferents disciplines interessats en professionalitzar-se en el guiatge i la interpretació** (tant personal en actiu com persones en situació d'atur que vulguin millorar la seva formació en el seu procés de recerca de feina o d'autoocupació).
- **Enfortir la relació i la cooperació** entre els productors d'oli, els gestors del patrimoni local i els agents turístics locals per tal de poder treballar una oferta d'oleoturisme més articulada i unificada.

**Descripció**

El programa formatiu combinarà la teoria amb la pràctica aplicada a casos reals de la comarca de les Garrigues per tal d'orientar al màxim els resultats al territori d'actuació. S'estructurarà en dues parts complementàries com són la interpretació i la gestió i es convidaran experiències d'empreses especialitzades en aquest sector emergent per transferir bones pràctiques a les noves empreses que es puguin crear arran d'aquests mòduls formatius.

Les persones que assisteixin en aquests mòduls formatius hauran d'elaborar un projecte propi centrat en algun recurs patrimonial o museístic de la comarca a partir dels coneixements assolits durant els diferents mòduls. Si a la finalització dels mòduls no s'entrega aquest projecte no es podrà obtenir el certificat d'aprofitament d'aquesta formació qualificada.

**Activitats i metodologia**

Aquesta acció formativa consta de 36 h lectives i s'estructura entorn de 3 mòduls i 9 sessions de 4h cada una:

**Mòdul 1. Eines per a la interpretació del patrimoni (24h)**

*Sessió 1. Didàctica del guiatge (4h).*

- Què és la didàctica patrimonial? Límits i possibilitats.
- Eines, recursos i estratègies per a explicar, comunicar i interpretar el patrimoni.
- Els guies i educadors com a eixos centrals de l'acció didàctica patrimonial.

*Sessió 2. Interpretació del patrimoni I (4h).*

- La Interpretació del patrimoni és una disciplina. Definició i orígens. Àmbits d'aplicació. Els principis de Freeman Tilden. Objectius. El concepte de patrimoni integral. Públic destinatari.
- El vehicle de la interpretació: el llenguatge. Definició de llenguatge. Diferents tipus de llenguatge. Oral i escrit. Llenguatge no verbal. Recursos. Redacció interpretativa.

*Sessió 3. Interpretació del patrimoni II (4h).*

- La persona que fa interpretació. Qualitats. Competències. Objectius. Formació. Avaluació professional.
- L'activitat interpretativa. El projecte previ. Equip de treball i/o treball isolat. Objectius, destinataris. Flexibilitat. Processos cognitius. Dinàmica general de l'activitat. Trucs de l'ofici (combatre el pànic escènic, gestió de problemàtiques en el desenvolupament de l'activitat).

*Sessió 4. Tècniques d'interpretació en el guiatge professional I (4h).*

- El poder de la paraula i la suggestió.
- El llenguatge verbal i gestual.
- Gestió de la mobilitat del públic al llarg de la visita turística.

*Sessió 5. Tècniques d'interpretació en el guiatge professional II (4h)*

- L'avaluació de l'activitat interpretativa com a eina per a la millora professional.
- Assistència a un guiatge i aplicació d'avaluació posterior.
- Pautes d'avaluació d'un guiatge. Avaluació conjunta de la visita realitzada. Identificació de punts forts i punts febles dels guiatges.

*Sessió 6. Tècniques d'interpretació en el guiatge professional II (4h)*

- Com fer un guió d'activitat d'interpretació del patrimoni
- Els diferents passos d'un guió interpretatiu. La frase tema. Rellevant a l'ego. Valors universals.
- Treball en grup per a fer-ne un i exposar-lo.

**Mòdul 2. Models de negoci i bones pràctiques d'empreses de guiatge (8h).**

*Sessió 7. Eines i recursos per al disseny del model de negoci (4h)*

- Les formes jurídiques. Formes jurídiques més comuns, avantatges i inconvenients, altres fórmules sense personalitat jurídica.
- El treballador autònom. Passos a seguir per donar-se d'alta, la capitalització de l'atur
- El model de negoci i l'eina Canvas.

*Sessió 8. Taula rodona d'experiències d'empreses de guiatge (4h)*

- Part 1. Exposició de les empreses de guiatge presents.
- Part 2. Preguntes realitzades per part de la persona moderadora
- Part 3. Debat obert amb l'alumnat

**Mòdul 3. Pràctiques finals de mòduls**

*Sessió 9. Presentació de les pràctiques finals de mòduls (4h)*

Cada alumne es prepararà la seva pràctica centrada en la programació d'una activitat guiada o d'un projecte d'interpretació del patrimoni que exposarà davant la resta dels alumnes i de l'equip docent i de coordinació. La pràctica haurà estat pautada prèviament amb un tutor/a de l'equip de coordinació que guiarà la redacció de la pràctica. L'exposició estarà limitada a 10 minuts i es podrà escollir lliurement les eines de suport per realitzar-la (powerpoint, prezi, etc.)

**Resultats**

1. Facilitació d'una **formació aplicada** que vinculi la interpretació del patrimoni amb l'activitat turística dirigida a estudiants de disciplines com el turisme, la història, la geografia o la història de l'art, que es vulguin especialitzar en l'àmbit del guiatge interpretatiu.
2. **Millora de la formació dels tècnics i gestors de museus i equipaments patrimonials** de la comarca de les Garrigues per ampliar l'oferta de serveis de guiatges que es podrien oferir des d'aquests espais.
3. **Obertura de noves possibilitats laborals** per professionals en situació d'atur interessats en reorientar la seva trajectòria laboral vers el guiatge interpretatiu i tinguin a més, interès en crear la seva pròpia empresa o oferir els seus serveis a altres empreses.

**Actors responsables de** - Consell Comarcal de les Garrigues



|  |   |
|--|---|
| <b>l'execució del projecte</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)</li> </ul>   |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sector turístic privat</li> <li>- Gestors de museus i equipaments patrimonials</li> <li>- Estudiants de disciplines com la història, la història de l'art, la geografia o les humanitats que es vulguin professionalitzar en el guiatge interpretatiu.</li> <li>- Joves i persones en situació d'atur amb interès en formar-se com a guies d'interpretació del patrimoni i crear la seva empresa.</li> </ul> |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dedicació d'1 tècnic al 40% durant 6 mesos o contractació equip tècnic extern per a la cerca de ponents, coordinació de les sessions, gestió de les inscripcions, supervisió dels projectes finals de mòdul i avaluació: 6.800€</li> <li>- Contractació de ponents: 5.000€</li> </ul>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Ocupació</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme</li> <li>- Alumnes matriculats als mòduls</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis o empresa de serveis externa per la coordinació dels mòduls</li> <li>- Cessió d'un espai per realitzar les sessions formatives</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 persones formades en guiatge interpretatiu.</li> <li>- Entre 3-4 empreses de guiatge interpretatiu de nova creació o en vies de constituir-se a la comarca de les Garrigues</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents.</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt;Cerca de ponents, elaboració del programa i edició dels materials de difusió dels mòduls</li> <li>- Mes 3&gt;Difusió i coordinació de les inscripcions</li> <li>- Mesos 4-6&gt;Execució dels mòduls</li> <li>- Mes 6 &gt; Avaluació dels mòduls i entrega certificats d'aprofitament</li> </ul>  |

Línia estratègica

1. Competitivitat empresarial

A.1.4.4

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

Acció

**SEMINARI DE CREACIÓ DE PRODUCTES I EXPERIÈNCIES TURÍSTIQUES: OLEOTURISME, ECOTURISME I TURISME ACTIU**

**Tipus de projecte:** Seminaris i jornades

**Període d'inici:** Curt (2016-2017) Oleoturisme/ Mitjà (2018-2021) ecoturisme i turisme actiu

**Objectius**

- Crear productes turístics d'oleoturisme en base a l'estratègia definida i al programa formatiu realitzat.
- Donar a conèixer al sector turístic de Les Garrigues les potencialitats de l'ecoturisme i del turisme actiu de la comarca com a modalitats turístiques a desenvolupar al territori complementàries a l'oleoturisme.
- Donar eines a futurs nous emprenedors/es que vulguin crear una empresa turística a la comarca com una oportunitat laboral.

**Descripció**

La comarca de les Garrigues té una mancança important en l'oferta de productes turístics estructurats tant en la vessant de l'oleoturisme com d'altres modalitats turístiques complementàries.

Per tal de fomentar la seva creació, es proposa l'organització d'uns seminaris de creació de productes d'oleoturisme destinats a les cooperatives i molins d'oli, allotjaments, restaurants, empreses d'activitats, museus i centres d'interpretació, altres productors agroalimentaris amb possible vinculació al món de l'oli, etc. interessats en organitzar activitats i productes basats en el recurs de l'oli en el marc de l'estratègia d'Oleoturisme.

Es cercarà de forma explícita la col·laboració i participació d'agències de viatge receptives de les Garrigues i de zones properes, interessades en comercialitzar els productes turístics resultants d'aquests seminaris.

Les propostes d'experiències turístiques dissenyades seran promocionades dins la campanya d'oleoturisme que s'impulsarà a la comarca i que caldrà anar actualitzant i nodrint de nous continguts cada nova temporada turística.

**Activitats i metodologia**

Aquests seminaris de creació de producte turístic estan centrats en la metodologia basada en la cooperació i col·laboració de diferents agents per tal de donar a llum als productes turístics en un procés de creació compartit.

Per tant, la idea seria aplicar el mateix procediment metodològic per a la creació de productes ja siguin d'oleoturisme, ecoturisme o turisme actiu, però a nivell de calendari cada tipologia de productes es crearia en una anualitat diferent per tal d'anar avançant de forma ordenada i

estructurada.

La primera anualitat seria per als seminaris d'oleoturisme, la segona anualitat pels seminaris d'ecoturisme i la tercera anualitat pels seminaris de turisme actiu.

Específicament, els seminaris de creació de producte turístic s'estructurarien en 6 sessions en setmanes alternes: 1 *Meetingpoint* i 5 *workshops* temàtics:

**MEETING POINT. Sessió 1.** Consistirà en dues parts diferenciades:

*Una primera part teòrica: Introducció teòrica:*

- Destinació, recursos, productes i paquets
- El cicle de vida d'un producte turístic
- Tendència dels mercats turístics
- Característiques del nou consumidor
- Tendències: especialització i captació de noves demandes
- Tendències en productes: adaptació de les activitats tradicionals a les noves demandes

*Una segona part pràctica:* Espai de trobada dels agents turístics per mitjà de la tècnica "face to face" per organitzar parelles entre les persones assistents per tal que en períodes curts de temps, exposin les característiques de la seva empresa i dels serveis que ofereixen, així com els seus interessos a l'hora de cercar socis per tal de desenvolupar nous productes turístics en el territori.

Un cop realitzada aquesta part d'intercanvi i coneixement, es donaria pas a una dinàmica per identificar els interessos dels participants en propostes concretes de productes turístics que es plantejaran com a punt de partida per als *workshops* temàtics.

## **WORKSHOPS TEMÀTICS**

Sessió 2. De la idea al producte: *definir els socis de cada idea de producte*

Consistirà en una primera part de la sessió en què es recollirà una "pluja d'idees" entorn de noves propostes de productes turístics experiencials; i una segona part de la sessió, en la qual s'identificaran els "socis" de cada una de les idees interessats en dur-la a la pràctica. Cada "soci" potencial haurà d'especificar quin servei podria aportar per tal de completar una proposta completa de producte o paquet turístic.

Sessió 3 i 4. Definim el producte turístic

***Sessió 3: conceptualització i estructuració***  
***Sessió 4: segments de demanda***

Per tal de poder avançar en la definició de la idea de producte que es tingui cal anar dotant de contingut la proposta per mitjà de la resposta a les següents qüestions:

- Què oferim? Nom del producte.
- Qui som els que l'ofereim? Socis del producte.
- A qui li oferim? Segments de mercat: turisme familiar i accessible
- Com li oferim? Com ho podrà comprar/reservar la clientela? Eines de promoció.
- A quina època de l'any li oferirem? Quins horaris? Estacionalitat.
- Quant costa el que li oferim? Preu.
- Quan traurem al mercat el producte? Cronograma dels passos a seguir.

D'aquesta forma, es podrà treballar la proposta del concepte de "producte turístic" tenint molt present el cicle de vida d'un producte, els seus components i el procés per donar-li forma i posar-lo al mercat.

## Sessió 5 i 6. Posicionem el producte turístic

### *Sessió 5 : comunicació i promoció* *Sessió 6: comercialització i acords de gestió i avaluació*

#### **Amb el producte/paquet dissenyat, cal treballar:**

- L'estratègia de promoció (missatge, materials, canals de promoció, mitjans de comunicació, etc.)
- L'estratègia de comercialització (reserves, descomptes, comissions, vies de comercialització directa o amb intermediaris, empreses de comercialització online com Atrápalo, Booking, Lets Bonus, Vivir vip o Club Catalunya Experience, etc.)
- Cronograma dels passos a seguir per treure el producte/paquet al mercat.
- Establiment de convenis entre els socis dels productes o paquets i definir el suport de l'ajuntament i altres administracions o entitats.

#### **Resultats**

1. Professionals vinculats al món de l'oli més formats entorn de la creació de productes turístics de qualitat.
2. Aliances establertes entre agents de diferents sectors per tirar endavant productes compartits.
3. Oferta turística de la comarca entorn de l'oleoturisme, l'ecoturisme i el turisme actiu ampliada i consolidada.

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Generalitat de Catalunya (Agència Catalana de Turisme)

#### **Destinatari**

- Sector turístic privat
- Tècnics locals (o en el seu defecte, regidors/es i alcaldes/es)
- Pagesos i productors d'oli
- Empresaris turístics
- Gestors de patrimoni
- Centres d'estètica i de salut
- Comerços

#### **Pressupost**

Dedicació d'1 tècnic al 50% durant 6 mesos o contractació equip tècnic extern per la logística dels seminaris, inscripcions, dinàmiques participatives i docència: 12.500€

#### **Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme
- Assistents als mòduls (copagament)

#### **Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Recursos humans propis o empresa de serveis externa per la realització i coordinació dels mòduls.
- Cessió d'un espai per realitzar les sessions formatives.

#### **Indicadors de seguiment**

- Entre 20-25 professionals vinculats al món de l'oli assistents als seminaris
- Entre 5-6 futurs emprenedors interessats en crear nous productes turístics assistents
- Valoració positiva per part dels assistents.

---

**Cronograma d'execució**

Per cada anualitat: Any 1: Oleoturisme; Any 2: ecoturisme; Any 3: turisme actiu

Mesos 1-2 >Elaboració del programa, definició de les dates de realització. Edició dels materials de difusió dels seminaris.

- Mes 3>Difusió i coordinació de les inscripcions als seminaris
- Mesos 4-5>Realització dels seminaris (Meeting point i workshops temàtics)
- Mes 6 > Avaluació de les sessions i recull de propostes de nous productes turístics com a resultats dels seminaris.

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.4.5

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

**JORNADES ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS ENTORN DEL PAISATGE DE LES GARRIGUES**

**Tipus de projecte:** Seminaris i jornades

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

**Objectius**

- Donar eines als agents turístics de la comarca sobre les potencialitats del paisatge de les Garrigues i de les activitats que s'hi poden dur a terme per valoritzar-lo.
- Donar a conèixer les potencialitats de l'ecoturisme, com a modalitat turística que té un dels seus eixos clau entorn del paisatge d'un territori.

**Descripció**

L'objectiu d'aquestes jornades és posar en valor el paisatge de les Garrigues com un recurs econòmic juntament amb altres recursos de patrimoni natural com són els espais naturals protegits de la comarca, el riu Set, el patrimoni de pedra seca, etc.

En base a aquests recursos naturals es poden dissenyar diferents productes turístics centrats en el senderisme, la bicicleta de muntanya, les marxes nòrdiques, els itineraris interpretatius, la fotografia de natura, l'observació d'ocells, etc. Alguns referents actuals de la comarca en aquest sentit serien les marxes nòrdiques culturals del Consell Esportiu, la Marxa nòrdica de les Cabanes de Volta dels Omellons o el producte de btt Pedals del Canal d'Urgell.

Totes aquestes iniciatives estarien emmarcades en el que es coneix com a ecoturisme. Hi ha, però, diferents definicions del concepte d'ecoturisme. Segons la Societat Internacional de l'Ecoturisme (1990), es pot definir com "Aquell viatge responsable a àrees naturals que conserva el medi ambient i garanteix el benestar de les poblacions locals". Des de Catalunya, també s'ha elaborat una definició de l'ecoturisme que l'identifica amb aquell "segment de l'activitat turística que utilitza de manera sostenible el patrimoni natural i cultural, n'incentiva la conservació i busca la formació d'una consciència ambiental, alhora que promou la participació, la implicació i el benestar de les poblacions autòctones locals" ((Nel·lo i Llanes, 2005).

Per tant, l'ecoturisme és una modalitat turística que genera una sèrie de beneficis molt enriquidors per un territori:

1. Contribueix a conservar el patrimoni natural i cultural dels indrets que es visiten.
2. Contribueix a millorar la qualitat de vida de les poblacions locals, incloent-les en els processos de planificació del sector, i promou que siguin empreses petites i de propietat local les que es beneficiïn dels ingressos derivats.
3. Procura reduir al màxim els impactes negatius sobre l'entorn natural i respecta la cultura i les tradicions locals.
4. Inclou elements interpretatius i educatius per informar i conscienciar els turistes sobre la necessitat de conservar la natura, la biodiversitat i el patrimoni cultural associat.

Segons el Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya (CADS), la motivació

central del turista que practica l'ecoturisme, a diferència d'altres modalitats turístiques, és contemplar, gaudir i conèixer les diverses manifestacions de la natura i el paisatge: espècies de fauna o flora emblemàtiques o difícils de veure, ecosistemes rars o amb algun interès especial, paisatges sublims, singulars o de gran bellesa cromàtica, formes geològiques espectaculars o poc freqüents, etc.

A nivell específic, el tipus d'activitats ecoturístiques que es podrien aplicar al context de la comarca de les Garrigues serien les següents:

- Observació d'aus (turisme ornitològic)
- Observació d'altra fauna com mamífers, insectes o papallones
- Observació de flora i rutes botàniques
- Itineraris per àrees d'interès geològic
- Visites a coves i avencs
- Itineraris senyalitzats per espais naturals protegits i paisatges d'interès
- Senderisme
- Cicloturisme centrat en la descoberta del paisatge
- Passejades i excursions a cavall per àrees d'interès natural
- Fotografia de natura
- Observació astronòmica

En aquest sentit, també el Pla de Gestió i Pla Especial dels Espais Naturals Protegits de la Plana de Lleida ja inclou una línia d'actuació orientada a "potenciar l'ús públic i les activitats turístiques basades en l'aprofitament dels valors naturals paisatgístics, històrics i culturals". La comarca de les Garrigues compta amb un gairebé 9% de la seva superfície d'especial protecció integrada en diferents Espais d'Interès Natural, que correspon a 7.015,47 hectàrees, distribuïdes en 6 Espais Naturals Protegits: Els Bessons, Mas de Melons-Alfés, Secans de Belianes-Preixana, Vall de Vinaixa, Muntanyes de Prades i Serra del Montsant.

### Activitats i metodologia

Per tal de poder conèixer, avaluar i debatre les oportunitats que el paisatge pot representar per la comarca de les Garrigues es proposa el següent seminari, dirigit, principalment, al sector turístic de la comarca i també als tècnics de les administracions locals que fan la funció de promoció turística del territori i dels seus municipis en particular.

Es planteja realitzar el seminari a la primavera per ser un dels moments més atractius del paisatge de les Garrigues ja que es completaria el seminari amb una visita a camp i una sessió de treball posterior. Hi hauria la possibilitat de dur a terme aquest seminari al Centre d'Interpretació dels Secans, ubicat a la finca de Mas de Melons-Matxerri (Castelldans), com un espai que pot esdevenir emblemàtic de la comarca en la línia de l'ecoturisme.

#### 1er dia. Part teòrica i taula rodona.

- Sessió I. **L'oli com a modelador del paisatge. Creació de productes turístics a partir del paisatge de l'oli.**
- Sessió II. **Què és l'ecoturisme? Quines activitats ecoturístiques serien idònies per a la comarca de les Garrigues?**
- **Taula rodona:** amb la participació d'empreses ecoturístiques que operin en territoris similars a les Garrigues (entre 3 i 4 empreses). Exemple d'empresa que organitza tours de *birdwatching* (observació d'ocells) i viatges de fotografia de natura als Secans de Lleida: *Birdinginspain*

([www.birdinginspain.com](http://www.birdinginspain.com)).

- Experiència convidada: pendent de definir

### 2n dia. Visites de camp.

Les persones inscrites al seminari duran a terme dues visites de camp a diferents indrets de la comarca de les Garrigues per conèixer activitats ecoturístiques que s'hi poden practicar.

Es podria combinar un itinerari d'observació d'ocells, amb una visita a un "hide" (amagatall) per realitzar fotografia de natura o un itinerari botànic. Es prioritzaran aquelles activitats que comptin amb empreses d'ecoturisme que operin a les Garrigues, o si no n'hi ha, en territoris veïns com ara el Segrià, el Pla d'Urgell, la Segarra o les Garrigues.

### Resultats

1. Sector turístic local més format entorn de l'ecoturisme i de les potencialitats del paisatge per tal de buscar aliances amb empreses que s'hi dediquin a l'hora d'atreure nous segments de mercat.
2. Recull de propostes per fomentar l'ecoturisme a la comarca fruit del seminari.
3. Sorgiment de nous productes i noves iniciatives empresarials a la comarca entorn de l'ecoturisme.

### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)

### Destinataris

- Pagesos/es
- Responsables de negocis turístics
- Tècnics i polítics dels ajuntaments

### Pressupost

Dedicació d'1 tècnic al 30% durant 4 mesos o contractació equip tècnic extern per a la cerca dels ponents, disseny del programa, gestió de les inscripcions del seminari, coordinació de les sessions i acompanyament al grup en les sortides de camp.: 3.800€  
Cost ponents: 3.000€

### Possibles fonts de finançament

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme

### Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten

- Recursos humans propis o empresa de serveis externa per la realització i coordinació del seminari.
- Cessió d'un espai per realitzar les sessions formatives.

### Indicadors de seguiment

- Entre 20-25 persones assistents al seminari
- Entre 3-4 futurs emprenedors en noves iniciatives en ecoturisme
- Valoració positiva per part dels assistents

### Cronograma d'execució

- Mesos 1-2 >Elaboració del programa, cerca de ponents, definició de les dates de realització i disseny visites de camp. Edició dels materials de difusió del seminari.
- Mes 2>Difusió i coordinació de les inscripcions al seminari
- Mes 3 >Realització del seminari (sessió teòrica i sessió pràctica)
- Mes 4 > Avaluació de les sessions i recull de propostes per fomentar



|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.4.6</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                | <b>1.Competitivitat empresarial</b>  |
|                | <b>Projecte</b>  |
|                | <b>P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues</b>   |
|                | <b>ACCIÓ</b>   |
|                | <b>PROGRAMA DE SUPORT, ACOMPANYAMENT I ORIENTACIÓ DELS PASSOS A SEGUIR PER A LA CREACIÓ DE NOUS NEGOCIS TURÍSTICS INNOVADORS</b> |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Assessorament estratègic   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |

#### Objectius

- Acompanyar a persones emprenedores que volen iniciar un negoci turístic innovador
- Orientar en la tipologia de negocis turístics necessaris per nodrir l'estratègia d'oleoturisme (sobretot, allotjament i empreses d'activitats)

#### Descripció

La comarca de les Garrigues presenta una oferta de places d'allotjament molt reduïda (314, al 2016) que dificulta la possibilitat d'incrementar el nombre de pernотacions a la comarca. Per altra banda, l'oferta d'allotjament actual ni està repartida per tot el territori ni està diversificada a nivell de modalitats d'allotjament.

Concretament, es compta amb 152 places d'establiments hoteleres o pensions, 68 places d'establiments de turisme rural, 82 places d'habitatges d'ús turístic i 12 places d'apartaments turístics. D'aquestes places, la meitat aproximadament inclou servei de restauració i l'altra meitat no (són allotjaments enfocats al lloguer de l'habitatge sencer per a grups grans).

De fet, Granyena de les Garrigues és el municipi que concentra, actualment, el major nombre de places seguit de les Borges Blanques i Arbeca. També hi ha 2 granges escoles (Juneda) i 2 Cases de colònies (Juneda i la Pobla de Cérvoles).

Hi ha 36 bars i restaurants, 2 agències de viatges emissores i 1 agència de viatges receptiva especialitzada en Oleoturisme. No hi ha càmpings ni albergs. No hi ha empreses de guiatge, només guies autònoms.

Per tant, s'evidencia la necessitat d'incrementar el nombre de negocis turístics que amplii l'oferta de serveis destinats al turisme de la comarca de les Garrigues i, en aquest sentit, s'enfoca aquest programa de suport, acompanyament i orientació dels passos a seguir per a la creació de nous negocis turístics innovadors a la comarca, especialment, allotjaments.

#### Activitats i metodologia

La metodologia que es preveu emprar en aquest programa de suport, acompanyament i orientació de passos a seguir seria la següent:

### **Seminari 1. Taller d'innovació i creativitat. Oportunitats de negoci entorn de l'estratègia d'Oleoturisme a les Garrigues**

- Motivar de la importància d'una actitud emprenedora. Es treballaran aspectes bàsics com l'aprenentatge, el diàleg, la cultura del fracàs, etc.
- Inspirar per a la incorporació d'ingredients innovadors a les idees de negoci dels participants, especialment, en el context de l'estratègia de l'oli com a atractiu turístic i les diferents vessants de l'oleoturisme.
- Contribuir a fer aflorar oportunitats de negocis entorn de l'oleoturisme a les Garrigues.
- Proporcionar l'espai per la creativitat i el diàleg i per a la generació i formulació de les idees de negoci. S'incentivarà que els participants comparteixin les seves idees i les alimentin amb les contribucions dels altres.
- Formar en el coneixement i l'ús de l'eina Business Model Generation.

### **Seminari 2. Seminari prototips de negoci en el context de l'estratègia d'Oleoturisme a les Garrigues.**

- Analitzar conjuntament els Models de Negoci dels participants amb l'assessorament d'un consultor /a estratègic.
- Crear Prototips d'Empresa que permetin definir l'empresa tal i com es vol mostrar al mercat, als potencials clients, inversors, socis, etc.
- Aportar informació sobre fonts de finançament accessibles (Programa Leader, accés a crèdits, etc.)

### **Seminari 3. Seminari presentació dels prototips de negoci en el context de l'estratègia d'Oleoturisme a les Garrigues.**

Presentació a agents públics i privats del sector turístic de les Garrigues dels prototips dels serveis que es voldran oferir per rebre orientacions, recomanacions i inclòs establiment de contactes comercials.

Entre el seminari 1 i 2 i entre el seminari 2 i 3 les persones inscrites al programa han d'anar donant forma als seus prototips de negoci i model d'empresa que volen impulsar. Aquest treball intern dels emprenedors serà imprescindible per avançar en els continguts de les seves noves empreses.

#### **Resultats**

1. Emprenedors/es motivats i amb capacitats formatives millorades per emprendre negocis empresarials en el sector turístic
2. Nous negocis creats o creació de nous serveis per a negocis ja existents.

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)

#### **Destinataris**

- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)
- Emprenedors/es amb interès en crear nous negocis turístics

#### **Pressupost**

Contractació equip tècnic extern: 6.500€

#### **Possibles fonts de finançament**

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica –Global Lleida
- Emprenedors/es participants en el programa

---

**Recursos humans,  
tecnològics i de serveis  
que es necessiten**

- Empresa de serveis externa per la impartició dels seminaris
- Cessió d'un espai per realitzar els seminaris

**Indicadors de seguiment**

- Entre 10-15 persones participants en el programa
- Entre 5-8 empreses de nova creació o en vies de constituir-se a la comarca de les Garrigues.
- Valoració positiva per part dels assistents

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Disseny dels continguts dels seminaris i preparació dels materials de difusió
- Mes 3 > Difusió i coordinació de les inscripcions
- Mesos 4-6 > Realització dels seminaris
- Mes 6 > Avaluació dels resultats dels seminaris i informe final

Línia estratègica  
1.Competitivitat empresarial

A.1.4.7

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

**CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE LES EXPERIÈNCIES  
D'OLEOTURISME DE LES GARRIGUES**

**Tipus de projecte:** Campanya

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

**Objectius**

- Donar a conèixer les Garrigues com a destinació especialitzada en Oleoturisme
- Posicionar a les Garrigues dins del mapa turístic català, en primer terme, i dins del mapa espanyol i europeu, en segon terme.

**Descripció**

L'oleoturisme és una modalitat turística que s'inclouria dins del *turisme gastronòmic*, el qual es distingeix per ser una forma de fer turisme en la qual la gastronomia del lloc que es visita és una de les motivacions principals del viatge. Les activitats del turisme gastronòmic estan pensades per persones de tot tipus que tinguin interès en experimentar una experiència culinària: des d'anar a restaurants reconeguts per la seva qualitat i singularitat, a visites de mercats, botigues de productes alimentaris locals, visites a productors agroalimentaris, participació en festes locals entorn d'algun producte alimentari, etc.

En aquests últims deu anys, s'ha produït un destacat creixement del turisme gastronòmic, especialment, de l'enoturisme i de l'oleoturisme a Catalunya i també a l'estat espanyol. Cada cop hi ha més rutes gastronòmiques que són sinònim de qualitat dels seus productes i que atrauen a un gran nombre de turistes interessats en conèixer els productes locals de cada zona. L'oleoturisme o turisme de l'oli pot esdevenir un motor de desenvolupament de les zones rurals que generi rendes complementàries per als pagesos i permeti desenvolupar un teixit empresarial de serveis al seu entorn.

En aquest context, l'Oleoturisme es defineix des de Turisme de Catalunya, "com una nova manera de tastar Catalunya, com una manera molt genuïna de submergir-se en la cultura catalana a través d'un element primordial de la dieta mediterrània com és l'oli d'oliva verge". A més, cal tenir present que Catalunya, aquest 2016, és Regió Europea de la Gastronomia, important oportunitat d'esdevenir un reclam per visibilitzar el territori català conjuntament amb els seus atractius culinàris i productes alimentaris en el context europeu.

Actualment a Catalunya existeixen 5 denominacions d'origen protegides d'oli d'oliva a tot Catalunya, amb les seves peculiaritats i les seves singularitats:

- ⇒ **DOP Les Garrigues**
- ⇒ **DOP Oli de la Terra Alta**
- ⇒ **DOP Oli de l'Empordà**
- ⇒ **DOP Siurana**
- ⇒ **DOP oli del Baix Ebre-Montsià**

A banda, també hi altres zones catalanes productores d'oli sense una denominació d'origen protegida darrera, però, amb varietats d'olivera locals força significatives. Per tant, resulta de cabdal

importància analitzar com estan treballant l'oleoturisme en aquestes territoris productors d'oli per tal de que les Garrigues se'n pugui desmarcar i apostar per posicionar-se com la destinació catalana d'oleoturisme per excel·lència abans que no ho faci alguna d'aquestes altres.

L'objectiu general que es pretén assolir per mitjà d'aquesta campanya és difondre una imatge i una marca que identifiqui les Garrigues com una destinació turística de qualitat, especialitzada entorn de l'oleoturisme, però amb una gran riquesa patrimonial i altres serveis i productes complementaris. Per poder assolir aquest objectiu cal estructurar una campanya de comunicació per fer aquesta promoció que estigui pensada i reflexionada des del territori i amb la participació dels principals agents públics i privats vinculats al món de l'oli i al turisme a la comarca.

### Activitats i metodologia

La campanya es proposa estructurar en 4 fases que contemplen l'establiment de dinàmiques de grup amb persones coneixedores del territori, agents públics i privats clau i experts externs per treballar els plantejaments de la campanya des de diferents òptiques:

#### Fase 1. CONCEPTUALITZACIÓ

- **ANÀLISI: intern/entorn.** Avaluar els recursos amb què es compta: atractius, productes, experiències i serveis vinculats a l'oleoturisme. Identificar les característiques de la demanda i els segments de públic amb què compta actualment la comarca. Analitzar l'entorn i altres destinacions amb productes entorn de l'oleoturisme, definir conclusions, conceptes claus i objectius de la campanya.
- **DETERMINAR PÚBLIC OBJECTIU:** Estudi del públic objectiu, segmentar-lo per enfocar bé els missatges i canals, dins del concepte clau, per a cada públic concret d'acord a una estratègia segmentada diferenciada en funció dels àmbits temàtics de l'estratègia Oleoturisme a les Garrigues:
  - ⇒ Oli-producte: sector agrari i agroalimentari
  - ⇒ Oli-gastronomia: restaurants i espais on es poden fer degustacions, cates, maridatges, etc.
  - ⇒ Oli-paisatge: guies de natura, empreses d'activitats ecoturístiques, pagesos, etc.
  - ⇒ Oli-turisme: allotjaments, museus i espais patrimonials, organitzadors de fires, festes, festivals i altres esdeveniments
  - ⇒ Oli-salut: centres d'estètica o de salut, allotjaments interessats en oferir serveis d'oleoteràpia.
  - ⇒ Oli-comerç: comerços i agrobotigues

Segons estudis de demanda d'oleoturisme, **el perfil socioeconòmic de l'oleoturista** és una persona de mitjana edat, de nivell mitjà-alt de renda, amb parella o família procedent de zones urbanes. A nivell de motivacions, l'interessa la gastronomia, els productes locals i el patrimoni del territori que visita. Sap valorar la qualitat dels productes autòctons i està disposada a pagar un preu just per aquests productes. Sovint, també és una persona conscienciada amb l'entorn i familiaritzada amb tots els productes i serveis ecològics. Aprecia els valors del turisme rural com el tracte proper i familiar, està disposada a pernoctar al territori, tot i que en moltes destinacions d'oleoturisme encara avui en dia, l'oferta d'allotjament és insuficient. També l'interessa dur a terme activitats diverses d'experiències d'oleoturisme que puguin estructurar la seva estada al territori.

- **MAPES DE POSICIONAMENT:** Mapa actual (On som?) i mapa desitjat (on volem ser?).

#### Fase 2. DISSENY DE L'ESTRATÈGIA

- **ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ:** Establirà l'estratègia (Com ho farem?) a partir dels

resultats de la Fase 1, es crearan els Conceptes clau i es definiran com es comunicaran: creació d'accions segmentades i enfocades a cada públic. És important fer una campanya "mare", contínua en el temps, i d'altres de concretes, dirigides a cada públic en moments determinats de l'any.

- **PLA D'ACCIÓ:** Es definiran quines accions són necessàries en funció de cada target, en quins mitjans i el timing a seguir.
- **REALITZACIÓ DE LES ACCIONS:** Implicaria la implementació de les accions definides al pla d'acció i podria incloure accions com ara:
  - Creativitat de la campanya, de la marca i redacció dels continguts i lemes.
  - Disseny i realització de materials promocionals:
    - a) Catàleg d'experiències d'oleoturisme a les Garrigues amb informació pràctica de serveis i del territori, en general (en format digital i en paper).
    - b) Adaptació de la web Turisme Garrigues per alinear-la amb la campanya de comunicació de l'oleoturisme a les Garrigues.
    - c) Disseny d'accions de comunicació en premsa i revistes especialitzades
    - d) Accions de publicitat
    - e) Accions de merchandising
    - f) Llibre d'estil de la marca de la campanya
    - g) Traduccions dels materials a diferents llengües: català, castellà, anglès i francès
    - h) Vídeos promocionals, un per cada target definit en la fase 1.
  - Implementació de tota la campanya i comunicació via xarxes socials.
  - Organització d'esdeveniments de referència (a valorar conjuntament amb el Patronat de fires de les Garrigues i l'àrea de cultura del Consell Comarcal de les Garrigues).

### Fase 3. DIFUSIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- **DIFUSIÓ:** Comunicar i publicitar la campanya en cada mitjà, fer una presentació, notes de premsa, falques de ràdio, banners, anuncis, assistir a fires d'àmbit català, però també espanyol i europeu per donar a conèixer la campanya més enllà de Catalunya també. Altres accions de difusió en dates concretes i durant l'any. Redacció de recomanacions per a gabinet de premsa. Assumir els costos de publicació d'anuncis en mitjans especialitzats.

### Fase 4. AVALUACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- **ANÀLISI DELS RESULTATS:** Dossier resum de les accions de la campanya i resultats obtinguts: visites al web, més pernoctacions, més visites guiades realitzades, increment volum de vendes en el comerç, creació de noves empreses, reducció taxa d'atur, etc. Caldrà tenir molt present que és bàsica una continuïtat de la campanya de promoció en el temps, mantenint actualitzada la informació de les eines creades (web, xarxes socials), seguir anant a fires, fent notes de premsa, etc.

### **Resultats**

1. Destinació turística de les Garrigues millor posicionada al mercat turístic català i estranger.
2. Nombre de visites turístiques al territori incrementat
3. Nombre de pernoctacions a la comarca incrementat
4. Volum de venda directa de litres d'oli incrementat
5. Negocis turístics de la comarca millor posicionats i més consolidats.

### **Actors responsables de**

- Consell Comarcal de les Garrigues

|  |  |
|--|--|
| <b>l'execució del projecte</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)</li> <li>- Sector agrari i agroindustrial</li> <li>- Sector comerç</li> <li>- Centres d'estètica i de salut (Oleoteràpia)</li> <li>- Museus i espais expositius i d'interpretació</li> <li>- Organitzadors de fires i festes entorn de l'oli</li> </ul>   |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Segments de públic identificats per la campanya responen als diferents àmbits de l'estratègia: turistes interessats en el turisme gastronòmic, consumidors d'oli, persones interessades en les propietats de l'oli a nivell de salut, etc.</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'un tècnic al 30% de la dedicació durant 12 mesos i contractació d'una empresa especialitzada en comunicació. Pressupost estructurat en les diferents fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1a fase: 2.500€</li> <li>2a fase: 15.000€</li> <li>3a fase: 10.800€</li> <li>4a fase: cost inclòs</li> <li>Total estimat: 28.300€</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de serveis externa especialització en comunicació</li> <li>- Recursos propis</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de visites al web de Turisme Garrigues: 2.500, com a mínim</li> <li>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics: 40%</li> <li>- Augment de les visites guiades realitzades: 30%</li> <li>- Increment de les consultes realitzades a les oficines de turisme i punts d'informació turística de la comarca: 40%</li> <li>- Increment volum de vendes en el comerç: 20%</li> <li>- Increment de nous negocis turístics: 10%</li> <li>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube</li> <li>- Nombre de seguidors de les xarxes socials</li> </ul> |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt;Fase 1 Conceptualització</li> <li>- Mes 3-6&gt;Fase 2. Disseny de l'estratègia</li> <li>- Mesos 7-9&gt;Fase 3. Difusió de l'estratègia</li> <li>- Mes 10&gt; Fase 4. Avaluació de l'estratègia</li> </ul>   |

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.4.8

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

**APOSTA PER L'OBERTURA DELS ESPAIS TURÍSTICS ALS CAPS DE SETMANA I FESTIUS: OFICINES DE TURISME I PUNTS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA**

**Tipus de projecte:** Servei i coordinació

**Període d'inici:** Curt (2016-2017)

**Objectius**

- Ampliar i coordinar els punts d'informació turística de la comarca.
- Disposar d'una base de dades estructurada de potencials visitants que poden repetir la seva estada a les Garrigues o en poden fer difusió entre la seva xarxa de contactes.
- Uniformitzar la recollida de dades des de les oficines i punts d'informació turística per tal de poder generar el màxim d'informació d'interès de cara a estratègies de promoció i màrqueting.
- Recollir dades d'ocupació a la comarca.

**Descripció**

Les oficines d'informació turística tenen un paper fonamental en la formació i el desenvolupament d'una destinació turística. Constitueixen la porta d'entrada, i en definitiva, el primer contacte de les persones que demanen informació, dels viatgers, dels turistes que són al nostre territori i que desitgen informació, aclariments, orientacions per satisfer la voluntat de fer un itinerari, visitar un recurs o bé, aprofitar de forma més intensa la seva estada a la comarca. L'actuació de les persones que atenen a les oficines de turisme són la primera imatge que s'emporta qui hi demana informació.

Però avui en dia no hi ha prou de portar a terme les tasques d'orientació i d'informació a les persones que ho demanen. Les oficines s'han d'implicar més en el territori on actuen en tasques de sensibilització a la societat, en la definició de l'estratègia turística, en la revaloració dels recursos, en la comercialització de productes turístics i en la coordinació de les actuacions de promoció que s'han de realitzar. En aquest context, cal que els informadors turístics assumeixin un rol més dinàmic, més actiu, amb més capacitat d'interrelació amb el conjunt d'agents públics i privats d'una mateixa destinació turística.

Actualment, hi ha per una banda, una manca d'oficines de turisme i de punts d'informació turística que abastin a tota la comarca de les Garrigues i, per altra banda, no hi ha una coordinació de les oficines i punts d'informació que hi ha. Per aquest motiu, aquesta actuació s'enfoca a dos nivells: cercar vies per ampliar els espais d'informació al visitant i, alhora, coordinar, millorar i estructurar aquest servei, avui en dia, desarticulat.

**Activitats i metodologia**

Les activitats que es proposen per aquesta actuació serien les següents:

**Activitat 1. Crear un grup de treball amb les persones que gestionen actualment oficines de**



**turisme i punts d'informació turística a la comarca:** Espai Macià a les Borges Blanques, CCOC a la Granadella, Oficina de turisme d'Arbeca, entre d'altres.

**Activitat 2. Identificar als diferents municipis de la comarca quins altres espais públics o privats (museus, castells, agrobotigues, establiments turístics, etc.) podrien exercir la funció de punt d'informació turística,** establint una sèrie de compromisos que aquests punts haurien de complir a nivell d'horaris, habilitació de l'espai, formació, etc.

**Activitat 3. Dissenyar i realitzar una acció formativa específica** sobre la destinació turística de les Garrigues per a les persones que donarien informació turística de la comarca des d'aquests nous punts d'informació turística als diferents municipis.

**Activitat 4. Elaboració d'un protocol per uniformitzar la recollida d'informació en les oficines i punts d'informació turística** per recollir dades amb capacitat per donar resposta als nous hàbits de consum de la demanda:

- Elaborar un gestor estadístic homogeni **per recollir les dades de forma estructurada. El fet de poder comptar amb aquesta eina possibilita un coneixement extraordinari de les característiques de la demanda turística, dels recursos i dels productes, i aporta una informació molt valuosa als gestors turístics de les Garrigues.**
- Construir una base de dades i planificar mailings **amb propostes concretes i conjuntes per atraure l'atenció dels visitants.**
- Nodrir periòdicament aquesta base de dades **no només amb els contactes derivats des de l'oficina d'informació turística, sinó també derivats de les xarxes socials (amics, seguidors) per tal de dur a terme accions de promoció.**
- Identificar els interessos i motivacions de col·lectius concrets **que s'incorporin a la base de dades per tal d'oferir-los propostes adaptades al màxim a les seves necessitats. Realitzar mailings personalitzats.**
- **Recollir dades d'ocupació turística i de nombre de visitants dels recursos, museus i espais visitables per poder-los compartir amb tots els punts d'informació turística de la comarca (nombre, perfil, procedència, motivacions, grups d'edat, demandes, etc.)**

Un cop realitzat aquest protocol de forma consensuada amb els membres del grup de treball, es posarà en pràctica per avaluar el seu correcte funcionament i aplicar les mesures correctores que serien necessàries, si s'escau.

#### **Resultats**

1. Increment del nombre de punts d'informació de la comarca respecte als actuals.
2. Base de dades compartida creada sobre dades i informació del perfil de demanda turística actual de la comarca per tal de tenir-lo millor definit.

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)

#### **Destinatari**

- Consell Comarcal de les Garrigues

- Ajuntaments de la comarca
- Oficines de turisme i punts d'informació turística de la comarca
- Museus, espais expositius
- Agrobotigues
- Establiments turístics

**Pressupost**

Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 30% durant 9 mesos

**Possibles fonts de finançament**

- Recursos propis

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Recursos humans propis

**Indicadors de seguiment**

- Entre 3 i 4 nous punts d'informació turística creats
- El 90% de les oficines de turisme i punts d'informació turística apliquen el protocol de recollida de dades consensuat

**Cronograma d'execució**

- Mes 1 >Posada en marxa de creació d'un grup de treball amb oficines i punts d'informació turística (la durada d'aquest grup de treball serà permanent)
- Mes 2-3>Diagnòstic per ampliar els punts d'informació a altres espais i equipaments o establiments privats
- Mesos 4-5>Disseny i realització acció formativa per als nous punts d'informació turística
- Mes 6-9> Protocol recollida d'informació turística i posada en pràctica per a la seva avaluació

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.4.9

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

**CREACIÓ D'UN GRUP DE TREBALL AMB AGÈNCIES RECEPTIVES ESPECIALITZADES PER AFAVORIR LA COMERCIALIZACIÓ DELS PRODUCTES CREATS (OLEOTURISME, ECOTURISME I TURISME ACTIU)**

**Tipus de projecte:** Coordinació

**Període d'inici:** Curt (2016-2017) Oleoturisme/ Mitjà (2018-2021) ecoturisme i turisme actiu

#### Objectius

- Despertar l'interès d'agències receptives pels productes turístics de les Garrigues.
- Contribuir a una comercialització més àmplia de l'oferta turística de les Garrigues.
- Introduir recomanacions i orientacions de les agències receptives als productes i experiències turístiques dissenyades a la comarca.

#### Descripció

La comercialització i la distribució són els últims estadis dins del procés de creació de productes turístics, tanmateix, cal que estiguin a mans d'empreses especialitzades per poder-los posicionar de forma adequada dins del mercat turístic. A més, si es vol comercialitzar diversos serveis o productes i s'hi inclou també l'allotjament, llavors és imprescindible comptar, segons la normativa catalana, amb les agències de viatge.

Per tant, una eina efectiva per a la promoció turística d'un territori és apropar-lo a agents que tinguin capacitat de fer la funció d'intermediaris amb els potencials turistes que es volen atraure. Sovint, organitzar un viatge de familiarització o *fam trip* en el qual s'hi conviden professionals que comercialitzen productes turístics pot arribar a ser més rendible i estratègic que certes accions de publicitat, més costoses i dubtoses de la seva efectivitat.

En un viatge d'aquest tipus es pot explicar de primera mà quins són aquells indrets més desconeguts de la comarca o aquells recursos patrimonials més singulars o aquells atractius que ens diferencien de les comarques veïnes i en ressalten la nostra identitat com a destinació turística. Tanmateix, no només atractius és important de mostrar-los-hi, sinó també l'oferta de serveis turístics existents que permet realitzar una estada a la comarca gaudint d'allotjaments, restaurants i activitats complementàries d'oci que siguin de qualitat i ben estructurades.

A partir de l'organització d'aquest viatge, es planteja crear un grup de treball estable amb aquelles agències de turisme receptives que s'hagin mostrat interessades en la comercialització de productes turístics de les Garrigues entorn de l'oleoturisme, l'ecoturisme i el turisme actiu.

#### Activitats i metodologia

Metodologia per organitzar el fam trip (viatge de familiarització) d'acord amb els següents passos:

**Activitat 1. Identificació dels professionals a qui es vol convidar al *fam trip*, principalment,**

agències de viatge receptives i touroperadors i, valorar si incloure també bloggers i directores de revistes especialitzades. Es contactarà amb ells i se'ls convidarà a prendre-hi part, així com es recolliran els seus interessos per tal d'adequar el programa del viatge d'acord amb les seves necessitats. Serà important fixar el nombre màxim de professionals que es voldria convidar i el nombre de dies d'estada a la comarca. S'apunta una aproximació entorn de 3 dies d'estada i uns 12-14 professionals convidats.

### **Activitat 2. Organitzar el viatge dels professionals:**

- a. Dissenyar el programa de visites entorn d'aquells atractius turístics més emblemàtics de la comarca.
- b. Identificar i contactar amb els agents del territori responsables dels atractius i/o experiències a visitar. Conèixer el seu interès en participar-hi i definir allò que poden explicar i allò que poden mostrar.
- c. Establir unes dates el màxim consensuades possibles entre totes les parts.
- d. Organitzar la logística de l'estada: transport, dietes, allotjament. Caldrà contactar amb els allotjaments i restaurants de les Garrigues interessats en participar en el *fam trip* i establir uns criteris per seleccionar quins, finalment, seran els que els podran atendre.
- e. Elaborar un dossier informatiu dels valors turístics i l'oferta de serveis de la comarca de les Garrigues així com una descripció del programa de visites per poder-lo entregar als professionals convidats.
- f. Identificar quina persona o persones seran les que acompanyaran al grup durant la seva estada a la comarca, és a dir, qui farà d'amfitrió/a.
- g. Dur a terme el programa del viatge amb els professionals convidats.

**Activitat 3. Organitzar un *workshop* entre els professionals de les agències i touroperadors i les empreses turístiques de les Garrigues on es proposaria la creació del Grup de Treball** per tal de poder explorar sinergies i possibles col·laboracions futures. En aquest taller s'hi podrien convidar més enllà dels allotjaments, restaurants i empreses d'activitats d'oci, també productors agroalimentaris, museus, programadors de fires i festes, entre d'altres.

### Metodologia per organitzar el Grup de treball amb les agències i els agents turístics del territori:

#### **Activitat 1. Organització prèvia**

- Identificació dels agents que han de formar part de la taula de treball
- Reunió informativa amb els agents

#### **Activitat 2. Constitució de la taula de treball**

- Identificació dels objectius i pla de treball
- Definició del funcionament intern
- Pla de comunicació

#### **Activitat 3. Posada en marxa de la taula de treball**

- Realització de les reunions d'acord amb el pla de treball i el funcionament intern
- Realització d'accions, si es consideren necessàries

#### **Activitat 4. Comunicació dels resultats**

- Difusió de les conclusions a les quals ha arribat la taula de treball

### **Resultats**

1. Agències de viatges receptives i touroperadors satisfets de la visita i amb interès per organitzar productes que incloguin la visita dels seus clients a la comarca de les Garrigues en un futur proper.

## 2. Grup de Treball constituït i en funcionament.

### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)

### Destinataris

- Agències de turisme receptives i touroperadors (valorar si incloure bloggers i responsables de revistes especialitzades)
- Agents turístics de la comarca

### Pressupost

- Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 40% durant 6 mesos o contractació empresa externa per organitzar la logística del *fam trip* i del *workshop* amb les empreses turístiques comarcals: 10.000€
- Despeses d'estada a la comarca en el marc del *fam trip*: 5.400€
- Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 20% durant tot l'any per a la coordinació del Grup de Treball

### Possibles fonts de finançament

- Departament d'Empresa i Coneixement
- Direcció General de Turisme (Agència Catalana de Turisme)
- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme
- Espònsors privats (els mateixos agents turístics de la comarca)

### Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten

- Recursos propis o empresa de serveis externa per l'organització del *fam trip* i del *workshop*
- Recursos propis per la coordinació del Grup de Treball

### Indicadors de seguiment

- Entre 12-14 professionals que participen al *fam trip*
- Més del 60% de les empreses turístiques de la comarca participen al *workshop*
- Nivell de satisfacció dels professionals arran del *fam trip*
- Més del 50% dels participants del *fam trip* s'apunten al Grup de Treball

### Cronograma d'execució

- Mes 1 -4>Preparació del *fam trip* i del *workshop*
- Mesos 5 >Realització del *fam trip* i del *workshop*
- Mes 6 > Avaluació dels resultats del *fam trip* i del *workshop*
- Mes 7 en endavant > Coordinació del Grup de Treball

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.4.10

Projecte

P.4. Projecte destinació turística: Oleoturisme a les Garrigues

ACCIÓ

## SISTEMA D'AVALUACIÓ CONTINUADA DE LA QUALITAT DELS SERVEIS TURÍSTICS DE LA DESTINACIÓ

**Tipus de projecte:** Coordinació

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

### Objectius

- Disposar d'un sistema d'avaluació de la qualitat turística dels serveis de la comarca per avançar en un procés de millora continu.
- Homogeneïtzar els estàndards de qualitat dels diferents serveis turístics oferts per tots els agents, tant dels que només es dediquen al turisme com d'aquells pels quals el turisme és un complement a altres activitats econòmiques (cooperatives, molins, comerços, etc.)
- Ajudar a estructurar la destinació de les Garrigues com a destinació turística, treballant conjuntament tots els actors que formen part de l'oferta turística del territori.

### Descripció

El **Sistema Integral de Qualitat Turística en Destinacions (SICTED)** és una metodologia de treball que cerca la millora de la qualitat turística en empreses i serveis turístics per tal d'aconseguir una qualitat global en la destinació; un model que permet a les destinacions turístiques de tot l'Estat Espanyol la gestió integral i continuada de la qualitat del servei ofertat.

El SICTED proporciona un impuls de la qualitat de la destinació des d'un punt de vista global i contribueix així a la creació d'una "consciència integral de la destinació" i a la identificació d'objectius comuns per part de tots els agents públics i privats, turístics i no turístics, afectats.

Aquesta iniciativa respon a la necessitat de dotar les destinacions turístiques de mecanismes que permetin integrar i focalitzar les actuacions empreses sota un objectiu comú, per consolidar així els esforços individuals a escala subsectorial. És un projecte caracteritzat per la gestió coordinada de la destinació, l'aplicació conjunta intersubsectorial de paràmetres de qualitat i la incorporació d'aquests conceptes en subsectors no necessàriament turístics, però sí relacionats amb la qualitat de la destinació (taxistes, policies locals, etc.).

El sistema específic per a les destinacions s'estableix dintre dels següents eixos conceptuals:

- Coherència i homogeneïtat amb la resta de sistemes de qualitat dissenyats i en procés d'implementació i estructurats al voltant de l'ICTE.
- Disseny d'acord amb les especificitats i particularitats del sector públic turístic.
- Disseny d'acord amb la complexitat intersectorial i multifuncional que representa un espai (o destinació) turístic.

Es valora la possibilitat que la comarca de les Garrigues s'adherís a aquest sistema d'avaluació turística per tal de fomentar un procés de millora continuada de la qualitat dels serveis que s'ofereixen. En el context de la Província de Lleida, només la ciutat de Lleida és una destinació certificada amb el distintiu SICTED, per tant, hi ha encara força recorregut per fer a les terres lleidatanes en termes d'avaluació de la qualitat turística dels territoris més rurals.

## Activitats i metodologia

El SICTED proporciona eines indispensables per al procés de presa de decisions mitjançant diverses actuacions complementàries:

**Activitat 1. Signatura del conveni de col·laboració entre la Diputació de Lleida i Turespaña perquè les destinacions lleidatanes puguin sol·licitar l'adhesió al sistema SICTED.**

**Activitat 2. Realitzar la sol·licitud per ser destinació SICTED a Turespaña (Instituto de Turismo de España). Signar un Protocol d'adhesió.** Caldrà disposar d'infraestructures, equipaments, serveis i recursos turístics suficients per la generació de fluxos de visitants. Comptar amb una estructura organitzativa que aglutini als agents turístics públics i privats clau per a la seva gestió, amb empreses prestadores de serveis turístics que gestionin productes turístics coordinats i integrats en l'estratègia turística de la destinació i caldrà tenir també una imatge comú, unitària i identificativa de la destinació reconeguda pel mercat per a la seva promoció i comercialització que actuï com a paraigües al territori.

**Activitat 3. La creació d'un ens gestor que inclogui un tècnic gestor del SICTED a la destinació:** estructura organitzativa tècnica amb la participació dels agents de la destinació que dissenya la seva promoció i projecció de la destinació i facilita la col·laboració interadministrativa i intersectorial. La persona tècnic designada pel Consell Comarcal de les Garrigues com a "gestor/a del SICTED" rebrà una formació específica a càrrec de Turespaña.

**Activitat 4. L'obtenció i anàlisi d'informació per mitjà d'un quadre de control,** que permet a la destinació autoavaluar-se, establir prioritats d'actuació i intercanviar dades i experiències amb destinacions amb casuístiques comunes.

**Activitat 5. L'aplicació d'un mètode de treball basat en models d'excel·lència** de provada eficàcia que cerca l'engegada de projectes col·lectius de millora.

Formació en qualitat turística dirigida a les empreses adherides. Aquesta formació la pot impartir la persona "gestor/a del SICTED" que coordini el projecte a les Garrigues o es pot externalitzar a professionals externs.

**Activitat 6. L'assessorament a les empreses adherides en la implantació del manual de bones pràctiques,** independentment de les seves característiques i amb especial incidència en les més necessitades segons els recursos de què disposen, esforç que es reconeix per mitjà d'un distintiu d'àmbit nacional. Aquesta assessoria la pot impartir la persona "gestor/a del SICTED" que coordini el projecte a les Garrigues o es pot externalitzar a professionals externs.

Actualment s'han desenvolupat guies per a 10 tipologies d'empreses i serveis:

- Comerç turístic
- Oficines de congressos
- Guies turístics
- Hotels
- Oficines de turisme
- Organitzadors de congressos
- Policia local
- Restaurants
- Taxis
- Centres d'interès turístic (museus, centres d'interpretació...)
- Albergs turístics

**Activitat 7. Avaluació de la implantació dels Manuals de Bones Pràctiques recollits en les guies.** Les empreses que acreditin complir amb les guies i amb la normativa dictada pel SICTED seran establiments distingits amb la certificació.

Es tracta d'una avaluació i no d'una auditoria, pe tant no hi ha costos d'auditoria per les empreses. Aquesta avaluació la realitzen professionals experts contractats o altres "gestors SICTED" de destinacions properes que s'intercanvien l'avaluació de les empreses per no avaluar les de la seva pròpia destinació

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Resultats</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistema d'avaluació de la qualitat turística de la destinació de les Garrigues implantada.</li> <li>2. Formació en qualitat turística millorada entre les persones responsables de negoci turístics a la comarca.</li> <li>3. Posicionament de la destinació Oleoturisme a les Garrigues reforçada amb la implantació del sistema SICTED.</li> </ol> |
|------------------|--|

|   |  |
|---|--|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)</li> </ul> |
|---|--|

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Destinatari</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comerç turístic</li> <li>- Oficines d'informació turística i punts d'informació turística</li> <li>- Guies turístics</li> <li>- Allotjaments</li> <li>- Policia local</li> <li>- Restaurants</li> <li>- Taxis</li> <li>- Centres d'interès turístic (museus, centres d'interpretació...)</li> <li>- Productors d'oli (cooperatives i molins privats)</li> </ul> |
|--------------------|--|

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Pressupost</b> | <p>Dedicació d'un tècnic al 60% de la seva dedicació durant els primers 12 mesos i un 25% de dedicació de seguiment.</p> <p>Contractació empresa externa per la formació i l'assessoria en qualitat turística a les empreses: a valorar en funció de les hores de formació necessàries i de les empreses adherides.</p> |
|-------------------|---|

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme</li> <li>- Empreses adherides al sistema (quotes)</li> </ul> |
|---------------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> <li>- Contractació empresa externa per la formació i l'assessoria en qualitat turística a les empreses</li> </ul> |
|--|---|

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un del 40% de les empreses turístiques del territori adherides al sistema SICTED el 1er any i un 70% a partir del segon any.</li> </ul> |
|--------------------------------|--|

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Cronograma d'execució</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La implantació del SICTED s'articula en cicles de caràcter anual. La validesa del distintiu és biennal</li> <li>- Mesos 1-2 &gt;Signatura del Protocol d'adhesió</li> </ul> |
|------------------------------|--|



- Mes 2>Designació del gestor/a SICTEC i articulació esquema funcionament amb les empreses que es volen adherir
- Mesos 4-6>Accions formatives amb les empreses adherides
- Mesos 7-10> Assessories amb les empreses adherides per implantar les guies de bones pràctiques de cada sector
- Mesos 11-12> Avaluació de la implantació de les bones pràctiques SICTED entre les empreses.
- Seguiment d'accions formatives i assessorament a les empreses que vagin entrant i millora contínua de les empreses que ja tinguin el certificat del sistema.



## P.5. Projecte per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial de proximitat als municipis

Foto: Cooperativa de Sant Isidre de les Borges Blanques

## **P.5. Projecte per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial de proximitat als municipis**

### **Descripció**

Aquest projecte respon a la necessitat d'aplicar mesures per reactivar i dinamitzar el comerç local a les Garrigues ja que s'ha detectat que es troba en una situació preocupant si bé la realitat és diferent si es tracta dels pobles més petits i rurals de la comarca o si bé es tracta dels municipis més grans i dinàmics.

Per aquest motiu, s'han identificat accions diferents per donar suport a l'activitat comercial en funció de la tipologia de municipi. Per altra banda, també s'ha detectat la manca d'una consciència, a nivell general, de la necessitat que siguin els propis garriguencs qui vetlli per la pervivència d'aquests comerços i per aquest motiu es planteja una acció centrada en la sensibilització per la compra de proximitat, per intentar corregir la tendència que s'observa actualment d'un increment de compra dels propis garriguencs en comerços de fora de la comarca.

### **Objectius**

1. Conscienciar a la població de les Garrigues que consumir productes locals i comprar als negocis de la comarca genera benefici per tothom perquè els diners es queden al mateix territori (estratègia *win-win*).
2. Conscienciar als comerciants de les Garrigues que si volen mantenir els seus comerços cal modernitzar-se i respondre a les necessitats actuals de la clientela.
3. Fomentar les aliances entre comerciants i administracions locals i també entre diferents perfils de negocis (comerç i turisme, per ex.) com a estratègies per mantenir els comerços oberts.

### **Accions incloses en aquest projecte**

**A 1.5.1 Programa per dissenyar models d'estratègies per mantenir el servei de botiga obert als pobles més petits.**

**A 1.5.2 Programa de suport del comerç local als pobles més grans**

**A 1.5.3 Programa de sensibilització per fomentar el comerç de proximitat**

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.1.5.1</b> | <b>Línia estratègica</b><br><b>1.Competitivitat empresarial</b>  |
|                | <b>Projecte</b><br><b>P.5. Projecte per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial de proximitat als municipis</b>   |
|                | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROGRAMA PER DISSENYAR MODELS D'ESTRATÈGIES PER MANTENIR EL SERVEI DE BOTIGA OBERT ALS POBLES MÉS PETITS</b>  |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Programa   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Curt termini (2016-2017)   |
|                | <b>Objectius</b>   |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar fórmules per mantenir oberts els comerços dels pobles més petits com a serveis a la comunitat.</li> <li>▪ Fomentar l'establiment d'aliances amb altres empreses del poble i la cooperació públicoprivada (entre ajuntaments i comerços).</li> </ul>   |
|                | <b>Descripció</b>  |
|                | L'elevada ruralitat dels pobles més petits de les Garrigues ha comportat que, bona part dels comerços ubicats en aquests municipis hagin desaparegut o estiguin a punt de fer-ho. Si bé aquesta tendència no és exclusiva de la comarca, sinó compartida amb altres indrets rurals de Catalunya, sí que a les Garrigues l'impacte de la desaparició d'aquests negocis és gran a causa de l'elevat envelliment de la seva població i de les dificultats d'aquestes persones grans d'accedir per elles mateixes als serveis i productes que hauran d'anar a adquirir a fora si aquests comerços desapareixen totalment. A banda, clar, de la pèrdua de teixit empresarial, ja minse en aquests pobles, que significa el tancament d'aquests negocis. |
|                | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                | La metodologia que es proposa en aquesta acció es centra en tres fases de treball:   |
|                | <b>Fase 1.</b> <i>Anàlisi de la situació del comerç a les Garrigues:</i> entrevistes i elaboració d'un directori de comerços i empreses de servei de les Garrigues.  |
|                | <b>Fase 2.</b> <i>Definició de models d'estratègies per mantenir oberts els comerços locals als pobles petits.</i>   |
|                | <b>Fase 3.</b> <i>Suport per identificar el millor model per cada municipi i acompanyament en la seva posada en pràctica.</i> La implementació de les fórmules identificades es pot planificar segons el grau de necessitat de cada municipi.  |
|                | S'apunten alguns models d'estratègia possibles:  |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vinculació comerç i turisme: servei de botiga ofert pels gestors d'un establiment de turisme rural del poble.</li> <li>▪ Incloure els comerços en les concessions d'equipaments municipals a gestionar per un privat, entenent, el comerç com un servei més del poble.</li> <li>▪ Convenis entre els ajuntaments i cadenes d'alimentació per mantenir els serveis als pobles petits.</li> <li>▪ En aquells pobles en què ja no hi hagi cap comerç obert, assegurar el subministrament de</li> </ul>   |

|  |   |
|--|---|
| serveis bàsics per venedors ambulants.                             |   |
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Serveis mínims garantits per a la població de pobles petits</li> <li>2. Fórmules pilot posades en pràctica per mantenir en funcionament comerços locals bàsics a cada poble.</li> </ol>   |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector comercial</li> <li>- Sector turístic</li> </ul>   |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comerços locals</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 30% durant 9 mesos o contractació d'un equip tècnic extern per les fases 1 i 2: 9.500€</p> <p>Recursos humans propis per la fase de suport en la posada en marxa de cada model en els municipis que ho requereixin.</p>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM)</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis per les fases 1, 2 i sobretot, 3 fase de suport en la posada en marxa de cada model</li> <li>- Empresa de serveis externa si es contracta per les fases 1 i 2.</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 40-50 comerços participants en l'estudi sobre el comerç a les Garrigues.</li> <li>- Entre 10-15 pobles (dels 24 que té les Garrigues) beneficiats per la implementació d'un model per mantenir el seu comerç obert.</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt;Identificació comerços, realització d'entrevistes i redacció anàlisi situació</li> <li>- Mes 4-6&gt;Definició models d'estratègies</li> <li>- Mesos 6-9&gt;Proves pilot per impulsar els models d'estratègies als municipis prioritzats</li> <li>- Seguiment &gt; al cap de 6 mesos per veure'n els resultats.</li> <li>- Seguiment al cap d'un any per veure'n els resultats</li> </ul> |

Línia estratègica  
1. Competitivitat empresarial

A.1.5.2.

Projecte

P.5. Projecte per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial de proximitat als municipis

ACCIÓ

**PROGRAMA DE SUPORT DEL COMERÇ LOCAL ALS POBLES MÉS GRANS**

**Tipus de projecte:** Programa

**Període d'inici:** Mitjà (2018-2021)

**Objectius**

- Reactivar els comerços locals perquè siguin capaços d'atraure als consumidors locals.
- Facilitar eines de formació per singularitzar-se i adaptar-se a les necessitats de la societat actual.
- Contribuir al relleu generacional de negocis comercials en funcionament per evitar el seu tancament.
- Afavorir les condicions per a la creació de nous comerços locals.
- Enfortir les relacions entre el sector comercial i el sector turístic a la comarca de les Garrigues.

**Descripció**

La situació del comerç local en els municipis més grans i dinàmics de la comarca (Les Borges Blanques, Juneda i Arbeca) no es troba en una situació tan crítica com en els municipis més petits, però sí que s'ha vist reduït el seu nombre en els últims anys i també hi ha dificultats de relleu i d'adaptació als nous temps. També s'ha detectat un baix esperit de cooperació entre els mateixos comerciants que no contribueix a una bona salut de l'associacionisme empresarial, si no tot el contrari. De fet, a hores d'ara només es manté activa l'Agrupació de Comerciants de les Borges Blanques, ja que l'Associació de Botiguers, Empresaris i Comerciants d'Arbeca resta inactiva des de principis de 2016.

Per tant, l'apatia d'alguns dels comerços i la manca de posada al dia d'altres, està alimentant una tendència d'hàbits de compra dels mateixos garriguencs cap a fora de la comarca que encara està empitjorant més la situació.

Per aquest motiu, en aquest programa de suport al comerç local als pobles més grans es plantegen una sèrie d'activitats encaminades a reactivar aquests negocis per tal de fer-los més proactius i alhora atractius en productes i serveis per als propis garriguencs.

**Activitats i metodologia**

La metodologia per a la implantació d'aquesta actuació seria la següent:

**Activitat 1. Identificar recursos humans en qualitat de dinamitzador comercial que doni suport als comerços de les Garrigues** (organitzant la comarca per àrees i perfil de municipis i comerços). I també suport específic a l'Agrupació de Comerciants de les Borges Blanques i a altres agrupacions que es poguessin recuperar (Associació de Botiguers, Empresaris i Comerciants d'Arbeca) o d'altres de noves.

Aquesta figura tècnica podria ser compartida entre l'Ajuntament de les Borges Blanques i el Consell Comarcal de les Garrigues, tenint en compte que és a la capital on hi ha més comerços, però alhora, fent extensibles els seus serveis als municipis de la resta de la comarca ja que, ara mateix, no es compta amb cap suport tècnic comercial d'àmbit comarcal.

**Activitat 2. Programa de formació per a botiguers per singularitzar-se i adaptar-se a les necessitats dels consumidors actuals.** Algunes de les recomanacions estratègiques per al comerç local que es podrien incloure en aquesta formació:

1. Promoció de nous canals de comercialització: comerç online (E-commerce) per productes especialitzats.
2. Georeferenciació dels comerços (sobretot per captar nous clients o turistes)
3. Fidelització de la clientela per fer-li arribar ofertes i descomptes per mitjà de les xarxes socials, telefonia mòbil via whatsapp, targetes de descomptes, butlletins o newsletter online (notícies, informació útil, presentació de productes o proveïdors, etc.) per tal de mantenir un canal de comunicació directe amb el client.
4. Modernització de la imatge del comerç i del concepte de marca al qual es vol associar.
5. Potenciar preus atractius en alguns productes com a reclam (com ho fan les grans superfícies)
6. Oferir un plus d'experiència: organitza visites guiades a obrador (si ets productor i venedor alhora) o als obradors dels teus proveïdors, degustacions de nous productes, xerrades, tertúlies, contacontes, etc.
7. Millorar la formació per aprofundir en l'atenció al client per oferir-li un tracte el més atent i personalitzat possible.
8. Avaluació constant de la qualitat del servei per mantenir sempre un estàndard elevat. Tenir cura de les presentacions dels productes al local, de l'estètica del local d'acord amb el perfil de producte, dels aparadors i format del merchandising (format de la bossa o altre envàs en què s'entrega el producte final al client).
9. Oferir serveis complementaris com entrega a domicili, comandes per telèfon o per internet, etc.
10. Cooperació amb altres comerços a nivell d'associació per fer campanyes comercials o aliances per compartir proveïdors o compres conjuntes de subministraments, etc.

**Activitat 3. Aplicar el programa Reempresa per al relleu i traspàs de comerços amb voluntat de tancar per mitjà del Punt Reempresa de Cp'Ac Lleida (Fundació privada per a la promoció de l'autoocupació de Catalunya),** per exemple per comerços alimentaris o forns de pa de ronyó (prioritaris) o tenir en compte també els ajuts del CCAM –ConSORCI de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya per a la transmissió d'empreses de comerç en funcionament.

Per poder aplicar aquesta activitat caldria la implicació de cada ajuntament per poder recollir dades d'aquells negocis que tinguin voluntat de cedir la seva empresa prèviament al seu tancament. Aquesta informació caldria centralitzar-la i fer-la arribar al Punt Reempresa de Lleida.

Paral·lelament, des del CEI de les Borges i del Viver d'empreses de la Granadella es podria fer difusió entre possibles emprenedors el llistat de negocis amb voluntat de relleu que hi hagués a la comarca per si a algun d'ells li pot interessar agafar aquests traspassos.

**Activitat 4. Crear una borsa de lloguer social de locals comercials** per afavorir que s'obrin nous comerços, especialment, als municipis més grans com les Borges Blanques, Juneda o Arbeca.

**Activitat 5. Enfortir les relacions entre els comerços i el sector turístic en una aliança de beneficis mutus.** Per exemple, durant la campanya de l'oli en què hi ha un major nombre de visitants, plantejar una ampliació d'obertura de l'horari dels comerços per afavorir les compres dels turistes, especialment, d'aquells productes singulars o identitaris de les Garrigues. Es proposa establir un calendari de reunions de treball entre empresaris d'ambdós sectors.

#### Referències

Programa Reempresa: [www.reempresa.org](http://www.reempresa.org)  
CCAM –ConSORCI de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya [www.ccam.cat](http://www.ccam.cat)  
Cp'Ac. Fundació privada per a la promoció de l'autoocupació de Catalunya (té delegació a Lleida) [www.cpac.es](http://www.cpac.es)

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Campanya de dinamització comercial de Barris Antics “molt per descobrir, molt per oferir” (hi participa les Borges Blanques).</p> <p><a href="http://habitatge.gencat.cat/ca/ambits/arquitectura_i_millora_urbana/barris/campanya-conjunta-de-dinamitzacio-comercial-de-nuclis-antics/">http://habitatge.gencat.cat/ca/ambits/arquitectura_i_millora_urbana/barris/campanya-conjunta-de-dinamitzacio-comercial-de-nuclis-antics/</a></p>  |
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comerços locals més competitius i adaptables a les necessitats dels consumidors actuals.</li> <li>2. Major nombre de relleus o traspassos de comerços i, per tant, menys negocis que tanquin portes i deixin sense servei.</li> </ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Sector comercial de la comarca</li> <li>- PIMEC Comerç Lleida</li> <li>- Càmera de Comerç de Lleida-Delegació a les Borges Blanques</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Botiguers i comerços de la comarca</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'un tècnic a mitja jornada tot l'any. Recursos humans tècnics (Consell Comarcal i municipis grans encapçalats per les Borges Blanques) per les activitats 1,3,4,5 en la figura d'un dinamitzador comercial que doni serveis a tota la comarca.</p> <p>Contractació d'un formador extern pel programa de formació de l'activitat 2: 2.500€</p>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- CCAM-Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica (Global Lleida)</li> <li>- Aportacions dels comercials al programa de formació</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <p>Recursos humans tècnics (Consell Comarcal i municipis grans) per les activitats 2,3,4,5</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contractació d'un formador extern pel programa de formació de l'activitat 2</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 comerços participants al programa de formació</li> <li>- Entre 5-10 comerços que han pogut ser traspassats sense haver de tancar</li> <li>-</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1&gt; Designació de la figura de dinamitzador comercial per a tota la comarca</li> <li>- Mesos 1-2 &gt;Activitat 2. Programa de formació</li> <li>- Mes 3 i endavant &gt;Posada en marxa de l'activitat 3. Per afavorir el relleu i traspàs de comerços</li> <li>- Mesos 4 i endavant&gt;Posada en marxa de l'activitat 4. Borsa de lloguer de locals</li> <li>- Mesos 5 i endavant&gt; Posada en marxa de l'activitat 5. Enfortir llaços entre sector turístic i comercial (reunions de treball)</li> <li>- Disseny d'un pla anual cada any</li> </ul> |



|  |   |
|--|---|
| <b>A.1.5.3.</b>  | <b>Línia estratègica</b><br><b>1.Competitivitat empresarial</b>   |
|  | <b>Projecte</b><br>P.5. Projecte per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial de proximitat als municipis |
|  | <b>ACCIÓ</b><br><b>CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ PER FOMENTAR EL COMERÇ DE PROXIMITAT</b>                       |
| <b>Tipus de projecte:</b> Campanya   |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |   |
| <b>Objectius</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sensibilitzar a la població local de la importància del consum responsable per al futur del comerç local.</li> <li>▪ Evidenciar els beneficis indirectes de la compra en comerços de proximitat per a tota la societat garriguenca.</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>  |   |
| <p>La situació del comerç a les Garrigues, com ja s'ha comentat en les altres dues accions d'aquest projecte estratègic, és crítica en els pobles més petits i preocupant en els més grans. En aquest context, és clau la sensibilització de la societat garriguenca per donar suport al comerç local prioritzant la compra en els establiments dels municipis de la comarca enfront de la compra a altres localitats fora de les Garrigues, com ara Mollerussa o Lleida.</p> <p>Si bé és cert que a la comarca no es compta amb una oferta tan àmplia ni tan diversa de productes o de tipologies de comerços i que la competitivitat en els preus és menor, també és cert que la qualitat del tracte i del servei rebut tampoc és comparable.</p> <p>No sempre el criteri preu hauria de ser el predominant en la presa de decisió del moment de compra i, de fet, els consumidors conscienciats dels valors de la compra de proximitat ho tenen cada cop més present. Cal, però, estendre aquesta sensibilització a gruxos més grans de població perquè aquests siguin criteris a tenir en compte. Alguns dels valors que es desprenen de la compra local són el tracte proper i personalitzat, el valor afegit dels productes, la sostenibilitat en la reducció de costos de producció i de transport que minimitza l'impacte ambiental, la cohesió social per donar suport a als comerciants que són persones que integren la mateixa comunitat a la qual pertany la seva clientela. És a dir, que els beneficis generats per la compra de proximitat es reinverteixen en la mateixa societat i tothom hi surt guanyant, al mateix temps que es contribueix a mantenir els llocs de treball de les persones que ofereixen el servei comercial als pobles.</p> |   |
| <b>Activitats i metodologia</b>  |   |
| A nivell metodològic, les fases de treball serien les següents:  |   |
| <b>Fase 1. Conceptualització de la campanya</b>  |   |
| <p>a) <b>Anàlisi interna:</b> entrevistes amb els comerciants de les Garrigues per tenir informació del perfil de clientela actual i recollir les seves opinions i implicació en relació a la campanya.</p>  |   |

Elaborar una campanya de sensibilització per donar suport al comerç de proximitat que es fonamenti en els següents valors:

- Els comerços locals són de persones que viuen i treballen a les Garrigues.
- Són empreses familiars que creen llocs de feina estables i de tracte proper i personalitzat.
- Els beneficis del petit comerç es reinverteixen al poble i a la comarca. Si en som clients, ens en beneficiem nosaltres mateixos..

La campanya haurà d'identificar els públics objectius:

- *Escolars* (i les seves famílies). Taller de sensibilització als infants de la importància del comerç local (dels oficis que representen, dels productes que vénen i alguns elaboren també)
- *Ciutadania en general*, per afavorir el seu consum de productes locals i la compra de proximitat.
- *Empreses i serveis*
- *Administració* : compra responsable i de proximitat

#### **b) Anàlisi externa: analitzar campanyes de promoció veïnes**

### **Fase 2. Disseny de la campanya**

- a) Estratègia de comunicació:** Establirà l'estratègia (Com ho farem?) a partir dels resultats de la Fase 1, es crearan els Conceptes clau i es definiran com es comunicaran.
- b) Pla d'acció:** La campanya podria tenir una durada inicial d'1 any, amb accions concretes a realitzar durant aquest període
- c) Realització de les accions.**
  - Creativitat de la campanya, de la marca i redacció dels continguts i lemes. Valorar la creació d'un blog o d'un espai en alguna web ja existent per promocionar la campanya.
  - Disseny i realització de materials promocionals.
  - Idees d'accions concretes: **"Jornades de consum local"**
    - Diversos dissabtes si compres a un comerç local et donen un detall de benvinguda i recullen el teu contacte per generar una BBDD de clients (garriguencs, la majoria) per poder fer mailings personalitzats i enviar campanyes comunes.
    - **Jornades festives:** coincidint amb fires o esdeveniments culturals de la comarca on es podrien oferir degustacions de productes locals (donant a conèixer productors locals i punts de venda en comerços de proximitat extensible a ajuntaments, empreses i entitats .
    - Disseny d'accions concretes i específiques.
  - Implementació de tota la campanya i comunicació via xarxes socials.
  - Organització d'esdeveniments de referència

### **Fase 3. Difusió de la campanya**

Comunicar la campanya cap a la població local d'acord amb els perfils de públic identificats. Publicitar la campanya als mitjans de comunicació locals, comarcals o d'àmbit proper.

### **Fase 4. Avaluació dels resultats**

Dossier resum de les accions de la campanya i resultats obtinguts a partir de la consulta del nivell de satisfacció dels comerciants de les Garrigues. Volum de vendes, fidelització de clientela, etc. Caldrà tenir molt present que és bàsica una continuïtat de la campanya de promoció en el temps,

mantenint actualitzada la informació de les eines creades (blog o espai web, xarxes socials), fer notes de premsa, mantenir el contacte amb els comerços, etc.

Aquesta campanya hauria d'anar coordinada l'acció A.1.3.3. Programa per potenciar l'ús dels productes agroalimentaris de les Garrigues a l'economia local (dins del P.3. Projecte impuls a l'activitat agroalimentària d'alt valor afegit) i amb l'acció A. 3. 12.1. Campanya d'autoestima cap a les Garrigues (dins del P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues).

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Increment del nombre de vendes dels comerços de les Garrigues</li><li>2. Població garriguenca més conscienciada de la importància de la compra de proximitat.</li></ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Ajuntaments de la comarca</li><li>- Agrupació de comerciants i botiguers de les Borges Blanques</li><li>- Comerços de la comarca no associats</li></ul>   |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Població de les Garrigues</li></ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'un tècnic d'un 35% de dedicació durant 12 mesos o contractació d'una empresa externa: 11.500€<br>Empresa de disseny gràfic per elaborar materials de comunicació: 3.000€  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li><li>- CCAM-Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya</li><li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica (Global Lleida)</li><li>- Aportacions dels comercials a la campanya</li></ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Empresa de disseny gràfic</li><li>- Recursos propis</li></ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Més del 50% dels comerços de les Garrigues participants en la campanya.</li><li>- Mínim d'un 25% d'increment de vendes als comerços locals arran de la campanya</li></ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mesos 1-3&gt;Fase 1. Conceptualització</li><li>- Mes 3-11&gt;Fase 2. Disseny i realització de les accions de la campanya</li><li>- Mesos 4-6&gt;Fase 3. Difusió de la campanya (coincidint amb l'inici de la implementació de la campanya)</li><li>- Mesos 11-12&gt; Fase 4. Avaluació de resultats</li></ul> |



## P.6. Projecte de suport a l'economia verda i circular

[pixabay.com](https://pixabay.com)

## P.6. Projecte de suport a l'economia verda i circular

### Descripció

El Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) descriu l'economia verda com la que té com a resultat: la millora del benestar humà i l'equitat social; la reducció dels riscos ambientals i de la pressió sobre els sistemes naturals; i l'harmonització del desenvolupament econòmic i el consum eficient dels recursos.

El Manual d'Eurostat de 2009, defineix el sector de béns, tecnologies i serveis ambientals com aquells que han estat realitzats amb una finalitat relacionada amb el medi ambient: Prevenir o minimitzar la contaminació i la degradació o disminució dels recursos naturals; Reduir, eliminar, tractar o gestionar la contaminació, la degradació i/o disminució dels recursos naturals, recuperar espais que han estat degradats, tant en l'aire, les aigües, pels residus, pel soroll, en la biodiversitat i en el paisatge.; Desenvolupar altres activitats com la mesura i el control ambiental, recerca i desenvolupament, educació, formació, comunicació i difusió relacionada amb la protecció ambiental i/o la gestió dels recursos.

La Comissió Europea preveu que l'economia verda serà un dels tres motors principals de l'economia en la propera dècada, juntament amb el sector sanitari i el de les TIC.

A les Garrigues ja hi ha actualment empreses que treballen amb projectes i activitats d'economia verda i circular. El projecte pretén donar suport a les activitats econòmiques que es basen en l'economia verda i circular com a model empresarial sostenible i vector de canvi del sistema econòmic actual a partir de la transferència de coneixements i intercanvi d'experiències.

### Objectius

1. **Potenciar la generació d'activitat econòmica i la creació d'ocupació basada en empreses sostenibles.**
2. **Impulsar la innovació empresarial amb impactes positius.**

### Accions incloses en aquest projecte

**A 1.6.1 Suport a les empreses sostenibles basades en les energies renovables, l'eficiència energètica i la valorització dels subproductes.**

## Línia estratègica

A.1.6.1.

### Projecte

P6. Suport a l'economia verda i circular

### ACCIÓ

## SUPORT A LES EMPRESES SOSTENIBLES BASADES EN LES ENERGIES RENOVABLES, L'EFICIÈNCIA ENERGÈTICA I LA VALORITZACIÓ DELS SUBPRODUCTES

**Tipus de projecte:** Seminaris

**Període d'inici:** Llarg (2012-2025)

### Objectius

- Promoure l'activitat empresarial sostenible.
- Sensibilitzar i conscienciar el sector empresarial en el potencial de l'economia verda i circular com a estratègia de millora de la competitivitat empresarial.

### Descripció

El Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) descriu **l'economia verda** com la que té com a resultat:

- la millora del benestar humà i l'equitat social
- la reducció dels riscos ambientals i de la pressió sobre els sistemes naturals i
- l'harmonització del desenvolupament econòmic i el consum eficient dels recursos.

Una altra definició sobre l'economia verda és la del *Manual d'Eurostat de 2009*, que defineix el sector de béns, tecnologies i serveis ambientals com aquells que han estat realitzats amb una finalitat relacionada amb el medi ambient:

- Prevenir o minimitzar la contaminació i la degradació o disminució dels recursos naturals.
- Reduir, eliminar, tractar o gestionar la contaminació, la degradació i/o disminució dels recursos naturals, recuperar espais que han estat degradats, tant en l'aire, les aigües, pels residus, pel soroll, en la biodiversitat i en el paisatge.
- Desenvolupar altres activitats com la mesura i el control ambiental, recerca i desenvolupament, educació, formació, comunicació i difusió relacionada amb la protecció ambiental i/o la gestió dels recursos.

Les activitats econòmiques verdes inclouen la gestió de l'aigua, residus, prevenció, de la contaminació i energia (energia renovable i eficiència energètica).

La Comissió Europea preveu que l'economia verda serà un dels tres motors principals de l'economia en la propera dècada, juntament amb el sector sanitari i el de les TIC. Alhora, **l'economia verda i circular ha de ser un vector de canvi del sistema productiu actual.**

A nivell català, l'estratègia per a l'impuls de l'economia verda i l'economia circular de la Generalitat de Catalunya de l'any 2015 estableix el full de ruta a desplegar a curt i mig termini per impulsar aquest model al territori català.

## Activitats i metodologia

L'acció es planteja com una activitat de transferència tecnològica i d'intercanvi d'experiències per donar a conèixer iniciatives basades en l'economia verda i circular en diferents sectors i que es poden transferir i impulsar també a les Garrigues.

Es pretén realitzar un cicle de jornades tècniques que combinen els continguts teòrics amb el debat i la reflexió, i visites a empreses de diferents sectors productius que incorporen la sostenibilitat de forma transversal a l'activitat productiva de l'empresa. La durada de cada sessió és d'unes 4 h, i es pot realitzar 1 sessió per mes.

L'estructura de continguts del cicle pot ser la següent:

- **Sessió 1. Introducció a l'economia verda i circular. Què és?** En quins sectors econòmics? L'estratègia per a l'impuls de l'economia verda i l'economia circular de la Generalitat de Catalunya.
- **Sessió 2. Ecoinnovació i ecodisseny.** L'ecoinnovació i l'ecodisseny com a estratègies clau per millorar la competitivitat de les empreses, generant productes i serveis de qualitat, eficients en l'ús de recursos, adequats al seu ús, ambientalment correctes i socialment responsables.
- **Sessió 3. Ecologia industrial i simbiosi industrial.** L'ecologia industrial comprèn els aspectes econòmics, ambientals i socials, de manera que pretén arribar al desenvolupament sostenible. La simbiosi industrial és una experiència inclosa dins la disciplina de l'ecologia industrial. Inclou aspectes com l'anàlisi del cicle de vida, l'anàlisi dels fluxos de matèria, l'anàlisi econòmica ambiental, i com les indústries es poden enxarxar per intercanviar aquests fluxes.
- **Sessió 4. Bioconstrucció i rehabilitació energètica dels edificis.** Una nova visió i oportunitat de conversió per al sector de la construcció, basada en la construcció d'habitatges eficients i en la rehabilitació dels ja existents incorporant elements d'eficiència energètica.
- **Sessió 5. Energies renovables.** Diferents fonts d'energia renovable que trobem a les Garrigues i que poden ser interessants per a les empreses.
- **Sessió 6. Estratègies municipals de foment de l'economia verda i circular.** Anàlisi d'experiències locals per promoure el canvi de model industrial.
- **Sessió 7. Oportunitats de negoci a les Garrigues i visites a empreses de valorització de subproductes i generació d'energies renovables:** visites a les instal·lacions de Traçusa a Juneda i a la central de biogàs a Torregrossa, entre d'altres.

A Catalunya hi ha algunes iniciatives que poden ser de referència per a aquesta jornada. Per exemple, l'Institut Català de l'Economia Verda [www.incev.cat](http://www.incev.cat), [ecoemprenedors.cat](http://ecoemprenedors.cat), Inèdit innovació per a la sostenibilitat, <http://www.ineditinnova.com/cat/> en són alguns exemples.

### Referències:

- Constitució d'una xarxa d'entitats per impulsar l'economia circular al Vallès Occidental <http://www.ccvoc.cat/actualitat/noticies/2016/06/17/es-constitueix-la-xarxa-d-entitats-per-impulsar-l-economia-circular-al-valles-occidental>

- <http://www.ccvoc.cat/consell-comarcal/serveis/desenvolupament-economic-local/economia-social/economia-verda-i-circular>
- Foment de la simbiosi industrial al Bages. <http://www.sostenible.cat/node/116306>

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Resultats</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jornada realitzada</li> <li>2. Millora dels coneixements sobre les oportunitats d'incorporar canvis en els processos productius de les empreses que les facin més sostenibles</li> </ol> |
|------------------|--|

|   |   |
|---|---|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Empresaris</li> <li>- Universitats i centres de recerca</li> </ul> |
|---|---|

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Destinatari</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emprenedors</li> <li>- Empresaris</li> <li>- Polítics i tècnics d'ens locals</li> </ul> |
|--------------------|--|

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Pressupost</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis amb una dedicació d'un 30% de la jornada durant 6 mesos o contractació empresa externa: 5.200€</li> <li>- Cost del ponents: 3.500 €</li> </ul> |
|-------------------|--|

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmic</li> </ul> |
|---------------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ponents experts en cada matèria</li> <li>- Sala per a les sessions amb cadires, taula, ordinador, connexió a Internet, projector, pantalla i so</li> </ul> |
|--|---|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 15 empresaris assistents al cicle</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul> |
|--------------------------------|---|

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Cronograma d'execució</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Cerca d'experiències, establiment de contactes, concreció del programa del cicle</li> <li>- Mes 3 &gt; Edició d'un fulletó amb el programa, difusió i gestió de les inscripcions i logística del cicle.</li> <li>- Mesos 4-5- &gt; realització del cicle</li> <li>- Mes 6 &gt; Valoració</li> </ul> |
|------------------------------|---|





## P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran

Foto: Anton Riera

**P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran****Descripció**

Aquesta línia estratègica es centra en l'àmbit dels serveis a les persones en una doble vessant, especialment, en relació als serveis que necessita el col·lectiu de la gent gran per ser el majoritari a atendre atès la població tan envellida amb que compta la comarca, i per l'altra vessant, perquè precisament aquests serveis poden ser una oportunitat laboral per a joves de la comarca, l'altre col·lectiu clau sobre el qual enfocar les estratègies.

Segons dades del 2015, la població de les Garrigues entre 65 i 100 anys i més representaria un 25% de la població de la comarca. Dada que contrasta amb el que representa aquesta franja de població a l'Àmbit territorial de Ponent (un 18%) o a Catalunya (també un 18%). Per contra, la franja d'edat de joves entre 16 i 34 anys, a les Garrigues, segons dades del 2015 seria d'un 19%, per sota del que representen a l'àmbit territorial de Ponent (21,5%) o a Catalunya (21,3%).

Per tant, les Garrigues té un volum de població gran major que a Ponent i a Catalunya i un nombre de joves inferior respecte a aquests altres àmbits territorials.

Precisament, les accions que es plantegen en aquest projecte tenen presents aquestes dades i estan enfocades a afavorir el lideratge dels joves, per una un envelliment actiu i digne per a les persones grans per tal de poder residir el màxim de temps als seus pobles d'origen. Per aquest motiu, el projecte s'enfoca a mitigar les mancances de serveis que hi ha actualment a la comarca en previsió d'un augment d'aquesta per tal de que es puguin oferir serveis de qualitat tant per la població resident com per possibles garriguencs.

**Objectius**

1. Ser capaços d'extreure oportunitats de la complexa situació d'envelliment de les Garrigues.
2. Fer de les Garrigues un lloc atractiu per viure-hi, treballar-hi o fins i tot, jubilar-s'hi.

**Accions incloses en aquest projecte****A 2.7.1 Crear una Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran****A 2.7.2 Programa de formació continuada per a professionals que ofereixin els seus serveis a la Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran****A 2.7.3 Crear un Sistema de transport comarcal professional****A 2.7.4 Projecte per avaluar la sol·licitud d'un centre d'atenció a la gent gran, segons el model SAIAR****A 2.7.5 Programa de promoció del retorn de gent gran.**

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>A.2.7.1.</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                 | <b>2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria</b>   |
|                 | <b>Projecte</b>  |
|                 | <b>P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran</b>   |
|                 | <b>ACCIÓ</b>   |
|                 | <b>CREACIÓ D'UNA PLATAFORMA DE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>  |
|                 | <b>Tipus de projecte:</b> Servei   |
|                 | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |
|                 | <b>Objectius</b>   |
|                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aproximar els serveis que necessita la gent gran als municipis on viuen.</li> <li>▪ Ampliar l'oferta de serveis a preus raonables per ser serveis mancomunats.</li> <li>▪ Identificar oportunitats laborals a partir d'aquests serveis a oferir per mitjà de la plataforma.</li> </ul>  |
|                 | <b>Descripció</b>  |
|                 | <p><b>La comarca de les Garrigues presenta uns índex d'envelliment de la seva població dels més alts de Catalunya</b> i, per tant, compta amb un important gruix de la seva població en edat avançada que requereix de serveis de suport per assegurar la seva qualitat de vida i la de la seva família. Aquesta qualitat de vida passa, en part, per contribuir, en la mesura que sigui possible, a un envelliment digne als pobles de residència, per tal de no treure a les persones del seu entorn habitual, conegut i estimat.</p> <p>Per altra banda, cal tenir present que el col·lectiu de persones grans és el que presenta més dificultats de mobilitat per traslladar-se a municipis més grans per rebre els serveis necessaris i per aquest motiu, es planteja la possibilitat de fomentar la proximitat per mitjà de l'enfocament que sigui el professional que ofereix el servei el que es desplaça als pobles i no al revés, és a dir, que les persones grans, en la mesura que sigui possible, no hagin de moure's dels seus pobles per rebre serveis de qualitat. Per tant, l'objectiu serà centrar-se en les necessitats de cada persona, dinamitzant els recursos de la pròpia persona, de la seva família i del seu entorn més proper.</p> <p>A més a més, és important tenir present que <b>els serveis de proximitat i els serveis a domicili són jaciments amb un alt potencial de creació futura de llocs de treball</b>. Més en territoris com les Garrigues, amb un alt envelliment de la població com ja hem citat. Per tant, ens trobem davant de noves necessitats socials que requereixen respostes innovadores que aportin solucions a necessitats de les persones que viuen al territori i, alhora, siguin capaces de generar ocupació entre els professionals que impartiran els serveis demandants. De retruc, aquests professionals poden ser joves formats (garriguencs o no) o persones en situació d'atur que emprenen nous perfils professionals perquè hi veuen oportunitats de futur.</p> |
|                 | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                 | <p>A nivell metodològic, es proposen les següents fases de treball per a poder implementar aquesta actuació:</p> <p><b>Fase 1. Crear un Grup de Treball</b> integrat per les àrees de Promoció econòmica i de Serveis Socials del Consell Comarcal i dels altres municipis de la comarca, així com amb entitats i empreses dedicades als serveis a les persones. Aquest Grup de Treball posarà les bases per iniciar el plantejament i els objectius de la Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran.</p>   |

**Fase 2. Elaborar el Pla d'actuació dels serveis de proximitat a les persones de la comarca de les Garrigues.** Analitzar les necessitats del col·lectiu prioritari de la gent gran per determinar quins serveis poden necessitar i quin ha de ser el perfil dels professionals que els poden oferir. A banda del col·lectiu de la gent gran, es podrien analitzar altres possibles perfils d'usuaris com ara solters, vidus, persones amb necessitats, principalment.

**Fase 3 Analitzar el model de funcionament de la plataforma:** forma jurídica, recursos humans, servei online o presencial, coordinació dels serveis a oferir als diferents municipis tenint en compte els professionals que hi visquin (professionals de proximitat). La idea és que sigui un model de serveis mancomunats similar al model del Consell Esportiu de les Garrigues.

**Fase 4.** Identificació de la cartera de professionals per poder oferir els serveis a la plataforma i elaboració de la **Guia de proveïdors dels serveis a les persones de les Garrigues** amb aquells interessats en formar-n'hi part.

**Fase 5.** Identificació de la tipologia de serveis i d'usuaris i elaboració del **Catàleg de serveis de proximitat a les persones de les Garrigues**

**Fase 6. Identificar i habilitar els espais** municipals/privats on es podrien oferir els serveis de la plataforma.

**Fase 7. Posada en marxa de la Plataforma de serveis de proximitat a la gent gran de la comarca de les Garrigues.**

**Referències:** *A la comarca del Pallars Jussà es va presentar una proposta per dissenyar una Oferta Integral de Serveis de Proximitat al Pallars Jussà amb la voluntat de millorar en l'atenció a les persones.*  
[http://www.idapa.cat/documents/presentaciaplataforma\\_def151113\\_20140304.pdf](http://www.idapa.cat/documents/presentaciaplataforma_def151113_20140304.pdf)

|   |   |
|---|---|
| <b>Resultats</b>                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grup de Treball pels serveis de proximitat a les persones constituït</li> <li>2. Model de funcionament de la Plataforma de serveis de proximitat a la gent gran definit</li> <li>3. Plataforma posada en marxa amb el catàleg de serveis i la guia de proveïdors editats</li> </ol> |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Empreses i entitats centrades en els serveis a les persones</li> </ul>  |
| <b>Destinataris</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persones de la comarca amb necessitats de suport i atenció.</li> <li>- Empreses i entitats centrades en els serveis a les persones.</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>                                     | Dedicació d'1 tècnic al 50% de dedicació durant 12 mesos (per la posada en marxa de la plataforma) i després n'haurà de fer el seguiment.   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans,</b>                               | - Recursos humans propis des del Consell Comarcal amb suport des  |

|   |  |
|---|--|
| <b>tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | dels ajuntaments de la comarca   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                    | - Un 80% dels professionals i entitats dedicats als serveis de les persones de la comarca implicats en la Plataforma<br>-<br>-   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                      | - Mes 1> Fase 1. Crear un grup de treball<br><br>- Mesos 2-3> Fase 2. Elaborar el Pla d'actuació dels serveis de proximitat a les persones de la comarca de les Garrigues<br><br>- Mesos 4-6> Fase 3 Analitzar el model de funcionament de la plataforma<br><br>- Mes 6 > Fase 4. <i>Guia de proveïdors dels serveis a les persones de les Garrigues</i><br><br>- Mes 6 > Fase 5. <i>Catàleg de serveis de proximitat a les persones de les Garrigues</i><br><br>- Mesos 7-10 > Fase 6. Identificar i habilitar els espais municipals/privats on es podrien oferir els serveis de la plataforma.<br><br>- Mesos 11-12 > Fase 7. Posada en marxa de la Plataforma de serveis de proximitat a la gent gran de la comarca de les Garrigues. |

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>A.2.7.2.</b> | <b>Línia estratègica</b>  |
|                 | <b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>   |
|                 | <b>Projecte</b>   |
|                 | <b>P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran</b>  |
|                 | <b>ACCIÓ</b>  |
|                 | <b>PROGRAMA DE FORMACIÓ CONTINUADA PER A PROFESSIONALS QUE OFEREIXIN ELS SEUS SERVEIS A LA PLATAFORMA DE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>   |
|                 | <b>Tipus de projecte:</b> Formació  |
|                 | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |
|                 | <b>Objectius</b>  |
|                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facilitar la millora de la formació contínua dels professionals del sector d'atenció a les persones, especialment, del col·lectiu de la gent gran</li> <li>▪ Foment de l'establiment de xarxa i col·laboracions d'aquests professionals vinculats a la Plataforma</li> </ul>   |
|                 | <b>Descripció</b>   |
|                 | <p>Aquesta actuació està encaminada a posar en pràctica un programa de formació continuada per a professionals que ofereixin els seus serveis a la Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran com a oportunitats laborals en l'atenció a la gent gran. Aquests professionals podrien ser de perfils diversos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Educadors socials</li> <li>. Treballadores familiars</li> <li>. Fisioerapeutes</li> <li>. Podòlegs</li> <li>. Psicòlegs</li> <li>.Tècnics d'INEF (per afavorir l'exercici físic saludable)- acompanyants per grups de gent gran que vagin a caminar o a fer esport a l'aire lliure o en recintes tancats.</li> <li>.Perruquers/es</li> <li>.Taxistes</li> <li>.Càterings</li> <li>.Missatgers (compra de queviures o d'altres encàrrecs per portar a domicili)</li> </ul> <p>Un aspecte clau seria la proximitat i que fossin persones conegudes pels usuaris per facilitar la detecció de necessitats i determinar quins altres serveis poden requerir. Podrien ser persones de proximitat, dels mateixos pobles que els usuaris, a ser possible.</p> |
|                 | <b>Activitats i metodologia</b>   |
|                 | A nivell metodològic, la implementació es duria a terme per mitjà de les següents activitats:   |
|                 | <b>Activitat 1. Elaborar enquestes de necessitats formatives</b> entre la cartera de professionals que estarien vinculats directament amb la Plataforma de serveis de proximitat a la gent gran.  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Activitat 2. Determinar les càpsules formatives necessàries</b> per cobrir les necessitats formatives identificades  |  |
| <b>Activitat 3. Coordinar la impartició de les accions formatives</b> a partir d'una programació anual. Vinculació d'aquesta formació amb el CEI i el Viver d'empreses de la Granadella |  |
| <b>Resultats</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Professionals més formats i amb més eines per oferir un servei de qualitat i de proximitat a la gent gran.</li> <li>2. Millora de les condicions de vida de la gent gran que rep aquests serveis de professionals qualificats.</li> </ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Entitats i empreses del tercer sector de la comarca</li> </ul>   |
| <b>Destinataris</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Professionals de diferents disciplines que estaran oferint o tenen intenció d'oferir els seus serveis a la Plataforma de serveis de proximitat de la gent gran.</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>   | <p>Dedicació d'1 tècnic amb un 20% de dedicació durant 12 mesos per identificar les necessitats formatives i coordinar les accions de formació.</p> <p>Pressupost de contractació d'experts per a les accions formatives: a determinar en funció de les necessitats formatives identificades.</p>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica-Global Lleida</li> <li>- Alumnes matriculats a les accions formatives (copagament)</li> <li>-</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis amb tècnics del Consell Comarcal en col·laboració amb els responsables del CEI i del Viver d'empreses de la Granadella</li> <li>- Cessió d'un espai per realitzar les sessions formatives (CEI/Viver d'empreses de la Granadella)</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre un 50 i un 60% dels professionals vinculats a la Plataforma que responen l'enquesta de necessitats formatives.</li> <li>- Entre un 30 i un 40% dels professionals vinculats a la Plataforma formats anualment.</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 de cada inici d'any&gt;Elaboració d'una enquesta de necessitats formatives que es fa arribar als professionals de la plataforma.</li> <li>- Mes 3&gt;Recollida de la informació del buidatge de les enquestes per determinar els àmbits formatius a millorar</li> <li>- Mesos 4-6&gt;Disseny de les accions formatives, cerca de ponents i de finançament per cada acció específica.</li> <li>- Mes 6-12 &gt; Realització de la formació</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <b>A.2.7.3.</b>   | <b>Línia estratègica</b>   |
|   | <b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>            |
|   | <b>Projecte</b>  |
|   | <b>P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran</b> |
|   | <b>ACCIÓ</b>   |
|   | <b>CREAR UN SISTEMA DE TRANSPORT COMARCAL PROFESSIONAL</b>       |
| <b>Tipus de projecte:</b> Servei  |  |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |  |
| <b>Objectius</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facilitar la mobilitat de la població més gran de la comarca quan ho necessiti.</li> <li>▪ Potenciar models de transport a la demanda adients a les característiques de la comarca de les Garrigues.</li> </ul>  |  |
| <b>Descripció</b>   |  |
| <p>D'acord amb l'estudi <i>La població rural d'Espanya. Dels desequilibris a la sostenibilitat social</i>, editat per la Fundació "la Caixa" (2009) el problema del sobreenvelliment en àrees rurals és encara més greu que a les zones urbanes per dos motius fonamentals. En primer lloc per la gran dispersió de l'hàbitat, la qual cosa implica un augment de les demandes de mobilitat. Hàbitat més remot, dispersió dels centres assistencials i de serveis, i manca d'infraestructures de transport, tot plegat fa que la necessitat de transport privat sigui alta. En edats avançades, aquesta situació produeix generalment la necessitat de recórrer als familiars per ser transportats, una circumstància que és menys intensa a les àrees urbanes. El segon motiu és l'estreta relació que hi ha entre envelliment i discapacitat, ja que la discapacitat augmenta amb l'edat i en molts casos es tradueix en dependència.</p> <p>L'estudi de la discapacitat a les àrees rurals amb prou feines s'ha abordat, però els indicadors disponibles assenyalen que les taxes de discapacitat són més altes en el medi rural que en l'urbà. Les dades mostren que la pitjor situació pel que fa a la discapacitat correspon a les dones rurals. Fins ara no s'ha investigat de manera detallada el perquè d'aquesta incidència més gran de la discapacitat a les àrees rurals enfront de les urbanes. Les poques dades disponibles, però, apunten a l'esperança de vida més alta de les àrees rurals. Tot plegat suggereix que, probablement, la situació pel que fa a les discapacitats és pitjor a les àrees rurals perquè els seus habitants viuen més. Les explicacions de la pitjor situació de les dones respecte als homes recullen també la mateixa idea: una supervivència més gran de les dones sobre els homes.</p> <p>Per aquest motiu, es planteja la possibilitat de crear un model de sistema de transport professional, principalment, dirigit a persones grans, que a la comarca de les Garrigues pugui corregir aquestes dificultats que es fan paleses per una població envellida i distribuïda en pobles petits i allunyats que compten amb un sistema de transport públic regular deficient o gairebé inexistent que complica en escriure les seves possibilitats de mobilitat.</p> |  |
| <b>Activitats i metodologia</b>   |  |
| A nivell metodològic, s'han identificat les següents fases de treball:  |  |
| <b>Fase 1. Analitzar el perfil de demanda</b> que podria sol·licitar aquest tipus de servei (col·lectius,   |  |



motivacions del viatge, altres necessitats de serveis complementaris amb el trajecte que podrien realitzar, llocs de residència, destinacions sol·licitades, horaris de demanda, etc.)

**Fase 2. Analitzar el perfil de professionals** que podrien realitzar aquest servei (taxis, empreses de lloguer de vehicles, etc.) i identificar el seu interès i condicionants.

**Fase 3. Analitzar diferents models possibles de sistemes de transport comarcal professional:**

- Transport a la demanda amb taxis

*Referències: Ajuntament d'Alella [www.alella.cat/document.php?id=1250](http://www.alella.cat/document.php?id=1250) o Ajuntament de Castellar del Vallès: [www.castellarvalles.cat/10990/descriptiu/-1466](http://www.castellarvalles.cat/10990/descriptiu/-1466)*

- Transport a la demanda amb autobús i amb rutes ja establertes entre municipis de la mateixa comarca que complementen les rutes de transport públic regular

*Referència: convenis entre l'empresa d'autobús TEISA i diversos Consells comarcals com el de la Garrotxa, la Selva i el Ripollès. [www.teisa-bus.com/ca/transport-demanda](http://www.teisa-bus.com/ca/transport-demanda)*

- Transport a la demanda amb vehicle mixte de passatgers, mercaderies i missatgeria

*Referències: Consell Comarcal de l'Alt Urgell amb el vehicle conegut com la Lletera que va de la Vall de la Vansa i Tuixent cap a la Seu d'Urgell: <http://www.alturgell.cat/Transports a la demanda>*

**Fase 4. Determinar quin model (o si s'escau, quins models) s'escullen per implementar a la comarca de les Garrigues i definir el seu funcionament.**

D'acord amb l'anàlisi duta a terme dels col·lectius demandants del servei i de les empreses que el poden oferir, es determinarà si cal escollir un únic model vàlid per tota la comarca o és preferible aplicar més d'un model en funció de les necessitats de cada àrea de la comarca tenint en compte que es tracta d'un territori amb diferències en relació a la mobilitat i transport públic.

Un cop determinats el model o models, caldrà definir el seu funcionament en matèria de coordinació del servei, del conveni amb les empreses de transport, dels preus i recorreguts pactats, etc.

**Fase 5. Posada en marxa del model/s escollits.**

- Prova pilot pels 6 primers mesos per identificar mesures correctores, si s'escau
- Aplicar les millores identificades
- Posar en funcionament el sistema de forma permanent
- Establir mesures d'avaluació del servei

#### Resultats

1. Informe de les necessitats de mobilitat de la gent gran de la comarca de les Garrigues
2. Model de transport comarcal a la demanda organitzat que cobreixi aquestes necessitats al màxim possible.
3. Conveni amb empreses de transport per oferir aquest servei a les persones que ho requereixin

#### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Professionals del transport que resideixin a la comarca o comarques veïnes

#### Destinataris

- Persones grans sense cotxe i/o residents en poblacions amb manca de serveis de transport públic
- Altres persones que tinguin necessitats de mobilitat no cobertes

|  |  |
|--|--|
| pels serveis regulars de transport existents                       |  |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'1 tècnic amb el 20% de dedicació durant 12 mesos. Establiment de conveni amb les empreses o professionals del transport per establir uns preus cofinançats dels serveis oferts en el marc d'aquest model de transport a mida a les Garrigues.  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Usuaris del servei de transport comarcal (copagament)</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis per la posada en marxa del servei i la seva coordinació futura .</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 3-5 empreses de transport de la comarca implicades en el projecte</li> <li>- Entre un 40-50% del potencial de persones que podrien usar el servei, el sol·liciten regularment.</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt;Anàlisi de la demanda</li> <li>- Mes 3&gt;Anàlisi del perfil dels professionals del transport</li> <li>- Mesos 4&gt;Anàlisi de diferents models de sistemes de transport comarcal a la demanda</li> <li>- Mes 5 &gt; Determinar el model i definir el seu funcionament</li> <li>- Mes 6&gt; Posar en marxa el model/s en la primera fase pilot fins al mes 12&gt; per posar en funcionament plenament el sistema</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| <b>A.2.7.4.</b>   | <b>Línia estratègica</b><br><b>2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria</b>                                     |
|   | <b>Projecte</b><br><b>P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran</b>                                    |
|   | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROJECTE PER AVALUAR LA SOL·LICITUD D'UN CENTRE D'ATENCIÓ A LA GENT GRAN, SEGONS EL MODEL SAIAR</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Estudi  |  |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |  |
| <b>Objectius</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluar la possibilitat de sol·licitar un altre Centre de serveis integrals per a la gent gran segons el model SAIAR per a la comarca de les Garrigues</li> </ul>  |  |
| <b>Descripció</b>   |  |
| <p>Segons les darreres dades disponibles (2012), les Garrigues compta amb 88 places de centres de dia. La major part d'aquestes es concentren en centres de titularitat pública (88,64%), mentre que la resta (11,36%) corresponen a centres privats d'iniciativa mercantil. En els últims anys, per al període 2001-2012, el nombre de places ha augmentat un 175%. A nivell de distribució territorial, els centres de dia es concentren en quatre municipis: Arbeca, Juneda, les Borges Blanques i la Granadella. Les places totals de centres de dia, comptant el de la Granadella són de 113 places.</p> <p>Des de l'any 2011, la comarca de les Garrigues compta amb un equipament especialitzat per a la gent gran: el Centre de serveis integrals per a la Gent Gran Les Garrigues, a la Granadella. Aquest centre forma part del pla pilot del Servei d'Atenció Integral a la gent gran en l'Àmbit Rural (SAIAR) impulsat pel Departament de Benestar Social i Família de la Generalitat de Catalunya. Consta de 25 places concertades de centre de dia per a persones amb dependència, però també dóna servei de tallers i activitats diverses a altres persones grans (menjador, tallers d'estimulació /de memòria i de psicomotricitat) que no necessiten una plaça concertada.</p> <p>El seu àmbit d'actuació és l'àrea d'influència del CAP de la Granadella: La Granadella, Bellguarda, Bovera, Els Torms, Granyena de les Garrigues, Juncosa i El Soleràs.</p> <p>El Centre va a càrrec del Consell Comarcal de les Garrigues, que n'és el titular, però està gestionat per l'empresa pública SUMAR, empresa d'acció social de Catalunya i amb cofinançament de la Generalitat de Catalunya.</p> <p>Es tracta d'un model de gestió pilot amb molts bons resultats, però de moment, resta aturada la creació de més Centres d'aquest tipus dins del programa SAIAR. Tant pels bons resultats, com pel plantejament mixte de potencials usuaris, és a dir, persones amb dependència i persones grans sense dependència, però amb necessitats de suport, d'acompanyament i d'estímul, es veu com un model d'interès per replicar possiblement, en altres àrees de la comarca, com per exemple per a la zona de Vinaixa, Albi, Tarrés, Vilosell, Fullella on no hi ha ni residències ni centres de dia.</p> |  |
| <b>Activitats i metodologia</b>   |  |
| A nivell metodològic, es planteja fer el següent procediment:   |  |
| <b>Activitat 1. Estudi per a l'avaluació de la necessitat de sol·licitar un centre d'atenció a la gent gran, segons el model SAIAR, com el centre de la Granadella.</b>   |  |

|   |   |
|---|---|
| <b>Activitat 2. Determinar la ubicació idònia</b> d'aquest nou centre que se sol·licitaria, si l'estudi determina la seva necessitat            |   |
| <b>Activitat 3. Determinar el model de funcionament</b> d'aquest nou centre   |   |
| <b>Activitat 4. Establiment de contacte amb la Generalitat</b> per conèixer quan s'obrin places per a la creació de més centres d'aquest model. |   |
| <b>Activitat 5. Preparar la sol·licitud</b> i presentar-la.   |   |
| <b>Resultats</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudi realitzat per conèixer la necessitat de sol·licitar un altre centre integral d'atenció a la gent gran a les Garrigues.</li> <li>2. Sol·licitud presentada, si així es determina.</li> </ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Entitats d'atenció a la gent gran a la comarca</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persones grans de la comarca de les Garrigues amb i sense dependència</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>   | Dedicació d'1 tècnic al 25% durant 5 mesos per les activitats 1, 2 i 3.   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans propis</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 25 places que podrà atendre aquest possible nou centre d'atenció a la gent gran (si és com el de la Granadella)</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Activitat 1. Estudi per a l'avaluació de la necessitat de sol·licitar un centre d'atenció a la gent gran</li> <li>- Mes 3&gt; Activitat 2. Determinar la ubicació idònia d'aquest nou centre que se sol·licitaria</li> <li>- Mesos 3-4&gt; Activitat 3. Determinar el model de funcionament d'aquest nou centre</li> <li>- Mesos 1 fins que surti la convocatòria&gt; Activitat 4. Establiment de contacte amb la Generalitat</li> <li>- Quan surti la convocatòria &gt; Activitat 5. Preparar la sol·licitud i presentar-la</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
| A.2.7.5.   | Línia estratègica<br>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria   |
|  | Projecte<br>P.7. Projecte de serveis de proximitat per a la gent gran |
|  | ACCIÓ<br><b>PROGRAMA DE PROMOCIÓ DEL RETORN DE GENT GRAN</b>          |
| <b>Típus de projecte:</b> Campanya   |   |
| <b>Període d'inici:</b> Llarg (2022-2025)  |   |
| <b>Objectius</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visibilitzar els atractius de la comarca de les Garrigues com un territori idoni per l'envelliment actiu perquè compta amb serveis de proximitat per a la gent gran i una elevada qualitat de vida.</li> <li>▪ Atraure garriguencs i garriguenques que viuen fora de la comarca i que estan en edat de jubilar-se o ja estan jubilats per retornar a les Garrigues.</li> <li>▪ Donar a conèixer la comarca de les Garrigues com una destinació atractiva per un turisme sènior, nacional i internacional, interessat en el modus vivendi de les Garrigues i en la cultura de l'oli (en la vessant de l'oleoteràpia, per exemple).</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>  |   |
| <p>El document tècnic <i>Envelliment actiu: un marc polític</i> (OMS, 2002) defineix l'<b>envelliment actiu</b> com "el procés d'optimització de les oportunitats de salut, participació i seguretat amb la finalitat de millorar la qualitat de vida de les persones a mesura que aquestes envelleixen".</p> <p>A Catalunya, s'està avançant en el camp de l'envelliment actiu, principalment, en zones urbanes per mitjà de la iniciativa <b>Projecte Ciutats Amigues de les Persones Grans</b> (<i>Age-friendly Cities</i>) que des del 2006 està promovent l'OMS a nivell mundial.</p> <p>La promoció de l'envelliment actiu és una política fonamental de la Unió Europea dins de la seva iniciativa Europa 2020. Una estratègia per a un creixement intel·ligent, sostenible i integrador que ha estat dissenyada per a sortir de l'actual crisi econòmica i per afrontar els reptes a llarg termini de les economies europees. Al seu torn, la Comissió Europea ha elaborat una <i>Guia de Bones pràctiques per a l'envelliment actiu</i> amb experiències de diferents territoris europeus on es tenen en compte conceptes com l'atenció integral, multidisciplinària i personalitzada; la vida quotidiana assistida per l'entorn; l'alfabetització en salut i l'apoderament del pacient; la salut electrònica o la salut mòbil.</p> <p>En l'àmbit rural, tanmateix, encara hi ha trajectòria a treballar com així ho demostren els resultats de seminaris com el que es va dur a terme a Girona (2013) "<b>Envellir al món rural: oportunitats per a l'envelliment actiu</b>" centrat en aprofundir en les possibilitats i problemàtiques específiques que el món rural presenta per a l'envelliment actiu. Partim de la hipòtesi de que aquest context pot marcar certes diferències en el procés d'envelliment. Per exemple, una atracció més gran de certs entorns i tipus d'hàbitat sobre persones amb discapacitat. En alguns casos, un entorn rural es podria adaptar millor a les necessitats diàries de la població en situació de discapacitat. Potser pel tipus d'hàbitat menys dens, amb edificacions més adaptables –plantes baixes– i amb un entorn que, tot i que sigui limitat quant a serveis, resulta més accessible i menys exigent per a la seva adaptació a les condicions de les persones grans o amb problemes de mobilitat. La major presència del model productiu agrari, la importància de les xarxes socials i comunitàries, el pes de la proximitat, etc., són</p> |   |

factors que poden afavorir a que les persones tinguin l'oportunitat per a seguir contribuint –ja sigui formal o informalment en l'àmbit productiu com a nivell social o familiar- a mesura que envelleixen en funció de les seves possibilitats.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, les activitat que es proposen per la implementació d'aquesta acció serien les següents:

**Fase 1. Identificar els paràmetres que definirien les Garrigues com a territori de referència en envelliment actiu.** Determinar arguments que afavoreixen l'envelliment de qualitat i dignitat en zones rurals:

- Sanitat
- Formació per gent gran
- Consell de la Gent Gran: programa de vida saludable: recomanacions d'alimentació, activitats culturals, lúdiques i esportives
- Plataforma de serveis de proximitat
- Sistema de transport a la demanda
- Serveis bàsics garantits als municipis: comerç, metge, infermera, serveis funeraris, etc.
- Entorn saludable, no contaminat, tranquil·litat
- Crear un servei de voluntariat sènior per la comarca de les Garrigues
- Programa d'activitats entorn del turisme sènior (Oleoturisme, oleoteràpia, turisme cultural, etc.)

**Fase 2. Coordinació i avaluació del funcionament d'aquests paràmetres** i aplicar les adaptacions necessàries per a un correcte servei

**Fase 3. Comunicació del programa de retorn de la gent gran exiliada garriguenca.** Determinar els espais més adients de comunicació, per exemple, en els períodes de les Festes Majors i els estius quan hi ha major presència de garriguencs de la tercera edat que viuen fora de la comarca durant la resta de l'any.

Aquest programa de retorn de la gent gran mantindrà una estreta vinculació amb la campanya d'autoestima de la comarca i la creació de la Marca Garrigues de projecció de la comarca cap a enfora. Per altra banda, també es podria establir relació amb l'acció d'identificació d'ambaixadors de l'oli entre garriguencs "exiliats".

#### Referències:

**Projecte Ciutats Amigues de les Persones Grans:** <http://www.diba.cat/web/envellimentactiu/54>

*Amb la finalitat de donar impuls a la plasmació del Paradigma de l'Envelliment Actiu, l'OMS posa en marxa l'any 2006 el Projecte Ciutats Amigues de les Persones Grans (Age-friendly Cities). Referent d'aplicació en un entorn rural: Quebec.*

#### Resultats

1. Paràmetres definits per ser les Garrigues un territori apte per un envelliment actiu i de qualitat.
2. Població atreta entre el col·lectiu de gent gran garriguenca que vivia fora de la comarca.

**Actors responsables de** - Consell Comarcal de les Garrigues

|  |  |
|--|--|
| <b>l'execució del projecte</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Entitats d'atenció a la gent gran a la comarca</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persones grans de la comarca de les Garrigues amb i sense dependència</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'un tècnic al 40% de la seva dedicació durant 12 mesos i després seguiment del programa amb un 20% de dedicació regular   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Programes europeus o internacionals a favor de l'envelliment actiu</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de persones grans que vivien fora de la comarca que han retornat a les Garrigues per mitjà del programa de retorn de gent gran.</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Fase 1. Identificar els paràmetres que definirien les Garrigues com a territori de referència en envelliment actiu.</li> <li>- Mes 3-6&gt; Fase 2. Coordinació i avaluació del funcionament d'aquests paràmetres</li> <li>- Mesos 6-12&gt; Fase 3. Comunicació del programa de retorn de la gent gran exiliada garriguenca</li> <li>- A partir del mes 12 &gt; Seguiment del programa</li> </ul> |





## P.8. Projecte JOVES AL CAPDAVANT: formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues

Foto: Tatianayjaime (Flickr)



## **P.8. Projecte JOVES AL CAPDAVANT: formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues**

### **Descripció**

Els joves de les Garrigues són un col·lectiu clau per al Pla estratègic de les Garrigues ja que representen el futur del territori i per aquest motiu cal, per una banda, afavorir les condicions perquè els joves que viuen, actualment, a la comarca tinguin possibilitats de quedar-s'hi a viure i no hagin de marxar i, per altra banda, cal cercar les estratègies per aconseguir que els que ja han marxat fora o estan estudiant en altres ciutats, retornin a la comarca per poder-s'hi instal·lar de nou.

Per tal d'aconseguir arrelar als joves a les Garrigues és imprescindible empoderar-los i cedir-los espais de lideratge a tots els nivells per tal que facin un pas endavant a l'hora d'assumir conjuntament amb d'altres sectors de la societat garriguenca els reptes que es plantegen en aquests propers anys per tal d'aconseguir un futur d'oportunitats a les Garrigues.

### **Objectius**

1. Empoderar als joves de la comarca per encapçalar espais de lideratge per afrontar els reptes de millorar el futur de les Garrigues.
2. Afavorir les condicions per al retorn de joves garriguencs que viuen o estudien fora.
3. Atraure joves amb talent i amb capacitat d'emprenedoria perquè tirin endavant nous projectes al territori.

### **Accions incloses en aquest projecte**

A 2.8.1 Crear un espai de treball i de reflexió per donar oportunitats als joves per facilitar la seva presència i participació activa en tots els sectors estratègics de la comarca: en ajuntaments, empreses, juntes de cooperatives, etc.

A 2.8.2 Iniciativa per avaluar les necessitats formatives dels joves de la comarca

A 2.8.3 Projecte per afavorir el retorn i l'arrelament de joves a la comarca.

A 2.8.4 Prova pilot de projecte col·laboratiu: Bla Bla Car Garriguenc, un sistema de transport col·laboratiu

|  |   |
|--|---|
| Línia estratègica<br><b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>   |   |
| <b>A.2.8.1.</b>  | <b>Projecte</b><br><b>P.8. Projecte Joves al Capdavant: Formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues</b> |
|  | <b>ACCIÓ</b><br><b>CREAR UN ESPAI DE TREBALL I DE REFLEXIÓ PER DONAR OPORTUNITATS ALS JOVES</b>           |
| <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació  |   |
| <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |   |
| <b>Objectius</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disposar d'un espai de reflexió entorn de les oportunitats dels joves de la comarca.</li> <li>▪ Vetllar perquè els joves de la comarca tinguin representació i siguin escoltats i tinguts en compte en tots els àmbits.</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>  |   |
| <p>Tal i com s'ha exposat en la diagnosi socioeconòmica la franja d'edat de joves entre 16 i 34 anys, a les Garrigues, segons dades del 2015 seria d'un 19%, per sota del que representen a l'àmbit territorial de Ponent (21,5%) o a Catalunya (21,3%). Per tant, les Garrigues té un volum de població gran major que a Ponent i a Catalunya i un nombre de joves inferior respecte a aquests altres àmbits territorials.</p> <p>Aquesta situació, a més a més, va acompanyada per una manca de presència dels joves en espais de decisió i lideratge, fet que condiona el seu empoderament i la seva motivació. En els tallers participatius realitzats durant la redacció del Pla Estratègic es va insistir en la importància de ser generós per part de la societat garriguenca per donar pas a les noves generacions per tal que prenguin consciència del moment decisiu en què viu la comarca, que fa imprescindible que s'impulsin noves formes de treballar i noves visions de futur per dinamitzar les economies dels pobles de les Garrigues.</p> <p>En aquest escenari desitjat en què s'han focalitzat els anhels, els joves de la comarca hi tenen un paper clau i cal que facin una aposta ferma i decidida per lluitar per la comarca, amb el suport, l'experiència i l'acompanyament de la resta de la societat garriguenca.</p> <p>Per tal d'afavorir una major presència i dinamisme dels joves es planteja aquesta actuació centrada en crear un espai de treball i de reflexió per donar oportunitats als joves per facilitar la seva presència i participació activa en tots els sectors estratègics de la comarca: en ajuntaments, empreses, juntes de cooperatives, etc.</p> |   |
| <b>Activitats i metodologia</b>  |   |
| <p>La proposta metodològica a emprar per dur a terme aquesta actuació seria la següent:</p> <p><b>Activitat 1. Impartir càpsules formatives amb eines d'empoderament i lideratge juvenil.</b> Orientades als joves de la comarca per tal d'enfortir les seves capacitats a nivell de comunicació en espais públics, lideratge, representativitat, etc.</p> <p><b>Activitat 2. Crear un fòrum de treball i reflexió sobre com donar pas al lideratge dels joves a les Garrigues</b> en diferents sectors:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Equips de govern</li> </ol>   |   |

2. Juntes de cooperatives agràries
3. Direccions d'empreses
4. Associacionisme

Aquest fòrum estaria obert a la participació de joves, però també d'altres sectors de la societat garriguenca, especialment, persones que tinguin algun càrrec de responsabilitat a nivell polític o empresarial o d'associacions per tal de vetllar per afavorir un relleu generacional d'aquests càrrecs.

La dinàmica de funcionament d'aquest fòrum es podria consensuar amb els joves que haguessin participat en les sessions formatives de lideratge i empoderament per tal que fossin aquests joves els primers en fer-se seva la iniciativa per donar-hi una embranzida inicial.

**Activitat 3. Taula d'experiències amb joves d'altres territoris rurals que hagin assumit llocs de responsabilitat i decisió** als seus pobles o comarques.

L'objectiu d'aquesta taula d'experiències és fomentar un intercanvi entre els joves de les Garrigues i altres joves també de territoris rurals que puguin explicar la seva experiència en el lideratge i representativitat ja sigui en l'àmbit polític, empresarial o d'associacionisme.

|   |  |
|---|--|
| <b>Resultats</b>                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Joves de la comarca amb major capacitat de lideratge i d'empoderament.</li> <li>2. Fòrum de treball creat per donar pas a una major representativitat dels joves a la comarca.</li> <li>3. Intercanvi d'experiències amb altres joves realitzat per mitjà de la taula d'experiències realitzada.</li> </ol>              |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial de la comarca: sector agrícola, cooperatives, turisme, indústria i comerç</li> <li>- Associacions comarcals de diferent índole: tercer sector, culturals, esportives, etc.</li> </ul>                                |
| <b>Destinataris</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Joves de la comarca</li> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial de la comarca: sector agrícola, cooperatives, turisme, indústria i comerç</li> <li>- Associacions comarcals de diferent índole: tercer sector, culturals, esportives, etc.</li> </ul> |
| <b>Pressupost</b>                                     | <p>Dedicació d'un tècnic al 30% de la seva dedicació durant 12 mesos i després seguiment del programa amb un 20% de dedicació regular</p> <p>Valorar la necessitat o no de contractar una persona experta per la formació en empoderament i lideratge juvenil</p>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Direcció General de Joventut. Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida</li> </ul>   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Recursos propis   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 joves formats en empoderament i lideratge juvenil</li> <li>- Entre 30-35 persones participant en el fòrum pels joves</li> <li>- Entre 20-25 joves participant a la taula d'experiències</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt;Activitat 1. Càpsules formatives en empoderament i lideratge juvenil</li> <li>- Mes 4-10&gt;Activitat 2. Crear el fòrum per donar espai als joves</li> <li>- Mesos 11-12&gt;Activitat 3. Taula d'experiències entre joves</li> <li>- Seguiment de futur per seguir dinamitzant el fòrum si així es considera d'interès per les persones participants.</li> </ul> |

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>A.2.8.2.</b> | Línia estratègica<br><b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>  |
|                 | Projecte<br><b>P.8. Projecte Joves al Capdavant: Formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues</b>  |
|                 | ACCIÓ<br><b>INICIATIVA PER AVALUAR LES NECESSITATS FORMATIVES DELS JOVES DE LA COMARCA</b>  |
|                 | <b>Tipus de projecte:</b> Servei i coordinació  |
|                 | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)  |
|                 | <b>Objectius</b>  |
|                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conèixer les necessitats formatives dels joves de la comarca i les necessitats de professionals que tenen les empreses del territori</li> <li>▪ Unificar l'oferta de serveis i formació per a joves que hi ha a la comarca</li> <li>▪ Adequar l'oferta formativa que s'ofereix a les oportunitats de negoci que presenta la comarca i a les línies que marca el Pla Estratègic territorial de les Garrigues</li> </ul>   |
|                 | <b>Descripció</b>   |
|                 | <p>Actualment, a la comarca de les Garrigues no s'està realitzant de forma regular, una prospecció de necessitats de les empreses del territori per determinar quins perfils laborals són necessaris actualment i quins ho seran en un futur, en funció de les necessitats d'aquestes empreses.</p> <p>Per altra banda, la realitat del teixit empresarial de la comarca, de tipus familiar i petites dimensions, determina que bona part de les oportunitats laborals que podrien tenir els joves de les Garrigues siguin a partir de l'autoocupació i la generació de noves iniciatives empresarials impulsades per ells mateixos.</p> <p>Per aquest motiu, si bé és necessari ser coneixedor de les necessitats dels perfils laborals que podrien requerir les empreses actuals de la zona i, en conseqüència, impulsar accions formatives en aquesta línia. També és necessari obrir línies formatives en concordança als àmbits econòmics determinats pel Pla estratègic com a sectors amb futur a la comarca en els quals cal professionalitzar professionals i cal empoderar als joves per iniciar projectes empresarials.</p> |
|                 | <b>Activitats i metodologia</b>   |
|                 | L'enfocament metodològic que es proposa per dur a terme aquesta acció seria el següent:   |
|                 | <b>Activitat 1. Prospecció de les necessitats empresarials per orientar les formacions específiques dels professionals.</b> Aquesta prospecció es podria realitzar per mitjà d'un qüestionari que haurien d'emplenar les empreses de forma regular (1 cop cada any/6 mesos) combinat amb entrevistes personalitzades a aquelles empreses més estratègiques del territori.   |
|                 | <b>Activitat 2. Elaborar un programa formatiu</b> que inclogui els resultats de la prospecció empresarial més accions formatives d'acord amb <b>les línies estratègiques que es defineixen en el Pla estratègic:</b> agroalimentari (valor afegit del producte agrari), creació de serveis turístics i d'oferta turística en base al patrimoni local i innovació empresarial, serveis a les persones, economia verda i circular.  |
|                 | <b>Activitat 3. Centralitzar i planificar tota l'oferta formativa de la comarca reglada i no reglada.</b> Establir una eina i un format per fer-ho arribar a tots els joves de la comarca: <b>Guia de la formació</b>   |

*de la comarca de les Garrigues.*

**Activitat 4. Taula de treball amb els centres formatius (reglats i no reglats) per coordinar l'oferta formativa** conjuntament amb tècnics de promoció econòmica i representants dels principals sectors econòmics de la comarca.

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Prospecció de necessitats de joves i empreses realitzada</li><li>2. Programa formatiu articulat de tota la comarca</li><li>3. Taula de treball amb centres formatius i entitats econòmiques del territori constituïda</li></ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Ajuntaments de la comarca</li><li>- Centres formatius de la comarca</li><li>- CEI de les Borges Blanques</li><li>- Viver d'empreses de la Granadella</li></ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Joves de la comarca</li></ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 40% durant 9 mesos i després seguiment a un 15% de dedicació   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li><li>- Direcció General de Joventut. Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li><li>- Diputació de Lleida</li></ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Recursos propis</li></ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Entre 25-30 joves formats/per any d'acord la prospecció i les oportunitats identificades.</li><li>- Entre 3-4 reunions anuals del Grup de Treball constituït</li><li>- Nombre d'exemplars distribuïts /descarregats de la Guia de la formació de la comarca de les Garrigues.</li></ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mesos 1-3&gt; Activitat 1. Prospecció de les necessitats empresarials per orientar les formacions específiques dels professionals</li><li>- Mes 4-6&gt; Activitat 2. Elaborar un programa formatiu</li><li>- Mesos 7-9&gt; Activitat 3. Centralitzar i planificar tota l'oferta formativa. Guia de la formació de la comarca de les Garrigues</li><li>- Mes 1 &gt; Activitat 4. Taula de treball amb els centres formatius</li><li>- Seguiment de les accions la resta de l'any</li></ul> |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>A.2.8.3.</b> | Línia estratègica<br><b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>   |
|                 | <b>Projecte</b><br><b>P.8. Projecte Joves al Capdavant: Formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues</b>  |
|                 | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROJECTE PER AFAVORIR EL RETORN I L'ARRELAMENT DE JOVES A LA COMARCA</b>  |
|                 | <b>Tipus de projecte:</b> Programa   |
|                 | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |
|                 | <b>Objectius</b>   |
|                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Afavorir el retorn de joves que hagin marxat de la comarca per motius d'estudi o laborals.</li> <li>▪ Contribuir a l'arrelament dels joves que viuen a la comarca i evitar que marxin.</li> <li>▪ Fer visibles als joves les oportunitats que la comarca té i donar-los suport per mitigar les mancances que presenta.</li> </ul>   |
|                 | <b>Descripció</b>  |
|                 | <p>El nombre de joves empadronats a la comarca d'entre 16 i 34 anys al 2015 era de 3720, xifra que representa un 19% del total de la població de les Garrigues, per sota del percentatge de gent gran (més de 65 anys) de la comarca: un 25%.</p> <p>Aquesta dada ens fa palesa la situació preocupant en què viu el territori, amb una població envellida i amb un baix nombre de joves que presenta una tendència a la disminució constant. A banda que no cal oblidar que les dades d'empadronament no representen necessàriament la realitat de la comarca. És a dir, que hi ha un nombre indeterminat de joves que malgrat estar empadronats a les Garrigues no hi resideixen habitualment, però mantenen la residència dels pares com a lloc d'empadronament. Per tant, és molt difícil tenir, ara com ara, una xifra real del nombre de joves que viuen i treballen regularment a la comarca.</p> <p>Per altra banda, també es detecta un altre fenomen en alguns dels pobles amb més especialització agrària i més rurals, com és la masculinització de la població juvenil ja que en aquests municipis on l'activitat agrària és la principal font econòmica, moltes noies joves opten per marxar a la recerca d'oportunitats laborals que no troben als seus pobles. Per conseqüència, s'observa una tendència d'èxode major entre les noies respecte dels nois que, amb més facilitat, si decideixen quedar-s'hi, s'ocupen en feines de caire agrícola.</p> <p>Per tant, davant d'aquesta reducció del nombre de joves als pobles de les Garrigues i de l'existència d'aquestes desigualtats de gènere que es produeixen en municipis eminentment agrícoles, la necessitat de treballar pel retorn i l'arrelament de joves a la comarca es determina com una prioritat del projecte Joves al Capdavant.</p> |
|                 | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                 | <p>A nivell metodològic, es plantegen les següents activitats encaminades a afavorir, per una banda, l'arrelament dels joves que encara viuen a la comarca i, per altra banda, afavorir el retorn d'aquells que han hagut de marxar a estudiar o treballar fora però, podrien tenir interès en tornar-hi a viure.</p> <p><b>Activitat 1. Projecte d'acompanyament global per afavorir el retorn dels joves de les Garrigues</b> (recerca d'ocupació, habitatge, vida social, xarxes de relació, associacions dels pobles, serveis bàsics, etc.)</p>  |

La idea d'aquest projecte seria oferir un itinerari personal d'acompanyament per aquells joves que tinguessin interès en retornar a la comarca o venir-hi a viure per tal de facilitar al màxim la seva integració i adaptació a la comarca i al poble de residència. Per tant, es tractaria d'un acompanyament integral tant en el suport per a la recerca d'habitatge, de feina, d'accions formatives, informació sobre prestacions, ajuts i serveis diversos, entitats i associacions locals i comarcals com a espai per afavorir la integració i l'arrelament dels joves a la comunitat local.

Algunes d'aquestes funcions ja s'ofereixen des de l'Oficina Jove de les Garrigues i es podrien ampliar per abraçar un acompanyament més ampli.

**Activitat 2 Accions específiques d'autoocupació per joves de les Garrigues.** Inclourà assessorament en el disseny del model de negoci, intercanvis amb experiències d'emprenedors joves i accions específiques d'emprenedoria per a dones joves per afavorir el seu retorn i el seu arrelament.

Aquestes accions estarien directament vinculades amb les actuacions del Projecte 9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues, amb les quals caldria coordinar-se perquè els joves poguessin accedir als serveis i a les actuacions previstes en aquest projecte adreçat a l'emprenedoria en termes generals, incloent també als joves.

**Activitat 3. Realització d'una visita exploratòria per atreure joves a les Garrigues.** Establiment d'un marc de col·laboració i participació actiu amb el programa Odisseu (ARCA).

El concepte de visita exploratòria s'empra de projectes de referència a França i al Quebec que vetllen per dotar d'eines als joves que volen retornar als territoris rurals per tal de conèixer quines oportunitats els hi pot oferir la zona. Seria com una missió empresarial inversa on són els principals agents socioeconòmics de la comarca (coma venedors) els que aporten tota la informació que necessiten els joves per decidir-se a instal·lar-se de nou (si són garriguencs) o per primer cop (si són forans) a les Garrigues. Per tant, els agents del territori fan el rol de "venedors" dels atractius i les oportunitats de la comarca i els joves participants assumeixen el rol de "compradors" de la proposta de vida i d'oportunitats que la comarca els ofereix.

La visita exploratòria inclouria una sessió tècnica sobre la realitat socioeconòmica de la comarca, de les línies estratègiques de futur que s'estan implementant, així com de quins nínxols a nivell de serveis o de tipus d'empreses són necessàries per a contribuir a la dinamització econòmica de la zona. Es complementaria amb visites a empreses, equipaments i entitats clau del territori, amb la possibilitat d'organitzar un networking entre empreses de la comarca i els joves participants en la visita exploratòria. Valorar la possibilitat d'anar repetint aquestes visites exploratòries entre el col·lectiu de joves que han marxat a estudiar a fora de les Garrigues cada dos anys.

Aquesta visita exploratòria s'hauria de dissenyar amb una estreta vinculació amb l'actuació A 2.9.4. *Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atraure* (del Projecte 9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues).

Referències en projectes per afavorir el retorn i l'arrelament de joves en territoris rurals:

- Projecte Pays de Lafayettes (França) <http://paj.paysdelafayette.fr/>
- Projecte Place aux jeunes (Québec, Canadà) <https://www.placeauxjeunes.qc.ca>

## Resultats

1. Acompanyament integral per al retorn i arrelament de joves a la comarca implantat i estructurat.
2. Línia de suport a l'autoocupació dels joves posada en marxa.
3. Una visita exploratòria per a joves interessats en retornar a les



| Garrigues realitzada.  |  |
|--|--|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial de la comarca: sector agrícola, cooperatives, turisme, indústria i comerç</li> <li>- Associacions comarcals de diferent índole: tercer sector, culturals, esportives, etc.</li> </ul>  |
| <b>Destinataris</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Joves garriguencs que estudien o viuen fora de les Garrigues</li> <li>- Joves d'altres indrets interessats en venir a viure a les Garrigues</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'un tècnic al 30% durant 12 mesos.<br/>Contractació d'una empresa tècnica externa per al disseny i coordinació de la visita exploratòria: 8.700€</p>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Direcció General de Joventut. Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> <li>- Empresa de serveis externa per la coordinació de la visita exploratòria</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 25-30 joves participant en el projecte d'acompanyament i accions d'autoocupació per joves /any</li> <li>- Entre 10-15 joves interessats en retornar a la comarca participant en una visita exploratòria a les Garrigues/any</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <p>En aquesta actuació el cronograma marca l'inici de la posada en marxa d'algunes de les activitats que tindran continuïtat al llarg de més d'una anualitat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1 &gt;Activitat 1. Posada en marxa del projecte d'acompanyament integral per al retorn de joves a les Garrigues</li> <li>- Mes 3&gt;Activitat 2. Posada en marxa de les accions per afavorir l'autoocupació dels joves de les Garrigues</li> <li>- Mes 6-12&gt;Preparació i execució de l'Activitat 3. Visita exploratòria per a joves que vulguin retornar a les Garrigues.</li> </ul> <p>Seguiment anual de les activitats 1 i 2 i valorar la repetició de l'activitat 3 cada dos anys.</p> |

|  |   |
|--|---|
| Línia estratègica<br>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria  |   |
| <b>A.2.8.4.</b>  | <b>Projecte</b><br><b>P.8. Projecte Joves al Capdavant: Formem-nos, treballem i vivim a les Garrigues</b>                         |
|  | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROVA PILOT DE PROJECTE COL-LABORATIU: BLA BLA CAR GARRIGUENC. CREAR UN SISTEMA DE TRANSPORT COL-LABORATIU</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació  |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |   |
| <b>Objectius</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potenciar les col·laboracions i la creativitat entre els joves de la comarca per treballar entorn de projectes conjunts.</li> </ul>   |   |
| <b>Descripció</b>  |   |
| <p>Per tal d'aportar eines que fomentin la motivació i la participació dels joves de la comarca es proposa encetar una línia d'actuació encaminada a potenciar el treball col·laboratiu entre els joves de les Garrigues.</p> <p>El <b>treball col·laboratiu</b> és una expressió que designa la suma d'esforços d'un grup per assolir una meta comú, acostumen a dur-lo a terme individus amb diversitat de coneixements i sovint també d'implicació, tot i que la responsabilitat final de l'assoliment dels objectius fixats recau en tots els membres i va més enllà de la suma de les responsabilitats individuals. Té l'avantatge d'associar les diverses capacitats de creació dels seus actors i així, potencialment, d'aprofitar al màxim els recursos disponibles d'un grup. És evident que treballar de manera col·laborativa implica unes perspectives diferents i unes pràctiques que requereixen una voluntat manifesta de voler-ho fer.</p> <p>Per mitjà d'aquesta forma de treballar es podria potenciar <b>un laboratori d'idees col·lectives per a joves</b> que es podria vincular a altres accions del Pla Estratègic del propi projecte 8. Projecte Joves al Capdavant o del projecte 9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues com ara l'A 2.9.2. <i>Crear l'Espai de l'emprenedor per generar idees de negoci</i> o l'A 2.9.4. <i>Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atreure.</i></p> <p>Els Laboratoris d'Idees són espai on diferents perfils de persones (investigadors, empreses, usuaris) treballen conjuntament per desenvolupar idees innovadores i generar projectes. Es tracta d'apoderar-los amb noves tècniques de treball a través de diferents tallers com ara la co-creació o el <i>Design Thinking</i>, és a dir, amb un disseny obert i col·laboratiu.</p> <p><b>Co-crear</b> és investigar i dissenyar les oportunitats de creació de valor mitjançant un acostament i una obertura del diàleg de tots els agents que participen d'un sector o d'una àrea de coneixement. Així doncs, el repte del Laboratori d'idees és aconseguir aplicar a l'empresa i a la societat, la tecnologia i el coneixement que prové de la recerca per trobar noves solucions i/o oportunitats empresarials i donar resposta als reptes socials.</p> <p>Aquest espai de creació, treball col·laboratiu i laboratori d'idees joves es podria centrar en diferents àmbits d'actuació en funció dels interessos dels joves participants que haurien de ser els líders de la iniciativa. Hi podria haver àmbits com ara:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La innovació tecnològica</li> </ul> |   |

- La creació artística i cultural
- Solucions innovadores als reptes socials de la comarca
- Altres..

Referències:

- **Laboratori d'Idees del Parc de Recerca de la UAB:**  
<http://www.uab.cat/web/serveis/projectes-d-r-d-col-laboratiu/laboratori-d-idees-1345672826987.html>
- **Programa Fàbriques de creació de Barcelona:** <http://fabriquesdecreacio.bcn.cat/> *El programa Fàbriques de Creació es basa en la transformació d'espais en desús per transformar-los en nous espais generadors de cultura i innovació. D'aquesta manera es situa la creativitat, el coneixement i la innovació a una posició central del discurs de la política de la ciutat. El projecte, promogut per l' Institut de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, respon a una reivindicació històrica per part d'artistes i col·lectius de disposar d'espais ben condicionats per a la creació i la investigació artística. Les fàbriques de creació neixen, doncs, com a espais idonis per a la innovació i la producció cultural.*

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es planteja iniciar aquesta línia d'actuació de treball col·laboratiu per mitjà de la posada en pràctica d'un primera idea que va sorgir als tallers participatius en el procés de redacció del Pla estratègic de les Garrigues: **Projecte Bla Bla Car garriguenc, crear un sistema de transport col·laboratiu.**

Per tal de donar a pas al disseny d'aquesta prova pilot seria necessari constituir un Grup de Treball de joves interessats en el projecte **Projecte Bla Bla Car garriguenc, crear un sistema de transport col·laboratiu.**

Aquest grup de treball es podria organitzar d'acord amb les següents activitats:

#### Activitat 1. Organització prèvia

- Identificació dels agents que han de formar part del grup de treball del projecte
- Reunió informativa amb els agents: qui pot i vol formar part d'aquest projecte?

#### Activitat 2. Constitució del Grup de treball

- Identificació dels objectius i pla de treball: dissenyar una aplicació que doni resposta a les necessitats de mobilitat de joves de la comarca que poden arribar a compartir cotxe per anar a estudiar, treballar o sortir a divertir-se. Valorar si hi ha també altres idees col·laboratives que es vulguin emprendre abans que aquesta. Cercar el consens.
- Definició del funcionament intern
- Pla de comunicació

#### Activitat 3. Cercar un espai idoni per ubicar-hi el laboratori d'idees col·lectives per joves

- Identificació de possibles espais i selecció del més adient
- Tràmits per ubicar-hi el laboratori d'idees
- Consens del model de funcionament entorn del laboratori d'idees

#### Activitat 4. Disseny de l'aplicació

- Estructura de funcionament de l'aplicació
- Programació i disseny
- Definir el nom i la marca comercial

#### Activitat 4. Comunicació de l'aplicació

Estratègia de comunicació per donar a conèixer l'aplicació del Bla Bla Car Garriguenc.

**Referències entorn de la creació d'una aplicació sobre un sistema de transport col·laboratiu:**

- **Som mobilitat. Cooperativa per la mobilitat sostenible (Mataró)**  
<http://www.sommobilitat.coop/> Cooperativa que centra la seva missió en fomentar una mobilitat elèctrica compartida (cotxe, moto i/o bicicleta)
- **Premis RURALAPPS** (Departament d'Agricultura, Ramaderia, Alimentació i Pesca)  
<http://ruralapps.cat/premi-ruralapps-2016/>  
La 3a edició del Premi Ruralapps, vol distingir a les empreses o persones que hagin desenvolupat una aplicació mòbil funcional amb clara contribució a la millora del sector agrari, alimentari o rural. El Departament d'Agricultura, Ramaderia, Alimentació i Pesca, amb la col·laboració d'Eurecat endega aquest concurs per a promoure la innovació tecnològica en el sector agrari, alimentari i rural i l'apropament del sector a la ciutadania.

S'estableixen dues modalitats de premis:

A) Categoria Ruralapps CIUTADANIA. Aquesta modalitat està destinada a apps que donin solucions tecnològiques innovadores als ciutadans i que facilitin l'accés a la informació, en l'àmbit agrari, alimentari i/o rural, dotada amb 3.000 €.

B) Categoria Ruralapps PROFESSIONALS SECTOR. Aquesta modalitat està destinada a apps que donin solucions tecnològiques innovadores als professionals dels sectors agrari, alimentari i rural i que millorin els processos de producció i de gestió, la eficiència interna, la seguretat, la traçabilitat, la comercialització, la informació o el posicionament al mercat, tant a nivell d'empresa com de persona, abastant des del procés de producció del producte fins la seva comercialització, dotada amb 3.000 €

|  |  |
|--|--|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Implantades a la comarca les estratègies de treball col·laboratiu i la co-creació.</li><li>2. Laboratori d'idees col·lectives per a joves en funcionament.</li><li>3. Primer projecte col·laboratiu assolit: Bla Bla Car Garriguenc (o altre projecte que es determini per part dels joves)</li></ol> |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Ajuntaments de la comarca</li><li>- Joves de la comarca</li></ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Joves de la comarca</li></ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'un tècnic al 30% de dedicació durant 12 mesos.   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li><li>- Direcció General de Joventut. Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li><li>- Diputació de Lleida</li></ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Recursos propis</li></ul>  |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 joves participant del Laboratori d'idees</li> <li>- Entre 5 i 10 joves integrant el grup de treball pel Bla Bla Car Garriguenc.</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-4 &gt;Posada en marxa del Laboratori d'idees col·lectives per a joves</li> <li>- Mesos 4-12&gt;Posada en marxa i funcionament del grup de treball del primer projecte col·laboratiu Bla Bla Car Garriguenc</li> <li>- Seguiment anual de suport al Laboratori d'idees i al grup de treball per emprendre altres projectes col·laboratius</li> </ul> |



## P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues

Foto: <http://www.huffingtonpost.com/>

**P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues****Descripció**

L'activitat emprenedora és tota aquella activitat involucrada en un procés que té per objecte la creació i desenvolupament d'una empresa. L'emprenedoria a Catalunya juga un paper important en la creació d'ocupació i segons l'informe GEM-Catalunya, Catalunya (7,45%) es troba per sobre de la mitjana europea (6,9%) a nivell de la taxa d'activitat emprenedora.

Actualment, a les Garrigues l'emprenedoria i l'autoocupació són dues sortides per poder treballar a la mateixa comarca i generar activitat econòmica. D'una banda, el teixit empresarial de la comarca es caracteritza pel predomini d'autònoms, microempreses i algunes petites i mitjanes empreses, la capacitat de creació de nous llocs de treball és molt limitada avui dia i en conseqüència, les oportunitats de trobar un lloc de feina com a assalariat són escasses. D'altra banda, les oportunitats laborals que puguin sorgir a partir de la implantació de noves empreses a la comarca es plantegen en un futur a mig termini. Per últim, la comarca presenta oportunitats per a la creació de negocis a partir de la posada en valor dels propis recursos o bé el replantejament de la gestió de certs espais, equipaments o negocis avui dia tancats o a punt de fer-ho.

El projecte 9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues recull un seguit d'accions per donar suport i acompanyament a les empreses, a l'emprenedoria i a l'autoocupació a través de l'articulació de diferents serveis i programes.

**Objectius**

1. Dotar de serveis a les empreses de la comarca.
2. Promoure l'emprenedoria i l'autoocupació.
3. Identificar oportunitats de negoci i de creació d'ocupació a partir dels recursos existents a la comarca.
4. Millorar l'ocupabilitat dels col·lectius més vulnerables: joves, aturats, dones.
5. Frenar l'èxode de població jove.

**Accions incloses en aquest projecte**

A 2.9.1 Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable Centre de Negocis de les Garrigues

A 2.9.2 Crear l'Espai de l'emprenedor per generar idees de negoci i aprofitar el coneixement i l'experiència d'empresaris i experts en diferents sectors per crear noves empreses, modernitzar les actuals i atraure talent per encapçalar els canvis de futur.

A 2.9.3 Servei de finestreta única en matèria d'acompanyament i assessorament a persones aturades en recerca de feina o amb voluntat d'autoocupació (figura de la insertora laboral + orientació empresarial).

A 2.9.4 Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atraure

A 2.9.5 Crear un projecte de suport a persones aturades per fomentar un procés actiu de recerca de feina

A 2.9.6 Programa d'emprenedoria per a escolars (primària i secundària)

A 2.9.7 Iniciativa de les administracions locals de donar suport a les empreses locals

|   |  |
|---|--|
| Línia estratègica<br><b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>  |  |
| <b>A.2.9.1.</b>   | <b>Projecte</b><br><b>P.9. Projecte per enfortir l'esperit empenedor a les Garrigues</b>                                       |
|   | <b>ACCIÓ</b><br><b>APOSTA PER DINAMITZAR EL CEI DE LES BORGES BLANQUES COM UN VERITABLE CENTRE DE NEGOCIS DE LES GARRIGUES</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Servei  |  |
| <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)  |  |
| <b>Objectius</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definir els tipus de serveis que es podrien oferir des del CEI de les Borges Blanques per convertir-lo en el Centre de Negocis de les Garrigues.</li> <li>▪ Ampliar els serveis que s'hi ofereixen actualment per donar cabuda a més persones usuàries del CEI.</li> </ul>   |  |
| <b>Descripció</b>   |  |
| <p>Per tal de potenciar l'esperit empenedor a la comarca, especialment entre els joves, però també entre altres col·lectius, com ara les dones o les persones aturades, es planteja centralitzar les accions encaminades a aquest objectiu entorn del <b>Centre d'Empreses Innovadores (CEI) de les Borges Blanques</b>. Actualment, és un equipament de titularitat municipal, tanmateix es recomana que la gestió pogués ser compartida entre el Consell Comarcal de les Garrigues i l'Ajuntament de les Borges Blanques.</p> <p>Per tant, l'objectiu seria dinamitzar aquest equipament per aprofitar-n'hi al màxim les seves potencialitats alhora que s'hi amplien serveis per donar cobertura no només a futurs empenedors sinó també a les empreses actuals amb necessitats de formació, de replantejament estratègic, d'establiments d'aliances, etc.</p> <p>En aquest esforç per poder centralitzar serveis i facilitar al ciutadà accedir a les mesures de suport a l'ocupació i acompanyament a la creació d'empresa que s'ofereixen des de l'administració comarcal i municipal, es planteja que el CEI també integri el servei de suport a les persones aturades en recerca de feina, per facilitar que en un mateix espai pugui ser punt de trobada entre empresaris en actiu, empenedors i persones que recerca de feina (alguns dels quals poden derivar en futurs empenedors per mitjà de projectes d'autoocupació). (<i>Acció A.2.9.3. Servei de finestreta única per a l'acompanyament a persones aturades, empenedors i empreses</i>)</p> <p>A la vegada, també es proposa habilitar diverses sales del CEI per donar cabuda a diferents espais d'interès com ara:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>un ESPAI DE COWORK</b> per a professionals autònoms que vulguin compartir despatx en un mateix espai conjunt.</li> <li>• <b>l'ESPAI DE L'EMPENEDOR</b> com a espai d'innovació empresarial i espai d'intercanvi i trobada entre empenedors, empresaris en actiu i empresaris sèniors (<i>Acció A.2.9.2. Creació de l'espai de l'empenedor</i>).</li> </ul> |  |



- **L'ESPAI DE RECERCA DE FEINA** per fer un acompanyament actiu a les persones aturades de la comarca (*Acció A.2.9.5. Crear un projecte de suport a persones aturades per fomentar un procés actiu de recerca de feina*)

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es planteja redefinir el Pla d'usos del CEI per tal d'ampliar serveis i donar cabuda a necessitats de diferents nivells del teixit empresarial de la comarca, de futurs emprenedors i de persones en situació d'atur.

**Activitat 1. Redefinir el Pla d'usos del CEI per tal d'ampliar serveis i usuaris potencials.** A continuació, es proposen els àmbits de treball amb possibilitats d'oferir-se des del CEI:

#### 1. Atenció a les empreses en actiu:

- Informació i assessorament
- Orientació i suport
- Formació
- Xarxes i contactes
- Col·laboracions
- Promoció
- Espai Cowork

#### 2. Formació

- **Formació per l'ocupació** en diverses especialitats de sectors estratègics de la comarca: indústria agroalimentària, producció ecològica, energies renovables i economia circular, comerç i màrqueting, gestió turística i patrimonial, idiomes, etc.
- **Formació contínua** per a professionals en actiu (i també aturats).

**3. Ocupació.** Posar en marxa un **Espai de RECERCA DE FEINA** que faciliti que les persones en situació d'atur accedeixin als recursos necessaris per facilitar-los la recerca activa de feina. El CEI podria acollir el servei que s'oferiria en aquest espai tal i com s'explica a l'acció A.2.9.5. *Crear un projecte de suport a persones aturades per fomentar un procés actiu de recerca de feina.*

**4. Emprenedoria.** Servei de suport a la creació d'empreses en diferents àmbits com la sensibilització, l'assessorament per la posada en marxa del projecte empresarial i l'acompanyament en la consolidació.

També acolliria **l'Espai DE L'EMPREDOR** per generar idees de negoci i aprofitar el coneixement i l'experiència d'empresaris i experts en diferents sectors a l'hora de crear noves empreses, modernitzar les actuals i atraure talent, tal i com s'explica a l'acció A.2.9.2. *Crear l'Espai de l'emprenedor.*

Alhora, des del CEI també es coordinaria l'Acció A.2.9.6. Programa d'emprenedoria per a escolars (primària i secundària) i també s'establiria vinculació amb altres accions vinculades a la creació d'empresa que integren altres projectes del Pla Estratègic com ara l'A.1.4.6. *Programa de suport, acompanyament i orientació dels passos a seguir per a la creació de nous negocis turístics innovadors.*

**5. Espai de COWORK** per a professionals autònoms que vulguin compartir despatx en un mateix espai conjunt. A banda de compartir un mateix espai, es podrien crear dinàmiques

per afavorir l'establiment de xarxa i col·laboració entre aquests professionals, així com accions de formació d'interès conjunt.

- 6. Enfortir la col·laboració amb el Viver d'empreses de la Granadella per treballar de forma més coordinada.** A la comarca de les Garrigues existeixen dos equipaments encaminats a donar servei a la creació de noves empreses tenint en compte que l'orografia de la comarca ho requereix per tal d'aproximar aquests serveis als ciutadans. Tanmateix, ara com ara no hi ha col·laboració entre ambdós equipaments i seria d'interès afavorir accions de cooperació encarades a optimitzar i compartir recursos.

**Activitat 2. Posada en marxa d'aquests serveis de forma gradual i programada.** Aquests diferents serveis i espais d'acollida a diversos perfils d'usuaris caldrà posar-los en marxa de forma progressiva tenint en compte les seves necessitats a nivell d'infraestructura i d'atenció en recursos humans.

**Referent:**

- **Can Calderon. La Xarxa de les oportunitats (Viladecans)** <http://cancalderon.info/>  
*Can Calderón és el centre municipal de promoció econòmica de la ciutat de Viladecans. Analitza les tendències socioeconòmiques del municipi i del seu entorn amb l'objectiu de dissenyar i organitzar programes i serveis per impulsar l'emprenedoria, la promoció i consolidació empresarial. Al mateix temps, organitza tasques per tal d'impulsar la creació i millora de la qualitat de l'ocupació, la qualificació professional dels treballadors/ores i el suport als emprenedors/ores amb idees i projectes empresarials*

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Equipament del CEI dinamitzat i amb serveis ampliat</li> <li>2. Empreses, emprenedors i aturats més acompanyats i coordinats.</li> </ul>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial de la comarca</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empreses en actiu</li> <li>- Emprenedors/es</li> <li>- Persones en situació d'atur</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dedicació d'un tècnic al 80% de la seva dedicació durant 12 mesos i d'un tècnic al 50% de la seva dedicació durant 12 mesos</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica. GlobalLleida</li> <li>- Empreses (copagament d'algun servei en concret)</li> </ul>                    |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis per al funcionament regular del CEI</li> <li>- Formadors específics per accions formatives concretes</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Increment del nombre de serveis oferts al CEI (més d'un 50%)</li> <li>- Increment d'usuaris al CEI (més d'un 50%)</li> <li>- Increment d'empreses de nova creació ubicades al CEI (entre 10-15)</li> </ul> |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-4 &gt; Activitat 1. Elaboració d'un nou Pla d'Usos del CEI i</li> </ul>  |

definició de l'estructura de funcionament

- A partir del Mes 5 >Activitat 2. Posada en marxa dels serveis
- Al Mes 12 > Seria òptim que en un any ja funcionés el CEI a ple rendiment amb tots els serveis recollits al Pla d'Usos.
- Seguiment anual de la coordinació dels serveis

|          |   |
|----------|---|
| A.2.9.2. | Línia estratègica   |
|          | 2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria   |
|          | Projecte  |
|          | P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues   |
|          | ACCIÓ   |
|          | <b>CREAR L'ESPAI DE L'EMPRENEDOR PER GENERAR IDEES DE NEGOCI I APROFITAR EL CONEIXEMENT I L'EXPERIÈNCIA D'EMPRESARIS I EXPERTS</b>  |
|          | <b>Tipus de projecte:</b> Servei  |
|          | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |
|          | <b>Objectius</b>  |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disposar d'un espai de trobada i d'intercanvi entre futurs emprenedors, empresaris en actiu i empresaris sènior.</li> <li>▪ Afavorir l'intercanvi de coneixements i idees des del punt de vista empresarial a nivell intergeneracional i des de sectors diferents.</li> </ul>  |
|          | <b>Descripció</b>   |
|          | <p>En el context socioeconòmic de les Garrigues, el foment de l'emprenedoria és clau per generar noves idees de negoci i crear nova activitat econòmica.</p> <p>Per fomentar la cultura emprenedora a les Garrigues, es proposa la creació de <b>l'Espai de l'emprenedor</b>.</p> <p>Aquest espai pretén ser un espai dinàmic i viu, en constant evolució i transformació, en el qual es vol fomentar l'emprenedoria basada en la innovació empresarial i atraure talent per encapçalar els canvis de futur, a través de la realització de <b>trobades entre emprenedors, empresaris en actiu i empresaris sèniors</b>.</p> <p>Mitjançant aquestes trobades, es pretén crear espais que facilitin l'intercanvi d'idees i de visions i la transferència de coneixements i experiències en sentit bidireccional, en les quals tothom, des del seu punt de partida empresarial (ja sigui <i>start-up</i>, emprenedor, empresari o empresari sènior) pugui aportar al grup les seves experiències i coneixements i adquirir de la resta aprenentatges que poden ser d'aplicació per a la seva empresa. Les trobades poden ser trimestrals, i en cada trobada es pot tractar una temàtica específica d'interès per al conjunt dels participants a l'Espai de l'Emprenedor.</p> <p>Per a aquesta acció també es planteja la <b>creació d'un voluntariat d'empresaris sènior de les Garrigues</b>, que puguin posar a disposició dels emprenedors els seus coneixements i experiències i orientar-los per tal que la seva idea de negoci pugui consolidar-se. Aquesta iniciativa pren com a model de referència a Secot, associació de voluntariat sènior sense afany de lucre, integrada per un grup d'empresaris sènior. Secot realitza orientació empresarial als emprenedors aportant la seva expertesa. A les Garrigues es podria articular un servei similar, partint de la transferència del model de Secot.</p> <p>Aquest espai està vinculat a l'acció A.2.9.1. <i>Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable centre de negocis de les Garrigues.</i></p> |

## Activitats i metodologia

El procés metodològic per dur a terme aquesta acció és el següent:

### Activitat 1. Creació de l'espai de l'emprenedor

Per a aquesta activitat, cal seguir els següents passos:

- **Identificació i establiment de contacte per a la posada en marxa de l'espai.** Es proposa fer un contacte inicial amb aquells emprenedors, empresaris i empresaris sènior que es considera que poden ser més proactius per prendre part en l'espai emprenedor. Amb aquests, es proposa fer una primera trobada per identificar els temes d'interès que es treballaran a les diferents trobades del primer any.
- **Difusió de l'Espai de l'emprenedor.** Per tal de donar a conèixer l'espai, es proposa realitzar una campanya de comunicació, amb enviament de correus electrònics, anuncis als mitjans de comunicació, banners a les webs i ús de les xarxes socials. També amb aquesta acció de difusió, es pretén donar a conèixer el calendari de trobades de l'Espai de l'emprenedor, així com de les temàtiques a tractar en aquestes trobades.
- **Posada en marxa de l'Espai de l'Emprenedor.** Coordinació i dinamització de les trobades, amb cerca prèvia d'experiències que poden ser d'interès per al debat i l'intercanvi. La freqüència de les trobades pot ser trimestral (1 trobada/trimestre).
- **Revisió i avaluació del funcionament del servei.** Es proposa una revisió semestral del servei per tal d'anar incorporant millores continuades en el servei. En finalitzar el primer any de funcionament de l'espai es proposa fer una altra reunió per planificar les temàtiques de l'any següent.

### Activitat 2. Creació d'un voluntariat d'empresaris sènior a les Garrigues

De forma paral·lela al funcionament de l'Espai de l'Emprenedor, es planteja la creació d'un grup d'empresaris sènior de la comarca que puguin col·laborar amb l'espai de l'Emprenedor participant en les diferents sessions d'intercanvi intergeneracional, compartir les seves experiències i aportar el seu bagatge professionals als joves que emprenen o a les empreses ja consolidades de la comarca.

Per crear aquest grup de voluntariat, es proposa establir contacte amb el voluntariat sènior d'orientació empresarial de Secot, convidar-los a participar a l'Espai de l'Emprenedor durant algunes sessions per conèixer la seva metodologia de treball, i comptar amb l'acompanyament de Secot com a "padrins" per tal de poder transferir la iniciativa al territori i aconseguir crear el grup de voluntariat d'empresaris sènior de les Garrigues.

#### Referent:

- Voluntariat Sènior d'orientació empresarial. Secot. <http://secot.cat/>
- El Club de l'emprenedor. L'Hospitalet <http://dinamitzaciocalh.cat/>

#### Resultats

1. Espai de l'Emprenedor creat
2. Voluntariat d'empresaris sènior creat

|  |   |
|--|---|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Empresaris jubilats</li> <li>- Empresaris en actiu</li> <li>- Emprenedors</li> </ul>   |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresaris jubilats</li> <li>- Empresaris en actiu</li> <li>- Emprenedors</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | - Dedicació d'un tècnic amb una dedicació d'un 40% de la jornada durant 12 mesos  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida. GlobaLleida</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Espai per a les trobades amb taules, cadires, ordinador, connexió a Internet, projector, pantalla, so   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 4 trobades realitzades</li> <li>- Mínim de 10 persones assistents/trobada</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <p>Per a l'activitat 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt; Establiment de contacte i reunió inicial</li> <li>- Mes 3 &gt; Difusió de l'espai</li> <li>- Mes 4 i següents &gt; Posada en marxa de l'espai</li> <li>- Al cap de 12 mesos &gt; revisió</li> </ul> <p>Per a l'activitat 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Establiment de contacte amb Secot i reunions de coordinació</li> <li>- Mesos 3 i següents &gt; Acompanyament de Secot fins aconseguir el grup de voluntaris d'empresaris sènior de les Garrigues</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <b>A.2.9.3</b>  | <b>Línia estratègica</b><br><b>2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria</b>        |
|   | <b>Projecte</b><br><b>P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues</b> |
| <b>ACCIÓ</b><br><b>SERVEI DE FINESTRETA ÚNICA PER A</b><br><b>L'ACOMPANYAMENT A PERSONES ATURADES,</b><br><b>EMPRENEDORS I EMPRESES</b>   |   |
| <b>Tipus de projecte:</b> Servei  |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |   |
| <b>Objectius</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posar a disposició de les empreses i emprenedors una única carta de serveis empresarials, consensuada i coordinada entre les diverses entitats de promoció econòmica del territori.</li> <li>▪ Facilitar a empresaris i emprenedors l'accés als serveis.</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>   |   |
| <p>Aquesta acció planteja la centralització en un sol espai de tota la carta de serveis empresarials actual (i si es considera oportú, la seva ampliació), com a finestreta única, pel que fa a informació, orientació i tramitació, sota el nom genèric <b>"oficina d'atenció a l'empresa, a l'emprenedor i a l'aturat"</b> (pendent de definir entre tots els agents implicats).</p> <p>Els destinataris d'aquest espai són tant les empreses, com els emprenedors/es i els aturats/ades. Així, l'espai esdevé un únic punt de referència que ofereix serveis específics adreçats a cadascun dels diferents perfils, amb la finalitat de promoure l'emprenedoria, millorar la gestió empresarial i impulsar la innovació, i fomentar la col·laboració dinàmica entre els agents relacionats amb l'activitat econòmica.</p> <p>Aquest servei de finestreta única es vincula amb l'acció A.2.9.1. <i>Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable centre de negocis de les Garrigues</i> i és un dels serveis que es poden coordinar des del CEI.</p> <p>L'objectiu és que el destinatari (en aquest cas, empreses, emprenedors/es i aturats/des) disposi d'un únic punt de referència, en aquest cas el CEI, a l'hora d'ampliar coneixements, resoldre dubtes i rebre assessorament i suport, per tal d'afavorir la millora en la gestió empresarial, impulsar la innovació, millorar els serveis d'atenció als aturats i fomentar la col·laboració dinàmica entre els agents relacionats amb l'activitat econòmica.</p> <p>Tots aquests serveis que ofereix la finestreta única es poden editar en un material conjunt, la <b>Guia de serveis per a l'ocupació a les Garrigues</b>.</p> <p>Així mateix, el servei de finestreta única pot tenir presència a la xarxa, a través d'un portal informatiu online amb tota la cartera de serveis que s'ofereixen, la Guia de serveis, i una agenda informativa específica per a cada destinatari, amb recull de formacions, tallers, jornades, etc. d'interès per a cada perfil.</p> |   |

## Activitats i metodologia

A nivell metodològic, la creació del servei de finestreta única requereix de la realització dels següents passos:

### Activitat 1. Identificació i consens de tots els serveis que ha d'oferir la finestreta única i centralització d'aquests.

En concret, els serveis específics que pot oferir la finestreta única per a cada destinatari són els següents:

- **Atenció a l'empresa.** Prospecció empresarial per identificar necessitats de les empreses (a nivell de formació, de llocs de treball, de serveis, entre d'altres); informació sobre models i vies de finançament; servei de relleu generacional per a empreses sense relleu que es vulguin jubilar o traspasar; informació sobre formacions i sessions per promoure la innovació i la millora de la competitivitat empresarial; entre d'altres.
- **Atenció a l'emprenedor/a.** Facilitació dels tràmits per crear noves empreses a la comarca; suport a la creació de noves empreses; noves oportunitats de negoci i filons d'ocupació; impuls a l'emprenedoria social, entre d'altres.
- **Atenció als aturats/ades.** Dinamitzar la borsa de treball comarcal; crear una borsa de treball per al sector agrari; entre d'altres.

### Activitat 2. Edició de la Guia de serveis per a l'ocupació a les Garrigues.

Consisteix en editar un material comunicatiu que recollir els serveis que ofereix la finestreta única i donar-lo a conèixer entre els destinataris potencials usuaris.

### Activitat 3. Creació del portal informatiu online

Disseny de l'estructura web i redacció dels continguts que ha de tenir el portal informatiu de finestreta única.

### Activitat 4. Posada en marxa del servei

Donar continuïtat al servei de forma regular i estable.

### Referències:

- Finestreta única online de Castellar del Vallès.  
<http://www.castellarvalles.cat/44011/resums/>

### Resultats

1. Servei de finestreta única creat
2. Guia de serveis editada
3. Portal web creat

### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- CEI de les Borges Blanques
- Viver d'empreses de la Granadella

### Destinatari

- Empreses
- Emprenedors
- Aturats



|  |  |
|--|--|
| <b>Pressupost</b>  | - Dedicació d'un tècnic al 50% de la seva dedicació durant 12 mesos  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | - Departament d'Empresa i Coneixement<br>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica. GlobalLleida<br>- Empreses (copagament d'algun servei en concret)   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Recursos propis per al funcionament regular del servei<br>- Empresa de disseny gràfic per a l'edició de la guia i el material gràfic del portal<br>- Empresa de creació de pàgines web per a la creació del portal       |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Mínim de 50 usuaris del servei a l'any<br>- Valoració positiva del servei  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | - Mesos 1-3 > Activitat 1. Consens dels serveis<br>- Mesos 4-5 > Activitat 2. Edició de la guia<br>- Mesos 5- 6 > Activitat 3. Creació del portal online<br>- Mesos 6 i següents > Activitat 4. Posada en marxa del servei |

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>A.2.9.4.</b> | <b>Línia estratègica</b>  |
|                 | <b>2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria</b>  |
|                 | <b>Projecte</b>   |
|                 | <b>P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues</b>  |
|                 | <b>ACCIÓ</b>  |
|                 | <b>BANC D'IDEES DE NEGOCI A LES GARRIGUES. SERVEI PER IDENTIFICAR I DONAR A CONÈIXER OPORTUNITATS DE NEGOCI A LES GARRIGUES DIRIGIDES A JOVES I NOVA POBLACIÓ A ATRAURE</b>   |
|                 | <b>Tipus de projecte:</b> Servei  |
|                 | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |
|                 | <b>Objectius</b>  |
|                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fomentar l'autoocupació com a estratègia per a la creació d'ocupació a les Garrigues.</li> <li>▪ Orientar a futurs emprenedors entorn a idees de negoci amb oportunitats d'èxit al territori.</li> </ul>   |
|                 | <b>Descripció</b>   |
|                 | <p>La comarca de les Garrigues no presenta uns índex d'atur molt elevats, però tanmateix aquest fet no significa que es creï ocupació a la comarca, sinó tot el contrari. El perfil de les empreses actuals de la comarca de tipus familiar i de mida petita o mitjana no contribueix a la creació de molts llocs de treball, si bé el que es creen sí són més estables que en d'altres tipologies d'empreses més grans.</p> <p>La tipologia d'empreses que predomina a les Garrigues segons el nombre de treballadors, és de petita empresa (88% del total del teixit empresarial) tal com indica la diagnosi socioeconòmica realitzada. Només hi ha dos municipis a la comarca que disposin d'empreses amb més de 50 treballadors: les Borges Blanques i Juneda. La resta de municipis compten amb un reguitzell de petites empreses que tenen 50 treballadors o menys.</p> <p>En aquesta conjuntura, les possibilitats d'ocupació per a la població jove de les Garrigues que vol entrar al món laboral passen, en bona mesura, per l'autoocupació, és a dir, per l'emprenedoria i la creació de nous projectes empresarials o ampliació i modernització de negocis ja existents (per exemple, de tipus familiar).</p> <p>Tanmateix, no resulta gens fàcil fer el pas cap a l'emprenedoria i menys quan es tracta de persones joves, sense una llarga trajectòria professional darrera, malgrat sí que hi hagi una formació que avaluï coneixements i talent. Conscients d'aquest punt de partida, es proposa que en el marc del Pla estratègic s'impulsi la creació d'un servei per identificar oportunitats de negoci a les Garrigues que serveixi de base per a futurs projectes empresarials. En alguns territoris, aquest tipus de plataforma o servei s'anomena "<b>Banc d'idees de negoci</b>" amb informació pràctica d'idees d'oportunitats de nous negocis entorn de demandes que hi hagi al territori ja sigui entorn a productes, serveis, empreses en traspàs o línies estratègiques de futur.</p> <p>Seria un servei, especialment, pensat per als joves que es volen quedar a viure i treballar a la comarca i no tenen una ocupació actualment, per a joves que ara visquin fora de les Garrigues però els interessi retornar i tenir una ocupació quan s'instal·lin de nou i per a famílies foranes</p> |

interessades en venir a viure a la comarca posant-los en contacte amb empreses del territori o amb agents claus públics i privats.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es proposen les següents activitats per de posar en marxa aquest nou servei per mitjà del format d'un Banc d'Idees de Negoci i garantir el seu funcionament futur.

#### Activitat 1. Definir l'estructura del Banc d'Idees de Negoci de les Garrigues:

- Objectius
- Perfil d'usuaris potencials: joves i nous residents que es puguin instal·lar a la comarca
- Àmbits temàtics per a l'estructura del Banc d'idees de Negoci:
  - a) Sectors estratègics per a la creació de negocis a la comarca de les Garrigues:
    - ⇒ *Sector agrari*. Producció de qualitat, ecològica i integrada en agricultura i ramaderia
    - ⇒ *Sector indústria agroalimentària*. Transformació dels productes primaris elaborats a la mateixa comarca. Producció de qualitat i dirigida a perfils de demanda que valorin aquests productes. Comercialització i màrqueting ben definida.
    - ⇒ *Sector de l'economia verda i circular*. Aprofitar els residus per convertir-los en productes. Energies renovables i empreses sostenibles.
    - ⇒ *Turisme*. Estratègia entorn del turisme de qualitat: Oleoturisme, ecoturisme, turisme actiu respectuós amb la natura. Creació de serveis turístics: allotjament, empreses d'activitats, etc.
    - ⇒ *Serveis a les persones*. Oferir serveis de proximitat per a col·lectius específics com la gent gran, els infants o les persones amb discapacitat.
    - ⇒ *Teletreball*. Empreses de professionals liberals que poden treballar des de la comarca oferint serveis a altres indrets de Catalunya o més enllà.
  - b) Negocis en traspàs o amb necessitats de relleu generacional. Per exemple, en el sector del comerç i dels serveis. Vinculació amb el *programa Reempresa (acció A.1.5.2. Programa de suport del comerç local als pobles més grans)*
  - c) Equipaments municipals en desús que es podrien passar a concessió de gestió privada (albergs, cases de colònies, bars, restaurants, botigues, etc.)
  - d) Recursos patrimonials que podrien tenir diversos usos en forma d'activitats econòmiques: castells, museus, jaciments amb servei de botiga, bar, restaurant, sala de presentacions, lloguer d'espais, etc. Vinculació amb l'acció A. 3.13.3 Programa que inclogui el servei de realització del Pla d'usos i el model de gestió de recursos patrimonials.
  - e) Demandes de nous serveis o nous productes que es recullin per part de les empreses de la comarca i demanda de proveïdors de serveis o productes que es requereixen a les Garrigues i que ara cal anar a fora a contractar-los.

#### Activitat 2. Model de funcionament del Banc d'idees de negoci de les Garrigues:

- Definició d'un model de fitxa de cada idea d'oportunitat de negoci que contempli

aspectes com ara:

- a) El perquè de l'oportunitat que es presenta a la fitxa. Justificació. Dades. Context.
  - b) Descripció de l'oportunitat.
  - c) Informació pràctica.
- Mecanisme per recollir la informació base per elaborar les fitxes de negoci
    - a) Empreses de la comarca per demanda de nous productes o serveis no existents a la comarca
    - b) Ajuntaments de les Garrigues per disposar d'equipaments en desús com a oportunitats de negoci.
    - c) Gestors de patrimoni de cada municipi per oferir la possibilitat d'ampliar els usos dels seus recursos patrimonials.
    - d) Emprenedors que identifiquen oportunitats per altres emprenedors per establir-hi sinergies
  - Disposar d'una plataforma online on poder penjar aquestes fitxes de idees de negoci. La mateixa web del CEI o la que s'esculli.
  - Servei d'assessoria i tutorització tècnica per orientar aquestes idees de negoci en models i plans d'empresa concrets (Vinculació amb els serveis d'assessorament d'emprenedoria del CEI)

### **Activitat 3. Posada en marxa del servei.**

- Definir l'estratègia de comunicació per donar a conèixer el servei entre els potencials usuaris. Presentació pública del servei i reunions informatives
- Determinar la periodicitat en l'actualització de les fitxes d'idees d'oportunitats de negoci

Referències:

- **Programa Place aux jeunes en region** (Canadà) [www.placeauxjeunes.qc.ca](http://www.placeauxjeunes.qc.ca) Programa que impulsa el Govern del Québec per atraure joves a les zones rurals per mitjà d'oferir-los diferents serveis entre els quals hi ha un servei d'informació sobre oportunitats de negoci a cada territori per mitjà de fitxes concretes amb les dades clau de cada idea de negoci.
- **CEDER Monegros. Centro de Desarrollo** (Comarca de los Monegros. Aragó). Banco de ideas de negocio: [www.cedermonegros.org/pagina/10/banco-de-ideas-de-negocio](http://www.cedermonegros.org/pagina/10/banco-de-ideas-de-negocio). Detectada la necesidad en el contacto diario con empresas y emprendedoras, hemos creado por tanto esta plataforma de difusión de ideas de negocio, a modo "Banco de Ideas" para que puedas acopiarte y personalizar aquellas que creas más convenientes e idóneas, y elaborar tu propio Plan de Empresa adaptado a Monegros, a tus posibilidades, etc. contando con la asesoría y tutorización de los Agentes de Empleo y Desarrollo Comarcal.
- **Banc d'idees i oportunitats de negoci.** Ajuntament de l'Olleria (Comunitat Valenciana) <http://www.lolleria.portalemp.com/banco-ideas-y-oportunidades-negocio-3.html>
- **Projecte Nectar. Espai de cowork rural a Vilanova de Sau** (Parc Natural de les Guilleries) <http://www.nectarconectar.com/> Possibilitats de crear un negoci entorn del co-working rural per donar cabuda a espais de treball i de residència per a professionals liberals.

|  |  |
|--|--|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servei del Banc d'idees d'oportunitat de negoci creat i posat en marxa.</li> <li>2. Oferta d'idees de negoci accessible per a futurs emprenedors</li> </ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial de la comarca en termes generals</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persones amb interès d'iniciar un nou negoci que necessiten orientació en idees i oportunitats empresarials (joves, dones, persones aturades, nova població interessada en anar a viure a la comarca i iniciar un negoci com a ocupació, etc.)</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dedicació d'un tècnic al 50% de la seva dedicació durant 12 mesos</li> </ul>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 30-35 usuaris d'aquest servei el primer any</li> <li>- Entre 5-6 empreses constituïdes arran d'aquest servei el primer any</li> </ul>   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt; Activitat 1. Definir l'estructura del Banc d'Idees de Negoci de les Garrigues</li> <li>- Mesos 4-6 &gt; Activitat 2. Model de funcionament del Banc d'idees de negoci de les Garrigues</li> <li>- Mes 7 &gt; Activitat 3. Posada en marxa del servei.</li> <li>- Seguiment del servei fins al mes 12 i cada anualitat</li> </ul> |

|          |  |
|----------|--|
| A.2.9.5. | Línia estratègica  |
|          | 2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria  |
|          | Projecte   |
|          | P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues  |
|          | ACCIÓ  |
|          | <b>CREAR UN PROJECTE DE SUPORT A PERSONES ATURADES PER FOMENTAR UN PROCÉS ACTIU DE RECERCA DE FEINA</b>  |
|          | <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació i servei   |
|          | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |
|          | <b>Objectius</b>   |
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Orientar i acompanyar a les persones aturades en el procés de recerca de feina activa.</li> <li>▪ Dotar d'eines i millorar capacitats de les persones aturades per cercar feina de forma proactiva.</li> <li>▪ Contribuir a reduir el nombre de persones aturades a la comarca de les Garrigues</li> </ul>  |
|          | <b>Descripció</b>  |
|          | <p><b>La taxa d'atur registral de les Garrigues l'any 2015 era d'un 11,5% respecte a la d'un 14,93% de Catalunya.</b> A la comarca significa que eren al voltant d'unes 945 persones que es trobaven en situació d'atur a finals de 2015, amb una tendència continuada a davallar el nombre d'aturats a les Garrigues des del 2012.</p> <p>Tot i que les dades d'atur registral a la comarca siguin inferiors a les de la mitjana catalana i que el nombre d'aturats hagi seguit una tendència progressiva a la baixa els darrers anys, els col·lectius amb més taxa d'atur corresponen a persones amb edats compreses entre els 50 i 59 anys (28% del total) seguit del grup de 40 i 49 anys i del de 30 i 39 anys, i a partir de 2008 ha anat augmentant progressivament la població aturada sense estudis o amb els primaris incomplets, així com la població amb estudis primaris complets. Per tant, els perfils dels aturats majoritaris responen als que presenten més dificultats d'inserció.</p> <p>En aquest context, <b>és necessari oferir serveis de suport a les persones aturades, per fomentar un procés actiu de recerca de feina.</b> En aquest sentit, la Fundació ASPID, amb seu a Lleida però que també treballa a les comarques de Ponent, entre les quals les Garrigues, ofereix serveis d'atenció a col·lectius de persones aturades de difícil, principalment persones amb alguna discapacitat i persones aturades amb perfils complicats. També és agència de col·locació i fan algunes tasques de prospecció empresarial.</p> <p>En el cas concret de les Garrigues, fins l'any 2013 ASPID era l'entitat de les Garrigues que realitzava els Itineraris Personals d'Inserció (IPI) finançat pel SOC, amb una dedicació de mitja jornada d'un tècnic que actuava com a insertora laboral. Però a partir de l'any 2014, els criteris establerts pel SOC per accedir a aquests serveis es van modificar i les Garrigues va deixar de ser territori amb possibilitats de sol·licitar els IPI (actualment Programa d'Acompanyament i Orientació a la Inserció) i comptar amb un insertor/a laboral. Davant aquesta situació que deixava les Garrigues sense accés al finançament del servei, ASPID va optar per seguir realitzant aquesta tasca amb recursos propis, i des d'aleshores ofereix el servei al territori una vegada cada 15 dies adreçat principalment a les persones aturades i amb perfils de difícil inserció. Per al col·lectiu dels joves aturats, existeix el Programa de Garantia Juvenil finançat</p> |

pel SOC, del qual les Garrigues en participa.

No obstant, es considera important que la comarca pugui comptar amb serveis d'atenció a les persones aturades per a la seva inserció laboral, i per això és necessari que la comarca pugui accedir al Programa d'Acompanyament i Orientació a la Inserció, al qual anys enrere havia pogut accedir, i comptar amb un insertor/a.

Així mateix, per tal de promoure la recerca activa de feina a les persones aturades, l'insertor/laboral podria coordinar altres serveis, com poden ser:

- En primer lloc, es considera important disposar un espai de recerca de feina, on la persona aturada que està buscant feina pugui trobar-hi les ofertes i recursos per a la recerca activa de feina. Així mateix, aquest mateix espai pot ser un punt de trobada de les persones aturades, que poden intercanviar informació entre elles. Per últim, aquest espai pot oferir assessorament i orientació per mitjà d'un orientador/a i a través del servei, facilitar models fer el currículum, cartes de presentació, consells a seguir durant una entrevista de treball, equips informàtics, connexió a Internet, accés a notícies o informació sobre cursos i tallers, accés a recursos, entre d'altres. Des d'aquest espai a més també es poden oferir xerrades i tallers adreçat al perfil de persones aturades.
- En segon lloc, el suport emocional a les persones aturades és fonamental per a un procés actiu de recerca de feina. La creació d'un servei de suport a les persones aturades per mitjà de sessions de *coaching* i de grups de treball entre aquestes persones és una altra de les activitats contemplades en aquesta acció.

### Activitats i metodologia

L'acció es planteja emmarcada en l'acció A.2.9.1. *Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable centre de negocis de les Garrigues*. D'aquesta manera, **aquest projecte de suport a les persones aturades en recerca activa de feina es podria coordinar i articular des del CEI**.

Per poder dur a terme aquesta acció, el primer pas que caldria fer seria el següent:

**Activitat 1. Concertar una reunió amb el SOC per tal d'exposar la situació socioeconòmica de la comarca** i argumentar les necessitats d'oferir serveis d'atenció i suport al col·lectiu d'aturats, i valorar la possibilitat que la comarca de les Garrigues pugui accedir als programes del SOC als quals ara no pot accedir-hi i que permetrien poder oferir serveis que el territori necessita, com per exemple, el Programa d'Acompanyament i Orientació a la Inserció.

En funció de la resposta obtinguda i de les possibilitats d'accedir a finançament del SOC per a poder comptar amb un insertor/la laboral, els següents passos serien els següents:

1. Valorar la possibilitat de crear un espai de recerca de feina en l'àmbit de l'orientació per a l'ocupació. Aquest seria un servei que podria coordinar l'insertor/a laboral.
2. Crear un servei de suport emocional i potenciació de l'autoestima adreçat a les persones de llarga durada. Per a aquesta activitat, l'insertor/a hauria de formar-se en la temàtica per tal d'adquirir les eines i tècniques necessàries per poder donar el

suport psico-emocional necessària a aquest col·lectiu, i oferir vies de sortida a les seves dificultats psicològiques. Un cop format, el servei es basaria en la realització de sessions de *coaching* amb tècniques d'empoderament, creativitat, resolució de conflictes, treball en equip, entre d'altres i creació de grups de treball per a la motivació i superació col·lectiva.

Referències:

- Club de feina a Súria. <http://www.suriaocupacio.cat/club-feina/>
- Club de feina del Baix Empordà: [http://www.baixemporda.cat/ca/club\\_de\\_la\\_feina.html](http://www.baixemporda.cat/ca/club_de_la_feina.html)
- Eina Ocupa't. Serveis a l'edifici de Can Calderon de Viladecans: <http://cancalderon.info/club-de-feina/>

|  |  |
|--|--|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reunions realitzades amb el SOC</li> <li>2. Millora de les possibilitats d'accés a recursos del SOC per part de la comarca de les Garrigues</li> </ol> |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Fundació ASPID</li> <li>- SOC</li> </ul>                              |
| <b>Destinataris</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persones aturades de la comarca</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assumible amb recursos humans propis</li> <li>- Per a la tasca d'insertor/a laboral: variable en funció dels serveis que es puguin realitzar</li> </ul> |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans per al servei</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 2 reunions realitzades</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Concertació de la reunió</li> <li>- Mes 3 i següents &gt; Realització de la reunió i seguiment</li> </ul>                                |



|   |   |
|---|---|
| A.2.9.6.  | Línia estratègica<br>2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria        |
|   | Projecte<br>P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues |
| ACCIÓ<br><b>PROGRAMA D'EMPREDORIA PER A ESCOLARS<br/>(PRIMÀRIA I SECUNDÀRIA)</b>  |   |
| <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació   |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |   |
| <b>Objectius</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fomentar la cultura emprenedora entre la població escolar</li> <li>▪ Potenciar el coneixement del funcionament del món de l'empresa entre els escolars</li> <li>▪ Despertar l'interès i promoure les iniciatives empresarials entre els infants i joves</li> </ul>   |   |
| <b>Descripció</b>   |   |
| <p><b>La Llei d'Educació de Catalunya (LEC inclou en l'article 2 com a principi general "el foment de l'emprenedoria".</b> L'actual marc normatiu situa l'esperit emprenedor com a una competència clau que s'ha d'integrar en el currículum per ésser assolida al final de l'ensenyament obligatori, i mantenir-la i reforçar-la al llarg de tota la vida.</p> <p>L'emprenedoria a l'escola es planteja amb l'objectiu que l'alumnat assoleixi unes competències que li permetin tenir una actitud activa de transformació de les idees en projectes.</p> <p>A partir d'experiències d'educació emprenedora s'observen diferents plantejaments:</p> <p>a) <b>L'EMPREDORIA INTEGRADA EN TOTES LES ÀREES.</b> En aquesta tipologia, l'educació emprenedora s'entén com un treball integrat en la programació dels diferents àmbits del currículum i en les activitats que es proposen a l'aula. Es promouen les habilitats emprenedores i les metodologies interactives en cada una de les àrees.</p> <p>b) <b>PROJECTES EMPREDORS TRANSVERSALS I/O INTERDISCIPLINARS.</b> Aquesta tipologia fa referència a projectes concrets que interrelacionen diverses àrees curriculars o nivells. El tema del projecte està vinculat als interessos de l'alumnat. Les estratègies es defineixen en funció del repte i inclouen la interacció amb diferents agents formatius: famílies, professionals experts i altres membres de la comunitat.</p> <p>c) <b>EXPERIÈNCIES ESPECÍFIQUES I INTENSIVES.</b> Aquesta tipologia desenvolupa actituds emprenedores mitjançant experiències concretes de cooperativisme al centre, adreçades a la comunitat, en les quals l'alumnat confecciona i comercialitza un producte seguint les fases pròpies del projecte emprenedor.</p> <p>La promoció de la cultura emprenedora, així, esdevé cabdal en el context d'una societat del coneixement, perquè augmenta la relació entre el sistema educatiu i el productiu, incrementa la qualitat del treball, afavoreix la millora dels resultats educatius i promou l'adquisició d'un conjunt de capacitats, habilitats i valors útils que capaciten les persones a gestionar adequadament els seus projectes professionals i vitals.</p> |   |

Existeixen diferents programes de promoció de la cultura emprenedora a l'escola. Per citar-ne alguns:

- El mateix Departament d'Ensenyament té com a projecte educatiu *l'Emprenedoria a l'escola*.
- L'entitat Globalleida impulsa el *programa E2, Escola d'Emprenedors*, adreçat als centres de primària i secundària per fomentar l'esperit emprenedor, i convoca anualment els premis E2 Escola d'Emprenedors.
- La Fundació del Món Rural va impulsar el projecte *Emprendre a la meva escola*.

Es tracta d'alguns exemples d'experiències i iniciatives que pretenen incorporar l'emprenedoria al món escolar i capacitar els infants i joves en la competència emprenedora.

Des dels Serveis Educatius del Consell Comarcal de les Garrigues ja es treballa amb la promoció de l'emprenedoria escolar i es manifesta el seu interès en potenciar l'emprenedoria a les escoles per tal que s'incorpori de forma extensiva en els centres educatius de la comarca.

En aquest sentit, cal dir que ja hi ha alguns centres de les Garrigues que han començat a treballar en aquesta línia. Així, l'escola de Vinaixa va participar del programa *Emprendre a la meva escola* de la Fundació del Món Rural, i els seus alumnes van crear una cooperativa agrària, la qual continua vigent actualment. L'escola de Bovera treballa l'emprenedoria a primària de forma transversal al centre. L'Institut Josep Vallverdú de les Borges Blanques participa en el programa E2 Escola d'Emprenedors, i l'any 2014 va ser premiat als premis E2 Escola d'Emprenedors pel projecte "Turisme Garrigues", en la categoria d'idea més innovadora o creativa.

### **Activitats i metodologia**

L'acció consisteix en continuar l'acció que ja es ve fent des dels Serveis Educatius de les Garrigues, i seguir animant els centres educatius de primària i secundària en incorporar l'emprenedoria a l'escola com a projecte competencial transversal així com donar-los a conèixer els programes educatius i els materials pedagògics relacions amb l'emprenedoria a l'escola que van sorgint.

Les activitats a realitzar són les següents:

1. Donar a conèixer i explicar amb detall els programes educatius i els materials didàctics associats en matèria de cultura emprenedora a l'escola.
2. Donar a conèixer experiències d'escoles que han incorporat l'emprenedoria com a projecte d'escola.
3. Fomentar l'intercanvi d'experiències entre les escoles de les Garrigues amb altres escoles emprenedores.
4. Fer un acompanyament als equips docents de les escoles de les Garrigues per tal que la incorporació de la cultura emprenedora es faci possible al màxim de centres possibles.
5. Comunicar i visibilitzar els projectes d'emprenedoria que fan els alumnes i les escoles

que treballen l'emprenedoria a través de les respectives pàgines web de cada centre, així com també des dels Serveis Educatius de les Garrigues.

Referències:

- Projectes d'emprenedoria a primària. Generalitat de Catalunya. <http://xtec.gencat.cat/ca/projectes/emprenedoriaprimaria/>
- Recursos d'emprenedoria. <http://xtec.gencat.cat/ca/recursos/emprenedoria/index.html>
- Programa E2, Escola d'emprenedors. Globalleida. <http://www.globalleida.org/projectes/programa-e2-2016>
- Emprenedoria a l'escola. Can Calderon. <http://cancalderon.info/emprenedoria/foment-de-la-cultura-emprenedora/emprenedoria-a-lescola/>
- Fundació escola d'emprenedors (<http://www.escolaemprenedors.org/>) La Fundació Escola Emprenedors promou l'esperit emprenedor i el coneixement de l'empresa entre els joves estudiants del nostre país.

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | 1. Cultura emprenedora incorporada a tots els centres educatius de la comarca                                       |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | - Serveis Educatius de les Garrigues<br>- Centres educatius de les Garrigues<br>- Consell Comarcal de les Garrigues |
| <b>Destinatari</b>   | - Població en edat escolar de primària i secundària   |
| <b>Pressupost</b>  | - Assumible amb recursos humans propis  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | - Departament d'Ensenyament<br>- Diputació de Lleida  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Recursos humans dels Serveis Educatius i dels centres educatius   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Mínim de 5 escoles que incorporen l'emprenedoria a l'escola   |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | - Mes 1 i següents > Seguiment de la incorporació de la cultura emprenedora als centres                             |

|                |  |
|----------------|--|
| <b>A.2.9.7</b> | Línia estratègica  |
|                | 2.Serveis a les persones, talent i emprenedoria  |
|                | Projecte<br><b>P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues</b>   |
|                | ACCIÓ<br><b>INICIATIVA DE LES ADMINISTRACIONS LOCALS DE DONAR SUPORT A LES EMPRESES LOCALS</b>   |
|                | <b>Tipus de projecte:</b> Campanya   |
|                | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |
|                | <b>Objectius</b>   |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promoure les col·laboracions entre les empreses locals i el sector públic i privat a través de la compra de productes i la contractació de serveis amb valor social i territorial.</li> <li>▪ Avançar cap a una societat compromesa amb el propi territori i amb les empreses locals, prenent consciència de la importància de consumir productes i serveis de persones que viuen i treballen a les Garrigues.</li> <li>▪ Sensibilitzar els agents del territori de la redistribució de la riquesa entre la mateixa ciutadania si s'actua amb compromís i criteri a l'hora de contractar serveis i productes a proveïdors km 0.</li> </ul>  |
|                | <b>Descripció</b>  |
|                | <p>L'acció consisteix en incorporar la responsabilitat social i ètica com a pràctica habitual en el conjunt de la comarca, de tal manera que amb aquesta pràctica es potencii l'activitat econòmica i es doni suport a les empreses locals i en especial, les empreses amb compromís social i amb el territori, ja sigui a l'hora d'encarregar feines, comprar béns o productes, o en el moment de fer concursos d'adjudicació de serveis.</p> <p>Així, la responsabilitat ètica i social hauria d'incorporar-se a l'estratègia territorial de desenvolupament comarcal encaminada cap a un nou model de governança.</p> <p>En aquest cas, es pretén que els ens públics de la comarca liderin el procés d'incorporar la responsabilitat social i actuïn com a referents tot fent una aposta clara en el seu compromís amb el territori i potencii la contractació de serveis i la compra pública de productes de les empreses de les Garrigues.</p> |
|                | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                | <p>A nivell metodològic, es plantegen les següents activitats:</p> <p><b>Activitat 1. Formalització del compromís de les administracions locals amb les empreses locals</b> que podria consistir en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reforçar la formalització de convenis de col·laboració i establir un mínim de col·laboracions anuals de qualitat amb les empreses locals.</li> <li>- Incorporar en els plecs de clàusules administratives la preferència en l'adjudicació de contractes a les empreses locals, davant igualtat de condicions i d'oferta similar.</li> </ul>  |

- Normalitzar que els càterings dels actes públics i populars, així com els detalls institucionals, siguin amb productes elaborats per les empreses locals.
- Impulsar i donar suport a noves accions i línies de treball que recolzin a les empreses locals.

Aquest compromís es podria formalitzar en l'establiment d'alguns acords subscrits pels ens locals de la comarca per incorporar la responsabilitat al govern corporatiu, i es podria visibilitzar i comunicar com una xarxa d'ens locals responsables amb el territori.

**Activitat 2. Edició d'un catàleg de productes i serveis per vincular-se amb aquest compromís.**

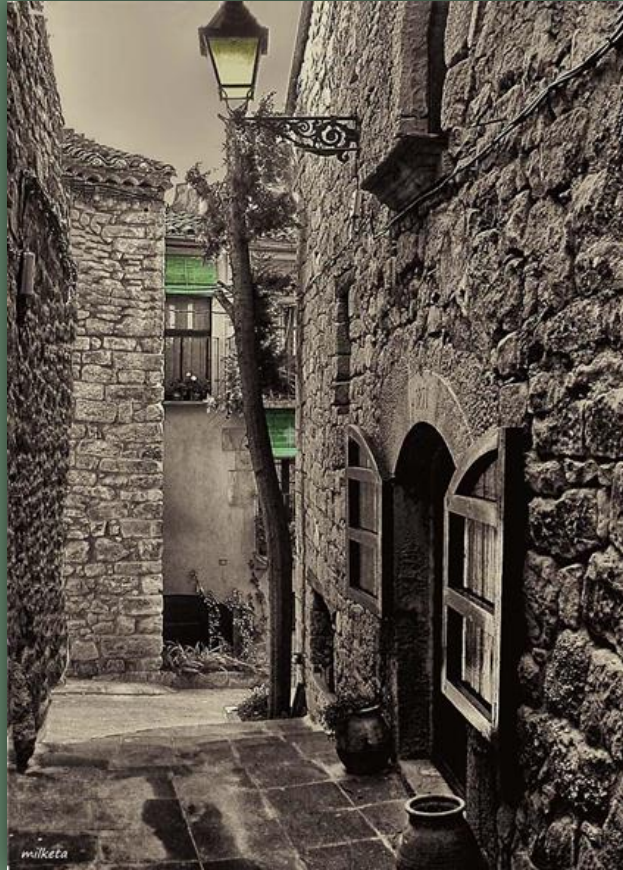
Per tal de facilitar portar a terme el compromís adquirit, es proposa crear un catàleg que reculli informació sobre empreses locals i els serveis que aquestes ofereixen que poden ser d'interès per als ens locals, com poden ser els següents serveis:

- Càtering amb productes locals
- Serveis a les persones
- Jardineria, parcs i neteja urbana
- Manteniment de camins
- Regals institucionals amb productes d'artesans i artistes locals

**Activitat 3. Sensibilitzar a la resta de la ciutadania i de les empreses** en la importància del consum de productes locals, la compra als comerços del territori i la contractació de serveis d'empreses de la comarca per contribuir al reforçament de l'economia de les Garrigues. Aquesta activitat es pot vincular amb l'Acció 1.5.3. *Campanya de sensibilització per fomentar el comerç de proximitat.*

|   |   |
|---|---|
| <b>Resultats</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>3. Compromís adquirit per part dels ens locals</li> <li>4. Catàleg de serveis i productes creat</li> <li>5. Millora de la contractació de serveis i compra de productes a empreses locals</li> </ul> |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empreses del territori, i amb especial, empreses amb impacte social</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dedicació d'un tècnic amb una dedicació d'un 30% de la jornada durant 6 mesos</li> </ul>   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida. GlobalLleida</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans,</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos humans per a la coordinació de les activitats</li> </ul>  |

|   |   |
|---|---|
| <b>tecnològics i de serveis que es necessiten</b> |   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 12 alcaldes (la meitat de la comarca) que subscriuen l'acord de compromís amb la responsabilitat social</li> <li>- Mínim de 10 serveis publicats al Catàleg</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Activitat 1. Reunions amb els alcaldes</li> <li>- Mesos 3-4 &gt; Activitat 2. Creació del catàleg</li> <li>- Mes 4 &gt; Adopció de l'acord</li> <li>- Mes 5 –6 &gt; Activitat 3. Sensibilització</li> </ul> |



## P.10. Projecte habitatge a les Garrigues

Foto del Vilosell: M. Pilar Peiró

## **P.10. Projecte habitatge a les Garrigues**

### **Descripció**

La realitat de l'habitatge a la comarca de les Garrigues és diversa en funció de si s'analitza la situació des dels municipis més petits o s'observa des dels municipis més grans. Els pobles més rurals amb uns índex d'envelliment i de despoblament més elevats tenen un parc d'habitatge molt envellit, especialment, als nuclis antics, a banda que també acostuma a estar sobredimensionat pel volum de població actual del municipi. Hi ha molt habitatge desocupat de persones que han marxat de la localitat i que, en alguns casos, han deixat deteriorar les cases amb risc pels veïns i amb una mala imatge per als turistes.

A aquesta situació s'hi suma que, generalment, els propietaris d'aquests habitatges desocupats no estan en disposició de vendre'ls o llogar-los limitant l'accés a l'habitatge de joves i de nova població.

Per aquest motiu, es planteja necessari enfocar un projecte estratègic entorn de l'habitatge a les Garrigues per fomentar els incentius als propietaris a l'hora de millorar les condicions de les seves cases, fomentar el lloguer segur i social i millorar la seguretat i la imatge dels nuclis.

### **Objectius**

1. Definir estratègies per posar en valor els habitatges dels nuclis més rurals
2. Facilitar l'accés a l'habitatge de col·lectius claus com joves i nova població

### **Accions incloses en aquest projecte**

**A 2.10.1 Projecte de rehabilitació i posada en valor dels habitatges dels pobles**



|   |  |
|---|--|
| <b>A.2.10.1.</b>                          | <b>Línia estratègica</b>   |
|   | <b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>  |
|   | <b>Projecte</b><br><b>P.10. Projecte habitatge a les Garrigues</b>                             |
|   | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROJECTE DE REHABILITACIÓ I POSADA EN VALOR DELS HABITATGES DELS POBLES</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Estudi i servei |  |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-201)  |  |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realitzar un diagnòstic de l'estat del parc d'habitatge dels pobles de les Garrigues.</li> <li>▪ Identificar l'oferta d'habitatges en disposició de posar-se en lloguer o venda</li> <li>▪ Identificar el perfil de la demanda més potencial d'aquests habitatges</li> <li>▪ Aplicar mesures incentivadores per als propietaris per millorar els habitatges i la imatge dels nuclis en termes generals</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>Les dades del 2015 del cens d'habitatge de l'IDESCAT pel que fa a la seva tipologia d'ús (principal, secundari, buit) mostren que l'ús principal de l'habitatge a les Garrigues és el de residència principal. No obstant, destaca la proporció d'habitatges buits, que en el conjunt de la comarca és d'un 23,03%, superior respecte a l'àmbit territorial de Ponent (15,48%) i de Catalunya (11,61%) tal i com s'analitza la diagnosi socioeconòmica del Pla Estratègic.</p> <p>Dels municipis amb una proporció d'habitatges buits superior al 30% en destaquen les Borges Blanques, el Cogul, Fullella i el Soleràs. A la Pobla de Cérvoles i a el Vilosell més del 50% dels habitatges són de segona residència.</p> <p>Cal dir que en els pobles amb habitatges buits, aquest és un aspecte que genera preocupació entre els diferents consistoris, atès que en molts casos la propietat no cedeix l'habitatge a lloguer o ho fa a preus elevats i tampoc el posa a la venda, fet que condiona la possibilitat que es quedin els joves al poble. En alguns casos, tampoc el rehabilita, i el seu desús comporta un deteriorament dels habitatges, una imatge d'abandonament del conjunt del poble i un potencial risc en aquells casos en que l'habitatge està en molt males condicions.</p> <p>Alguns dels municipis de la comarca, han tingut un Pla de Barris, com ara Les Borges Blanques i Juneda que ha contribuït a la millora de l'espai públic dels nuclis i a la rehabilitació d'equipaments col·lectius.</p> <p>Altres municipis com El Cogul, el Soleràs o els Omellons es mostren preocupats per aquest nombre tan elevat d'habitatges buits que presenten els seus nuclis i s'està valorant la possibilitat d'oferir incentius als propietaris per poder millorar el seus habitatges afavorint que els posin a lloguer o a la venda per incrementar el parc d'habitatge disponible i en bones condicions dels seus pobles.</p> |

Per altra banda, val a dir que no hi ha borsa d'habitatge d'àmbit comarcal a les Garrigues. Fa uns anys hi va haver una Borsa d'Habitatge pe a joves que es gestionava des de l'Oficina Jove de les Garrigues però no s'ha continuat oferint aquest servei per manca de recursos humans que s'hi poguessin dedicar.

A nivell municipal, es compta amb una Borsa d'habitatge per al lloguer social a la Granadella que també compta amb capacitat per donar ajudes econòmiques als propietaris per millorar els seus habitatges (inicialment, del nucli antic) amb la condició que l'habitatge entri a formar part de la borsa de lloguer que gestiona l'ajuntament per un període de 10 anys.

Per tal de donar respostes a com afrontar el repte de l'habitatge a les Garrigues es planteja el present projecte que caldria vincular-lo a accions del Pla estratègic encaminades a afavorir l'arrelament i el retorn de joves, l'atracció de noves famílies, el retorn de gent gran o l'embelliment dels pobles com a atractiu turístic i millora de la qualitat de vida de les persones que viuen als seus municipis.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, les fases de treball previstes en aquesta actuació serien les següents:

**Fase 1. Diagnòstic de l'estat de l'habitatge a les Garrigues.** Anàlisi per municipis del parc d'habitatge existent i de la seva situació.

**Fase 2. Anàlisi de l'oferta d'habitatge actual i potencial per posar en lloguer o venda.**

**Fase 3. Anàlisi de la demanda d'habitatge actual i potencial.** Perfil dels habitatges desitjats i perfil de la demanda assequible

**Fase 4. Anàlisi de les mesures i estratègies** que ja estan aplicant alguns municipis de les Garrigues per incentivar el lloguer i la venda d'habitatges en desús. I recollida de bones pràctiques d'altres municipis catalans o d'altres indrets per avaluar alternatives i opcions que s'adeqüin a les necessitats dels pobles de la comarca.

**Fase 5. Crear una Borsa d'Habitatge comarcal** amb la col·laboració de tots els municipis de la comarca que integri diversos serveis:

- a) Assessorament tant a particulars com també als ajuntaments per millorar l'estat dels habitatges i del casc urbà dels municipis, especialment, dels pobles més petits on s'hi ha fet molt poques intervencions en aquesta línia.
- b) Servei d'intermediació entre particulars per afavorir la posada en lloguer o venda d'habitatges en desús.
- c) Incentivar millores del condicionament dels habitatges més antics.

Referències: Programa de Barris, Viles i Àrees Urbanes que requereixen atenció especial. Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge

### Resultats

1. Diagnòstic de l'estat de l'habitatge dels pobles de les Garrigues realitzat.
2. Oferta d'habitatge coneguda
3. Perfil de demanda identificat

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>4. Bones Pràctiques de mesures i estratègies per contribuir a la posada en lloguer o venda dels habitatges definides</li> <li>5. Borsa d'Habitatge comarcal constituïda</li> </ul> |
|--|---|

|   |  |
|---|--|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> </ul> |
|---|--|

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Destinatari</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propietaris d'habitatges desocupats dels pobles de les Garrigues</li> <li>- Persones amb interès per llogar o comprar habitatges a les Garrigues</li> </ul> |
|--------------------|--|

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Pressupost</b> | Persona a mitja jornada contractada per aquest projecte |
|-------------------|---|

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Fons propis dels ajuntaments o del Consell Comarcal</li> </ul> |
|---------------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dedicació d'1 tècnic amb una dedicació del 50% de la jornada durant 12 mesos.</li> </ul> |
|--|---|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diagnòstic de l'habitatge realitzat entre el 80 i el 100% dels municipis de la comarca.</li> <li>- Participació de més del 50% dels propietaris identificats en l'aplicació de les mesures que s'hagin estipulat per poder facilitar la posada en lloguer i venda dels habitatges</li> </ul> |
|--------------------------------|---|

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Cronograma d'execució</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3&gt;Diagnòstic de l'estat de l'habitatge a les Garrigues</li> <li>- Mes 3-4&gt;Anàlisi de l'estat de l'oferta actual d'habitatge per poder posar-se en lloguer o venda</li> <li>- Mesos 5-6&gt;Anàlisi de la demanda</li> <li>- Mesos 6-7 Anàlisi de les mesures ja aplicades i d'altres possibles d'aplicar</li> <li>- Mes 8 &gt; Posada en marxa de la Borsa d'Habitatge comarcal i dels serveis associats</li> <li>- Seguiment tot l'any de la Borsa d'habitatge comarcal.</li> </ul> |
|------------------------------|--|



## P.11. Projecte escoles amb futur a les Garrigues

Foto: Biblioteca de Cervià de els Garrigues

## **P.11. Projecte escoles amb futur a les Garrigues**

### **Descripció**

L'escola d'un poble és un dels pals de paller per assegurar l'arrelament de les famílies i el relleu generacional de la població. Sense nens, no hi ha joves i sense joves no hi ha futur a mig i llarg termini.

A la comarca de les Garrigues hi ha una realitat ben diferent entre les escoles dels municipis més grans com les Borges Blanques, Juneda o Arbeca que presenten un nombre d'alumnes que res les fa perillar. No passa el mateix en bona part de la resta de municipis més rurals i més petits de la resta de la comarca, on, en la majoria tenen escoles rurals en les quals el nombre de l'alumnat no ha parat de disminuir des de fa anys. Algunes han hagut de tancar i d'altres tenen un horitzó de pervivència de menys de 5 anys si no es prenen mesures per evitar-ho ja que les tendències poblacionals apunten a un creixement de la despoblació i a una pèrdua de joves en edat de tenir fills.

Per aquest motiu, es planteja un projecte centrat en vetllar pel futur de les escoles rurals de les Garrigues a partir de cercar estratègies compartides a nivell comarcal per tal de donar acompanyament i suport als ajuntaments que es trobin que la seva escola avança vers una situació crítica.

### **Objectius**

1. Donar suport als municipis rurals de les Garrigues per mantenir obertes les seves escoles com un element clau per al futur dels seus pobles per mitjà d'estratègies compartides.
2. Difondre els valors de l'escola rural, model propi de molts pobles de les Garrigues com a element d'atracció per a famílies locals i foranes que volen que els seus fills tinguin accés a un model d'escolarització proper i personalitzat.

### **Accions incloses en aquest projecte**

**A 2.11.1 Projecte per salvar les escoles de les Garrigues i suport a les llars d'infants**

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>A.2.11.1.</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                  | <b>2.Serveis a les persones, talent i empenedoria</b>                                  |
|                  | <b>Projecte</b>  |
|                  | <b>P.11. Projecte escoles amb futur a les Garrigues</b>                                |
|                  | <b>ACCIÓ</b>   |
|                  | <b>PROJECTE PER SALVAR LES ESCOLES DE LES GARRIGUES I SUPORT A LES LLARS D'INFANTS</b> |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Projecte   |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |

|   |
|---|
| <b>Objectius</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aplicar mesures per mantenir obertes les escoles rurals de les Garrigues</li> <li>▪ Vetllar per defensar els valors que transmet el model d'escola rural de les Garrigues</li> </ul>   |
| <b>Descripció</b>   |
| <p>Actualment a la comarca de les Garrigues hi ha 18 centres de primària dels quals 13 són escoles rurals integrades en 5 zones escolars rurals conegudes com a ZERs: ZER Elaia (Bovera, la Granadella, Bellaguarda), ZER Vall de l'Aranyó (Castelldans, El Cogul, L'Albagés), ZER Garrigues Altes (El Soleràs, Juncosa), ZER Riu Set (L'Albi, La Pobla de Cérvoles, Vinaixa) i ZER Pedrera (L'Espluga Calba, Puiggrós).</p> <p>Per tant, hi ha 7 municipis dels 24 que té la comarca que <u>no</u> disposen d'escola: Granyena de les Garrigues, els Torms, La Floresta, Els Omellons, Fullea, Tarrés i el Vilosell. D'aquests, els Torms i els Omellons van haver de tancar l'escola recentment, l'any 2012. De la resta de les escoles, n'hi ha que estan en una situació crítica de cara al curs 2016-2017: el Cogul (7 infants) i la Pobla de Cérvoles. I d'altres en una situació preocupant: Bovera (13-14 infants) o Bellaguarda (13 infants).</p> <p>Val a dir que la comarca de les Garrigues és un dels territoris catalans amb un major nombre d'escoles rurals. Per tant, el model de l'escola a les Garrigues seria un model d'escola diferent, amb uns trets diferencials que es caracteritzen per la interacció entre alumnes de diferents nivells, una atenció individualitzada i una atenció a la diversitat que respecta els ritmes d'aprenentatge de cada alumne, és un model flexible i aplica una metodologia que potencia l'autonomia, la responsabilitat i els hàbits de treball, alhora que treballa habilitat i capacitats bàsiques aconseguint bons resultats acadèmics.</p> <p>Són molts els valors que transmet l'escola rural coneguda com l'escola de les 3p (petita, de poble i rural), una escola que s'arrela al territori i que és aglutinadora de les activitats i de les persones que hi estan al seu entorn, a banda que tendeix a establir vincles estrets amb l'entorn i amb el propi municipi on està ubicada. Aquest model d'escola contribueix a l'equilibri territorial i a l'assentament de població i a més aporta un model pedagògic diferent i de qualitat, un model de viure i aprendre de l'entorn i de cada una de les persones que viuen en aquest entorn.</p> <p>Tanmateix, també hi ha mancances que afecten a l'educació rural com ara la falta d'escoles bressol. A les Garrigues tan sols hi ha 9 llars d'infants en funcionament, fet que dificulta que els pares puguin escolaritzar els seus fills al poble ja des del cicle infantil. Aquesta realitat comporta que algunes famílies portin els seus fills a llars d'infants d'altres municipis amb el risc que ja s'hi quedin quan iniciïn l'educació primària. Altres dificultats serien la possibilitat de fer activitats extraescolars perquè hi ha pocs alumnes i no surt rendible.</p> |

Per tal de poder aplicar mesures que contribueixin a mantenir obertes i amb bona salut les escoles rurals de la comarca, es planteja aquest projecte des d'una òptica comarcal per tal que els municipis que es trobin en una situació crítica tinguin recolzament i assessorament i es cerquin solucions col·lectives a una problemàtica que és de tota la societat garriguenca.

### Activitats i metodologia

La metodologia per implementar aquesta acció seria la següent:

**Activitat 1. Establir un Grup de Treball amb agents públics (ajuntaments i consell comarcal) juntament amb les ZERS de la comarca de les Garrigues** per debatre la situació d'aquestes escoles i cercar vies de millora i d'increment del nombre d'alumnat.

**Activitat 2. Establiment de contactes i col·laboracions amb entitats catalanes que vetllen per l'escola rural a Catalunya:**

- **Secretariat d'Escola Rural de Catalunya:** Organisme que vetlla pel model d'escola rural arrelada al territori, que dóna vida al municipi i esdevé un àmbit de convivència i de dinamització sociocultural. El treball de la coordinació del Secretariat procura optimitzar els recursos humans i materials de les escoles rurals tant com sigui possible.  
<http://escolaruralsecretariat.blogspot.com.es/>
- **L'Observatori d'Educació Rural de Catalunya:** L'Observatori de l'Educació Rural Catalana (OBERC), és un centre de recerca, de documentació, d'elaboració i producció de materials didàctics i de recollida i difusió de bones pràctiques. És també un punt de trobada i d'intercanvi d'experiències i idees entre les diferents entitats i administracions sensibles i vinculades a l'educació dels pobles, on l'objectiu principal sigui fer una prospecció que permeti donar relleu al model educatiu rural i, al mateix temps, analitzar i desenvolupar elements de futur rellevants per totes les institucions que d'una manera o altra, treballen per l'educació rural, l'escola rural i la millora dels petits municipis <http://oberc.fmr.cat/>
- **G.I.E.R. Grup interuniversitari d'escola rural:** El GIER (Grup Interuniversitari d'Escola Rural) és un grup de professors i professores de les facultats d'Educació/Ciències de l'Educació/Formació del Professorat de Catalunya que des de les seves línies de docència i investigació aconseguen implicar a les institucions universitàries en l'interès educatiu i social de l'escola rural. Cada curs organitza les Jornades d'Escola Rural en la formació inicial dels mestres.

**Activitat 3. Anàlisi de models i d'experiències per dinamitzar i mantenir les escoles de territoris rurals a nivell català, espanyol i europeu**

Són diverses les estratègies que alguns pobles rurals han seguit per aconseguir no haver de tancar la seva escola. Generalment, la fórmula passa per cercar famílies amb fills en edat escolar que puguin matricular-se a l'escola del poble. A canvi, aquestes famílies reben algunes compensacions que varien en cada territori: des d'un habitatge gratuït o a un lloguer molt assequible, l'oportunitat de gestionar algun equipament o activitat econòmica a concessió pública des de l'ajuntament o la facilitació d'un lloc de treball a l'ajuntament o a alguna empresa local.

Són diversos els exemples de municipis que han fet, recentment, crides públiques per aconseguir atraure noves famílies al poble. Generalment, aquestes crides tenen una resposta molt positiva. El repte, però, resideix en l'arrelament i l'adaptació d'aquestes noves famílies tant a nivell social, com



a nivell laboral tenint en compte, a més que en moltes d'elles ha significat un canvi radical de vida, sovint, passant de viure a la ciutat a un poble de molts pocs habitants i de marcat caràcter rural. Per tant, s'apunta que una de les claus de l'èxit no passa només per una atractiva convocatòria per atraure nous residents, sinó que és l'acompanyament integral d'aquestes famílies en el procés d'adaptació al poble i l'establiment de xarxes de relació amb la comunitat local juntament al fet de poder mantenir una font d'ingressos suficient i regular (lloc de feina o negoci) que permeti viure en condicions a la família en qüestió.

Alguns referents interessants:

- **Experiència del municipi de Prat de Compte (Terra Alta).** Documental Sense ficció "Benvinguts al poble" <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/benvinguts-al-poble/video/5571037/>
- Altres municipis que han fet **crides recents com ara el municipi de Gósol** (Berguedà) que pel curs 2015-2016 ha pogut mantenir l'escola oberta
- **Plataforma Vivim l'Escola de Vilada (Berguedà)** per donar a conèixer els valors de l'escola rural i lluitar per mantenir oberta l'escola.

**Activitat 4. Selecció dels models més adients per implementar a les Garrigues i posar-los en marxa** des dels ajuntaments i amb una col·laboració i un suport directe des del Consell Comarcal de les Garrigues:

- Reunions específiques amb el Consell comarcal, l'ajuntament, AMPES i comunitat educativa de cada una de les escoles rurals de la comarca per realitzar un diagnòstic de la seva situació.
- Protocol d'actuació consensuat en el cas de les escoles en situació crítica i/o preocupant per aplicar de forma immediata.
- Disseny dels passos a seguir per Posar en marxa la fórmula escollida per la convocatòria per atraure famílies amb fills en edat escolar. Vinculació d'aquesta acció amb el servei que s'oferirà en l'acció A.2.9.4. Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atraure (dins del P.9. Projecte per enfortir l'esperit empresarial a les Garrigues).

**Activitat 5. Realització d'accions de sensibilització i comunicació** per afavorir la vinculació de la comunitat educativa (CRP, escoles rurals i no rurals, centres de secundària), AMPES i escolars en la campanya d'autoestima de les Garrigues cap a la població local per reforçar el coneixement entre la societat garriguenca dels valors que transmet l'escola rural i la seva vinculació amb el territori.

### **Suport a les llars d'infants**

**Activitat 1.** Ampliació als municipis de les Garrigues que tinguin interès de la prova pilot d'integració de llars d'infants en escoles rurals.

Aquesta és una iniciativa pilot que el Departament d'Ensenyament va posar en marxa durant el curs 2015-2016 amb 7 escoles rurals pilot (entre elles, l'Escola Sant Bonifaci de Vinaixa) per testar els resultats de la integració de llars d'infants de màxim 10 alumnes i a partir d'1 d'any d'edat en l'escola rural del seu propi municipi. L'objectiu és reduir despesa per als ajuntaments ja que es comparteixen despeses d'espais i de personal docent entre l'escola bressols de titularitat municipal i l'escola de titularitat de la Generalitat.

### **Resultats**

1. Societat garriguenca més conscient de la importància de mantenir les escoles rurals obertes per mantenir els pobles actius
2. Major nombre d'infants matriculats a les escoles rurals de les Garrigues.
3. Cap més escola tancada i possibilitats de reobrir alguna de les



|  |  |
|--|--|
| tancades.  |  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Centre de Recursos Pedagògics de les Garrigues</li> <li>- Centres educatius de la comarca de les Garrigues</li> <li>- AMPES</li> </ul>  |
| <b>Destinataris</b>  | <p>Societat garriguena, en general, i específicament:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infants de la comarca</li> <li>- Pares i mares de la comarca</li> <li>- Joves de la comarca</li> <li>- Noves famílies amb interès en instal·lar-se a la comarca</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'un tècnic al 35% de la seva dedicació durant 12 mesos per posar en marxa el projecte o contractació empresa externa: 11.500€   |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Ensenyament</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Patrocini privats</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis o empresa externa</li> </ul>  |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El 100% de les escoles rurals de les Garrigues participants al projecte.</li> <li>- Entre 1-2 Protocols d'actuació per salvar l'escola iniciats el 1er any</li> <li>- 0 escoles tancades a les Garrigues des de la implementació del projecte</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-2 &gt; Activitat 1. Establir un Grup de Treball</li> <li>- Mes 3&gt; Activitat 2. Establiment de contactes i col·laboracions amb entitats catalanes</li> <li>- Mesos 4-6&gt; Activitat 3. Anàlisi de models i d'experiències</li> <li>- Mesos 7- 10&gt; Activitat 4. Seleccionar els models més adients per implementar a les Garrigues i posar-los en marxa</li> <li>- Mesos 8-12&gt; Activitat 5. Realització d'accions de sensibilització i comunicació</li> <li>- De forma paral·lela, iniciar l'acció de suport a les Llars d'infants</li> </ul> |



## P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues

Foto del Soleràs: @cerve71 (<http://www.imgrum.net/>)

## P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues

### Descripció

Sovint es parla a les Garrigues d'una manca generalitzada d'autoestima de la població local que frena la capacitat de creure i defensar les possibilitats de creixement i d'aposta de futur del territori. Possiblement una població altament envellida, una manca de relleu generacional i un èxode de joves important han propiciat aquesta manca d'autoestima col·lectiva agreujada pel baix reconeixement que, per exemple, un dels sectors més importants de la comarca com és l'agrari ha tingut durant molts anys. Ser pagès encara avui en dia es veu com una feina dura, mal pagada i poc valorada. Per això, molts pares durant anys han animat als seus fills a buscar un futur millor fora de la comarca.

Aquest baix nivell d'autoestima frena, moltes vegades, iniciatives d'emprenedoria i coarta possibilitats de canviar la forma de fer de les coses. Si la societat no creu en les seves pròpies possibilitats, no farà res per atrevir-se a donar els passos necessaris per millorar la situació o almenys empoderar-se de la seva capacitat per poder fer-ho.

Per tant, si es vol apostar per un canvi de l'escenari actual i es vol lluitar per aconseguir una comarca viva, dinàmica i amb futur, cal capgirar aquests paràmetres. L'autoestima creix si es potencia el sentiment de pertinença a un territori, si es reforça la identitat cultural (costums, valors, símbols, creences, tradicions, història, etc.), si es fomenta la solidaritat entre les persones i les entitats, si es vetlla per la transparència i la responsabilitat dels compromisos adquirits i si, en definitiva, s'aposta per donar veu a les persones en un procés de participació, coresponsabilitat i de reivindicació del dret a poder viure i treballar dignament a la seva terra.

### Objectius

1. Incrementar l'autoestima col·lectiva cap a la comarca de les Garrigues com a estratègia imprescindible per creure en les possibilitats d'avançar vers l'escenari desitjat per a la comarca.
2. Fomentar eines de comunicació interna (dins de la comarca) i de comunicació externa (cap a fora de la comarca) per afavorir l'autoestima i el sentiment d'orgull de pertinença a les Garrigues.
3. Impulsar una campanya de posicionament de la marca Garrigues per donar-la a conèixer a la resta de Catalunya.
4. Aconseguir una participació activa de tots els garriguencs i garriguenques en aquest procés de reforç de l'autoestima comptant amb aquells que viuen a la comarca i també amb aquells que no hi viuen.

### Accions incloses en aquest projecte

A 3.12.1 Campanya d'autoestima cap a la comarca dirigida a tota la població

A 3.12.2 Crear la Marca Garrigues per projectar i comunicar la comarca

A 3.12.3 Projecte per identificar "Ambaixadors de l'oli" entre garriguencs "exiliats"

|  |   |
|--|---|
| Línia estratègica<br><b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>   |   |
| <b>A.3.12.1.</b>   | <b>Projecte</b><br><b>P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues</b>                      |
|  | <b>ACCIÓ</b><br><b>CAMPANYA D'AUTOESTIMA CAP A LA COMARCA DIRIGIDA A TOTA LA POBLACIÓ</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Campanya   |   |
| <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |   |
| <b>Objectius</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incrementar l'autoestima col·lectiva cap a la comarca de les Garrigues com a estratègia imprescindible per creure en les possibilitats d'avançar vers l'escenari desitjat per a la comarca.</li> <li>▪ Aconseguir una participació activa de tots els garriguencs i garriguenques en aquest procés de reforç de l'autoestima comptant amb aquells que viuen a la comarca i també amb aquells que no hi viuen.</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>  |   |
| <p>Tot allò que no es coneix, no es pot valorar ni estimar. Succeeix amb el patrimoni i també amb el propi territori. A les Garrigues hi ha una notable falta d'autoestima col·lectiva que dificulta endegar projectes conjunts de territori i frena la participació activa per vetllar pels propis interessos i per decidir els passos de futur de la comarca.</p> <p>Incrementar aquesta valorització vers allò que li és propi és urgent i cabdal per al futur de les Garrigues. El primer pas és fer-n'hi conscients als mateixos garriguencs i garriguenques que han de girar la mirada cap a la pròpia essència per tal d'aconseguir un canvi d'actitud de la població local, una presa de consciència del repte que es presenta davant, pel qual cal estar preparats i estar disposats a liderar.</p> <p>Aquest procés de mirar-se al mirall amb uns nous ulls i amb una nova energia és el rerefons que destil·la aquesta acció que es presenta. Primer una mirada cap a dins, reforçar la comunicació interna, valoritzar recursos per aprendre a estimar de nou el territori amb els seus punts forts i els seus punts febles, amb les seves oportunitats i les seves amenaces.</p> <p>La necessitat de treballar per millorar l'autoestima col·lectiva de la gent que viu i treballa a les Garrigues es pal·lesa com un prioritat d'aquest Pla estratègic, tal i com s'evidencia pel fet de ser aquesta actuació la més puntuada al Taller de prioritització de propostes i, per tant, la més consensuada com a necessària.</p> <p>Un segon pas, però, un cop l'autoestima col·lectiva de la comarca s'hagi reforçat, seria la vinculació directa amb l'acció A.3.12.2. <i>Crear la Marca Garrigues per projectar i comunicar la comarca</i>. En aquest sentit, la Campanya d'autoestima s'enfocaria a una estratègia de comunicació interna i la Marca Garrigues seria una estratègia de comunicació externa. Per tant, primer seria recomanable reforçar els conceptes cap endins, per poder-los treballar després cap enfora.</p> <p>Per altra banda, també es considera estratègic vincular aquesta campanya amb l'acció A.4.14.1. <i>Articulació d'un grup d'interès que actui com a lobby a la comarca</i> (dins del P.14. Projecte</p> |   |

infraestructures per les oportunitats).

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, es planteja l'esquema de fases de treball propi d'una campanya, en aquest cas, interna, cap a la societat garriguenca.

#### Fase 1. CONCEPTUALITZACIÓ

- **ANÀLISI: intern/entorn.** Avaluar els antecedents, realitzar una DAFO, analitzar l'entorn i la competència, definir conclusions, conceptes clau i objectius de la campanya.  
OBJECTIUS de la campanya: "conèixer millor les Garrigues per poder estimar-les i defensar-les".

Possibles àmbits de la campanya:

- Història de les Garrigues
  - Paisatge i patrimoni natural
  - Patrimoni cultural: jaciments, castells, pedra seca, museus.
  - Producte local: oli i altres productes
  - Recursos, serveis per a la gent gran
  - Model d'escola rural
  - Pobles de les Garrigues i la seva gent
- **DETERMINAR PÚBLIC OBJECTIU:** Estudi del públic objectiu, segmentar-lo per enfocar bé els missatges i canals, dins del concepte clau, per a cada públic concret (estratègia segmentada diferenciada).

El públic d'aquesta campanya és la societat garriguenca, però es podria segmentar per poder orientar accions específiques per tipus de col·lectius:

- a) **Infants i famílies**
- b) **Joves**
- c) **Gent gran**
- d) **Empresaris/es**
- e) **Ciutadania en general** (per accions més transversals)

- **MAPES DE POSICIONAMENT: Mapa actual (On som?) i mapa desitjat (on volem ser?).** Quin és el nivell d'autoestima actual de la comarca i fins on es vol arribar?

#### Fase 2. DISSENY DE L'ESTRATÈGIA

- **ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ:** Establirà l'estratègia (Com ho farem?) a partir dels resultats de la Fase 1, es crearan els Conceptes clau i es definiran com es comunicaran: creació d'accions segmentades i enfocades a cada públic. És important fer una campanya "mare", contínua en el temps, i d'altres de concretes, dirigides a cada públic en moments determinats de l'any.
- **PLA D'ACCIÓ:** Es definiran quines accions són necessàries en funció de cada target, en quins mitjans i el timing a seguir.

- **REALITZACIÓ DE LES ACCIONS:** Implicaria la implementació de les accions definides al pla d'acció i podria incloure accions com ara:
  - a) Creativitat de la campanya, de la marca i redacció dels continguts i lemes.
  - b) Elaboració d'un vídeo-documental sobre els atractius i valors de les Garrigues (valorar la possibilitat d'aprofitar els vídeos ubicats al Mirador de les Garrigues)
  - c) Crear espais de reflexió a posteriori de la projecció del vídeo-documental. Aquests espais de reflexió podrien ser itinerants, pels pobles de les Garrigues i podrien ser intergeneracionals o fer-los a dos nivells (escolar i població en general)
  - d) Disseny d'una activitat d'autoestima conjunta que sorgirà de les propostes recollides en els espais de reflexió itinerants.
  - e) Disseny d'un conte sobre la història, els valors i els atractius de les Garrigues
  - f) Disseny de merchandising d'autoestima de la comarca ("Orgullosos de les Garrigues")
  - g) Cicle descobreix els tresors de les Garrigues: programa d'experiències de descoberta d'indrets singulars, simbòlics o de gran atractiu de la comarca per tal que la població local valori més els atractius de les Garrigues.
  - h) Creació d'un blog i/o obrir comptes en xarxes socials de la campanya Orgullosos de les Garrigues.
  - i) Agenda compartida de les activitats, esdeveniments i festes que es realitzen a la comarca (a partir de l'Agenda d'activitats que s'edita des del Consell Comarcal de les Garrigues) per ampliar el nombre de persones de la comarca que n'estan assabentades d'aquesta agenda compartida.

#### Fase 3. DIFUSIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- **DIFUSIÓ:** Comunicar la campanya cap a la població local d'acord amb els perfils de públic identificats.  
Publicitar la campanya als mitjans de comunicació locals, comarcals o d'àmbit proper.

#### Fase 4. AVALUACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

**ANÀLISI DELS RESULTATS:** Dossier resum de les accions de la campanya i enquestes de valoració de la campanya entre la població garriguenca. Caldrà tenir molt present que és bàsica una continuïtat de la campanya de promoció en el temps, mantenint actualitzada la informació de les eines creades (blog o espai web, xarxes socials), fer notes de premsa, mantenir el contacte amb la població local, etc.

#### **Resultats**

1. Societat garriguenca més conscient i més capaç de valorar el propi territori i defensar els seus interessos.

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Teixit empresarial
- Associacions
- Població en general

#### **Destinataris**

- Escolars i famílies
- Joves
- Gent gran
- Ciutadania en general

|  |   |
|--|---|
|  | - Empresaris/es   |
| <b>Pressupost</b>  | Dedicació d'un tècnic al 60% de dedicació durant 12 mesos.<br>Contractació d'una empresa especialitzada en comunicació per algunes fases del projecte: 10.200€ .  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | - Diputació de Lleida<br>- Espònsors privats  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Empresa de serveis externa especialitzada en comunicació<br>- Recursos propis   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Entre 30-35 persones mínim participants en cada acció de la campanya d'autoestima.  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | - Mesos 1-3 >Fase 1. Conceptualització<br><br>- Mes 3-11>Fase 2. Disseny de la campanya i implementació<br><br>- Mesos 4-6>Fase 3. Difusió de la campanya (coincidint amb l'inici de la posada en marxa de la campanya)<br><br>- Mesos 11-12 > Fase 4. Avaluació de la campanya |

|  |  |
|--|--|
| <b>A.3.12.2.</b>   | <b>Línia estratègica</b>   |
|  | <b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>  |
|  | <b>Projecte</b><br><b>P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues</b>                 |
|  | <b>ACCIÓ</b><br><b>CREAR LA MARCA GARRIGUES PER PROJECTAR I COMUNICAR LA COMARCA</b> |
| <b>Tipus de projecte:</b> Campanya   |  |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |  |
| <b>Objectius</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definir una estratègia de posicionament de les Garrigues entorn dels segments de públic més adients per fomentar l'economia de la comarca en concordança amb l'estratègia turística d'oleoturisme.</li> <li>▪ Visibilitzar les Garrigues i les seves necessitats com a territori davant de les administracions superiors: Diputació de Lleida i Generalitat de Catalunya.</li> <li>▪ Incrementar una major presència de les Garrigues en els mitjans de comunicació catalans.</li> <li>▪ Implementar una campanya de promoció que esdevingui un reclam per atraure visitants, empreses, professionals i joves amb talent i nova població resident.</li> </ul>   |  |
| <b>Descripció</b>  |  |
| <p>La implementació d'aquest Pla estratègic de la comarca de les Garrigues planteja nombroses fites i són moltes les actuacions a fer. Si es vol un pas endavant i decidit per aconseguir un futur d'oportunitats per al nostre territori, cal que tots siguem capaços de creure en aquest futur possible perquè tenim recursos i tenim capacitats per fer-los valdre. Per lluitar per un territori és imprescindible estimar-lo i saber-lo valorar. Desafortunadament, encara hi ha una manca greu d'autoestima entre alguns dels nostres conciutadans.</p> <p>No obstant, tenim un repte a nivell intern, però també en tenim un altre a nivell extern: posicionar les Garrigues al mapa mental català. Som conscients que som un territori encara per descobrir per molts catalans, però no tenim molt clar quin és el rol que actualment juguen les Garrigues dins l'imaginari col·lectiu català i dins dels mitjans de comunicació del nostre país ja que la seva presència és molt minsa o molt superficial.</p> <p>I aquí hi ha la fita a assolir: per una banda, saber quina imatge tenen els catalans de les Garrigues i, per l'altra, com podem ser més presents als mitjans per donar a conèixer tots els nostres recursos i valors. És a dir com impulsem accions de comunicació dels atractius de les Garrigues cap a la resta de Catalunya a tots els nivells i sectors: oli, vi, comerç, turisme, serveis, model d'escola, qualitat de vida, patrimoni, etc.</p> <p>La creació de la Marca Garrigues es planteja com una marca paraigües, una marca de territori per donar-hi cabuda a tots els agents i a tots els sectors per tal que beneficiï a tota la societat garriguenca en global respecte a la seva projecció cap a la resta del territori català. La comarca de les Garrigues és encara força desconeguda entre bona part de la societat catalana i, a excepció de l'oli, poc més se'n coneix arreu.</p> <p>Fins ara, però, no s'ha dut mai a terme una campanya de publicitat prou potent per arribar a posicionar la comarca en el mapa català (ni a nivell turístic, ni a nivell d'opinió pública).</p> |  |



L'objectiu d'aquesta campanya respon a la necessitat que ha exposat la societat civil i l'empresariat garriguenc per tal que les Garrigues tinguin una major presència als mitjans de comunicació catalans en benefici del sector turístic i del sector agroindustrial i comercial, per tal de facilitar-los-hi la feina de donar a conèixer la comarca entre la seva clientela.

La campanya també hauria de servir com un reclam per atraure a noves empreses/autònoms/famílies/gent gran per venir a viure a les Garrigues, generant llocs de treball locals directes o indirectes.

Per tant, la Marca Garrigues hauria de servir per assolir diferents objectius:

- Posicionar millor els productes agroalimentaris de les Garrigues, com a productes amb valor afegit i amb preus justos per la qualitat oferta.
- Visibilitzar millor els productes i serveis de les empreses de les Garrigues de cara a compradors i proveïdors de la resta de Catalunya.
- Posicionar millor la destinació turística "Oleoturisme a les Garrigues" entre el mapa mental català de les destinacions de turisme d'interior.
- Fer més atractiva la comarca per la seva oferta de serveis per a la gent gran.
- Enaltir la qualitat de vida del territori i els valors de models com els de l'escola rural, predominant a les Garrigues.

### Activitats i metodologia

La campanya es proposa estructurar-la en 4 fases que contemplen l'establiment de dinàmiques de grup amb persones coneixedores del territori, agents públics i privats clau i experts externs per treballar els plantejaments de la campanya des de diferents òptiques:

#### Fase 1. CONCEPTUALITZACIÓ

- **ANÀLISI: intern/entorn.** Avaluar els antecedents, realitzar una DAFO, analitzar l'entorn i la Competència (comarques veïnes), definir conclusions, conceptes claus i objectius de la campanya.
- **DETERMINAR PÚBLIC OBJECTIU:** Estudi del públic objectiu, segmentar-lo per enfocar bé els missatges i canals, dins del concepte clau, per a cada públic concret (estratègia segmentada diferenciada).

#### *Perfils de públic de la campanya Marca Garrigues:*

- Consumidors dels productes de les Garrigues.
- Població local i garriguencs exiliats: campanya d'autoestima i prescriptors Marca Garrigues.
- Turistes que volen conèixer les Garrigues i l'oleoturisme.
- Persones de la tercera edat (garriguencs exiliats o no) com a turistes o amb voluntat de jubilar-se a les Garrigues. Retorn de jubilats.
- Famílies amb fills en edat escolar interessades en venir a viure a les Garrigues (valor de l'escola rural i la qualitat de vida dels seus pobles)
- Joves (garriguencs o no) que volen retornar a les Garrigues per viure-hi i treballar-hi a partir d'oportunitats de negoci que presenta el territori.
- Garriguencs exiliats o enamorats de les Garrigues: Campanya ambaixadors de l'oli
- Garriguencs amb projecció a nivell nacional
- Administracions superiors: Diputació de Lleida i Generalitat de Catalunya

- **MAPES DE POSICIONAMENT: Mapa actual (On som?) i mapa desitjat (on volem ser?).**

## Fase 2. DISSENY DE L'ESTRATÈGIA

- **ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ:** Establirà l'estratègia (Com ho farem?) a partir dels resultats de la Fase 1, es crearan els Conceptes clau i es definiran com es comunicaran: creació d'accions segmentades i enfocades a cada públic. És important fer una campanya "mare", contínua en el temps, i d'altres de concretes, dirigides a cada públic en moments determinats de l'any.
- **PLA D'ACCIÓ:** Es definiran quines accions són necessàries en funció de cada target, en quins mitjans i el timing a seguir.
- **REALITZACIÓ DE LES ACCIONS:** Implicaria la implementació de les accions definides al pla d'acció i podria incloure accions com ara:
  - Creativitat de la campanya, de la marca i redacció dels continguts i lemes.
  - Disseny i realització de les aplicacions (fulletons, web –valorar si cal crear o no una nova web o es parteix de webs ja existents-, bloc, publicitat, merchandising, etc.) i llibre d'estil de la marca de la campanya.
  - Vídeos promocionals
  - Impressió de les aplicacions gràfiques.
  - Implementació i desenvolupament del web de tota la campanya, bloc, xarxes socials i aplicacions multimèdia.
  - Organització d'esdeveniments de referència

**Aplicació de la Marca Garrigues en totes les actuacions que impliquin projecció cap a l'exterior de la comarca. A tall d'exemple, es citen algunes actuacions del Pla estratègic en les que seria important visibilitzar la Marca Garrigues:**

- Acció A.1.3.5. Acció per incrementar la innovació, la projecció i el caràcter experiencial de la Fira de l'Oli.
- Acció A.1.3.6. Formació i suport en l'organització de fires de productes locals
- Acció A.1.4.1. Disseny de l'estratègia Oleoturisme a les Garrigues
- Acció A.1.4.9. Creació d'un grup de treball amb agències receptives especialitzades
- Acció A.2.7.5. Programa de promoció del retorn de gent gran
- Acció A.2.8.3. Projecte per afavorir el retorn i l'arrelament de joves a la comarca
- Acció A.2.9.4. Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població a atraure
- Acció A.2.11.1. Projecte per salvar les escoles de les Garrigues i suport a les llars d'infants
- Acció A.3.12.3. Projecte per identificar "Ambaixadors de l'oli entre garriguencs "exiliats".
- Acció A.14.1. Articulació d'un grup d'interès que actuï com a lobby a la comarca per millorar les infraestructures a nivell global
- Acció A.5.15.2. Programa de col·laboració amb comarques veïnes per endegar iniciatives conjuntes.

## Fase 3. DIFUSIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- **DIFUSIÓ:** Comunicar i publicitar la campanya en cada mitjà, fer una presentació, notes de premsa, falques de ràdio, banners, anuncis, assistir a fires i altres accions de difusió en dates concretes i durant l'any. Redacció de recomanacions per a gabinet de premsa. Assumir els costos de publicació d'anuncis en mitjans especialitzats.

## Fase 4. AVALUACIÓ DE L'ESTRATÈGIA

- **ANÀLISI DELS RESULTATS:** Dossier resum de les accions de la campanya i resultats obtinguts: visites al web, descàrregues d'aplicacions mòbils, augment d'inscripcions a centres educatius, més pernoctacions, més visites guiades realitzades, increment volum de vendes en el comerç, creació de noves empreses, reducció taxa d'atur, etc. Caldrà tenir molt

|  |   |
|--|---|
| <p>present que és bàsica una continuïtat de la campanya de promoció en el temps, mantenint actualitzada la informació de les eines creades (web, bloc, xarxes socials), seguir anant a fires, fent notes de premsa, etc.</p> |   |
| <p><b>Resultats</b></p>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marca Garrigues consolidada com a marca de territori.</li> <li>2. Activitat turística incrementada</li> <li>3. Vendes de productes locals augmentades</li> <li>4. Escoles rurals amb més alumnes</li> <li>5. Pèrdua de població dels municipis frenada</li> </ol>   |
| <p><b>Actors responsables de l'execució del projecte</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Teixit empresarial a nivell global: primari, agroindústria, comerç, turisme, serveis a les persones</li> <li>- Centres educatius</li> </ul>  |
| <p><b>Destinataris</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumidors dels productes de les Garrigues.</li> <li>- Població local i garriguencs exiliats: campanya d'autoestima i prescriptors Marca Garrigues.</li> <li>- Turistes que volen conèixer les Garrigues i l'oleoturisme.</li> <li>- Persones de la tercera edat (garriguencs exiliats o no) com a turistes o amb voluntat de jubilar-se a les Garrigues. Retorn de jubilats.</li> <li>- Famílies amb fills en edat escolar interessades en venir a viure a les Garrigues (valor de l'escola rural i la qualitat de vida dels seus pobles)</li> <li>- Joves (garriguencs o no) que volen retornar a les Garrigues per viure-hi i treballar-hi a partir d'oportunitats de negoci que presenta el territori.</li> <li>- Garriguencs exiliats o enamorats de les Garrigues: Campanya ambaixadors de l'oli</li> <li>- Garriguencs amb projecció a nivell nacional</li> <li>- Administracions superiors: Diputació de Lleida i Generalitat de Catalunya</li> </ul> |
| <p><b>Pressupost</b></p>   | <p>Dedicació d'un tècnic al 40% de la dedicació durant 12 mesos i contractació d'una empresa especialitzada en comunicació. Pressupost estructurat en les diferents fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1a fase: 3.000€</li> <li>2a fase: 20.000€</li> <li>3a fase: 12.800€</li> <li>4a fase: cost inclòs</li> <li>Total estimat: 35.800€</li> </ul>  |
| <p><b>Possibles fonts de finançament</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diputació de Lleida.</li> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Patrocini privats.</li> </ul>   |
| <p><b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de serveis externa per al disseny i realització de la campanya</li> <li>- Recursos propis</li> </ul>   |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
|                                |  |
|                                |  |
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de visites al web de la campanya: 2.500, com a mínim</li> <li>- Augment d'inscripcions a centres educatius: 10-15%</li> <li>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics: 40%</li> <li>- Augment de les visites guiades realitzades: 30%</li> <li>- Increment de les consultes realitzades a l'oficina de turisme i al web de turisme de les Garrigues: 40%</li> <li>- Increment volum de vendes en el comerç: 20%</li> <li>- Percentatge del registre d'empreses a la comarca: 10%</li> <li>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube: entre 700-1.000 visites</li> <li>- Nombre de seguidors de les xarxes socials: entre 250-500 seguidors</li> </ul> |
| <b>Cronograma d'execució</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1-3 &gt; Fase 1. Conceptualització</li> <li>- Mes 3-11 &gt; Fase 2. Disseny de la campanya i implementació</li> <li>- Mesos 4-6 &gt; Fase 3. Difusió de la campanya (coincidint amb l'inici de la posada en marxa de la campanya)</li> <li>- Mesos 11-12 &gt; Fase 4. Avaluació de la campanya</li> </ul>   |

|   |   |
|---|---|
| <b>A.3.12.3.</b>  | Línia estratègica<br><b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>  |
|   | Projecte<br><b>P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues</b> |
| <b>ACCIÓ</b><br><b>PROJECTE PER IDENTIFICAR "AMBAIXADORS DE L'OLI"<br/>ENTRE GARRIGUENCS "EXILIATS"</b>   |   |
| <b>Tipus de projecte:</b> Campanya  |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |   |
| <b>Objectius</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Donar a conèixer la comarca de les Garrigues i el seu oli de la mà de persones amb notorietat pública en diferents àmbits</li> <li>▪ Establir aliats de les Garrigues entre persones que tinguin capacitat d'arribar a xarxes de diferents sectors i perfils</li> </ul>  |   |
| <b>Descripció</b>   |   |
| <p>Un <i>ambassador</i>, segons l'Agència Catalana de Turisme, és un professional del país reconegut en el seu camp (universitari, científic, mèdic o econòmic), membre actiu d'associacions, institucions i col·legis nacionals o internacionals. Mitjançant les seves xarxes professionals, els <i>ambassadors</i> poden atraure congressos i esdeveniments de negocis a Catalunya, i jugar un paper fonamental per donar notorietat i posicionar la destinació.</p> <p>De igual forma, les Garrigues podrien comptar amb "Ambaixadors de l'oli de les Garrigues" per tal de contribuir a donar a conèixer la comarca i el seu producte més reconegut, l'oli. Aquests "Ambaixadors de l'Oli" podrien ser garriguencs "exiliats", persones vinculades a la comarca per lligams familiars o persones "enamorades" de les Garrigues que poguessin fer el rol de prescriptors de la comarca cap a la resta de Catalunya, especialment, entre les seves xarxes de contactes professionals i particulars. També es podria comptar amb empreses amb lligams a la comarca o entitats catalanes que volguessin donar suport a la iniciativa.</p> <p>De la mà d'aquests "ambaixadors" es podrien dur a terme accions de comunicació i de prospecció empresarial a diferents indrets del territori català, especialment, en grans ciutats com ara Barcelona, Lleida, Tarragona, Girona, etc. Fins i tot, es podria plantejar ampliar el radi d'acció no només a garriguencs que visquin a la resta de Catalunya sinó també fora, a l'estat espanyol o a països europeus.</p> |   |
| <b>Activitats i metodologia</b>   |   |
| <p>A nivell metodològic, es plantegen les següents fases i activitats per a la implementació de l'acció:</p> <p><b>Fase 1. Identificació de les persones que podrien esdevenir "Ambaixadors de l'oli de les Garrigues".</b></p> <p><i>Activitat 1. Reunió informativa amb els ajuntaments de la comarca</i> per tal d'explicar la iniciativa i comptar amb el seu suport per a la identificació dels futurs "ambaixadors".</p>  |   |

*Activitat 2. Consensuar el perfil o perfils d'aquestes persones, així com el que s'espera d'ells (compromisos)*

*Activitat 3. Elaborar un primer llistat de persones clau per ser "ambaixadors de l'oli" que podrien pertànyer a sectors diversos com ara:*

- Mitjans de comunicació: premsa escrita, ràdio, televisió, món audiovisual
- Gastronomia i producte local: restauradors, productors, *foodies*, gastrònoms, etc.
- Arts escèniques: teatre, dansa, música, cinema, circ.
- Cultura: indústries culturals, editorials, llibreries, museus, mecenes culturals
- Art i literatura: pintura, escultura, literatura, poesia, arts gràfiques
- Món empresarial de negocis diversos: industrial, comercial, turístic
- Universitats i recerca aplicada

### **Fase 2. Creació de la figura de l'Ambaixador/a de l'oli de les Garrigues i protocol a seguir.**

*Activitat 4. Elaborar un protocol que expliqui els compromisos dels "ambaixadors de l'oli" i, alhora, expliqui la importància del seu rol i la contribució que la seva aportació desinteressada significa per la comarca*

*Activitat 5. Establiment de contacte amb el llistat de persones clau per proposar-los-hi ser "ambaixadors de l'oli" i acreditació dels primers ambaixadors/es.*

*Activitat 6. Dissenyar una experiència d'oleoturisme específica per als "Ambaixadors de l'oli de les Garrigues" per convidar-los a gaudir d'una jornada excepcional a la comarca.*

### **Fase 3. Estratègia de difusió i comunicació del projecte "Ambaixadors de l'oli a les Garrigues"**

*Activitat 7. Definir un pla d'accions de comunicació amb cada una de les persones acreditada per ser ambaixador/a de l'oli de les Garrigues per concretar unes primeres col·laboracions específiques adaptades a cada un dels sectors als quals pertanyi la persona en qüestió. A tall d'exemple:*

- Articles de premsa, reportatges, presentacions de l'oli de les Garrigues en restaurants, museus, llibreries o espais de treball, recomanacions en revistes especialitzades, presentació de publicacions entorn del món de l'oli, difusió de les experiències d'oleoturisme a les Garrigues, etc.

*Activitat 8. Acte públic de reconeixement de la figura dels "ambaixadors de l'oli" per fer-n'hi una presentació pública i generar ressò mediàtic. S'hi pot explicar el tipus d'accions de comunicació i difusió que faran els ambaixadors i detallar l'experiència d'oleoturisme que hagin viscut a la comarca.*

### **Fase 4. Implementació del pla d'accions de comunicació del projecte**

Coordinació, acompanyament i seguiment en la realització de les diferents accions definides amb cada un dels ambaixadors o ambaixadores al llarg d'1 any.

Es podria iniciar el projecte amb uns 5 primers ambaixadors/es i cada any anar-los ampliant progressivament. Així com anar ampliant el radi d'acció cap a persones que visquin fora de Catalunya i puguin tenir ressò i notorietat a l'estat espanyol i en països europeus.

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creada la figura de l'Ambaixador de l'oli de les Garrigues</li> <li>2. Acreditació dels primers ambaixadors/es de l'oli a la comarca.</li> <li>3. Creat el primer programa d'accions de difusió encapçalades per aquests ambaixadors.</li> </ol>  |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Cooperatives i molins d'oli</li> <li>- Sector empresarial de la comarca</li> </ul>   |
| <b>Destinataris</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garriguencs "exiliats", persones amb lligam a les Garrigues que tinguin notorietat pública a nivell català. Més endavant, també es podria cercar persones amb notorietat en àmbit espanyol i europeu.</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'un tècnic al 25% de la seva dedicació durant 12 mesos (programa amb caràcter anual o bianual)</p> <p>Cost jornada experiències Oleoturisme i logística acte reconeixement ambaixadors: 3.000€</p>  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Patrocinis privats</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> <li>- Cost jornada experiències Oleoturisme i logística acte reconeixement ambaixadors</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 10-15 persones clau identificades com a possibles ambaixadors/es de l'oli el 1er any</li> <li>- Mínim 5 ambaixadors/es de l'oli acreditats el 1er any.</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <p><u>Any 1/Any 2</u></p> <p>Mesos 1-2 &gt; Fase 1. Identificació de les persones que podrien esdevenir "Ambaixadors de l'oli de les Garrigues".</p> <p>Mes 3-4&gt; Fase 2. Creació de la figura de l'Ambaixador/a de l'oli de les Garrigues i protocol a seguir.</p> <p>Mesos 4-6&gt; Fase 3. Estratègia de difusió i comunicació del projecte "Ambaixadors de l'oli a les Garrigues"</p> <p>Mes 6 fins al mes 6 de l'Any 2&gt; Fase 4. Implementació del pla d'accions de comunicació del projecte</p> <p>Repetir el cicle anualment o bianualment.</p> |





## P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues

Foto de Cervià de les Garrigues: @cerv71 (<http://www.imgrum.net/>)



### LÍNIA ESTRATÈGICA 3. TERRITORI, CULTURA I PATRIMONI

## P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues

### Descripció

La comarca de les Garrigues és un territori marcadament agrícola, on secà i regadiu han conformat un paisatge humanitzat per anys i anys de treballar la terra. Per aquest motiu, el paisatge de les Garrigues ens parla de la història, de les tradicions i d'una forma de viure i treballar amb un contacte directe amb l'entorn.

El clima sever i amb poca pluviometria ha generat, especialment, a la zona de secà, un paisatge característic on perviuen les oliveres i els ametllers, però també les construccions de pedra seca tan particulars, al mateix temps que és refugi de fauna i flora estepària, de gran valor mediambiental per la seva biodiversitat i singularitat en el context català.

La comarca té un patrimoni ric i divers: jaciments arqueològics, castells, arquitectura en pedra seca, esglésies i ermites, cases senyoriales, patrimoni natural; on hi destaquen actius de gran rellevància com són la Fortalesa ibèrica dels Vilars o les Pintures rupestres de la Roca dels Moros del Cogul, reconeguda com a Patrimoni Mundial de la UNESCO. També compta amb equipaments museístics singulars com l'Espai Macià, el Centre de la Cultura de l'Oli de Catalunya o, el recent inaugurat, MuOC (Museu de l'Oli de Catalunya), entre d'altres.

Precisament, aquest projecte estratègic es centra en valoritzar tot aquest patrimoni com a referent de la cultura i de la societat garriguenca amb una doble finalitat. Per una banda, amb la voluntat que els mateixos garriguencs i garriguenques apreciïn aquest patrimoni i per d'altra, amb la finalitat de dotar d'eines al seus gestors per posar en valor tots els usos que poden tenir aquests recursos patrimonials com a actius culturals, turístics i econòmics.

### Objectius

1. Aproximar el patrimoni de les Garrigues a la població local per corresponsabilitzar-la de la seva preservació i valorització.
2. Aplicar les mesures necessàries per assegurar la conservació i manteniment del patrimoni garriguenc
3. Millorar la gestió i planificar els usos que pot tenir el patrimoni de les Garrigues des d'un punt de vista eficient i sostenible

### Accions incloses en aquest projecte

A 3.13.1 Disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues

A 3.13.2 Projecte per posar en valor el sector de la pedra a les Garrigues

A 3.13.3 Programa que inclogui el servei de realització del PLA D'USOS i el MODEL DE GESTIÓ de recursos patrimonials

A 3.13.4 Iniciativa per connectar el patrimoni de les Garrigues amb xarxes nacionals i internacionals

A 3.13.5. Campanya per embellir els pobles i el paisatge de les Garrigues

|   |   |
|---|---|
| Línia estratègica<br><b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>  |   |
| <b>A.3.13.1.</b>  | <b>Projecte</b><br><b>P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues</b> |
|   | <b>ACCIÓ</b><br><b>DISSENY DE LA CARTA DEL PAISATGE DE LES GARRIGUES</b>                          |
| <b>Tipus de projecte:</b> Programa  |   |
| <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)   |   |
| <b>Objectius</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consensuar quin model de paisatge es vol per a les Garrigues.</li> <li>▪ Vetllar per la preservació del paisatge de les Garrigues per mitjà de l'establiment de compromisos i acords entre tots els agents del territori.</li> </ul>   |   |
| <b>Descripció</b>   |   |
| <p>Les cartes del paisatge són instruments de concertació d'acords entre agents d'un territori per tal de promoure accions i estratègies de millora i valoració del paisatge. Les cartes poden ser impulsades per la Generalitat de Catalunya, per les administracions locals (consells comarcals, mancomunitats, municipis) i/o per entitats i compten amb el seguiment de l'Observatori del Paisatge, que vetlla perquè siguin coherents amb el catàleg de paisatge del seu àmbit d'actuació.</p> <p>La carta del paisatge no és una simple declaració testimonial de principis, sinó <b>un document de caràcter públic i de compromís a favor del paisatge on les parts signants es comprometen davant la societat a formar part d'un projecte col·lectiu</b> i a treballar en conseqüència per assolir els compromisos signats. Aquest tipus d'instrument s'ha demostrat útil en altres països, en contextos similars als nostres.</p> <p>Les utilitats de les cartes del paisatge són:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar un marc comú referencial que faciliti l'entesa i el consens entre els agents implicats en les transformacions i la gestió del paisatge d'un territori concret, sovint amb visions i interessos no coincidents.</li> <li>2. Servir de referència en els processos de planificació territorial i urbanística endegats per les administracions.</li> <li>3. Facilitar l'aplicació i difusió de noves pautes d'intervenció i de gestió del paisatge basades en el reconeixement del seu caràcter com a bé d'interès col·lectiu i en el seu valor dinamitzador de les economies i del desenvolupament local.</li> </ol> <p>Les cartes del paisatge estan regulades pel Decret 243/2006, de 19 de setembre, pel qual es desenvolupa la Llei 8/2005, de 8 de juny, de protecció, gestió i ordenació del paisatge. Actualment, a Catalunya hi ha diversos territoris que han desenvolupat les seves Cartes del Paisatge o estan en procés de realització: Alt Penedès, Priorat, Berguedà, Vall de Camprodon (Ripollès), Alt Empordà i Lluçanès.</p> <p>Per tant, es planteja en aquesta acció el disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues, com a eina de gestió del territori que pot obrir noves oportunitats turístiques associades al paisatge de les Garrigues i que, alhora, pot ajudar a posar mesures per minimitzar els riscos de l'abandonament de les terres i ser una proposta d'ordenació del territori. Un paisatge de qualitat és sinònim d'un oli de</p> |   |

qualitat i per tant, tenir cura del paisatge pot generar beneficis per diferents sectors econòmics i reforçar la imatge de marca de les Garrigues, alhora que reforça l'autoestima de la població local.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, caldrà tenir en compte els següents aspectes a l'hora d'impulsar la **Carta del Paisatge de les Garrigues** que estan recollits en el **PROTOCOL** que la Direcció General d'Arquitectura i Paisatge (antic Departament de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya) va elaborar pe a la redacció de les cartes del paisatge a Catalunya:

a) **Qui són els promotors de la Carta** (ho poden ser els diversos agents del territori públics i privats) i **qui és el líder del projecte** ( qui assumirà la redacció de la Carta, impulsarà les adhesions i coordinarà les diverses parts implicades en el procés).

b) **Les fases de la redacció i signatura d'una Carta del Paisatge** són les següents:

1. **Diagnosi** (dinàmiques del paisatge, valors paisatgístics, impactes i riscos paisatgístics, oportunitats i reptes a assolir).
2. **Mediació**. Una vegada elaborada la diagnosi s'ha de procedir a la fase de mediació. En aquesta fase, l'equip redactor de la Carta exposa els resultats de la diagnosi i va definint els objectius de qualitat paisatgística a assolir tenint en compte les aportacions i punts de vista manifestats pels diversos agents. La finalitat és arribar a establir el màxim de consens possible en la definició d'aquests objectius. Aquests objectius han de ser coherents amb els objectius de qualitat establerts per a cadascuna de les unitats de paisatge definides en els catàlegs corresponents de paisatge, en el cas de les Garrigues, hauria de ser coherent amb el *Catàleg del paisatge de les Terres de Lleida* (aprovat l'any 2008).

#### **De forma orientativa , els objectius es podrien estructurar en els següents àmbits:**

- Determinació de mesures generals de protecció i/o millora del paisatge.
  - Concreció d'actuacions prioritàries de millora del paisatge en àmbits paisatgísticament degradats.
  - Definició de criteris paisatgístics per aportar als instruments vigents de planejament.
  - Promoció de projectes pilot de millora del paisatge.
  - Elaboració de codis de bones pràctiques envers el paisatge destinats a sectors socials o econòmics.
  - Campanyes de sensibilització i educació en matèria de paisatge.
3. **Signatura de la Carta**. Un cop establerts els objectius de qualitat es procedeix a acordar les accions a les que es compromet cada agent signant.
- L'elaboració d'un programa de gestió del paisatge** en el que es concretin les accions específiques que han d'emprendre els diversos agents, i en el qual ha de quedar garantida la participació ciutadana. També estableix el calendari per emprendre les accions específiques acordades, la temporització de les accions i els mecanismes de coordinació entre els agents. Assigna les responsabilitats de cada part, selecciona els instruments d'acció més adequats i les fonts de recursos econòmics.

El seguiment del programa de gestió i l'execució dels acords establerts amb caràcter voluntari a la Carta del Paisatge han de permetre aplicar i difondre noves pautes d'intervenció i de gestió del paisatge basades en el reconeixement del seu caràcter com a bé d'interès col·lectiu i han de promoure el seu valor dinamitzador de les economies i del desenvolupament local. Finalment, el

progressiu assoliments dels objectius establerts en la Carta han de contribuir a la consolidació d'un model de desenvolupament econòmic sostenible dels municipis i del conjunt del territori.

**Referents:**

- Observatori del paisatge: <http://www.catpaisatge.net/>
- Manifest per una estratègia de paisatge de les Garrigues. *Associació pel Foment del Turisme a les Garrigues (març 2016)*

|  |   |
|--|---|
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carta del paisatge de les Garrigues dissenyada i aplicada amb el compromís de tots els agents.</li> <li>2. Dinàmica de treball establerta entre els diferents agents per vetllar pel paisatge de les Garrigues de forma permanent.</li> </ol>   |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Associació pel Foment del Turisme de les Garrigues</li> <li>- Pagesos</li> <li>- Teixit econòmic en general</li> <li>- Ciutadania</li> </ul>   |
| <b>Destinataris</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Associació pel Foment del Turisme de les Garrigues</li> <li>- Pagesos</li> <li>- Teixit econòmic en general</li> <li>- Ciutadania</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | <p>Dedicació d'un tècnic al 40% de dedicació durant els primers 12 mesos i a un 30% de dedicació per al seguiment de la carta i la seva implantació després del 1er any.</p> <p>Empresa externa especialitzada en estudis ambientals per la redacció de la diagnosi: 17.000€.</p> <p>Empresa externa especialitzada en participació ciutadana per coordinar el procés participatiu de la mediació i la signatura de la carta: 15.000€</p> |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Territori i Sostenibilitat</li> <li>- Diputació de Lleida</li> </ul>  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> <li>- Empresa externa especialitzada en estudis ambientals per la redacció de la diagnosi.</li> <li>- Empresa externa especialitzada en participació ciutadana per coordinar el procés participatiu de la mediació i la signatura de la carta.</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 25-30 persones participants a les reunions de treball per dissenyar la carta del paisatge.</li> <li>- Més d'un 75% dels actors clau de la comarca signen la carta del</li> </ul>   |

paisatge.

- Cronograma d'execució**
- Mesos 1-4 >Diagnosi
  - Mes 5-10>Mediació
  - Mesos 10-12>Signatura dels acords
  - A partir de la signatura > Creació de la Comissió de Seguiment i implementació de la Carta

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>A.3.13.2.</b> | <b>Línia estratègica</b>  |
|                  | <b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>   |
|                  | <b>Projecte</b><br><b>P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues</b>   |
|                  | <b>ACCIÓ</b><br><b>PROJECTE PER POSAR EN VALOR EL SECTOR DE LA PEDRA A LES GARRIGUES</b>  |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Programa  |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)  |
|                  | <b>Objectius</b>  |
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Restaurar i posar en valor el patrimoni que representa la pedra a les Garrigues</li> <li>▪ Difondre aquest patrimoni entre les generacions joves a partir de la recuperació del testimoni de les generacions més grans</li> <li>▪ Impulsar línies de formació per recuperar oficis tradicionals vinculats amb la pedra seca.</li> </ul>  |
|                  | <b>Descripció</b>   |
|                  | <p><i>Des de l'àrea de cultura del Consell Comarcal de les Garrigues s'ha treballat en l'esbós d'un projecte per posar en valor de la pedra seca a les Garrigues. En aquesta fitxa d'acció es recull de forma esquemàtica aquest projecte per tal d'incloure'l dins del Pla d'acció del Pla estratègic de les Garrigues.</i></p> <p>Les construccions de pedra seca són aquelles que únicament utilitzen la pedra com a material bàsic, sense cap material de cohesió ni subjecció. A Catalunya són nombroses les comarques que presenten construccions d'aquests tipus, però prenen especial rellevància a la comarca de les Garrigues. Aquí les construccions tenen unes singularitats respecte a la resta del territori català tant pel que fa a les tècniques constructives com a la transformació del paisatge agrari o bé la tipologia dels conreus que les envolta. La geomorfologia garriguenca marcada per relleus abruptes i roques sedimentaries, que afloren a la superfície, dóna peu a la formació de pedres planes, les quals després de ser treballades són aparellades de manera regular i contínua, d'aquesta manera els abancaments poden prendre formes carreuades.</p> <p>Mentre que a la resta d'indrets la pedra s'agafava directament de terra, a les Garrigues no era ben bé així, aquí la pedra era tallada, trossejava, afaïonada i moltes vegades transportada des de les pedreres, fet que explica la presència del picapedrers o la generalització d'aquesta tasca entre els agricultors.</p> <p>Una altra de les peculiaritats de les construccions de pedra seca al nostre territori pel que fa el sistema constructiu, són les cabanes garriguenques, les quals mostren la transició entre cabanes a base de voltes còniques o de falsa cúpula i les voltes cilíndriques o de canó de la construcció de pedra tallada i picada aparellada.</p> <p>Així doncs, les construccions de pedra seca formen part des de temps immemorials del paisatge de les Garrigues, bancals i oliveres defineixen avui la humanització del paisatge garriguenc, un paisatge cuidat i de qualitat que mostra entre fondalades i garrics el treball, dedicació, esforç, sentiments i arrelament amb el territori d'aquells qui treballen la terra.</p> |

Tanmateix, a dia d'avui, les construccions en pedra seca són un patrimoni amenaçat estretament relacionat a l'agricultura catalana que es troba en declivi perdent cada cop més pes dins els sectors d'activitat. Tot plegat, repercuteix negativament en la conservació i manteniment d'aquest patrimoni tant important com es la pedra seca. L'envelliment dels agricultors i la consolidació d'una xarxa urbana dinàmica al voltant de la ciutat de Lleida generadora de llocs de treball lluny del camp ha propiciat l'abandonament de les terres així com també de les construccions de pedra seca. Al mateix temps, cal assenyalar el perill que representa la construcció del Canal Segarra - Garrigues amb l'esperada concentració parcel·lària. Aquesta tècnica de partició i agrupació de les propietats així com les obres d'emmagatzematge, transport i distribució de l'aigua poden representar la desaparició directa d'aquest patrimoni. Alhora, també pot suposar una amenaça per la qualitat de l'oli, dins la denominació d'origen protegida Les Garrigues, i una acceleració de la pèrdua d'explotacions dedicades al conreu de l'olivera.

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, s'estableixen 3 línies d'actuació dins del projecte:

- 1- RESTAURACIÓ del patrimoni construït amb pedra seca en totes les seves varietats:** Balmes, arquitectura popular (cabanes de volta, aljubs, marges, peixeres, etc.), castells medievals, esglésies i ermites, arquitectura militar (trinxeres, refugis), patrimoni industrial (molins fariners, molins d'oli, premses de vi excavades a la roca, forns de calç), masies, cases pairals, nuclis urbans.
- 2- DIFONDRE el patrimoni per atreure turisme i explicar les formes de vida dels nostres avantpassats.**
- 3- FORMACIÓ** de persones (joves, especialment) que vulguin treballar en el món de la pedra seca com nova sortida professional i recuperar oficis antics: margenadors (margers) i picapedrers, entre d'altres.

Es proposa estructurar el projecte en 3 fases de treball d'acord amb les línies d'actuació establertes:

#### **Fase 1. RECUPERAR EL PATRIMONI DE PEDRA SECA I POSAR-LO EN VALOR**

##### **Activitat 1. Catàleg del patrimoni de pedra seca de les Garrigues que es nodreixi de tots els catàlegs ja editats, estudis i recerques diverses.**

Són diversos els estudis i catàlegs realitzats a la comarca entorn de la pedra, especialment, entorn de l'arquitectura popular. Seria necessari unificar tota aquesta informació en un únic catàleg informatitzat que es pogués actualitzar de forma regular.

Incorporació del catàleg de construccions de pedra seca a la resta d'estudis que es fan en els Països Catalans i la resta de la mediterrània. D'aquesta manera es fomenta que entitats i municipis d'altres territoris entrin en una dinàmica de salvaguarda i difusió del patrimoni arquitectònic i natural.

**Referents:** *Inventari de les cabanes de volta de les Garrigues* (Josep Preixens), *Les cabanes de volta de els Borges Blanques* (Ramon Queralt), *Els forns de calç a la comarca de les Garrigues* (Ramon Maria Arbós, Joan Ibarz, Isidre Piñol), *Les construccions de pedra seca a la comarca de les Garrigues* (Fèlix Martín, Ramon Serra) i altres recerques coordinades des del Centre d'Estudis de les Garrigues.

**Referent inventari online:** <http://wikipedra.catpaisatge.net/>

##### **Activitat 2. Establir un mapa tipològic de les construccions de pedra seca**

La intenció és determinar-ne un mostrari general d'alguns exemplars del màxim de municipis garriguencs realitzant una fitxa amb dades el màxim de possible complertes. Això ha de significar un pas previ a la potenciació i al reconeixement legal d'aquestes construccions tant peculiars a casa

nostra.

També seria interessant incloure aquells exemplars de construccions que per les seves característics o peculiaritats físiques siguin únics o poc corrents.

**Activitat 3. Elaboració d'un catàleg de béns protegits de la comarca i impulsar, des del Consell Comarcal, la Declaració de Béns Culturals d'interès Local i Nacional dels edificis singulars i de construccions emblemàtiques de pedra seca de cadascun dels pobles de la nostra comarca, amb l'objectiu de dotar-los de protecció jurídica i de valorització social per tal que les noves normes urbanístiques els tinguin en compte i no els perjudiquin segons els interessos particulars.**

**Activitat 4. Programa de suport a la rehabilitació i posada en valor del patrimoni de pedra seca.** Incentius per als particulars per recuperar i millorar l'estat de conservació i els accessos a les construccions de pedra seca de la comarca. **Condicionar recursos patrimonials per ser visitables (restauració, interpretació, senyalització, accessos).**

**Activitat 5. Creació d'experiències turístiques per viure d'aprop el que representa el patrimoni de la pedra seca** (visites guiades, itineraris i rutes de senderisme i btt incloent serveis oferts des de les construccions de pedra seca com per exemple, degustacions de productes locals, vermut, àpats preparats i, fins i tot, valorar la possibilitat de pernoctar en aquestes construccions, entre d'altres idees). **Articular una connexió entre els itineraris ja existents vinculats al patrimoni de pedra seca (ruta forns de calç de Tarrés, Marxa nòrdica de les Cabanes de Volta als Omellons, etc.),**

## **FASE 2. GESTIÓ I DIFUSIÓ DELS VALORS DE LA PEDRA SECA**

**Activitat 6. Creació d'una Oficina Comarcal de Protecció del Patrimoni Cultural de la comarca** (que abastaria tots els àmbits: documental, arquitectònic, arqueològic, lingüístic, tradicions populars ..) amb la intenció d'assessorar, donar suport i vetllar per la protecció, conservació i divulgació del nostre el Patrimoni.

**Activitat 7. Constituir un Grup de Treball per ajudar, fomentar i coordinar les diferents iniciatives que desenvolupen les entitats i organismes a favor de la defensa i salvaguarda del patrimoni de pedra seca,** i si s'escau, també d'altres elements constituents de l'arquitectura tradicional agrícola. Implicar als Ajuntaments, altres institucions locals i propietaris, en la preservació i coneixement dels edificis i construccions més significatives de la comarca. Defensar aquestes construccions davant els canvis que afecten actualment el camp, de manera que s'eviti la desaparició natural o provocada de totes aquelles que mereixen ser mantingudes per llur valor constructiu o paisatgístic, o que siguin representatives a la seva localitat.

**Activitat 8. Accions de divulgació del valor de la pedra seca entre la societat garriguenca. Elaboració d'un banc de bones pràctiques** on es difonguin les actuacions exemplars que han dut a terme les Administracions públiques de la comarca per a la protecció, conservació i difusió del patrimoni arquitectònic i cultural de les Garrigues.

## **FASE 3. FORMACIÓ I CREACIÓ D'OCUPACIÓ ENTORN DE LA PEDRA SECA**

**Activitat 9. Programa formatiu per a persones interessades en conèixer les tècniques constructives de la pedra seca (margers, picapedrers, etc.).** Recuperar oficis perduts relacionats amb la pedra i les antigues formes de vida locals per fomentar i incrementar la pròpia autoestima, la sociabilitat i la integració de les persones. **Valorar la creació d'una escola de picapedrers de la comarca de ressò nacional. Establiment de vinculació directa amb el sector actual de la indústria de la pedra a la comarca.**



|  |   |
|--|---|
| Vinculació amb l'acció A.3.13.1. <i>Disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues.</i> |   |
| <b>Resultats</b>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Catàleg del patrimoni de pedra seca unificat i actualitzat</li> <li>2. Experiències turístiques estructurades entorn de la pedra seca</li> <li>3. Construccions de pedra seca rehabilitades i posades en valor</li> <li>4. Campanya de difusió dels valors de la pedra seca realitzada</li> <li>5. Programa formatiu entorn d'oficis vinculats a la pedra seca impartit.</li> </ol> |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Centre d'Estudis de les Garrigues</li> <li>- Pagesos</li> <li>- Empresaris turístics</li> </ul>  |
| <b>Destinataris</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Titulars de construccions de pedra seca a la comarca</li> <li>- Població local</li> <li>- Joves amb interès en formar-se en oficis tradicionals entorn de la pedra</li> </ul>   |
| <b>Pressupost</b>  | Aquesta acció representa un projecte de gran envergadura, amb activitats el cost de les quals caldrà dimensionar acuradament. D'entrada, es planteja una dedicació d'un tècnic al 60% durant 12 mesos per posar en marxa el projecte, que es preveu d'una durada entorn de 2-3 anys.  |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Cultura. Agència Catalana de Patrimoni</li> <li>- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme i Institut d'Estudis Ilerdencs</li> <li>- Propietaris de les construccions de pedra seca (cofinançament de la rehabilitació)</li> </ul>   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- En un inici, recursos propis. Més endavant, caldrà dimensionar el pressupost específic de les activitats i els recursos necessaris per implantar tot el projecte.</li> </ul>   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tots els ajuntaments de la comarca participants en el projecte</li> <li>- Entre 30-35 persones vinculades al món de la pedra (ajuntaments, pagesos, artesans, industrials, agents turístics, etc.) integrants del Grup de Treball per preservar la pedra seca a les Garrigues.</li> </ul>  |
| <b>Cronograma d'execució</b>   | <p>Any 1 &gt; Fase 1. RECUPERAR EL PATRIMONI DE PEDRA SECA I POSAR-LO EN VALOR</p> <p>Any 1-2 &gt; FASE 2. GESTIÓ I DIFUSIÓ DELS VALORS DE LA PEDRA SECA</p> <p>Any 2-3 &gt; FASE 3. FORMACIÓ I CREACIÓ D'OCUPACIÓ ENTORN DE LA PEDRA SECA</p>  |

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>A.3.13.3.</b> | <b>Línia estratègica</b><br><b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>  |
|                  | Projecte<br><b>P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues</b>   |
|                  | ACCIÓ<br><b>PROGRAMA QUE INCLOGUI EL SERVEI DE REALITZACIÓ DEL PLA D'USOS I EL MODEL DE GESTIÓ DE RECURSOS PATRIMONIALS</b>  |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Servei   |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |
|                  | <b>Objectius</b>   |
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vetllar per preservar els recursos patrimonials de la comarca a partir d'una millora en la seva gestió i valorització.</li> <li>▪ Generar oportunitats de negoci a partir d'ampliar els usos dels recursos patrimonials de la comarca.</li> </ul>   |
|                  | <b>Descripció</b>  |
|                  | <p>La gestió del recursos patrimonials és un dels grans reptes a l'hora de valoritzar el patrimoni per dotar-los de diferents usos que contribueixin, al seu torn, a la pervivència i manteniment d'aquell recurs i, en últim terme, assolir una gestió sostenible i autofinançada del propi recurs.</p> <p>A la comarca de les Garrigues aquesta necessitat es fa palesa en gran part del seu patrimoni, el qual mostra serioses dificultats per posar en marxa plans de gestió i d'usos repercutint negativament sobre el mateix recurs i afegint una responsabilitat en ajuntaments petits, sense personal tècnic, sovint incapaços de dur a terme aquest procés de planificació i de disseny del model de gestió i de viabilitat que el recurs requeriria.</p> <p>Per aquest motiu, es planteja aquest programa que inclogui el servei de realització del PLA D'USOS i el MODEL DE GESTIÓ de recursos patrimonials de la comarca que ho requereixin: castells, jaciments arqueològics, museus, centres d'interpretació, etc per tal de determinar la seves estratègia de posada en valor i la viabilitat econòmica del recurs identificant projectes empresarials que es poguessin vincular al recurs patrimonial (servei de botiga, cafeteria, allotjament, visites guiades, accions formatives, organització d'events, etc.)</p> <p>Aquesta actuació estaria vinculada a l'A.2.9.4. Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues (dins del P.9. Projecte per enfortir l'esperit emprenedor a les Garrigues).</p> |
|                  | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                  | <p>La metodologia que es proposa per tal de posar en marxa aquest servei de realització de Pla d'usos i model de gestió de recursos patrimonials seria la següent:</p> <p><b>Activitat 1. Difusió del servei</b> entre ajuntaments i agents privats de les Garrigues.</p> <p><b>Activitat 2. Revisar la sol·licitud</b> que el propietari del recurs patrimonial (públic o privat) faci per sol·licitar el servei.</p>   |

**Activitat 3. Anàlisi de l'estat del recurs patrimonial i dels usos actuals vigents:** estat de conservació, espais disponibles i usos actuals, accessibilitat, senyalització, serveis oferts, material promocional, horaris, model de gestió actual, etc.

**Activitat 4. Elaboració del Pla d'Usos del recurs patrimonial:**

- a) *Definició dels objectius del recurs patrimonial:*
  - Serveis i espais d'ús (ús turístic, ús comercial-botiga-, ús cultural, ús gastronòmic-restaurant, allotjament, activitats formatives, reunions d'empreses, etc.)
  - Programa d'activitats
- b) *Organització interna i gestió del recurs patrimonial*
  - Equip humà necessari per la gestió
  - Horaris i calendarització dels serveis i de les activitats
  - Model de gestió i organització
  - Model de negoci dels serveis a oferir (viabilitat tècnica i econòmica) i oportunitats i idees de negoci que se'n derivin.
- c) *Definició del perfil dels usuaris dels serveis del recurs patrimonial*
  - Segments de públic objectius
  - Estratègies de comunicació vers aquests segments de públic
- d) *Treball amb xarxa amb altres recursos patrimonials o diferents sectors econòmics relacionats amb els serveis oferts.*

**Activitat 5. Acompanyament en la implementació del Pla d'Usos**

Orientació i acompanyament tècnic amb els ajuntaments o particulars en el procés de posada en pràctica del Pla d'usos i el model de gestió determinats per l'estudi.

|   |   |
|---|---|
| <b>Resultats</b>                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recursos patrimonials de la comarca millor gestionats i millor preservats i valoritzats.</li> <li>2. Oportunitats de negoci generades a partir d'una gestió patrimonial més eficient i innovadora.</li> </ol>   |
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Gestors de recursos patrimonials de la comarca</li> </ul>  |
| <b>Destinatari</b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajuntaments de la comarca</li> <li>- Gestors de recursos patrimonials de la comarca</li> <li>- Futurs emprenedors/es interessats en les oportunitats de negoci derivades d'una gestió innovadora del patrimoni</li> </ul>  |
| <b>Pressupost</b>                                     | <p>Dedicació d'un tècnic al 30% durant 6 mesos per cada Pla d'usos o model de gestió o contractació externa per la seva realització: 5.500€. Aquest pressupost s'hauria de multiplicar per cada Pla d'Usos a elaborar.</p> <p>Dedicació d'un tècnic al 20% per al seguiment de la implementació del Pla d'Usos.</p> |
| <b>Possibles fonts de finançament</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement</li> <li>- Diputació de Lleida. Institut d'Estudis Ilerdencs</li> </ul>  |

|  |  |
|--|--|
|  | - Ajuntaments o propietaris particulars titulars del recurs patrimonial  |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Recursos propis o Empresa de serveis externa per la redacció dels Plans d'Usos   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Entre 2 i 3 Plans d'Usos redactats per anualitat.  |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mes 1 &gt; Activitat 1. Difusió del servei</li> <li>- Mes 2&gt; Activitat 2. Revisar la sol·licitud</li> <li>- Mesos 3-4&gt; Activitat 3. Anàlisi de l'estat del recurs patrimonial i dels usos actuals vigents</li> <li>- Mesos 5-6 &gt; Activitat 4. Elaboració del Pla d'Usos del recurs patrimonial</li> <li>- A partir del Mes 6 &gt; Activitat 5. Acompanyament en la implementació del Pla d'Usos</li> </ul> |

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>A.3.13.4.</b> | <b>Línia estratègica</b><br><b>3.Territori, cultura i patrimoni</b>  |
|                  | Projecte<br><b>P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues</b>   |
|                  | <b>ACCIÓ</b><br><b>INICIATIVA PER CONNECTAR EL PATRIMONI DE LES GARRIGUES AMB XARXES NACIONALS I INTERNACIONALS</b>  |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Programa   |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Mitjà (2018-2021)  |
|                  | <b>Objectius</b>   |
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Donar a conèixer el patrimoni de les Garrigues a nivell nacional i internacional.</li> <li>▪ Posicionar la comarca i el seu patrimoni per fer-lo arribar a mercats turístics especialitzats potencialment interessats en conèixer les Garrigues.</li> </ul>   |
|                  | <b>Descripció</b>  |
|                  | <p>Es tracta d'una iniciativa per connectar el patrimoni de les Garrigues amb xarxes nacionals i internacionals per tal de projectar-lo i donar-lo a conèixer com a eina de valorització i d'atracció d'un perfil de visitants especialitzat.</p> <p>També és de vital importància visibilitzar el patrimoni de la comarca des de les principals administracions i els seus organismes vinculats a la cultura com l'Institut d'Estudis Ilerdencs (Diputació de Lleida) i l'Agència Catalana de Patrimoni Cultural (Generalitat de Catalunya).</p> <p>A banda de les xarxes, també és important ser present en rutes i itineraris de turisme cultural i no només formar-n'hi part sinó ser-n'hi un element actiu per tal de poder aprofitar totes les sinergies que es poden arribar establir amb altres recursos patrimonials d'àmbit català, espanyol o europeu. Sinergies en la vessant tècnica, però també per captar recursos econòmics amb la possibilitat de participar en projectes de ressò europeu o internacional (per exemple, projectes europeus per obtenir finançament per actuacions concretes.</p> <p>A més a més, ser membre d'aquestes xarxes o productes facilita accedir als mercats de turisme cultural especialitzat i arribar a perfils de turistes de gran interès per al patrimoni de la comarca de les Garrigues, ara com ara, encara força desconegut a nivell català i europeu, malgrat el seu valor.</p> <p>Certament, s'està avançant per aconseguir aquests reconeixements i dos clars exemples en són la Fortalesa dels Vilars d'Arbeca i les Pintures rupestres del Cogul, amb el Centre d'interpretació que s'està posant marxa com a equipament estratègic a nivell de promoció d'un patrimoni reconegut per la UNESCO com a Patrimoni Mundial de la Humanitat.</p> |
|                  | <b>Activitats i metodologia</b>  |
|                  | <b>A nivell metodològic, les activitats per desenvolupar aquesta acció serien les següents:</b>  |
|                  | <p><b>Activitat 1. Identificar les principals xarxes d'àmbit nacional i internacional d'acord amb les tipologies de patrimoni més representatives de les Garrigues.</b> A tall d'exemple, es mostren <u>algunes</u> xarxes o productes d'interès per vincular-s'hi o per potenciar una participació activa, en cas que ja s'hi formi part:</p>   |

#### **Xarxes d'interès en patrimoni arqueològic:**

- *Les pintures rupestres de la Cova dels Moros (El Cogul):*
- Xarxa del Museu d'Arqueologia de Catalunya (ja integrades, però falta activació)
- Ruta de l'Art Rupestre del Museu d'Arqueologia de Catalunya (ja integrada, però falta activació)
- Red Europea Primeros Pobladores y Arte Rupestre Prehistórico (ja integrada, però falta activació)
- **Asociación Internacional Caminos de Arte Rupestre Prehistórico (CARP):** <http://www.arqueotur.org/redes/asociacion-internacional-caminos-de-arte-rupestre-prehistorico-carp.html>
- **Prehistoric rock art trails:** <http://www.prehistour.eu/>
- Caminos de arte rupestre prehistórico Itinerario cultural del Consell d'Europa. Patrimoni Mundial de la UNESCO. També de possible interès per les pintures rupestres de la Balma dels Punts (L'Albi).
- *La fortalesa ibèrica dels Vilars (Arbeca):*
- Ruta dels Ibers, Museu d'Arqueologia de Catalunya

#### **Xarxes d'interès en patrimoni arquitectònic:**

- En arquitectura popular en pedra seca:
- Wikipedra. Barraques, cabanes i orris de pedra seca. <http://wikipedra.catpaisatge.net/>

#### **Xarxes d'interès en patrimoni industrial (producció d'oli)**

- Molins d'oli tradicionals i museus dedicats a la producció d'oli a la comarca:
- **Sistema Territorial del Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya.** D'interès, per exemple, pel nou Museu de l'Oli de Catalunya (MuOC).
- **Rutas del Aceite de España**
- **Museos y Rutas del Olivo. Consejo Oleícola Internacional** <http://www.internationaloliveoil.org/> . Hi havia el Parc Temàtic de l'Oli de les Borges Blanques.
- **Les Rutes de l'olivera. Itinerari cultural europeu** <http://olivetreeroute.gr/> Fundació cultural "Rutes de l'Olivera", impulsada des de Grècia cap als països de la Mediterrània. UNESCO i Institut Europeu de les Rutes Culturals.

#### **Activitat 2. Protocol d'adhesió a les xarxes o rutes que es considerin d'interès estratègic**

D'acord amb les condicions que es marquin des dels responsables de cada xarxa, ruta o itinerari.

#### **Activitat 3. Aplicació de les mesures necessàries per poder formar part d'aquests xarxes o rutes:**

- Condicionaments necessaris del recurs per millorar la seva potencialitat turística.
- Ampliar serveis turístics oferts des del recurs o des de empreses que treballin en col·laboració amb els gestors del recurs.
- Disposar d'un pla d'usos i model de gestió del recurs patrimonial
- Formar al personal que gestiona el recurs per atendre perfils especialitzats de turistes (continguts, idiomes, tècniques d'interpretació i de conducció de grups, etc.)
- Dissenyar una estratègia de comunicació de les activitats i serveis que s'ofereixen des del recurs.
- Fer visible la pertinença a aquestes xarxes, rutes o itineraris

Vinculació amb l'acció A. 1.4.3. Programa formatiu en guiatge interpretatiu del patrimoni i conducció de grups.

**Resultats**

1. Adhesió a diverses xarxes i rutes d'interès a nivell de patrimoni cultural.
2. Millora de la potencialitat turística dels recursos patrimonials adherits a aquestes xarxes d'àmbit nacional o internacional.

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Gestors de patrimoni de la comarca

**Destinataris**

- Gestors de patrimoni de la comarca

**Pressupost**

Dedicació d'un tècnic al 25% de la seva dedicació durant 8 mesos per posar en marxa les adhesions o la dinamització de les que ja es sigui membre.

**Possibles fonts de finançament**

- Departament de Cultura
- Diputació de Lleida. Institut d'Estudis Ilerdencs

**Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten**

- Recursos propis

**Indicadors de seguiment**

- Entre 10-15 xarxes de patrimoni cultural analitzades.
- Entre 3-5 xarxes amb les que s'hagi iniciat el protocol per poder-s'hi adherir el primer any.

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Activitat 1. Identificar les principals xarxes d'àmbit nacional i internacional
- Mes 3-4> Activitat 2. Protocol d'adhesió a les xarxes o rutes que es considerin d'interès estratègic
- Mesos 5-8> Activitat 3. Aplicació de les mesures necessàries per poder formar part d'aquests xarxes o rutes
- A partir del Mes 9 > Fer el seguiment de la posada en marxa de les adhesions de cara el futur.





Línia estratègica  
3.Territori, cultura i patrimoni

A.3.13.5.

Projecte  
P.13. Projecte valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues

ACCIÓ

**CAMPANYA PER EMBELLIR ELS POBLES I EL PAISATGE DE LES GARRIGUES**

**Tipus de projecte:** Campanya

**Període d'inici:** Curt (2016-2017)

**Objectius**

- Millorar la imatge dels pobles de les Garrigues com un element d'atracció per turistes i nova població.
- Prendre consciència del valor de l'espai públic com un element de qualitat de vida i atractiu turístic.

**Descripció**

Aquesta acció està encaminada a posar les bases per embellir els pobles i el paisatge de les Garrigues com un indicador de qualitat de vida per a la població local, però alhora també un atractiu per als visitants que arriben a la comarca, així com un element d'atracció per a possibles nous residents que tinguin interès en instal·lar-se als pobles de les Garrigues. Un poble cuidat és un lloc més agradable per viure-hi i transmet una millor imatge vers als turistes.

A Catalunya hi ha un destacat referent entorn a l'embelliment de nuclis urbans i que és **el Projecte Viles Florides**.

Viles Florides és una iniciativa de la Confederació d'Horticultura Ornamental de Catalunya (CHOC) que promou la transformació de racons, pobles i ciutats de Catalunya a través de la flor i la planta ornamental.

Aquest moviment vol mostrar i posar en valor la riquesa natural i paisatgística del país mitjançant el reconeixement públic de tots aquells projectes d'enjardinament, ornamentació floral, mobiliari urbà i espais lúdics que, tant en l'àmbit públic com privat, esdevinguin un exemple a seguir.

Per a Viles Florides, l'ornamentació va més enllà de propiciar espais agradables i té en compte valors com la protecció dels espais verds, la millora de la qualitat de vida dels veïns, l'estat i conservació del mobiliari urbà, la presència de parcs infantils, la conscienciació social envers les polítiques de sostenibilitat mediambiental o el desenvolupament de les economies locals a través de l'atractiu dels jardins i parcs urbans.

Actualment hi ha a Catalunya 75 municipis distingits com a Vila Florida en reconeixement a la seva tasca per a la millora de l'espai urbà. A la comarca de les Garrigues, hi ha el municipi de la Granadella adherit al projecte.

Un jurat especialitzat format per professionals dels sectors del viverisme, la jardineria, el paisatgisme, el mobiliari urbà i altres àmbits relacionats amb el programa és l'encarregat de certificar i renovar anualment aquests distintius. La Flor d'Honor –n'hi ha d'una a cinc– és allò que els certifica com a municipis florits.

Aquesta acció d'embelliment dels pobles s'hauria de vincular directament amb altres accions del Pla estratègic: A.3.13.1. Disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues (dins del mateix P.13. Projecte de valorització del patrimoni i la cultura de les Garrigues), l'A.3.12.1. Campanya d'autoestima cap a la comarca dirigida a tota la població (dins del P.12. Projecte orgullosos de les Garrigues) i l'A.2.10.1. Projecte de rehabilitació i posada en valor dels habitatges dels pobles (dins del P.10. Projecte Habitatge a les Garrigues).

### Activitats i metodologia

A nivell metodològic, les fases de treball per a la implementació de l'actuació serien les següents:

#### Fase 1. Conceptualització de la campanya d'embelliment

- Determinar quins municipis de les Garrigues estan interessats a unir-se a la campanya.
- Analitzar quin és l'estat dels nuclis de les Garrigues a nivell de conservació i d'imatge (es pot vincular amb el projecte de rehabilitació i posada en valor dels habitatges dels pobles de la comarca)
- Valorar la possibilitat d'adherir-se al projecte Viles Florides o dissenyar un projecte propi d'embelliment.

#### Fase 2. Disseny de la campanya d'embelliment

- Determinar els segments de públic a qui dirigir la campanya:
  - a) Ajuntaments
  - b) Població local
  - c) Empreses: comerç, turisme, indústria
  - d) Sector agrari
- **Tipologia d'activitats a impulsar: (si s'opta per adherir-se al projecte Viles Florides)**
  - ⇒ Adhesió al projecte VILES FLORIDES <http://vilesflorides.cat/>
  - ⇒ eficiència en la neteja i manteniment dels espais públics del municipi
  - ⇒ Millorar l'accessibilitat de tots els espais públics (carrers, edificis municipals, etc.), suprimint barreres arquitectòniques o altres actuacions.

#### Procediment per a l'adhesió al projecte VILES FLORIDES

**Participació:** El projecte és obert a tothom i poden participar-hi els municipis així com qualsevol col·lectiu, empresa o particular amb sensibilitat vers la natura i la cura dels espais verds.

**Participació dels municipis:** Els municipis que vulguin adherir-se al projecte Viles Florides hauran d'emplenar una sol·licitud (gratuïta) que la CHOC haurà de validar i si la resposta és positiva, s'elaborarà una fitxa del municipi en qüestió per a la pàgina web de Viles Florides (vilesflorides.cat). Un cop a l'any se celebra la festa de Viles Florides on es lliuraran els distintius de les Flor d'Honor als municipis més destacats.

#### Fase 3. Difusió i implantació de la campanya (si s'opta per adherir-se al projecte Viles Florides)

- Donar a conèixer als segments de públics als quals s'adreça la campanya el funcionament del projecte Viles Florides:

Reglament i criteris d'avaluació. La Confederació d'Horticultura Ornamental de Catalunya (CHOC) ha dissenyat un reglament per regular els drets i deures dels municipis que integren el projecte, així

com ha definit **uns criteris d'avaluació per atorgar els distintius de les Flors d'Honor** (entre una i cinc) que s'estructuren en els següents àmbits:

- **Patrimoni vegetal i paisatgístic:**

1. *Relació entre l'espai verd i enjardinat i el nombre d'habitants.*
2. *Relació entre els recursos destinats al manteniment i la superfície verda i enjardinada.*
3. *Diversitat: es tindrà en compte la correcta utilització de la variabilitat de diferents espècies en funció dels espais i les seves possibilitats.*
4. *Funcionalitat de l'espai enjardinat: tan l'accessibilitat com la idoneïtat per poder desenvolupar les funcions per les quals ha estat dissenyat.*
5. *Integració paisatgística: Es valorarà tot el municipi en la seva totalitat, des dels accessos, al centre passant per les àrees interurbanes i perifèriques.*
6. *Singularitat: s'avaluarà el nombre i estat de conservació de plantes singulars (arbres i/o arbusts) i si el municipi disposa d'un pla de protecció i conservació.*
7. *Estat de manteniment: tan dels elements vegetals com dels espais verds i enjardinats així com l'època en les quals han estat realitzades aquestes tasques.*
8. *Inventari: es valorarà si l'ajuntament disposa d'un inventari de patrimoni vegetal.*
9. *Qualitat dels subministraments vegetals: es puntuarà si el municipi prioritza la qualitat dels subministraments vegetals per sobre d'altres aspectes.*
10. *Utilització de diferents elements vegetals.*
11. *Arbres i arbusts: es tindrà en compte la correcta elecció de l'espècie en funció de la ubicació, de la coloració del fullatge, de la floració, de la resistència, persistència de les fulles...*
12. *Espècies herbàcies: es valorarà la presència, l'elecció d'espècies i varietats així com l'època de plantació.*
13. *Gespes: el jurat valorarà la selecció d'espècies utilitzades així com el seu estat de manteniment (reg, seques, adobat, tractaments).*
14. *Estètica: es revisarà la qualitat estètica dels espais verds i enjardinats.*

- **Medi ambient i sostenibilitat:**

1. *La gestió de l'aigua: - Origen (xarxa, pous, pluja, ...) - Tecnologia del reg (localitzats, aspersió, mànega, ...) - Tècniques d'estalvi (encoixinats, selecció d'espècies adaptades a les condicions pròpies de la zona, horaris de reg, sistemes d'automatització/interrupció,...) - Estat de manteniment de les instal·lacions de reg (pèrdues), recuperació d'aigües (reutilització)...*
2. *Programes de control de plagues i malalties: racionalització de les aplicacions químiques, utilització de la lluita integrada, utilització d'agents naturals, tècniques culturals, ...*
3. *Neteja: estat de neteja dels espais, presència de papereres, burilles, "grafitis", excrements, ...*
4. *Gestió de residus (classificació, compostatge...).*
5. *Qualitat de mobiliari urbà: materials, manteniment, aplicació...*

**c) Activitats socials, explotació del turisme i comunicació**

1. *El desenvolupament d'una estratègia per reforçar i desenvolupar les activitats turístiques i socials en relació amb els espais enjardinats. Organització d'activitats que tenen com a marc els espais enjardinats.*
2. *La promoció del distintiu "Vila Florida": Aquesta denominació representa una forma especial d'entendre l'espai públic i distingeix els municipis que tenen una cura especial del verd en els seus espais.*

3. L'organització d'esdeveniments relacionats amb els jardins i les plantes (concursos de guarniments de balcons, tallers,...)

4. Programes o activitats d'educació ambiental per a escolars, veïns...

5. Accions de participació ciutadana en la millora de l'enjardinament municipal.

- Afavorir la participació d'entitats, col·lectius i particulars a les iniciatives florides per mitjà de quatre categories: espais públics florits, col·lectius florits (escoles, associacions, casal d'avis, càmping), racons florits, (restaurant, hotel, infraestructura, comerç), llars florides (balcó particular, terrassa particular, pati/jardí o paisatge florit).
- Donar suport a les actuacions de millora i d'embelliment que es determini en cada poble per poder complir amb els requisits establerts als projectes.
- Donar a conèixer el projecte a nivell turístic dins de l'oferta de la destinació turística de les Garrigues.

#### Fase 4. Avaluació de resultats

- Valoració del nivell de satisfacció de la població local i dels turistes que visiten els pobles en relació als indicadors que determinen la imatge de qualitat i d'embelliment dels nuclis de les Garrigues.

#### Altres referents:

**Ajuntament de Solsona:** <https://www.ajsolsona.cat/> Cada estiu des de fa 27 anys, l'Ajuntament de Solsona convoca el Concurs de Flors als Balcons, obert a tota la població, per fer partícips els veïns de la voluntat de mantenir la ciutat endreçada i atractiva amb el guarniment exterior dels habitatges. Es premien els quinze millors balcons o façanes amb 60 euros cadascun. El jurat, que cada any és integrat per membres d'una entitat local diferent, passa a valorar-los durant uns dies determinats i els guardons es lliuren en el marc de la Festa Major. Les persones que participen a aquest concurs han d'ornamentar amb flors tots els balcons i finestres del seu domicili. El conjunt de la façana també es valora.

#### Resultats

1. Nuclis dels pobles de les Garrigues més embellits i atractius.
2. Població local i empreses dels pobles de les Garrigues més conscienciades de la necessitat de tenir cura de l'espai públic i dels seus habitatges.

#### Actors responsables de l'execució del projecte

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)
- Població local

#### Destinatari

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Sector turístic privat (allotjaments, restauració, etc.)
- Població local
- Turistes i nova població a atraure

#### Pressupost

Dedicació d'un tècnic al 30% de la seva dedicació durant 9 mesos i després un 15% de dedicació en el seguiment de l'acció en un futur.

#### Possibles fonts de finançament

- Direcció General de Turisme.
- Diputació de Lleida – Patronat de Turisme

- Població local
- Espònsors privats per pagar les flors

**Recursos humans,  
tecnològics i de serveis  
que es necessiten**

- Recursos propis

**Indicadors de seguiment**

- Més del 90% dels municipis de les Garrigues adherits a la campanya.

**Cronograma d'execució**

- Mesos 1-2 > Conceptualització
- Mes 3 > Disseny de la campanya
- Mesos 4-9 > Difusió i implantació de la campanya
- Mes 9 > Avaluació dels resultats



## P.14. Projecte infraestructures per les oportunitats

pixabay.com

## P.14. Projecte infraestructures per les oportunitats

### Descripció

Disposar d'una xarxa d'infraestructures que doni resposta a les necessitats de les empreses actuals i futures de la comarca de les Garrigues és bàsic per poder retenir i atraure l'activitat empresarial i garantir la competitivitat de les empreses.

És important avui dia poder garantir a les empreses uns serveis de comunicacions i d'infraestructures òptims, que permetin atraure emprenedors i empreses a la comarca.

Tenint en compte la poca massa crítica que representen cadascun dels pobles de la comarca, i l'escassa força i influència que poden tenir les seves demandes individuals a les companyies i a les administracions competents en matèria d'infraestructures i comunicacions, és necessari articular una demanda conjunta del territori que aglutini les necessitats dels ajuntaments, del Consell Comarcal i del teixit empresarial representant dels diferents sectors econòmics (primari, industrial i serveis). És en aquesta línia que es planteja el projecte 14. Projecte infraestructures i comunicacions per les oportunitats.

### Objectius

1. Treballar de forma conjunta i coordinada a nivell comarcal per aconseguir millores en les infraestructures i comunicacions de la comarca.
2. Millorar la competitivitat territorial de les Garrigues a partir d'unes bones infraestructures.

### Accions incloses en aquest projecte

A 4.14.1 Articulació d'un grup de pressió que actuï com a lobby a la comarca per millorar les infraestructures a nivell global

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>A.4.14.1.</b> | <b>Línia estratègica</b>   |
|                  | <b>4.Infraestructures</b>  |
|                  | <b>Projecte</b>  |
|                  | <b>P.14. Projecte infraestructures per les oportunitats</b>  |
|                  | <b>ACCIÓ</b>   |
|                  | <b>ARTICULACIÓ D'UN GRUP DE PRESSIÓ QUE ACTUÏ COM A LOBBY A LA COMARCA PER MILLORAR LES INFRAESTRUCTURES A NIVELL GLOBAL</b> |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació  |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Curt (2016-2017)   |

|  |
|--|
| <b>Objectius</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fer escoltar les necessitats i els interessos de les Garrigues perquè siguin atesos i tinguts en compte, a nivell d'infraestructures, serveis i recursos.</li> <li>• Conscienciar a la societat garriguenca que per fer reivindicar els drets de les Garrigues cal fer-ho de forma conjunta entre l'administració local, el teixit empresarial, les associacions i la ciutadania en general.</li> </ul> |

|   |
|---|
| <b>Descripció</b>   |
| <p>La comarca de les Garrigues presenta mancances diverses pel que fa a determinades infraestructures. Aquestes mancances són diferents segons les característiques dels municipis i es presenten en diferents graus. Tot i així, algunes de les mancances identificades i reconegudes pels diferents agents socioeconòmics de la comarca són aquestes: manteniment deficitari de la xarxa viària interna, necessitat de millora de la N-240, mala cobertura de telèfon mòbil, sense accés a la TDT, dificultat d'accés a serveis d'Internet de qualitat, segons les possibilitats de cada municipi (banda ampla i/o Wimax i/o fibra òptica), servei ferroviari amb freqüències baixes de pas. Per contextualitzar aquestes mancances i citar un cas com a exemple, segons dades del Cercador de cobertures (Servei de Telecomunicacions del Departament d'Empresa i Ocupació), 11 dels 24 municipis no tenen cobertura d'ADSL i 1 la té parcial. Per tant, s'evidencia aquesta mancança en les comunicacions.</p> <p>La Generalitat de Catalunya a través del <b>Pla d'Infraestructures de Transport de Catalunya (PITC) 2006-2026</b> preveu un seguit de noves infraestructures i millora de les ja existents amb efectes sobre la comarca de les Garrigues. En concret:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Xarxa ferroviària:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Eix Transversal Ferroviari (ETF):</i> línia destinada a trànsit mixt de passatgers i mercaderies i que ha d'unir les principals capitals catalanes de la Catalunya Central, des de Lleida fins a Girona. Incorpora la connexió amb l'aeroport de Lleida-Alguaire.</li> </ul> </li> <li>- <b>Xarxa viària:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>N-240:</i> reconversió en autovia A-27 el corredor Tarragona amb Península centre – nord (Tarragona - Montblanc - Lleida).</li> <li>➤ Condicions de trams de carretera següents: SC (C-233/L-200/LP-3322) les Borges Blanques-Bellcaire d'Urgell.</li> </ul> </li> </ul> |



També el **Pla Catalunya Connecta** de la Generalitat de Catalunya preveu proporcionar cobertura dels serveis de comunicacions electròniques al conjunt de la ciutadania, empreses i administracions del país, per contribuir al desenvolupament econòmic i social, tant en nuclis de població com en polígons d'activitat industrial.

Disposar de les infraestructures de comunicacions i telecomunicacions en uns nivells òptims i de qualitat és bàsic per al desenvolupament econòmic local del conjunt dels municipis de la comarca.

El projecte pretén la mobilització i coordinació del sector públic i privat del territori per tal de reivindicar a les administracions i organismes competents la necessitat de millorar les diferents infraestructures de comunicacions que actualment presenten mancances, i l'execució dels projectes pendents, a través de contactes permanents amb les administracions, presentació oficial de peticions, reunions de seguiment, convenis de col·laboració, etc.

La coordinació del sector públic i privat es pot articular a través d'un grup d'interès. Són **grups d'interès** les persones físiques o jurídiques i les organitzacions sense personalitat jurídica que duen a terme activitats susceptibles d'influir directament o indirectament en l'elaboració i l'aplicació de les polítiques públiques, en l'elaboració de propostes normatives o en la presa de decisions, en defensa d'un interès propi o de tercers o d'un interès general.

**Els grups d'interès també s'anomenen grups de pressió, lobbys o stakeholders, entre d'altres.**

En data 21 de juny de 2016 el Govern ha aprovat el Codi de conducta dels alts càrrecs i personal directiu de l'Administració de la Generalitat i de les entitats del seu sector públic, i altres mesures en matèria de transparència, grups d'interès i ètica pública, entre les quals hi ha el protocol d'actuació aplicable a les relacions dels alts càrrecs i del personal directiu de l'Administració de la Generalitat i del seu sector públic amb els grups d'interès.

D'acord amb el protocol que a Catalunya regeix als Grups d'interès, cal que aquests es registrin al Registre de grups d'interès de la Generalitat de Catalunya. El Registre atorga als grups d'interès una sèrie d'avantatges a l'hora de relacionar-se amb l'Administració i el sector públic i d'accedir a la informació sobre la seva activitat i iniciatives.

Referències:

- Per obtenir més informació de la regulació dels Grups d'Interès a Catalunya:  
Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya:  
[http://justicia.gencat.cat/ca/ambits/grups\\_interes](http://justicia.gencat.cat/ca/ambits/grups_interes)

### **Activitats i metodologia**

A nivell metodològic, es plantegen les següents fases de treball:

**Fase 1. Diagnòstic de l'estat de les infraestructures i de les deficiències identificades** com a punt de partida de cada municipi a nivell de:

- Xarxa viària
- Xarxa mòbil
- Xarxa d'internet

Per al diagnòstic, caldrà comptar amb l'assessorament de personal expert en comunicacions i

telecomunicacions.

**Fase 2. Articulació d'un Grup de treball integrat per representants de les administracions locals, teixit empresarial, associacions, experts en infraestructures i telecomunicacions i ciutadania en general:**

- Valorar la possibilitat de crear un Grup d'Interès o lobby per reivindicar el drets de les Garrigues a tenir unes infraestructures de qualitat.
- Definir les demandes del territori i les opcions tecnològiques existents per poder satisfer aquestes demandes (amb suport d'experts)
- Valorar la possibilitat que algunes demandes es puguin assolir per mitjà de peticions conjuntes no només a nivell de comarca sinó també amb altres comarques veïnes amb una situació similar.
- Constituir i registrar el Grup de Treball com a un Grup d'Interès davant del Registre de Grups d'interès de Catalunya, si així es considera necessari

**Fase 3. Disseny del programa d'actuacions d'aquest lobby o Grup d'interès**

- Elaborar un Manifest per les infraestructures de les oportunitats a les Garrigues amb el recolzament polític, empresarial i social
- Campanya mediàtica per donar a conèixer el Manifest i recollir adhesions
- Establir reunions de treball amb els organismes competents en matèria d'infraestructures i les principals companyies del sector per avaluar com poder donar resposta a les demandes recollides al Manifest.
- Complir amb la normativa que regeix els Grups d'Interès a Catalunya.

**Fase 4. Posada en marxa de les solucions a mesura que siguin acordades vetllant per les demandes pendents de satisfer**

**Resultats**

1. Grup d'Interès constituït entorn de les infraestructures de les oportunitats a les Garrigues.
2. Millores obtingudes de les infraestructures viàries i de telecomunicacions de la comarca.
3. Qualitat de vida a la comarca incrementada
4. Capacitat d'atracció de noves empreses a la comarca incrementada

**Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca
- Teixit empresarial comarcal
- Experts en infraestructures i telecomunicacions
- Associacions
- Ciutadania

**Destinatari**

- Administracions superiors
- Companyies d'infraestructures i telecomunicacions

**Pressupost**

- Dedicació d'un tècnic al 50% de dedicació durant 9 mesos i després següent a un 30% de dedicació per a la coordinació de l'acció. Les inversions tindrien un pressupost apart.

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge</li> <li>- Departament d'Empresa i Coneixement (Telecomunicacions i societat de la informació)</li> <li>- Diputació de Lleida</li> <li>- Infraestructures de la Generalitat de Catalunya, SAU</li> <li>- Patrocinis privats</li> </ul> |
|---------------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos propis</li> </ul> |
|--|---|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 30 persones de diferents perfils que conformen el grup d'interès</li> <li>- Mínim de 1.000 persones adherides al manifest</li> <li>- Mínim de 3 reunions realitzades a l'any amb organismes competents</li> </ul> |
|--------------------------------|---|

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Cronograma d'execució</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesos 1- 6 &gt; Fase 1. Diagnosi de l'estat de les infraestructures a la comarca</li> <li>- Mesos 7-12 &gt; Fase 2. Articulació del grup de treball</li> <li>- Mesos 13 i següents &gt; Fase 3. Pla de treball i implementació de les accions d'acord amb el pla</li> </ul> |
|------------------------------|--|



**P.15. Projecte de foment d'un model de governança del territori basat en la cooperació i la col·laboració**

pixabay.com

## P.15. Projecte de foment d'un model de governança del territori basat en la cooperació i la col·laboració

### Descripció

Com a governança s'entén l'estructura de relacions que s'estableixen entre els diferents actors per participen en la presa de decisions i la implementació de polítiques relatives a les qüestions que afecten el territori.

En el context socioeconòmic actual, és necessari adoptar un nou **model de governança en clau col·laborativa**, sumant esforços i establint sinergies que han de revertir en una millora en l'àmbit del desenvolupament econòmic local. La comarca de les Garrigues ha de començar a treballar amb un nou model de governança basat en la **col·laboració i la cooperació a diferents nivells**: entre els agents públics, entre públics i privats, i també entre privats, que tenen un paper important en el desenvolupament de la comarca. Aquest nou model de governança ha de partir de la **relació de confiança mútua i de la generositat**, ha de fixar-se **objectius comuns** i s'ha de basar en l'**adopció de responsabilitats compartides** entre els diferents agents públics i privats de la comarca i també amb d'altres territoris amb característiques similars.

El projecte 15. Projecte de foment d'un nou model de governança del territori basat en la cooperació i la col·laboració estableix dues accions per començar a treballar sota aquest nou model de governança.

### Objectius

1. **Promoure la col·laboració i la cooperació entre els agents públics, públic-privat i privats de la comarca i entre comarques veïnes**

### Accions incloses en aquest projecte

A 5.15.1 Crear la Comissió de Seguiment del Pla Estratègic i constitució de Taules de Treball

A5.15.2 Programa de col·laboració amb comarques veïnes

|   |   |
|---|---|
| <b>A.5.15.1.</b>                                | <b>Línia estratègica</b>  |
|   | <b>5. Model de governança transversal a tot el Pla</b>  |
|   | <b>Projecte</b><br>P.15 Projecte de foment d'un model de governança del territori basat en la cooperació i la col·laboració |
|   | <b>ACCIÓ</b><br><b>CREAR LA COMISSIÓ DE SEGUIMENT DEL PLA<br/>ESTRATÈGIC I CONSTITUCIÓ DE GRUPS D'IMPULS</b>                |
| <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació           |   |
| <b>Període d'inici:</b> Transversal (2015-2025) |   |

### Objectius

- Apostar per un nou model de governança basat en la col·laboració i la cooperació entre els diferents agents públics i privats del territori.
- Establir el marc de cooperació i el sistema de gestió per al seguiment i execució del Pla estratègic.
- Disposar d'una estructura de participació i acció estable, que vetlli per l'execució i seguiment del Pla estratègic.
- Fer balanç i avaluar els canvis socioeconòmics de la comarca a mesura que es va executant el Pla d'acció, a través d'un sistema d'indicadors d'avaluació i seguiment.
- Comunicar els avenços del Pla estratègic, així com els canvis que es vagin detectant.

### Descripció

Per al desenvolupament del Pla estratègic, i per tal de poder-ne assolir la seva finalitat i objectius, és necessari reforçar la governança del territori a través del foment del treball en xarxa, la creació d'aliances i la comunicació i coordinació entre els diferents agents socioeconòmics de la comarca, tant públics com privats i societat civil.

Per aconseguir aquest nou model de governança, es considera bàsica l'articulació d'espais i mecanismes per a la participació, la cooperació i la concertació entre els diferents agents rellevants del territori. Així mateix, també és important la tasca de difusió i divulgació de les accions realitzades, els resultats obtinguts i la valoració que se'n fa amb visió de territori.

Amb el procés de redacció del Pla estratègic ja s'ha començat a treballar de forma més coordinada i s'han establert canals de comunicació amb els agents del territori. Ara es tracta de reforçar i consolidar aquesta forma de treball coordinada i col·laborativa amb la implementació del Pla estratègic.

**L'acció consisteix en la concreció del marc de gestió i del sistema de gestió necessaris per fer el seguiment de l'execució de les accions recollides en el Pla d'acció del Pla estratègic i també per fer-ne la seva avaluació i comunicació dels resultats.**

El sistema de gestió i organització per al seguiment i avaluació del Pla estratègic consta dels següents grups:

- **L'Equip tècnic coordinador.** Grup integrat per un equip tècnic del Consell Comarcal de les

Garrigues i representants institucionals. És el grup central encarregat de la coordinació integral de la implementació del Pla, així com també de l'execució de les accions (ja sigui amb recursos propis o bé externs), de l'avaluació i de la comunicació.

- **La Comissió de Seguiment.** Grup integrat per representants de diferents perfils de l'àmbit públic i privat i de la societat civil que han adoptat el seu compromís amb la implementació del Pla estratègic i formen part de la Comissió de Seguiment. Entre d'altres tasques, la Comissió de Seguiment dóna orientacions a l'Equip tècnic coordinador, aporta diferents punts de vista i comparteix les diverses opinions i participa en l'avaluació del grau d'implementació del Pla estratègic. Es reuneix trimestralment.
- **Els Grups d'Impuls.** Grup conformat específicament per fer el seguiment de cada projecte estratègic. Està integrat pels agents de la Comissió de Seguiment interessats o coneixedors del projecte estratègic en concret i per l'Equip tècnic coordinador. La tasca principal és la d'aportar informació específica i legitimar les diferents fases de treball de l'execució del projecte estratègic. Es reuneix mensualment.

### Activitats i metodologia

El procés metodològic per aquesta acció consisteix de les següents activitats:

#### Activitat 1. Concreció de l'equip tècnic coordinador

El Consell Comarcal de les Garrigues ha d'identificar els recursos humans propis que han d'integrar l'equip tècnic coordinador. Es recomana que sigui un equip conformat per representants del Consell i diversos tècnics de les diferents àrees de l'entitat: promoció econòmica, turisme, cultura, joventut, principalment, establint col·laboracions amb tècnics d'altres àrees quan l'execució d'un projecte ho faci recomanable.

Les *tasques* de l'EQUIP TÈCNIC COORDINADOR seran:

1. Coordinar el cicle de desenvolupament del Pla Estratègic: planificació/programació, execució, avaluació i actualització, amb caràcter anual.
2. Reorientar les accions proposades en el Pla d'Acció, si procedeix, atenent a possibles canvis del context territorial i en relació amb les polítiques públiques i l'accés a possibles fonts de finançament.
3. Execució de les accions, amb recursos tècnics propis i/o amb recursos externs, segons la temporització prevista.
4. Avaluació de les accions. Per això, es disposarà de dos instruments, a actualitzar anualment:
  - a. Fitxa de seguiment de les accions. Per a la totalitat de les accions.
  - b. Indicadors de seguiment de les accions. Per a les accions executades.
5. Coordinació de les reunions amb la COMISSIÓ DE SEGUIMENT (trimestrals) i amb els GRUPS D'IMPULS (mensuals), incloent la preparació de les ordres del dia, documents previs de treball i actes de les reunions.
6. Cercar finançament per a les accions del Pla Estratègic.

7. Coordinar altres tècnics (a nivell del Consell Comarcal o dels consistoris municipals) perquè executin accions previstes en el Pla Estratègic.
8. Coordinar la contractació d'empreses externes per a l'execució d'aquelles accions que no sigui possible assumir amb recursos propis des del Consell Comarcal o que requereixen de subcontractacions especialitzades.
9. Actualitzar periòdicament el Pla Estratègic
10. Actualitzar anualment les fitxes i indicadors de seguiment del Pla Estratègic.

### **Activitat 2. Constitució i definició de la Comissió de Seguiment.**

Durant l'acte de presentació final dels resultats del Pla estratègic realitzat el 29 de juny de 2016 es va fer una primera reunió de treball basada amb una *Dinàmica participativa amb les persones assistents a l'acte per a la constitució de la Comissió de Seguiment del Pla Estratègic de les Garrigues 2015-2025*.

En aquesta reunió de treball, es van identificar els *objectius* de la Comissió de Seguiment:

- *Informar i donar orientacions a l'Equip Tècnic Coordinador.*
- *Avaluar el grau d'implementació del Pla Estratègic.*
- *Compartir visions diferents de sectors, organismes, línies de treball.*

També es va acordar que el *calendari de les reunions* de la Comissió de Seguiment seria trimestral, en una ubicació itinerant per diferents espais de la comarca per tal d'afavorir la cohesió del territori i, previsiblement, en horari de vespres.

Per últim, també es va acordar la dinàmica de les reunions de la Comissió de Seguiment, basada en un format d'Assemblea General en el qual, per una banda, les persones dels membres dels Grups d'Impuls exposaran els avenços realitzats en els projectes estratègics i es consensuaran els propers passos a seguir. Per l'altra, els membres de la Comissió podran fer les seves aportacions, recomanacions i suggerències als diferents Grups d'Impuls per contribuir al desenvolupament de les accions de cada projecte.

***En la reunió de treball del 29 de juny de 2016, un total de 17 persones representants de diferents perfils de l'àmbit públic i privat interessats en implicar-se amb la implementació del Pla estratègic van manifestar el seu compromís de formar part de la Comissió de Seguiment i s'hi van apuntar. Així mateix, el grup s'ha emplaçat a la primera reunió de treball, pel 26 de juliol a les Borges Blanques.***

### **Activitat 3. Constitució dels Grups d'Impuls.**

Per a cadascun dels projectes estratègic del Pla es preveu constituir un Grup d'impuls, que estarà format pels agents implicats previstos en les diferents accions del projecte més membres de la Comissió de Seguiment que en el moment de l'inici de la preparació de l'acció s'hi vulguin implicar i comprometre.

El seu objectiu és aportar informació i opinió en totes les fases d'execució de l'acció, així com legitimar el seu procés.



El Grup d'impuls es reunirà mensualment, durant tot el període de preparació de l'acció i durant el primer trimestre de la seva execució, per tal de fer una primera valoració del seu funcionament i aportar noves idees i propostes i estarà coordinat per un dels tècnics de l'Equip Tècnic Coordinador.

*Tant la Comissió de Seguiment com els Grups d'Impuls són espais oberts i dinàmics per tal que tothom que ho vulgui s'hi pugui anar sumant a mesura que es vagi posant en marxa el Pla estratègic. Es proposa establir un mecanisme per sol·licitar formar part de la Comissió de Seguiment i dels Grups d'Impuls, que consisteix en enviar un correu electrònic a l'adreça de correu del Pla estratègic ([fentcami@garrigues.cat](mailto:fentcami@garrigues.cat)) o bé fer una trucada al Consell Comarcal.*

#### **Activitat 4. Establiment del mecanisme de seguiment i avaluació**

Paral·lelament a establir el marc organitzatiu per a la implantació i seguiment del Pla, caldrà establir alhora un funcionament adient del procés d'implantació que garanteixi el correcte desenvolupament i seguiment del Pla estratègic. Aquest seguiment es pot basar en un cicle anual, que inclou la Programació > l'Execució > l'Avaluació i nova Programació per al nou any. També serà convenient crear una eina de seguiment de l'execució de les accions, que permeti fer-ne un seguiment continuat.

A més, caldrà crear un sistema d'indicadors de seguiment, de caire socioeconòmic, també d'execució del Pla i d'impacte, que permetin avaluar el grau d'execució del Pla, els canvis a nivell socioeconòmic i els impactes generats.

#### **Activitat 5. Establiment de la comunicació**

Serà necessari establir un canal de comunicació amb els agents del territori, que permeti donar informació dels avenços i dels resultats i impactes generats.

Es proposa que el canal de comunicació principal sigui el Blog del Pla estratègic: [www.lesgarriguesfentcami.cat](http://www.lesgarriguesfentcami.cat). Així mateix, també es contempla la redacció de notes de premsa que poden ser publicades als mitjans de comunicació locals, comarcal i provincials.

#### **Resultats**

1. Equip tècnic coordinador creat
2. Comissió de seguiment creada
3. Grups d'Impuls creats
4. Mecanisme de seguiment i avaluació concretat
5. Canals de comunicació permanent establerts

#### **Actors responsables de l'execució del projecte**

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Tècnics del Consell Comarcal
- Empresaris
- Societat civil

#### **Destinataris**

- Conjunt d'agents socioeconòmics de la comarca: polítics, tècnics, empresaris, societat civil

#### **Pressupost**

- Dedicació d'un equip tècnic amb una dedicació d'un 50% de la seva jornada durant tota l'execució del Pla estratègic

#### **Possibles fonts de**

- Departament d'Empresa i Coneixement

|  |  |
|--|--|
| <b>finançament</b>   | - Diputació de Lleida – Patronat de Promoció Econòmica   |
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | - Recursos humans propis<br>- Sala per a les reunions<br>- Espai web   |
| <b>Indicadors de seguiment</b>                                     | - Entre 20 i 30 persones integrants de la Comissió de Seguiment<br>- Mínim de 5 persones integrants a cada Grup d'Impuls<br>- Mínim de 4 reunions/any de la Comissió de Seguiment<br>- Entre 4 i 6 reunions per cada grup d'impuls<br>- Entre 6 i 8 actualitzacions del Blog com a mínim/any |
| <b>Cronograma d'execució</b>                                       | - Mes 1 > Activitat 1. Equip tècnic coordinador<br><br>- Mes 2 i següents > Activitat 2. Comissió de Seguiment, Activitat 3. Grups d'impuls<br><br>- Mes 2 -3 > Activitat 4. Mecanisme de seguiment i avaluació.<br>Activitat 5 > Establiment de la comunicació                              |

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>A.5.15.2.</b> | <b>Línia estratègica</b>  |
|                  | <b>5. Model de governança transversal a tot el Pla</b>  |
|                  | <b>Projecte</b>   |
|                  | <b>P.15 Projecte de foment d'un model de governança del territori basat en la cooperació i la col·laboració</b> |
|                  | <b>ACCIÓ</b>  |
|                  | <b>PROGRAMA DE COL·LABORACIÓ A NIVELL INTERN I<br/>AMB COMARQUES VEÏNES</b>                                     |
|                  | <b>Tipus de projecte:</b> Coordinació   |
|                  | <b>Període d'inici:</b> Transversal (2015-2025)   |

### Objectius

- Fomentar un nou model de governança, basat en el treball en xarxa, les sinergies i les col·laboracions a nivell comarcal i també entre territoris a una escala supracomarcal.
- Millorar la coordinació dels diferents tècnics que intervenen al territori a través de la creació de grups de treball.
- Optar a més recursos i tenir més oportunitats d'accedir a fonts de finançament de fons europeus per poder tirar endavant projectes conjunts que reverteixen en el desenvolupament econòmic local, teixint aliances i treballant de forma cooperativa a nivell intern i amb altres comarques amb necessitats i característiques similars.

### Descripció

La comunicació i coordinació a nivell intern i la cooperació entre territoris són mecanismes necessaris i fonamentals per poder entendre la governança dels països del segle XXI.

A nivell intern, a les Garrigues és necessari començar a treballar de forma coordinada amb els diferents responsables municipals que promouen les polítiques locals i els tècnics que intervenen en la coordinació i execució de les accions pròpies de la seva àrea. La creació de grups de treball a nivell tècnic que afavoreixin la comunicació, l'intercanvi d'informació i el debat tècnic ha de revertir en una millora de la coordinació comarcal i alhora ha de propiciar la construcció col·lectiva i el sorgiment de noves iniciatives de desenvolupament econòmic local d'abast supralocal que poden beneficiar el conjunt del territori.

A nivell extern, la cooperació entre territoris permet construir projectes més sòlids, que vertebrin els territoris i que redistribueixen els recursos i la riquesa. D'aquesta manera, els programes europeus que porten associats fons als quals els territoris poden accedir a través de subvencions, condicionen l'accés al finançament a través de l'articulació de projectes interterritorials que incorporin la cooperació entre municipis diferents. És a dir, per poder optar al finançament d'aquests programes europeus, es fa necessari establir un marc de cooperació i construir un projecte conjunt que abrasi diferents municipis.

Alguns d'aquests programes europeus són per al nou període 2014-2020:

- **l'Estratègia Europa 2020 (EE2020)** fixa el marc general d'actuació cap on s'han d'enfocar els esforços de la política de cohesió europea que financen els fons estructurals i d'inversió europeus, entre els quals, el Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER). L'EE 2020 fixa tres models de creixement i desenvolupament que, alhora, es basa en diversos

critèris d'intervenció per aconseguir aquests tipus de creixement:

- *Desenvolupament intel·ligent*: afavorir una economia basada en el coneixement i la innovació.
- *Desenvolupament sostenible*: promoció d'una economia més eficient en l'ús dels recursos, més ecològica i competitiva.
- *Desenvolupament integrador*: foment d'una economia amb taxes altes d'ocupació que permeti el desenvolupament de la cohesió social territorial.

- **El Programa operatiu FEDER Catalunya 2014-2020 i la RIS3CAT**

El Programa operatiu del FEDER Catalunya 2014-2020 té com a objectiu la promoció d'un creixement intel·ligent, sostenible i integrador del territori, en la línia de les directrius de l'estratègia Europa 2020 i la seva transposició a Catalunya.

La consecució d'aquest objectiu global passa per desenvolupar actuacions orientades a la cohesió econòmica, social i territorial de Catalunya, dins els objectius temàtics que figuren en el Programa.

De manera general, tot el Programa operatiu, però molt especialment les operacions enquadrades dins l'Objectiu temàtic 1 (Potenciar la investigació, el desenvolupament tecnològic i la innovació) estan vinculades a una metodologia impulsada des de la Comissió Europea, l'especialització intel·ligent a través dels sistemes d'investigació i la innovació regional, anomenada RIS3 en anglès.

La RIS3CAT és la transposició d'aquesta estratègia de recerca i innovació per a l'especialització intel·ligent (RIS3) a la realitat de Catalunya (aprovada pel Govern el 4 de febrer de 2014). La RIS3CAT proposa treballar al voltant de quatre eixos fonamentals per a l'activitat econòmica a Catalunya: àmbits sectorials líders; activitats emergents; tecnologies facilitadores transversals i entorn d'innovació.

Així, dins el Programa operatiu i el seu Objectiu temàtic 1, i d'acord amb aquesta RIS3CAT, el Govern vol impulsar un element crític: l'àmbit territorial. El territori i les entitats locals, en cooperació amb altres sectors, han de ser un dels motors d'especialització i innovació a Catalunya.

**El Fons Europeu de Desenvolupament Regional** és el principal instrument de la Unió Europea per al desenvolupament de les regions menys afavorides. El FEDER contribuirà al finançament de les ajudes orientades a reforçar la cohesió econòmica, social i territorial corregint els principals desequilibris regionals de la Unió a través del desenvolupament sostenible i l'ajust estructural de les economies regionals, així com la reconversió de les regions industrials en declivi i de les regions amb un retràs en el seu desenvolupament. Té per objecte enfortir la cohesió socioeconòmica dins de la Unió Europea corregint els desequilibris entre les seves regions.

El programa FEDER centra les seves prioritats d'inversió en els següents àmbits:

- Potenciar la investigació, el desenvolupament tecnològic i la innovació
- Millora de l'accés, l'ús i la qualitat de les tecnologies de la informació i la comunicació
- Millorar la competitivitat de les PIMES
- Afavorir la transició a una economia de baix nivell d'emissions de diòxid de carboni en tots els sectors
- Promoure l'adaptació al canvi climàtic i la prevenció i gestió de riscos.
- Conservar i protegir el medi ambient i promoure l'eficiència dels recursos
- Promoure el transport sostenible i eliminar els obstacles en les infraestructures en xarxa fonamentals.
- Promoure la sostenibilitat i la qualitat de l'ocupació i afavorir la mobilitat laboral
- Promoure la inclusió social i la lluita contra la pobresa i qualsevol discriminació

- Invertir en educació, formació i formació professional per a l'adquisició de capacitats i l'aprenentatge permanent mitjançant el desenvolupament d'infraestructures d'educació i formació
- Millorar la capacitat institucional de l'administració pública i les parts interessades i l'eficiència de l'administració pública mitjançant mesures de reforç de les capacitats institucionals i de l'eficiència de les administracions públiques i dels serveis públics relacionats amb l'aplicació del FEDER.

- **Projectes d'especialització i competitivitat territorial (PECT). Eixos 4 i 6**

Dins la **RIS3CAT**, l'instrument proposat per activar aquest paper del territori són els projectes d'especialització i competitivitat territorial (PECT). Aquests responen a les exigències bàsiques de la RIS3CAT: innovació i especialització intel·ligent territorial, coherent amb algun dels quatre eixos que proposa aquesta estratègia aprovada pel Govern.

Per altra banda, els PECT han de complir la normativa, les regulacions i les limitacions del Fons europeu de desenvolupament regional (FEDER) ja que aquest fons cofinança aquestes operacions i s'emmarquen dins els instruments condicionats per la normativa i les característiques del **Programa operatiu del FEDER** i han de respectar les consideracions i les oportunitats, però també les obligacions que tot això implica.

A part dels PECT i per tal d'aconseguir el reequilibri en l'àmbit territorial, el Govern vol impulsar tots aquells projectes rellevants que concentrin unes necessitats comunes i estratègiques en el territori on es desenvolupen. Aquests han de ser de caràcter supramunicipal, cosa que permetrà als municipis gestionar-ne l'execució amb un risc material menor i assolir els objectius estratègics de manera més eficient. Així mateix, els projectes s'han d'ajustar dins de l'eix prioritari 4 (Afavorir el pas a una economia baixa en carboni) i de l'eix prioritari 6 (Conservar i protegir el medi ambient i promoure l'eficiència dels recursos).

➤ **LEADER**

**L'Associació Leader Ponent** té com a principal objectiu el d'establir els criteris dels ajuts per als propers anys, els quals es basen amb la creació d'activitat econòmica al territori a partir de la promoció i la comercialització del producte agroalimentari local i de la sinergia amb altres sectors del territori com el turisme, la gastronomia i el petit comerç.

Es concreta en 3 línies d'actuació:

- Generar activitat econòmica a partir del producte local
- Fomentar l'emprenedoria especialment entre els joves.
- Donar suport al desenvolupament de projectes col·lectius sectorials i intersectorials.

I en una prioritat transversal que és donar suport actiu als nuclis de zones rurals deprimides amb un elevada regressió demogràfica i que tenen un índex de ruralitat elevat.

Per tal d'assolir l'objectiu principal de l'estratègia hi ha l'aposta de continuar coordinant el projecte GUSTUM, que és un projecte de cooperació interterritorial que té com objectiu crear activitat econòmica al territori a partir de la **promoció del producte local** de qualitat tot creant sinergies amb altres sectors del territori com el turisme, la restauració i el petit comerç.

A l'hora de col·laborar amb altres projectes interterritorials liderats per altres GAL, es té en compte prioritzar temàtiques com ara:

- El manteniment dels joves al territori, afavorint especialment el retorn dels joves que s'han format fora del territori.
- El suport al creixement empresarial a projectes d'empresaris i emprenedors.
- La millora de la gestió energètica, la gestió de biomassa i gestió forestal i altres accions encaminades a la mitigació del canvi climàtic.
- Emprenedoria mitjançant l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en l'entorn rural.
- Promoció del turisme esportiu i la seva sinèrgia amb els serveis locals, patrimoni històric, gastronòmic i natural del territori.

### ➤ **INTERREG**

Interreg és una iniciativa que pretén estimular la cooperació entre regions de la UE. Es va iniciar l'any 1989, i està finançat pel FEDER. L'objectiu del programa és ajudar les regions europees a dissenyar i implementar programes de creixement i ocupació dels Fons Europeus Estructurals i d'Inversió, però els programes de l'objectiu de Cooperació Territorial Europea, a través de l'intercanvi d'experiències, coneixement i bones pràctiques entre els agents interessats. Està basat en 4 objectius temàtics:

- Reforçar la investigació, el desenvolupament tecnològic i la innovació
- Millorar la competitivitat de les pimes
- Recolzar el canvi cap a una economia baixa en carboni a tots els sectors
- Protegir el medi ambient i promoure l'ús sostenible dels recursos

El programa preveu dos accions principals:

- Finançar projectes de cooperació interregional que permetin als socis treballar junts en un tema de política regional compartit, dins els quatre objectius temàtics.
- Donar assistència a totes les regions europees a través de plataformes d'aprenentatge de polítiques que cobreixin els quatre objectius temàtics.

### ➤ **LIFE**

El programa LIFE és l'instrument de finançament de la UE per al medi ambient. El programa LIFE va començar l'any 1992 i fins a data d'avui s'ha completat quatre fases del programa (LIFE I: 1992-1995, LIFE II: 1996-1999, LIFE III: 2000-2006 i LIFE+: 2007-2013). Durant aquest període el programa LIFE ha cofinançat 3.954 projectes arreu de la Unió Europea amb una contribució aproximada de 3.1 bilions d'euros per a la protecció del medi ambient. A efectes generals el programa LIFE vol contribuir a l'aplicació, actualització i desenvolupament de la política mediambiental de la UE i la legislació mitjançant el cofinançament de projectes pilot o de demostració amb valor afegit europeu. No obstant durant el període 2014-2017 el programa LIFE persegueix els següents objectius generals:

- Contribuir a la transició cap a una economia eficient en l'ús dels recursos, hipocarbònica i resilient al canvi climàtic i a la protecció i millora de la qualitat del medi ambient, així com orientat a frenar i invertir la pèrdua de la biodiversitat, incloent el recolzament a la xarxa Natura 2000 i abordant la degradació dels ecosistemes
- Millorar el desenvolupament, l'aplicació i l'execució de la política i la legislació mediambiental i climàtica de la Unió, catalitzar i fomentar la incorporació i integració dels objectius mediambientals i climàtics i altres polítiques de la Unió a la pràctica dels sectors públics i privats, fins i tot augmentant la seva capacitat

- Recolzar una millor governança mediambiental i climàtica a tots els nivells, incloent una major participació de la societat civil, les ONG i els agents locals.
- Recolzar l'aplicació del VII Programa d'Acció del Medi Ambient.

El programa LIFE es pot dividir en els següents dos subprogrames:

- Subprograma Medi Ambient: promou accions per a la millora de la biodiversitat i la natura, per al desenvolupament de fonts d'eficiència envers el medi ambient i per a una millor governança i informació.
- Subprograma Acció climàtica: promou accions concretes per a la mitigació i adaptació al canvi climàtic així com per a millorar la governança i la informació associada al clima.

### ➤ **HORITZÓ 2020**

Horitzó 2020 és el programa que finança projectes d'investigació i innovació de diferents àrees temàtiques en el context europeu. Els objectius del programa Horitzó 2020 són els següents:

- Crear una ciència d'excel·lència, que permeti reforçar la posició de la UE en el panorama científic mundial.
- Desenvolupar tecnologies i les seves aplicacions per millorar la competitivitat europea. TIC, nanotecnologies, fabricació avançada, biotecnologia i espai
- Investigar en grans qüestions que afecten els ciutadans europeus: salut, alimentació, agricultura, ciències del mar, energia, transport, clima, recursos, societats inclusives i seguretat.

L'acció contempla l'articulació d'un programa de col·laboració a nivell intern i amb comarques veïnes que identifiqui les diferents possibilitats de col·laboració que es poden establir entre als dos nivells i que responen a interessos i necessitats comunes.

*Val a dir que les Garrigues ja ha començat a dissenyar projectes en cooperació amb altres territoris que han estat presentats a convocatòries europees del 2016, com la del Feder. També l'Associació Leader Ponent compta amb projectes de cooperació amb els diferents territoris de les comarques de Ponent, i les Garrigues en forma part.*

### **Activitats i metodologia**

Per portar a terme aquesta acció, la metodologia que cal seguir és la següent:

#### **Activitat 1. Articulació del programa de col·laboració entre comarques veïnes**

##### **1. Trobada amb les comarques veïnes per definir les possibles col·laboracions**

Les col·laboracions que es puguin establir permetran donar resposta a objectius comuns i a necessitats i interessos col·lectius.

Per a determinar les col·laboracions possibles, es partirà de la identificació i anàlisi dels àmbits estratègics comuns que cal desenvolupar i potenciar a nivell supracomarcal.

En aquesta primera fase, és important analitzar conjuntament entre les diferents comarques quins són els àmbits que són estratègics per al territori i que alhora, les comarques veïnes també presenten o poden presentar. Els àmbits poden ser: infraestructures, activitat empresarial, demografia, serveis (infants, jovent, gent gran, dones, aturats, risc d'exclusió social), patrimoni natural, patrimoni cultural, turisme, etc.

Per cada àmbit, cal analitzar l'estat del seu punt de partida:

- Si es tracta d'un àmbit poc desenvolupat amb el qual no s'ha treballat massa;
- Si es tracta d'un àmbit que necessita de realització d'inversions de millora per a poder contribuir al desenvolupament del territori;
- Si es tracta d'un àmbit ja desenvolupat que cal consolidar o bé incorporar-hi elements d'innovació per tal de continuar sent estratègic, entre d'altres.

La informació analitzada es pot recollir i visualitzar en una matriu, que servirà de base per, a continuació, analitzar els projectes que es poden articular entorn aquests àmbits i els programes europeus als quals es pot optar, així com els accions conjuntes en clau col·laborativa que es poden realitzar.

## **2. Disseny del pla de treball**

Caldrà estipular la metodologia i el pla de treball del grup. És a dir, establir un règim de reunions, lloc de realització, horaris, canals de comunicació emprats, coordinador, etc.

## **3. Formalització de la col·laboració**

Es tracta de materialitzar les col·laboracions amb les comarques veïnes a través de la signatura d'un acord de col·laboració entre territoris.

## **4. Presentació de projectes de cooperació a programes europeus**

A partir de la identificació realitzada al punt 1, a mesura que vagin publicant-se convocatòries d'ajuts vinculats a programes europeus, caldrà valorar-ne el grau d'adequació amb els àmbits estratègics identificats i si es considera oportú, caldrà preparar el corresponent projecte basat en la cooperació entre territoris per tal de presentar-lo a la corresponent convocatòria d'ajuts.

## **5. Realització d'accions conjuntes de comarques amb necessitats similars**

Els àmbits que requereixin de millores i/o d'inversions i que són competència d'algun organisme o administració, poden ser objecte d'una reivindicació col·lectiva per part dels territoris que tenen necessitats similars. En aquest sentit, les comarques col·laboradores poden coordinar-se per fer peticions conjuntes, reunions amb els organismes competents, manifestos conjunts, entre d'altres, i d'aquesta manera la seva veu pot tenir més força per aconseguir els canvis desitjats.

## **Activitat 2. Creació de grups de treball a nivell intern**

### **1. Reunió inicial amb tècnics locals d'ajuntaments i Consell Comarcal**

Realització d'una reunió inicial per tractar la conveniència de crear grups de treball i concreció dels àmbits que poden ser objecte de tractar amb grups de treball, d'acord amb les tasques que realitzen els diferents tècnics. Entre d'altres grups que es puguin considerar necessaris, es proposa crear els següents:

- Un grup de treball en temes de promoció econòmica (ocupació, empresa)
- Un grup de treball en temes de joventut (formació, treball, habitatge)
- Un grup de treball en temes d'infància (educació i serveis)
- Un grup de treball en temes de gent gran (salut, serveis)

### **6. Creació dels grups de treball**

Per cada grup de treball que es creï, caldrà establir un pla de treball, un funcionament i un



règim de reunions.

### **7. Avaluació conjunta dels grups de treball**

En finalitzar l'any, es proposa fer una revisió per avaluar el funcionament dels grups de treball i planificar els propers passos.

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Resultats</b> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Programa de col·laboració entre comarques veïnes establert.</li><li>2. Grups de treball a nivell intern creats</li><li>3. Projectes i actuacions que reverteixen en una millora de la competitivitat dels territoris.</li></ol> |
|------------------|--|

|   |  |
|---|--|
| <b>Actors responsables de l'execució del projecte</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Consell Comarcal de les Garrigues</li><li>- Ajuntaments de la comarca</li><li>- Tècnics</li><li>- Consells Comarcals de les comarques veïnes</li><li>- Ajuntaments de les comarques veïnes</li></ul> |
|---|--|

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Destinataris</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Conjunt de les comarques</li></ul> |
|---------------------|--|

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Pressupost</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Dedicació de l'equip tècnic coordinador amb una dedicació d'un 25% de la jornada durant la durada del programa de col·laboració</li></ul> |
|-------------------|---|

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>Possibles fonts de finançament</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Recursos propis</li></ul> |
|---------------------------------------|---|

|  |   |
|--|---|
| <b>Recursos humans, tecnològics i de serveis que es necessiten</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Recursos humans propis</li><li>- Sala on realitzar les reunions</li></ul> |
|--|---|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Indicadors de seguiment</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mínim d'1 grup de treball de tècnics creat</li><li>- Mínim de 3 comarques que col·laboren</li><li>- Mínim de 2 accions en col·laboració realitzades a l'any</li></ul> |
|--------------------------------|---|

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Cronograma d'execució</b> | <p>Per a l'activitat 1:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mesos 1-4 &gt; 1, 2 i 3. Realització de reunions, identificació dels àmbits estratègics i formalització de la col·laboració,</li><li>- Mes 5 i següents &gt; 4 i 5. Segons el pla de treball acordat</li></ul> <p>Per a l'activitat 2:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mesos 1-2 &gt; 1. Reunió inicial</li><li>- Mes 3 i següents &gt; 2. Constitució dels grups de treball que es considerin i funcionament del grup d'acord amb el pla de treball acordat</li><li>- Al cap de 12 mesos &gt; 3. Avaluació dels grups de treball i propers passos</li></ul> |
|------------------------------|--|

## 2.5. Calendari del desplegament de les accions

|   | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>ACCIONS</b>  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>P.1. PROJECTE INTEGRAL MILLORA I MODERNITZACIÓ DEL SECTOR AGRARI</b>   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.1. Redacció d'un Pla director del futur del sector agrícola   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.2. Programa per fomentar la producció ecològica   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.3. Programa per promoure cultius alternatius que diversifiquen la producció                                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.4. Iniciativa per fomentar l'agricultura de precisió  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.5. Iniciativa per crear un espai de reflexió entorn Canal Segarra-Garrigues                                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.6. Programa de suport a la ramaderia extensiva de sotabosc per la gestió forestal                             |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.7. Creació d'un banc de terres  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.1.8. Suport a joves pagesos per afavorir un relleu generacional   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>P.2. PROJECTE DE MODERNITZACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ DEL SECTOR DE L'OLI</b>                                     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.2.1. Programa per definir el futur de les cooperatives d'oli de les Garrigues                                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.2.2. Programa formatiu en comercialització i màrqueting per a cooperatives i productors                         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.2.3. Disseny de nous envasos per a nous perfils de clientela.   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.2.4. Taula de Treball per conèixer el funcionament del futur Clúster de l'oli                                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.2.5. Taula de treball per proposar millores en el funcionament de la DOP Garrigues.                             |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>P.3. PROJECTE IMPULS A L'ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA D'ALT VALOR AFEGIT</b>  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.1. Programa de suport a la producció agroalimentària de les Garrigues   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.2. Programa de suport al reconeixement i distinció dels productes singulars i de qualitat                     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.3. Programa per potenciar venda i consum dels productes agroalimentaris de les Garrigues a la mateixa comarca |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.4. Programa per avaluar el sòl industrial disponible per a la indústria agroalimentària                       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.5. Acció per incrementar la innovació, la projecció i el caràcter experiencial de la Fira de l'Oli            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.3.6. Formació i suport en organització de fires de productes locals   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>P.4. PROJECTE DESTINACIÓ TURÍSTICA: OLEOTURISME A LES GARRIGUES</b>  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.4.1. Disseny de l'estratègia turística que posicioni la comarca de les Garrigues en Oleoturisme                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.4.2. Programa formatiu per millorar la professionalització del sector turístic en base a l'oleoturisme          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| A.1.4.3. Programa formatiu en guiatge interpretatiu del patrimoni i de conducció de grups                           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| A.1.4.4. Creació de productes i experiències turístiques: 1er any d'Oleoturisme, 2n any ecoturisme, 3er any turisme actiu          |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.5. Jornades econòmiques i empresarials entorn del paisatge de les Garrigues  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.6. Programa de suport i acompanyament per a la creació de nous negocis turístics innovadors                                  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.7. Campanya de comunicació de les experiències d'Oleoturisme de les Garrigues  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.8. Aposta per l'obertura dels espais turístics als caps de setmana i festius: OIT i punts d'informació turística             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.9. Creació d'un grup de treball amb agències receptives especialitzades per la comercialització dels productes creats        |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.4.10. Sistema d'avaluació continuada de la qualitat dels serveis turístics de la destinació                                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P. 5. PROJECTE PER REACTIVAR I DINAMITZAR L'ACTIVITAT COMERCIAL DE PROXIMITAT ALS MUNICIPIS</b>                                 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.5.1. Programa per dissenyar models d'estratègies per mantenir el servei de botiga obert als pobles més petits.                 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.5.2. Programa de suport del comerç local als pobles més grans  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.5.3. Campanya de sensibilització per fomentar el comerç de proximitat  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P. 6. PROJECTE SUPORT A L'ECONOMIA VERDA I CIRCULAR</b>   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.1.6.1. Suport a les empreses sostenibles basades en les energies renovables, l'eficiència energètica i la gestió de residus      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P. 7. PROJECTE SERVEIS DE PROXIMITAT PER A LA GENT GRAN</b>   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.7.1. Crear una Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.7.2. Programa de formació per a professionals de la Plataforma de serveis de proximitat per a la gent gran                     |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.7.3. Crear un sistema de transport comarcal professional   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.7.4. Projecte per avaluar la sol·licitud d'un centre d'atenció a la gent gran, segons el model SAIAR                           |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.7.5. Programa de promoció del retorn de gent gran.   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P. 8. PROJECTE JOVES AL CAPDAVANT: FORMEM-NOS, TREBALLEM I VIVIM A LES GARRIGUES</b>  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.8.1. Crear un espai de treball i de reflexió per donar oportunitats als joves.   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.8.2. Iniciativa per avaluar les necessitats formatives dels joves de la comarca  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.8.3. Projecte per afavorir el retorn i l'arrelament de joves a la comarca  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.8.4. Prova pilot de projecte col·laboratiu: Bla Bla Car Garriguenc, un sistema de transport col·laboratiu                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.9. PROJECTE PER ENFORTIR L'ESPERIT EMPRENEDOR A LES GARRIGUES</b>   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.1. Aposta per dinamitzar el CEI de les Borges Blanques com un veritable Centre de Negocis de les Garrigues                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.2. Crear l'Espai de l'emprenedor per generar idees de negoci i aprofitar el coneixement i l'experiència d'empresaris experts |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|-------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| A.2.9.3. Servei de finestreta única per a l'acompanyament a persones aturades, emprenedors i empreses                          |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.4. Servei per identificar i donar a conèixer oportunitats de negoci a les Garrigues dirigides a joves i nova població    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.5. Crear un projecte de suport a persones aturades per fomentar un procés actiu de recerca de feina                      |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.6. Programa d'emprenedoria per a escolars (primària i secundària)  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.9.7. Iniciativa de les administracions locals de donar suport a les empreses locals  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.10. PROJECTE HABITATGE A LES GARRIGUES</b>  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.10.1. Projecte de rehabilitació i posada en valor dels habitatges dels pobles  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.11. PROJECTE ESCOLES AMB FUTUR A LES GARRIGUES</b>  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.2.11.1. Projecte per salvar les escoles de les Garrigues i suport a les llars d'infants                                      |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.12. PROJECTE ORGULLOSOS DE LES GARRIGUES</b>  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.12.1. Campanya d'autoestima cap a la comarca dirigida a tota la població   |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.12.2. Crear la Marca Garrigues per projectar i comunicar la comarca  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.12.3. Projecte per identificar "Ambaixadors de l'oli" entre garriguencs "exiliats"   |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.13. PROJECTE VALORITZACIÓ DEL PATRIMONI I LA CULTURA DE LES GARRIGUES</b>   |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.13.1. Disseny de la Carta del Paisatge de les Garrigues  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.13.2. Projecte per posar en valor el sector de la pedra a les Garrigues  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.13.3. Programa que inclogui el servei de realització del PLA D'USOS i el MODEL DE GESTIÓ de recursos patrimonials          |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.13.4. Iniciativa per connectar el patrimoni de les Garrigues amb xarxes nacionals i internacionals                         |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.3.13.5. Campanya per embellir els pobles i el paisatge de les Garrigues  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.14. PROJECTE INFRAESTRUCTURES PER LES OPORTUNITATS</b>  |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.4.14.1 Articulació d'un grup de pressió que actuï com a lobby a la comarca per millorar les infraestructures a nivell global |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>P.15. PROJECTE DE FOMENT D'UN MODEL DE GOVERNANÇA DEL TERRITORI BASAT EN LA COOPERACIÓ I LA COL·LABORACIÓ</b>               | TRANSVERSAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.5.15.1. Crear la Comissió de Seguiment del Pla Estratègic i constitució de Grups d'Impuls per projectes                      | TRANSVERSAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| A.5.15.2. Programa de col·laboració a nivell intern i amb les comarques veïnes   | TRANSVERSAL |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## 3. Pla de seguiment

### 3.1. Introducció

Un pla estratègic no acaba amb la seva redacció, sinó que és llavors quan comença a caminar de veritat i cal donar pas a la **Fase d'implementació** per al seguiment i l'execució del Pla estratègic de les Garrigues.

En aquesta fase d'implementació, els **objectius principals** són els següents:

- ✓ **Assolir les fites definides** mitjançant el desenvolupament de les accions acordades.
- ✓ Implantar un **sistema de treball** en xarxa al territori que afavoreixi el desenvolupament de les actuacions.
- ✓ Instaurar **mecanismes de control i seguiment de les accions**, d'anàlisi permanent de l'entorn i de reformulació de les accions, si cal.

Els **continguts** d'aquesta fase se centren en la implementació de les accions previstes en el pla d'acció mitjançant:

- a) La creació d'una **estructura d'acció i participació estable** formada per les persones encarregades de l'impuls i seguiment de les accions.
- b) El manteniment d'un **calendari regular de reunions** amb les persones implicades en el desenvolupament de les accions per tal d'avaluar els avanços i els frens d'aquestes.
- c) La **incorporació a l'agenda municipal i institucional** del territori de les actuacions de suport al desenvolupament del pla d'acció.

La **metodologia** que aquí es presenta parteix de les següents premisses com a requisits indispensables per a què el Pla estratègic territorial de la comarca de les Garrigues esdevingui un instrument efectiu:

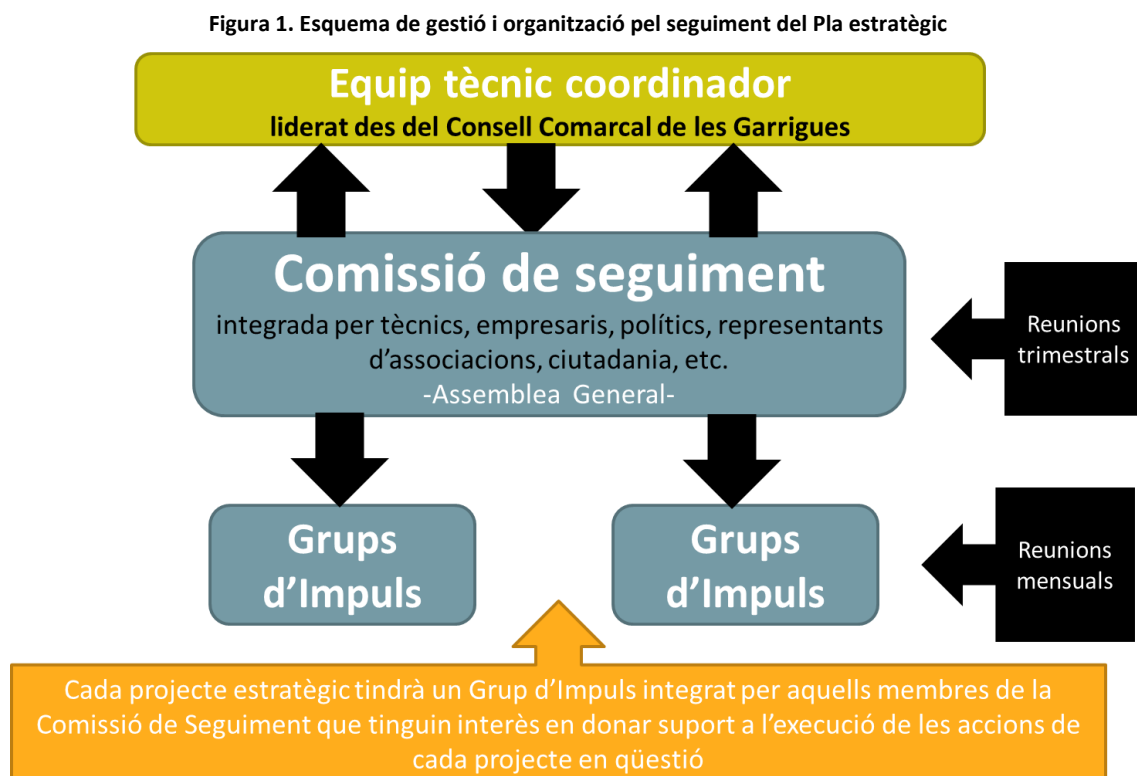
1. Estratègia clara a nivell institucional.
2. Lideratge des del Consell Comarcal amb la complicitat dels ajuntaments i dels agents econòmics i socials de la comarca

3. Dotació de recursos humans i financers.
4. Dedicació i capacitat tècnica.
5. Complicitat polític-tècnica.
6. Adaptació de l'enfocament de les accions al context canviant (territori i polítiques públiques).
7. Creació de relacions de coneixement i confiança.
8. Implicació i compromís dels agents clau.
9. Establiment d'estructures de cooperació públic-privades.
10. Determinació d'una agenda de treball conjunta.
11. Transparència i difusió dels passos realitzats

## 3.2. Marc organitzatiu

*La concreció del marc de cooperació i del sistema de gestió previst per a la Fase d'implementació del Pla Estratègic territorial de la comarca de les Garrigues es va consensuar públicament durant l'Acte de Presentació pública dels resultats del Pla estratègic del 29 de juny de 2016.*

L'esquema de l'estructura de gestió i organització pel seguiment del Pla estratègic seria el que es mostra a continuació:



Font: Elaboració pròpia

### ➤ Equip tècnic coordinador

El sistema d'organització que es preveu per a la Fase d'implementació partirà d'un lideratge des de l'entitat promotora del Pla estratègic: el Consell Comarcal de les Garrigues per mitjà d'un **EQUIP TÈCNIC COORDINADOR** integrat per representants del Consell i diversos tècnics de les diferents àrees de l'entitat: promoció econòmica, turisme, cultura, joventut, principalment, establint col·laboracions amb tècnics d'altres àrees quan l'execució d'un projecte ho faci recomanable.

Les **tasques** de l'**EQUIP TÈCNIC COORDINADOR** seran:

11. Coordinar el cicle de desenvolupament del Pla Estratègic: planificació/programació, execució, avaluació i actualització, amb caràcter anual.
12. Reorientar les accions proposades en el Pla d'Acció, si procedeix, atenent a possibles canvis del context territorial i en relació amb les polítiques públiques i l'accés a possibles fonts de finançament.
13. Execució de les accions, amb recursos tècnics propis i/o amb recursos externs, segons la temporització prevista.
14. Avaluació de les accions. Per això, es disposarà de dos instruments, a actualitzar anualment:
  - c. Fitxa de seguiment de les accions. Per a la totalitat de les accions.
  - d. Indicadors de seguiment de les accions. Per a les accions executades.
15. Coordinació de les reunions amb la COMISSIÓ DE SEGUIMENT (trimestrals) i amb els GRUPS D'IMPULS (mensuals), incloent la preparació de les ordres del dia, documents previs de treball i actes de les reunions.
16. Cercar finançament per a les accions del Pla Estratègic.
17. Coordinar altres tècnics (a nivell del Consell Comarcal o dels consistoris municipals) perquè executin accions previstes en el Pla Estratègic.
18. Coordinar la contractació d'empreses externes per a l'execució d'aquelles accions que no sigui possible assumir amb recursos propis des del Consell Comarcal o que requereixen de subcontractacions especialitzades.
19. Actualitzar periòdicament el Pla Estratègic
20. Actualitzar anualment les fitxes i indicadors de seguiment del Pla Estratègic.

### ➤ **Comissió de Seguiment**

Durant l'Acte de presentació final dels resultats del Pla estratègic es va dur a terme una ***Dinàmica participativa amb les persones assistents a l'acte per a la constitució de la Comissió de Seguiment del Pla Estratègic de les Garrigues 2015-2025.***

**L'EQUIP TÈCNIC COORDINADOR** serà el responsable tècnic de l'execució de les actuacions dels diferents projectes recollits al Pla d'Acció i es coordinarà directament amb la **COMISSIÓ DE SEGUIMENT** integrada per aquests mateixos tècnics i també d'altres tècnics del Consell o dels ajuntaments, empresaris, polítics, representants d'associacions i ciutadania.

Els **objectius** de la **COMISSIÓ DE SEGUIMENT** que es van consensuar foren:

- ✓ *Informar i donar orientacions a l'Equip Tècnic Coordinador.*
- ✓ *Avaluar el grau d'implementació del Pla Estratègic.*
- ✓ *Compartir visions diferents de sectors, organismes, línies de treball.*

També es va acordar que el calendari de les reunions de la Comissió de Seguiment seria trimestral, en una ubicació itinerant per diferents espais de la comarca per tal d'afavorir la cohesió del territori i, previsiblement, en horari de vespres.

La dinàmica de les reunions de la Comissió de Seguiment es centrarà en un format d'Assemblea General en el qual, per una banda, les persones dels membres dels Grups d'Impuls exposaran els avenços realitzats en els projectes estratègics i es consensuaran els propers passos a seguir. Els membres de la Comissió podran fer les seves aportacions, recomanacions i suggerències als diferents Grups d'Impuls per contribuir al desenvolupament de les accions de cada projecte.

### ➤ **Grups d'Impuls**

Per a cadascun dels projectes estratègic del Pla es preveu constituir un Grup d'impuls, que estarà format pels agents implicats previstos en les diferents accions del projecte més membres de la Comissió de Seguiment que en el moment de l'inici de la preparació de l'acció s'hi vulguin implicar i comprometre.

El seu objectiu és aportar informació i opinió en totes les fases d'execució de l'acció, així com legitimar el seu procés.

El Grup d'impuls es reunirà mensualment, durant tot el període de preparació de l'acció i durant el primer trimestre de la seva execució, per tal de fer una primera valoració del seu funcionament i aportar noves idees i propostes i estarà coordinat per un dels tècnics de l'Equip Tècnic Coordinador.



*La definició i constitució de la Comissió de Seguiment i dels Grups d'Impuls s'ha realitzat en el marc de l'acte de presentació pública dels resultats del Pla estratègic realitzat el 29 de juny de 2016.*

***Un total de 17 persones representants de diferents perfils de l'àmbit públic i privat interessats en implicar-se amb la implementació del Pla estratègic han manifestat el seu compromís de formar part de la Comissió de Seguiment i s'hi han apuntat. Així mateix, el grup s'ha emplaçat a la primera reunió de treball, que tindrà lloc el proper 26 de juliol a les Borges Blanques.***

***La Comissió de seguiment i els Grups d'Impuls són espais oberts i dinàmics per tal que tothom que ho vulgui s'hi pugui anar sumant a mesura que es vagi posant en marxa el Pla estratègic. Per tant, el procés d'adhesió a la Comissió de Seguiment resta obert i ja s'han rebut noves sol·licituds d'interessats a ser-ne membres actius.***

☐ ***Mecanismes per sol·licitar formar part de la Comissió de seguiment i dels Grups d'Impuls:***

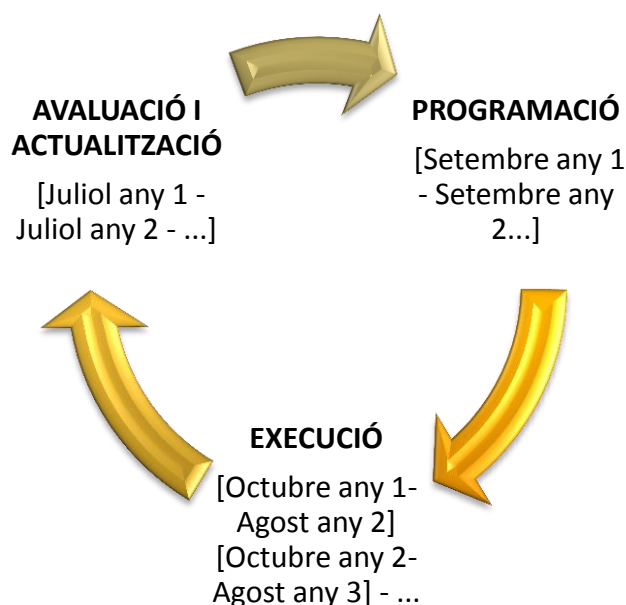
- *Enviar un mail a : [fentcami@garrigues.cat](mailto:fentcami@garrigues.cat)*
- *Trucar al Consell Comarcal: 973 14 26 58*

### 3.3. Funcionament de la implantació

Paral·lelament a establir el marc organitzatiu per a la implantació i seguiment del Pla, caldrà establir alhora un funcionament adient del procés d'implantació que garanteixi el correcte desenvolupament i seguiment del Pla estratègic.

Serà responsabilitat de l' **EQUIP TÈCNIC COORDINADOR: la planificació, execució, avaluació i actualització del Pla Estratègic** d'acord amb un cicle que garanteixi el correcte desenvolupament de les accions que integren els projectes, així com el seu seguiment.

Figura 2. Cicle per al seguiment i desenvolupament de les accions



Es proposa que el cicle es realitzi anualment. A continuació s'explica en què consistiria cadascuna de les fases:

1. **Fase de planificació.** Consisteix en programar aquelles accions del Pla Director que es preveuen executar durant el següent any. Cal fer aquesta fase abans que s'aprovin els pressupostos anuals.
2. **Fase d'execució.** Consisteix en executar les accions previstes en el Programa anual del Pla Estratègic
3. **Fase d'avaluació i actualització.** Consisteix en avaluar el grau d'assoliment dels objectius previstos de les accions identificades per a realitzar, així com la revisió i actualització del Pla Estratègic per tal d'anar identificant accions que cal modificar, ampliar o corregir en funció del que es consideri necessari.

*Un cop finalitzada la fase d'actualització, es tornarà a iniciar el cicle anual, començant per la fase de planificació*

### 3.4. Eines per a l'avaluació

El desenvolupament de cada acció serà avaluat d'acord amb les etapes que hagin estat completades fins a la seva total execució. A continuació es presenta una proposta de fitxa de seguiment de les accions:

#### **FULL DE SEGUIMENT** DE LES ACTUACIONS dels GRUPS D'IMPULS

| Nº de reunió   |                              | Data de revisió del full de seguiment |                |
|--|------------------------------|---------------------------------------|----------------|
| CODI ACCIÓ   | Projecte estratègic:         |                                       |                |
|  | Nom acció                    |                                       |                |
|  | Coordinador d'aquesta acció: |                                       | Termini inici: |
| MEMBRES del Grupd'Impuls                                   |                              |                                       |                |
| Activitat/Fase 1   |                              |                                       |                |
| <b><u>Passos a realitzar:</u></b>                          |                              |                                       |                |
| Pas 1:   |                              |                                       |                |
| Pas 2:   |                              |                                       |                |
| ....   |                              |                                       |                |
| <b><u>Acords i revisió dels avenços:</u></b>               |                              |                                       |                |
|  |                              |                                       |                |
| <b>Termini previst de finalització de l'activitat/fase</b> |                              |                                       |                |
| Activitat/Fase 2   |                              |                                       |                |
| <b><u>Passos a realitzar:</u></b>                          |                              |                                       |                |
| Pas 1:   |                              |                                       |                |
| Pas 2:   |                              |                                       |                |
| ....   |                              |                                       |                |
| <b><u>Acords i revisió dels avenços:</u></b>               |                              |                                       |                |
|  |                              |                                       |                |
| <b>Termini previst de finalització de l'activitat/fase</b> |                              |                                       |                |

*Nota: S'afegirien tants apartats d'Activitats/Fases com sigui necessari d'acord amb cada acció.*

El conjunt de fitxes de seguiment es podran agrupar en un matriu per tal de disposar d'un document sintètic de seguiment del Pla d'Acció.

Es recomana realitzar **UN INFORME DE L'ESTAT D'EXECUCIÓ** del Pla d'Acció amb caràcter anual. Per tant, el primer informe es preveu per al juny del 2017 on es recullin els avenços realitzats respecte a les accions iniciades, la previsió d'accions a iniciar i les modificacions o canvis que s'hagin pogut produir.

### 3.5. Eines per a la comunicació del seguiment

La comunicació a l'hora de la implementació d'un Pla estratègic és essencial no només com un exercici de transparència democràtica sinó també com un deure cap a la societat.

Al mateix temps, és la forma d'establir un lligam amb la societat com a retorn de l'esforç de la seva participació i col·laboració en les fases de disseny i redacció del Pla Estratègic per tal de donar a conèixer els avenços realitzats en la posada en marxa dels projectes estratègics i de les seves accions.

Per tal de complir aquesta funció comunicativa, el Pla estratègic de les Garrigues comptarà amb dues eines que ja ha emprat durant la fase de redacció del Pla que caldrà que l'Equip Tècnic Coordinador mantingui actualitzades i que gestioni diàriament:

- a) Mail: [fentcamiarrigues.cat](mailto:fentcamiarrigues.cat)
- b) Blog: [www.lesgarriguesfentcami.cat](http://www.lesgarriguesfentcami.cat)



## 3.6. Sistema d'indicadors

Els **indicadors** són instruments per al seguiment i avaluació, i són unitats de mesura de variables clau.

Els indicadors compleixen dues **funcions**:

- De caràcter descriptiu, per tal d'aportar informació sobre una situació o evolució determinada.
- De caràcter valoratiu, per apreciar els efectes provocats pel projecte.

Alhora, en el moment de creació del sistema d'indicadors, cal que aquests reuneixin una sèrie de **qualitats** que els atorguen la validesa. Aquestes qualitats són les següents:

- *Rellevància*. La informació que ens aporta l'indicador és rellevant per al que es vol analitzar.
- *Pertinença*. L'indicador és adequat per a allò que es vol mesurar.
- *Objectivitat*. El càlcul no és ambigu, no és subjectiu.
- *Univocitat*. El que expressa no permet interpretacions equivoques.
- *Sensibilitat*. La mesura és prou eficaç per identificar variacions petites.
- *Precisió*. El marge d'error és petit.
- *Accessibilitat*. Facilitat d'interpretació, i facilitat de càlcul.

El sistema d'indicadors que s'ha creat per al seguiment i avaluació del Pla s'estructura en:

- **Indicadors de context**: proporcionen informació sobre les tendències generals del territori i aporten informació per poder ajustar segons el moment la programació dels projectes a executar.
- **Indicadors de seguiment**: són els recollits en cada fitxa d'acció del Pla d'acció.
- **Indicadors de repercussió o impacte**: donen informació sobre els efectes del Pla en el territori en relació amb els seus objectius general i específics

El sistema d'indicadors del Pla està format per **36 indicadors de context, 156 indicadors de seguiment i 10 indicadors de repercussió o impacte**.

A continuació es presenta en forma de taula-resum el **sistema d'indicadors de seguiment i avaluació proposat**:

### 3.6.1. Indicadors de context

| Àmbit    | Indicador (unitats)  | Font    | Evolució recent  | Evolució futura<br>– periodicitat<br>de càlcul | Tendència desitjada |
|----------|--|---------|--|--|---------------------|
| Població | <b>Població total</b> (nombre)   | Idescat | Any 2012 – 20.212<br>Any 2013 – 20.058<br>Any 2014 – 19.762<br>Any 2015 – 19.342 | Anual  | ↑ o =               |
|          | <b>Població de 0 a 15 anys</b> (%)   | Idescat | Any 2012 – 13,60<br>Any 2013 – 13,57<br>Any 2014 – 13,65                         | Anual  | ↑ o =               |
|          | <b>Població de 16 a 64 anys</b> (%)  | Idescat | Any 2012 – 61,54<br>Any 2013 – 61,14<br>Any 2014 – 60,83                         | Anual  | ↑ o =               |
|          | <b>Població de més de 65 anys</b> (%)  | Idescat | Any 2012 – 24,86<br>Any 2013 – 25,30<br>Any 2014 – 25,52                         | Anual  | ↑ o =               |
|          | <b>Índex d'envelliment</b> (%)<br>[Població de 65 anys i més / Població de 0-14 anys]*100  | Idescat | Any 2012 – 194<br>Any 2013 – 199<br>Any 2014 – 199                               | Anual  | = o ↓               |
|          | <b>Índex de sobreenvelliment</b> (%)<br>[Població de 85 anys i més / Població de 65 anys i més]*100  | Idescat | Any 2012 – 19<br>Any 2013 – 19<br>Any 2014 – 20                                  | Anual  | = o ↓               |
|          | <b>Índex de dependència global</b> (%)<br>[(Pobl. de 65 anys i més + Pobl. de 0-14 anys) / Pobl. de 14 a 64 anys]*100                              | Idescat | Any 2012 – 60<br>Any 2013 – 61<br>Any 2014 – 62                                  | Anual  | = o ↓               |
|          | <b>Índex de dependència juvenil</b> (%) [Pobl. menor de 15 anys/ Pobl. de 15 a 64 anys]*100  | Idescat | Any 2012 – 21<br>Any 2013 – 21<br>Any 2014 – 21                                  | Anual  | ↑ o =               |
|          | <b>Índex de dependència de la gent gran</b> (%)<br>[Quocient entre el nombre de persones de 65 anys i més i el nombre de persones de 15 a 64 anys] | Idescat | Any 2012 – 40<br>Any 2013 – 41<br>Any 2014 – 41                                  | Anual  | = o ↓               |
|          | <b>Densitat de població</b> (%)  | Idescat | Any 2010 – 25  | Anual  | =                   |

|                 |   |                                  |  |             |                      |
|-----------------|---|----------------------------------|--|-------------|----------------------|
|                 | [Habitants / km <sup>2</sup> ]  |                                  | Any 2014 – 24  |             |                      |
|                 | <b>Índex de recanvi de la població en edat actives (%)</b><br>[ Pobl. de 60 a 64 anys/ Pobl. 15 a 19 anys.]*100 | Idescat                          | Any 2012 – 153<br>Any 2013 – 148<br>Any 2014 – 148                     | Anual       | ↓                    |
|                 | <b>Edat mitjana de la població (nombre)</b>   | Idescat                          | Any 2012 – 46,05<br>Any 2013 – 46,33<br>Any 2014 – 46,55               | Anual       | ↓                    |
|                 | <b>Taxa de natalitat</b> (tant per mil)   | Idescat                          | Any 2014 – 7,41  | Anual       | ↑ o =                |
|                 | <b>Taxa de mortalitat</b> (tant per mil)  | Idescat                          | Any 2014- 12,71  |             |                      |
|                 | <b>Immigració exterior</b> (nombre)   | Idescat                          | Any 2014 – 79  | Anual       | ↑ o =                |
|                 | <b>Immigració estatal</b> (nombre)  |                                  | Any 2014- 629  |             | ↑ o =                |
|                 | <b>Emigració estatal</b> (nombre)   |                                  | Any 2014- 752  |             | ↓                    |
|                 | <b>Població nascuda a Catalunya (%)</b>   | Idescat                          | Any 2014- 81   | Anual       | ↑ o =                |
|                 | <b>Població nascuda a la resta de l'Estat (%)</b>   | Idescat                          | Any 2014 – 6,54  | Anual       | ↑ o =                |
|                 | <b>Població nascuda a l'estranger (%)</b>   | Idescat                          | Any 2014- 12,48  | Anual       | ↑ o =                |
| <b>Economia</b> | <b>Renda Bruta Familiar Disponible (Rbfd) per habitant</b> (milers d'€)   | Idescat                          | Any 2012 (base 2010) – 14,4  | Quinquennal | ↑ o =                |
|                 | <b>Atur registrat total</b> (nombre)  | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2013- 1.146<br>Any 2014- 1.073<br>Any 2015 – 945<br>Juny 2016 –844 | Anual       | ↓                    |
|                 | <b>Atur registrat. Homes</b> (nombre)   | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 489   | Anual       | ↓                    |
|                 | <b>Atur registrat. Dones</b> (nombre)   | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015- 456  | Anual       | ↓                    |
|                 | <b>Contractació indefinida. Homes</b> (nombre)  | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015- 275  | Anual       | ↑                    |
|                 | <b>Contractació indefinida. Dones</b> (nombre)  | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 3159  | Anual       | ↑                    |
|                 | <b>Contractació temporal. Homes</b> (nombre)  | Observatori                      | Any 2015 – 3.153   | Anual       | = o ↓ (a favor de la |

|  |                                  |                  |       |  |   |
|--|----------------------------------|------------------|-------|--|---|
|  | d'Empresa i Ocupació             |                  |       |  | contractació indefinida)                      |
| <b>Contractació temporal. Dones (nombre)</b>                                 | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 1.471 | Anual |  | = o ↓ (a favor de la contractació indefinida) |
| <b>Contractes fixes totals (%)</b>   | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 9     | Anual |  | ↑   |
| <b>Contractes temporals totals (%)</b>                                       | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 91    | Anual |  | = o ↓ (a favor de la contractació indefinida) |
| <b>Població afiliada al Règim General de la Seguretat Social (nombre)</b>    | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015 – 3.133 | Anual |  | ↑ o =   |
| <b>Població afiliada al Règim Especial de Treballadors Autònoms (nombre)</b> | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015– 2.219  | Anual |  | ↑ o =   |
| <b>Població total afiliada a l'agricultura (%)</b>                           | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015– 23     | Anual |  | ↑ o =   |
| <b>Població total afiliada a la indústria (%)</b>                            | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015– 19     | Anual |  | ↑ o =   |
| <b>Població total afiliada a la construcció (%)</b>                          | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015– 11     | Anual |  | ↑ o =   |
| <b>Població total afiliada als serveis (%)</b>                               | Observatori d'Empresa i Ocupació | Any 2015– 47     | Anual |  | ↑ o =   |



### 3.6.2. Indicadors de seguiment dels projectes

| Projecte                  | Acció    | Indicador (unitat)   | Resultat esperat  |
|---------------------------|----------|--|---|
| P.1.Millora sector agrari | A.1.1.1. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de participants als tallers participatius</li> <li>- Nombre de tallers participatius realitzats</li> <li>- Nombre d'accions definides al Pla d'acció del sector agrari</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 30 participants als tallers participatius</li> <li>- Mínim de 3 tallers participatius realitzats</li> <li>- Mínim de 15 accions definides en el Pla d'acció</li> </ul>  |
|                           | A.1.1.2  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents al programa formatiu.</li> <li>- Nombre d'empresaris que s'inicien en producció ecològica</li> <li>- Qüestionari de valoració dels assistents al programa</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 10 persones assistents al programa formatiu.</li> <li>- Mínim d'1 empresari que inicia una activitat de producció ecològica al cap de 6 mesos.</li> <li>- Valoració satisfactòria entre els assistents al programa.</li> </ul>  |
|                           | A.1.1.3  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre pagesos formats</li> <li>- Nombre de pagesos que introdueixen un nou cultiu</li> <li>- Qüestionari de valoració per part dels assistents</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 25-30 pagesos formats.</li> <li>- Mínim d'1 pagès que introdueix un nou cultiu al cap de 6 mesos d'haver realitzat la formació.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>  |
|                           | A.1.1.4  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre pagesos formats</li> <li>- Qüestionari de valoració per part dels assistents</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 pagesos formats.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>   |
|                           | A.1.1.5  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de trobades realitzades</li> <li>- Nombre de persones integrants del grup de treball</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 4 trobades realitzades</li> <li>- Mínim de 15-20 persones integrants del grup de treball</li> </ul>   |
|                           | A.1.1.6  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de propietaris forestals assistents</li> <li>- Qüestionari de valoració per part dels assistents</li> <li>- Nombre d'entrevistes realitzades</li> <li>- Nombre de models de gestió identificats</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 10 propietaris forestals assistents a la presentació i a la taula rodona</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> <li>- Mínim de 15 entrevistes realitzades a propietaris forestals</li> <li>- Mínim d'1 model de gestió identificat com a idoni per a la comarca</li> </ul> |
|                           | A.1.1.7  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents a la jornada</li> <li>- Nombre de propietaris interessats en el banc de terres</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 25 persones del sector agrari assistents a la jornada informativa .</li> <li>- Mínim de 10 propietaris interessats en llogar les seves terres</li> </ul>  |
|                           | A.1.1.8  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de joves usuaris del servei</li> <li>- Nombre de tutors</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 5 i màxim de 10 joves que han estat usuaris del servei</li> <li>- Mitjana de 5 tutories/emprenedor</li> <li>- Valoració positiva del servei per part dels usuaris</li> </ul>  |

|                                       |                 |  |  |
|---------------------------------------|-----------------|--|--|
| <b>P.2. Modernització oli</b>         | <b>A.1.2.1</b>  | - Nombre de cooperatives participants a les sessions<br>- Nombre de cooperatives participants a les tutories   | - Entre 10-15 cooperatives participants a les sessions grupals.<br>- Entre 8-10 cooperatives participants a les tutories personalitzades   |
|                                       | <b>A.1.2.2.</b> | - Nombre d'empreses participants<br>- Qüestionari de valoració dels participants   | - Mínim de 10 empreses elaboradores d'oli.<br>- Valoració positiva per part dels assistents  |
|                                       | <b>A.1.2.3.</b> | - Nombre d'assistents al curs<br>- Nombre de prototips de dissenys realitzats<br>- Qüestionari de valoració dels participants  | - Mínim de 10 assistents al curs.<br>- Entre 5 i 10 prototipus de dissenys diferents.<br>- Valoració positiva per part dels assistents.  |
|                                       | <b>A.1.2.4.</b> | - Nombre de reunions realitzades<br>- Nombre d'actes de les reunions realitzades   | - Mínim de 4 reunions realitzades per la taula de treball<br>- Actes de les reunions   |
|                                       | <b>A.1.2.5</b>  | - Nombre de reunions realitzades<br>- Nombre d'actes de les reunions realitzades   | - Mínim de 4 reunions realitzades per la taula de treball<br>- Actes de les reunions   |
| <b>P.3. Activitat agroalimentària</b> | <b>A.1.3.1</b>  | - Nombre de persones assistents a les visites<br>- Nombre d'experiències que integrin el catàleg   | - Mínim de 15 assistents a les visites tècniques.<br>- Mínim de 10 experiències del catàleg de descoberta dels productes local   |
|                                       | <b>A.1.3.2</b>  | - Nombre de productes singulars identificats<br>- Nombre de restaurants assistents a la jornada<br>- Nombre d'accions de promoció dels productes singulars<br>- Nombre d'accions innovadores per productes singulars | - Mínim de 5 productes singulars identificats i caracteritzats<br>- Mínim de 10 restaurants assistents a la jornada<br>- Mínim de 2 accions de promoció dels productes singulars<br>- Mínim d'1 acció per innovar o millorar algun producte singular |
|                                       | <b>A.1.3.3</b>  | - Nombre d'assistents al networking<br>- Nombre de restaurants assistents a la formació<br>- Nombre de productors/elaboradors participants   | - Entre 15 i 25 assistents al networking.<br>- Mínim de 10 restaurants participants a la formació<br>- Mínim de 25 productors/elaboradors participants al Catàleg  |
|                                       | <b>A.1.3.4</b>  | - Nombre d'entrevistes realitzades<br>- Tipus de sòl industrial identificat<br>- Nombre i perfil d'empreses censades   | - Mínim de 10 entrevistes realitzades.<br>- Nombre i perfil de sòl industrial identificat i analitzat<br>- Nombre i perfil d'empreses censades   |
|                                       | <b>A.1.3.5</b>  | - Nombre de persones integrants del grup de treball<br>- Nombre de reunions realitzades<br>- Nombre d'activitats experiencial realitzades  | - Entre 5 i 10 persones integrants del grup de treball<br>- Mínim de 4 reunions realitzades<br>- Mínim de 5 activitats experiencials a realitzar als municipis de la comarca   |
|                                       | <b>A.1.3.6</b>  | - Nombre d'indicadors de qualitat avaluats<br>- Nombre de fires analitzades  | - Mínim de 5 indicadors de qualitat avaluats<br>- Mínim de 5 fires analitzades   |
| <b>P. 4. Destinació turística</b>     | <b>A.1.4.1</b>  | - Nombre de persones integrants del grup de treball<br>- Nombre de reunions realitzades  | - Entre 15-20 persones integrants del grup de treball d'oleoturisme<br>- Mínim de 4 reunions realitzades   |

|                |   |  |
|----------------|---|--|
| <b>A.1.4.2</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents al programa formatiu</li> <li>- Nombre d'empreses interessades en aplicar innovacions entorn de la cultura de l'oli</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 25-30 professionals de la comarca amb vinculació al món de l'oli participants en el programa formatiu.</li> <li>- Entre 8-10 empreses que han identificat innovacions que realitzaran a les seves empreses per potenciar la cultura de l'oli en la seva estratègia empresarial.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>   |
| <b>A.1.4.3</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents al programa formatiu</li> <li>- Nombre d'empreses creades arran del programa formatiu</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 persones formades en guiatge interpretatiu.</li> <li>- Entre 3-4 empreses de guiatge interpretatiu de nova creació o en vies de constituir-se a la comarca de les Garrigues</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>   |
| <b>A.1.4.4</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents als seminaris</li> <li>- Nombre de futurs emprenedors interessats en crear nous productes turístics</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 professionals vinculats al món de l'oli assistents als seminaris</li> <li>- Entre 5-6 futurs emprenedors interessats en crear nous productes turístics assistents</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>   |
| <b>A.1.4.5</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents al seminari</li> <li>- Nombre de futurs emprenedors interessats en crear nous productes ecoturístics</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 persones assistents al seminari</li> <li>- Entre 3-4 futurs emprenedors en noves iniciatives en ecoturisme</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>  |
| <b>A.1.4.6</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'assistents al programa</li> <li>- Nombre de futurs emprenedors en el sector turístic</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 10-15 persones participants en el programa</li> <li>- Entre 5-8 empreses de nova creació o en vies de constituir-se a la comarca de les Garrigues.</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>  |
| <b>A.1.4.7</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de visites al web de Turisme Garrigues:</li> <li>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics</li> <li>- Augment de les visites guiades realitzades</li> <li>- Increment de les consultes realitzades a les oficines de turisme i punts d'informació turística de la comarca</li> <li>- Increment volum de vendes en el comerç</li> <li>- Increment de nous negocis turístics:</li> <li>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube</li> <li>- Nombre de seguidors de les xarxes socials</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de visites al web de Turisme Garrigues: 2.500, com a mínim</li> <li>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics: 40%</li> <li>- Augment de les visites guiades realitzades: 30%</li> <li>- Increment de les consultes realitzades a les oficines de turisme i punts d'informació turística de la comarca: 40%</li> <li>- Increment volum de vendes en el comerç: 20%</li> <li>- Increment de nous negocis turístics: 10%</li> <li>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube</li> <li>- Nombre de seguidors de les xarxes socials</li> </ul> |
| <b>A.1.4.8</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de nous punts d'informació creats</li> <li>- Grau d'aplicació del protocol de recollida de dades de</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 3 i 4 nous punts d'informació turística creats</li> <li>- El 90% de les oficines de turisme i punts d'informació turística</li> </ul>   |

|                                       |   |  |
|---------------------------------------|---|--|
|                                       | turistes  | apliquen el protocol de recollida de dades consensuat  |
|                                       | <b>A.1.4.9</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de professionals participants al <i>fam trip</i></li> <li>- Grau de participació de les empreses turístiques de la comarca</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> <li>- Grau de participació al grup de treball</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 12-14 professionals que participen al <i>fam trip</i></li> <li>- Més del 60% de les empreses turístiques de la comarca participen al <i>workshop</i></li> <li>- Nivell de satisfacció dels professionals arran del <i>fam trip</i></li> <li>- Més del 50% dels participants del <i>fam trip</i> s'apunten al Grup de Treball</li> </ul> |
|                                       | <b>A.1.4.10</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grau d'adhesió de les empreses de la comarca al sistema SICTED (valorar per anualitats)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un del 40% de les empreses turístiques del territori adherides al sistema SICTED el 1er any i un 70% a partir del segon any.</li> </ul>   |
| <b>P.5. Activitat comercial</b>       | <b>A.1.5.1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de comerços participants a l'estudi</li> <li>- Nombre de pobles beneficiats de l'acció</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 40-50 comerços participants en l'estudi sobre el comerç a les Garrigues.</li> <li>- Entre 10-15 pobles (dels 24 que té les Garrigues) beneficiats per la implementació d'un model per mantenir el seu comerç obert.</li> </ul>  |
|                                       | <b>A.1.5.2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de comerços participants al programa de formació</li> <li>- Nombre de comerços traspassats sense tancar</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20-25 comerços participants al programa de formació</li> <li>- Entre 5-10 comerços que han pogut ser traspassats sense haver de tancar</li> </ul>   |
|                                       | <b>A.1.5.3</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grau de participació dels comerços en la campanya</li> <li>- Increment de vendes dels comerços locals en 1 any</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Més del 50% dels comerços de les Garrigues participants en la campanya.</li> <li>- Mínim d'un 25% d'increment de vendes als comerços locals arran de la campanya</li> </ul>   |
| <b>P.6. Economia verda i circular</b> | <b>A.1.6.1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'empreses participants al cicle</li> <li>- Qüestionari de valoració dels participants</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínim de 15 empresaris assistents al cicle</li> <li>- Valoració positiva per part dels assistents</li> </ul>  |
| <b>P.7. Gent gran</b>                 | <b>A.2.7.1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grau d'implicació dels professionals dels serveis a les persones en relació a la Plataforma</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un 80% dels professionals i entitats dedicats als serveis de les persones de la comarca implicats en la Plataforma</li> </ul>   |
|                                       | <b>A.2.7.2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de professionals que responen l'enquesta de necessitats formatives</li> <li>- Nombre de professionals formats anualment.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre un 50 i un 60% dels professionals vinculats a la Plataforma que responen l'enquesta de necessitats formatives.</li> <li>- Entre un 30 i un 40% dels professionals vinculats a la Plataforma formats anualment.</li> </ul>   |
|                                       | <b>A.2.7.3</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre d'empreses de transport implicades en el projecte.</li> <li>- Grau d'utilització del servei en el perfil d'usuaris potencials.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 3-5 empreses de transport de la comarca implicades en el projecte</li> <li>- Entre un 40-50% del potencial de persones que podrien usar el servei, el sol·liciten regularment</li> </ul>  |
|                                       | <b>A.2.7.4</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de places d'atenció a la gent gran amb que es podrà comptar si hi ha un nou centre tipus SAIAR</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entre 20 i 25 places que podrà atendre aquest possible nou centre d'atenció a la gent gran (si és com el de la Granadella)</li> </ul>   |

|                                    |  |   |   |
|------------------------------------|--|---|---|
|                                    | <b>A.2.7.5</b>   | - Nombre de persones grans que vivien fora de la comarca que han retornat a les Garrigues per mitjà del programa de retorn de gent gran.  | - Nombre de persones grans que vivien fora de la comarca que han retornat a les Garrigues per mitjà del programa de retorn de gent gran.  |
| <b>P.8. Joves</b>                  | <b>A.2.8.1.</b>  | - Nombre de joves formats   | - Entre 20-25 joves formats en empoderament i lideratge juvenil   |
|                                    |  | - Nombre de joves participants al fòrum   | - Entre 30-35 persones participant en el fòrum pels joves   |
|                                    |  | - Nombre de joves participants a la taula d'experiències  | - Entre 20-25 joves participant a la taula d'experiències   |
|                                    | <b>A.2.8.2</b>   | - Nombre de joves formats<br>- Nombre de reunions del grup de treball<br>- Nombre d'exemplars distribuïts /descarregats de la Guia de la formació de la comarca de les Garrigues.   | - Entre 25-30 joves formats/per any d'acord la prospecció i les oportunitats identificades.<br>- Entre 3-4 reunions anuals del Grup de Treball constituït<br>- Nombre d'exemplars distribuïts /descarregats de la Guia de la formació de la comarca de les Garrigues. |
| <b>A.2.8.3</b>                     | - Nombre de joves beneficiaris/any<br>- Nombre de joves interessats en retornar a la comarca/any | - Entre 25-30 joves participant en el projecte d'acompanyament i accions d'autoocupació per joves /any<br>- Entre 10-15 joves interessats en retornar a la comarca participant en una visita exploratòria a les Garrigues |   |
| <b>A.2.8.4.</b>                    | - Nombre de joves participants<br>- Nombre de joves del grup de treball                          | - Entre 20-25 joves participant del Laboratori d'idees<br>- Entre 5 i 10 joves integrant el grup de treball pel Bla Bla Car Garriguenc.   |   |
| <b>P.9. Esperit<br/>emprenedor</b> | <b>A.2.9.1.</b>  | - Increment del nombre de serveis oferts al CEI   | - Increment del nombre de serveis oferts al CEI (més d'un 50%)  |
|                                    |  | - Increment d'usuaris al CEI  | - Increment d'usuaris al CEI (més d'un 50%)   |
|                                    |  | - Increment d'empreses de nova creació ubicades al CEI  | - Increment d'empreses de nova creació ubicades al CEI (entre 10-15)  |
|                                    | <b>A.2.9.2.</b>  | - Nombre de trobades realitzades  | - Mínim de 4 trobades realitzades   |
|                                    |  | - Nombre de persones assistents/trobada   | - Mínim de 10 persones assistents/trobada   |
|                                    | <b>A.2.9.3.</b>  | - Nombre d'usuaris/any  | - Mínim de 50 usuaris del servei a l'any  |
|                                    |  | - Qüestionari de valoració del servei   | - Valoració positiva del servei   |
| <b>A.2.9.4.</b>                    | - Nombre d'usuaris/any   | - Entre 30-35 usuaris d'aquest servei el primer any   |   |
|                                    | - Nombre empreses constituïdes/any   | - Entre 5-6 empreses constituïdes arran d'aquest servei el primer any   |   |
| <b>A.2.9.5.</b>                    | - Nombre reunions realitzades  | - Mínim de 2 reunions realitzades   |   |
| <b>A.2.9.6.</b>                    | - Nombre d'escoles que incorporen l'emprenedoria a l'escola                                      | - Mínim de 5 escoles que incorporen l'emprenedoria a l'escola   |   |
| <b>A.2.9.7.</b>                    | - Nombre d'alcaldes que subscriuen l'acord de  | - Mínim de 12 alcaldes (la meitat de la comarca) que subscriuen   |   |

|  |                  |   |  |  |
|--|------------------|---|--|--|
|  |                  | compromís.  |  | l'acord de compromís amb la responsabilitat social   |
|  |                  | - Nombre de serveis publicats al catàleg  |  | - Mínim de 10 serveis publicats al Catàleg   |
| <b>P.10. Habitatge</b>                   | <b>A.2.10.1</b>  | - Nombre d'habitatges presents al diagnòstic<br>- Grau de participació dels propietaris amb habitatges buits per posar a la venda o lloguer.  |  | - Diagnòstic de l'habitatge realitzat entre el 80 i el 100% dels municipis de la comarca.<br>- Participació de més del 50% dels propietaris identificats en l'aplicació de les mesures que s'hagin estipulat per poder facilitar la posada en lloguer i venda dels habitatges  |
| <b>P.11. Escoles</b>                     | <b>A.2.11.1.</b> | - Grau de participació de les escoles rurals de la comarca.<br>- Nombre de protocols per salvar escoles iniciats/any<br>- Nombre d'escoles que tanquen després d'iniciar el projecte.   |  | - El 100% de les escoles rurals de les Garrigues participants al projecte.<br>- Entre 1-2 Protocols d'actuació per salvar l'escola iniciats el 1er any<br>- 0 escoles tancades a les Garrigues des de la implementació del projecte  |
| <b>P.12. Orgullosos de les Garrigues</b> | <b>A.3.12.1.</b> | - Nombre de participants en les accions de la campanya  |  | - Entre 30-35 persones mínim participants en cada acció de la campanya d'autoestima.   |
|  | <b>A.3.12.2.</b> | - Nombre de visites al web de la campanya<br>- Augment d'inscripcions a centres educatius<br>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics<br>- Augment de les visites guiades realitzades<br>- Increment de les consultes realitzades a l'oficina de turisme i al web de turisme de les Garrigues<br>- Increment volum de vendes en el comerç<br>- Percentatge del registre d'empreses a la comarca<br>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube<br>- Nombre de seguidors de les xarxes socials |  | - Nombre de visites al web de la campanya: 2.500, com a mínim<br>- Augment d'inscripcions a centres educatius: 10-15%<br>- Increment de les pernoctacions als allotjaments turístics: 40%<br>- Augment de les visites guiades realitzades: 30%<br>- Increment de les consultes realitzades a l'oficina de turisme i al web de turisme de les Garrigues: 40%<br>- Increment volum de vendes en el comerç: 20%<br>- Percentatge del registre d'empreses a la comarca: 10%<br>- Nombre de visites dels vídeos promocionals a Youtube: entre 700-1.000 visites<br>- Nombre de seguidors de les xarxes socials: entre 250-500 seguidors |
|  | <b>A.3.12.3</b>  | - Nombre de persones identificades per ser ambaixadors de l'oli/any<br>- Nombre d'ambaixadors de l'oli acreditats/any   |  | - Entre 10-15 persones clau identificades com a possibles ambaixadors/es de l'oli el 1er any<br>- Mínim 5 ambaixadors/es de l'oli acreditats el 1er any  |
|  | <b>A.3.13.1.</b> | - Nombre de persones participants a les reunions<br>- Nombre actors claus de la comarca que signen la cartes del paisatge de les Garrigues  |  | - Entre 25-30 persones participants a les reunions de treball per dissenyar la carta del paisatge.<br>- Més d'un 75% dels actors clau de la comarca signen la carta del paisatge   |
| <b>P.13. Patrimoni i cultura</b>         | <b>A.3.13.2.</b> | - Nombre d'ajuntaments participants del projecte  |  | - Tots els ajuntaments de la comarca participants en el projecte   |

|                               |   |  |
|-------------------------------|---|--|
|                               | - Nombre de persones integrants del grup de treball   | - Entre 30-35 persones vinculades al món de la pedra (ajuntaments, pagesos, artesans, industrials, agents turístics, etc.) integrants del Grup de Treball per preservar la pedra seca a les Garrigues.   |
|                               | <b>A.3.13.3.</b> - Nombre de plans d'usos redactats/any   | - Entre 2 i 3 Plans d'Usos redactats per anualitat.  |
|                               | <b>A.3.13.4.</b> - Nombre de xarxes de patrimoni cultural analitzades<br>- Nombre de xarxes adherides/any   | - Entre 10-15 xarxes de patrimoni cultural analitzades.<br>- Entre 3-5 xarxes amb les que s'hagi iniciat el protocol per poder-s'hi adherir el primer any.   |
|                               | <b>A.3.13.5.</b> - Nombre de municipis de la comarca adherits a la campanya.  | - Més del 90% dels municipis de les Garrigues adherits a la campanya   |
| <b>P.14. Infraestructures</b> | <b>A.4.14.1.</b> - Nombre de persones integrades al grup de pressió o d'interès.<br>- Nombre de persones adherides al manifest.<br>- Nombre de reunions amb organismes i empreses realitzades per any   | - Entre 20 i 30 persones de diferents perfils que conformen el grup d'interès<br>- Mínim de 1.000 persones adherides al manifest<br>- Mínim de 3 reunions realitzades a l'any amb organismes competents  |
| <b>P.15. Model governança</b> | <b>A.5.15.1.</b> - Nombre de persones integrants de la Comissió de Seguiment<br>- Nombre de persones integrants dels Grups d'Impuls<br>- Nombre de reunions de la Comissió<br>- Nombre de reunions dels Grups d'Impuls<br>- Nombre d'actualitzacions i notícies publicades al Blog del projecte/any | - Entre 20 i 30 persones integrants de la Comissió de Seguiment<br>- Mínim de 5 persones integrants a cada Grup d'Impuls<br>- Mínim de 4 reunions/any de la Comissió de Seguiment<br>- Entre 4 i 6 reunions per cada grup d'impuls<br>- Entre 6-8 actualitzacions del Blog com a mínim/any |
|                               | <b>A.5.15.2.</b> - Nombre de grups de treball de tècnics creats<br>- Nombre de comarques veïnes en col·laboració<br>- Nombre d'accions en col·laboració realitzades   | - Mínim d'1 grup de treball de tècnics creat<br>- Mínim de 3 comarques que col·laboren<br>- Mínim de 2 accions en col·laboració realitzades a l'any  |

### 3.6.3. Indicadors de repercussió o impacte

| Indicador (unitat)  | Font                                   | Evolució recent  | Evolució futura –<br>periodicitat de<br>càlcul | Tendència<br>desitjada |
|---|--|------------------|--|------------------------|
| <b>Grau de desenvolupament del Pla (%)</b><br>[[Nombre de projectes realitzats+ nombre de projectes en<br>procés / nombre de projectes totals]]*100 | Consell Comarcal<br>de les Garrigues   | -                | Anual  | ↑ fins el 100%         |
| <b>Participació d'agents públics i privats en la Comissió de<br/>Seguiment (%)</b>  | Consell Comarcal<br>de les Garrigues   | -                | Anual  | 50% i 50%              |
| <b>Taxa d'atur registral (%)</b><br>(atur registrat/ (atur registrat+afiliacions)*100   | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Any 2015 – 11,5% | Quinquennal                                    | ↓                      |
| <b>Joves aturats registrats (fins a 25 anys) (nombre)</b>   | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 42   | Bianual  | ↓                      |
| <b>Persones aturades de 25 a 45 anys registrades (nombre)</b>   | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 341  | Bianual  | ↓                      |
| <b>Persones de 45 anys i més aturades registrades (nombre)</b>  | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 461  | Bianual  | ↓                      |
| <b>Persones aturades fins a 6 mesos (nombre)</b>  | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 317  | Bianual  | ↓                      |
| <b>Persones aturades de 6 a 12 mesos (nombre)</b>   | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 152  | Bianual  | ↓                      |
| <b>Persones aturades de més de 12 mesos (nombre)</b>  | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Juny 2016 – 375  | Bianual  | ↓                      |
| <b>Població afiliada (nombre)</b>   | Observatori<br>d'Empresa i<br>Ocupació | Any 2015 – 5.352 | Bianual  | ↑                      |



## 4. Reptes per a una bona gestió i implementació del pla

Com ja s'ha comentat, anteriorment, el repte a hores d'ara és la implementació del Pla estratègic de la comarca de les Garrigues per al període 2015-2025. Precisament, per afrontar aquest repte amb el màxim de garanties d'èxit possible és clau tenir en compte una sèrie d'aspectes que caldrà vetllar per tenir-los ben presents al llarg de tot el procés de posada en marxa del Pla:

1. **Ser capaç d'aplicar un nou model de governança basat en la cooperació i la col·laboració** a tots els nivells. Si es volen aconseguir canvis reals per a les Garrigues, s'ha de canviar la forma de treballar que s'ha emprat fins ara.
2. **Assegurar l'existència d'un lideratge polític clar**, a l'hora de sumar esforços i implicar altres agents i actors, entenent l'acció de lideratge com la capacitat d'identificar i integrar els diferents interessos en un projecte comú i de prendre decisions que beneficien a tota la societat, fugint dels partidismes polítics.
3. **Dur a terme una planificació i gestió integrada de les d'accions que contempla el Pla**. Cal una aposta clara a nivell institucional en destinar recursos tècnics i econòmics i una col·laboració estreta entre tècnics i polítics.
4. **Garantir l'adaptació de les accions al context del moment**. El Pla Estratègic ha de ser un document de treball viu, que pugui respondre a les canviants dinàmiques territorials. Per tant, les prioritats han de poder variar durant el procés, si així es considera necessari.
5. **Ser capaç d'alinejar el Pla estratègic amb altres projectes ja en execució o sol·licitats** per part del Consell Comarcal per tal d'avançar de forma coordinada, sense duplicitats i aprofitant el millor possible els recursos humans i econòmics disponibles. A tall d'exemple, serien els plans de treball de cada tècnic implicat, el Pla de treball de l'AODL "Oliturisme a les Garrigues", el projecte sol·licitat al FEDER, el projecte sol·licitat com a projecte de cooperació interna amb els territoris integrats a l'Associació Leader de Ponent, entre d'altres.
6. **Generar relacions de confiança i de col·laboració entre els actors i entre les institucions** i la conseqüent implicació i corresponsabilització dels agents clau (públics i privats), per a vetllar per l'execució de les accions i la seva futura avaluació. En aquest sentit, seria desitjable millorar la col·laboració a dos nivells: públic-públic i públic-privat.

7. **Recolzar els grups de treball que es creïn durant el procés d'implementació** per tal de mantenir activa la implicació dels agents que hi participen i el compromís mutu en els acords que s'hi prenguin part.
8. **Ser capaç de mantenir en el temps els nous serveis o programes de llarga durada que es creïn** per tal de donar coherència i solidesa als objectius de les línies i dels projectes estratègics identificats al Pla.
9. **Comunicar els avanços del procés amb claredat i veracitat**, per tal de conservar així la confiança dels actors i institucions que s'han compromès en el procés com d'aquells que s'hi puguin comprometre en un futur.
10. **Ampliar el coneixement de referents, experiències, contactes i xarxes** que ja s'inclouen al Pla i que caldria anar actualitzant, per tal de dur a terme accions compartides amb altres territoris.

## 5. Referències bibliogràfiques

- Catalunya Banc (2015). *Anuari Econòmic Comarcal 2015*.
- *Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020*
- *Guia d'accions per a les administracions locals. Any Europeu de l'Envelliment Actiu i la Solidaritat entre Generacions*. Diputació de Barcelona i Institut de l'Envelliment de la UAB. 2012
- European Comission. *Reference sites. European Guide in excellent innovation for ageing*.
- Luis Camarero (coordinador), Fátima Cruz, Manuel González, Julio A. del Pino, Jesús Oliva, Rosario Sampedro (2009). *La població rural d'Espanya. Dels desequilibris a la sostenibilitat social*. Obra Social Fundació "la Caixa".
- Barrera, Marta (2004). *Escola rural: un model d'escola i una escola model*. Secretariat d'Escola Rural
- Millán, G., Agudo, E., Morales, E. (2011). *Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso*. En Cuadernos de Desarrollo Rural. 8 (67): 181-202
- Boixader, Ariadna (2014) *Oleoturisme a Catalunya* per encàrrec de la Direcció General de Turisme de Catalunya.
- Queralt, Ramon (2008). *Les cabanes de volta de les Borges Blanques*. Cossetània Edicions. Valls.
- Globalleida (2015). *Estudi de Diagnosi i Propostes per la Millora de la Competitivitat del Sector Oleícola a la Província de Lleida. Clúster de l'Oli*.

### Recursos on-line

Organismes o entitats de les Garrigues

---

- Consell Comarcal de les Garrigues. [www.ccgarrigues.com](http://www.ccgarrigues.com)
- Turisme de les Garrigues: [www.turismegarrigues.com](http://www.turismegarrigues.com)
- Borsa de treball de les Garrigues: [treball.garrigues.cat/](http://treball.garrigues.cat/)
- Consell Esportiu de les Garrigues: [www.celesgarrigues.cat/](http://www.celesgarrigues.cat/)
- Centre d'Estudis de les Garrigues: [cegarrigues.cat/](http://cegarrigues.cat/)
- Associació pel Foment del Turisme a les Garrigues: <http://www.oleoturismegarrigues.cat/>
- Oficina Jove de les Garrigues: [www.oficinajove.cat/les-garrigues](http://www.oficinajove.cat/les-garrigues)
- Centre de Recursos Pedagògics de les Garrigues: <http://serveiseducatiu.xtec.cat/se-garrigues/intranet/>
- Ajuntament de l'Albagés: [www.albages.cat](http://www.albages.cat)
- Ajuntament de l'Albi: [www.albi.cat](http://www.albi.cat)
- Ajuntament d'Arbeca: [www.arbeca.cat](http://www.arbeca.cat)
- Ajuntament de Bellaguarda: [www.bellaguarda.cat](http://www.bellaguarda.cat)
- Ajuntament de les Borges Blanques: [www.lesborgesblanques.cat](http://www.lesborgesblanques.cat)
- Ajuntament de Bovera: <http://bovera.ddl.net>
- Ajuntament de Castellldans: [www.castellldans.cat/](http://www.castellldans.cat/)
- Ajuntament de Cervià de les Garrigues: <http://cervia.ddl.net/>

- Ajuntament del Cogul: [www.cogul.cat/](http://www.cogul.cat/)
- Ajuntament de l'Espluga Calba: <http://esplugacalba.ddl.net>
- Ajuntament de la Floresta: [www.floresta.cat/](http://www.floresta.cat/)
- Ajuntament de Fulleda: [www.fulleda.cat/](http://www.fulleda.cat/)
- Ajuntament de la Granadella: <http://granadella.ddl.net/>
- Ajuntament de Granyena de les Garrigues: <http://granyenagarrigues.ddl.net/>
- Ajuntament de Juncosa: [www.juncosa.cat/](http://www.juncosa.cat/)
- Ajuntament de Juneda: <http://www.juneda.cat/>
- Ajuntament dels Omellons: <http://omellons.ddl.net/>
- Ajuntament de la Pobla de Cérvoles: [www.poblacervoles.cat](http://www.poblacervoles.cat)
- Ajuntament de Puiggrós: <http://puiggros.ddl.net/>
- Ajuntament del Soleràs: <http://soleras.ddl.net/>
- Ajuntament de Tarrés: <http://www.tarres.cat/>
- Ajuntament dels Torms: [www.elstorms.cat/](http://www.elstorms.cat/)
- Ajuntament del Vilosell: [www.vilosell.cat](http://www.vilosell.cat)
- Ajuntament de Vinaixa: [www.vinaixa.cat/](http://www.vinaixa.cat/)

#### *Organismes o entitats catalanes*

---

- Agència Catalana de Turisme: [www.act.cat](http://www.act.cat)
- Acció <http://accio.gencat.cat/cat/>
- Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge: <http://governacio.gencat.cat>
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació: [agricultura.gencat.cat](http://agricultura.gencat.cat)
- Departament d'Ensenyament: <http://ensenyament.gencat.cat/ca>
- Departament de Territori i Sostenibilitat: <http://territori.gencat.cat/>
- Agència Catalana del Patrimoni Cultural. Departament de Cultura:  
[http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura\\_i\\_adreces/organismes/dgpc/accio/agencia\\_patrimoni/](http://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organismes/dgpc/accio/agencia_patrimoni/)
- Departament de Treball, Afers Socials i Famílies: <http://benestar.gencat.cat/ca/inici/index.html>
- Departament de Justícia <http://justicia.gencat.cat/ca/inici/>
- Departament d'Empresa i Coneixement: <http://empresa.gencat.cat>
- Diputació de Barcelona <http://www.diba.cat/>
- Diputació de Lleida <http://www.diputaciolleida.cat/>
- Observatori d'Empresa i Ocupació: <http://observatoriempresaiocupacio.gencat.cat/>
- Servei Català d'Ocupació: <https://www.oficinadetreball.gencat.cat>
- Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM): [www.ccam.cat](http://www.ccam.cat)
- Observatori del Paisatge: <http://www.catpaisatge.net/cat/index.php>
- Wikipedra: <http://wikipedra.catpaisatge.net/>
- Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat): <http://www.idescat.cat/>
- Institut Català d'Energia (Icaen): <http://icaen.gencat.cat/>
- Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE) [www.ccpae.org](http://www.ccpae.org)
- Consell Assessor pel Desenvolupament Sostenible. <http://cads.gencat.cat/ca/inici/index.html>
- Associació d'Iniciatives Rurals de Catalunya (ARCA): <http://www.arca-dr.cat/>
- Associació Leader de Ponent: <http://www.leaderponent.cat/>

- Globalleida. Diputació de Lleida: <http://www.globalleida.org/>
- Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya <http://www.cooperativesagraries.cat/>
- Fundació del Món Rural <http://www.fmr.cat/>
- Institut d'Estudis Agraris <http://blogs.iec.cat/icea/>
- Ruralactiva <http://www.ruralactiva.net/>
- Rudona. <http://www.rudona.cat/>
- Programa Odisseu. <http://www.odisseujove.cat/>
- Institut Català d'Economia Verda <http://incev.cat/>
- Barcelona Activa <http://empresa.barcelonactiva.cat/empresa/cat/>
- Aigües Segarra-Garrigues. <http://www.aiguessegarragarrigues.cat/>
- Oficina del Regant. <https://www.ruralcat.net/web/guest/oficina-del-regant>
- Agència Catalana de Notícies <http://www.acn.cat/>

---

*Organismes o entitats espanyoles i internacionals*

- Comissió Europea. Envel·liment: <http://ec.europa.eu/eip/ageing/>
- Museos y Rutas del Olivo. Consejo Oleícola Internacional <http://www.internationaloliveoil.org/>
- Les Rutes de l'olivera. Itinerari cultural europeu <http://olivetreeroute.gr/>
- Asociación Internacional Caminos de Arte Rupestre Prehistórico (CARP): <http://www.arqueotur.org/redes/asociacion-internacional-caminos-de-arte-rupestre-prehistorico-carp.html>
- Prehistoric rock art trails: <http://www.prehistour.eu/>
- Programa pel retorn de joves al Québec. Place aux jeunes a la région: <https://www.placeauxjeunes.qc.ca>
- Programa pel retorn de joves a França. Place aux jeunes: <http://paj.paysdelafayette.fr/>
- Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED): [www.calidadendestino.es](http://www.calidadendestino.es)
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. <http://www.magrama.gob.es/ca/>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social <http://www.empleo.gob.es/ca/>
- Bienvenue à la ferme <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/>