



Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

Octubre 2019

Promogut per:



Realitzat per:



Raieles SCCL
F25794603
Avinguda Sant Jordi, 31
Solsona, 25280
www.raieles.cat

Amb el suport de:



Índex

1.	Presentació.....	4
2.	Objectius.....	5
3.	Pla de treball.....	6
4.	Situació actual de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà.....	12
4.1.	Metodologia.....	12
4.2.	Primer nivell. Producció.....	13
4.2.1.	Ocupació i atur al sector pesquer del Baix Empordà.....	13
4.2.2.	Flota pesquera.....	27
4.2.3.	Captures.....	29
4.2.4.	Primera venda del peix.....	34
4.3.	Segon nivell. Distribució.....	37
4.3.1.	Distribució i segona venda del peix.....	37
4.4.	Tercer nivell. Transformació.....	44
4.5.	Quart nivell. Comercialització.....	50
4.5.1.	Comercialització i tercera venda.....	50
4.6.	Cinquè nivell. Consum.....	56
4.7.	DAFO de la situació actual del sector pesquer del Baix Empordà.....	61
5.	Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà.....	63
5.1.	Metodologia.....	63
5.2.	Limitacions i barreres.....	63
5.2.1.	Primer nivell. Producció.....	63
5.2.2.	Segon nivell. Distribució.....	66
5.2.3.	Nivell 3. Transformació.....	68
5.2.4.	Quart nivell. Comercialització.....	69
5.2.5.	Cinquè nivell. Consum.....	71
5.3.	Solucions i propostes d'actuacions.....	73
5.3.1.	Nivell 1. Producció.....	73
5.3.2.	Nivell 2. Distribució.....	75
5.3.3.	Nivell 3. Transformació.....	76
5.3.4.	Nivell 4. Comercialització.....	77
5.3.5.	Nivell 5. Consum.....	79
5.4.	Quadre resum de barreres/limitacions i propostes d'actuació.....	81

6.	Conclusions.....	86
7.	Bibliografia.....	88
7.1.	Referències bibliogràfiques	88
7.2.	Webgrafia consultada	90
7.3.	Normatives consultades	91
8.	Annexes	92
8.1.	Model d'entrevista a pescadors del Baix Empordà.....	92
8.2.	Model d'entrevista a confraries de pescadors del Baix Empordà	98
8.3.	Model d'entrevista a peixateries del Baix Empordà	105
8.4.	Model d'entrevista a empreses d'indústria transformadora del Baix Empordà	114
8.5.	Model d'entrevista a restaurants del Baix Empordà.....	122
8.6.	Model d'entrevista per agents locals vinculats al sector pesquer	130
8.7.	Informe d'aportacions de la reunió amb la Comissió de Seguiment del projecte.....	133

1. Presentació

El **Consell Comarcal del Baix Empordà** té interès en analitzar la cadena de valor del sector pesquer de la comarca per tal de poder obtenir una radiografia del punt de partida de cada un dels nivells de la cadena, així com dels principals actors que en formen part. Per mitjà d'aquesta anàlisi, es preveu identificar les barreres i limitacions que dificulten una major presència de peix fresc a la comarca en cada una de les baules de la cadena de valor, així com determinar accions de dinamització i suport al sector pesquer del Baix Empordà.

Com a antecedents a destacar, a nivell comarcal des del Consell Comarcal del Baix Empordà s'ha elaborat la *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*, la qual aporta coneixement de primera mà de la situació actual del sector i apunta la necessitat de conèixer millor tota la cadena de valor del sector pesquer ja que es generen tota una sèrie de beneficis i activitat econòmica entorn de la pesca que va més enllà dels mateixos pescadors i abraça una sèrie d'altres empreses que hi estan directament o indirectament relacionades. A nivell català, des del mes de juny de 2018, Catalunya compta amb l'*Estratègia Marítima 2030 · Pla estratègic 2018-2021*. L'Estratègia Marítima 2030 és el resultat del Programa d'acció marítima de la Generalitat, aprovat pel Govern el desembre de 2016, amb el propòsit de donar resposta als reptes de desenvolupar l'economia blava de manera sostenible i harmònica mitjançant una gestió integrada de les activitats sectorials que impacten sobre l'espai marítim català. L'Estratègia té com a horitzó l'any 2030 i gira al voltant de quatre àmbits d'actuació:

- Desenvolupament sostenible, integrat i harmònic de l'Economia Blava, respectuós amb el conjunt dels usos humans del mar.
- Ecosistemes marins resilents i plenament funcionals.
- Millora de la qualitat de vida dels ciutadans.
- Un marc de governança innovador que doni impuls a l'Estratègia i en garanteixi l'operativitat.

Aquest full de ruta proposa un primer Pla Estratègic Multianual (2018-2021) amb un total de 89 línies estratègiques d'actuació concretes a desenvolupar pels diferents departaments de la Generalitat i altres actors. El Consell Català de Cogestió Marítima és l'organisme que ha de dur a terme la governança de l'Estratègia Marítima de Catalunya seguint un esquema de cogestió, mitjançant un procés obert i continu de revisió i reajustament adaptatiu dels objectius i de les línies estratègiques d'actuació.

És en aquest context que el Consell Comarcal del Baix Empordà ha decidit dur a terme la *diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer al Baix Empordà*, els resultats de la qual es recullen en aquest document.

2. Objectius

Els **objectius** de la diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer al Baix Empordà que s'han plantejat assolir són els següents:

- Conèixer la **traçabilitat** dels productes pesquers que captura la flota pesquera del Baix Empordà i **el grau de comercialització** d'aquests productes dins el mateix àmbit territorial.
- Detectar **les barreres i les limitacions** per tancar el cercle captura/pesca-transformació-comercialització i consum, i determinar **possibles estratègies i actuacions** encaminades en la millora de la situació actual.
- **Enfortir el sector pesquer** del Baix Empordà a partir de la identificació **d'oportunitats i actuacions** que puguin incrementar una major presència del seu producte en els punts de venda i consum de la mateixa comarca.

3. Pla de treball

Per dur a terme la diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer al Baix Empordà i assolir els objectius previstos, s'ha seguit el **pla de treball** que es resumeix en la figura següent:

Figura 1. Pla de treball de la diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer al Baix Empordà



Font: elaboració pròpia

Acció 1. Comissió de Seguiment i taller de diagnosi

S'ha estructurat un Grup de Treball que s'ha vinculat directament amb el procés de redacció de la diagnosi, ha participat en la reunió de treball de diagnosi i es preveu que participi més endavant en la prioritització de les actuacions a dur a terme posteriorment, així com també es pot involucrar en la implementació d'aquelles propostes que siguin del seu àmbit de treball.

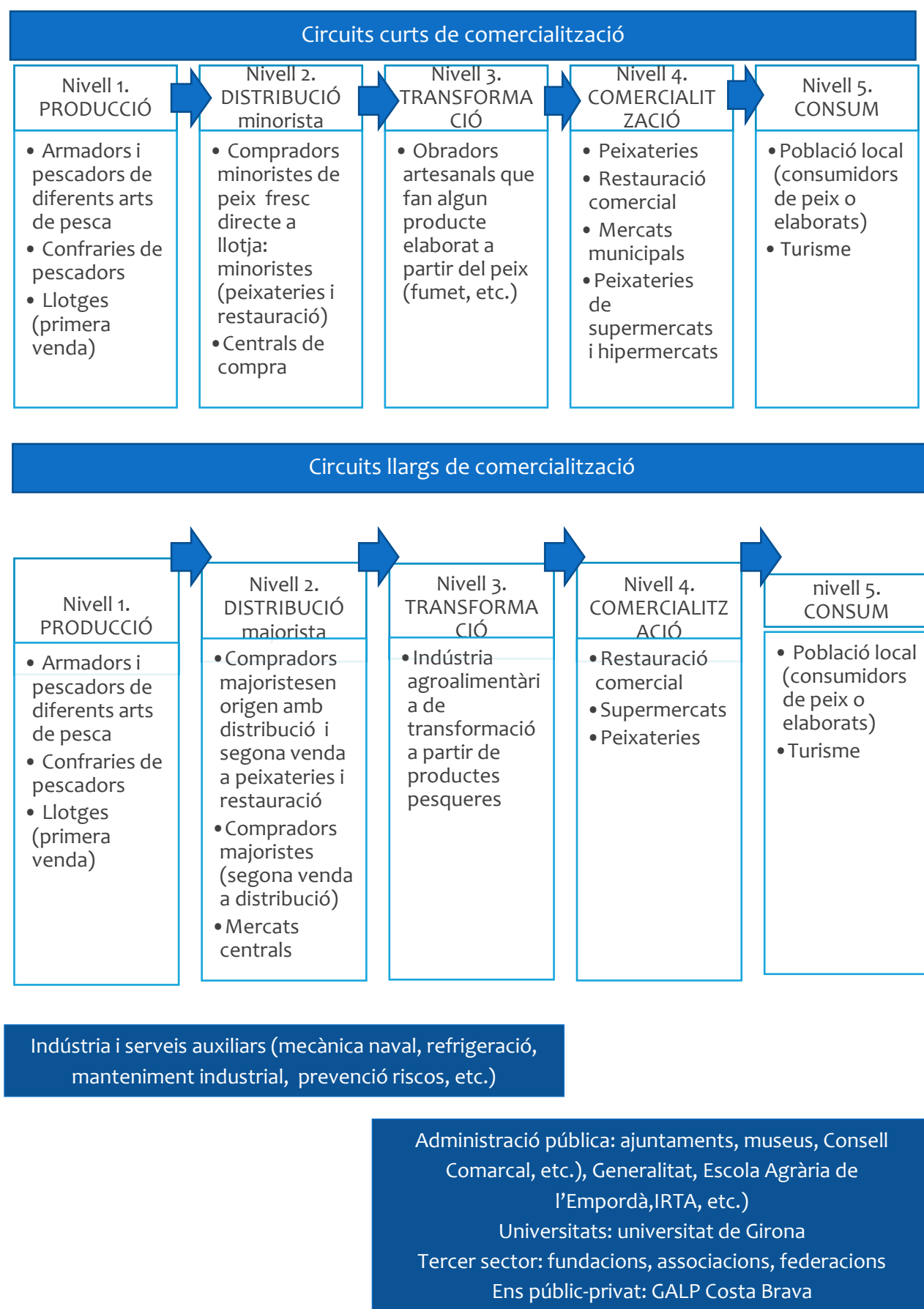
Per a crear la Comissió de Seguiment, s'ha dut a terme una reunió de treball el 20 de setembre de 2019, a Torruella de Montgrí amb una participació d'una desena d'agents del sector. En el marc d'aquesta reunió es van presentar els objectius, el pla de treball i la metodologia que s'ha seguit en la elaboració de la Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà. Al mateix temps es va constituir la Comissió de Seguiment pròpiament com a òrgan que vetlli per la correcta redacció de l'estudi. Per últim, aquest sessió de treball també va permetre realitzar una dinàmica participativa a nivell d'entrevista grupal per analitzar les barreres i limitacions, així com les oportunitats existents entorn de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà.

Els resultats obtinguts a la reunió de la Comissió de Seguiment, la dinàmica seguida i les aportacions recollides en el sí d'aquesta reunió es poden consultar a *l'apartat Annexes · Annex 8.7. Informe d'aportacions de la reunió de la Comissió de Seguiment* d'aquest document.

Acció 2. Sociograma dels agents de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

Fruit del treball de diagnosi realitzat, s'ha pogut configurar el sociograma de les principals baules de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà en els diferents nivells d'aquesta cadena.

Figura 2. Sociograma dels agents de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà



Font: elaboració pròpia

Acció 3. Entrevistes als agents del sector pesquer

Per tal d'obtenir informació de primera mà dels diferents punts de vista de cadascun dels perfils de la cadena de valor del sector pesquer, pel que fa a les limitacions i barreres, d'una banda, i les oportunitats i possibles solucions, de l'altra banda, s'han realitzat **15 entrevistes en profunditat**.

La distribució de les entrevistes d'acord amb els perfils dels agents identificats seria la següent:

Taula 1. Perfil d'agents del sector pesquer i nombre d'entrevistes realitzades

Perfil d'agent	Nombre d'entrevistes previstes
▪ Pescadors i Confraries	▪ 3 entrevistes a pescadors ▪ 3 entrevistes a confraries: Palamós, Torroella-L'Estartit i Sant Feliu de Guíxols.
▪ Peixateries	▪ 4 entrevistes a peixateries
▪ Restauració	▪ 3 entrevistes a restaurants
▪ Altres agents	▪ 2 entrevistes agents del sector (Àrea de comercialització pesquera DARP i GALP Costa Brava)

Font: elaboració pròpia

A continuació es mostra **el perfil dels participants** a la *Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà*:

Taula 2. Participants en el procés d'elaboració de la Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

Agents de perfil tècnic		
Francesc Galí	Àrea de Promoció Econòmica i Turisme. Xarxa Agroalimentària del Baix Empordà (XARXA TRÀMEC). Consell Comarcal del Baix Empordà	Coordinador del projecte
Pilar Todó	Cap de l'Àrea de Comercialització Pesquera. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya	Entrevista en profunditat
Joan Riembau	Peixater	Comissió de Seguiment
Montse Roca	Àrea de Promoció Econòmica de l'ajuntament de Torruella de Montgrí	Comissió de Seguiment
Carles Figueres	Armador de Palamós, embarcació La Perla	Comissió de Seguiment Entrevista en profunditat
Pere Estradera	Patró Major de la Confraria de l'Estartit	Comissió de Seguiment Entrevista en profunditat
Sisco Benaiges	Armador de Palamós	Comissió de Seguiment Entrevista en profunditat
Toni Albalat	Patró Major de la Confraria de Palamós	Comissió de Seguiment

	Restaurant Bar la Goba (Vidreres)	Entrevista en profunditat
Cristina Mañas	Gerent de la Confraria de Palamós	Comissió de Seguiment Entrevista en profunditat
Anna Masdeu	Gerent del GALP Costa Brava	Comissió de Seguiment Entrevista en profunditat
Josep M. Dacosta	Tècnic de pesca de la Generalitat de Catalunya	Comissió de Seguiment
Verònica Navarro	Restaurant la Galera, Palamós	Entrevista en profunditat
Emília	Restaurant la Galera, Palamós	Entrevista en profunditat
Salvador Rovira	Secretari de la Confraria de Pescadors de Sant Feliu de Guíxols	Entrevista en profunditat
Margarita Vila	Peixos Conxita, Palamós i Palafrugell	Entrevista en profunditat
Ivan Mielgo	Peixateria Peixos Mielgo, Palafrugell i Calella	Entrevista en profunditat
Abdelkader Takfa	Peixoa Ses Formigues, Palafrugell	Entrevista en profunditat
Dolors	Peixos Coll, Torroella de Montgrí i l'Escala	Entrevista en profunditat
Josep Camús	Restaurant el Cau del Pescador	Entrevista en profunditat
Josep	Porcianus Servicios Náuticos	Entrevista en profunditat

Font: elaboració pròpia

Acció 4. Identificació de barreres i limitacions i diagnosi d'oportunitats

La informació recollida amb les entrevistes s'ha buidat i tractat, i ha permès identificar les principals limitacions i barreres que dificulten el consum de peix de les llotges del Baix Empordà a la mateixa comarca.

Prèviament a la identificació de les barreres, s'ha dut a terme una anàlisi general de la situació actual de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà com a punt de partida a l'hora de poder contextualitzar les possibles barreres i limitacions, així com les solucions o propostes d'actuació que puguin encaminar-se a donar resposta a aquestes barreres.

Les diferents limitacions /propostes d'actuacions s'han exposat a partir dels nivells de la cadena de valor del sector pesquer per tal de poder-les estructurar per àmbits d'actuació concrets:

- Primer nivell. Producció
- Segon nivell. Distribució
- Tercer nivell. Transformació
- Quart nivell. Comercialització
- Cinquè nivell. Consum

Acció 5. Presentació de la diagnosi i priorització d'accions

Posteriorment, a la finalització d'aquesta diagnosi de caire més qualitatiu es preveu més endavant poder realitzar un acte de presentació de la diagnosi per donar a conèixer els resultats als agents territorials interessats, així com dur a terme un taller de priorització d'accions per tal de determinar quines actuacions es consideren clau de poder començar a implementar a curt termini.

4. Situació actual de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

4.1. Metodologia

En aquest apartat s'exposa, de manera sintètica i per cadascuna de les baules, la situació de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà per tal de poder dimensionar qualitativament el seu abast.

Per a la redacció d'aquest apartat, les fonts d'informació que s'han utilitzat han estat diverses, entre les quals les més destacades:

- *Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà*, promoguts i redactat per la Xarxa Tràmec del Consell Comarcal del Baix Empordà.
- *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*, promoguts i redactat per la Xarxa Tràmec del Consell Comarcal del Baix Empordà i elaborat per la Fundació Promediterrània.
- *L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer*, elaborat per la Fundació Promediterrània.
- Informes de la pesca a nivell català o estatal.
- Dades estadístiques del sector de l'IDESCAT, la Direcció General de Pesca i Afers Marítims, l'Observatori del Mercat i el Treball Productiu, el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Medi Natural i el Departament de Salut.
- Notícies publicades en mitjans de comunicació digitals i en pàgines web de les confraries i ajuntaments dels municipis pesquers de la comarca.

4.2. Primer nivell. Producció

Aquest primer nivell corresponent a la producció inclou els mariners, armadors i les confraries de pescadors de la comarca. També s'hi inclou la primera venda del peix que té lloc a les llotges dels ports de pescadors.

4.2.1. Ocupació i atur al sector pesquer del Baix Empordà

Aquest capítol es nodreix del document *Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà*, realitzat pel Consell Comarcal del Baix Empordà el maig de 2019 en el marc de la Xarxa Tràmec Baix Empordà.

A partir de les dades disponibles de l'Observatori de Treball i Model Productiu de la classificació estadística a partir dels codis de Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques (CCAIE) es pot conèixer el nombre de persones ocupades en el sector agrícola, ramader i pesquer, diferenciant per una banda les afiliades al règim dels autònoms i per l'altra, les assalariades afiliades al règim general de la seguretat social. Per tal que aquestes dades siguin completes, s'han de tenir en compte les del règim especial agrari i les del règim especial del mar. Més endavant es tindran en compte aquestes xifres.

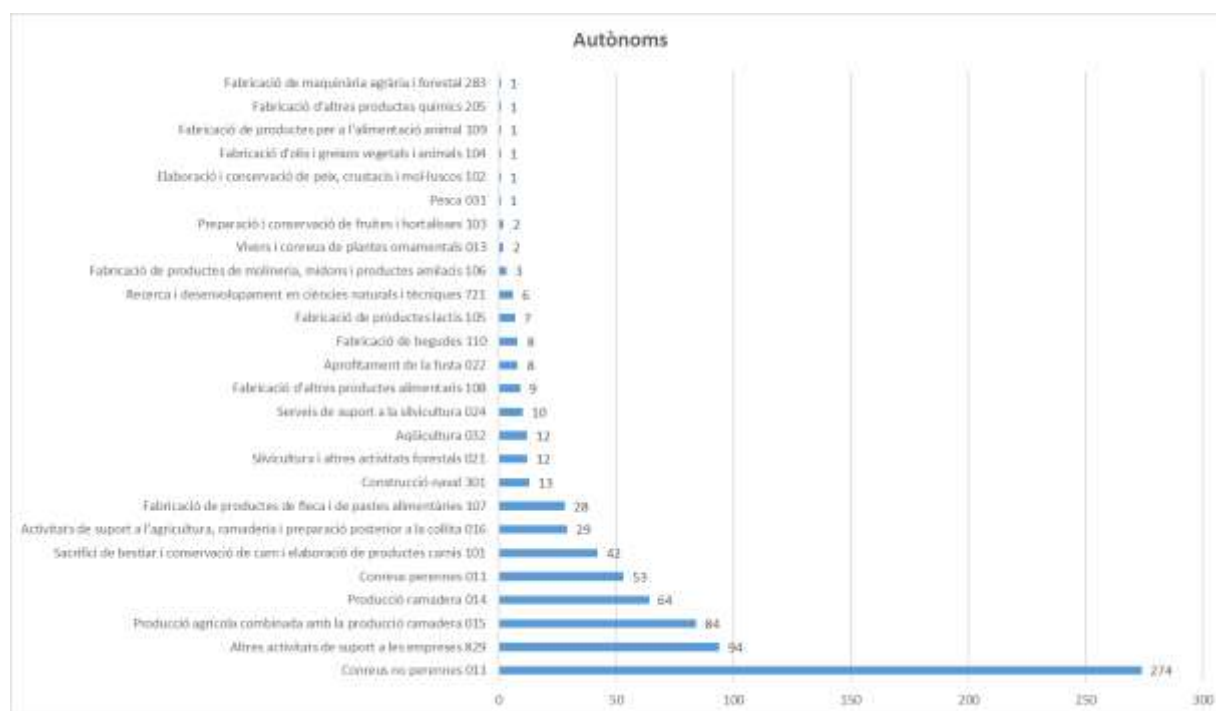
També es recullen les dades corresponents a l'atur al sector primari. En el cas de l'atur, no és possible obtenir informació estadística específica del sector pesquer, i per aquest motiu, es tracten les dades d'atur en el sector primari, el qual inclou el sector pesquer.

4.2.1.1. Ocupació al règim especial de treballs autònoms

A partir de les dades dels autònoms registrats durant l'últim trimestre del 2019, es pot veure que hi ha un total de 766 persones al règim dels autònoms.

A partir de les diferents classificacions es determina que un 35% d'aquests autònoms es dediquen als conreus no perennes, seguit pel grup format per altres activitats de suport a empreses, seguidament la producció agrícola combinada amb ramadera, suposant un 10% sobre el total. La resta d'activitats, entre les quals la pesca, representen un percentatge molt petit.

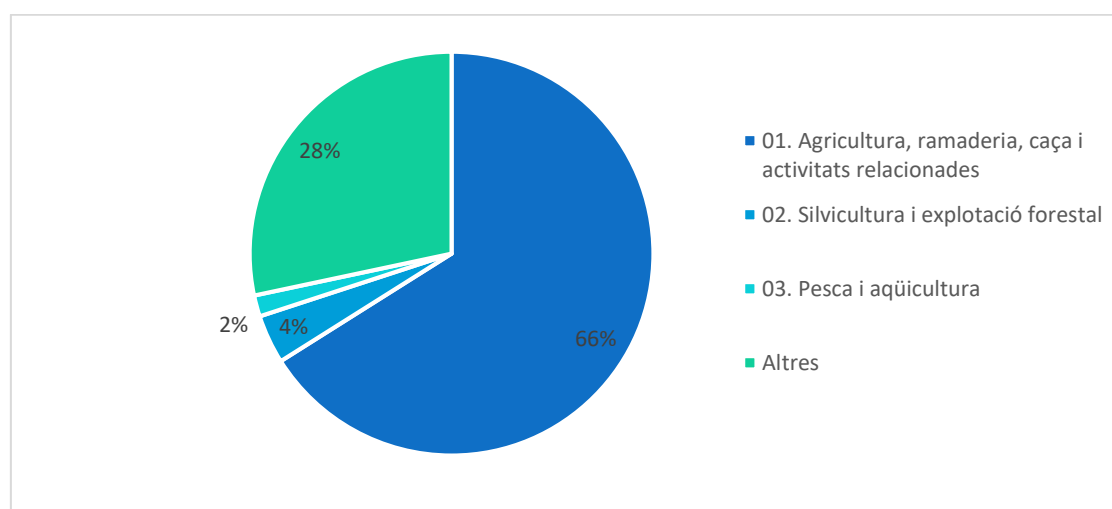
Figura 3. Persones afiliades al règim dels autònoms



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

En aquest cas s'han agrupat els autònoms segons diferents grups de caràcter més general. A partir d'aquí es pot copsar la gran importància de la branca agrícola, ramadera i pesquera, ja que més del 60% dels autònoms pertanyen en aquest grup. Per altra banda, es pot veure la **poca representació de la pesca i l'aqüicultura**, amb només un 2%, el mateix passa amb la silvicultura i explotació forestal, amb un 3%. En canvi, la resta d'activitats sí que denoten un major nombre d'autònoms.

Figura 4. Persones afiliades al règim dels autònoms per sectors d'activitat. Percentatge



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT

Taula 3. Persones afiliades al règim dels autònoms per sectors d'activitat. Total

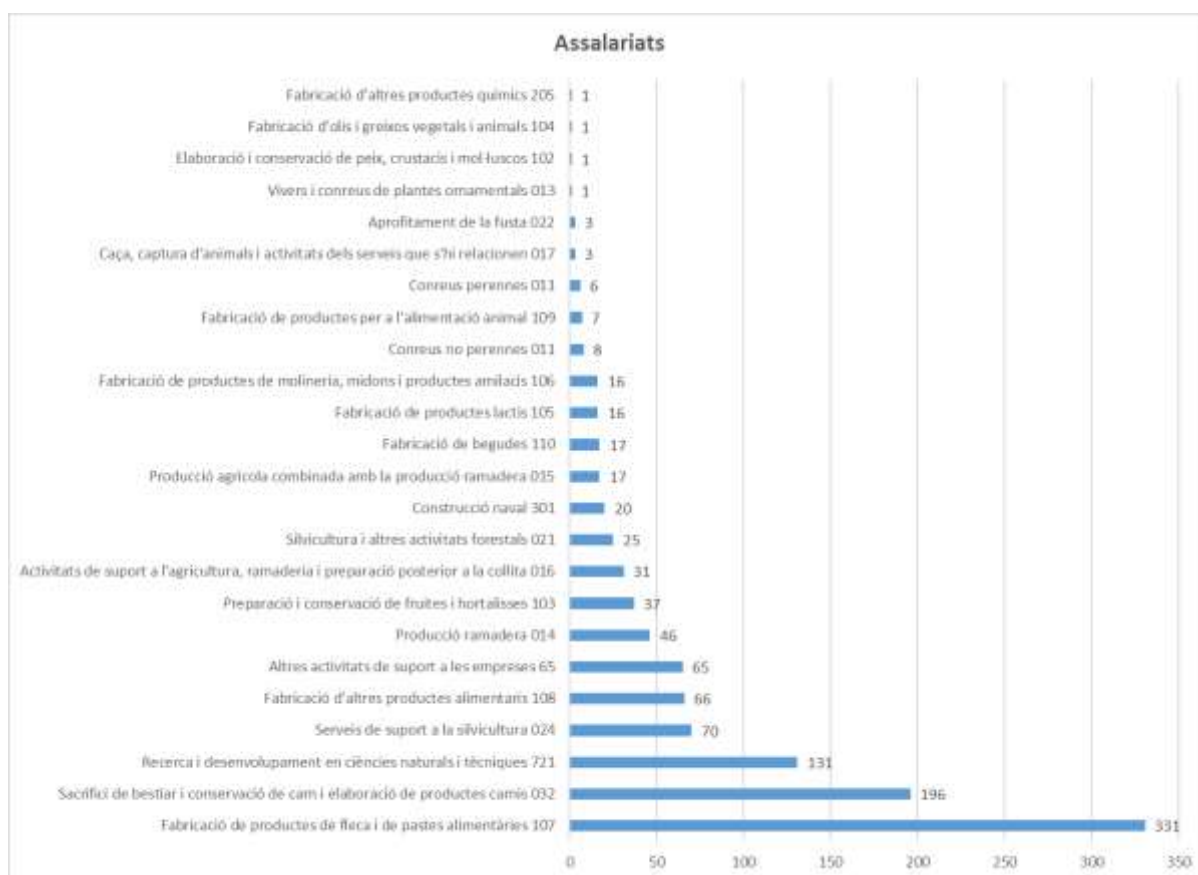
01. Agricultura, ramaderia, caça i activitats relacionades	506
02. Silvicultura i explotació forestal	30
03. Pesca i aquicultura	13
Altres	217
	766

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'IDESCAT

4.2.1.2. Ocupació al règim general de la seguretat social

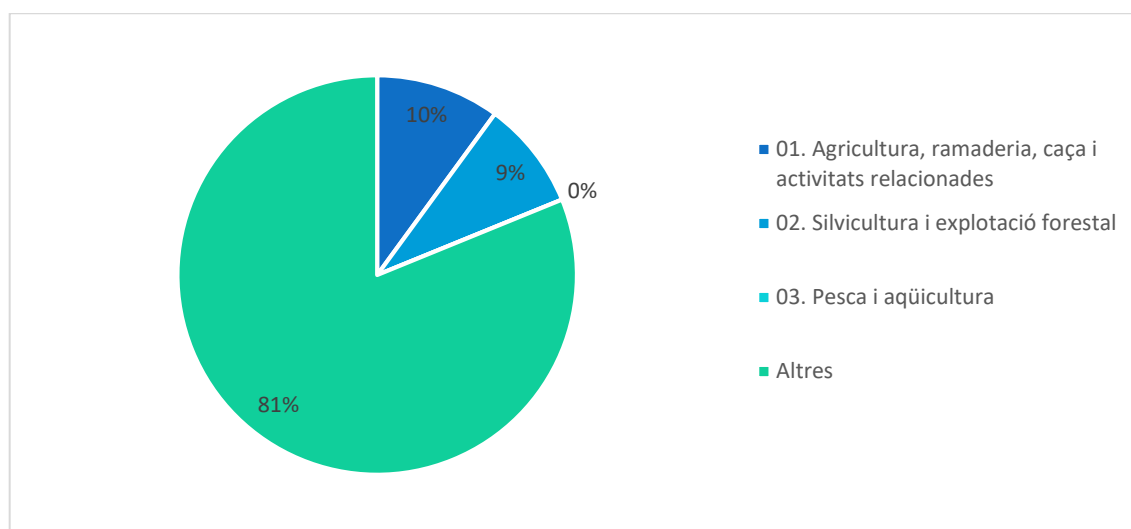
Pel que fa a les persones assalariades, són un total de 1.115. Aquests s'agrupen en gran part en l'activitat catalogada com a Fabricació de productes de fleca i de pastes, representant un 30% sobre el total, el segueix el grup anomenat Sacrifici de bestiar i conservació de carn i elaboració de productes carnis, essent un 17% sobre el total, tot seguit hi trobem els grups formats per la Recerca i desenvolupament (a la comarca hi tenim els centres de recerca de l'IRTA Monells i IRTA Mas Badia) i Serveis de silvicultura. La resta d'activitats representen un percentatge molt feble sobre el total.

Figura 5. Persones afiliades al règim general de la seguretat social



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 6. Persones afiliades al règim de la seguretat social per sectors d'activitat. Percentatge



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'IDESCAT

L'escenari dels assalariats és ben diferent dels autònoms. S'observa que bona part d'aquests, el 80%, treballa en activitats derivades del sector agrícola, i que, tan sols un 10% treballa en el grup d'agricultura, ramaderia i caça, el mateix passa amb la silvicultura i l'explotació forestal. Per altra banda, crida l'atenció que **no hi ha cap assalariat en el grup de pesca i aquicultura**.

Taula 4. Persones afiliades al règim de la seguretat social per sectors d'activitat. Total

01. Agricultura, ramaderia, caça i activitats relacionades	112
02. Silvicultura i explotació forestal	98
03. Pesca i aquicultura	0
Altres	905
	1115

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'IDESCAT

4.2.1.3. Ocupació al règim especial del mar

Un total de **471 persones** estan **afiliades al règim especial del mar**. El règim especial del mar no fa distincions entre autònoms i assalariats, és una xifra total.

Taula 5. Persones afiliades al règim especial del mar. Total

Règim especial del mar	471
------------------------	-----

4.2.1.4. Ocupació global

Fins ara tan sols s'havien tractat les dades del CCAE, amb aquesta nova taula s'hi han afegit les dades del règim especial agrari i les del règim especial pesquer. S'observa que més de 3.000 persones es dediquen al sector agroalimentari a la comarca, ja sigui, en les activitats més pròpies del sector com d'altres de derivades. La pesca compta amb un total de **484 persones ocupades** en aquest sector d'activitat econòmica, que **representen el 15% de la població ocupada en el sector primari**.

Taula 6. Persones ocupades per sectors d'activitat

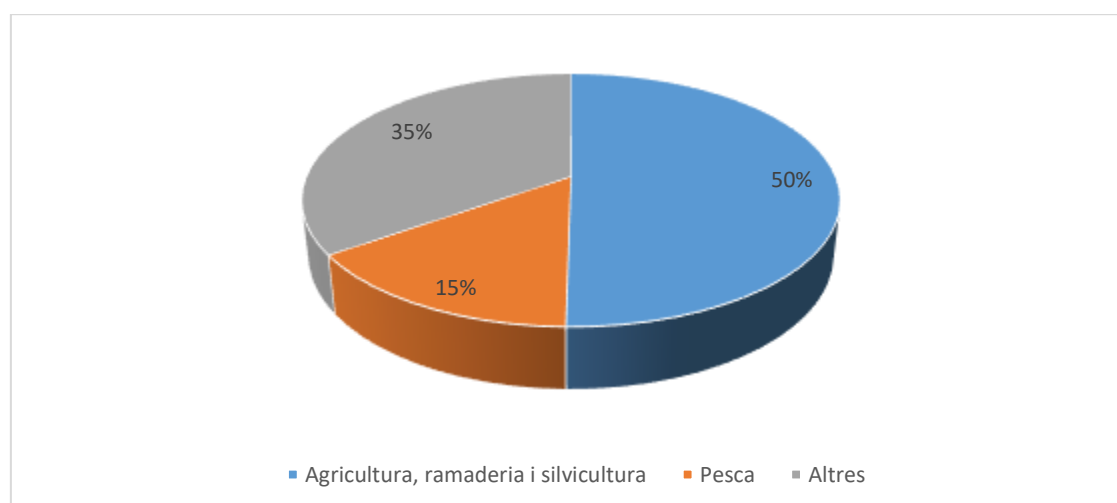
	Agricultura, ramaderia i silvicultura	Pesca	Altres	Subtotals
Autònoms CCAE	536	13	217	766
Autònoms règim especial agrari	291			291
Assalariats CCAE	210	0	905	1115
Assalariats règim especial agrari	585			585
Règim especial del mar		471		471
TOTALS	1622	484	1122	3228

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu i de l'IDECAT

4.2.1.5. Ocupació segons subgrup

A la gràfica i a la taula següent es calcula el percentatge respecte les 3 diferents distincions.

Figura 7. Persones ocupades segons subgrup. Percentatge



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu i de l'IDECAT

El 50% dels ocupats del sector agroalimentari es dediquen a la branca de l'agricultura, ramaderia i pesca, en canvi, l'activitat de la pesca és la que té un percentatge més petit, amb un 15% d'ocupats, el 35% restant es dedica a activitats derivades del sector. S'observa que la branca més primària és la de més rellevància a la comarca del Baix Empordà, per contra però, l'activitat pesquera conté un percentatge molt baix.

4.2.1.6. Atur en el sector primari

A partir de la taula, es pot veure el recorregut de l'atur dels diferents sectors durant el període d'un any; del gener del 2018 al gener del 2019. En termes generals, l'atur ha baixat en tots els sectors. Si ens fixem en l'agricultura, s'observa que en aquest transcurs de temps, l'atur d'aquesta activitat ha patit una variació del -11,47%, per tant, el nombre d'aturats dins l'activitat agrària, ha disminuït. Per altra banda, les xifres mostren que és poc més del 3% el que representa sobre el total d'aturats de la comarca.

Una possible causa de la baixada d'atur podria ser arran de l'emigració generada per la crisi econòmica del país. Un altre fet, que explicaria aquesta davallada podria ser que en alguns casos no es fa la renovació d'atur i per tant, alguns aturats no constarien al registre.

Taula 7. Atur registrat per sectors econòmics. Període 2018-2019. Total i percentatge

	2018, Gener	2019, Gener	Variació	% 2018, Gener	% 2019, Gener	%Variació
Agricultura	279	247	-32	3,59%	3,39%	-11,47%
Indústria	545	491	-54	7,00%	6,73%	-9,91%
Construcció	872	739	-133	11,21%	10,13%	-15,25%
Serveis	5.707	5.451	-256	73,35%	74,75%	-4,49%
Sense ocupació anterior	378	364	-14	4,86%	4,99%	-3,70%
TOTAL	7.781	7.292	-489	100,00%	100,00%	-6,28%

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. XIFRA

4.2.1.7. Durada de la demanda d'atur

S'entén com a durada de la demanda el temps en mesos en què la persona demandant està donada d'alta a l'atur.

Pel que fa a la durada de la demanda crida l'atenció que gran part dels aturats el temps d'espera és curt; fins a 3 mesos el 22%, i de 3 a 6 mesos el 30%, per tant, el 50% dels aturats dins l'activitat agrícola, ramadera i de pesca tenen una durada de demanda relativament curta. Per altra banda, però, gairebé un quart dels aturats fa més de 2 anys que esperen un lloc de treball dins el sector primari. Aquestes dades podrien estar determinades per la importància de la temporalitat del

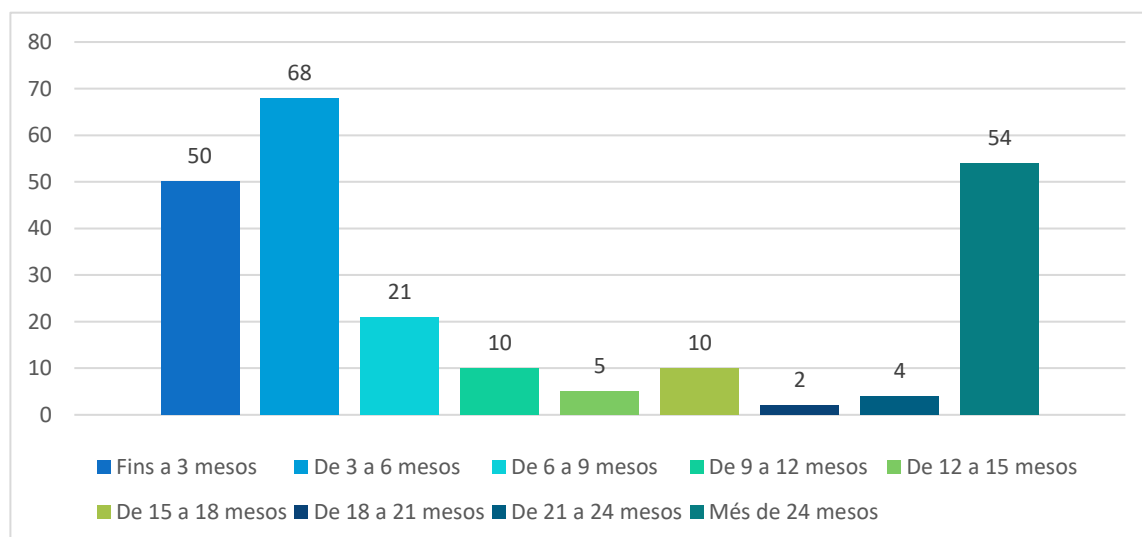
sector, fet que depenent d'una època o altra, hi ha una major demanada o no, com seria el cas de la recol·lecció de fruita, en què es necessita molta mà d'obra. Un fet contrari, seria durant la veda de pesca en què està prohibida aquesta activitat, fet que podria fer que hi hagués un augment d'aturats durant un període de temps concret.

Taula 8. Persones aturades al sector primari segons durada de la demanda. Nombre i percentatge. 2019

Durada de la demanda	Agricultura	Percentatge
Fins a 3 mesos	50	22%
De 3 a 6 mesos	68	30%
De 6 a 9 mesos	21	9%
De 9 a 12 mesos	10	4%
De 12 a 15 mesos	5	2%
De 15 a 18 mesos	10	4%
De 18 a 21 mesos	2	1%
De 21 a 24 mesos	4	2%
Més de 24 mesos	54	24%
Total	224	100%

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 8. Nombre de persones aturades al sector primari segons durada de la demanda. 2019



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

4.2.1.8. Edat de les persones aturades al sector primari

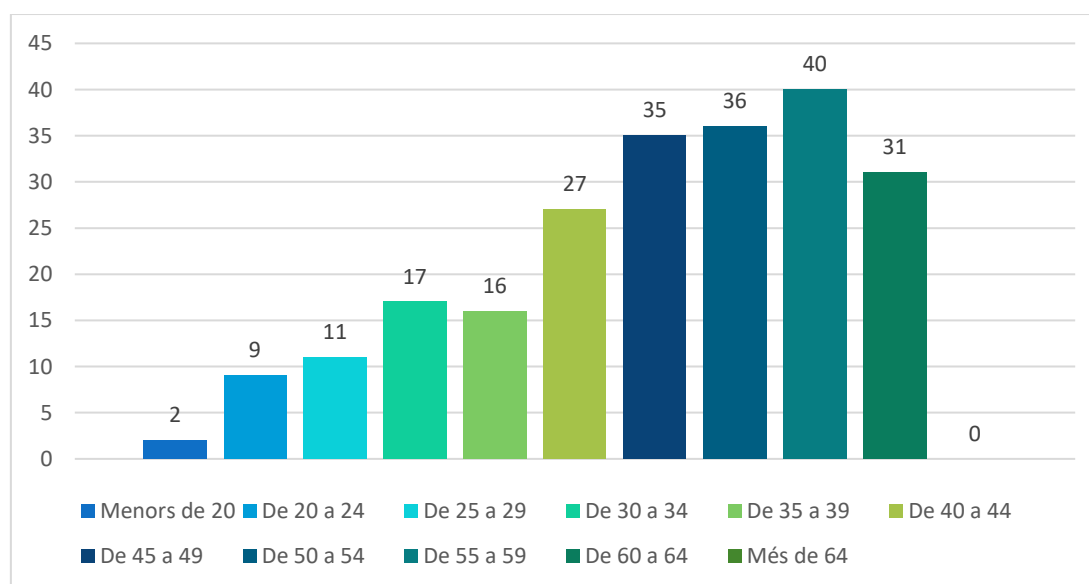
Si ens fixem en l'edat dels aturats, l'interval d'edat de menys de 40 anys no suposen un pes gaire notable, és a partir d'aquests, que sí que trobem un nombre més elevat de demandants. Per tant, el perfil de demandants és d'edat mitjana-alta.

Taula 9 . Persones aturades al sector primari segons edat. Nombre i percentatge. 2019

Edat	Agricultura	%
Menors de 20	2	1%
De 20 a 24	9	4%
De 25 a 29	11	5%
De 30 a 34	17	8%
De 35 a 39	16	7%
De 40 a 44	27	12%
De 45 a 49	35	16%
De 50 a 54	36	16%
De 55 a 59	40	18%
De 60 a 64	31	14%
Més de 64	0	0%
Total	224	100%

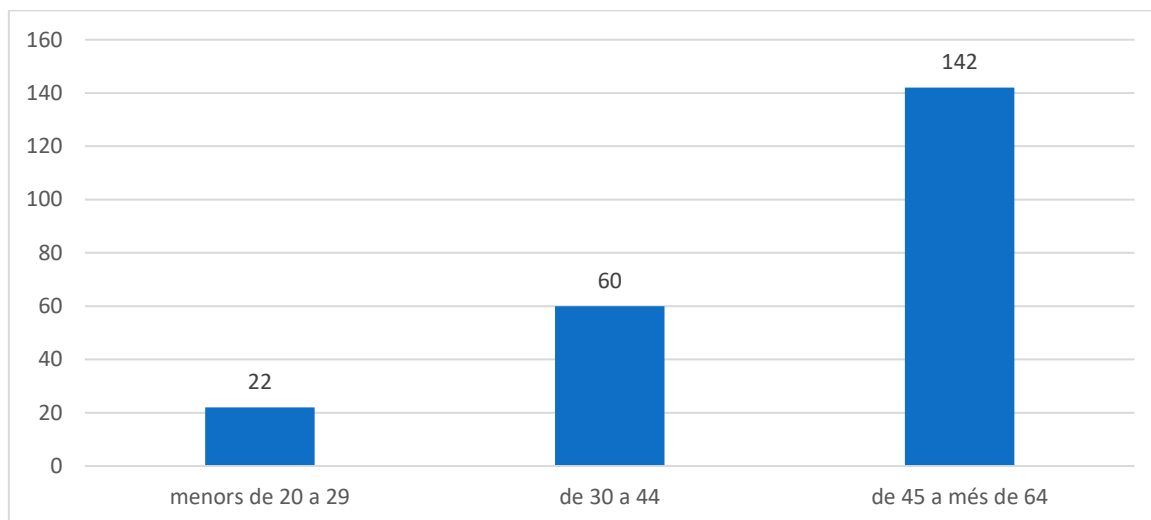
Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 9. Nombre de persones aturades al sector primari segons edat. 2019



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 10. Nombre de persones aturades al sector primari segons edat. 2019



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

A partir d'aquest segon gràfic, agrupat per 3 franges d'edat, s'observa, de manera més detallada que el nombre més gran de demandants es concentra a partir dels 45 anys fins a l'edat de jubilació, aquestes xifres fan pensar que aquests, possiblement gaudeixen d'anys d'experiència en l'activitat.

Altrament, les dades podrien demostrar que són pocs els joves interessats en aquest sector, trobant-lo poc atractiu.

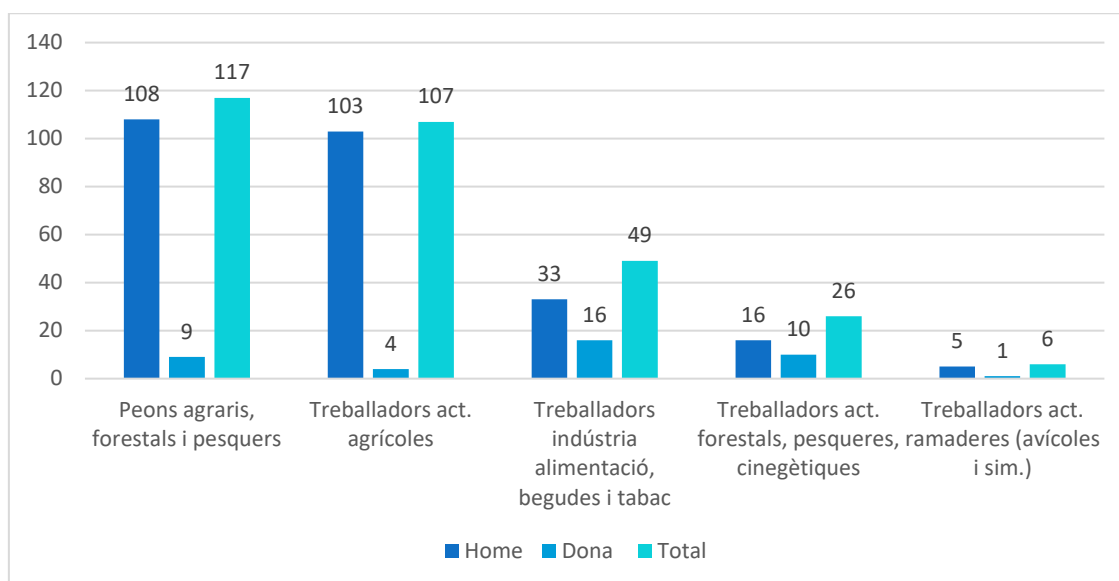
4.2.1.9. Subgrup principal d'ocupació i sexe dels aturats

Taula 10. Persones aturades segons subgrup d'ocupació i sexe. Nombre i percentatge. 2019

Subgrup d'ocupació	Home	Dona	Total	% sobre el total
Peons agraris, forestals i pesquers	108	9	117	38%
Treballadors activitats agrícoles	103	4	107	35%
Treballadors indústria alimentació, begudes i tabac	33	16	49	16%
Treballadors activitats forestals, pesqueres, cinegètiques	16	10	26	9%
Treballadors activitats ramaderes (avícoles i similars)	5	1	6	2%
Totals	265	40	305	

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 11. Nombre de persones aturades segons subgrup d'ocupació i sexe.



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Pel que fa a les dades basades en el subgrup d'ocupació, és el format per peons el que té un major nombre de sol·licitants, arribant gairebé al 40% sobre el total.

Val a dir que aquestes xifres no són del tot representatives, ja que, a l'hora de fer la taula només s'han tingut en compte les subdivisions més pròpies del sector agrícola, per contra doncs, no es contemplen altres ocupacions, com ara, directors, enginyers o administratius que tindrien relació amb el sector. Altrament, si ens fixem amb el gènere, les dones denoten en el grup de la indústria, ja que, a la resta de classificacions no representen una xifra gaire notable.

Pel que fa a la demanda d'atur corresponent a la pesca, les dades disponibles agrupen la pesca amb les activitats forestals i cinegètiques en el mateix grup. Aquest grup representa **el 9% de les persones aturades en el sector primari**, de les quals un 61% són homes i un 38% són dones.

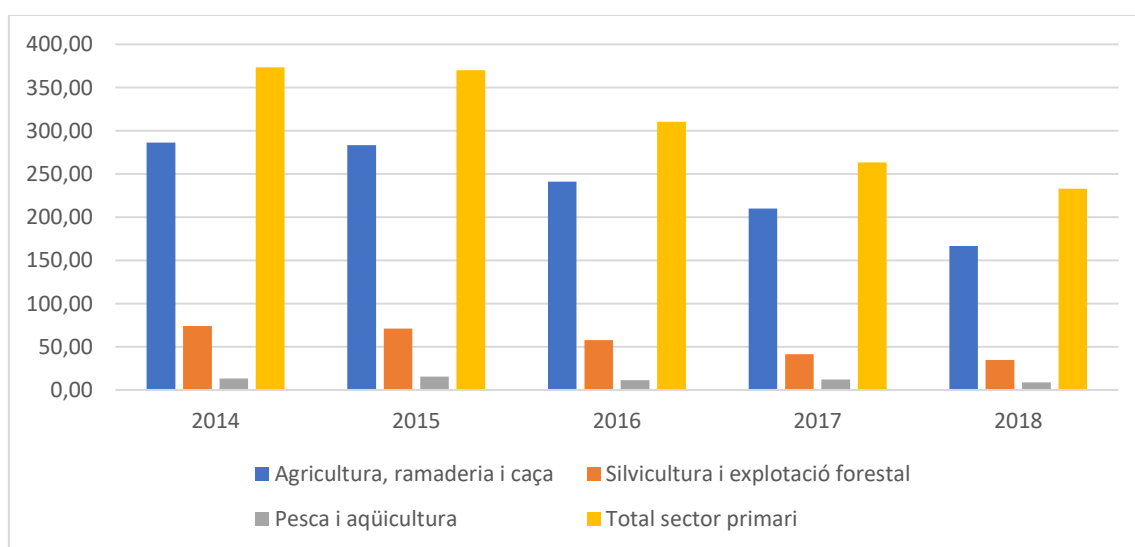
4.2.1.10. Evolució de l'atur al sector primari en el període 2014-2018

Taula 11. Mitjana anual de l'atur activitat al sector primari per divisions d'activitat econòmica. Període 2014-2018

Divisió d'activitat econòmica	2014	2015	2016	2017	2018
Agricultura, ramaderia i caça	286,33	283,50	241,25	209,92	166,50
Silvicultura i explotació forestal	73,92	71,00	57,58	41,33	34,58
Pesca i aquicultura	13,33	15,58	11,58	12,08	8,83
Total sector agricultura, ramaderia i pesca comarca	373,58	370,08	310,42	263,33	232,83
Total aturats comarca	9949,00	8957,58	7854,25	6954,00	6425,00
% respecte el total dels aturats de la comarca	3,75	4,13	3,95	3,79	3,62
Variació 2014-2018	-140,75				

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu. S'ha calculat la mitjana a partir de les dades dels diferents anys

Figura 12. Mitjana anual de l'atur activitat al sector primari per divisions d'activitat econòmica. Període 2014-2018



Font Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

A partir de l'observació de les mitjanes anuals dels aturats durant el transcurs del 2014 al 2018 es determina que al llarg d'aquests anys el nombre d'aturats dins de l'àmbit agrari, ramader i pesquer ha anat disminuint, amb una variació del -140%. Si s'observen les tres divisions d'aquesta

activitat econòmica, l'agricultura, ramaderia i caça és la que té un major nombre d'aturats, la segueix silvicultura i explotació forestal, i per últim la pesca i aqüicultura. Pel que fa al percentatge respecte al total d'aturats ronden el 4%, encara que està anant a la baixa; el 2018 essent el 3,62%.

Aquesta classificació es fa a partir del tipus d'activitat anterior del qual prové l'inscrit.

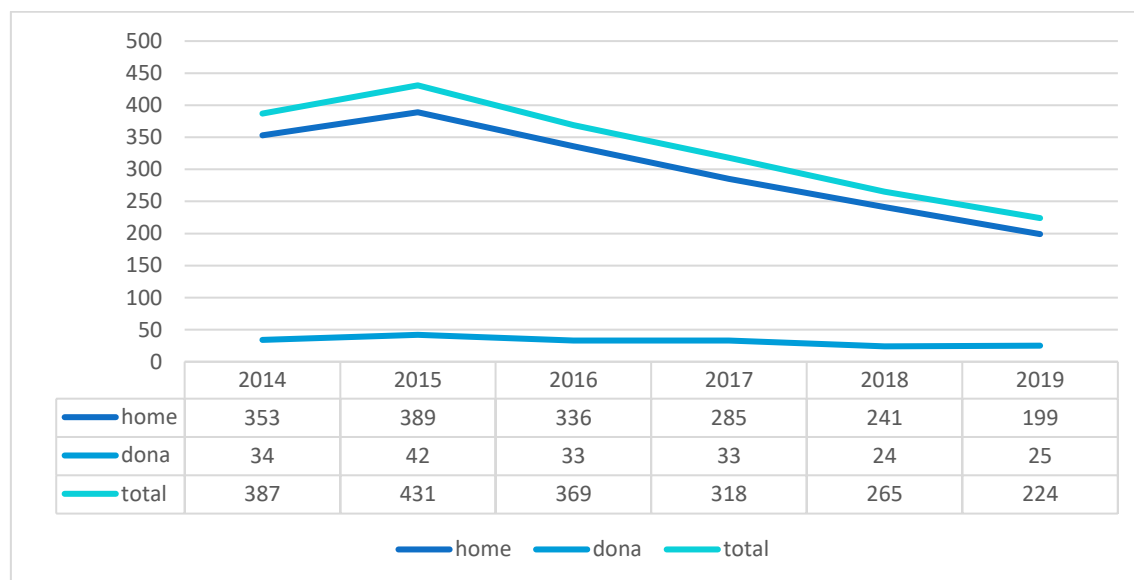
4.2.1.11. Sexe de les persones demandants d'ocupació

Taula 12. Persones demandants d'ocupació per sexe. Període 2014-2019

	home	dona	total	%dona	%home
2014	353	34	387	9%	91%
2015	389	42	431	10%	90%
2016	336	33	369	9%	91%
2017	285	33	318	10%	90%
2018	241	24	265	9%	91%
2019	199	25	224	11%	89%

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 13. Persones demandants d'ocupació per sexe. Període 2014-2019



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Pel que fa al sexe de les persones aturades, durant el transcurs analitzat des del 2014 al 2019 les dades no han variat gaire, els homes són el grup amb més demandants, representant el 90% dels aturats totals, viem doncs, que la presència de les dones en aquest sector continua essent una figura poc representativa.

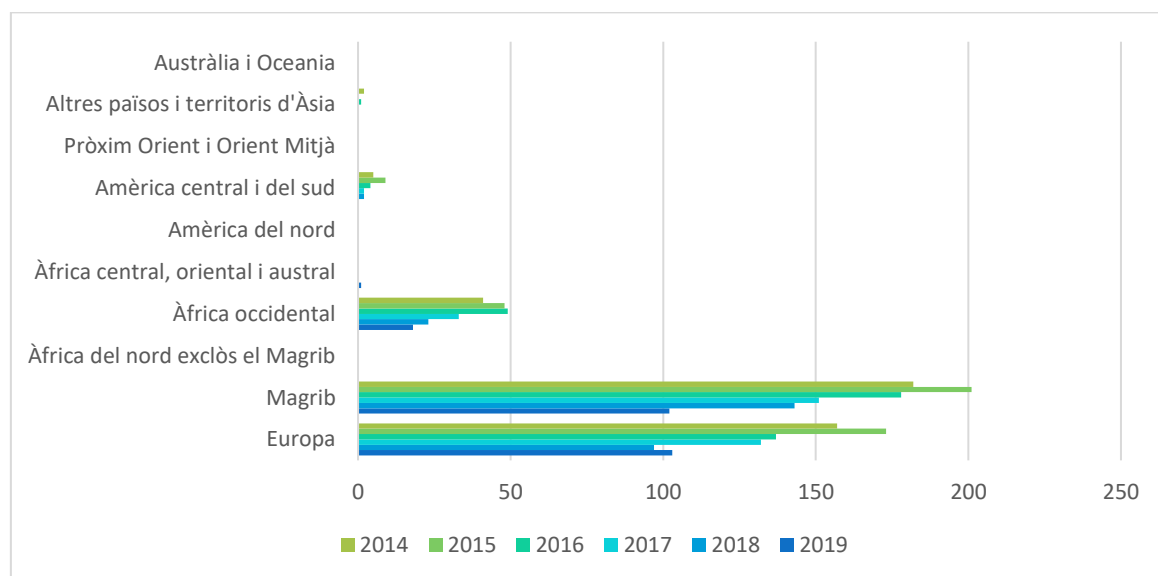
4.2.1.12. Nacionalitat de les persones demandants

Taula 13. Persones demandants segons nacionalitat. Període 2014-2019

	Europa	Magrib	Àfrica del nord exclòs el Magrib	Àfrica occidental	Àfrica central, oriental i austral	Amèrica del nord	Amèrica central i del sud	Pròxim Orient i Orient Mitjà	Altres països i territoris d'Àsia	Austràlia i Oceania	Total
2014	157	182	0	41	0	0	5	0	2	0	387
2015	173	201	0	48	0	0	9	0	0	0	431
2016	137	178	0	49	0	0	4	0	1	0	369
2017	132	151	0	33	0	0	2	0	0	0	318
2018	97	143	0	23	0	0	2	0	0	0	265
2019	103	102	0	18	1	0	0	0	0	0	224

Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Figura 14. Persones demandants segons nacionalitat. Període 2014-2019



Font: Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà. Dades de l'Observatori de Treball i Model Productiu

Segons la nacionalitat, veiem que al llarg del període 2014-2019, els aturats del sector estudiat es configuren principalment per ciutadans europeus i del Magrib, els segueixen el grup originari d'Àfrica occidental i Amèrica central i del sud, tot i que amb xifres poc importants. Tots els grups han anat disminuint de nombre d'aturats, per tant, tal com ho mostren els totals, l'atur de l'activitat analitzada ha anat a la baixa. El grup format pels del Magrib han anat a la baixa, excepte durant el 2015, també han seguit la mateixa dinàmica el grup d'europeus.

Un fet a tenir en compte, és que, probablement molts que formen part de la categoria de nacionalitat europea, provenen de països estrangers, però, que han acabat obtenint la nacionalitat espanyola.

4.2.1.13. Conclusions

A partir de les dades de l'Observatori del Treball i les de l'IDESCAT s'ha pogut determinar que un total de 3.228 persones treballen dins el sector agroalimentari. El 50% d'aquests formen part del grup de l'agricultura, ramaderia i silvicultura, el 35% en altres activitats derivades del sector i el 15% en la pesca i aqüicultura. La xifra total de 3.228 persones ens diu que és un sector prou important a la comarca, malauradament però, la branca de la pesca no compte amb gaires ocupats. El total d'ocupats de la comarca és de 52.021, per tant, els 3.228 del sector agroalimentari representen un 6% sobre el total.

Pel que fa a l'evolució de l'atur durant l'últim any, tots els sectors han anat disminuint en nombre d'aturats, també el sector agrícola. Aquest últim representa poc més del 3% respecte al total d'aturats de la comarca. Veiem doncs, que comparat amb els altres sectors, aquest àmbit té poca representativitat.

Segons les xifres de la durada de la demanda, els aturats dins del sector agrícola tenen un temps d'espera força curt, de fet, la meitat acaba trobant feina abans dels 6 mesos des que s'han donat d'alta a l'atur. Una altra característica és que l'edat principal d'aquests demandants és a partir dels 40 anys, els menors d'aquesta edat no representen una xifra gaire notable.

Altrament, el grup d'ocupació preferent, amb un 60%, és el d'ocupacions elementals, aquesta dada significa que els demandants tenen, en general, poca formació.

Partint de les dades obtingudes a partir de les mitjanes anuals dins el període 2014-2018, es detecta una disminució de 140 aturats entre els 4 anys analitzats. La taula elaborada també ens permet saber la distribució dels aturats a partir de les 3 branques del sector. En primera posició l'encapçala la branca d'agricultura, ramaderia i caça, la segueix silvicultura i explotació forestal, per últim, pesca i aqüicultura, es pot concloure doncs, que el pes més gran recau a l'àmbit més agrícola, per contra, la pesca no compta amb gaires sol·licitants.

Respecte al sexe dels demandants, és majoritari el pes dels homes, doncs, les dones ocupen vora el 10%, en canvi, els homes el 90%, aquesta dinàmica no ha variat al llarg del transcurs analitzat.

Per últim, la nacionalitat amb més demandants es reparteixen entre dues regions; l'europea i la del Magrib, són aquests els dos territoris que configuren els aturats del sector.

Per a concloure, hem vist que en termes generals l'atur a la comarca ha anat a la baixa, el mateix ha passat doncs, dins el sector agrícola en concret. Tanmateix, el nombre d'aturats, prop de 250 el gener del 2019, no deixa de ser una dada prou important i que convida a incidir en treballar en el sector per tal de generar llocs de treball. Un altre punt a destacar és que la branca de la pesca és el que té una menor demanda, s'hauria de conèixer el significat que expliquen aquestes xifres; no hi ha demandants interessats en el sector, o bé, hi ha una escassetat de treballadors dins el sector, i això faria que hi hagués una gran demanda de treballadors. Per altra banda, són més de 3 mil persones que treballen en activitats relacionades en el sector, per tant, és una xifra que denota certa importància en l'ocupació de la comarca.

Val a dir que les dades, poden no representar del tot la situació real, ja que, en alguns casos no es renova l'estat d'atur quan pertoca, per tant, no quedarien registrats com a aturats.

S'ha de tenir en compte també, que aquest sector depèn molt de la temporalitat, és a dir, que el nombre d'aturats dependrà molt de l'època, per exemple, en època de recol·lecció de fruita el nombre d'aturats possiblement disminuirà considerablement. Un altre cas que podria fer variar les xifres seria durant el temps de veda a la pesca, en què està prohibit pescar, aquest fet podria explicar el 50% dels aturats que tenen una demanda de menys de 6 mesos.

En el món de la pesca, es creu que, a l'hora de buscar nous empleats es fa a través de la cerca pròpia, és a dir, a través de contactes propers es fa la troballa de nova mà d'obra, i que per tant, no quedaria registrat en aquestes estadístiques. Un altre aspecte sobre el sector de la pesca en concret és que hi ha una gran demanda de professionals amb el títol de patró, com també d'una formació prèvia específica per a poder accedir a un lloc de treball.

4.2.2. Flota pesquera

Segons la Direcció General de Pesca i Afers Marítims, a desembre de 2018 la flota pesquera a la demarcació de Girona és d'un total de 262 embarcacions, com es pot veure a la taula següent:

Taula 14. Nombre embarcacions segons modalitat de pesca. Any 2018 i any 2009. Nombre i evolució

Modalitat	Nombre embarcacions (any 2018)	Nombre embarcacions (any 2009)	Evolució (%)
Arrossegament	72	104	-31%
Arts menors	121	339	-64%
Encerclament	23	38	-39%
Palangre de fons	18	52	-65%
Palangre de superfície	5	6	-17%
Auxiliars	23	--	--
Total	262	539	-51%

Font: Direcció General de Pesca i Afers Marítims

En el període 2000-2018, a la demarcació de Girona s'han perdut la meitat de les embarcacions, essent una **reducció del 51%** de la flota pesquera. Destaca sobretot la pèrdua de la flota de modalitats de pesca més artesanals: un -64% d'arts menors i un -65% de palangre de fons.

En el cas del Baix Empordà, l'evolució de la flota pesquera ha seguit la mateixa dinàmica. Segons l'estudi *Diagnosi del sector pesquer al Baix Empordà*, realitzat per la Fundació Promediterrània i promogut pel Consell Comarcal del Baix Empordà les flotes pesqueres s'han reduït en les dues confraries que compten amb llotja, Palamós i Sant Feliu de Guíxols; a Palamós la flota pesquera s'ha reduït en un 15% i a Sant Feliu de Guíxols en un 6%. Cal destacar la pèrdua d'un 44% de la flota pesquera de palangre de fons en el cas de Palamós, i la pèrdua del 50% de la flota d'encerclament a Sant Feliu de Guíxols.

Taula 15. Evolució de la flota pesquera al Baix Empordà. Període 2012-2017

Palamós							
Any	Arrossegament	Arts menors	Encerclament	Palangre de fons	Palangre de superfície	Auxiliar	Total general
2012	32	19	4	9	1	10	75
2013	32	19	4	8	1	11	75
2014	26	19	4	7	1	11	68
2015	23	20	4	6	1	12	66
2016	24	18	4	5	1	12	64
2017	24	18	4	5	1	12	64
evolució	-25%	-5%	0%	-44%	0%	20%	-15%
Sant Feliu de Guíxols							
2012		10	6		1		17
2013		9	4	1	1		15
2014		11	4	1	1		17
2015		12	3	1	1		17
2016		10	3	1	1		15
2017		11	3	1	1		16
evolució		10%	-50%	0%	0%		-6%

Font: *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*

Una de les característiques de la flota pesquera del Baix Empordà rau en el seu **capital social**. S'ha mantingut l'estructura de petites empreses de naturalesa familiar on el propietari de l'embarcació (armador) participa en l'activitat extractiva com a patró de l'embarcació. Així, bona part de la tripulació de l'embarcació són familiars o coneguts i l'origen d'aquests treballadors és intern (mateix municipi, comarca o comarques veïnes), alhora que s'ha preservat el sector de l'entrada de capital empresarial forani en el procés productiu.

4.2.3. Captures

La producció pesquera al Baix Empordà es concentra principalment als ports de Palamós i de Sant Feliu de Guíxols, els quals compten amb llotja. El port de l'Estartit també representa un volum petit de la producció pesquera, la qual es porta a la llotja de Palamós.

Si s'analitzen les dades de kg venuts a les llotges l'any 2018, com es pot veure a la figura següent, la llotja de Palamós ocupa la 6a posició respecte les 19 llotges catalanes en quant a kg venuts, amb un total de 2.127.269 kg venuts. La llotja de Sant Feliu de Guíxols ocupa la 12a posició, en un nivell més inferior, amb un total de 930.135 kg venuts l'any 2018. Per tant, el total de kg venuts a les llotges de la comarca va ser **de 3.057.404 kg l'any 2018**.

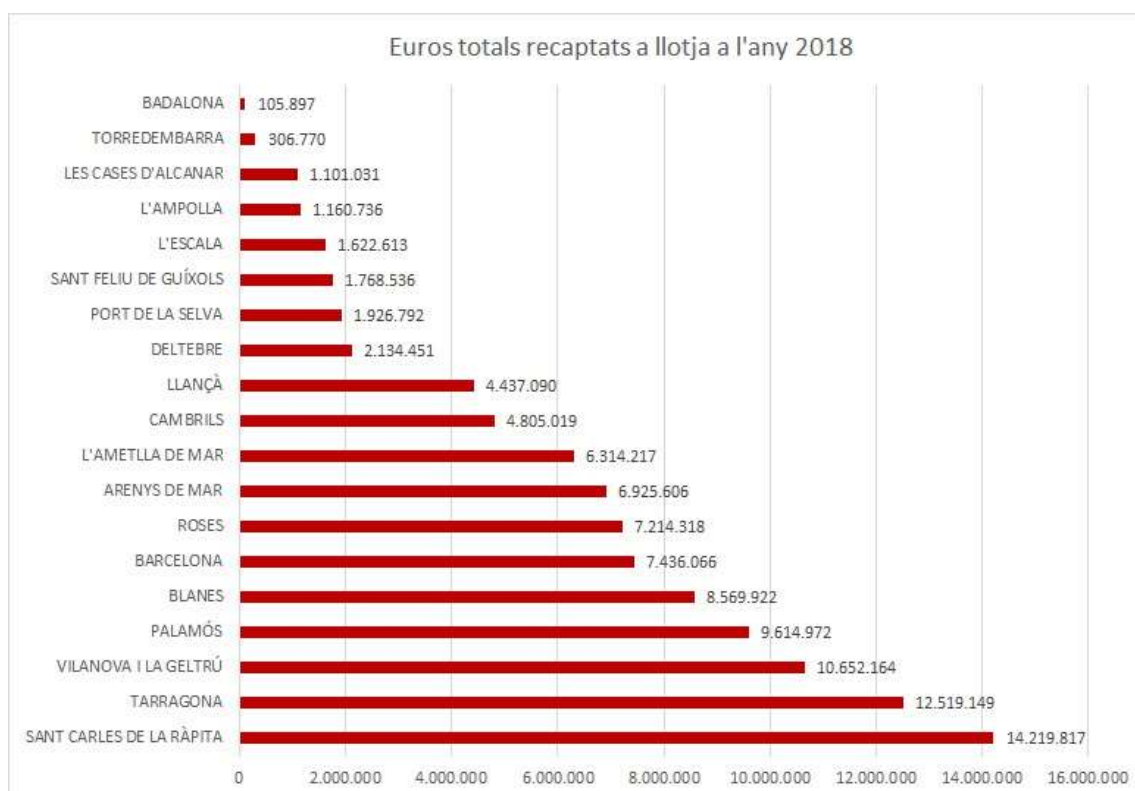
Figura 15. Peix venut a les llotges catalanes. Kg. Any 2018



Font: Direcció General de Pesca i Afers Marítims

Pel que fa a la recaptació en € resultant de la venda del peix, Palamós ocupa la 4a posició en recaptació d'€ l'any 2018, amb un total de 9.614.972 €. La llotja de Sant Feliu de Guíxols ocupa la 14a posició amb un total de 1.768.536 € recaptats l'any 2018. Per tant, la **recaptació econòmica de les llotges de la comarca pel que fa al peix venut va ser de 11.383.508 €**.

Figura 16. Recaptació econòmica de la venda de peix a les llotges catalanes. €. Any 2018



Font: Direcció General de Pesca i Afers Marítims

La següent taula recull els kg de peix venuts a les llotges de Palamós i de Sant Feliu de Guíxols, respectivament, per espècies, i la recaptació en €. S'observa que, en nombre de kg venuts, les espècies més abundants en ambdues llotges són el seitó, la sardina, l'alatxa, i en el cas de Palamós, la gamba rosada, la maire, el sorell, la bròtola de fang, el lluç, i el sonso, i en el cas de Sant Feliu de Guíxols, el sonso i la garota.

Pel que fa als preus del peix venut, en el cas de la llotja de Palamós, la gamba rosada encapçala el rànquing de recaptació d'euros, seguida pel seitó i la sardina. En el cas de la llotja de Sant Feliu de Guíxols, el seitó, seguit pel sonso i la sardina, són les espècies que més euros han aportat a la llotja l'any 2018.

Taula 16. Peix venut per espècies (kg) i recaptació (€) a la llotja de Sant Feliu de Guíxols. Any 2018

Espècies	Palamós		Sant Feliu de Guíxols	
	Suma de Kg	Suma d'€	Suma de Kg	Suma d'€
Agulla prima	69	77	10	2
Alatxa	130.261	120.074	44.945	28.610
Angula	98	9.881		
Aranya blanca	982	4.346	528	1.965
Aranya de cap negre	821	7.764		

Bacora	2.501	13.659	4.103	8.932
Bàcoreta	416	519		
Ballesta	6	19		
Besuc	4.523	5.959		
Besuc de la piga	236	6.115		
Bis	11.724	9.252	8.252	6.195
Boga	162	108	504	198
Bonítol	3.927	24.140	1.960	12.363
Bonítol de ventre ratllat	860	1.253		
Bròtola de fang	36.735	135.551		
Bròtola de roca	1.822	20.488	380	3.183
Bruixes	11.172	97.576		
Cabra	70	295	12	89
Cabrot	145	355		
Calamar	5.150	113.050	126	755
Calamarcets	188	3.467		
Canana	1.391	4.560	207	758
Canana Vera	27.743	87.160		
Càntera	1.215	15.802	124	1.078
Capellà	8.169	25.152	19	64
Cap-roig	3.135	65.634	1.072	18.453
Captinyós	1.446	10.632		
Cargol bonic	392	1.689		
Cargol de punxes	21	408		
Castanyola	228	1.985	9.507	85.010
Círvia	2.671	29.963	2.586	25.809
Cogombre de mar			1.522	4.752
Claus	30	57		
Congre	4.854	10.317	157	446
Corball de roca	163	4.286	74	1.421
Corn blanc	2	10		
Cornet de tap	7	130		
Cranc blau	114	569		
Cranc de sopa	1.173	4.910		
Déntol	1.932	48.141		
Diversos cartilaginosos	38	139		
Diversos cefalòpods	16	181		
Diversos crustacis	17	56	1.062	24.915
Diversos osteictis	2.175	8.596	276	919
Donzella	3	35		
Dot	43	1.020		
Emperador	1.817	17.393	3.185	19.655
Escamarlà	26.397	592.998		
Escolà	678	2.495		
Escórpora allargada	2	17		
Escórpores /captinyós/	14	149		

rufins				
Espardenya	88	9.987	0	16
Esparrall	18	33		
Espet	1.021	4.779	475	1.447
Galera	9	69		
Gall	2.012	54.575	166	3.695
Galta-roig	1	1		
Gamba blanca	18.442	353.886		
Gamba panxuda	811	8.948		
Gamba rosada	99.205	3.634.026		
Gambetes	4.376	28.511		
Garneu	584	1.910		
Garota	26.866	89.363	20.133	78.244
Gat	1.993	7.246		
Gerret pàmfil	38	58		
Llagosta	1.439	69.602	427	20.176
Llagosta blanca	24	780		
Llamàntol	89	3.255	17	544
Llampuga	188	1.132	78	224
Llavió	344	2.333	255	1.022
Llenguado	693	14.353	334	7.802
Llissa llobarrera	1.458	2.400		
Llisses nep	384	774	506	749
Llobarro	538	14.874		
Lluç	34.215	277.465	4.135	38.385
Lluerna rossa	179	1.510		
Lluernes	20.636	58.084	44	129
Mabre	496	5.201	8	65
Maire	45.591	140.032	253	40
Margarida llisa	5	35		
Marlí			846	6.866
Melva	465	679	307	623
Mero	100	3.587	54	1.445
Molls nep	29.461	170.335		
Moll de roca			1.327	17.139
Morena	195	130	236	478
Morrallet	11	50		
Morruda	202	1.275		
Negret / Trotllo negre	1.194	10.145		
Oblada	477	2.169	147	249
Orada	4.003	61.076	344	3.366
Pagell	8.471	59.626	2.652	14.772
Pagre	418	6.647		
Palaia	3.893	28.234		
Palometa blanca	184	1.022	10	6
Palomida	122	884		

Peix de plata	5.439	32.748		
Peix d'escata	21	123		
Penegal	5.014	47.903	444	3.920
Pessic	136	487	28	171
Pop blanc	36.421	164.358		
Pop roquer	7.584	69.131	877	6.959
Rajades nep	3.572	8.716	851	3.647
Raps nep	33.363	308.044	2.907	29.117
Rata	3.566	21.049	1.116	7.052
Rèmol empetxinat			2	98
Rom	541	16.263	23	565
Sabre	15	11		
Salpa	1.856	1.198	163	98
Sardina	388.016	813.667	114.928	251.299
Sarg	2.144	22.033	1.179	6.573
Sarg imperial	75	1.858		
Seitó	947.606	967.403	666.614	723.351
Sepió	1.001	20.744		
Sepions	1.616	36.246		
Serrà	574	2.998		
Sípia	3.566	47.835	184	2.468
Sonso	33.272	335.362	28.666	275.456
Sord de fons	2	8		
Sorell	38.356	33.091	2.634	2.076
Sorell blancal	39	33		
Sorells	345	584	3.264	2.797
Tacó	11	38		
Tallahams	152	850		
Tintorera	11	54	111	188
Tonyina	528	4.661	673	6.786
Tord/Merlo/Llavió	109	637	19	64
Vaca tremolosa	30	48		
Variada	1.666	5.711		
Verat	1.080	6.508	705	2.612
Verat volador	7	13		
Veta	708	4.591		
Xinxà	10	30		
Xinxes	122	295		
Xúia	4	135		
Xucles/gerrets			383	186
	2.127.271	9.614.977	939.136	1.768.537

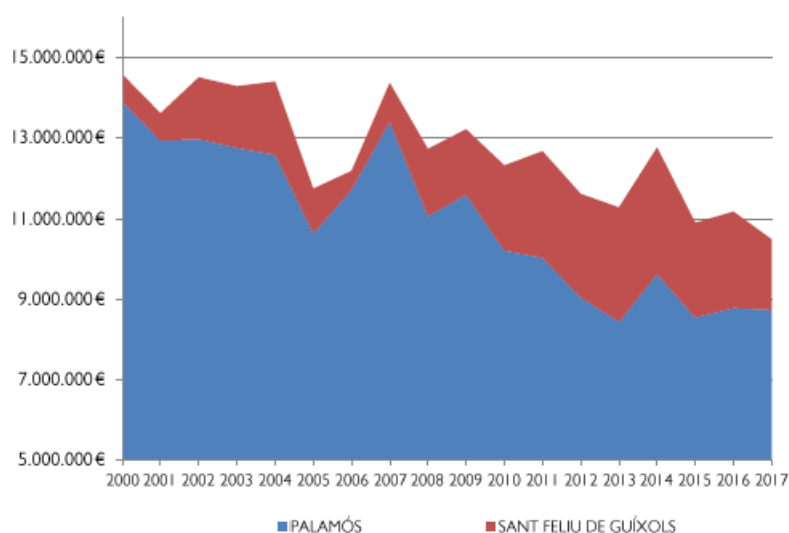
Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Direcció General de Pesca i Afers Marítims

4.2.4. Primera venda del peix

Un cop el peix arriba al port, es ven a les subhastes que organitzen i gestionen les confraries de pescadors. Les subhastes tenen lloc a les llotges. Al Baix Empordà, hi ha llotges a Palamós i a Sant Feliu de Guíxols, que gestionen les respectives confraries. En el cas de l'Estartit, no hi ha llotja, i el peix es ven a la llotja de Palamós, a excepció de l'anguila, que es ven directament a comprador sense passar per subhasta.

Segons la *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*, s'observa una progressiva reducció dels ingressos anuals a les llotges del Baix Empordà, més acusada a Palamós, amb alts i baixos en ambdues llotges. Es passa dels prop de 15 M€ facturats a finals dels '90 als 10,5 M€ facturats l'any 2017, cosa que representa una davallada del 30% en la facturació.

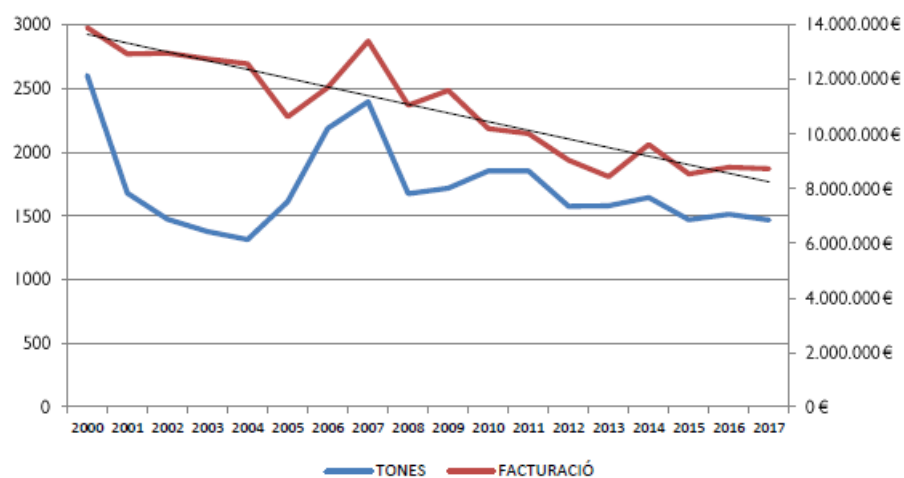
Figura 17. Evolució de la facturació agregada de les llotges de Palamós i Sant Feliu de Guíxols



Font: *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*

No obstant, si s'observa la relació volum de captures-facturació, també segons recull la *diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*, s'aprecia aquesta progressiva reducció però també es pot veure com la diferència entre les captures i la facturació s'estreny en els darrers anys, fet que indica que el rendiment per captura s'incrementa.

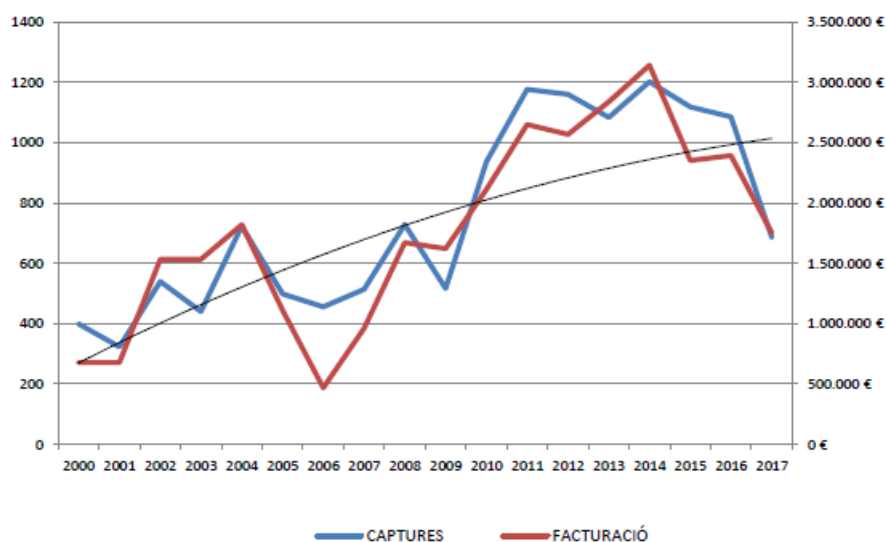
Figura 18. Evolució de les captures i la facturació a la llotja de Palamós



Font: Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà

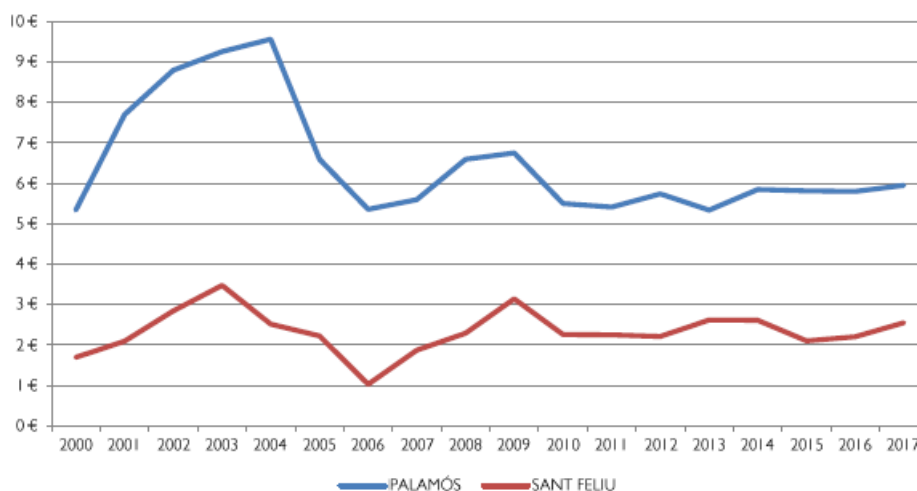
El comportament de l'evolució de les captures i la facturació a la llotja de Sant Feliu de Guíxols, tal i com recull la diagnosi esmentada, mostra un increment tant de la facturació com de les captures a partir de l'any 2006, i en especial l'any 2010 i toca sostre l'any 2014, a partir del qual torna a davallar, tant en captures com en facturació.

Figura 19. Evolució de les captures i la facturació a la llotja de Sant Feliu de Guíxols



Font: Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà

Figura 20. Evolució del preu mig del peix a les llotges de Palamós i de Sant Feliu de Guíxols



Font: Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà

Pel que fa a l'evolució del preu mig, s'observa com aquest valor s'ha mantingut més o menys estable a partir de l'any 2010, amb alguns alts i baixos però amb una lleugera tendència a l'alça.

Segons les dades de captures i facturació, el **preu mig del peix venut l'any 2018 a Palamós és de 4,5 €/kg**, i a **Sant Feliu de Guíxols és d'1,88 €/kg**. El preu mig del peix a Palamós és més elevat atès que prop del 40% de la facturació de la llotja de Palamós prové de la gamba, la qual té un valor comercial molt elevat. En canvi, el peix que es ven a Sant Feliu de Guíxols té un valor comercial més baix.

Per últim, en els darrers anys des de les confraries de pescadors, i en col·laboració amb les universitats i centres de recerca i amb l'administració catalana, s'estan duent a terme diferents actuacions i adoptant **mesures per fer la pesca més sostenible**. Es destaquen els **plans de gestió pesquera**. Un pla de gestió pesquera és un acord entre tots els agents implicats pel qual es determinen uns objectius de sostenibilitat i unes especificacions per assolir-los: què es pesca, com es pesca, qui pesca, on es pesca, quan es pesca. En l'àmbit territorial del Baix Empordà, hi ha els següents:

- Pla de gestió del sonso: aquest pla s'aplica des de l'any 2014 a tota la costa catalana i afecta les embarcacions que es dediquen a la pesca del sonso.
- Pla de gestió de la pesquera de gamba vermella: des de 2013, d'acord amb les directrius europees, s'aplica a Palamós un pla de gestió de la pesquera de gamba vermella pioner a la Mediterrània occidental. És la primera iniciativa de cogestió d'una pesquera d'arrossegament, impulsada i dissenyada pels mateixos pescadors locals, amb la participació i la complicitat de la comunitat científica i les administracions.
- Pla de gestió del peix blau: s'aplica sobretot a la sardina, i anxova pescada a les aigües interiors de la Badia de Pals i Roses des de l'any 2019.
- Pla de gestió de la sèpia. Des de l'any 2018 existeix el Comitè de Cogestió del Pla de Gestió de la sèpia a les badies de Pals i Roses, garantint així la sostenibilitat del recurs pesquer.

4.3. Segon nivell. Distribució

El **perfil de les empreses** que operen en el segon nivell de la cadena de valor del sector pesquer, la distribució, és **divers**, i amb els anys han anat introduint-se **nous perfils**.

Aquestes empreses tenen la llicència per comprar i vendre el peix de llotja. A les subhastes del peix, mitjançant el sistema de subhasta a l'holandesa, o a la baixa, entren en competència per determinar el preu final de compra-venda de cada lot de peix. Fins ara les subhastes a les llotges han estat presencials, amb la participació directa dels operadors, però en algunes llotges catalanes s'està començant a implantar el sistema de llotja electrònica, que permet als operadors participar en línia en la subhasta.

4.3.1. Distribució i segona venda del peix

Els perfils d'empreses en aquest segon nivell són diferents en funció del destí final del producte pesquer, condicionant també la configuració del valor de la cadena amb la segona venda del peix. En termes generals, els **perfils d'empreses d'aquest segon nivell** que es troben a les llotges del Baix Empordà es citen a continuació:

- **Majoristes en origen:** és un agent principal a la llotja i a la cadena de valor del peix. Realitza la selecció, compra, classificació, manipulació, preparació i expedició del peix als seus clients diversos. Té un paper de nexa d'unió entre el sector productor i el mercat majorista de destí. També pot vendre a centrals de compra o a minoristes. Per tant, és un perfil important en la cadena de valor del sector pesquer.
- **Majoristes en destí:** es localitzen en els mercats centrals. Allà, els assentadors reben les comandes procedents dels majoristes en origen i disposen el producte als seus clients, que poden ser minoristes o altres majoristes, així com també poden vendre a restauració, cadenes de distribució, etc. És un perfil d'operador que cada vegada agafa més força en la cadena de valor del sector pesquer.
- **Distribució minorista:** es tracta del conjunt d'establiments que comercialitzen el producte pesquer al detall, a consumidor final, com són les peixateries, les parades dels mercats municipals, o també alguns restaurants. Aquesta tipologia d'establiments obté el producte pesquer ja sigui participant directament a les llotges, com ocorre al Baix Empordà per poder adquirir el peix de llotja, o bé també es proveeix de majoristes en origen, o també es pot abastir de majoristes en destí (mercats centrals).
- **Cadenes de distribució amb centrals de compra:** es tracta d'un perfil d'empresa que ha aparegut darrerament en aquest segon nivell de la cadena. Aquests operadors compten amb centrals de compra, la funció de les quals és abastir-se de peix fresc en les quantitats,

qualitat i mides fixades per la política de l'empresa. Aquestes cadenes poden comprar el peix a través de majoristes en origen o també participen directament a les llotges. Una vegada compten amb el producte, les plataformes de distribució són les encarregades de distribuir la mercaderia en funció de les comandes realitzades als diferents punts de venda de la mateixa cadena. En el cas del peix de llotja aquestes cadenes ho indiquen al mostrador del punt de venda amb un cartell específic.

Les empreses de distribució que operen a les llotges del Baix Empordà són de la mateixa comarca i també hi operen empreses de distribució, majoristes en origen, de comarques veïnes de la província (Alt Empordà, la Selva, el Gironès) així com també hi ha majoristes en destí i cadenes de distribució amb centrals de compra. La distribució minorista (peixateries i restauració) de la mateixa comarca i comarques veïnes també manté encara una presència destacada, tot i que els majoristes en origen estan suplint el proveïment de peix de llotja a algunes peixateries i restaurants que no disposen del temps necessari per poder participar directament a la llotja.

Per conèixer les empreses de la comarca que operen en aquest segon nivell, s'ha partit del Registre Sanitari d'Indústries i Productes Alimentaris (RSIPAC)¹ i de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE- 2009)² per a les activitats econòmiques relacionades amb el peix. En total, s'identifiquen 20 empreses del Baix Empordà amb algun tipus d'activitat vinculada a la distribució de productes pesquers, les quals es llisten a la taula següent.

Taula 17. Empreses del Baix Empordà vinculades a la distribució de productes pesquers

Raó social	Municipi	Descripció activitats
CONGELATS PALAMOS SA	PALAMÓS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0116 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca congelats
		0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca
		0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó

¹ El RSIPAC recull les indústries i els establiments alimentaris que fabriquen, elaboren, transformen, envasen, emmagatzemen, distribueixen o importen productes alimentaris i es classifiquen en funció de l'àmbit d'actuació o sector segons el tipus d'aliments o productes alimentaris. La clau 12 fa referència al peix, crustacis, mol·luscs i derivats. Segons el RSIPAC, al Baix Empordà hi ha un total de 20 empreses dins la clau 12 . peix, crustacis, mol·luscs i derivats. D'aquestes 20 empreses, se'n poden identificar fins a 14 empreses que operen en el nivell de la distribució de productes pesquers, i que operen com a majoristes en origen.

² El CNAE -2009 amb codi 4638 correspon a les activitats econòmiques que es dediquen al comerç al major de peix i marisc i altres productes alimentaris.

		0121 Fabricació de productes de la pesca secosalats i dessecats
		0128 Fabricació de productes transformats a base de peix
		0614 Establiment de congelació de productes de la pesca
IRECAT IMPEX ESPAÑA SRL	PALAFRUGELL	Comerç al major
MAR PEIX SL	PALAMÓS	Comerç al major i al menor
DISTRIBUCIO DEL FRED SA	SANT FELIU DE GUÍXOLS	Comerç al major
		0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
FRIGORIFICOS LOPESCA SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	Comerç al major
		0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
GAMBA I PEIX DE PALAMÓS SL	PALAMÓS	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0216 Envasament de productes de la pesca congelats
		0601 Vaixell factoria
		0602 Vaixell congelador
PALAPEIX SL	PALAMÓS	Comerç al major
PALAMOS MAR SL	CALONGE	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0128 Fabricació de productes transformats a base de peix
PEIX I MARISC MARIO SL	PALAMÓS	Comerç al major
		0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
PEIXOS ARNAU SL	BEGUR	Comerç al major i al menor
		0497 Emmagatzematge frigorífic

		0498 Emmagatzematge en congelació
		0515 Importació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0516 Importació de productes de la pesca congelats
PEIXOS DE PALAMOS SL	PALAMÓS	Comerç al major 0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0116 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca congelats 0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca 0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó 0121 Fabricació de productes de la pesca secosalats i dessecats 0128 Fabricació de productes transformats a base de peix 0614 Establiment de congelació de productes de la pesca
PEIXOS TORRENT SL	PALAMÓS	Comerç al major i al menor
PEIXOS EL BOMBA SA	PALAMÓS	Comerç al major i al menor 0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca 0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó 0321 Distribució de productes de la pesca secosalats i dessecats 0498 Emmagatzematge en congelació
PORCIANUS	SANT FELIU	0608 Centre de depuració de mol·luscs

SERVICIOS NAUTICOS SL	DE GUÍXOLS	0609 Centre d'expedició d'invertebrats marins (inclosos equinoderms i gasteròpodes)
ROMERO PEIX SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	Comerç al major 0497 Emmagatzematge frigorífic 0498 Emmagatzematge en congelació
SOLIPESCA SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	Comerç al major 0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0216 Envasament de productes de la pesca congelats 0497 Emmagatzematge frigorífic 0498 Emmagatzematge en congelació
SUBIRATS-MANYIK SC	CALONGE	0315 Distribució de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
TEJEDOR MARISC I PEIX SL	PALAMÓS	Comerç al major i al menor 0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0334 Distribució de mol·luscs bivalves, equinoderms, tunicats i gasteròpodes marins vius
CROS-MAR SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	Comerç al major
RIEMBAU PEIX I MARISC SL	TORROELLA DE MONTGRÍ	Comerç al major i al menor

Font: elaboració pròpia a partir del RSIPAC i del CNAE-2009

En aquest nivell, s'inicia un circuit comercial amb diferents actors, que fa que el producte tingui un recorregut més o menys llarg fins a arribar al client final. el Pla estratègic 'Palamós peix' elaborat per la Fundació Promediterrània l'any 2107 recull que diferents estudis apunten que el 80 % de les compres que es fan a les llotges catalanes es concentren en un àrea geogràfica a 35 minuts de la llotja, amb perfils de compradors molt marcats, com es veu al diagrama anterior, i en què els petits compradors (minoristes com ara peixateries i canal Horeca en general) representen una mica més del 82 % dels compradors en primera venda, que generen quasi el 27 % de la facturació

total, amb moltes petites compres de manera estable. En el cas de Palamós, es pot comprovar que el 70 % de les vendes i el 76 % del volum de captures es concentren en 25 clients, la majoria dels quals actuen com a majoristes.

En aquest sentit, per fer una bona radiografia del segon nivell de la cadena de valor del sector pesquer, caldria incorporar la distribució minorista (peixateries i restaurants) que operen a les llotges, així com també els majoristes en destí i les cadenes de distribució amb centrals de compra. Igualment, també es podria ampliar als majoristes i minoristes que provenen de comarques veïnes. En tractar-se aquesta diagnosi d'una diagnosi qualitativa, no s'ha pogut fer una radiografia exhaustiva de les empreses que operen en aquest segon nivell i el seu impacte en la configuració de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà. En aquest sentit, serà interessant desenvolupar i aprofundir aquest segon nivell i aquest serà l'objecte d'una posterior anàlisi en la segona fase de la diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà.

Tot el peix que surt expedit de les llotges té la corresponent etiqueta de **traçabilitat**, i fins a aquest nivell de la cadena, es segueix un etiquetatge correcte.

Figura 21. Model d'etiqueta de les llotges catalanes

				Llotja: Lonja Adreça: Direcció		
Codi FAO: Nom comercial: ❶ Nombre comercial Nom científic: Nombre científico			Zona de captura: ❷ MAR MEDITERRANI OCCIDENTAL MAR CATALÀ			
Pes (kg): Peso (kg)	Data de captura: Fecha de captura		Mètode de producció: ❹ Método de producción CAPTURAT			
Art de pesca: ❸	Nom del vaixell / Matricula / Foli Nombre del buque / Matricula / Folio				 	
LOT						

Font: tríptic informatiu sobre el peix de llotja. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Medi Natural

No obstant, és a partir d'aquest nivell de la cadena que, en alguns canals, aquest etiquetatge obligatori es perd. En aquest sentit, des de la confraria de Palamós, l'any 2018 es va dur a terme el període de proves d'un nou envàs destinat als productes pesquers desembarcats a la llotja amb l'objectiu de poder garantir les qualitats de frescor així com l'origen d'aquestes espècies, identificades mitjançant aquest envàs exclusiu i que podia substituir l'actual cubeta. També es va

iniciar un treball per allargar el període de conservació del producte fresc, mitjançant un envasat que utilitza la tècnica de l'atmosfera protectora. El primer consistia en una caixa més lleugera, fabricada amb polipropilè cel·lular –totalment reciclable–, de diferents mides segons els quilos que ha de contenir, es pot mullar i pot guardar gel, i es pot apilar amb facilitat. Aquesta caixa podria fer tot el recorregut, entre el pescador que l'ha omplert a la barca, el peixater que la vendrà i el consumidor final que compra el producte, i d'aquesta manera el peix no haurà sortit en cap moment d'aquest recipient. La segona consisteix en allargar el període de conservació del producte pesquer fresc que arriba a la llotja palamosina i en aquest cas mitjançant un envasat que utilitza la tècnica de l'atmosfera protectora o modificada. Les proves s'han iniciat amb la gamba, un producte que ja té un procés de certificació. L'objectiu és que, un cop es pugui garantir el sistema de conservació, el mètode es pugui aplicar en altres espècies desembarcades a Palamós. Les embarcacions han de fer inversió per a la tecnologia necessària per fer aquest envasat. En aquests moments, 1 barca de Palamós ho fa i distribueix i comercialitza directament la seva gamba <http://gambapalamos.com/ca/>.

4.4. Tercer nivell. Transformació

En aquest tercer nivell de la cadena de valor del sector pesquer s'inclouen les empreses que fan algun tipus de transformació, manipulació o producte elaborat a partir del peix, crustacis o mol·luscs.

Per aquest tercer nivell, es parteix de la Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques 2009 (CCAE-2009), dins l'àmbit de la divisió 10. Indústries de productes alimentaris, on es troba el grup d'activitat 10.2 – Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos. Dins aquesta divisió, doncs, es troben les empreses agroalimentàries en categoria d'indústria que elaboren algun tipus de producte agroalimentari a partir del peix.

La següent taula recull **les 7 indústries agroalimentàries que elaboren productes a partir de peix, crustacis i mol·luscos** i que desenvolupen la seva activitat a la comarca del Baix Empordà.

Taula 18. Indústries agroalimentàries a partir de peix, crustacis i mol·luscos del Baix Empordà

Raó social	Municipi	Sector	Descripció activitats
ADNEHO, SL	Vall-llobrega	10.2 - Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos	Elaboració i manipulació de productes transformats i plats precuinats a base de peix i altres productes marins
G.B. ARTESANOS GASTRONÓMICOS, SLU	Fontanilles	10.8 - Fabricació d'altres productes alimentaris	Elaboració de plats precuinats o cuinats a base de carn (contingut mínim matèria càrnia >10% en pes). Ha començat a oferir producte a base de peix (mousse de gamba)
JUST GOURMET GROUP, SL	Palamós	10.2 - Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos	Elaboració i manipulació de productes transformats i plats precuinats a base de peix i altres productes marins
PALAMOS MAR, S.L.	Calonge	10.2 - Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos	Manipulació de peix i altres productes marins, refrigerats o congelats
PEIXOS DE PALAMOS, S.A.	Palamós	10.2 - Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos	Manipulació de peix i altres productes marins, refrigerats o congelats
SABRIA & FERNANDEZ CORAL TRADE	Palamós	10.2 - Elaboració i conservació de peix,	Manipulació, assecat i salaó de peix (bacallà,

INTERNATIONAL, SL		crustacis i mol·luscos	anxoves i similars)
STOP SELF, S.A	Palamós	10.2 - Elaboració i conservació de peix, crustacis i mol·luscos	Elaboració i manipulació de productes transformats i plats precuinats a base de peix i altres productes marins

Font: elaboració pròpia a partir del Registre d'Indústries Agroalimentàries de Catalunya (RIIAC)

Si es mira el detall de l'activitat o activitats que desenvolupen aquestes empreses, es pot comprovar com algunes d'elles no intervenen en la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà, atès que es dediquen a la importació de productes de la pesca, i per tant, la matèria primera no és de la costa i el volum de negoci que generen no està lligat a la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà. De la resta d'empreses, algunes fan l'envasat del peix, i seria objecte d'anàlisi en una posterior fase a aquest estudi poder conèixer la proporció de peix envasat que és peix de llotja. Igualment, les empreses que fan algun tipus de congelat o les empreses que es dediquen a la distribució, també serien objecte d'anàlisi en un posterior estudi per conèixer-ne la proporció de peix de llotja amb que treballen i, per tant, que impacta en la configuració de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà.

Taula 19. Empreses amb RSIPAC clau 12. Peix, crustacis, mol·luscs i derivats del Baix Empordà

Raó social	Municipi	Descripció activitats
BELUGA ALIMENTARIA SL	CALONGE	0517 Importació de conserves de productes de la pesca 0518 Importació de semiconserves de productes de la pesca
CONFRARIA DE PESCADORS DE L'ESTARTIT	TORROELLA DE MONTGRÍ	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0612 Llotja o mercat de subhastes
CONFRARIA DE PESCADORS DE PALAMOS	PALAMÓS	0609 Centre d'expedició d'invertebrats marins (inclosos equinoderms i gasteròpodes) 0612 Llotja o mercat de subhastes
CONFRARIA PESCADORS SANT FELIU GUIXOLS	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0609 Centre d'expedició d'invertebrats marins (inclosos equinoderms i gasteròpodes)

		0612 Llotja o mercat de subhastes
CONGELATS PALAMOS SA	PALAMÓS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0116 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca congelats 0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca 0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó 0121 Fabricació de productes de la pesca secosalats i dessecats 0128 Fabricació de productes transformats a base de peix 0614 Establiment de congelació de productes de la pesca
CRUZ FERNANDEZ, ANTONIA	VALL- LLOBREGA	0515 Importació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0516 Importació de productes de la pesca congelats 0517 Importació de conserves de productes de la pesca 0518 Importació de semiconserves de productes de la pesca 0519 Importació de productes de la pesca fumats 0520 Importació de productes de la pesca salats i en salaó 0534 Importació de mol·luscs bivalves, equinoderms, tunicats i gasteròpodes marins vius
DÍAZ CARMONA, FELIPE	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0333 Distribució de cargols terrestres vius
DISTRIBUCIO DEL FRED SA	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)

FRIGORIFICOS LOPESCA SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
GAMBA I PEIX DE PALAMÓS SL	PALAMÓS	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0216 Envasament de productes de la pesca congelats 0601 Vaixell factoria 0602 Vaixell congelador
PALAMOS MAR SL	CALONGE	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0128 Fabricació de productes transformats a base de peix
PEIX I MARISC MARIO SL	PALAMÓS	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
PEIXOS ARNAU SL	BEGUR	0497 Emmagatzematge frigorífic 0498 Emmagatzematge en congelació 0515 Importació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0516 Importació de productes de la pesca congelats
PEIXOS DE PALAMOS SL	PALAMÓS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies) 0116 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca congelats 0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca 0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó 0121 Fabricació de productes de la pesca secosalats i dessecats

		0128 Fabricació de productes transformats a base de peix
		0614 Establiment de congelació de productes de la pesca
PEIXOS EL BOMBA SA	PALAMÓS	0118 Fabricació o elaboració o transformació de semiconserves de productes de la pesca
		0120 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca salats i en salaó
		0321 Distribució de productes de la pesca secosalats i dessecats
		0498 Emmagatzematge en congelació
PORCIANUS SERVICIOS NAUTICOS SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0608 Centre de depuració de mol·luscs
		0609 Centre d'expedició d'invertebrats marins (inclosos equinoderms i gasteròpodes)
ROMERO PEIX SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0497 Emmagatzematge frigorífic
		0498 Emmagatzematge en congelació
SOLIPESCA SL	SANT FELIU DE GUÍXOLS	0215 Envasament de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0216 Envasament de productes de la pesca congelats
		0497 Emmagatzematge frigorífic
		0498 Emmagatzematge en congelació
SUBIRATS-MANYIK SC	CALONGE	0315 Distribució de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
TEJEDOR MARISC I PEIX SL	PALAMÓS	0115 Fabricació o elaboració o transformació de productes de la pesca frescos (inclosos crustacis, angules i altres espècies)
		0334 Distribució de mol·luscs bivalves, equinoderms, tunicats i gasteròpodes marins vius

Font: elaboració pròpia a partir del Registre Sanitari d'Indústries i Productes Alimentaris (RSIPAC)

A banda d'aquestes empreses, cal dir que hi ha **algunes peixateries**, de moment, poques, **que compten amb un obrador artesanal** i fan algun tipus de producte elaborat, ja sigui amb productes de peix, crustacis i mol·luscos, com podria ser el **brou o el fumet de peix**; o bé elaboren algun producte associat amb la cuina marinera, com poden ser **sofregits**. També algunes elaboren algun tipus de conserva, com els **salaons o l'escabetx** de peix blau (seitons, sardines, etc.). I una peixateria durant la temporada de l'estiu prepara i cuina el peix en diferents estils per a poder ser consumit en **format take away**. Aquestes activitats estan regulades per la llicència municipal, atès que la seva comercialització té lloc en el mateix municipi on es realitza l'activitat

En el nivell de la transformació també es recull el projecte seleccionat pel GALP Costa Brava de l'ajuntament de Palamós en col·laboració amb la confraria de pescadors consistent en la realització d'un **estudi de viabilitat econòmica per a fer una planta de transformació del peix a la confraria**. Aquesta planta d'una banda permetria valoritzar certes espècies de peix de poc valor comercial, i alhora, permetria ocupar persones en risc d'exclusió social; els productes elaborats es canalitzarien cap a menjadors col·lectius.

4.5. Quart nivell. Comercialització

En aquest quart nivell s'hi inclouen els establiments que realitzen **una tercera venda del peix** al consumidor final. Per tant, es tracta d'una comercialització al detall. Els **tipus d'establiments** que configuren aquest quart nivell de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà són els següents:

- Peixateries
- Parades de peix dels mercats municipals
- Restaurants comercials

Per conèixer la situació del punt de partida sobre aquest quart nivell, cal dir que no es disposa d'una base de dades a nivell de comarca sobre les peixateries que fan venda al detall, així com tampoc es disposa d'una base de dades sobre la restauració comercial, i en concret, sobre la restauració que ofereix peix de llotja.

4.5.1. Comercialització i tercera venda

La gastronomia de l'Empordà té el peix com un dels seus ingredients principals, i moltes receptes empordanès l'incorporen, essent la cuina del peix un patrimoni culinari i gastronòmic d'aquest territori.

L'oferta d'establiments que venen el peix de la costa empordanesa a través de **peixateries** s'estén en tots els municipis costaners, amb peixateries regentades per segones i terceres generacions de peixaters. Així mateix, a la comarca hi ha 3 mercats municipals (Sant Feliu de Guíxols, Palafrugell i Palamós), cadascun dels quals compta amb diverses parades de peix fresc que són gestionades per les peixateries del mateix municipi. La llotja de Palamós també compta amb un mercat de venda de peix amb diverses peixateries que hi operen. A nivell de les peixateries, la informació consultada posa de manifest que a les peixateries hi ha una mancança clara en l'etiquetatge correcte de les diferents espècies de peix i en diferenciar el producte segons l'origen i la qualitat.

Pel que fa a la **restauració**, en ser la comarca una destinació turística i amb una forta especialització en el sector dels serveis, l'oferta de restauració comercial és molt àmplia. Amb tot, els establiments de restauració altament especialitzats en la cuina a base de peix de llotja és reduïda.

Per a conèixer el punt de partida sobre la restauració i l'ús de peix de llotja, s'ha pres com a referència l'estudi *L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer*, elaborat per la Fundació Promediterrània. En aquest estudi, es recull que, estudis sobre hàbits de consum alimentari a la restauració catalana posen de manifest que el peix fresc es concentra als restaurants (53,5%), mentre que a les cafeteries i bars (29,2%) i

menjadors d'hotel (16,6%) és menor. Els restaurants també utilitzen la major quantitat de peix congelat comercialitzat (44,7%), però també són importants les compres de cafeteries i bars (33,3%) i de menjadors d'hotels (20,4%). La demanda de peix en conserva i es concentra fonamentalment en bars i cafeteries (45,1%), encara que els restaurants també compren un 33,4% del total comercialitzat en aquesta varietat de peix.

Aquest mateix estudi recull algunes de les principals tendències que es poden destacar del consum de peix en establiments de restauració comercial:

- La demanda de plats elaborats amb peix és de prop del 10% del total de comandes. Només en el 1,6% de les visites es menja marisc.
- Els principals àpats pel consum de peix són el dinar i sopar. En altres moments del dia (esmorzar, aperitiu, berenar,..) la presència de plats de peix és insignificant.
- El restaurant a la carta és el lloc preferit pel consumidor per demanar peix fora de la llar.
- El consum de peix fora de la llar es realitza principalment a diari (53% enfront del 47% en els caps de setmana). La demanda de mariscs en canvi és al contrari (48% a diari, enfront del 52% en caps de setmana).
- Els homes mengen més peix fora de la llar que les dones: 6 de cada 10 consumidors són homes.
- El major consum de plats principals basats en peix s'associen a persones de classe mitja. Les llars de classe baixa són les que menys peix consumeixen en establiments de restauració.

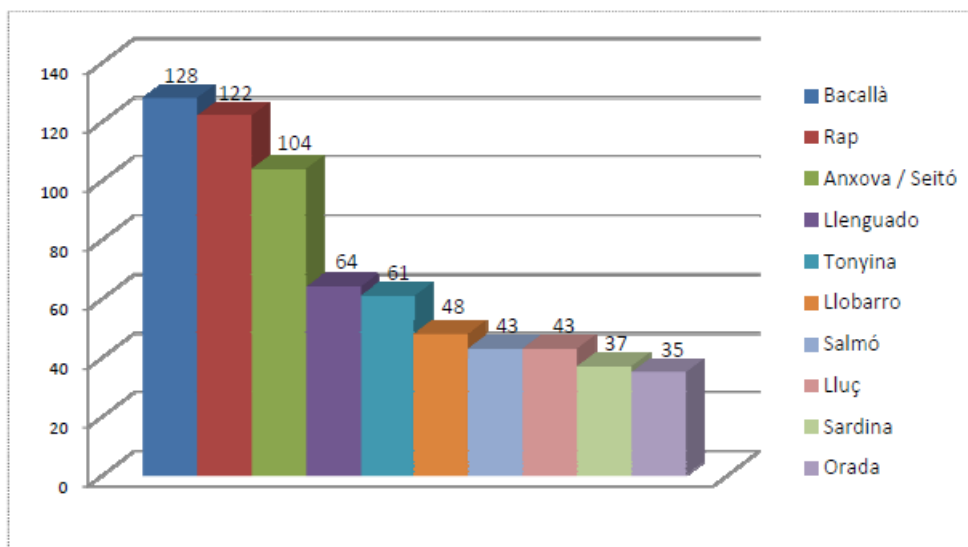
Els principals motius, per ordre d'importància, plantejats per justificar el consum de peix fora de la llar són sortir amb els nens, sortir amb els amics, plaer o caprici i llunyania de la llar.

En l'estudi també es recull que diferents anàlisis assenyalen una caiguda del número de clients i una progressiva reducció de la freqüència d'anada als restaurants, una caiguda de les vendes manifestada en l'augment dels plats compartits, de serveis d'un sol plat i una reducció general de la factura final. Alhora el client és més exigent i espera una major rendibilitat dels diners invertits (Hostaler 2010). Darrers estudis quantifiquen el descens del consum de menjar i beguda als restaurants entorn al 8,8% a nivell de l'estat espanyol (MARM, 2010). El de peix, en concret, ha descendit entre 2009 i 2010 un 14,8%, un dels més forts entre tots els productes (MARM, 2010).

L'estudi analitza 74 establiments dedicats a la gastronomia marinera, peix i marisc objectiu d'un anàlisi més exhaustiva. En relació amb l'estructura de preus, l'estudi publica que la majoria de restauradors assenyalen el preu com una de les principals preocupacions a l'hora d'escollir el restaurant i fins i tot el plat. La crisi econòmica ha modificat el comportament del client vers una actitud més cauta i comparativa entre els diferents restaurants, i una reducció del consum d'espècies de preu més elevat. La majoria coincideixen en que no poden oferir peix que té un preu d'origen a llotja elevat, ja que la gent no el compraria, i que això condiciona les espècies que s'inclouen a la carta i als menús.

L'estudi també analitza la freqüència i el preu de les espècies de peix identificades en l'oferta restauradora, i s'analitzen les variables que influeixen en el seu consum. La gràfica següent indica que les tres primeres espècies de peix són el bacallà, el rap i l'anxova/seitó.

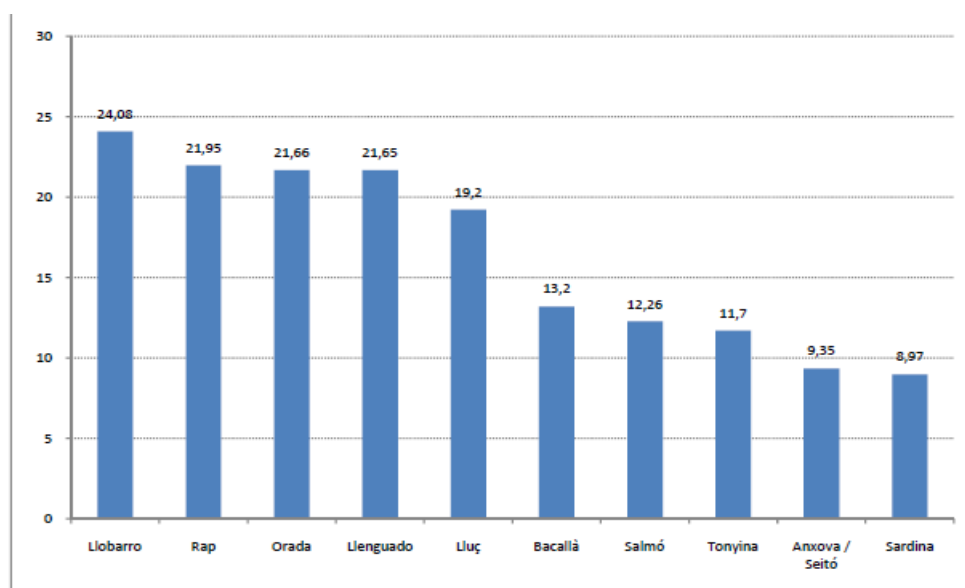
Figura 22. Les deu principals espècies de peix



Font: L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer

Pel que fa als preus de venda al públic en un plat de restaurant, l'estudi publica que encapçala aquest rànquing, de més car a més barat, el llobarro, seguit del rap, l'orada, el llenguado, el bacallà, el salmó i els tres peixos blaus la tonyina, l'anxova o seitó i la sardina.

Figura 23. Preu mig de la carta de les deu principals espècies de peix



Font: L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer

Davant aquestes dades, l'estudi extreu les següents conclusions:

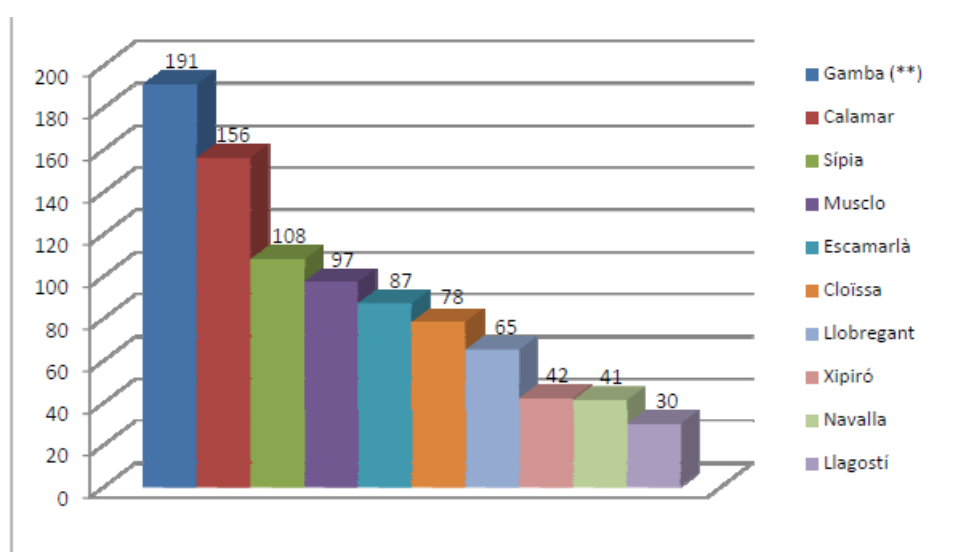
- Les espècies són a bastament conegudes pel consumidor, freqüents a les llars i en altres contextos de consum extradomèstics.
- Les cinc espècies més ofertades responen a un criteri pràctic de consum: absència d'espines, facilitat de neteja i preparació a les cuines, ingesta agradable per a tots els públics. Són peixos que es serveixen habitualment sense les espines o pràcticament nets.
- L'elecció de les espècies principals no respon necessàriament a un criteri de preus baixos. El rap és molt consumit però és també el més car de la relació, després del llobarro.

Els restauradors tenen un assortiment regular d'aquestes espècies al llarg de tot l'any a preus força lineals i estables, fet que els ajuda a mantenir l'oferta de carta del seu establiment. No estan subjectes a les fluctuacions de la captura, els preus de la llotja i el mercat.

- Algunes espècies tenen molt poca sortida, bé perquè no són conegudes i el client no les demana, bé perquè no se'n troba al llarg de tot l'any o perquè d'origen són molt cares.

El mateix estudi també analitza la presència i venda de marisc a la restauració. Segons aquest estudi, les principals espècies de marisc en l'oferta de la restauració analitzada són la gamba el calamar, la sípia, el musclo, l'escamarlà, la cloïssa, el llobregant, el la navalla i el llagostí. Segueixen la llista, en aquest ordre, l'escopinya, el cargol de mar i la llagosta, i en menor mesura, espècies com la vieira, la garoina, l'ostra o les tellerines. Només s'han comptabilitzat quan esdevenen plat o ració principal.

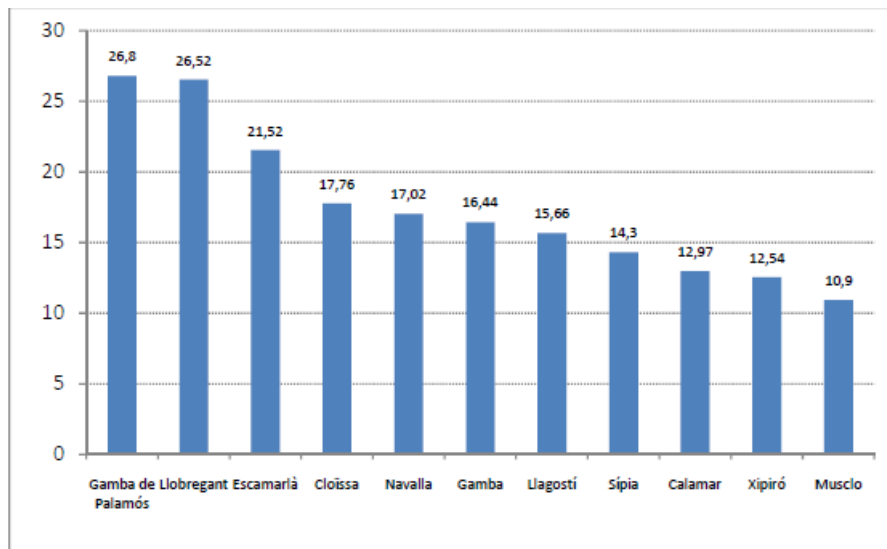
Figura 24. Principals espècies de marisc



Font: L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer

L'estudi publica que, al Baix Empordà encapçala la llista de preus la gamba de Palamós, seguida del llobregant, l'escamarlà, la cloïssa, la navalla, la gamba sense origen específic, el llagostí, la sípia, el calamar, el calamarset (o xipiró) i el musclo. Una espècie poc present a l'oferta però amb un alt preu és el llongo o espardenya, referències que solen pagar-se entorn al 79-90€ el plat. Les garroines són un altre espècie que s'està revaloritzant al mercat baix empordanès. Són molt de temporada i tenen un preu elevat.

Figura 25. Preu mig de les referències de marisc a la carta



Font: L'oferta restauradora de peix al Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer

I conclou:

- La gamba i el calamar, les dues primeres espècies del rànquing, i molt diferenciades de la resta, són productes reconeguts a la regió i són considerats uns clàssics en el receptari popular de la cuina baixempordanesa.
- La diferència de preus en el cas de la gamba és molt acusada en el moment en que s'especifica la seva procedència.
- La tria i consum de marisc per part del client no respon necessàriament a un criteri de preus baixos ni uniformes (gamba, a 26,80€ i a 16,44€ de mitjana segons la seva procedència i calamar a 12,97€).
- Actualment els restauradors poden disposar del producte al llarg de tot l'any (fresc o congelat i en diverses espècies de cultiu) d'una forma regular i amb preus força estables i lineals, fet que els ajuda a mantenir l'oferta de carta del seu establiment.
- Observant el cas del calamarset es pot deduir que la majoria d'establiments no ofereix el calamarset fresc i autòcton a les seves cartes.

Sobre la procedència del peix, aquest mateix estudi també constata que aquests restaurants es proveeixen de peix de llotja, però també s'apunten els dubtes i les picaresques en la restauració en general sobre la certificació de l'origen real del peix (de llotja, de piscifactoria, congelat o fresc), fet que genera confusió al consumidor i males pràctiques al propi sector que perjudiquen aquells qui ho fan bé.

4.6. Cinquè nivell. Consum

Segons l'informe del consum alimentari a Espanya de l'any 2018, **el consum de peix fresc a les llars de Catalunya representa el 43,87% de total de consum de productes de peix**, essent la categoria principal, seguit pel marisc, mol·luscs i crustacis, i en tercer lloc, les conserves de peix.

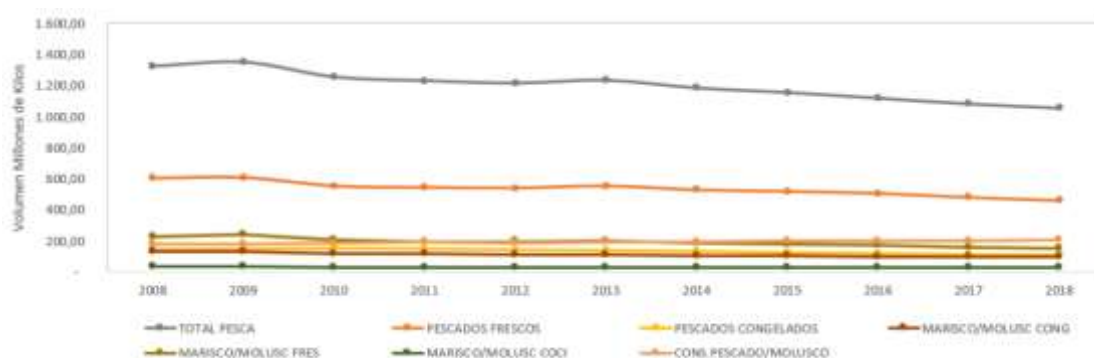
Taula 20. Evolució del consum de peix per càpita a les llars, Espanya i Catalunya. Anys 2018 i 2017

	Espanya llars			Catalunya llars			Cat/Esp (%) 2018
	2018	2017	2018/17 (%)	2018	2017	2018/17 (%)	
Total productes peix	11,34	11,58	-2,1%	11,83	11,95	-1,0%	104,3%
Peix fresc	5,25	5,43	-3,3%	5,19	5,22	-0,6%	98,9%
• Il·luç i llucet	1,07	1,23	-13,0%	1,11	1,26	-11,9%	103,7%
• Sardines i seitó	0,74	0,74	0,0%	0,65	0,66	-1,5%	87,8%
• Tonyina/bonítol	0,18	0,22	-18,2%	0,13	0,18	-27,8%	72,2%
• Bacallà	0,41	0,41	0,0%	0,32	0,3	6,7%	78,0%
• Salmó	0,46	0,43	7,0%	0,54	0,49	10,2%	117,4%
Llenguado fresc	0,33	0,33	0,0%	0,31	0,31	0,0%	93,9%
Peix congelat	1,26	1,26	0,0%	1,16	1,21	-4,1%	92,1%
Conserves de peix	2,25	2,21	1,8%	2,26	2,23	1,3%	100,4%
• Tonyina	1,11	1,15	-3,5%	1,13	1,1	2,7%	101,8%
• Altres conserves	1,14	1,06	7,5%	1,13	1,13	0,0%	99,1%
Marisc, mol·luscs i crustacis	2,59	2,65	-2,3%	3,22	3,31	-2,7%	124,3%

Font: MAPA, Panell de consum alimentari

El mateix informe recull que les llars del conjunt de l'estat espanyol destinen a la **compra de peix el 12,97% del pressupost mig** assignat a la compra d'alimentació i begudes per a la llar. Aquest pressupost presenta una reducció del 2,4% respecte l'any anterior. La **despesa per càpita** en conseqüència també es veu reduïda un 1,3%, essent **de 194,19€ per persona**. El **consum per càpita** es situa en **23,07 kg / persona i any**, una quantitat un 2,8% menor en relació amb l'any 2017. Per tant, **es redueix tant la quantitat de kg/persona consumits com el pressupost destinat a la compra de peix i la despesa per càpita**. L'informe recull que, en els darrers nou anys, el consum domèstic de peix s'ha reduït progressivament, de manera que, en comparació amb el 2010, ha caigut un 15,8%.

Figura 26. Evolució anual del total de compres (milions de kg) per tipus de productes de peix



Font: Informe del consum alimentari a Espanya 2018

El consum per càpita del total de peix es situa en els 23,07 kg/persona i any. D'entre els tipus de peix consumits, el més consumit és el **peix fresc**, amb una **ingesta mitja de 10,07 kg**, seguit de les conserves de peix i mol·luscs, el consum de les quals és de 4,47 kg. Després, es situen el marisc/mol·luscs frescos, la ingesta dels quals és de 3,31 kg. Finalment, es situa el peix congelat amb un consum per càpita de 2,46 kg. Per tant, el peix fresc continua essent la tipologia de peix més consumit, tot i la davallada dels darrers anys.

Taula 21. Consum per càpita dels tipus de peix

	Consum per càpita (kg)	
	Any 2017	Any 2018
Total pesca	23,73	23,07
- Peix fresc	10,54	10,07
- Peix congelat	2,50	2,46
- Marisc/mol·luscs congelats	2,18	2,20
- Marisc/mol·luscs frescs	3,52	3,31
- Marisc/mol·luscs cuits	0,57	0,56
- Conserves de peix/mol·luscs	4,42	4,47

Font: Informe del consum alimentari a Espanya 2018

Segons l'Estudi d'AECOC Shopper View del comprador de productes del mar 2014. Àmbit geogràfic : Espanya, el **perfil del consumidor de peix** correspon a aquests paràmetres:

- 3 de de cada 4 llars consumeixen peix de 1 a 3 vegades a la setmana.
- El consumidor considera els productes del mar com aliments bàsics per la salut i benestar.
- 62% dels consumidors compra al supermercat o hipermercat i el 38% a la peixateria tradicional o al mercat
- Qui compra la peixateria tradicional és qui compra amb més freqüència.
- Qui cuina receptes més complexes és qui compra amb més freqüència.

- La decisió de compra de peix és basada en l'aspecte i el preu.
- Del consum de peix fresc a les llars, el 31% són llars de persones jubilades, seguit del format per parelles adultes sense fills amb el 15,1% del total.
- Les persones d'entre 55 i 84 anys són les qui més compren producte fresc a la peixateria.

D'altra banda, el segment de població entre 25 i 35 anys és el que menys peix consumeix. S'identifiquen 4 perfils de joves no consumidors, segons l'estudi *Anàlisi de no consumidor jove de productes del mar, 2016*.

- Els que rebutgen el peix per la olor, l'aspecte, la textura i espines (23%)
- Els que no rebutgen però prefereixen carn, miren el preu, no cuinen, pensen que el peix no atipa. Es tracta sobretot d'homes. (29%)
- Els que no rebutgen el consum però pensen que preparar peix o marisc és complicat, farregós, cal temps. Són els despreocupats per una correcta nutrició (38%).
- Els que no rebutgen el consum però dubten i desconfien de l'origen, conservació i possible adulteració. Perfil femení, amants de la cuina. (10%)

La percepció del jove no consumidor és que hauria de menjar un 88,3 % més de peix del que realment consumeixen.

Al Baix Empordà hi ha **iniciatives diverses per donar a conèixer el patrimoni gastronòmic del peix de la costa**, orientades tant a la població local com al turisme, amb la finalitat última de divulgar les diferents espècies de peix i potenciar d'aquesta manera el seu consum.

- Campanyes gastronòmiques als municipis pesquers:
 - o La Cuina del Peix Blau Ganxó. Sant Feliu de Guíxols, maig i juny
 - o Olla de Peix. Palamós i Calonge – Sant Antoni, del febrer a l'abril
 - o Menú de la Gamba. Palamós i Calonge – Sant Antoni, de maig a juliol
 - o Menú de l'Escamarlà. Palamós i Calonge – Sant Antoni, d'octubre a desembre
 - o La Garoinada. Palafrugell, de gener a març
 - o Es niu. Palafrugell, de novembre a desembre
 - o El peix de roca. Begur, d'abril a juny
 - o Tastets de mar. L'Estartit – Torroella de Montgrí, de maig a juny
 - o Palamós gastronòmic. Palamós, d'octubre a novembre
- Equipaments:
 - o l'Espai del Peix de Palamós. Des de l'Espai del Peix de Palamós es realitzen activitats relacionades amb la cuina del peix: des de tallers de cuina a demostracions, passant per diferents propostes didàctiques adreçades al públic en edat escolar.
 - o el museu de la Pesca de Palamós. centre de la conservació, divulgació i difusió del patrimoni pesquer, dona a conèixer el món de la pesca al visitant en un sentit ampli.

- Fires gastronòmiques:
 - Fira de la gamba. Palamós, juny
- Pescaturisme:
 - Han sorgit algunes iniciatives per apropar el món de la pesca al sector turístic, i a partir d'aquí, informar, sensibilitzar i promoure el consum de peix.

4.7. DAFO de la situació actual del sector pesquer del Baix Empordà

DEBILITATS

- ✓ Baixa autoestima del propi sector que no creu en les seves possibilitats de futur.
- ✓ Manca una definició clara i unànime del concepte de “peix fresc”.
- ✓ Desconfiança del consumidor de la traçabilitat del producte per les deficiències en l’etiquetatge.
- ✓ Manca de relleu generacional que no fa atractiu l’ofici entre els més joves.
- ✓ Manca d’iniciatives de transformació del peix fresc per donar-li major valor afegit.
- ✓ La venda a granel del producte dificulta la seva identificació i vinculació amb el productor (pescador).
- ✓ Baixa visió empresarial del sector pesquer basat en sistemes de funcionament molt tradicionals.
- ✓ Interessos contraposats entre el sector productiu (pescadors) i el sector comercial (compradors)
- ✓ Costos de producció elevats (preu dels combustibles) que afecta la rendibilitat del sector extractiu.

FORTALESES

- ✓ Producte de qualitat, fresc, de proximitat, kmo, saludable i nutritiu.
- ✓ Diversitat d’oferta d’espècies a les llotges.
- ✓ Confiança del consumidor amb el peixater tradicional que actua com a prescriptor aportant informació sobre els diferents productes pesquers a l’hora de cuinar-los.
- ✓ Producte reconegut dins i fora de la comarca.
- ✓ Marca de garantia Gamba de Palamós.

AMENACES

- ✓ Manca de coneixements per part del consumidor de la diversitat de peix fresc existent.
- ✓ Pèrdua de coneixements culinaris per part de consumidors joves a l'hora de cuinar diferents tipus de peixos.
- ✓ Producte car per al consumidor per l'encariment des del preu d'origen al preu final.
- ✓ Baix grau d'informació sobre l'origen del producte (especialment, a les peixateries) genera desconfiança en el consumidor.
- ✓ Competència respecte al peix que procedeix d'altres mars a preus molt més barats i de menys qualitat que el peix de la costa catalana i del Baix Empordà, en concret.
- ✓ Venda de peix via economia submergida, fora de les llotges és una competència deslleial al peix de llotja.

OPORTUNITATS

- ✓ Valorització del peix fresc com un aliment saludable, imprescindible de la dieta mediterrània i catalana.
- ✓ Valorització general dels productes locals i de proximitat entre la societat actual (i el turisme de qualitat)
- ✓ Existència de diversitat d'espècies de peix a preus també diversos (valorització dels anomenats "peixos pobres, peix senzill o peix sense preu")
- ✓ Bona situació de prestigi de la gastronomia i la cuina catalana.
- ✓ Creixement del turisme gastronòmic i l'interès per les activitats turístiques vinculades al món de la pesca.
- ✓ Aposta per millorar la informació, la traçabilitat i l'etiquetatge (iniciatives com "Peix de Llotja", marques de qualitat Gamba de Palamós, etc.)
- ✓ Rol importantíssim de les peixateries i dels restaurants a l'hora de valoritzar i donar a conèixer el peix de llotja entre la seva clientela.
- ✓ Noves oportunitats de negoci adaptades als nous hàbits de consum i les noves tendències de mercat (restauració col·lectiva, diversificació en productes transformats derivats del peix fresc, etc.)
- ✓ Jornades gastronòmiques entorn del peix estan despertant interès pel producte fresc.
- ✓ Noves formes de gestió de l'activitat de pesca extractiva (plans de cogestió, més professionalització del sector, gestió de les pesqueres tenint en compte la demanda i l'oferta, etc.)
- ✓ Campanyes de promoció i difusió per valoritzar i consumir el peix fresc de la nostra costa.

5. Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

5.1. Metodologia

En aquest apartat es recullen, en primer lloc, les principals limitacions i barreres esmentades pels diferents perfils d'agents, agrupades per nivells de la cadena de valor. A continuació, es plantegen algunes propostes i solucions de millora per superar les barreres i limitacions identificades.

Per a la redacció d'aquest apartat, s'han tingut en compte les valoracions aportades pels diferents agents entrevistats en la fase de diagnosi, així com també les aportacions realitzades pels membres integrants de la comissió de seguiment del projecte en la reunió realitzada el mes de setembre.

5.2. Limitacions i barreres

5.2.1. Primer nivell. Producció

- S'ha **reduït la presència de determinades espècies de peix de valor comercial**, com per exemple el lluç, el rap o el llobarro, o també s'observen canvis en determinades espècies, com la sardina, que és més magra i petita, degut, entre d'altres motius, a la pressió de l'esforç pesquer.
- El peix és un bé públic i la seva venda i configuració del preu està regulat a les llotges. El sistema d'ingressos subjecte als preus de venda del peix a les subhastes fa **que els pescadors no puguin controlar ni marcar els preus** de venda; amb tot, el sistema s'accepta com a bo, en termes generals, tot i que hi ha alguns pescadors que s'estan plantejant de poder treure's la llicència de peixater per poder operar a les llotges i comprar aquell peix que, en condicions de sobreoferta de l'espècie o de baixa demanda, es podria arribar a vendre a un preu molt baix.
- L'entrada al **mercat global de peix** procedent d'altres zones pesqueres genera major oferta al mercat de determinades espècies i provoca distorsions en el preu del peix al llarg de tota la seva cadena.

- Hi ha hagut un **retrocés en el nombre d'embarcacions i de persones ocupades** al sector en els darrers anys, sobretot en la flota artesanal i en l'arrossegament, posant en perill la continuïtat del sector productor.
- També hi ha algunes veus que apunten que el **model de venda del peix per subhasta ha quedat obsolet**, així com el paper de les llotges a cada port, i que serien interessants altres models de funcionament similars a una central de compres única. Amb tot, les experiències que hi ha hagut en aquesta línia a la demarcació de Girona no han acabat de fructificar (es fa referència a Giropesca, associació de pescadors gironins).
- **L'ús de noves tecnologies de pesca** més eficients pot causar una major pressió sobre els recursos pesquers. Segons les converses mantingudes, i per la tipologia de pesca que es practica al litoral marítim del Baix Empordà, els pescadors tenen consciència que la tecnologia no ha de servir per superar els límits pesquers, però podria arribar a ser una amenaça en aquest primer nivell de la cadena si aquest factor no es tingués en compte.
- Hi ha **pràctiques de venda de peix** que no passa per la confraria, o de peix procedent de **pesca il·legal**. Aquesta pràctica és una amenaça per al propi sector i incorre en la pèrdua de seguretat alimentària, entre altres.
- També s'apunta que la **pesca recreativa** a vegades entra en competència amb la pesca professional atès que pot generar pressions amb certes espècies sensibles i també afectar els esforços que estan fent els pescadors per fer més sostenible la pesca. S'apunta en el cas de l'Estartit i també a Sant Feliu de Guíxols amb els uríços.
- Hi ha hagut una iniciativa per part de la confraria de Sant Feliu de Guíxols per fer un **pla de gestió de l'uríç** per aconseguir millorar-ne la qualitat, així com el preu, i preservar l'espècie, així com també treballar amb un distintiu que garantís la pràctica sostenible de la captura, però aquesta iniciativa no ha prosperat.
- **No hi ha prou peix** a les nostres llotges per abastir tota la demanda del consumidor. Així, cal importar peix procedent d'altres zones pesqueres, ja siguin comunitàries o extracomunitàries.
- Cal tenir en compte un altre factor significatiu que també pot afectar a curt-mig termini la cadena de valor del sector pesquer i el consum de peix procedent de llotges de la comarca. Aquest factor, que es pot considerar com una amenaça en aquest primer nivell de la cadena de valor, és la **continuïtat de l'ocupació en el propi sector pesquer i el relleu generacional**. Els motius que s'apunten com a frens per al relleu generacional i l'ocupació de persones joves al sector són diversos:
 - Manca d'estabilitat en els ingressos, sempre subjectes als preus de la subhasta a les llotges, sobretot en les modalitats de pesca que no van associades a un pla de gestió

(que permet un control de les captures i afavoreix uns preus de compra-venda més favorables).

- Incertesa de les captures i esgotament dels recursos pesquers, associada a un escenari de canvi degut als efectes del canvi climàtic en les espècies pesqueres.
 - Baixa autoestima, escassa dignificació de l'ofici de pescador i relat (en alguns casos, no ajustat a la realitat) que els pescadors no es guanyen bé la vida. Missatge molt estès que es tracta d'un ofici dur i complicat, tot i que a la pràctica, segons els mateixos pescadors, actualment ja no és tan dur atès a l'ús de la tecnologia en la pràctica pesquera i a les millores en les embarcacions, sobretot les d'arrossegament, i a unes millors condicions laborals (en el cas de les embarcacions que estan adherides al pla de gestió de la gamba, les barques estan aturades durant 2 mesos per la veda).
 - Formació allunyada físicament (la formació reglada s'imparteix a l'Escola de Capacitació Nàuticopesquera ubicada a l'Ametlla de Mar, a la comarca del Baix Ebre) i no adequada a la disponibilitat horària (s'apunta que la formació és diària i presencial, cosa que és incompatible amb l'ofici de pescador, en el cas que ja s'estigui treballant, o bé en anar i tornar cada dia des del Baix Empordà). En aquest sentit, des del GALP s'ha promogut l'Estudi de les necessitats formatives del sector pesquer de la Costa Brava i elaboració d'una proposta de pla de formació.
 - L'interès professional per la pesca és molt escàs entre els joves, no es percep com un sector d'ocupació atractiu.
 - Necessitat de disposar dels títols de patró o de mariner per poder embarcar. No és possible iniciar-se o testar l'activitat pesquera sense disposar d'aquesta titulació, i aquest requisit s'apunta com un fre per poder provar l'ofici abans de decidir fer la formació.
- També s'apunten altres motius que frenen la incorporació de persones al sector, com **reticències del propi sector a la incorporació de joves** que no provenen del sector i/o no tenen relacions de parentesc, o bé també reticències a la incorporació del gènere femení. No se'ls dona facilitats des dels mateixos armadors perquè s'incorporin a la flota pesquera.

5.2.2. Segon nivell. Distribució

- El peix és un producte fresc amb una caducitat molt curta, variable en funció de l'espècie. El **concepte de peix fresc** s'apunta que no està degudament definit i genera diferents interpretacions així com algunes pràctiques poc ètiques.
- **No hi ha assegurada una traçabilitat real.** El fet que el peix fresc de llotja es vengui a granel dificulta que es garanteixi la traçabilitat. Actualment, les llotges estan molt controlades, però es comenta que no hi ha suficients controls a la distribució, i a partir d'aquest nivell, a tota la cadena.
- Les **etiquetes** que surten amb les cubetes del peix de llotja a vegades es perden o bé les peixateries comenten que s'embruten i per aquest motiu no les posen, o bé també comenten que a vegades poden repartir el peix d'una mateixa cubeta i amb una única etiqueta entre diferents establiments del mateix negoci i hi ha peix que no té etiqueta.
- La **restauració de la comarca que va a les llotges a proveir-se diàriament del peix fresc s'ha reduït**, així com també la regularitat al llarg de l'any de l'assistència d'aquells restauradors que van a llotja, atès que durant els mesos d'estiu de major volum de feina, no disposen del temps per poder anar a la llotja. En aquest sentit, els **distribuïdors** han suplert aquesta mancança i subministren a la restauració, cosa que pot incrementar el valor final del peix de qualitat en posar un intermediari més a la cadena.
- La iniciativa de **llotja virtual** permet comprar telemàticament, però és un sistema **costós** d'instal·lar per a les confraries, i tot i que ajuda en les vendes essent un canal de venda més, els clients de les llotges prefereixen poder veure ells mateixos directament el peix que arriba a la llotja.
- S'apunta que hi ha **frau amb la gamba de Palamós** (falsificacions o ús del nom). Tot i que la marca de garantia té per objectiu diferenciar i controlar el producte, es considera que caldrien més controls a les peixateries o als restaurants perquè s'utilitza el nom com a reclam comercial en alguns casos i la qualitat del producte no és la mateixa. S'apunta que l'envasat afavoriria garantir la qualitat del peix (frescor) i la traçabilitat (llotja d'origen) amb un etiquetatge que donés aquesta informació, però per contra l'envasat pot fer perdre la qualitat del peix fresc. Des de la confraria de Palamós, l'any 2018 es va dur a terme el període de proves d'un nou envàs destinat als productes pesquers desembarcats a la llotja amb l'objectiu de poder garantir les qualitats de frescor així com l'origen d'aquestes espècies, identificades mitjançant aquest envàs exclusiu i que podia substituir l'actual cubeta. També es va iniciar un treball per allargar el període de conservació del producte fresc, mitjançant un envasat que utilitza la tècnica de l'atmosfera protectora. El primer consistia en una caixa més lleugera, fabricada amb polipropilè cel·lular –totalment reciclable–, de diferents mides segons els quilos que ha de contenir, es pot mullar i pot guardar gel, i es pot apilar amb facilitat. Aquesta caixa podria fer tot el recorregut, entre el pescador que l'ha omplert a la barca, el peixater que la vendrà i el consumidor final que compra el producte, i d'aquesta manera el peix no

haurà sortit en cap moment d'aquest recipient. La segona consisteix en allargar el període de conservació del producte pesquer fresc que arriba a la llotja palamosina i en aquest cas mitjançant un envasat que utilitza la tècnica de l'atmosfera protectora o modificada. Les proves s'han iniciat amb la gamba, un producte que ja té un procés de certificació. L'objectiu és que, un cop es pugui garantir el sistema de conservació, el mètode es pugui aplicar en altres espècies desembarcades a Palamós. Les embarcacions han de fer inversió per a la tecnologia necessària per fer aquest envasat. en aquests moments, 1 barca de Palamós ho fa.

- La **distribució majorista cap a centrals de compra o mercat central** (Mercabarna) ha entrat a les llotges i esdevenen clients importants d'aquestes. És un tipus de distribució que busca volum i per tant, pot comprar quantitats importants de peix, però alhora **pot entrar en competència amb la distribució a petita escala i de circuit curt (peixateries i restauració)**, així com **alterar els preus del mercat**.
- Els majoristes que hi ha en una llotja tenen **informació a l'avançada** sobre la previsió de peix que s'ha pescat en un determinat port i sobre els preus que s'estan donant a d'altres llotges, i a més també compren peix d'importació a preus molt baixos (pel fet de pescar-se en gran quantitat i sota legislacions més laxes que les europees). Aquest factor també genera canvis en el funcionament tradicional de l'establiment de preus.
- Les peixateries veuen amb certs **recels** les idees d'alguns pescadors de treure's la llicència per a **poder comercialitzar directament el seu peix**.
- Hi ha forta **estacionalitat de la demanda de peix fresc**, amb un pic molt elevat a l'estiu, que fa incrementar molt els preus al llarg de la cadena, començant per la distribució. Alhora, hi ha algunes espècies de peix, de poc valor comercial, com la sardina o la maire, que es distribueixen cap a Andalusia, reduint-se l'oferta d'aquest peix a la comarca.

5.2.3. Nivell 3. Transformació

- Hi ha **poques iniciatives empresarials a la comarca de transformació o elaboració** a partir del peix.
- **S'ha innovat poc** amb l'elaboració de productes alimentaris a partir del peix. Les iniciatives que hi ha són poc diversificades i amb productes més tradicionals (salaons a partir d'anxova, fumets o brous de peix, etc.). Amb altres productes frescos (carnis o vegetals) s'ha innovat molt, però amb el peix, hi ha poc camí recorregut.
- A les llotges del Baix Empordà **no hi ha instal·lacions adequades per a fer algun tipus de manipulació i/o transformació a partir del peix que surt de la llotja**. No obstant, a la llotja de Sant Feliu de Guíxols hi ha unes instal·lacions per a la depuració de marisc, les quals recentment estan gestionades per una empresa de nova creació; i la confraria de Palamós conjuntament amb l'ajuntament del municipi ha promogut la realització d'un estudi de viabilitat econòmica per a fer una sala de transformació de peix.
- La **manipulació del peix a la peixateria (treure espines, filetejar, etc.) pot encarir el preu final de venda** si aquest servei es cobra, sobretot per aquelles espècies de peix més econòmiques i amb més espines (per exemple, el sorell) però de menor valor comercial. Les peixateries **opten per no oferir aquest peix ja manipulat** perquè apunten que no els surt a compte si han de comptar el temps de preparació. Aquest peix més econòmic i amb més espines que aquí no es manipula i per aquest motiu no es consumeix, es distribueix cap a altres zones, com per exemple, Andalusia, on hi ha més hàbit de consumir aquest tipus de peix.
- Hi ha **poques sol·licituds per a projectes productius per part de privats d'ajuts** en el marc de la convocatòria d'ajuts del GALP a municipis pesquers. Els motius que s'apunten poden ser atribuïbles a la poca iniciativa emprenedora de les peixateries o similars, o bé que el canal de comunicació amb aquest col·lectiu, en no ser-hi, fa que la comunicació d'aquestes convocatòries no acabi d'arribar.

5.2.4. Quart nivell. Comercialització

- S'apunta que la confraria de Palamós no té **recursos humans per realitzar la tasca de comercialització del peix de llotja** que seria necessària per millorar l'actual estratègia de venda del peix de qualitat que arriba a la llotja i que hi hagi un contacte més directe entre la confraria i el client final.
- El peix de llotja **no ha entrat a la restauració col·lectiva**. Els baixos preus dels menús en el cas dels centres educatius, juntament amb la necessitat d'haver de manipular el peix més econòmic per a filetejar-lo i treure-li les espines, són una limitació per treballar el peix de llotja a la restauració col·lectiva.
- La **presentació del peix de llotja als mostradors d'algunes grans superfícies comercials no està diferenciada** respecte la resta de peix procedent d'altres costes, es troba entremig d'altres espècies de peix, ja sigui de piscifactoria, d'importació o d'altres indrets, i això **confon i dificulta** al consumidor saber distingir-lo i diferenciar-lo, alhora que també posa al mateix nivell peixos de qualitat diferent.
- El peix de llotja **a les grans superfícies esdevé un reclam comercial** per atraure els compradors a aquest tipus d'establiments, generant canvis en les pautes de compra de la població, en detriment de les peixateries de cada poble, que són el comerç que tradicionalment ha venut el peix de llotja. En aquest sentit, **les peixateries poden perdre pes dins la cadena de valor**.
- Es reconeix entre les peixateries que hi ha **malbaratament de peix** quan aquest peix no s'ha pogut vendre (el peix es pot acabar llençant).
- També s'identifiquen **males pràctiques a les peixateries**, com per exemple, la venda com a peix fresc de peix que s'ha congelat i descongelat (podria ser el cas de la gamba o d'altres mariscs, per exemple, en tractar-se d'un tipus de peix que perd molt ràpidament la seva qualitat: melanosi). Les peixateries juguen amb el desconeixement de la clientela sobre allò que es considera peix fresc i allò que no ho és.
- Les peixateries són **reàcies a posar l'etiqueta** de la llotja al mostrador, malgrat l'obligatorietat, i no hi ha suficients controls per subsanar aquesta mala pràctica.
- La restauració que compra peix de llotja a majorista troba els **preus del peix molt elevats, sobretot durant l'estiu (fruit d'una major demanda)** i ha d'ajustar molt els marges comercials, sobretot amb les espècies de major valor comercial, com seria la gamba de Palamós.
- La **restauració de peix de llotja ha baixat molt a la comarca**. És una restauració de gamma alta i no apta per a totes les butxaques. Alhora representa una alta complexitat de logística que molts empresaris o cuiners no poden o no saben o no volen assumir. Per contra, ha proliferat una restauració de preus molt econòmics i on el peix que s'ofereix

no és peix de llotja, és peix de piscifactoria o congelat, fet que desprestigia l'estratègia de potenciar la destinació per la seva gastronomia basada en el peix de qualitat.

- Les **cartes de la restauració** no acostumen a indicar el peix de llotja, i en algunes es fa un **mal ús** indicant que el peix és del municipi o de la costa o salvatge quan en realitat no ho és.
- El peix que s'ofereix en moltes de les cartes de la restauració de la comarca és molt poc variat (s'apunten el llobarro, l'orada, la sèpia) i no és local i encara menys, peix fresc. És un **model de restauració basat en oferir uns preus econòmics** i per tant, el preu de cost de les matèries primeres no permet introduir el peix de llotja.
- La **venda en línia** pot generar **recels amb les peixateries**, però alhora pot ser una via interessant d'ingressos per als pescadors.
- Les **peixateries consideren que no reben informació de les confraries**, hi ha falta de comunicació entre els diferents nivells de la cadena.
- Hi ha l'opinió força estesa que les peixateries tenen un **model de comercialització del peix que no ha evolucionat** i no ha incorporat elements d'innovació en la forma de vendre el producte, a diferència d'altres tipologies de comerços de productes frescos, com poden ser les carnisseries i xarcuteries, que sí que han fet el salt i s'han modernitzat. Comencen a sorgir algunes peixateries que, de manera molt incipient, estan incorporant canvis en la forma de vendre el peix.
- Algunes **normatives de mercats municipals dificulten la modernització i actualització del funcionament dels mercats** per adaptar-se a la realitat de la població local. En aquest sentit, s'apunta que la normativa del mercat municipal de Palafrugell no té contemplat poder obrir a les tardes, quan segurament l'horari podria afavorir les vendes de peix fresc. Tampoc contempla la possibilitat de fer degustacions de peix cuinat o elaborat, o d'oferir menjar pre cuinat, aspecte que, en el cas de les carnisseries-xarcuteries, sí que poden oferir plats precuinats.

5.2.5. Cinquè nivell. Consum

- Es constata una **pèrdua de coneixement de l'ampli ventall de peix que podem trobar a les llotges del Baix Empordà, i en conseqüent, a les peixateries i a la restauració locals.** Aquesta pèrdua de coneixement és tant de les espècies de peix com de les possibilitats de cocció d'aquestes. Es comenta que hi ha peixateries i restaurants que han deixat de tenir certes espècies de peix perquè no tenien demanda.
- Hi ha molt **desconeixement sobre el peix fresc:** què es considera peix fresc i què no. Cal fer molta pedagogia de cara al consumidor.
- També **s'ha perdut el coneixement de l'estacionalitat** de les espècies de peix. El consumidor vol una determinada espècie de peix tot l'any, i hi ha espècies que no es poden trobar sempre o en la mateixa quantitat.
- La clientela de la restauració i de les peixateries **no demanda encara peix de llotja ni tampoc reclama veure les etiquetes;** el distintiu de peix de llotja apareix a les etiquetes de traçabilitat del peix, i per tant, és visible als mostradors d'aquelles peixateries que posen les etiquetes, però de cara al consumidor, és un distintiu que encara no coneix prou.
- La tendència que s'observa sobre **el canvi d'hàbits de consum del peix fresc d'un segment de la població cap a les grans superfícies en detriment de les peixateries i mercats municipals** pot contribuir a la pèrdua de coneixement (que ja s'està donant actualment) de l'ampli ventall d'espècies de peix de llotja que es poden trobar en una peixateria tradicional i afavorir l'increment de consum d'altres espècies de peix d'altres zones pesqueres (estatals o d'importació) que resulta més econòmic o no té tanta espina (per exemple, salmó, tonyina, bacallà, lluç de fora, etc.).
- La restauració que treballa amb peix de llotja aprecia un **canvi en els hàbits de consum de peix cap a altres espècies.** Abans hi havia més consum de peix d'escata, per exemple, i d'uns anys ençà s'està perdent l'hàbit de consumir aquest tipus de peix cap a espècies de gust més fi. Han deixat de cuinar algunes espècies d'aquest tipus de peix d'escata per aquest canvi d'hàbits. Amb tot, també s'indica que la gent que li agrada aquest tipus de peix, el demana i aprofita per consumir-lo al restaurant.
- A les peixateries també s'observa el **canvi d'hàbits de consum de peix.** La societat actual vol **immediatesa**, i té el temps just. No està disposada a esperar la seva tanda a la peixateria i les grans superfícies comercials han copsat aquesta necessitat i ofereixen plats de peix precuinat o elaborat
- Hi ha la creença estesa entre molts consumidors que el **peix fresc és un producte car, cosa que en frena el seu consum.** Però aquesta premissa no és ben certa: també hi ha **peix de molt bona qualitat amb un preu més econòmic,** el problema és que **aquest peix no es coneix.**

- **La població infantil està perdent els sabors del peix fresc i de qualitat** degut al canvi de pautes de consum cap a altres espècies de peix de consum majoritari de sabors més neutres i/o de menor qualitat. Es comenta que hi ha població infantil no ha tastat un peix bo. Per aquest motiu, es diu que el peix no agrada a la població infantil.
- Han circulat determinats **missatges negatius sobre el peix** (microplàstics, anisakis, etc.), algunes vegades descontextualitzats o poc rigorosos, que han comportat com a conseqüència la reducció en el consum de peix fresc.

5.3. Solucions i propostes d'actuacions

5.3.1. Nivell 1. Producció

- Treballar **iniciatives per al relleu generacional i les incorporacions de joves i dones** al sector amb ganes d'incorporar-se a aquest sector. I mantenir d'aquesta manera la **dimensió social** de l'activitat pesquera al Baix Empordà, de tradició familiar, però també **obrir-se a noves realitats** que poden contribuir al rejueniment del sector. Fer atractiu el sector des del punt de vista de l'ocupació.
- Dignificar **l'ofici de pescador** i tot l'entramat vinculat al primer nivell de la cadena, i valoritzar aquest sector com un sector econòmic estratègic i necessari per al territori, el qual cal preservar davant d'altres sectors econòmics molt forts, com el turisme i tota la indústria associada. Reivindicar l'origen pesquer del territori i posar-lo en valor.
- Ampliar els **plans de gestió a altres espècies pesqueres**, i fer-ho col·laborativament amb les diferents confraries de pescadors del litoral de la Costa Brava, per afavorir la sostenibilitat i la qualitat de les captures i alhora millorar els ingressos de la venda del peix que reverteixen directament en els pescadors. Segons les converses mantingudes, ja hi ha algunes iniciatives incipients en aquesta línia.
- Des del GALP Costa Brava s'ha fet un estudi per identificar **l'oferta formativa actual** adreçada al sector pesquer. És important utilitzar aquesta informació per a fer una bona difusió de la formació existent, així com analitzar si és possible poder oferir una formació professional més propera al territori (segons les converses mantingudes, sembla que des del Departament s'està treballant en alguna proposta, però es troba en una fase molt incipient).
- Seguir treballant per **incorporar els coneixements científics** i introduir **tècniques de pesca més sostenibles** a les embarcacions. S'exposa com a iniciativa de referència la del port de Palamós, on, dins el pla de gestió de la gamba, s'ha adoptat un únic tipus de portes d'arrossegament amb menys impacte sobre els fons i més estalvi energètic. Aquest model es podria estendre a altres ports per fer més sostenible l'explotació pesquera.
- **Fer participar el sector** en activitats que permetin promocionar i donar a conèixer l'ofici (jornades, xerrades, trobades de debat, fires, participació a escoles, etc.)
- **Fer trobades de pescadors amb peixateries** per reforçar sinergies i aliances en contextos diferents (debats, jornades festives, etc.).
- **Convidar les peixateries a pescar** per donar a conèixer l'ofici i posar-lo en valor (es podrien aprofitar els festius locals de cada municipi que les peixateries tenen tancat per anar a la pesca amb els pescadors d'un altre municipi veí).

- Fer una **revisió de la legislació vigent a diferents nivells** i buscar el suport de les institucions (diputació, Generalitat, Estat).
- Treballar per **sensibilitzar els pescadors de la importància de preservar els recursos pesquers i adoptar pràctiques de pesca sostenibles**, que afavoreixen la preservació de les espècies. En aquest sentit, s'apunta que les empreses pesqueres que són de tradició familiar cada cop són més sensibles i s'estan canviant certes pràctiques, però hi ha empreses amb treballadors 'a sou' i/o d'altres països d'origen amb els quals es podria incidir amb temes de sensibilització sobre bones pràctiques per a la sostenibilitat de la pesca. De totes maneres, sembla que al Baix Empordà aquesta realitat social de la pesca no és tan estesa com la que es pot trobar en ports d'altres comarques catalanes.
- **Esdevenir OPP** facilitaria a les confraries poder optar a subvencions i captar finançament per a desenvolupar projectes que puguin anar en la línia de millorar la sostenibilitat de l'explotació pesquera i també millorar la cadena de valor del sector pesquer amb iniciatives de millora de la distribució i comercialització del peix de llotja.
- La **diferenciació del peix mitjançant certificacions de qualitat** pot ajudar a mantenir els preus de les espècies pesqueres i a 'protegir-se' davant l'entrada a llotja de grans majoristes i distribuïdors. **Donar valor al peix que es pesca a la costa**. En aquest sentit, des de la confraria de pescadors de Palamós ja s'hi està treballant amb la gamba i també es pensa en poder millorar la traçabilitat en altres productes pesquers.

5.3.2. Nivell 2. Distribució

- Buscar **nous canals de distribució** per al peix sobretot per a aquelles espècies de menor valor comercial i/o que se'n pesca més quantitat.
- Millorar l'**etiquetatge** en la distribució perquè es pugui conèixer la procedència del producte, i garantir que es conservi la traçabilitat, en especial el peix de llotja.
- **Sensibilitzar** les empreses que operen en aquest nivell per diferenciar i posar en valor el peix de llotja en els seus canals de distribució.
- Disposar d'una **base de dades de les empreses** que operen en aquesta baula de la cadena de valor per a comunicar-s'hi i fer-los arribar informació del seu interès i implicar-les en la cadena de valor del producte pesquer de llotja.
- Seguir treballant amb el món acadèmic i científic per cercar **nous mètodes d'envasat** respectuosos amb el medi ambient que permetin conservar la qualitat del peix i garantir la traçabilitat. En aquest sentit, com ja s'ha apuntat, des de la confraria de Palamós s'hi està treballant.

5.3.3. Nivell 3. Transformació

- La **convocatòria d'ajuts del GALP** pot afavorir el sorgiment d'iniciatives empresarials d'àmbit privat ajudant a finançar projectes de transformació agroalimentària a partir del peix. En aquest sentit, s'apunta que el GALP Costa Brava ha finançat un estudi econòmic promogut per l'ajuntament de Palamós amb la participació de la confraria de Palamós per tal de comprovar la viabilitat del projecte de creació d'una planta transformadora de peix. Actualment s'està a l'espera dels resultats. Si els resultats de l'estudi demostren la viabilitat d'aquesta planta, seria una bona oportunitat per valoritzar el peix que actualment té un baix valor comercial i generar més valor en la cadena pesquera, així com crear ocupació en aquesta baula de la cadena. Des del GALP es voldria aconseguir que aquesta convocatòria sigui sol·licitada sobretot pels privats.
- Treballar amb l'IRTA i l'Escola Agrària de l'Empordà per **buscar la innovació en els productes transformats a base de peix**, i pensant amb poder **oferir productes que aportin solucions a diferents perfils de consumidors** (canal horeca, client particular, restauració col·lectiva, etc.)
- Fer **elaborats de qualitat a partir de peix orientats al canal horeca**. En el cas dels productes frescos a base d'hortalisses, llegums o carn ja existeixen productes orientats al canal horeca, però en el cas del peix, l'oferta és molt escassa.

5.3.4. Nivell 4. Comercialització

- Buscar **nous formats de comercialització** del peix que afavoreixin i facilitin la seva venda: filetejat, precuinat, elaborat, venda a domicili, venda en línia, venda de peix del dia més econòmic al final de la jornada per treure estocs, etc.
- Orientar el **model de comercialització del peix de les peixateries tradicionals cap a aquests nous formats de compra**, per tal que puguin oferir un peix de qualitat llest per a ser cuinat, i satisfer la necessitat del consumidor que no disposa de temps per esperar-se a la peixateria a que li netegin el peix, o per al restaurant que no disposa de l'espai per a netejar-se el peix.
- **Potenciar i destacar aquelles peixateries que treballen bé el peix de llotja**, que a la comarca hi són presents, i seguir treballant perquè el col·lectiu de les peixateries del Baix Empordà tingui unes **bones pràctiques comercials del peix fresc a les peixateries** basades en l'honestedat. Es podria treballar en un manual de bones pràctiques del sector de la peixateria i fer-lo extensiu a totes les peixateries per tal de treballar la sensibilització i involucrar les peixateries en la millora de la comercialització del peix de llotja.
- En aquesta mateixa línia, la restauració que utilitza el peix de llotja és un gran aliat per a promoure el consum de peix i alhora ser-ne prescriptor entre la clientela. L'edició d'un **manual de bones pràctiques adreçat a la restauració** podria ser una iniciativa d'interès per a reforçar i visibilitzar aquells restaurants que treballen bé el producte pesquer i alhora empoderar-los com a agents clau de la cadena de valor del sector pesquer com a prescriptors.
- **Implantar la tapa**, la ració petita de peix que volem promocionar (també els menús degustació), per així potenciar el consum de peix i alhora fer-lo més assequible.
- Oferir **tallers gratuïts de cuina de peix fresc des dels restaurants** per atraure l'interès de la població en consumir més peix fresc.
- Valorar la conveniència d'activar el Gremi de peixaters o bé **agrupar les peixateries del Baix Empordà en una associació o similar** que pugui actuar com a interlocutor del col·lectiu i canalitzar informació del seu interès (formacions, jornades, etc.).
- Disposar d'una **base de dades de les empreses que operen en aquest nivell**, per poder canalitzar informació del seu interès i implicar-les en la generació de valor del peix de llotja.
- **Reforçar la xarxa de peixateries de proximitat** com uns aliats clau en la comercialització de peix de llotja que alhora actuen com a prescriptors i assessors del peix.
- Fer **trobades de pescadors amb peixateries** per reforçar sinergies i aliances en contextos diferents (debats, jornades festives, etc.).

- Millorar la honestedat i sinceritat a les peixateries sobre l'origen del peix, a través de **més inspeccions i vigilància** a les peixateries.
- Oferir **formació per professionalitzar l'ofici de peixater/a** (ja hi ha formació existent, donar-la a conèixer i millorar i especialitzar), i fer accions per fer **atractiu l'ofici per afavorir el relleu generacional**.
- Introduir el **peix de llotja a la restauració col·lectiva**. Des del Consell Comarcal del Baix Empordà s'està treballant amb la incorporació de producte local als menjadors escolars, i un dels reptes és aconseguir introduir el peix de llotja.
- Adoptar **mesures per evitar el malbaratament de peix fresc que no s'ha pogut vendre a les peixateries**: cercar vies de canalització d'aquest peix per a que pugui ser consumit cuinat (restauració col·lectiva) o bé canalitzar-lo cap a empreses que en pugui fer una transformació o bé nous models de comercialització (venda de peix fresc del dia més econòmic).

5.3.5. Nivell 5. Consum

- Val a dir que en aquest nivell referent al consum, hi ha **moltes experiències i iniciatives impulsades per diferents agents del sector pesquer**, i entre les quals es destaca la feina duta a terme per la confraria de Palamós arrel de la implementació del seu Pla estratègic per tal d'incentivar el consum de peix de llotja, revaloritzar espècies de poc valor comercial, tant entre la població local com a nivell de pescadors, de restauració o de peixateries, o per millorar la traçabilitat del producte pesquer al llarg de la cadena. En aquest sentit, l'oportunitat passaria per aprofitar tot aquest bagatge d'experiències i aprenentatges coliderades per diferents agents de Palamós i valorar la seva transferibilitat **i/o adaptació a la resta de municipis del Baix Empordà** per teixir una **estratègia supralocal i amb major impacte en el conjunt de la comarca i també en la cadena de valor**.
- Seguir treballant per **donar a conèixer entre els consumidors el distintiu de peix de llotja** i que aquest sigui un distintiu exigít a les peixateries i a la restauració i un element de diferenciació i singularització.
- Cercar **iniciatives per incentivar el consum de peix més econòmic i/o de menor valor comercial** buscant altres perfils de consumidors (restauració col·lectiva, menjadors socials, etc.) si cal, amb una manipulació prèvia del peix.
- Comunicar per **desfer la idea preconcebuda** que el peix és un producte car i **donar a conèixer peixos de valor comercial assequible** per fer atractiu el peix fresc de llotja al consumidor. En aquest sentit, les peixateries i la restauració haurien de jugar un paper clau com a prescriptores.
- **Saber explicar al consumidor** que el peix d'aquí té més qualitat per la proximitat, el peix com més temps passa des del moment de ser capturat més propietats perd. Tenir argumentació per explicar al consumidor les propietats del peix fresc i el que es va perdent cada minut que passa fora del mar abans de ser consumit.
- Es detecta una recuperació de l'hàbit de compra als mercats municipals i a les peixateries per part del segment de població jove d'entre 30 i 40 anys (parelles sense fills o amb fills petits). Cal vetllar per **fer atractius els mercats municipals i les peixateries a aquest segment de població i fidelitzar-lo**, ja que són el relleu que garanteix la continuïtat dels mercats municipals en els propers anys. Crear experiències de mercat, jugant amb les emocions (vista, gust, olor, tacte).
- El treball que s'està duent a terme a la Costa Brava per aconseguir un turisme de qualitat ha de ser un bon aliat per potenciar el consum de peix fresc a la comarca a través del turisme gastronòmic, i enfortir tota la cadena de valor del sector pesquer. Alhora, aquest **turisme gastronòmic** pot contribuir a desestacionalitzar el turisme, per tant, també desestacionalitzar l'alta demanda de peix que es concentra a l'estiu, i afavorir una major regularitat en els preus del peix.

- També la modalitat de **pescaturisme** concebuda amb un format molt ampli i transversal, més enllà de pujar a l'embarcació de pesca, és una bona oportunitat per donar a conèixer a la població el món de la pesca i tot el patrimoni (històric, gastronòmic, cultural, etc.) associat. Permet generar confiança, donar transparència i donar a conèixer l'ofici mitjançant més campanyes, jornades gastronòmiques, activitats de pescaturisme (diferents a pujar a pescar a la barca, com per exemple organitzar esmorzars saludables basats amb peix fresc a bord d'embarcacions pesqueres com acció de divulgació i conscienciació cap als consumidors).
- Seguir treballant amb la **població infantil** que seran els consumidors del futur. Donar-los a conèixer els sabors del peix fresc de llotja.
- Associar la **component social** al peix capturat a la nostra costa (darrere la pesca i el peix hi ha unes persones que generen una activitat econòmica i que contribueixen al desenvolupament local). Consumir peix fresc reforça l'economia local. Transmetre aquest discurs és important, no només la qualitat, sinó també el **relat social del peix**, un argument més per conscienciar la població.
- Seguir treballant per **comunicar tots els aspectes positius que presenta el peix vinculant-ho amb la salut**. Es comenta que des del GALP s'han publicat unes guies sobre el contingut d'Omega3 del peix amb la participació de científics de la universitat de Girona; aquestes guies tenen per objectiu millorar l'aprofitament d'espècies poc valorades però amb un alt contingut d'omega-3 com són el sorell o la melva, pel que fa a les varietats tradicionals de la zona, o l'alatxa o el trencahams, entre les que augmenten la seva presència a causa del canvi climàtic; així com aprofitar òrgans com ara el fetge per a la cuina o per utilitzar-los com a complements alimentaris.

I en definitiva, per aprofitar totes aquestes oportunitats, **cal que totes les baules de la cadena treballin en una mateixa direcció** basada en el **peix de llotja com a referent i nexa comú**, i hi hagi **comunicació dins** dels agents de cada nivell i alhora **intercomunicació, coordinació i voluntat d'intercooperació entre nivells**.

5.4. Quadre resum de barreres/limitacions i propostes d'actuació

Barreres i limitacions	Solucions i propostes d'actuació
Primer nivell. Producció. BARRERES	Primer nivell. Producció SOLUCIONS
Reducció de la presència de determinades espècies de peix de valor comercial	Treballar iniciatives per al relleu generacional i les incorporacions de joves i dones al sector
Els preus de venda del peix estan subjectes a les subhastes de les llotges, els pescadors no poden controlar ni marcar el preu del seu producte	Dignificar l'ofici de pescador i tot l'entramat vinculat al primer nivell de la cadena
Mercat global del món del peix genera una gran competència i distorsions en el preu	Ampliar els plans de gestió a altres espècies pesqueres, i fer-ho col·laborativament amb les diferents confraries de pescadors del litoral de la Costa Brava
Retrocés en el nombre d'embarcacions i de persones ocupades en el sector	Difusió adient de tota l'oferta foramtiva actual existent adreçada al sector pesquer.
L'ús de noves tecnologies de pesca més eficients pot causar una major pressió sobre els recursos pesquers	Seguir treballant per incorporar els coneixements científics i introduir tècniques de pesca més sostenibles a les embarcacions.
Les pràctiques de venda de peix dins l'economia submergida són una competència deslleial	Treballar per sensibilitzar els pescadors de la importància de preservar els recursos pesquers i adoptar pràctiques de pesca sostenibles, que afavoreixen la preservació de les espècies
La pesca recreativa de vegades entra en competència amb la pesca professional	Esdevenir OPP facilitaria a les confraries podar optar a subvencions i captar finançament per a desenvolupar projectes
Complexitat a l'hora de tirar endavant plans de egstió d'algunes espècies	La diferenciació del peix mitjançant certificacions de qualitat pot ajudar a mantenir els preus de les espècies pesqueres i a 'protegir-se' davant l'entrada a llotja de grans majoristes i distribuïdors
Insuficient peix a les llotges per abastir tota la demanda del consumidor	Fer participar el sector en activitats que permetin promocionar i donar a conèixer l'ofici (jornades, xerrades, trobades de debat, fires, participació a escoles, etc.)
Dificultats en la continuïtat de l'ocupació en el propi sector pesquer i el relleu generacional que no està garantit (baixa autoestima, inestabilitat en els ingressos, formació allunyada, manca d'interès en el sector pesquer per part dels joves, poc incentiu per potenciar el rol de la dona en el sector, necessitat de disposar dels títols de patró o de mariner per poder embarcar, etc.)	Fer trobades de pescadors amb peixateries per reforçar sinergies i aliances en contextos diferents (debats, jornades festives, etc).
	Convidar les peixateries a pescar per donar a conèixer l'ofici i posar-lo en valor (es podrien aprofitar els festius locals de cada municipi que les peixateries tenen tancat per anar a la pesca amb els pescadors d'un altre municipi veí).

	Fer una revisió de la legislació vigent a diferents nivells i buscar el suport de les institucions (diputació, Generalitat, Estat).
Segon nivell. Distribució BARRERES	Segon nivell. Distribució SOLUCIONS
El peix és un producte fresc amb una caducitat molt curta, variable en funció de l'espècie que cal distribuir molt ràpid perquè no perdi les seves qualitats.	Buscar nous canals de distribució per al peix sobretot per a aquelles espècies de menor valor comercial i/o que se'n pesca més quantitat.
No hi ha assegurada una traçabilitat real.	Millorar l'etiquetatge en la distribució perquè es pugui conèixer la procedència del producte, i garantir que es conservi la traçabilitat, en especial el peix de llotja.
Les etiquetes que surten amb les cubetes del peix de llotja a vegades es perden o bé les peixateries comenten que s'embruten i per aquest motiu no les posen	Sensibilitzar les empreses que operen en aquest nivell per diferenciar i posar en valor el peix de llotja en els seus canals de distribució.
La restauració de la comarca que va a les llotges a proveir-se diàriament del peix fresc s'ha reduït	Disposar d'una base de dades de les empreses que operen en aquesta baula de la cadena de valor per a comunicar-s'hi i fer-los arribar informació del seu interès i implicar-les en la cadena de valor del producte pesquer de llotja.
La iniciativa de llotja virtual permet comprar telemàticament, però és un sistema costós d'instal·lar per a les confraries	Seguir treballant amb el món acadèmic i científic per cercar nous mètodes d'envasat respectuosos amb el medi ambient que permetin conservar la qualitat del peix i garantir la traçabilitat
S'apunta que hi ha frau amb la gamba de Palamós (falsificacions o ús del nom de forma no autoritzada per la Marca de Garantia Gamba de Palamós).	
Recels dins del sector (tant pescadors com peixateries) vers les iniciatives d'alguns pescadors de treure's la llicència per poder comercialitzar directament el seu peix	
Hi ha forta estacionalitat de la demanda de peix fresc, amb un pic molt elevat a l'estiu, que fa incrementar molt els preus al llarg de la cadena, començant per la distribució	
La distribució majorista entra en competència amb la distribució minorista (peixateries i restauració) i pot alterar els volums de disponibilitat de producte i el preus del peix al mercat.	
Els majoristes que hi ha en una llotja tenen informació a l'avançada sobre la previsió de peix que s'ha pescat. Aquest factor genera canvis en el funcionament tradicional de l'establiment de preus.	

Tercer nivell. Transformació BARRERES	Tercer nivell. Transformació SOLUCIONS
Hi ha poques iniciatives empresarials a la comarca de transformació o elaboració a partir del peix.	La convocatòria d'ajuts del GALP pot afavorir el sorgiment d'iniciatives empresarials d'àmbit privat ajudant a finançar projectes de transformació agroalimentària a partir del peix
S'ha innovat poc amb l'elaboració de productes alimentaris a partir del peix	Treballar amb l'IRTA i l'Escola Agrària de l'Empordà per buscar la innovació en els productes transformats a base de peix, i pensant amb poder oferir productes que aportin solucions a diferents perfils de consumidors (canal horeca, client particular, restauració col·lectiva, etc.)
A les llotges del Baix Empordà no hi ha instal·lacions adequades per a fer algun tipus de manipulació i/o transformació a partir del peix que surt de la llotja	Fer elaborats de qualitat a partir de peix orientats al canal horeca. En el cas dels productes frescos a base d'hortalisses, llegums o carn ja existeixen productes orientats al canal horeca, però en el cas del peix, l'oferta és molt escassa.
La manipulació del peix a la peixateria (treure espines, filetejar, etc.) pot encarir el preu final de venda si aquest servei es cobra, sobretot per aquelles espècies de peix més econòmiques i amb més espines (per exemple, el sorell) però de menor valor comercial Hi ha poques sol·licituds per a projectes productius per part de privats d'ajuts en el marc de la convocatòria d'ajuts del GALP a municipis pesquers.	
Quart nivell. Comercialització BARRERES	Quart nivell. Comercialització SOLUCIONS
Manca de recursos des de les confraries per poder realitzar la tasca de comercialització adequada del peix de llotja	Buscar nous formats de comercialització del peix que afavoreixin i facilitin la seva venda: filetejat, precuinat, elaborat, venda a domicili, venda en línia, venda de peix del dia més econòmic al final de la jornada per treure estocs, etc.
El peix de llotja no ha entrat a la restauració col·lectiva.	Orientar el model de comercialització del peix de les peixateries tradicionals cap a aquests nous formats de compra, per tal que puguin oferir un peix de qualitat llest per a ser cuinat
La presentació del peix de llotja als mostradors d'algunes grans superfícies comercials no està diferenciada respecte la resta de peix procedent d'altres costes	Potenciar i destacar aquelles peixateries que treballen bé el peix de llotja, que a la comarca hi són presents, i seguir treballant perquè el col·lectiu de les peixateries del Baix Empordà tingui unes bones pràctiques comercials del peix fresc a les peixateries basades en l'honestedat
El peix de llotja a les grans superfícies esdevé un reclam comercial per atraure els compradors a aquest tipus d'establiments. En aquest sentit, les peixateries poden perdre pes dins la cadena de valor	L'edició d'un manual de bones pràctiques adreçat a la restauració podria ser una iniciativa d'interès per a reforçar i visibilitzar aquells restaurants que treballen bé el producte pesquer
Es reconeix entre les peixateries que hi ha malbaratament de peix quan aquest peix no s'ha pogut vendre (el peix es pot acabar llençant).	Valorar la conveniència d'activar el Gremi de peixaters o bé agrupar les peixateries del Baix Empordà en una associació o similar

També s'identifiquen males pràctiques a les peixateries, com per exemple, la venda com a peix fresc de peix que s'ha congelat i descongelat. Algunes peixateries juguen amb el desconeixement de la clientela sobre allò que es considera peix fresc i allò que no ho és.	Disposar d'una base de dades de les empreses que operen en aquest nivell, per poder canalitzar informació del seu interès i implicar-les en la generació de valor del peix de llotja
Les peixateries són reàcties a posar l'etiqueta de la llotja al mostrador, malgrat l'obligatorietat, i no hi ha suficients controls per subsanar aquesta mala pràctica.	Reforçar la xarxa de peixateries de proximitat com uns aliats clau en la comercialització de peix de llotja que alhora actuen com a prescriptors i assessors del peix.
La venda en línia pot generar recels amb les peixateries	Introduir el peix de llotja a la restauració col·lectiva
Les peixateries consideren que no reben informació de les confraries, hi ha falta de comunicació entre els diferents nivells de la cadena.	Adoptar mesures per evitar el malbaratament de peix fresc que no s'ha pogut vendre a les peixateries
les peixateries tenen un model de comercialització del peix que no ha evolucionat i no ha incorporat elements d'innovació en la forma de vendre el producte, a diferència d'altres tipologies de comerços de productes frescos, com poden ser les carnisseries i xarcuteries	Fer trobades de pescadors amb peixateries per reforçar sinergies i aliances en contextos diferents (debats, jornades festives, etc).
Algunes normatives de mercats municipals dificulten la modernització i actualització del funcionament dels mercats per adaptar-se a la realitat de la població local en relació als nous hàbits de consum (molts mercats no obren a les tardes fet que podria afavorir la venda de peix fresc)	Millorar la honestedat i sinceritat a les peixateries sobre l'origen del peix, a través de més inspeccions i vigilància a les peixateries.
La restauració que compra peix de llotja a majorista troba els preus del peix molt elevats, sobretot durant l'estiu (fruit d'una major demanda) i ha d'ajustar molt els marges comercials	Oferir formació per professionalitzar l'ofici de peixater/a (ja hi ha formació existent, donar-la a conèixer i millorar i especialitzar), i fer accions per fer atractiu l'ofici per afavorir el relleu generacional.
La restauració de peix de llotja ha baixat molt a la comarca. És una restauració de gamma alta i no apta per a totes les butxaques.	Introduir el peix de llotja a la restauració col·lectiva.
Les cartes de la restauració no acostumen a indicar el peix de llotja	Implantar la tapa, la ració petita de peix que volem promocionar (també els menús degustació), per així potenciar el consum de peix i alhora fer-lo més assequible.
Hi ha un model de restauració basat en oferir uns preus econòmics i per tant, el preu de cost de les matèries primeres no permet introduir el peix de llotja.	Oferir tallers gratuïts de cuina de peix fresc des dels restaurants per atraure l'interès de la població en consumir més peix fresc.

Cinquè nivell. Consum BARRERES	Cinquè nivell. Consum SOLUCIONS
Es constata una pèrdua de coneixement de l'ampli ventall de peix que podem trobar a les llotges del Baix Empordà, i en conseqüent, a les peixateries i a la restauració locals	Hi ha moltes experiències i iniciatives impulsades per diferents agents del sector pesquer per tal d'incentivar el consum de peix de llotja, revaloritzar espècies de poc valor comercial, tant entre la població local com a nivell de pescadors, de restauració o de peixateries, o per millorar la traçabilitat del producte pesquer al llarg de la cadena ; seria important transferir aquestes experiències o adaptar-les a la resta de la comarca.
Hi ha molt desconeixement sobre el peix fresc: què es considera peix fresc i què no.	Seguir treballant per donar a conèixer entre els consumidors el distintiu de peix de llotja
S'ha perdut el coneixement de l'estacionalitat de les espècies de peix.	Cercar iniciatives per incentivar el consum de peix més econòmic i/o de menor valor comercial buscant altres perfils de consumidors
La clientela de la restauració i de les peixateries no demanda encara peix de llotja ni tampoc reclama veure les etiquetes	Comunicar per desfer la idea preconcebuda que el peix és un producte car i donar a conèixer peixos de valor comercial assequible per fer atractiu el peix fresc de llotja al consumidor
La tendència que s'observa sobre el canvi d'hàbits de consum del peix fresc d'un segment de la població cap a les grans superfícies en detriment de les peixateries i mercats municipals pot contribuir a la pèrdua de coneixement (que ja s'està donant actualment) de l'ampli ventall d'espècies de peix de llotja	Cal vetllar per fer atractius els mercats municipals i les peixateries a aquest segment de població (30-40 anys) i fidelitzar-lo
La restauració que treballa amb peix de llotja aprecia un canvi en els hàbits de consum de peix cap a altres espècies. Han deixat de cuinar algunes espècies d'aquest tipus de peix d'escata per aquest canvi d'hàbits.	Turisme gastronòmic pot contribuir a desestacionalitzar el turisme, per tant, també desestacionalitzar l'alta demanda de peix que es concentra a l'estiu, i afavorir una major regularitat en els preus del peix.
A les peixateries també s'observa el canvi d'hàbits de consum de peix. La societat actual vol immediatesa, i té el temps just.	La modalitat de pescaturisme concebuda amb un format molt ampli i transversal, més enllà de pujar a l'embarcació de pesca, és una bona oportunitat per donar a conèixer a la població el món de la pesca i tot el seu patrimoni
Hi ha la creença estesa entre molts consumidors que el peix fresc és un producte car, cosa que en frena el seu consum.	Seguir treballant amb la població infantil que seran els consumidors del futur. Donar-los a conèixer els sabors del peix fresc de llotja.
La població infantil està perdent els sabors del peix fresc i de qualitat degut al canvi de pautes de consum cap a altres espècies de peix de consum majoritari de sabors més neutres i/o de menor qualitat.	Seguir treballant per comunicar tots els aspectes positius que presenta el peix vinculant-ho amb la salut.
Han circulat determinats missatges negatius sobre el peix (microplàstics, anisakis, etc.), algunes vegades descontextualitzats o poc rigorosos, que han comportat com a conseqüència la reducció en el consum de peix fresc.	

6. Conclusions

La *Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà* ha permès realitzar un treball qualitatiu per conèixer el funcionament de cadascuna de les diferents baules de la cadena de valor del sector pesquer i identificar de manera qualitativa la contribució de cada baula en la generació de valor de la cadena i el grau d'aquest valor que queda a la comarca. Per mitjà de consultes de documentació sobre el sector pesquer, a nivell estatal, català i comarcal (estadístiques, informes, publicacions, estudis), complementades amb la realització de diferents entrevistes a agents clau de les diferents baules de la cadena del sector pesquer del Baix Empordà, i amb la realització d'una reunió de treball amb la comissió de seguiment del projecte, s'han analitzat diferents variables per conèixer el recorregut que segueix el peix de llotja, el grau de valorització de les diferents espècies pesqueres, la traçabilitat del peix de llotja i el seu consum a la comarca. Com a resultat d'aquest treball, per cada baula de la cadena de valor del sector pesquer, s'han identificat a mode qualitatiu les principals limitacions i barreres que frenen el consum de peix de llotja a la comarca; i alhora també s'han apuntat algunes possibles solucions per superar aquestes barreres i limitacions.

En el primer nivell de la cadena de valor, *la producció*, val a dir que el sector pesquer té unes característiques pròpies que el diferencien de la resta de sectors del sector agroalimentari. Els pescadors utilitzen/pesquen un bé públic com el peix i per aquest motiu la venda està regulada a través de les llotges. Fent que els pescadors no puguin comercialitzar directament el seu producte, pràctica útil a d'altres sectors. Alhora el seu producte és molt fresc amb una caducitat molt curta, combinat amb el comerç mundial que permet el transport a escala mundial sense gaires complicacions. Per tant, com hem dit, el preu del peix és determinat pels seus compradors a la subhasta, de tal manera que els pescadors, tot i haver-lo pescat, no en poden determinar el preu de la primera venda. Hi ha iniciatives reeixides vinculades als plans de cogestió de determinades espècies que han aconseguit millorar la sostenibilitat de les captures i alhora aconseguir millors preus per als pescadors amb la primera venda. També els pescadors es van apoderant en la participació a la cadena de valor mitjançant la presa de consciència per a l'adopció de mesures de sostenibilitat de la pesca i de millora de la seva traçabilitat i valorització. El principal repte d'aquest nivell, i alhora, la base de tota la cadena de valor, és treballar el relleu generacional i les noves incorporacions al sector, amb una visió oberta i flexible.

En el segon nivell de la cadena de valor, *la distribució*, l'aparició de nous perfils de distribuïdors a les llotges i un progressiu retrocés de la participació dels operadors tradicionals (peixateries i restauració) obren un nou escenari en el qual s'ha de treballar per garantir la traçabilitat del producte pesquer de llotja i alhora per valoritzar les diferents espècies pesqueres, en especial, les de menor valor comercial però de bon valor nutricional i gastronòmic. La qüestió de l'etiquetatge també és un àmbit clau per poder garantir la traçabilitat i, alhora, la confiança del consumidor final. Aquest nivell està evolucionant i serà interessant poder aprofundir-hi en una segona fase per conèixer més de prop el seu funcionament i la seva contribució a la cadena de valor del sector pesquer.

El tercer nivell, corresponent a *la transformació*, és un nivell poc desenvolupat, amb comptades iniciatives empresarials a la comarca, i amb poc grau d'innovació i diversificació. És un nivell que podria generar valor a la cadena i que requereix d'una anàlisi més en profunditat per poder conèixer com pot contribuir a generar-lo.

El quart nivell, el de *la comercialització*, també és un nivell que ha anat evolucionant a ritmes diferents en funció dels perfils d'empreses que operen en aquest nivell. Així, d'una banda, la restauració de la comarca que treballa amb peix de llotja és molt poca, malgrat la comarca estigui orientada al turisme i amb molta activitat terciària. Alhora, aquesta restauració s'ha hagut d'ajustar a la demanda de la clientela tant pel que fa a la disponibilitat pressupostària, reduïda en un context de crisi, com pel que fa a la demanda de certes espècies de peix, degut als canvis en el consum de peix (desconeixement d'espècies i canvi d'hàbits culinaris). Pel que fa a les peixateries, aquestes presenten com a principal limitant la seva escassa evolució del model de negoci per poder adaptar-se a les noves necessitats de la societat, que cada vegada coneix menys espècies de peix i alhora disposa de menys temps per anar a comprar al comerç local, i pel que fa a les peixateries, a esperar que li preparin el peix. Mantenir i ampliar la confiança amb la peixateria tradicional és un element essencial per fidelitzar nova clientela; per aquest motiu, treballar en un adequat etiquetatge i en una comunicació sincera de la procedència i qualitat del producte són aspectes claus per reforçar els circuits curts de comercialització del peix.

En el cinquè nivell corresponent al *consum*, és evident que els hàbits de consum de peix de la societat actual han canviat: s'ha perdut el coneixement de les diferents espècies de peix, els hàbits culinaris i gastronòmics s'han modificat, les campanyes informatives negatives sobre el peix n'han fet reduir el seu consum, a la població infantil no li agrada el peix, apareixen nous canals i formats per comprar el peix, etc. No obstant, a la comarca del Baix Empordà s'estan duent a terme iniciatives diverses per fomentar el consum de peix i donar a conèixer el peix de llotja, amb les quals cal seguir treballant.

De manera transversal, per enfortir la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà, és necessari treballar tots els nivells de la cadena en una mateixa estratègia fonamentada en el peix de llotja com a element articulador i nexa d'unió de totes les baules. Perquè això sigui possible, cal generar la confiança entre els diferents agents i trobar punts de col·laboració i cooperació tant dins de cada nivell com entre nivells.

Per últim, aquesta diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà a nivell qualitatiu és objecte de ser ampliada amb una segona fase per poder fer una aproximació a nivell més quantitatiu per cadascuna de les baules de la cadena.

7. Bibliografia

7.1. Referències bibliogràfiques

- Consell Comarcal del Baix Empordà i Fundació Promediterrània. *Diagnosi del sector pesquer del Baix Empordà*. Agermanament Agroalimentari. Xarxa Tràmec, Xarxa Agroalimentària del Baix Empordà. Juny 2018
- EDLP. *Estratègia de Desenvolupament Local Participatiu 2014-2020*. Grup d'Acció Local Pasquer Costa Brava. 2016
- Xarxa Tràmec, Xarxa Agroalimentària del Baix Empordà. *Diagnosi de l'ocupació i l'atur del sector agroalimentari del Baix Empordà*. Maig 2019
- Fundació Promediterrània. *L'oferta restauradora de peix a la comarca del Baix Empordà: Implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer*. Memòria de recerca.
- Fundació Promediterrània. *Pla estratègic "Palamós Peix"*. Estudi per a la difusió i comunicació del peix a Palamós. Setembre 2017
- Universitat de Girona i Xarxa Tràmec, Xarxa Agroalimentària del Baix Empordà. Consell Comarcal del Baix Empordà. *Estudi del sector econòmic agroalimentari ecològic de la comarca del Baix Empordà tant de productors com d'elaboradors*
- Lloret, Elsa. (IRTA-Monells) i Mañas, Cristina (Confraria de Pescadors de Palamós). Ponència: "Conservació de la Gamba de Palamós en atmosfera protectora, una nova forma de comercialització". Jornada tècnica Aliments a la carta. Nous productes per a noves demandes. Barcelona, 25 d'abril de 2016
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Direcció General de Pesca i Afers Marítims. Procés participatiu "Reptes de futur de la pesca d'arrossegament a Catalunya". Novembre 2018
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Direcció General de Pesca i Afers Marítims. *Anàlisi DAFO. Comercialització dels productes de la pesca extractiva i de l'aqüicultura de Catalunya*. Desembre 2013
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Direcció General de Pesca i Afers Marítims. Programa d'Acció Marítima. *Estratègia marítima de Catalunya 2030-Pla Estratègic 2018-2021*. Novembre 2018
- Observatorio de Precios de los Alimentos . MARM. *Estudio de la cadena de valor y formación de precios del jurel fresco*. Abril 2011
- Manifest per la promoció dels productes pesquers de proximitat dins la dieta mediterrània

- Segarra, Itziar. Ponència: “Consum de peix: Dades, situació actual i tendències” en el marc del Workshop del sector del peix. Direcció General de Pesca i Afers Marítics. Monells. 29 gener del 2018
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. *Diseño de la cadena de valor del pescado fresco en España*.
- Martín Cerdeño, Víctor J. *Distribución y consumo de productos pesqueros. Evolución de la demanda y cambios en la cadena comercial*. Universidad Complutense de Madrid. 2015.
- RURALCAT. Dossier tècnic. Núm. 78. *La comercialització dels productes pesquers a Catalunya*. Direcció General d’Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries. Setembre 2015
- Caro, M.; Puértolas, E.; Cruz, Z.; Roca, S. AZTI. Parque Tecnológico de Bizcaia. Article: “Evolución del consumo, el gasto y los canales de distribución de los productos pesqueros en los hogares españoles”. Revista Distribución y Consumo. Vol 3. 2017.
- Rebollo Arévalo, A. Article: “Evolución de los márgenes Comerciales de los productos frescos de alimentación. Un análisis actualizado de los precios origen-destino entre 2004 y 2011”. Revista Distribución y Consumo. Març-abril 2012
- Cruz Roche, Ignacio. Article: “Precios y márgenes en la cadena de valor de los productos frescos: información y transparencia”. Revista Distribución y Consumo. Juliol-agost 2008
- Ajuntament de Barcelona. Sector marítim. *Informe sectorial*. Amb la col·laboració d’U-trans. Maig 2018.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. *Informe del consumo alimentario en España 2018*. Madrid. 2019
- Departament d’Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Subdirecció General d’Indústries i Qualitat Agroalimentàries. Servei d’Indústries i Comercialització Agroalimentàries. *Informe de la indústria, la distribució i el consum agroalimentaris a Catalunya*. Desembre 2018. Informe elaborat pel Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari (CREDA UPC-IRTA).
- Confederación Española de Pesca (CEPESCA). *Informe del sector pesquero español*. 2019. Madrid. 2019
- Xarxa de Custòdia del Territori. Grup de Treball de custòdia marina i Departament de Territori i Sostenibilitat. *Manual per incorporar productes procedents de pesca artesanal al mercat de custòdia*. Novembre 2012.
- Gilbert, Trinitat. Article a Mengem.cat “Peixos pobres contra peixos rics”. 2017
- Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC). Article: “Consum conscient de peix: Estàs gaire peix?”. Revista Opcions. Informació per a un consum conscient i transformador. Núm. 23. 2007

7.2. Webgrafia consultada

- Confraria de Pescadors de Palamós <https://confraria.cat/>
- Conraria de Pescadors de Sant Feliu de Guíxols <http://www.cpguixols.cat/>
- Confederación Española de Pesca <http://cepesca.es/>
- Direcció General de Pesca i Afers Marítims. Generalitat de Catalunya
- <http://agricultura.gencat.cat/ca/departament/adreces-telefon/direccions-generals/pesca-afers-maritims/>
- Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística
- <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=51&dh=1>
- Directorio de Empresas <http://www.pescalia.com/directorio.php?sec=5>
- Federación Nacional de Asociaciones de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados <http://fedepesca.org/>
- Institut d'Estadística de Catalunya <https://www.idescat.cat/>
- Museu de la Pesca <https://museudelapesca.org/>
- Observatori del Treball i Model Productiu <http://observatoritreball.gencat.cat/ca/inici>
- Registre Sanitari d'Indústries i productes alimentaris de Catalunya
- http://salutweb.gencat.cat/ca/ambits_actuacio/per_perfiles/empreses_i_establiments/Ambit-alimentari/registre-sanitari-dindustries-i-productes-alimentaris-de-catalunya-rsipac/cercador-rsipac/
- Registre d'Indústries Agroalimentàries de Catalunya
- <https://analisi.transparenciacatalunya.cat/Medi-Rural-Pesca/Ind-stries-agroaliment-ries-de-Catalunya/p28j-xe65>
- Normativa sobre peix, productes de la pesca i d'aqüicultura. Venda de peix i derivats https://www.diba.cat/web/salutpublica/normativa_peix_productes_pesca_aquicultura

7.3. Normatives consultades

- Resolució de 24 de maig de 2019, de la Secretaria General de Pesca, per la qual es publica el llistat de denominacions comercials d'espècies pesqueres i d'aqüicultura admeses a Espanya.
- Resolució de 26 de gener de 2018, de la Secretaria General de Pesca, per la qual es publica el llistat de denominacions comercials d'espècies pesqueres i d'aqüicultura admeses a Espanya
 - Correcció d'errors de la Resolució de 26 de gener de 2018, de la Secretaria General de Pesca, per la qual es publica el llistat de denominacions comercials d'espècies pesqueres i d'aqüicultura admeses a Espanya.
- Reglament (UE) núm. 1379/2013 del Parlament Europeu i del Consell, d'11 de desembre de 2013, pel qual s'estableix l'organització comuna de mercats en el sector dels productes de la pesca i de l'aqüicultura, es modifiquen els Reglaments (CE) núm. 1184/2006 i (CE) núm. 1224/2009 del Consell i es deroga el Reglament (CE) núm. 104/2000 del Consell.
- Reial Decret 1420/2006, d'1 de desembre, sobre prevenció de la parasitosi per anisakis en productes de la pesca subministrats per establiments que serveixen menjars als consumidors finals o a col·lectivitats (BOE núm. 302, del 19/12/2006).
- Reglament (CE) núm. 853/2004 del Parlament Europeu i del Consell, de 29 d'abril de 2004, pel qual s'estableixen les normes específiques d'higiene dels aliments d'origen animal (DOUE L núm. 139, del 30/04/2004).
- Reglament (CE) núm. 2406/96 del Consell de 26 de novembre de 1996, pel qual s'estableixen normes comunes de comercialització per a determinats productes pesquers.
- Reial Decret 1521/1984, d'1 d'agost, pel qual s'aprova la Reglamentació tècnic-sanitària dels establiments i productes de la pesca i l'aqüicultura amb destí al consum humà (BOE núm. 201, del 22/08/1984).

8. Annexes

8.1. Model d'entrevista a pescadors del Baix Empordà

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



ENTREVISTA A PESCADORS DEL BAIX EMPORDÀ

Part 1. Dades de l'empresa pesquera

1.1. Dades

- ☐ Nom de la tripulació
- ☐ CIF
- ☐ Persona de contacte
- ☐ Municipi
- ☐ Comarca
- ☐ Tel:
- ☐ A/e:

1.2. Perfil de l'empresa pesquera

- ☐ Titular de la tripulació.
- ☐ Edat
- ☐ Número de treballadors
- ☐ (i quants d'ells són família)?
- ☐ Gènere (home/dona)
- ☐ Autònoms / assalariats:
- ☐ Temporalitat de l'ocupació (quants ocupats tot l'any/quants temporals)
- ☐ Edats
- ☐ Volum de facturació anual i d'ingressos (descomptades les despeses, quant li queda?)
- ☐ Viabilitat de l'activitat en 5-10-15 anys (segons edat titular).
 - ☐ Si la resposta és negativa, motius:
- ☐ Està associat a alguna confraria de pescadors?
 - ☐ Sí. Quina? _____
 - ☐ No
- ☐ Està associat a alguna associació d'armadors?
 - ☐ Sí. Quina? _____
 - ☐ No
- ☐ Està associat a alguna associació de comerciants de peix?
 - ☐ Sí. Quina? _____
 - ☐ No

Part 2. Dades sobre l'activitat extractiva

2.1. Tipus d'activitat pesquera que realitza:

- ☐ Arrossegament ☐ Arts menors ☐ Encerclament ☐ Palangre de fons ☐ Palangre de superfície
- ☐ Auxiliars

Tipologia d'espècies pesqueres que captura:

Peix blau:

- ☐ Seitó ☐ Sardina ☐ Sorell ☐ Verat ☐ Tonyina ☐ Bonítol ☐ Emperador ☐ Alatxa ☐ Melva ☐ Sonso

Crustacis, mol·luscs i cefalòpodes:

- ☐ Gamba vermella ☐ Gamba blanca ☐ Escamarlà ☐ Llagosta ☐ Pop blanc ☐ Pop roquer
- ☐ Calamar

Peix blanc:

- ☐ Lluç ☐ Besuc ☐ Congre ☐ Gall ☐ Llobarro ☐ Llenguado ☐ Maire ☐ Mero ☐ Mòllera ☐ Orada
- ☐ Pagell ☐ Rap ☐ Roger ☐ Bròtola de fang ☐ Castanyola
- ☐ Altres... quines?

2.2. Volum de captures segons les principals espècies:

	Volum captures	
Espècies	Kg./dia	% del total
Seitó		
Sardina		
Alatxa		
Gamba rosada		
Lluç		
Melva		
Sorells		
Bròtola de fang		
Pop blanc		
Rap		
Tonyina		
Bonítol		
Castanyola		
Emperador		
Sonso		

	Altres:			
--	---------	--	--	--

2.3. Participa en algun pla de cogestió? En quin?

2.4. I si creuen que se n'ha de fer per a d'altres espècies

2.5. Hi ha espècies emergents? Quines?

2.6. Quines característiques té el vostre producte que el diferencia i singularitza?

2.7. Tendència de l'activitat extractiva en els darrers 3 anys

☐ Augment del nombre de captures en els darrers 3 anys

☐ Disminució del nombre de captures en els darrers 3 anys

☐ S'ha mantingut

2.8. Teniu intenció d'incrementar el volum d'extracció a curt termini?

☐ Sí. Per què?

☐ No. Per què?

2.9. Si teniu intenció d'incrementar el volum d'extracció, compteu amb els recursos humans, tècnics i econòmics necessaris per a poder-ho fer?

☐ Sí

☐ No. Què us manca?

2.10. Té dificultats a l'hora d'aconseguir personal (si és el patró de l'embarcació)?

☐ Sí. Per què? _____

☐ No

Possibles solucions?

2.11. Quines mesures aplicaria per fer més sostenible la pesca?

2.12. Quines mesures aplicaria per augmentar el rendiment de les captures?

Per quines espècies?

2.13. Teniu intenció d'ampliar l'activitat pesquera per mitjà de la transformació de productes derivats del peix?

☐ Sí. Per què?

☐ No. Per què?

Si és que sí, quin tipus de productes transformats teniu previst produir?

2.14. Quins productes transformats derivats del peix considereu que tindrien més sortida al mercat i que

actualment, no s'estan elaborant a la comarca?

Part 3. Dades sobre comercialització i distribució

3.1 Canals de comercialització dels seus productes. Indicar el % que representen cadascun.

- ☐ Llotja, a quina/es va? % que representa de la venda
- ☐ hi ha qui puntualment també té llicència de peixater o distribuïdor

3.2. Ens pot explicar com funciona la llotja? Qui i com pot accedir a la llotja? Qui hi acaba participant? Com es determina el preu del peix?

3.3. Ens pot explicar el preu que rep com a pescador per les seves captures? I com es determina?

3.4. Preu. Considera just el preu que rep per les seves captures pesqueres?

Sí. Per què?

No. Per què?

3.5. Possibles solucions per incrementar els preus justos que rebin els pescadors?

3.6. Té coneixements del perfil de clients que acaben comprant el seu peix?

☐ Sí. Per què?

☐ No. Per què?

	Local (municipi)	... %
	De la comarca	%
	De la província	%
	De Barcelona i àrea metropolitana	... %
	De la resta de Catalunya	%
	De la resta de l'Estat espanyol	%
	D'importació	%

Part 4. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.)

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-

☐ -Des de la vessant de la població local

--

4.2.Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-

-Des de la vessant de les peixateries

--

☐ Des de la vessant dels restaurants

--

☐ Des de la vessant de la població local

-

4.3.Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

8.2. Model d'entrevista a confraries de pescadors del Baix Empordà

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



ENTREVISTA A CONFRARIA DE PESCADORS DEL BAIX EMPORDÀ

Part 1. Dades de la confraria

1.2. Dades

- ☐ Nom de la confraria
- ☐ CIF
- ☐ Persona de contacte
- ☐ Municipi
- ☐ Comarca
- ☐ Tel:
- ☐ A/e:

1.3. Organització de la confraria

- ☐ Nombre de pescadors professionals que agrupa.
- ☐ Àmbit territorial de pesca
- ☐ Número de treballadors
- ☐ (i quants d'ells són família)?
- ☐ Gènere (home/dona)
- ☐ Autònoms / assalariats:
- ☐ Temporalitat de l'ocupació (quants ocupats tot l'any/quants temporals)
- ☐ Edats

Part 2. Funcionament de la confraria pel que fa a l'activitat pesquera

2.1. Tipus d'activitat pesquera que realitza:

- ☐ Arrossegament ☐ Arts menors ☐ Encerclament ☐ Palangre de fons ☐ Palangre de superfície
- ☐ Auxiliars

2.2. Tipologia d'espècies pesqueres que captura:

Peix blau:

- ☐ Seitó ☐ Sardina ☐ Sorell ☐ Verat ☐ Tonyina ☐ Bonítol ☐ Emperador ☐ Alatxa ☐ Melva ☐ Sonso

■ Crustacis, mol·luscs i cefalòpodes:

- ☐ Gamba vermella ☐ Gamba blanca ☐ Escamarlà ☐ Llagosta ☐ Pop blanc ☐ Pop roquer
☐ Calamar
☐ Cranc blau ☐ Eriçons

■ **Peix blanc:**

- ☐ Lluç ☐ Besuc ☐ Congre ☐ Gall ☐ Llobarro ☐ Llenguado ☐ Maire ☐ Mero ☐ Mòllera ☐ Orada
☐ Pagell ☐ Rap ☐ Roger ☐ Bròtola de fang ☐ Castanyola
☐ Altres... quines?

2.3. Volum de captures segons les principals espècies:

Espècies	Volum captures	
	Kg./dia	% del total
Seitó		
Sardina		
Alatxa		
Gamba rosada		
Lluç		
Llenguado		
Melva		
Sorells		
Bròtola de fang		
Pop blanc		
Rap		
Tonyina		
Bonítol		
Castanyola		
Emperador		
Sonso		
Cranc blau		
Eriçons		
Altres:		

2.4. Participa en algun pla de cogestió? En quin?

I si creuen que se n'ha de fer per a d'altres espècies
Hi ha espècies emergents? Quines?
2.5. Quines característiques té el vostre producte que el diferencia i singularitza?
2.6. Tendència de l'activitat extractiva en els darrers 3 anys ☐ Augment del nombre de captures en els darrers 3 anys ☐ Disminució del nombre de captures en els darrers 3 anys ☐ S'ha mantingut
2.7. Teniu intenció d'incrementar el volum d'extracció a curt termini? ☐ Sí. Per què? ☐ No. Per què?
2.8. Si teniu intenció d'incrementar el volum d'extracció, compteu amb els recursos humans, tècnics i econòmics necessaris per a poder-ho fer? ☐ Sí ☐ No. Què us manca?
2.9. Volum de facturació anual i d'ingressos (descomptades les despeses, quant li queda?) Els pescadors quant paguen per estar a la confraria?
2.10. Viabilitat de l'activitat en 5-10-15 anys (segons edat titular). ○ Si la resposta és negativa, motius: ☐ Sí. Quina? _____ ☐ No
2.11. Quines mesures aplicaria per fer més sostenible la pesca?
2.12. Quines mesures aplicaria per augmentar el rendiment de les captures? Per quines espècies?
2.13. Teniu intenció d'ampliar l'activitat pesquera per mitjà de la transformació de productes derivats del peix? ☐ Sí. Per què? ☐ No. Per què? Si és que sí, quin tipus de productes transformats teniu previst produir?

2.14. Quins productes transformats derivats del peix considereu que tindrien més sortida al mercat i que actualment, no s'estan elaborant a la comarca?

Part 3. Dades sobre comercialització i distribució

3.1 Canals de comercialització dels seus productes. Indicar el % que representen cadascun.

- ☐ Llotja, a quina/es va? % que representa de la venda
- ☐ hi ha qui puntualment també té llicència de peixater o distribuïdor

3.2. Ens pot explicar com funciona la llotja? Qui i com pot accedir a la llotja? Qui hi acaba participant? Com es determina el preu del peix?

3.3. Hi ha algun document que registri el peix que cada pescador ha portat a la llotja?

3.4. Ens pot explicar el preu que rep com a pescador per les seves captures? I com es determina?

- Quin marge va cap a la confraria i quin marge cap al pescador?
- Hi ha uns % establerts d'alguna manera?
- Cada quan es fan els pagaments als pescadors?

3.5. Tenen llotja de venda virtual?

3.6. Preu. Considera just el preu que rep per les seves captures pesqueres?

Sí. Per què?

No. Per què?

3.7. Possibles solucions per incrementar els preus justos que rebin els pescadors?

3.8. Té coneixements del perfil de clients que acaben comprant el seu peix?

- ☐ Sí. Per què?
- ☐ No. Per què?

	Local (municipi)	... %
	De la comarca	%
	De la província	%
	De Barcelona i àrea metropolitana	... %
	De la resta de Catalunya	%

	De la resta de l'Estat espanyol	%	
	D'importació	%	

Etiquetatge. Com ho fan?

Quina informació hi posa?

Iniciatives d'etiquetatge 'Peix de llotja', altres... Funcionament? Opinió? Ho estan fent?

Peix de pobre. Es valora a la llotja? Com es podria valoritzar? Coneix d'iniciatives?

Part 4. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.)

☐ Des de la vessant dels pescadors:

--

☐ Des de la vessant de les confraries:

--

☐ Des de la vessant de les peixateries

--

☐ Des de la vessant dels restaurants

☐ Des de la vessant de la població local

-

4.2. Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-

-

☐ Des de la vessant de les confraries:

-

-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-

-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-

-

☐ Des de la vessant de la població local

-

4.3. Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

4.4. Coneix els opp (organització de productors pesquers)? Hi té interès? Coneix d'alguna iniciativa?

8.3. Model d'entrevista a peixateries del Baix Empordà

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



ENTREVISTA A PEIXATERIES DEL BAIX EMPORDÀ

Part 1. Dades de la peixateria

1.3. Dades

- Nom de la peixateria
- CIF
- Persona de contacte
- Municipi
- Comarca
- Tel:
- A/e:

1.4. Perfil de l'empresa

- Figura jurídica:
- Titular de l'empresa:
- Edat
- Número de treballadors
- (i quants d'ells són família)?
- Gènere (home/dona)
- Autònoms / assalariats:
- Temporalitat de l'ocupació (quants ocupats tot l'any/quants temporals)
- Edats
- Volum de facturació anual i volum d'ingressos (descomptades les despeses, quant li queda?)
- Tendència de l'activitat econòmica de la vostra peixateria en els darrers 3 anys
 - ☐ Augment de l'activitat (facturació, clientela, etc.) en els darrers 3 anys
 - ☐ Disminució de l'activitat en els darrers 3 anys
 - ☐ S'ha mantingut
- Viabilitat de l'activitat en 5-10-15 anys (segons edat titular).
 - Si la resposta és negativa, motius:

- Està associat a algun gremi de peixaters?
☐ Sí. Quina? _____
☐ No
- Està associat a alguna associació de comerciants?
☐ Sí. Quina? _____
☐ No
- Compta amb algun distintiu de qualitat?
☐ Sí. Quin? _____
☐ No
- Disposeu de botiga on-line?
☐ Sí. Com li funciona? _____
☐ No

Part 2. Dades sobre l'activitat de la peixateria

2.15. Tipologia d'espècies de peix locals que comercialitza a la seva peixateria:

Peix blau:

- ☐ Seitó ☐ Sardina ☐ Sorell ☐ Verat ☐ Tonyina ☐ Bonítol ☐ Emperador ☐ Alatxa ☐ Melva ☐ Sonso

Crustacis, mol·luscs i cefalòpodes:

- ☐ Gamba vermella ☐ Gamba blanca ☐ Escamarlà ☐ Llagosta ☐ Pop blanc ☐ Pop roquer
☐ Calamar

Peix blanc:

- ☐ Lluç ☐ Besuc ☐ Congre ☐ Gall ☐ Llobarro ☐ Llenguado ☐ Maire ☐ Mero ☐ Mòllera
☐ Orada
- ☐ Pagell ☐ Rap ☐ Roger ☐ Bròtola de fang ☐ Castanyola
- ☐ Altres... quines?

2.16. Volum de vendes segons les principals espècies locals que són més demandades per la clientela (quines tenen més sortida comercial):

Espècies	Volum de vendes		Perfil clientela que més demanda l'espècie (resposta 2.3)	Origen /procedència / proveïdor
	Kg./dia o mes	% del total		
Seitó				
Sardina				
Alatxa				
Gamba rosada				

Lluç				
Melva				
Sorells				
Bròtola de fang				
Pop blanc				
Rap				
Tonyina				
Bonítol				
Castanyola				
Emperador				
Sonso				
Altres:				

2.17. Quina tipologia de clientela té la seva peixateria?

– Segons perfil del client:

- ☐ Joves menors de 30 anys (.....%)
- ☐ Parelles o singles majors de 30 anys sense fills (.....%)
- ☐ Famílies d'entre 30 i 50 anys amb fills (.....%)
- ☐ Famílies d'entre 50 i 65 anys (.....%)
- ☐ Persones o parelles majors de 65 anys (.....%)

– Segons procedència:

- ☐ Veïns del municipi (.....%)
- ☐ Clients de 2a residència (.....%)
- ☐ Turistes nacionals (.....%)
- ☐ Turistes internacionals (.....%)
- ☐ Altres (.....%)

2.18. Hi ha espècies més demandades en funció del perfil de clientela?

- ☐ Sí. Quines? [Respostes al quadre de la pregunta 2.2](#)
- ☐ No

2.6. Els vostres clients us demanen la procedència del peix fresc?

- ☐ No, no ho demanen
- ☐ Sí, ho demanen. Quin tipus de clients?
 - Veïns del poble de tota la vida
 - Clients de 2a residència

○ Turistes esporàdics. ○ Altres
2.7. Hi ha espècies emergents que podrien tenir més sortida comercial aplicant certes mesures? Quines?
2.8. Quines iniciatives es podrien posar en pràctica per incentivar el consum d'espècies de peix menys conegudes?
2.9. Quines característiques té el vostre producte/peixateria que el diferencia i singularitza? Què allò creieu que fa atractiva la vostra peixateria per a la vostra clientela?
2.10. Quins serveis ofereix actualment des de la vostra peixateria? ☐ Neteja i filetejat del peix ☐ Plats elaborats / transformats amb peix . Quins? ☐ Distribució i venda a restaurants. Quins? Com ho feu (comandes, repartiment, etc.)? ☐ Etiquetatge / identificació de la procedència del peix de llotja ☐ Assessorament / consells / informació sobre les diferents espècies i el seu ús/consum a la cuina. ☐ Venda on-line i repartiment a domicili. Com? ☐ Altres
2.11. Teniu intenció d'introduir canvis en el vostre negoci? ☐ Sí. Per què? ☐ Ampliar el local ☐ Ampliar la plantilla ☐ Ampliar el perfil de venda d'espècies de peix ☐ Ampliar l'oferta de venda productes derivats del peix ☐ Oferir una línia de producte propi transformat derivat del peix (plats semipreparats, etc.) ☐ Altres serveis vinculats al món del peix:..... ☐ No. Per què?
2.12. Si teniu intenció d'introduir nous canvis al vostre negoci, compteu amb els recursos humans, tècnics i econòmics necessaris per a poder-ho fer? ☐ Sí ☐ No. Què us manca? ☐ Formació ☐ Assessorament tècnic ☐ Recursos humans ☐ Recursos econòmics ☐ Altres:

2.13.Té dificultats a l'hora d'aconseguir personal per treballar a la peixateria? ☐ Sí. Per què? _____ ☐ No Possibles solucions?
2.13.Teniu intenció d'ampliar l'activitat de la peixateria per mitjà de la transformació de productes derivats del peix? ☐ Sí. Per què? ☐ No. Per què? Si és que sí, quin tipus de productes transformats teniu previst produir?
2.15. Quins productes transformats derivats del peix considereu que tindrien més sortida al mercat i que actualment, no s'estan elaborant a la comarca?

Part 3. Dades sobre l'abastiment del peix

3.1. Teniu peix procedent de la comarca del Baix Empordà? ☐ Sí, tot l'any ☐ Segons temporada. Quina i de quins productes? ☐ No, mai
3.2. Si NO en teniu, per què no en teniu? Motius ☐ No m'ho he plantejat mai. Per quin motiu? ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, etc) ☐ Dificultats amb la gestió al comerç ☐ Manca de coneixements sobre el producte (per part del botiguer/a) ☐ Manca de demanda per part dels seus clients ☐ El preu ☐ Altres motius de no plantejar-s'ho. Quins? ☐ Cap motiu en concret ☐ Crec que no aporten cap valor afegit al meu comerç

3.3. Us plantegeu incorporar-los de cara a un futur? ☐ Sí. Quins i per què? ☐ No. Per què?
3.4. Si en teniu, per què teniu peix local pescat al Baix Empordà? ☐ Per la seva qualitat ☐ Per la demanda de la meva clientela ☐ Per donar suport a l'economia local (per principis) ☐ Altres motius:
3.5. Identifiqueu els peixos locals al vostre establiment? ☐ No. No tenim cap element diferenciador. Per què? ☐ Sí, ho identifiquem. Com? I què hi posa? ☐ Secció específica de peix local al mostrador ☐ Etiqueta o cartell ☐ Altre ☐ No ho identifiquem però ho expliquem de paraula a aquells clients que sabem que busquen peix local.
3.6. Quins són els seus principals canals de subministrament que empra a l'hora d'abastir-se d'aquestes espècies? ☐ Llotja de Palamós. Quin % del total del peix representa?..... ☐ Llotja de Sant Feliu de Guíxols. Quin % del total del peix representa?..... ☐ Distribuïdors de la comarca. Quins?..... ☐ Distribuïdors fora de la comarca. Quins?..... ☐ Altres.....
3.7. Quines dificultats o barreres té per incrementar més la compra local de peix que es captura al Baix Empordà? ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, transport, etc.) ☐ Manca de coneixements sobre aquests productes (per part del peixater/a) ☐ Manca de demanda per part dels seus clients ☐ Tipus d'envasat (quantitats, <i>packaging</i>, etc.) ☐ Necessitats específiques del producte (caducitat curta, producte fresc o necessitats de refrigeració, etc.) ☐ El preu ☐ Altres. Quin? ☐ Cap

3.8. Quines solucions o estratègies heu trobat per fer front a aquests problemes o dificultats?

Tipus de dificultat	Solució aplicada per fer front a la dificultat

3.9. Considera que paga un preu just per les espècies locals que compra?

☐ Sí. Per què?

☐ No. Per què?

3.10. Quin marge comercial apliqueu al preu del peix fresc? És igual que la resta? Més gran o més petit?

3.11. Possibles solucions per incrementar els preus justos que rebin els pescadors?

Part 4. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

4.1. Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.)

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-
-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-
-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-
-

☐ Des de la vessant de la població local

-
-

4.2. Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-
-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-
-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-
-

☐ Des de la vessant de la població local

4.3. Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

8.4. Model d'entrevista a empreses d'indústria transformadora del Baix Empordà

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



ENTREVISTA A EMPRESES D'INDÚSTRIA TRANSFORMADORA DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Part 1. Dades de l'empresa pesquera

1.4. Dades

- ☐ Nom de l'empresa Depurabrava
- ☐ CIF
- ☐ Persona de contacte
- ☐ Municipi
- ☐ Comarca
- ☐ Tel:
- ☐ A/e:

1.5. Perfil de l'empresa elaboradora

- ☐ Titular
- ☐ Edat
- ☐ Número de treballadors
- ☐ (i quants d'ells són família)?
- ☐ Gènere (home/dona)
- ☐ Autònoms / assalariats:
- ☐ Temporalitat de l'ocupació (quants ocupats tot l'any/quants temporals)
- ☐ Edats
- ☐ Volum de facturació anual i volum d'ingressos (descomptades les despeses, quant li queda?)
- ☐ Tendència de l'activitat econòmica de la vostra peixateria en els darrers 3 anys
 - ☐ Augment de l'activitat (facturació, clientela, etc.) en els darrers 3 anys
 - ☐ Disminució de l'activitat en els darrers 3 anys
 - ☐ S'ha mantingut
- ☐ Viabilitat de l'activitat en 5-10-15 anys (segons edat titular).
 - ☐ Si la resposta és negativa, motius:
- ☐ Està associat a alguna associació de productors o elaboradors?
 - ☐ Sí. Quina? _____
 - ☐ No
- ☐ Està associat a alguna associació d'empresaris?

- ☐ Sí. Quina? _____
☐ No

- Compta amb algun distintiu de qualitat?
☐ Sí. Quina? _____
☐ No

Part 2. Dades sobre l'activitat transformadora i l'abastiment de matèria primera de peix

2.19. Tipus de productes derivats de la transformació del peix que elabora

- ☐ Conserves de productes de la pesca
- ☐ Semiconserves
- ☐ Peix fumat
- ☐ Peix salat
- ☐ Peix dessecat
- ☐ Sopes de peix i brous
- ☐ Plats precuinats de peix i marisc
- ☐ Surimi
- ☐ Altres

2.20. Tipologia d'espècies pesqueres locals de les quals obté la matèria primera per a les seves elaboracions:

Peix blau:

- ☐ Seitó ☐ Sardina ☐ Sorell ☐ Verat ☐ Tonyina ☐ Bonítol ☐ Emperador ☐ Alatxa ☐ Melva ☐ Sonso

Crustacis, mol·luscs i cefalòpodes:

- ☐ Gamba vermella ☐ Gamba blanca ☐ Escamarlà ☐ Llagosta ☐ Pop blanc ☐ Pop roquer
- ☐ Calamar

Peix blanc:

- ☐ Lluç ☐ Besuc ☐ Congre ☐ Gall ☐ Llobarro ☐ Llenguado ☐ Maire ☐ Mero ☐ Mòllera ☐ Orada
- ☐ Pagell ☐ Rap ☐ Roger ☐ Bròtola de fang ☐ Castanyola
- ☐ Altres... quines?

2.21. Volum de peix que compra per a les seves elaboracions segons les principals espècies i procedència

	Volum captures		
Espècies	Kg./dia o mes	% del total	Origen /procedència / proveïdor
Seitó			
Sardina			
Alatxa			
Gamba rosada			
Lluç			
Melva			
Sorells			
Bròtola de fang			
Pop blanc			
Rap			
Tonyina			
Bonítol			
Castanyola			
Emperador			
Sonso			
Altres:			

2.22. Quines dificultats o barreres té per incrementar més la compra local de peix que es captura al Baix Empordà?

- ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, transport, etc.)
- ☐ Manca de coneixements sobre aquests productes (per part del peixater/a)
- ☐ Manca de demanda per part dels seus clients
- ☐ Tipus d'envasat (quantitats, *packaging*, etc.)
- ☐ Necessitats específiques del producte (caducitat curta, producte fresc o necessitats de refrigeració, etc.)
- ☐ El preu
- ☐ Horaris de les llotges
- ☐ Altres. Quin?
- ☐ Cap

2.5. Quines solucions o estratègies heu trobat per fer front a aquests problemes o dificultats?

Tipus de dificultat	Solució aplicada per fer front a la dificultat

2.23.

2.24. Considera que paga un preu just per les espècies locals que compra?

☐ Sí. Per què?

☐ No. Per què?

2.25. . Quin marge comercial apliqueu al preu del peix fresc local? És igual que la resta? Més gran o més petit?

2.8. Possibles solucions per incrementar els preus justos que rebin els pescadors?

2.9. Hi ha espècies emergents? Quines?

2.10. Hi ha espècies emergents que podrien tenir més sortida comercial aplicant certes mesures? Quines?

2.11. Quines iniciatives es podrien posar en pràctica per incentivar el consum d'espècies de peix menys conegudes?

2.12. Quines característiques té el vostre producte elaborat que el diferencia i singularitza?

2.13. Indiqueu la procedència del peix? Com? I quina informació doneu?

☐ Sí. A les etiquetes

☐ Sí, a la web

☐ Sí, els comercials ho expliquen.

☐ Sí. Altres: _____

☐ No. Per què?

2.14.	Què creieu que us aporta el peix fresc local a la vostra empresa de transformació? Perquè el teniu? ☐ Per la seva qualitat ☐ Per la demanda de la meua clientela ☐ Per donar suport a l'economia local (per principis) ☐ Altres motius:
2.15.	Teniu intenció d'incrementar l'activitat de transformació de peix a curt termini? ☐ Sí. Per què? ☐ No. Per què? Si és que sí, quin tipus de productes transformats teniu previst produir?
2.16.	Si teniu intenció d'incrementar l'activitat, compteu amb els recursos humans, tècnics i econòmics necessaris per a poder-ho fer? ☐ Sí ☐ No. Què us manca?
2.17.	Té dificultats a l'hora d'aconseguir personal? ☐ Sí. Per què? _____ ☐ No Possibles solucions?
2.18.	Quins productes transformats derivats del peix considereu que tindrien més sortida al mercat i que actualment no s'estan elaborant a la comarca?

Part 3. Dades sobre comercialització i distribució

3.1	Canals de distribució i comercialització dels seus productes. Indicar el % que representen cadascun. ☐ Restaurants . % sobre la facturació..... i localització ☐ Peixateries% sobre la facturació.....i localització ☐ Botigues d'alimentació de barri % sobre la facturació..... i localització ☐ Supermercats i grans cadenes% sobre la facturació..... i localització ☐ Client particular % sobre la facturació.....i localització ☐ Empreses de distribució/majoristes. % sobre la facturació.....i localització ☐ Altres % sobre la facturació.....
3.2.	Sistema de comandes i de distribució emprat (dia de recepció de comandes, termini de lliurament, etc.)

3.3. Format de presentació del producte elaborat ☐ Producte refrigerat i envasat. ○ Període de consum preferent/caducitat? ○ Tipus d'envàs (PET, altre plàstic, atmosfera protectora, porexpan, envàs biodegradable ○ Quantitat ☐ Producte congelat i envasat. ○ Període de consum preferent/caducitat? ○ Tipus d'envàs (PET, altre plàstic, atmosfera protectora, porexpan, envàs biodegradable ○ Quantitat ☐ Informació a l'etiqueta
3.4. Teniu interès en ampliar la vostra cartera de clients actual mitjançant circuits curts (restaurants, comerços peixateries, de la zona) i arribar a més comerços i restaurants i peixateries de la comarca? ☐ Sí. Per què? ☐ No. Per què?
3.5. Teniu intenció de deixar de treballar amb algun dels establiments de la zona (comerços, restaurants) amb els que ara treballa? ☐ Sí. Per què? I quins? ☐ No. Per què?
3.6. Amb quines dificultats o problemàtiques us trobeu quan voleu introduir els vostres productes als comerços i restaurants i peixateries de la comarca? ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, transport, etc.) ☐ Tipus d'envasat (quantitats, <i>packaging</i> poc atractiu, etc.) ☐ Necessitats específiques del producte (caducitat curta, producte fresc o necessitats de refrigeració, etc.) ☐ El preu ☐ Manca de temps per buscar comerços i restaurants interessats. ☐ Altres. Quin? ☐ Cap

Part 4. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

4.1. Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.) ☐ Des de la vessant dels pescadors: ☐ -Des de la vessant de les peixateries ☐ Des de la vessant dels restaurants
--

-

☐ Des de la vessant de la població local

-

4.2.Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-

-

☐ Des de la vessant de la població local

--

4.3.Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

8.5. Model d'entrevista a restaurants del Baix Empordà

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



ENTREVISTA A RESTAURANTS DEL BAIX EMPORDÀ

Part 1. Dades del restaurant

1.1. Dades

- ☐ Nom del restaurant
- ☐ CIF
- ☐ Persona de contacte
- ☐ Municipi
- ☐ Comarca
- ☐ Tel:
- ☐ A/e:

1.2. Perfil de l'empresa

- 1.2.1. Figura jurídica:
- 1.2.2. Titular de l'empresa:
- 1.2.3. Edat
- 1.2.4. Número de treballadors
- 1.2.5. (i quants d'ells són família)?
- 1.2.6. Gènere (home/dona)
- 1.2.7. Autònoms / assalariats:
- 1.2.8. Temporalitat de l'ocupació (quants ocupats tot l'any/quants temporals)
- 1.2.9. Edats
- 1.2.10. Volum de facturació anual i volum d'ingressos (descomptades les despeses, quant li queda?)
- 1.2.11. Tendència de l'activitat econòmica de la vostra peixateria en els darrers 3 anys
 - ☐ Augment de l'activitat (facturació, clientela, etc.) en els darrers 3 anys
 - ☐ Disminució de l'activitat en els darrers 3 anys
 - ☐ S'ha mantingut
- 1.2.12. Viabilitat de l'activitat en 5-10-15 anys (segons edat titular).
 - ☐ Si la resposta és negativa, motius:
- 1.2.13. Està associat a algun gremi d'hostaleria?
 - ☐ Sí. Quina? _____
 - ☐ No
- 1.2.14. Està associat a algun col·lectiu de restauració?
 - ☐ Sí. Quina? _____

☐ No

1.2.15. Compta amb algun distintiu de qualitat?

☐ Sí. Quin? _____

☐ No

Part 2. Situació actual del peix fresc al seu establiment

2.1. Teniu peix fresc procedent de la comarca del Baix Empordà?

☐ Sí, tot l'any

☐ Segons temporada. Quina i de quins productes?

☐ No, mai

2.2. Si oferiu peix fresc al vostre establiment, quina tipologia d'espècies de peix locals teniu habitualment?

Peix blau:

☐ Seitó ☐ Sardina ☐ Sorell ☐ Verat ☐ Tonyina ☐ Bonítol ☐ Emperador ☐ Alatxa ☐ Melva ☐ Sonso

Crustacis, mol·luscs i cefalòpodes:

☐ Gamba vermella ☐ Gamba blanca ☐ Escamarlà ☐ Llagosta ☐ Pop blanc ☐ Pop roquer ☐ Calamar

Peix blanc:

☐ Lluç ☐ Besuc ☐ Congre ☐ Gall ☐ Llobarro ☐ Llenguado ☐ Maire ☐ Mero ☐ Mòllera ☐ Orada

☐ Pagell ☐ Rap ☐ Roger ☐ Bròtola de fang ☐ Castanyola

☐ Altres... quines?

2.3. Volum de vendes segons les principals espècies locals que són més demandades per la clientela (quines tenen més sortida comercial):

	Volum de vendes			
Espècies	Kg./dia	% del total	Perfil clientela que més demanda l'espècie (resposta 2.5)	Origen /procedència / proveïdor
Seitó				
Sardina				
Alatxa				
Gamba rosada				
Lluç				

Melva				
Sorells				
Bròtola de fang				
Pop blanc				
Rap				
Tonyina				
Bonítol				
Castanyola				
Emperador				
Sonso				
Altres:				

2.4. Quina tipologia de clientela té el seu restaurant?

Segons perfil del client:

- ☐ Joves menors de 30 anys (.....%)
- ☐ Parelles o singles majors de 30 anys sense fills (.....%)
- ☐ Famílies d'entre 30 i 50 anys amb fills (.....%)
- ☐ Famílies d'entre 50 i 65 anys (.....%)
- ☐ Persones o parelles majors de 65 anys (.....%)

Segons procedència:

- ☐ Veïns del municipi (.....%)
- ☐ Clients de 2a residència (.....%)
- ☐ Turistes nacionals (.....%)
- ☐ Turistes internacionals (.....%)
- ☐ Altres (.....%)

2.5. Hi ha espècies més demandades en funció del perfil de clientela?

- ☐ Sí. Quines? [Respostes al quadre de la pregunta 2.3](#)
- ☐ No

2.6. Els vostres clients us demanen la procedència del peix fresc?

- ☐ No, no ho demanen
- ☐ Sí, ho demanen. Quin tipus de clients?
- ☐ Veïns del poble de tota la vida
- ☐ Clients de 2a residència
- ☐ Turistes esporàdics.
- ☐ Altres

2.7. Hi ha espècies emergents que podrien tenir més sortida comercial aplicant certes mesures? Quines?

2.8. Quines iniciatives es podrien posar en pràctica per incentivar el consum d'espècies de peix menys conegudes?

2.9. Quins productes transformats derivats del peix considereu que tindrien més sortida al mercat i que actualment, no s'estan elaborant a la comarca?

O bé, si hi hagués algun producte elaborat o transformat de peix local, el compraríeu? Quin?

2.10. Què creieu que us aporta el peix fresc al vostre establiment? Perquè el teniu?

- ☐ Per la seva qualitat
- ☐ Per la demanda de la meua clientela
- ☐ Per donar suport a l'economia local (per principis)
- ☐ Altres motius:

2.11. Identifiqueu el peix fresc al vostre establiment?

- ☐ No. No tenim cap element diferenciador. Per què?
- ☐ Sí, ho identifiquem. Com? I què hi posa?
- ☐ Ho posem a la carta/menú
- ☐ Ho explica el servei de sala
- ☐ Altres
- ☐ No ho identifiquem, però ho expliquem de paraula a aquells clients que sabem que busquen peix fresc

2.12. Hi ha la gamba de Palamós certificada com a Marca de Garantia. Formeu part de la Marca de Garantia?

Sí, en formo part. Any?

- ☐ Ho conec, però no en formo part. Per què?

- ☐ No ho conec
- ☐ Altres

2.13. Si és que en forma part, PER QUÈ EN FORMEU PART? QUINS BENEFICIS US APORTA?

- ☐ Promoció al restaurant
- ☐ Formar part i col·laborar d'una iniciativa de promoció del territori i posada en valor de la gamba
- ☐ Altres

Part 3. Dades sobre l'abastiment del peix

3.1. Quins són els seus principals canals de subministrament que empra a l'hora d'abastir-se de peix fresc de la comarca? Com ho fa per abastir-se de peix local?

- ☐ Llotja de Palamós. Quin % del total del peix representa?.....
- ☐ Llotja de Sant Feliu de Guíxols
- ☐ Distribuïdors de la comarca. Quins?.....
- ☐ Distribuïdors fora de la comarca. Quins?.....
- ☐ Peixateries de la comarca. Quines?.....
- ☐ Altres.....

3.2. Quines dificultats o barreres té per incrementar més la compra local de peix que es captura al Baix Empordà?

- ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, transport, etc.)
- ☐ Manca de coneixements sobre aquests productes (per part del peixater/a)
- ☐ Manca de demanda per part dels seus clients
- ☐ Tipus d'envasat (quantitats, *packaging*, etc.)
- ☐ Necessitats específiques del producte (caducitat curta, producte fresc o necessitats de refrigeració, etc.)
- ☐ El preu
- ☐ Horaris de les llotges
- ☐ Altres. Quin?
- ☐ Cap

3.3. Quines solucions o estratègies heu trobat per fer front a aquests problemes o dificultats?

Tipus de dificultat	Solució aplicada per fer front a la dificultat
---------------------	--

3.4. Considera que paga un preu just per les espècies locals que compra?

- ☐ Sí. Per què?
- ☐ No. Per què?

3.5. Quin marge comercial apliqueu al preu del peix fresc local? És igual que la resta? Més gran o més petit?

3.6. Possibles solucions per incrementar els preus justos que rebin els pescadors?

3.7. Si NO en teniu, per què no en teniu? Motius

- ☐ No m'ho he plantejat mai. Per quin motiu?
- ☐ Problemes amb els proveïments (escassetat de producte, estacionalitat, etc)
 - ☐ Dificultats amb la gestió al comerç
 - ☐ Manca de coneixements sobre el producte (per part del botiguer/a)
 - ☐ Manca de demanda per part dels seus clients
 - ☐ El preu
 - ☐ Altres motius de no plantejar-s'ho. Quins?
- ☐ Cap motiu en concret
- ☐ Crec que no aporten cap valor afegit al meu comerç

3.8. Us plantegeu incorporar-los de cara a un futur?

- ☐ Sí. Quins i per què?
- ☐ No. Per què?

Part 4. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

4.1. Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.)

☐ Des de la vessant dels pescadors:

--

☐ Des de la vessant de les peixateries

--

☐ Des de la vessant dels restaurants

--

☐ Des de la vessant de la població local

--

4.2. Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

--

☐ Des de la vessant de les peixateries

-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-

☐ Des de la vessant de la població local

-

4.3.. Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

8.6. Model d'entrevista per agents locals vinculats al sector pesquer

DIAGNOSI DE LA CADENA DE VALOR DEL PEIX DEL BAIX EMPORDÀ

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



ENTREVISTA A AGENTS LOCALS VINCULATS AL SECTOR PESQUER

Guió de preguntes específiques. Context general del sector.

- Tipus de polítiques públiques que s'hagin implantat recentment a la costa del Baix Empordà o zones properes.
- Resultats de les actuacions que s'hagin realitzat recentment.
- Valoració general de la situació actual del sector pesquer català i si tenen coneixement, de la comarca del Baix Empordà.
- Què són i quin paper poden jugar les Organitzacions de Productors pesquers (OPP)?
- Valoració general de la situació actual de les principals empreses que formen part de la cadena de valor del peix català i si tenen coneixement, de la comarca del Baix Empordà.
- Hi ha normatives que limiten o afavoreixen la diversificació de la cadena de valor del peix? Generar activitat econòmica i més valor afegit a partir del peix com a producte primari.
- Quins distintius poden contribuir a visibilitzar millor la traçabilitat del peix fresc? (Venda de Proximitat, Peix de Llotja i Peix de Cogestió).. altres denominacions com “Peix de temporada”, “peix pobre”
- Té coneixement d'actuacions per afavorir el consum local de peix que siguin innovadores? D'àmbit català, espanyol, europeu o internacional (per exemple, “Slow fisch” a Itàlia)

Valoració. Anàlisi de reptes i oportunitats per incrementar el consum local de peix del Baix Empordà

Quines barreres condicionen l'increment del consum local de peix a la comarca? (desconeixement espècies, pèrdua de traçabilitat, etiquetatge, manca d'informació, manca de transformació i/o envasat, etc.)

Des de la vessant dels pescadors

Des de la vessant de les peixateries

-

Des de la vessant dels restaurants

-

Des de la vessant de la població local

-

1.2.Quines solucions proposaria per fer front a aquestes barreres a l'hora d'incrementar el consum local de peix a la comarca?

☐ Des de la vessant dels pescadors:

-

☐ Des de la vessant de les peixateries

-

☐ Des de la vessant dels restaurants

-

☐ Des de la vessant de la població local

-

-

1.3.Quines oportunitats de negoci creu que existeixen entorn de la cadena de valor del peix al Baix Empordà que no estan essent aprofitades?

8.7. Informe d'aportacions de la reunió amb la Comissió de Seguiment del projecte



1a reunió Comissió de Seguiment · Informe d'aportacions

Torroella de Montgrí, 20 de setembre de 2019

Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà

Impulsat per :



Realitzat per:



Amb el suport de:



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



1. Objectius:

Els objectius de la reunió de la Comissió de Seguiment del projecte *Diagnosi de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà* són els següents:

- Presentar els objectius, el pla de treball i la metodologia que es seguirà per elaborar la **Diagnosi cadena de valor del sector pesquer al Baix Empordà**.
- Constituir la **Comissió de Seguiment** del projecte amb membres de la Taula de Territori Pesquer del Baix Empordà.
- Realitzar una dinàmica de treball grupal de diagnosi **per analitzar les barreres i limitacions, així com oportunitats existents entorn de la cadena de valor del sector pesquer del Baix Empordà**.

2. Dinàmica:

La dinàmica que s'ha seguit és la següent:

9:30h	Recepció dels assistents i benvinguda. Explicació de l'ordre de la sessió
9:45h	Exposició del projecte als membres de la Comissió de Seguiment
10:05h	Diagnosi grupal en petits grups heterogenis i debat obert amb els membres de la taula Baix Empordà Territori Pesquer - Quines barreres o limitacions existeixen actualment que no afavoreixen el consum de peix fresc local des de diferents vessants de la cadena de valor del peix? (Des de la vessant dels pescadors/confraries ; Des de la vessant de les peixateries ; Des de la vessant de la restauració ; Des de la vessant de la població local) - Exposició dels petits grups i debat - Quines propostes de millora proposaria per fer front a aquestes barreres? - Exposició dels petits grups i debat
12:00h	Fi de la sessió i propers passos

3. Aportacions³:

➔ **BARRERES** o limitacions que no afavoreixen el consum de peix fresc local des de diferents vessants de la cadena de valor del peix

✧ *Per part dels pescadors i confraries*

- Es genera desconfiança amb el concepte de peix fresc. **Caldria definir millor el concepte de “peix fresc”**. A tall d'exemple, el pescador quan va a un restaurant no demana peix perquè no l'enganyin.
- Manca d'informació de l'origen del peix que també genera desconfiança.
- Els pescadors estan obligats a passar per la subhasta de la llotja o sinó que el peix vagi a farina, a donació o llençar; no són amos del seu producte.

✧ *Per part de les peixateries*

- **Poca transparència tant amb dir correctament l'origen com la condició de peix fresc, genera desconfiança al consumidor**. El peixater honest considera que el peix fresc té com a màxim un termini de un dia i mig per ser venut, sinó ja no és fresc (aquest peixater si vol mantenir aquest nivell de qualitat ha de llençar molt de peix que no ven en aquest període tan curt). **Caldria definir millor el concepte de “peix fresc”**.
- **L'existència de venda ambulant de peix també es veu com una barrera**. Especialment, es creu que no hauria de coexistir en municipis amb peixateria.
- **L'existència de venda directa de peix fora de subhasta**, que no segueix la cadena, però que a la realitat es dona i entra en competència amb el negoci de les peixateries.
- **Competència deslleial entre peixateries que no identifiquen la procedència del peix**. Falta poder conèixer la traçabilitat del peix a les peixateries.
- **El preu del peix a les peixateries és elevat i frena a alguns perfils de consumidors**. El peix dona la sensació de que és car i per tant cal orientar el consumidor a l'hora de comprar i cuinar el peix per donar-li opcions ja que hi ha peix fresc de preus molt diferents, no tot de preu elevat.
- **Falla la logística de la distribució**. Falten acords entre el sector del peix per anar unit
- **Existència de monopolis d'alguns majoristes que mercadegen amb les peixateries** (males praxis dels majoristes). Hi ha pràctiques monopolístiques dels majoristes (si compres musclos de Sant Feliu de Guíxols –que no venc jo- t'apujaré el preu del peix...).
- **Una de les barreres per algunes de les peixateries que no tenen peix d'aquí, és el preu**, i també la comoditat de tenir el distribuïdor, hi ha intermediaris que et porten les caixes a l'hora que vols i la quantitat que vols, el mateix valdria per la restauració.

✧ *Per part de la restauració*

- **Poca transparència tant amb dir correctament l'origen com la condició de peix fresc**, genera desconfiança.

³ S'inclouen les notes aportades per Josep M. Dacosta dels Serveis Territorials del DARP

- **Manca de temps i coneixements per part d'alguns cuiners a l'hora de manipular i preparar el peix fresc;** el peixater no sempre neteja i prepara tots els peixos d'acord amb com ho voldria el sector de la restauració.
- **Els majoristes que proveeixen a restaurants no tenen espècies de poc valor** i no netegen tot el peix.
- **La restauració col·lectiva no manipula poc el peix i no treballa amb peix fresc.**
- **El cost de la configuració dels menús escolars per a les empreses de càterings acostuma a fixar-se molt a la baixa** (entre 1,5€-2€) i, per tant, dona poc marge per introduir-hi peix fresc.
- **Falla la logística de la distribució del peix fresc** que arribi a la restauració col·lectiva i a la restauració en general.

✧ *Per part de la població*

- **Desconeixement sobre què és peix fresc i de la qualitat del peix fresc.**
- **Desconeixement sobre com s'ha de netejar el peix.**
- **Desconeixement sobre com cuinar diferents espècies de peix fresc** de forma fàcil i saludable. El peix sembla complicat de cuinar i menjar en una època en què preval la comoditat.
- **Manca de divulgació i d'informació** (campanyes, publicitat, com cuinar, etc.), Falten campanyes, de forta intensitat, per informar de les qualitats del peix fresc de la costa (i informar de la sostenibilitat ecològica i social, aliment saludable, producte de proximitat) i contrarestar les notícies negatives: microplàstics, anisakis, mercuri... seria interessant una campanya a nivell estatal que reforci la comunicació pel que fa al consum de peix i permeti superar les campanyes que desacrediten el consum de peix (per ex, anisakis).
- **Manca de 'patriotisme', de valorar el producte que és d'aquí, en aquest cas, el peix. Falta autoestima pels productes locals** (en canvi altres sectors agroalimentaris han fet molts avenços; ex. vi de l'Empordà).
- **Falta de traçabilitat correcta, d'etiquetatge adequat i de diferenciar correctament el peix** (origen, data captura, si és peix descongelat, etc.).
- **Sensació que el peix és un producte car** (desconeixement d'espècies de peix més econòmiques i assequibles que les espècies més cares però més conegudes).
- **Falta de sinceritat per part d'algunes peixateries i/o restaurants que genera desconfiança** i no afavoreix el consum de peix fresc.
- **Es vol comoditat** (el peix s'ha de netejar, o anar a la peixateria a vegades implica fer cua o bé els horaris d'obertura de les peixateries a partir de les 19h no s'ajusten a les necessitats de la població, o bé es busquen coccions ràpides del peix).
- **Les iniciatives de pescaturisme consistents en pujar a la barca no han acabat de funcionar i no s'han estructurat activitats ben trabades amb els diferents agents de la cadena.** Dificultats en realitzar pesca-turisme, una opció és embarcar-se (però no la única) perquè el consumidor conegui l'esforç pesquer (en pesca artesanal, no hi ha lloc a les barques per als pesca-turistes, en altres modalitat, traves legals; a alguns clients se'ls fa llarga una jornada de ròssec i també impossibilitat de vendre peix a la pròpia barca).

➔ **OPORTUNITATS** o propostes de millora que es poden fer a les diferents baules de la cadena per superar les barreres identificades i incentivar el consum de peix a nivell local

✧ *Per part dels pescadors i confraries*

- **És necessari dignificar l'ofici de pescador** perquè el sector tingui continuïtat a mig termini i hi segueixi havent-hi pescadors.
- **Valorar la possibilitat de disposar d'alguns punts de venda directa dels pescadors** (caldrà establir aliances amb les peixateries, per no perjudicar el qui actualment és un dels clients dels pescadors).
- **Millorar la identificació i etiquetatge de les espècies des de les llotges** (però es reconeix la dificultat: tipus d'envasat pot suposar una pèrdua en la qualitat, caldrà buscar un envasat que garantís la màxima conservació de la frescor del peix).
- **Fer participar el sector en activitats que permetin promocionar i donar a conèixer l'ofici** (jornades, xerrades, trobades de debat, fires, participació a escoles, etc.).
- **Fer trobades de pescadors amb peixateries per reforçar sinèrgies i aliances en contextos diferents** (debats, jornades festives, etc.).
- **Convidar les peixateries a pescar per donar a conèixer l'ofici i posar-lo en valor** (es podrien aprofitar els festius locals de cada municipi que les peixateries tenen tancat per anar a la pesca amb els pescadors d'un altre municipi veí).
- **Fer una revisió de la legislació vigent a diferents nivells i buscar el suport de les institucions** (diputació, Generalitat, Estat).
- **Oferir formació per professionalitzar l'ofici** (ja hi ha formació existent, donar-la a conèixer i millorar i especialitzar).
- **Accions per fer atractiu l'ofici per afavorir el relleu generacional.**

■

✧ *Per part de les peixateries*

- **Fer trobades de pescadors amb peixateries per reforçar sinèrgies i aliances en contextos diferents** (debats, jornades festives, etc.).
- **Dinamitzar el Gremi de peixaters de Girona** i aconseguir més afiliats a la comarca del Baix Empordà- ara només en són 2- (actualment està força parat).
- **Millorar la honestat i sinceritat a les peixateries sobre l'origen del peix**, a través de més inspeccions i vigilància a les peixateries.
- **Oferir formació per professionalitzar l'ofici** (ja hi ha formació existent, donar-la a conèixer i millorar i especialitzar).
- **Accions per fer atractiu l'ofici per afavorir el relleu generacional.**

■

✧ *Per part de la restauració*

- **El restaurador ha de ser un ambaixador del peix fresc.** L'ha de defensar i explicar la veritat.
- **Implantar la tapa**, la ració petita de peix que volem promocionar (també els menus degustació).

- **Oferir tallers gratuïts de cuina de peix fresc des dels restaurants** per atraure l'interès de la població en consumir més peix fresc.

✧ *Per part de la població*

- **Generar confiança, donar transparència i donar a conèixer l'ofici** mitjançant més campanyes, jornades gastronòmiques, activitats de pescaturisme (diferents a pujar a pescar a la barca).
- **Associar el concepte de salut amb el consum de peix en totes les accions de comunicació** i en el relat associat al peix per incentivar el consum. Peix fresc com un aliment saludable, de proximitat i sostenible. Des del GALP Costa Brava han encarregat un estudi a l'IRTA per avaluar el contingut d'omega 3 del peix de la Costa Brava per poder disposar d'una etiqueta de producte saludable que el peixater pot oferir al consumidor.
- **Associar la component social al peix capturat a la nostra costa** (darrere la pesca i el peix hi ha unes persones que generen una activitat econòmica i que contribueixen al desenvolupament local).
- **Saber explicar al consumidor que el peix d'aquí té més qualitat per la proximitat**, el peix com més temps passa des del moment de ser capturat més propietats perd. Tenir argumentació per explicar al consumidor les propietats del peix fresc i el que es va perdent cada minut que passa fora del mar abans de ser consumit.
- **Cal ensenyar a la població a menjar el peix**, triar espines, etc. (proposta que es podria implantar a l'Espai del Peix de Palamós, entre d'altres llocs que ja existeixen adreçat a famílies, escolars, públic general).
- **Cal fer marca territorial**. A tall d'exemple, el Consell del Baix Empordà, junt amb el de l'Alt, vol potenciar la marca Empordà.
- **Consumir peix fresc reforça l'economia local**. Transmetre aquest discurs és important, no només la qualitat, sinó també el discurs social, un argument més per conscienciar la població.
- **Organitzar esmorzars saludables basats amb peix fresc a bord d'embarcacions pesqueres** com acció de divulgació i conscienciació cap als consumidors.

4. Recull fotogràfic de la reunió



Benvinguda institucional



Presentació de la proposta metodològica



Dinàmica participativa amb els membres de la Comissió de Seguiment



Dinàmica participativa amb els membres de la Comissió de Seguiment