

INFORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA PER A L'ELABORACIÓ DELS ELEMENTS DE VALORACIÓ DE LA MEMÒRIA TÈCNICA SOBRE PRODECA I ELS PROJECTES BENVINGUTS A PAGÈS (LA FESTA, TOT L'ANY, MERCAT), GASTROTECA I CATALAN FOOD.

1. PRODECA

PRODECA	
Promotora dels Aliments Catalans	
DESCRIPCIÓ	
Descripció	Prodeca és una empresa pública adscrita al Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, de la Generalitat de Catalunya, que té per objecte la promoció dels productes agroalimentaris catalans i el suport a la comercialització i internacionalització de les empreses catalanes del sector. Facilita la participació de les empreses catalanes a les principals fires agroalimentàries internacionals i nacionals, organitza trobades amb compradors i importadors del sector, ofereix programes de suport en comercialització i iniciació a l'exportació, elabora i implementa estratègies de posicionament de producte i de promoció de la marca Catalunya agroalimentària, realitza assessorament en diversificació i consolidació comercial a països tercers, prepara informes de mercats i tendències, disposa d'eines d'autodiagnosi i d'anàlisi d'oportunitats en comercialització i internacionalització per a les empreses del sector, entre d'altres activitats. Prodeca treballa coordinadament amb les associacions professionals, entitats i agents que intervenen en la promoció, comercialització i internacionalització agroalimentària, i participa en iniciatives relacionades amb la gastronomia catalana i la Dieta Mediterrània, com a eines de valorització i millora del posicionament dels nostres productes i empreses, a Catalunya i al món.
Què fem?	Posem en marxa programes per començar a exportar, diversificar els mercats, augmentar les vendes i consolidar la nostra presència a l'exterior. Treballem en la comercialització i millora de la competitivitat dels productes agroalimentaris catalans organitzant programes per a productors i pimes, trobades monogràfiques amb importadors, jornades tècniques i seminaris. Generem plans de posicionament internacional per donar a conèixer la gastronomia sota la marca Catalunya, amb l'objectiu de promoure els productes alimentaris catalans. Oferim serveis a mida per a l'expansió internacional a empreses i entitats que tenen necessitats específiques. Ajudem a detectar oportunitats exportadores i a fer una

	caracterització dels mercats mundials potencials mitjançant l'Eina de Valorització Agroalimentària (EVA), un cercador en línia gratuït desenvolupat per Prodeca. L'equip de Prodeca està qualificat i té experiència en la promoció comercial del sector agroalimentari, amb professionals experts en cadascun dels subsectors agroalimentaris.
--	---

TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Empreses catalanes agroalimentàries, associacions sectorials
Públic objectiu 2	Compradors internacionals
Públic objectiu 3	Públic internacional
Públic objectiu 4	Públic local

2. BENVINGUTS A PAGÈS

2.1 BENVINGUTS A PAGÈS, CAP DE SETMANA DE VISITES, LA FESTA

BENVINGUTS A PAGÈS, CAP DE SETMANA DE VISITES, LA FESTA	
Nom del projecte actual	BaP cap de setmana de visites presencials a territori
DATA 10a edició: 4 i 5 d'octubre de 2025	
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Divulgar l'origen del què mengem per posar en valor la feina de la nostra pagesia i connectar els entorns rural i urbà, emplaçant al públic a visitar les explotacions i establiments turístics.
Visió	Ser una veu de referència del sector primari per donar visibilitat al conjunt del sector i incentivar la comercialització dels productes i serveis oferts pels nostres pagesos de proximitat.
Conceptes	Local, autèntic, accessible, divulgatiu, proper, entranyable, productors, restaurants, allotjaments, oci, proximitat, qualitat, festa, cap de setmana, experiència.
Descripció	Jornada de visites amb reserva prèvia a les explotacions d'arreu de Catalunya. Els agricultors, ramaders i pescadors mostren als visitants la seva activitat i molts d'aquests ofereixen degustacions gratuïtes i venda dels seus productes. L'oferta es completa amb restaurants de proximitat i preus especials als allotjaments rurals, a més d'una programació d'activitats de lleure a tot Catalunya.
OBJECTIUS	
Objectius	• Incentivar la venda-compra d'aliments de proximitat, apropant productors i els consumidors i posant en valor els atributs diferencials del conjunt d'explotacions participants. • Crear una experiència turística al voltant de les visites a les explotacions. • Generar complicitats i reforçar el vincle entre els productors, restauradors i consumidors. • Posar en valor la tasca del sector primari. • Apropar món urbà i pagesia.
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 25 i 75 anys interessats en conèixer directament als

	productors d'aliments de proximitat i fidelitzar la relació consumidor-productor
Públic objectiu 2	Joves <i>millennials</i> entre 19 i 29 anys interessats en el consum responsable, la sostenibilitat i l'alimentació de qualitat
Públic objectiu 3	Nens – famílies que tenen l'oportunitat de descobrir el sector agroalimentari de proximitat
Públic objectiu 4	Productors, elaboradors, restauradors, propietaris d'allotjaments rurals i entitats i persones que treballen al sector.
MISSATGES	
Missatge principal	Durant un cap de setmana la pagesia catalana obre les portes de les explotacions per oferir experiències gratuïtes per als menors de 16 anys i de pagament per als majors
Missatges secundaris	• Els visitants podran veure com els pagesos produeixen els aliments de proximitat i comprar directament aquests productes. • Els visitants podran tastar els productes als diferents restaurants de proximitat. • Allotjaments d'arreu del territori presenten ofertes especials per a tot el cap de setmana. • Durant el cap de setmana s'organitzen activitats de lleure a tot Catalunya.
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar
Participants	A aquesta edició del projecte s'hi solen inscriure cada any uns 800 agents en total, que representen la totalitat de les 43 comarques catalanes (200 explotacions, 200 restaurants, 200 allotjaments i 200 activitats complementàries).

2.2 BENVINGUTS A PAGÈS, TOT L'ANY

BENVINGUTS A PAGÈS, TOT L'ANY	
Nom del projecte	<i>Benvinguts a Pagès, tot l'any</i>
DATA:	2025 (tot l'any)
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Promoure empreses del sector primari i la seva connexió amb el món urbà a través d'una oferta ben estructurada de visites a productors agroalimentaris que disposen del segell de venda de proximitat de Catalunya.
Visió	Ser el promotor de les experiències agroturístiques ofertes per pagesos amb segell de proximitat de Catalunya durant tot l'any per conèixer l'origen dels aliments.
Conceptes	Autenticitat, proximitat, accessibilitat, local, experiència, diversificació, producte turístic
Descripció	Plataforma que recull l'oferta turística dels productors agroalimentaris amb segell de venda de proximitat durant tot l'any.
OBJECTIUS	

Objectius generals	• Promoure l'experiència de visitar l'entorn rural i conèixer els productors i elaboradors dels nostres aliments. • Visibilitzar i geolocalitzar els productors/elaboradors sobre el mapa. • Incentivar la compra directa dels aliments. • Fidelitzar la relació entre el productor i el consumidor sense intermediaris • Posar en valor els altres agents de la cadena que aposten pel consum d'aliments locals i que treballen per mantenir la sostenibilitat i assegurar el relleu generacional del sector primari. • Desestacionalitzar el turisme de proximitat. • Reforçar els vincles amb altres entitats i agents amb els mateixos objectius que Prodeca/BaP.
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 30 i 49 anys interessats en el món rural i els aliments de proximitat
Públic objectiu 2	Joves <i>millennials</i> entre 19 i 29 anys interessats en el món rural
Públic objectiu 3	Nens
MISSATGES	
Missatge principal	Experiències turístiques diferencials que ofereixen els pagesos durant tot l'any.
Missatges secundaris	• Coneix i tasta els productes de pagès de proximitat. • Consumeix aquest productes durant tot l'any. • Coneix els productes de cada temporada. • Visita els productors locals durant tot l'any. • Descobreix l'origen dels aliments a través d'una experiència.
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar, motivador i divertit
Participants:	A aquesta edició del projecte es preveu que s'hi inscrivin unes 80 explotacions, com a mínim, que representin la majoria de les 42 comarques catalanes.

3. GASTROTECA

GASTROTECA	
Nom del projecte	GASTROTECA
DATA:	2025
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Promoure el producte local de Catalunya donant visibilitat a la seva cadena de valor: qui el produeix, on es pot comprar, on es pot tastar així com, en general, difondre el patrimoni gastronòmic català.
Visió	Ser el directori del producte de proximitat i local de Catalunya de referència perquè aglutina, identifica i incentiva la comercialització de tots els agents que intervenen a la cadena de valor
Conceptes	Autenticitat, gastronomia, proximitat, local, experiència, coneixement, territori, riquesa, aliments.
Descripció	La Gastroteca és el portal de comercialització de referència dels productes agroalimentaris locals de Catalunya. Una eina de suport a les iniciatives comercials encaminades a millorar la competitivitat de les empreses del sector i afavorir el seu accés als mercats, tot interactuant conjuntament amb d'altres iniciatives de l'àmbit gastronòmic i turístic. Un canal interactiu al servei dels consumidors i els professionals del sector (productors, elaboradors, artesans alimentaris, botiguers, distribuïdors, restauradors, cuiners, gastrònoms, promotors del turisme

	gastronòmic...) i les entitats que treballen al voltant dels nostres productes agroalimentaris. La Gastroteca recull tota la informació dels productes catalans, on comprar-los i on tastar-los, a més de receptes i altres continguts d'interès com agenda d'esdeveniments gastronòmics o enllaços d'entitats vinculades al sector. La Generalitat de Catalunya la va crear a finals del 2007, en el marc del Programa de Comercialització Alimentària. Actualment, Prodeca és titular de Gastroteca i va renovar i relançar el portal al 2020 per la qual cosa es va reprendre l'activitat a Facebook i Twitter i es van obrir els canals d'Instagram, Linked-in i YouTube.
OBJECTIUS	
Objectius	• Promoure el consum i el coneixement del producte local destacant a la sostenibilitat, la proximitat i l'estacionalitat • Divulgar el patrimoni gastronòmic català • Visibilitzar els productors i productores i el <i>customer journey</i> del producte: del camp a la taula • Dinamitzar comercialment els agents de la cadena de l'alimentació tant a Catalunya com a l'exterior • Ser una eina de consulta actualitzada i rellevant
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 30 i 65 anys interessats en l'alimentació de proximitat
Públic objectiu 2	Sèniors
Públic objectiu 3	Agents interns
Públic objectiu 4	Agents a l'exterior
MISSATGES	
Missatge principal	El cercador de referència dels aliments catalans
Missatges secundaris	• Coneix i tasta els productes de proximitat i de temporada. • Consumeix aquest productes durant tot l'any. • Descobreix i sigues ambaixador de la riquesa gastronòmica catalana. • Participa de la revalorització de tots els agents que hi intervenen "del camp al plat".
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar, motivador i divulgatiu

4. CATALAN FOOD

GASTROTECA	
Nom del projecte	CATALAN FOOD
DATA:	2023
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Promoure el producte local de Catalunya internacionalment: qui el produeix, on es pot comprar, on es pot tastar així com, en general, difondre els productes alimentaris catalans i la seva gastronomia.
Visió	Ser les xarxes socials de referència per informar-se sobre els productes i la gastronomia catalanes.

Conceptes	Autenticitat, gastronomia, seguretat alimentària.
Descripció	
OBJECTIUS	
Objectius	• Promoure el consum i el coneixement del producte català • Divulgar el patrimoni alimentari i gastronòmic català • Visibilitzar empreses • Dinamitzar comercialment els agents de la cadena de l'alimentació tant a Catalunya com a l'exterior • Ser un altaveu de les activitats de Catalan Food a l'exterior
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Públic interessat en producte gourmet i de qualitat
Públic objectiu 2	Públic internacional interessat en la cuina i els aliments catalans
Públic objectiu 3	Importadors de producte català
Públic objectiu 4	Públic final internacional
MISSATGES	
Missatge principal	Catalunya, país d'excel·lència agroalimentària
Missatges secundaris	<u>Ambaixadors</u> • Catalunya és terra de grans cuiners • Aliments únics al món • Els productes de la nostra terra defineixen el nostre estil de cuina i cultura • La cuina catalana és altament preuada a les llistes de restauració més prestigioses del món <u>Gastronomia</u> • La cuina catalana destaca per la seva trajectòria i projecció internacional • Va des d'allò més tradicional i senzill a les tècniques més sofisticades i innovadores • Catalunya gaudeix d'un ampli ventall de productes que permet una cuina molt diversa • La cuina catalana ha copat en l'última dècada els premis internacionals dels millors restaurants del món <u>Dieta Mediterrània</u> • Àmplia varietat i diversitat de productes, rics en aromes i sabors • Dieta basada en aliments frescos i de temporada • Reconeguda com una de les més saludables per l'OMS i sostenibles per la FAO (2) • Catalunya és l'epicentre i hub de la Dieta Mediterrània (1) • Patrimoni cultural immaterial de la humanitat per la UNESCO <u>Paisatge</u> • Catalunya té el gust dels seus paisatges • "La cuina és el paisatge portat a la cassola" - Josep Pla • Per a un cuiner la terra és la identitat i la cuina és el seu llenguatge • El llegat i les tradicions configuren la cuina del Cellar Can Roca • Tenim la sort de cuinar en aquest territori que té productes extraordinaris • La cuina de Catalunya és un espectacle

	<u>Calendari de temporada</u> • A la primavera apareix la fruita dolça, com les maduixes o les cireres • A l'estiu, la gent s'uneix en els àpats, festes i celebracions arreu del territori i a la vora del mar • A la tardor, les mil cares dels bolets llueixen en restaurants i fires • A l'hivern, les calçotades i xatonades prenen protagonisme <u>DOP / IGP (Segells de qualitat)</u> • Catalunya té un gran potencial de productes que gaudeixen dels distintius europeus DOP-IGP. • La qualitat certificada i la seva traçabilitat és la principal garantia d'autenticitat. • Es tracta d'aliments únics amb essència, origen i tradició. • Són el resultat de l'estreta relació existent entre el producte, l'entorn geogràfic, el saber fer i el talent humà. • Proximitat, caràcter, sabor excepcional, mediterraneïtat i sostenibilitat són els seus valors.
DISSENY	
Estil de campanya	Elegant, sobri, funcional, gourmet.
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, atractiu i divulgatiu