

EL VALOR DE LA PROXIMITAT



Comerç local i productes de prop

La pandèmia ha posat en relleu la necessitat de potenciar els establiments més propers a casa i els productes elaborats pels productors de proximitat

Entrevista Teresa Jordà i Roura

Consellera d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació

«Avancem més que mai cap a la sobirania alimentària»



Entrevista Muntxa Vilalta

Directora general de Comerç

«La pandèmia ha fet que es valori el comerç de proximitat»



L'hora del comerç local, ara més que mai

Creix l'oferta de proximitat als supermercats

SEAT León.

Per 5 € al dia fins a final d'any.
Sense entrada. Primeres 6 quotes de 152,08 €.
Últimes 54 quotes de 277,33 €.
TAE: 12,16 % - Termini total de finançament: 60 mesos.
Amb 5 anys de garantia i manteniment.



Proauto

Girona - Figueres - Olot - Mont-ras - Sant Feliu de Guíxols
www.proauto.seat



Consum mitjà combinat de 4,0 a 4,5 kg / 100 km [GNC] i de 4,6 a 7,9 l / 100 km. Emissions ponderades de CO₂ de 108 a 179 g/km. [Valors WLTP]. Emissions ponderades de CO₂ de 96 a 149 g/km. [Valors NEDC]. El preu recomanat a la Península és de 12.550,50 € per a un SEAT León 1.0 EcoTSI 85 kW (115 cv) 51kWh REFERENCE EDITION IVA, transport, import de matriculació, paquet CONFIANÇA opcional (300 €). [bonificació de Volkswagen Financial Services inclosa], per a clients particulars que financin amb Volkswagen Bank GmbH S.E. Els serveis inclosos al Paquet Confiança són els següents: 5 anys de manteniment SEAT Service a 80.000 km (el que ocani abans) i extensió de garantia durant 3 anys addicionals als 2 anys de garantia del fabricant a 100.000 km (el que ocani abans). Sense entrada, 6 primeres quotes de 152,08 €, últimes 54 quotes de 277,33 €. Comissió d'obertura: 3,00 % (376,52 €). Import per finançar: 12.550,50 €. Preu total a termini i import total degut: 16.264,82 €. TAE: 9,25 %. TAE: 12,16 %. Import mínim per finançar de 9.900 €. Incompatible amb altres ofertes financeres. Oferta vàlida fins al 30/06/2020. PVP recomanat per a la Península per a clients particulars. IVA, transport, import de matriculació i aportacions comercials de marca inclosos en el preu.



Casademont
En casa, Casademont

Ara més
que mai.

No ens conformem amb
ser el sabor de l'any.
Volem ser el sabor de
la teva llar.

A casa, Casademont.



www.casademont.com

SIN
COLORANTES
GLUTEN
SOJA



Bienestar animal
Sostenibilidad
Sabor



Un sector que ajuda a cohesionar el territori i que té un efecte multiplicador de l'economia, el comerç necessita una aposta clara i el suport de l'administració

L'hora del comerç local

E. Garcia
BARCELONA

Al nostre país, la importància de les activitats comercials com a generadores de riquesa juga un paper imprescindible. A Catalunya hi ha més de 101.000 establiments comercials, que creen ocupació per a més de mig milió de persones i generen gairebé el 16% de la riquesa en termes de producte interior brut (PIB). El comerç de proximitat, a més, s'ha revelat decisiu durant el temps que ha durat el confinament obligat per la pandèmia de la Covid-19, contribuint a la cohesió del territori, a la col·laboració social i l'assistència als col·lectius més desfavorits, com ara la gent gran.

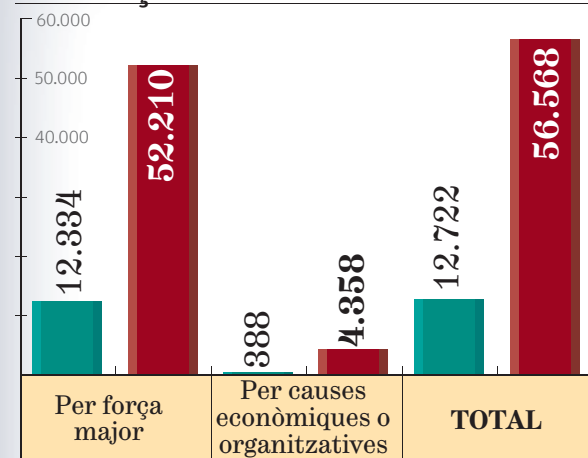
Però la crisi de la Covid-19 s'ha notat amb força també en el comerç. Segons un estudi de la direcció general de Comerç de la Generalitat, els comerços catalans han perdut 4.575 milions d'euros en ingressos durant l'estat d'alarma, amb càlculs fets fins al diumenge 17 de maig. De fet, d'aquesta quantitat, 3.675 milions de pèrdues d'ingressos corresponen només a les pèrdues acumulades en el confinament, és a dir, del 16 de març a l'1 de maig. La Generalitat estimava llavors que "un 30%" dels comerços catalans "poden tenir moltes dificultats per sobreviure" a causa de la crisi provocada pel coronavirus.

Segons dades de la Generalitat, Catalunya té un total de 101.276 establiments comercials, 32.000 dels quals del sector alimentari, que en ser un servei essencial sí que van poder obrir, i com a conseqüència d'aquesta crisi "unes 210.000 persones" ocupades en el sector s'han vist afectades per un expedient de regulació de treball temporal (ERTO) durant el confinament total. El 25% del total d'afectats per un ERTO a Catalunya durant el confinament estan empleats en el sector comerç i el tancament va afectar un 60% del total d'establiments, segons el govern.

Segons la patronal de les empreses catalanes de venda al detall, Comertia, l'obertura escalonada del comerç i la restauració, i amb horaris desiguals, està causant, també ara, menys aflluència de gent a les botigues. Ara bé, segons el 56% dels empresaris consultats per la patro-

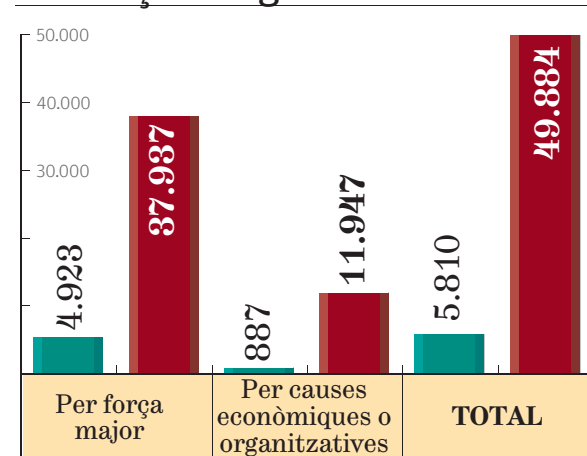
Expedients de regulació d'ocupació (ERTO) a Catalunya (8 de juny)

Comerç al detall*



*Excepte vehicles de motor

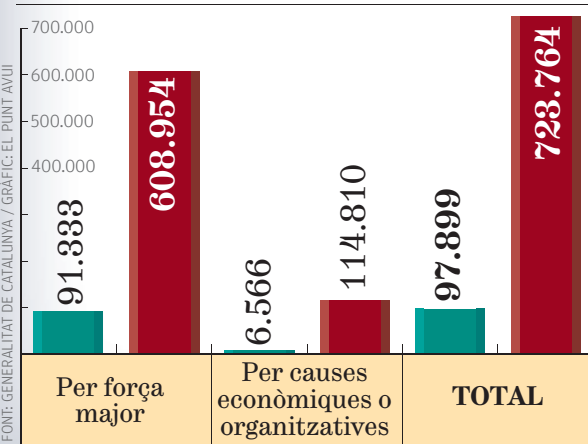
Comerç a l'engròs*



*Excepte vehicles de motor



Total dels sectors



"Hi ha un 20% del comerç que té perill de tancar segons el que vengui fins a final d'any"

El president de Foment Comerç, Roger Gaspa, va recordar que, a l'inici de la pandèmia i en decretar-se l'estat d'alarma, que va obligar la gent a tancar-se a casa i els comerços a tancar, la patronal calculava que "un 70% de comerços podien morir si no s'aplicaven mesures urgents". "Era la tercera setmana del mes de març -recorda Gaspa- i hi havia massa incerteses. Per sort, s'han fet coses; s'han aprovat mesures com ara els ERTO i la possibilitat d'accedir a avals de crèdits per part

de l'ICO." Amb tot, la patronal continua demanant mesures de suport perquè entén que, encara que les vendes s'estan animant amb el desconfinament i l'aplicació de les diferents fases, "el que es faci d'ara fins a finals d'any i, sobretot, durant la campanya de Nadal serà crucial per assegurar la pervivència del comerç". Gaspa calcula que existeix el risc que entre un 20% i un 25% hagi d'abaijar persianes abans de finals d'any si no s'apliquen noves mesures.

Entre les demandes de la patronal, hi ha l'allargament dels ERTO "per protegir els llocs de treball", perquè, si s'acaba l'ERTO i el comerç encara no està preparat perquè no té les vendes normalitzades, haurà de treballar a pèrdues i acabarà tancant", explica Gaspa. Foment Comerç també demana mantenir els mecanismes que doten de liquiditat les empreses, com ara els crèdits i l'exoneració d'impostos, i incentivar fiscalment la rebaixa en els lloguers de locals.

nal, tot i la baixada d'aflluència ha notat un augment de tiquet mitjà, un 24% ha registrat baixada d'aflluència i de tiquet mitjà i un 18% més ha augmentat aflluència i tiquet mitjà. Atenent a les vendes totals, en el conjunt de Comertia s'ha registrat du-

rant el mes de maig una disminució dels ingressos del 53,6%, 10 punts millor que el mes anterior però molt lluny encara de les xifres positives.

I és que la Generalitat va esgotar en només set hores el pla d'ajuts al comerç català, per

l'aflluència de peticions, i en preparava una segona línia d'ajuts. Aquest primer pla estava dotat amb 9 milions d'euros, i incloïa set programes específics dirigits a autònoms, pimes i microempreses de comerç al detall i serveis, artesanía i moda, tant indi-



La Generalitat va esgotar en només set hores el pla d'ajuts al comerç català per la gran allau de peticions que va rebre

viduals com associades o agrupades, especialment les obligades al tancament arran de la declaració de l'estat d'alarma o que han patit un descens del 70% de la facturació.

A la primera del mes de maig, el president de la Generalitat, Quim Torra, va presentar el pla de xoc i reactivació del comerç post-Covid-19, dissenyat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) i que té com a ob-

Segueix a la pàgina 5



gambadepalamos.com

Gamba d'origen garantit i màxima qualitat

Compra online Gamba de Palamós, escamarlans
i altres productes frescos de Palamós.

gambadepalamos.com

Un clic i a casa!



El comerç és de les poques activitats econòmiques que té incidència més enllà de la mateixa activitat

més, va recordar que “és de les poques activitats econòmiques que té incidència més enllà de la mateixa activitat”, en el sentit que el comerç ajuda a “vertebrar i dotar de qualitat l’espai públic”, alhora que té una “funció social molt important d’ascensor social i de cohesió territorial”, segons Gaspa.

Cal recordar que el govern té en marxa una Agenda Comerç 20/21, l’objectiu de la qual és promoure la competitivitat del comerç a Catalunya. Una eina de planificació estratègica que va néixer abans de la pandèmia (i de la reflexió amb les entitats més representatives) i que consta de més de 140 mesures adreçades a la millora de la competitivitat, al foment del prestigi i al suport a la innovació de les empreses comercials catalanes. ■

Ve de la pàgina 3

jectiu “enfortir el sector a Catalunya en el nou escenari resultant de la crisi sanitària”. El pla de xoc s’articula en tres vectors: incentivació de la demanda, re-

activació de l’oferta/empreses i revitalització del centres urbans, i inclou mesures econòmiques i financeres, de prevenció i seguretat, de reactivació de negoci i d’informació i comunicació.

Interrogat per aquest diari, Roger Gaspa, president de Foment Comerç, va destacar el valor “distribuïdor” i “multiplicador” del comerç al territori, sense menystenir el valor econòmic com a tal, car que representa –va

explicar– el 14% del valor afegit brut (VAB) de Catalunya i genera vora 400.000 llocs de treball. “És un sector multiplicador, perquè per cada euro gastat en el sector se’n generen 2,35% en l’economia catalana”, va dir. A



*Més que comerç,
persones*

*Per qualitat i confiança,
compra al comerç de Girona*

www.girona.cat/comerc

Ajuntament de Girona

MUNTSA VILALTA. Directora general de Comerç

“La pandèmia ha fet que es valori el comerç de proximitat”

Mireia Rourera
BARCELONA

El comerç sens dubte és un dels sectors que s'han vist més afectats per la Covid-19, juntament amb el turisme, amb el qual està directament relacionat. A partir del 14 de març, quan es va decretar l'estat d'alarma, el sector de l'alimentació i de productes bàsics va poder obrir amb unes condicions inèdites i, segons la directora general de Comerç, Muntsa Vilalta, “fent un esforç molt important”. La resta del comerç, el 70% del total, va haver de tancar, i Vilalta recorda: “Com diem en la campanya que estem fent ara per la televisió, el comerç va tancar per nosaltres, pel bé de tots.”

I quin impacte econòmic ha tingut aquest tancament?

Hem valorat que cada setmana les botigues que han estat tancades han deixat de facturar uns 525 milions d'euros. Si anem sumant les setmanes... s'han deixat de facturar molts i molts diners. Això sense comptar costos indirectes, la gent que s'ha quedat a l'atur.

Què passa després de la Covid?

Estem en un entorn de tanta incertesa que és difícil fer previsions. El que sí que sembla que passarà, segons les anàlisis i estudis que ha fet el sector –i aquí cal deixar clar que totes les entitats han treballat de manera conjunta i amb nosaltres–, és que segurament hi haurà un percentatge d'establiments que tancaran. El marge d'error és gran perquè són prediccions i hi ha moltes casuístiques, però podria ser al voltant del 15%. És molt creïble que una part del comerç ja no torni a obrir, fet que crearà un gran impacte, sobretot en llocs de treball. D'altra banda, hi haurà una part del comerç que s'haurà enfortit.

Quina part?

Aquelles empreses que durant aquest procés s'han hagut de reinventar i aquelles que han pogut ser més flexibles han desenvolupat noves maneres d'aproximar-se als clients i d'alguna manera han obert noves oportunitats en els seus canals de venda: el comerç digital.

El comerç de proximitat surt



Muntsa Vilalta és la directora general de Comerç de la Generalitat ■ JOSEP LOSADA

enfortit de la crisi?

Els valors de la proximitat, de la garantia, de la confiança, de l'espai de trobada, de la relació amb les persones... Tots aquests valors que la pandèmia ens ha fet veure que són tan importants, sota el lema de “cuidem-nos”, els dona la proximitat. I justament això és el que estem veient en la reobertura.

Els botiguers estan contents de l'actitud de la gent, diuen.

Sí. La gent s'ha adonat com són els carrers sense comerç i també hem vist que hi ha valors que són importants i el petit comerç representa aquests valors. Això ha fet que molts consumidors ara han decidit apostar per aquest format. Per tots els valors que deia i també perquè és segur. La seguretat pren molta rellevància i el comerç de proximitat avui és segur.

Els centres comercials i les

grans superfícies van obrir... La situació del comerç de proximitat en aquests casos...?

Jo crec que el concepte de proximitat segueix vigent encara que s'hagin obert les grans superfícies. Lògicament, a mesura que els altres formats van obrir, van captant també la demanda, però l'element de valor del petit comerç preval.

Deia que la digitalització del petit comerç ha marcat la di-



Cada setmana que les botigues han estat tancades s'han deixat de facturar uns 525 milions d'euros. Si ho sumem...



El nostre model, que sempre s'ha basat en la proximitat i l'equilibri de formats, avui incorpora el valor digital

ferència durant la pandèmia.

El canal digital s'ha demostrat imprescindible. Avui, al model comercial de Catalunya, que sempre s'ha basat en el comerç de proximitat, d'equilibri de formats, li hem d'incorporar el valor del canal en línia. El comerç, i això ha quedat clar, avui ha de ser, també, digital.

Fa anys que hi treballem.

Des del Departament fa molt temps que estem treballant per a la digitalització del comerç i avui ja tenim una part del comerç que està molt avançat en aquest sector. Encara falta, però. I aquí és on hem de dir que la pandèmia ha aixecat la consciència per part de molt comerç que potser no ho tenia com una prioritat i ara ha vist que és imprescindible.

Per què és important la digitalització?

La digitalització per a nosaltres no és només arribar al client, sinó que és tot un procés de reformulació de la gestió de l'empresa. Com tenim el catàleg digital dels nostres productes? Com des de les nostres empreses podem digitalitzar processos i ser més eficients en logística? Com

Segueix a la pàgina 8

Darrere de cada producte de proximitat que ens ha arribat a taula aquestes últimes setmanes hi ha l'esforç dels nostres pagesos, ramaders i pescadors per a una alimentació de qualitat.

La compra de proximitat ens beneficia a tots.
Ara, producte local.



#EnsEnSortirem
agricultura.gencat.cat/alimentació



Generalitat
de Catalunya

7,5

Milions
de futurs

MUNTSA VILALTA. Directora general de Comerç



La directora general de Comerç, Muntsa Vilalta, ha fet teletreball des de casa seva durant tot el confinament ■ JOSEP LOSADA

podem ser més eficients en les compres? En això és en el que estem treballant.

Els comerciants demanen ajudes. La Generalitat ha donat 9 milions. A què es destinaran?
Vam treure una línia d'ajuts i hi havia diversos programes. Uns van anar directament a les entitats associatives, associacions i gremis de comerciants, que són molt importants i han fet molta feina durant la pandèmia. De fet, els que han fet un bon servei han incrementat el seu nombre de socis. A Catalunya tenim més de 140.000 establiments de comerç i serveis, i les entitats són molt importants per poder gestionar i canalitzar tota la informació i les ajudes. Amb la pandèmia, molts comerciants han vist la seguretat que dona pertànyer a una associació o gremi.

Hi ha ajudes més directes?
Hi ha quatre programes que han anat a les empreses de comerç, artesanía i moda. Aquestes ajudes ja estan tancades i anaven directes a les empreses, fins a un màxim de 2.500 euros. Què ha passat? Que hi ha hagut tanta demanda que ens hem quedat curts. Ara el que estem fent és treballar per poder treure una altra línia d'ajudes per a totes les empreses que no s'hi han pogut acollir per manca de recursos. Tot i així haig de dir



Una part del nostre comerç no tornarà a obrir, fet que crearà un gran impacte, sobretot en llocs de treball

que aquest any, dels 10 que fa que donem aquestes subvencions, és el que hem posat més recursos.

I subvencions per poder pagar les mesures d'higiene i seguretat dels establiments?
Les despeses dels comerços en EPI, gels, etc. s'incorporen en aquest mateix paquet de subvencions.

El comerç, però, demana més mesures fiscals al govern de Madrid. Vosaltres podeu fer pressió?
Quan va començar la pandèmia, nosaltres ens vam posar a disposició del sector. Amb el president de la Generalitat, Quim Torra, al capdavant, i amb la firma de la consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, que no ha deixat d'insistir en tot



La O80 serà digital i la podrà veure més gent. Si una cosa ens ha ensenyat la pandèmia és que cal ser flexibles i adaptables

aquest temps, el sector va fer un manifest en què es demanaven tres coses al govern central: la congelació de tots els impostos, unes línies de finançament adequades i que aquests processos d'accés a les mesures fossin àgils. Aquest manifest, el va signar absolutament tot el sector: els comerços grans, els petits i els mitjans. En aquesta crisi el comerç ha anat tot a l'una.

La Valmont Barcelona Bridal Fashion Week, la setmana de la moda nupcial, s'ha traslladat al setembre. I la O80 Barcelona Fashion, que també s'ha passat al setembre, crec que la voleu fer tota en línia.
Jo crec que ara és el moment d'estar oberts. El que ens ha dit la pandèmia és: sigues flexible, tingues esperit obert perquè tot el que està passant avui potser



Fer una passarel·la en format digital dona les seves oportunitats. Ens hem d'anar acostumant a aquest format

torna a passar. Per tant, hem de tenir més capacitat d'adaptació. Fer una Bridal híbrida, que és el que es farà, o fer una O80 bàsicament digital dona unes oportunitats diferents però que també són molt interessants. El fet de poder fer una passarel·la digital fa que la puguis veure molt més fàcilment i des de qualsevol lloc. Crec que és un format al qual ens hem de començar a acostumar.

Ho veieu com una oportunitat.
Sí, perquè la digitalització et permet transmetre més enllà de la proposta d'una col·lecció concreta d'un dissenyador i ens deixarà mostrar tot el que hi ha darrere un autor i una proposta. Si a més estem pensant fer la O80 immersa en l'entorn del Recinte Modernista de Sant Pau, això vol dir que la ciutat de Bar-

celona hi continuarà estant molt present.

Sant Pau és el marc ideal.
Sí. I ens permetrà reivindicar aquest escenari i el que és realment important de la O80 Barcelona Fashion: que podrem mostrar al món la creativitat i el disseny dels creadors de Catalunya. Això sense obviar dos elements importants: la tecnologia i la sostenibilitat.

L'artesanía és un sector dintre del comerç que està patint molt. Molts artesans depenen de les fires per vendre.
Els artesans són un col·lectiu que s'ha activat molt i ha diversificat molt les maneres de relacionar-se amb els clients. Les xarxes socials, Instagram, sobretot, han activat molt les vendes. És evident que hi ha molts artesans que depenen força del turisme i de les fires i en aquest sentit els hem d'ajudar i ho estem fent. Vam fer una campanya d'Instagram i els artesans s'hi van bolcar.

I ara esteu fent una campanya per la televisió?
És la primera vegada que fem una campanya d'artesanía per la televisió. El feedback que ens està arribant és que molta gent està redescobrint el valor de l'artesanía. I és que tenim uns artesans meravellosos!

Menys llençar aliments i més compra #demercat



ÀLEX GOÑI. President de PimeComerç, la patronal de la petita i mitjana empresa en el sector del comerç

“Ens hem sentit abandonats pel govern de l'Estat”

Mireia Rourera
BARCELONA

La darrera consulta que ha fet PimeComerç als seus associats deixa entreveure pessimisme. Gairebé el 42% dels afiliats a aquesta patronal de la petita i mitjana empresa “tenen incertesa en què els passarà els pròxims sis mesos”, diu Àlex Goñi, president d'aquesta secció de Pimec. No obstant, creu que la percepció de les empreses pot “canviar en funció de l'estat d'ànim”: “Molta gent començarà a veure les coses diferents a mesura que el seu comerç es vagi recuperant.”

Sempre hi ha botigues que tanquen i botigues que obren. Sí, això passa molt en el sector del comerç, sobretot del petit. Però, si en un any normal el percentatge de botigues que moren i d'altres que obren pot estar al voltant del 10%, aquest any el percentatge potser serà tres vegades superior. Enguany, i per culpa del coronavirus, gent que potser no tenia pensat tancar però que estava en una situació econòmica difícil o tenia una edat propera a la jubilació o

que veu unes perspectives que econòmicament no li són viables... acabarà tancant.

I si us haguessin arribat les ajudes que heu demanat des del primer dia seria diferent?

La Generalitat va donar 9 milions per al comerç i ara diu que ens en donarà més... És poc però és una ajuda. Però nosaltres ens hem sentit abandonats per l'administració central, que s'ha desdit de tot. El govern de l'Estat ni ens ha ajudat ajornant impostos ni ha posat diners a fons perdut... Si, a fons perdut!

A fons perdut?

A veure: estem parlant de salvar una empresa, uns treballadors, uns impostos que després aquesta empresa et pagarà... Si salves una empresa salves el trencament d'una roda de pagaments. Ara passarem l'estiu com es pugui però a la tardor s'haurà trencat la roda de pagaments, hi haurà una morositat important entre empreses, hi haurà una situació d'atur perillosa... i la realitat del comerç serà que molt petit comerç no tornarà a obrir tot i voler-ho. Els restaurants, per exemple, que ara encara són els

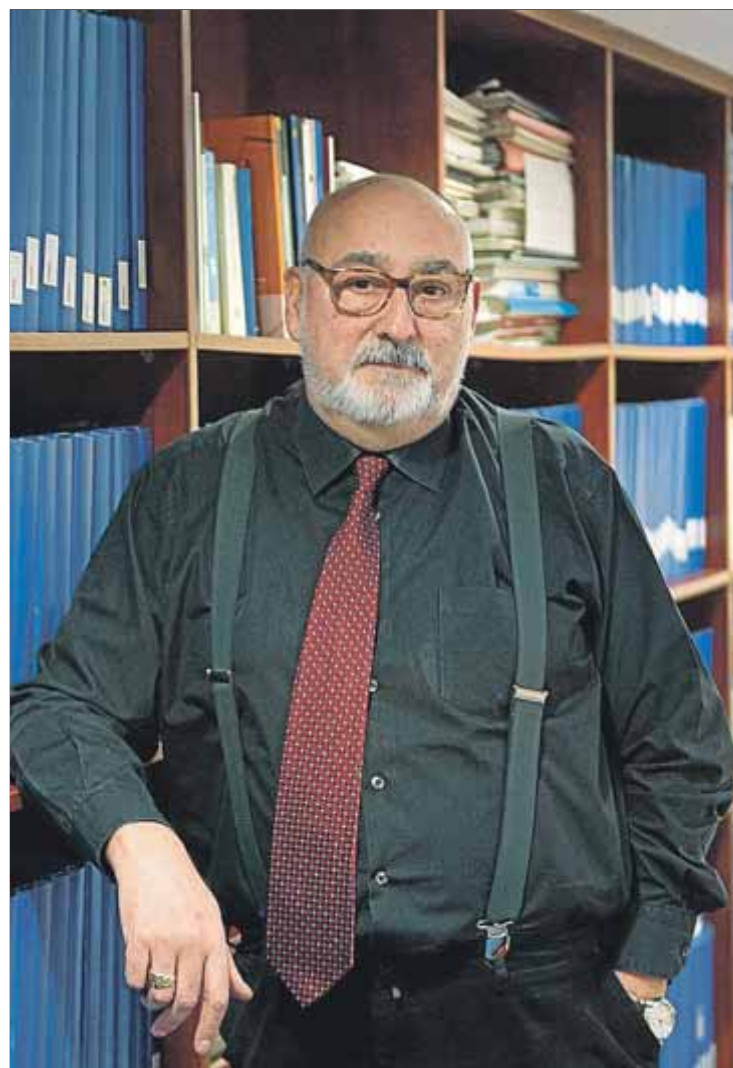
més afectats: si han fet gent fora i ara només poden obrir una part, quants treballadors han de tornar a agafar? Els sortiran els números? També ens estem trobant amb una cosa de la qual la gent no parla i és dura: la neteja.

Què passa amb la neteja?

Les normes sanitàries que han de mantenir els establiments són, a finals de mes, molts diners... Penseu que les botigues s'han d'adequar, s'han de posar mampares. Després que, constantment, s'ha de desinfectar tot i dos cops al dia netejar tot l'establiment. Després que, si vens roba, l'han de desinfectar cada cop que algú se l'emprova... Les mascaretes també valen diners, els clients s'han de rentar les mans amb gel hidroalcohòlic. Si fas números és una picossada i estem parlant de comerç petit o mitjà, on qualsevol despesa és molta.

A part dels comerços de serveis bàsics, la resta d'establiments heu hagut de bregar amb algunes condicions imposades que no us agradaven.

Obrir els comerços, quan es van poder començar a obrir, amb ci-



Àlex Goñi, president de PimeComerç ■ JOSEP LOSADA



A la tardor s'haurà trencat la roda de pagaments, hi haurà una morositat important entre empreses i molt d'atur

ta prèvia, per exemple, va ser un autèntic despropòsit perquè la gent no hi està acostumada i no hi anava. Després va venir allò que no podíem fer rebaixes. Imagina-t'ho: totes les botigues amb l'estoc de tot l'hivern i no volien que féssim rebaixes. Però per sort ja ha passat.

I les vendes per internet durant la pandèmia?

Molts han aguantat gràcies precisament a la venda per internet. Als que han tingut la sort que estaven preparats per fer-ho, que tenien la xarxa muntada en línia o per WhatsApp, els ha anat millor que als altres. En el tema del sector alimentari, per exemple, que ha pogut obrir per ser essencial i no ha tingut problemes, sí que l'establiment que no tenia una xarxa muntada per vendre per internet ho ha tingut pitjor que els altres.

Costarà tornar a on s'estava? I si rebrota la pandèmia?

Costarà perquè ja va costar remuntar l'anterior crisi. Si rebrota la pandèmia i no hi ha vacuna... aleshores això ja se'ns escapa de les mans. ■

Camí de Fonteta a Fitor, s/n
17110 Fonteta - FORALLAC (Girona)
Tel. 628 539 165 | lletfrescamaseusebi@gmail.com
@maseusebi

Ens presentem...

Som en Pitu i la Cristina, pare i filla, i, juntament amb el nostre equip, tirem endavant la granja Mas Eusebi.

Sabies que...

La llet té diferents matisos de sabor i textura depenent de l'alimentació de la vaca, el tractament tèrmic i la rapidesa en el seu refredament. A casa les cuidem i alimentem amb farratges dels nostres camps. 24 hores com a màxim són les que passen durant el procés de munyida, pasteurització i embotellament dins la mateixa granja.

Així aconseguim...

Una llet densa, cremosa i amb una caramel·lització suficient dels sucres que li dona aquesta dolçor natural, molt efectiva en les seves propietats i amb absència d'additius. Conté les vitamines A, B, C i D, calci, ferro i proteïnes.

Ideal per a...

Baristes, gelaters, restauradors, pastissers, cuiners, carnisers i tots els professionals del sector de l'alimentació.

Logística...

Distribució pròpia setmanalment.



ESPECIAL JARDÍ

FESMÉS
el bricolatge de casa **FES BRICO CAT**

949€
~~999,95€~~

**CONJUNT
MOBLE JARDÍ
NERJA**

**FES MÉS
GASTA
MENYS**

FLOTADORS
varis

preus des de
13,95€



VENTILADOR
de peu



42,95€



79,95€

BARBACOA
rectangular

TALLAGESPA

**DE
REGAL
TALLAVORES**



109€

Oferta vigent fins al 27 de juliol



FES-TE LA
TARGETA VIRTUAL!
molt a guanyar!

RESERVA I COMPRA

fesmes.cat

SERVEIS DE TRANSPORT I MUNTATGE A DOMICILI



i llestos!

JOAN CARLES CALBET. President de RetailCat, Unió d'Entitats de Retail de Catalunya, i de l'Associació de Comerciants d'Electrodomèstics (ACE)

“Ara hem vist que les botigues es poden tancar abans i no passa res”

Mireia Rourera
BARCELONA

Joan Carles Calbet, president de RetailCat, Unió d'Entitats de Retail de Catalunya, i de l'Associació de Comerciants d'Electrodomèstics (ACE), ha aprofitat que el comerç comença a aixecar el cap després del dur confinament per la Covid-19 per posar damunt la taula el debat sobre els horaris comercials.

És un bon moment per reflexionar sobre els horaris?

Dels horaris n'hem parlat molt i no ens acabem de posar d'acord. L'última cosa proposada és que hi hauria un horari d'hivern, que es tancava a les nou de la nit, i un horari d'estiu, que es podia tancar a les deu. Això sempre crea polèmica perquè el sector de la gran distribució i el d'alimentació sempre han dit que a última hora venien molt. Nosaltres, el comerç de proximitat i més petit, per contra, sempre hem dit que es pot tancar abans de les nou.

Què ha canviat aquests mesos de confinament?

Hem estat més de dos mesos amb un canvi d'hàbits i sembla que hi pot haver un abans i un després de la Covid. Sense la pressió dels centres comercials, que encara estan tancats, hem vist que les botigues d'alimentació han estat tancant més aviat,



Joan Carles Calbet és el president de RetailCat, lobby del comerç de proximitat ■ ORIOL DURAN

a les set o quarts de vuit, i que no ha passat res. Encara més: han estat encantats de la vida amb aquest horari. Sempre hem parlat que a Europa les botigues tanquen més aviat i fan un horari molt més coherent i que si ho fèssim aquí ens beneficiaria a tots. A més a més, a Catalunya estem engegant el projecte de la reforma horària.

Per racionalitzar els horaris.

Sí, i no només en el comerç. La reforma horària planteja un canvi d'horaris molt més racio-

nal per a tot: horaris laborals, escolars... L'objectiu és que el 2025 estiguem més a prop d'adaptar-nos a horaris més europeus. És en aquest marc que crec que també el comerç hauria de tancar abans.

El comerç de proximitat no pot competir amb les grans cadenes i centres comercials.

El fet d'ampliar més els horaris o obrir en dies festius només beneficia certs formats de comerç. Quan diuen d'obrir el diumenge, a qui beneficia? Només

les grans superfícies! El comerç de carrer... molts ni obren, no els surt a compte, ni tenen personal per fer-ho!

Obrir el diumenge també beneficia les grans franquícies...

Sí, les de les zones premium de Barcelona, al passeig de Gràcia i al Portal de l'Àngel, sobretot. Però a les altres zones comercials no tan centrades no s'obre. El comerç de proximitat per obrir més hores no ven més. Mira el que ha passat a Madrid: amb tanta liberalització d'hora-



Fer uns horaris més racionals entra, també, en els objectius de la reforma horària

ris s'han carregat el petit comerç. Al centre de Madrid no hi ha comerç, només *souvenirs*.

Però cada vegada que Catalunya amb una llei ha intentat acotar horaris i protegir el comerç de proximitat i un model propi, des de Madrid s'ha impugnat.

Sempre ha estat així, però jo ara, encetant novament aquest debat, no parlo de cap llei. Parlo de tornar a parlar de racionalitzar horaris dintre del projecte de reforma horària. I ho dic perquè crec que, amb la pandèmia i amb el reinici de l'activitat, hem vist que és possible tancar més aviat. Fins i tot el sector de l'alimentació, que històricament era el que volia tancar més tard, ara ha vist que tanca a les vuit i està venent més que mai. En la racionalització dels horaris, hi estem d'acord bona part del petit i mitjà comerç. ■

Els marxants denuncien les traves per poder treballar

M.R.
BARCELONA

La Confederació Catalana d'Associacions de Marxants, davant “les traves” que, segons ells, els posa l'administració per poder tornar a fer la seva feina, que són els mercats ambulants, ha iniciat una campanya per recollir firmes perquè les autoritats els permetin fer la seva tasca “amb

normalitat”. Se senten agreujats amb relació a la resta del comerç i demanen ajudes per paliar els greus efectes que ha tingut la pandèmia en el sector.

Els mercats ambulants han estat dels últims sectors als quals se'ls ha permès obrir, tot i que les parades són sempre a l'exterior. Al contrari que les parades d'alimentació, les d'altres

productes no han pogut obrir fins ben entrada la fase 2 i amb moltes restriccions de clients.

La majoria de mercats que es fan al carrer estan regulats pels respectius ajuntaments, fet que ha provocat una disparitat molt gran de situacions, ja que en alguna localitat s'han permès i en moltes altres no, i s'han autoritzat només els de menjar fresc. ■



Un mercat de Palafrugell ja ha pogut obrir ■ MANEL LLADÓ

Els nostres proveïdors ens porten productes de **QUALITAT i PROXIMITAT**

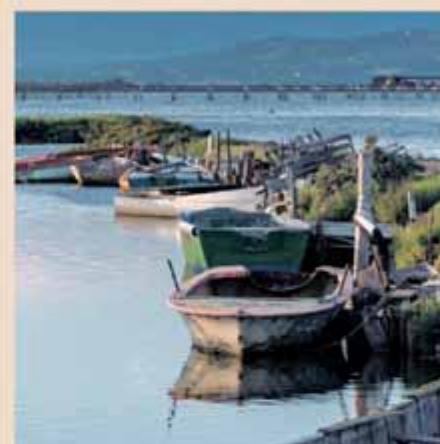
Delta de l'Ebre



Pollastres i
Ànecs criats en
espais protegits
i envoltats
d'arrossars



Producte de
proximitat i
de temporada
directament
de la llotja



A Condis estimem la terra

 **Condis**
#condisAmbtu

Consulta les nostres receptes a www.condislife.com



DAVID SÁNCHEZ. President de Comertia, Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail

“Ha arribat el moment de plantejar-nos on comprem”

Mireia Rourera
BARCELONA

Una de les coses que més han impactat de la crisi de la Covid-19 ha estat veure les botigues (i bars i restaurants) tancades. Sense botigues la vida ha desaparegut dels carrers. Aquesta crisi ens ha fet pensar en la vàlua i la importància del comerç de proximitat.

Ha estat així?

La crisi ha fet que es valori la proximitat en si mateixa, més enllà del comerç. El tema és: volem una societat robotitzada, informatitzada, amb algorismes, completament artificial i faltada de relacions? O volem una societat en què les persones s'interrelacionin, es comuniquin i bescanviïn béns i serveis? I aquí és on el comerç té un paper rellevant. El que hem de plantejar-nos ara és on i com volem viure d'aquí a 15 anys.

I com ho plantegem?

Ens hem de fer preguntes. Per exemple: volem comprar a una companyia que al final és un algorisme amb un magatzem robotitzat on uns robots preparen comandes i uns drons ens ho porten a la nostra porta i aquí no ha treballat ningú ni s'ha relacionat ningú? Quina societat és aquesta? O volem una societat en què hi hagi individus que es relacionin?



David Sánchez és el president de Comertia ■ JUANMA RAMOS

La soledat del confinament ens hi hauria de fer pensar.

La pregunta és: volem aquesta soledat el dia de demà? Volem l'absència de relacions? No sé si som prou conscients que moltes vegades sota la digitalització ens estan colant la destrucció d'una

societat que és un luxe, en què tenim sanitat, educació, pensions. Però tot això és molt car, i com es paga? Doncs amb els impostos que genera el treball. I el tema és que si no hi ha treball no generem impostos i es destrueix la societat del benestar.



Ens hem de plantejar com comprem i a qui donem els diners i si aquests ens retornaran per sustentar l'estat del benestar

I el comerç què diu?

Diu: vigila on compres perquè estàs definint la societat per d'aquí a 15 anys! Moltes vegades la informació que ens arriba està dirigida per grans companyies de comunicació i de màrqueting, on ens posen sobre la taula els avantatges però no els desavantatges. Ha arribat el moment de plantejar-nos on comprem, de la mateixa manera que avui ja som conscients de mirar què mengem o quina roba ens posem, de mirar si el que mengem és sa o la roba ha estat feta de manera responsable i sostenible.

Què ens hem de plantejar?

Ens hem de plantejar com invertim 10 euros. Ens hem de preguntar si aquesta inversió que fem generarà impostos i tindran un retorn. Crec que hem entrat en una fase en què cada vegada que consumim ens

hem de plantejar on van a parar els nostres euros i quin retorn tindran en el meu estat del benestar. Insisteixo: si tinc un infart vull poder trucar al 112 i que em portin a un hospital i em curin. Però això és molt car i només es pot pagar a través dels impostos. I aquests impostos no sortiran d'algunes grans companyies que tributen a Luxemburg, Xipre o Irlanda; això ho paga el petit autònom, la petita empresa, el treballador amb les seves retencions... Ens estem deixant influenciar per una determinada comoditat darrere la qual hi ha una absència total de retorn a la nostra societat.

I a més és insostenible ecològicament.

Saps que en època de rebaixes el 70% dels moviments que hi ha a la ciutat els fa una sola marca? I que el 50% d'aquest 70% és retornat pel client? Creus que això és sostenible? Estem parlant de milers de peces que van, que tornen, que contaminen, que exploten un transportista... Qui hi guanya, amb això? El que vull dir és que darrere les nostres accions i la nostra manera de consumir estem definint la societat del futur. Hem de començar a ser responsables perquè nosaltres som els protagonistes d'allò que volem construir. Són els milers de milions de petites accions els que transformaran el demà. ■

Platja d'Aro crea la targeta de fidelització AROimpulsa

Redacció
PLATJA D'ARO

La regidoria de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Castell-Platja d'Aro desenvolupa la nova targeta AROimpulsa com a eina de dinamització i foment del comerç local. Es tracta d'una aplicació que esdevé alhora eina de fidelització i comunicació, amb la vo-

luntat d'ajudar a incrementar les vendes i el benefici de l'establiment, integrant alhora serveis municipals i premiant els clients amb descomptes directes o amb un sistema de punts, que es poden utilitzar per pagar les seves pròximes compres, etc.

Aquesta eina de fidelització té dos formats: targeta física (2.000 unitats) i la versió en aplicació per

a dispositius mòbils més pràctica i sostenible per a dispositius Android i iOS.

Les empreses locals s'adhereixen a la targeta AROimpulsa donant-se d'alta a l'aplicació, espai on ofereixen gratificacions als consumidors que connecten amb al seu establiment des de l'app. Poden realitzar campanyes especials, promocions i totes aquelles



Carrer a Platja d'Aro ■ M. LLADÓ

accions dirigides a fidelitzar el seu client, així com donar-se a conèixer a altres.

El divendres dia 22, alguns establiments de Castell-Platja d'Aro van estrenar el dispositiu Punt Blanc, una acreditació assolida a partir d'una declaració de responsabilitat dels comerços que assumeixen la implantació del conjunt de mesures de seguretat i higiene establertes oficialment.

D'altra banda, el 20 de maig l'Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro-s'Agaró va iniciar la campanya *Platja d'Aro portes obertes*, creada per incentivar el turisme posterior a la Covid-19 a la població. ■

A QUI
LI TOCA?

ARA ET TOCA A TU:
GRÀCIES

**COMERC
DE PROXIMITAT**
Sempre al teu costat



**Diputació
Barcelona**



Carxofes al parc agrari del Baix Llobregat ■ ARXIU

Iniciatives públiques i gestades per iniciativa popular connecten petits productors amb els compradors durant la pandèmia

El producte de proximitat viatja a casa del consumidor

Rosa M. Bravo
BARCELONA

Un dels efectes del confinament va ser el tancament de restaurants i empreses de càteríng que proveïen els menjadors escolars, fet que va deixar molts productors en una situació ben difícil. El producte no tenia sortida i es feia malbé, i van ser diverses les crides desesperades a través de les xarxes socials de productors que explicaven que havien de llençar litres de llet o que les flors es morien sense remei. D'altres es van reinventar i van començar a servir a domicili, a través del boca-orella i les xarxes, i van portar directament al consumidor tota mena de productes: verdura conreada en horts propers, peix i gelats que abans només es troba-

ven al restaurant... N'hi va haver que amb l'inici de la desescalada van deixar de servir a domicili pel cost extra que aquesta activitat els suposava en temps i inversió en distribució. Però n'hi ha que han trobat una nova via de negoci que volen compaginar amb la tradicional. I molts consumidors han descobert una forma de comprar producte de proximitat i qualitat a un preu just. Una tendència que en molts casos ha arribat per quedar-s'hi.

Així ho creu el director general d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP), Carmel Mòdol, que assenyalava que l'interès pel producte de proximitat ja feia un temps que s'havia detectat. "La majoria de cadenes de su-

permercats ja inclouen el producte de proximitat als seus lineals", explica, i hi afegeix que el DARP ja estava treballant per connectar productors amb consumidors: "La nostra estratègia és que aquests dos mons es reconguin com a aliats." "Volem que la gent sàpiga que a Catalunya es fan aliments de molta qualitat, que són a més productes amb més estàndards de control i sostenibilitat" per la seva proximitat al consumidor, diu Mòdol.

La pandèmia va aparèixer quan el DARP ja treballava en programes per fer visible la producció de més de 3.000 pagesos i ramaders que feien venda directa a cooperatives. Amb l'arribada de la Covid-19, "l'aliment de qualitat amb una traçabilitat pren valor als ulls de molts ciutadans",

assenyala Mòdol, que precisa que les companyies de distribució han detectat un increment en la venda del producte local. "I treballarem perquè s'hi quedi", assegura el director general d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries.



La majoria de cadenes de supermercats ja inclouen el producte de proximitat als seus lineals

Malgrat això, la crisi derivada de la pandèmia ha tingut un impacte fort en els petits productors. Per aquest motiu el DARP ha destinat quatre milions d'euros a la compra de productes frescos de petits productors amb dificultats per comercialitzar-los. Es tracta sobretot dels productors de productes frescos peribles i altres productes com l'oli i la mel que han perdut els canals de comercialització lligats a la restauració i el turisme. Alhora, la Generalitat ha volgut ajudar els ciutadans més castigats per la crisi econòmica i social. El resultat de conjugar l'ajuda a tots dos sectors ha estat un acord amb el Banc dels Aliments, entitat a la qual s'estan lliurant els productes frescos comprats als petits productors. Es poden acollir a l'ajut els productors, les cooperatives o les societats agràries de transformació de fruita, verdura i hortalisses, de carn de boví, oví, cabrum, conill o pollastre, d'ous, de llet i productes lactis frescos, de mel, d'oli d'oliva verge o de productes elaborats del porc. Han d'acreditar haver tingut una disminució de la facturació i en el canal de venda habitual de com a mínim el 30% en els mesos d'abril, maig i juny. Les ajudes oscil·len entre els 4.000 i els 10.000 euros per productor, i com a màxim de 75.000 en cas d'agrupacions.

Segueix a la pàgina 18

Tornem-hi!

Castell d'Aro · Platja d'Aro · S'Agaró



Donem suport **als negocis locals**
Perquè la nostra gent **és la nostra força**

www.platjadaro.com · [@platjaroturisme](https://www.instagram.com/platjaroturisme)

EL VALOR DE LA PROXIMITAT

De la pandèmia ha sorgit també la iniciativa, liderada pel DARP, del mercat web #AprofitaelAliments, una pàgina a internet que posa en contacte el sector agroalimentari i entitats per subministrar aliments a col·lectius vulnerables. És una plataforma que vol tenir continuïtat durant tot l'any per contribuir a l'aprofitament dels aliments. Algunes de les entitats que s'hi han sumat són el Banc dels Aliments, la Fundació Espigoladors, Nutrició Sense Fronteres i el Pont Alimentari.

Ala iniciativa de la Generalitat s'hi sumen les d'altres administracions i voluntaris, amb propostes que s'han creat fins i tot de manera espontània a les xarxes socials. És el cas de Productors Catalans, que va sorgir quan un grup de persones que es coneixien a través de xarxes com Twitter va decidir donar un cop de mà a diversos productors que van cridar a la solidaritat en veure com els seus productes es feien malbé sense poder-los vendre. Fonts del col·lectiu expliquen que "la idea era poder ajudar gent que és molt bona fent el seu producte però no tant distribuïnt-lo". De la col·laboració espontània i voluntària, que ha aconseguit implicar alguns transportistes, ha sorgit una plataforma web que agrupa una vintena de productors que ofereixen els seus productes a un preu just, en



Una parada de productes agraris, fa uns dies, en un mercat a Seva (Osona) ■ ORIOL DURAN

no perdre-hi amb els intermediaris, i els porten a domicili. De vegades, amb ofertes limitades que s'exhaureixen poc després d'anunciar-se per Telegram. Hi ha 130 productors que esperen per afegir-se a la plataforma i les tres persones que s'hi dediquen de manera voluntària estan pla-

nejant fer el salt a un web més professionalitzat en vista de l'èxit. Fins ara s'ha prioritzat el productor amb un producte a punt d'expirar, com ara plantes o animals.

"Els productors volen continuar amb aquest canal perquè els suposa l'obertura d'una nova

línia de mercat a un preu just, i el consumidor descobreix també una nova via", assenyalen fonts de Productors Catalans. Durant el confinament s'ha fet molta compra solidària responen a les crides dels productors. Un exemple en va ser Sant Jordi, quan es van vendre 10.000 roses en cinc



Els productors volen continuar amb aquest canal perquè els suposa l'obertura d'una nova línia de mercat a un preu just

hores. El repte va ser la logística, però el col·lectiu afirma que es van poder distribuir. A l'abril i el maig, els mesos que la plataforma ha estat funcionant, s'han registrat unes 3.000 comandes mensuals.

Durant el confinament han sorgit altres iniciatives, com la del Parc Agrari del Baix Llobregat, que ha elaborat un mapa amb 388 pagesos i 38 agrotiendes que serveixen a domicili. La Diputació de Lleida, Unió de Pagesos, la Cambra de Comerç de Reus i parcs naturals han organitzat també plataformes de venda directa. Els parcs naturals del Montseny i de l'Alt Pirineu, per exemple, han agrupat productors de la zona. Unió de Pagesos va crear en ple confinament el projecte *Pagesia a casa*, que va arrencar a primers d'abril amb 250 productors i ja en suma prop de 400. ■

Triem productes i serveis d'aquí



Diputació de Girona
ajudemnos.ddgi.cat
#ajudemnos

Entitats adherides

Sector agroalimentari

DO Empordà

DOP Fesols de Santa Pau

IPG Poma de Girona

Gremi de Flequers Artesans de les Comarques Gironines

Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines

Gecan - Gremi d'Elaboradors de Cervesa Artesana i Natural
Associació Productes del Ripollès

Unió de Pagesos

INNOVACC - Associació Catalana d'Innovació del Sector Carni Porcí

Grup d'Acció Local Pesquer Costa Brava - GALP

Girona Excel·lent, segell de qualitat alimentària

Consorci de les Gavarres

Marca de garantia Productes de l'Empordà

Xarxa Tràmec (Xarxa Agroalimentària del Baix Empordà)

Ateneu Cooperatiu Terres Gironines

Confraria de Pescadors de Palamós

Confraria de Pescadors de Roses

Confraria de Pescadors de l'Estartit

Confraria de Pescadors del Port de Llançà

Confraria de Pescadors de l'Escala

Confraria de Cadaqués

Confraria de Pescadors de BIANES

Sector de l'hostaleria

Club d'Enogastronomia del Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona

Associació d'Hostalatge de la Garrotxa

Associació d'Hotels i Allotjaments Turístics de la Cerdanya

Associació Turística de Palafrugell

Cuina de l'Empordanet

Cuina del Vent (col·lectiu gastronòmic de l'Associació d'Hostaleria de l'Alt Empordà)

Cuina Pirinenca de Cerdanya

Sector del comerç

Mercat Municipal de Salt

Mercat Municipal de Palafrugell

Plaça Mercat d'Olot

Mercat Municipal de Roses - Associació Mercaroses

Fecotur (Associació pel Foment Empresarial del Comerç i Turisme de Palamós)

Associació Banyoles Comerç i Turisme

Associació d'Empresaris de Castell-Platja d'Aro i S'Agaró (ADEM)

Associació d'Empresaris de Roses-Cap de Creus

Associació de Comerciants d'Olot (ACO)

Associació de Comerciants de Celrà

Associació de Comerciants de la Comarca de la Cerdanya

Federació de Comerç de la Selva

Girona Centre, Eix Comercial

Oohxigen Palafrugell, Comerç i Negoci

Sant Antoni Comerç

Mercat del Lleó de Girona

Unió de botiguers de Llagostera

Guixols Comerç i Turisme Associació

ACTVC, Associació de Comerç i Turisme de la Vall de Camprodon

Associació de Comerciants Lloret de Mar

Altres entitats

Cambra de Comerç de Girona

FOEG



Calonge i Sant Antoni

Comprem a casa
Ajudem-nos!!



**SANT
ANTONI**
COMERÇ

Associació per la
promoció i qualitat del
comerç de Sant Antoni



Ajuntament de
Calonge i Sant Antoni

Desem produïdes i serveis d'aquí

Ajudem-nos!



Calonge,
Comerç i Empresa

Teresa Jordà i Roura. Consellera
d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació

«Avancem més que mai cap a la sobirania alimentària»

Imma Bosch
GIRONA

De totes les crisis «n'hauríem de treure lliçons», segons comenta la consellera d'Agricultura, Teresa Jordà. I després d'aquesta, que defineix com de les més dures perquè «no només és sanitària i humanitària sinó que té unes derivades econòmiques i socials de primer ordre», està convençuda que «els productes que fan els nostres pagesos, ramaders, pescadors i apicultors, ara han sortit a la llum per a molta gent que no els coneixia».

El valor dels productes de proximitat es valoraran molt més després d'aquesta pandèmia?
És evident que després de totes les crisis n'hauríem de treure lliçons, fins i tot després de les més dures. I aquesta és molt dura, perquè no només és sanitària i humanitària, sinó perquè també té unes derivades econòmiques i socials de primer ordre. Però és cert que malgrat tot sempre n'hem de treure alguna lliçó. I espero, desitjo i estic convençuda que els productes que porten molt de temps fent els nostres pagesos, ramaders, pescadors i apicultors ara han sortit a la llum per a molta part de la ciutadania que no els coneixia. Portem anys explicant el valor d'aquests productes perquè són més sans, més bons, més segurs i de qualitat. La Covid els ha donat més relleu.

Al petit productor, però, li costa molt accedir a les cadenes

de distribució, tot i que ara sembla que algunes hi comencen a apostar?

Sí, els és molt difícil accedir a les cadenes de distribució i evidentment s'han anat espavilant via internet. Ara també és cert que algunes grans cadenes hi comencen a apostar perquè es mouen per les enquestes i les demandes dels seus consumidors. I és evident que ara s'hi aposta perquè hi ha més demanda.

Aquest petit productor, ara amb la Covid, està passant dificultats?

Pagesos, ramaders i pescadors són sectors essencials. I malgrat ser uns sectors essencials i, per tant, que no han hagut de deixar de treballar, han hagut d'assumir les dificultats del dia a dia, que ha estat molt difícil. Però els petits productors ho han tingut encara més malament perquè no han pogut donar sortida al seu producte pel tancament del canal horeca (restaurants i hotels) i també les escoles. Tots hem vist imatges d'un productor de llet de cabra obrint l'aixeta. I aquestes imatges no es poden permetre. És per això que al govern vam dir que havíem de casar dues necessitats: donar sortida al producte del petit empresari i que aquest producte pogués anar a parar al Banc dels Aliments. Hi hem destinat 4 milions d'euros, que han tingut molt bona rebuda.

Com vostè ha dit, el sector ramader, agrícola i pesquer no

ha hagut de deixar de treballar. Com ho estan passant en aquest context pandèmic?

El pesquer, per exemple, no ha deixat de treballar però ha tingut una activitat molt heterogènia perquè, a diferència de la resta de sectors, al principi de la Covid es va trobar que li era difícil complir les distàncies a les embarcacions, sobretot a les d'encerclament. I a les d'arrossegament, en què els problemes van ser diferents, es van trobar en un desequilibri entre l'oferta i la demanda i no els sortia a compte sortir. Per això moltes barques es van quedar a port i moltes llotges van parar. El sector valora les pèrdues en 9 milions d'euros. Les vendes a les llotges pesqueres entre mitjans de març i mitjans de maig va ser d'un 50% inferior a la mitjana obtinguda en el mateix període dels tres anys anteriors. Això és abismal. Però aquí hi vam estar molt amatents des del minut zero i vam demanar que es poguessin acollir a ERTA tot i ser sector essencial. Es va entendre la problemàtica perquè era compartida amb altres països. En el dia d'avui tots han cobrat.

I l'agrícola i el ramader?

L'oví, el boví i el cabrum, bàsicament, com que estan molt vinculats al canal horeca, han patit molt. El cabrit i el xai es mengen més en restaurants i la gent ho associa més a costellades i temes més socials, i aquests mesos de confinament han perdut un 40% de les vendes. És brutal. És per això que vam tramitar també amb Europa a tra-

vés del ministeri l'emmagatzematge privat per poder congelar carn, i es va permetre. A més, els hem ajudat amb campanyes i línies de crèdit que de fet han sigut transversals a tots els sectors. També ha patit molt el sector de la flor i la planta ornamental i el del vi i el cava.

En canvi, durant el confinament ha crescut el consum d'alcohol.

Sí, però els cellers catalans són mitjans o petits i una part del producte es destina al canal d'hostaleria i restauració i aquests estaven tancats. Pel que fa al cava, ja tenia problemes anteriors, pel preu del raïm. Hem hagut de batallar molt amb el ministeri per aconseguir habilitar tres mesures, algunes amb més fortuna que altres, perquè una cosa és aconseguir les mesures i l'altra és que compensin, que el sector s'hi sumi. Una de les mesures és la collita en verd, que aquesta jo crec que tindrà sortida; l'altra



El sector de la pesca ha tingut una activitat molt heterogènia. Valoren les pèrdues d'aquests mesos en 9 milions d'euros

és l'emmagatzematge de vi, i la tercera és la destil·lació de crisi, que aquí continuem insistint al ministeri.

Per què?

Nosaltres considerem que el ministeri ha de fer un esforç per posar més diners per al vi de les denominacions d'origen. Considerem que als cellers de les DO que treballen per la traçabilitat, per fer un vi de qualitat i aportar el nom del territori i del país,

Teresa Jordà,
fotografiada
dilluns al seu
despatx del DARP
■ JOSEP LOSADA



per embotellar aquest paisatge i aquestes aromes dins d'una ampolla, això els genera un cost, i aquestes mesures, malgrat ser bones, queden curtes a l'hora de poder-se adaptar, i en això estem treballant. I des del departament, amb fons propis, també hem anunciat una mesura perquè el món del cava substitueixi el sucre pel most. Hi ha un excedent de raïm i aquesta mesura ens ajudaria a l'economia circular, a millorar el producte i a diferenciar-nos. Però evidentment això val uns diners i aquí el departament hi hem posat 4 milions d'euros.

La JARC ha denunciat que cada mes tanca una explotació lletera a Catalunya i demana a la Generalitat quin model d'explotació lletera vol. El sector lleter pateix des de fa molt temps. Nosaltres apostem evidentment per l'empresa familiar que sigui viable. Però hi ha una indústria al darrere que no podem oblidar. Abans de la

Covid ja hi estàvem treballant amb les diferents organitzacions agràries i això ho tancarrem ràpidament. Volem posar un màxim al nombre de caps de bestiar de les explotacions ramaderes de vaques de llet. Estem intentant trobar un punt mitjà. No et puc avançar gaire més. És veritat que les organitzacions agràries no ho veuen de la mateixa manera. Sabem tots quines són les dificultats, sabem que la indústria té un paper important, i també sabem quin és el model que volem per al nostre país, i de ben segur trobarem aquesta solució. Tenim un pla d'acció de la llet damunt la taula que hem de revisar i voldríem que el mateix sector es musculés més a nivell organitzatiu. Estic segura que ens en sortirem perquè el producte és bo i els professionals també.

Però un màxim en el nombre de caps de bestiar tenint en compte que Catalunya és deficitària en producció de llet?

És per evitar bàsicament que entri o et vinguin a muntar una indústria de molts caps de bestiar i que hagin de tancar la resta. Estem treballant per entendre'ns.

Ha començat la campanya de fruita dolça a Lleida i aquest any hi ha hagut polèmica amb els temporers.

Jo crec que aquí s'han ajuntat dues coses molt importants. La primera és que estàvem dins una pandèmia i el 13 de març una servidora i el director general d'Indústria ja vam veure que ens cauria la campanya a sobre de la fruita dolça i que potser tindríem problemes per tenir mà d'obra. Necessitem entre 30.000 i 35.000 persones només per a la fruita de pinyol de la plana de Lleida i el 80% de les persones que venen a treballar aquí es contracten en origen i venen de fora. Però no ens ha faltat gent, i això ho vam treballar bé. Però l'altre tema és que per poder dur a terme una campanya en condicions s'havia de controlar el tema de la Covid entre els treballadors per evitar brots, i hem treballat des del primer dia amb tots els ajuntaments, amb la Diputació, amb la Paeria, amb Salut, amb Treball i amb Benestar Social i Família. Hi ha pavellons i hotels que han acollit els temporers. Tot això ho tenim bé.

Però hi ha hagut hotels que s'han negat a acollir temporers i algun temporer que no es volia fer la prova de la Covid.

M'he fet un fart de dir que tota la gent que està sense allotjament a la plana de Lleida en aquests moments no són temporers. Sempre hi ha alguna excepció, però els pagesos fan bé la seva feina i quan s'agafa una persona per treballar en una explotació se li dona allotjament. Una altra cosa és que, també fruit del que passa al país, hi ha un tema de vulnerabilitat pel tema de regularització de papers i gent que no estava contractada i sense papers ha anat a Lleida a buscar feina. El problema, i no és que a mi m'agradi treure'm responsabilitats o treure responsabilitat al govern del país..., però la mare dels ous és la regularització de les persones sense papers, i això depèn del ministeri. I pel que fa a les proves de la Covid, quan es detecta algun cas, els ajuntaments hi estan a sobre i se segueixen els protocols avalats pel govern del país i aprovat per una comissió tècnica a la plana de Lleida, i en principi se segueix el tema dia a dia.

I si amb el tema de la Covid no n'hi havia prou, ara la meteorologia no ens està ajudant gens. Els sindicats deien que la calamarsada de la setmana passada ha afectat entre un 70 i el 100% dels cultius de fruita i cereals de Catalunya. Ha afectat bastant. Mai plou a



Volem posar un màxim en el nombre caps de bestiar en les explotacions ramaderes de vaques de llet de Catalunya



Treballem per minimitzar els danys de la plaga del boix i conèixer-ne l'evolució, però és inevitable que s'estengui per tot el país

gust de tothom. I en aquest sector els pagesos ho saben perfectament, perquè hi estan exposats. El cultiu més afectat ha estat la fruita dolça. Després, evidentment, els cereals d'hivern com l'ordi, perquè en aquests moments s'estava collint o a punt de recol·lectar. Hi ha hagut afectacions variables. Però la més afectada és la fruita, bàsicament la nectarina i la pera, perquè la pell és més sensible, i diria que hem taxat les pèrdues en un 40% en general. A la comarca de l'Urgell, que ha sigut una de les zones més afectades, les pèrdues han sigut de pràcticament el 100%. El departament hi posa molts diners amb assegurances i el sector també assegura, i és clar, estem sempre amatents al cel, sempre.

I la plaga del boix. Què s'hi està fent?

Treballem per minimitzar els danys i sobretot per conèixer l'evolució de la plaga i el seu grau d'afectació. La previsió és que aquesta plaga acabi arribant a tot el país. És bastant inevitable. És una plaga relativament nova i que ja afecta el 20% dels boixos de Catalunya, més de 100.000 hectàrees. Les comarques del Ripollès, la Garrotxa i Osona són les més afectades. Hi treballem moltíssim des dels serveis de sanitat vegetal i sanitat forestal i els Agents Rurals fan el seguiment per comparar un any amb l'altre.

Els caçadors han decidit fer vaga i no sortir a caçar indignats per com els collen des de la Generalitat amb nous protocols i sancions.

Després de les converses que hem tingut amb el sector, hem acordat establir un nou pla de treball per millorar la comunicació i abordar de manera conjunta totes les reivindicacions dels caçadors del país. Val a dir

que al departament sempre volem la feina dels caçadors. La caça, encara que a vegades en alguns sectors i indrets del país potser està més mal vista, per a nosaltres compleix un valor social i és important en l'àmbit econòmic i en la gestió del propi patrimoni i és indispensable per frenar el creixement poblacional de les espècies cinegètiques, com el senglar, que provoquen danys a les explotacions agrícoles i ramaderes. És cert que ara es queixen d'unes taxes que es van aprovar amb la llei de mesures, que són taxes que senzillament hem posat al dia i que vam acordar amb ells que s'interpretarien per la banda més baixa. Les taxes s'han posat al mateix nivell que les de totes les comunitats autònomes perquè estaven extremament desfasades. I això ho vam aprovar amb la llei de mesures i ells tenien els seus terminis per fer-hi les al·legacions pertinents, i no hi ha res més.

Agricultura ha creat el 'marketplace' d'iniciatives solidàries.

Són iniciatives que lluiten per donar resposta a l'emergència alimentària. La primera cosa que vam fer, com et deia, és lliurar al Banc dels Aliments productes de la campanya de la fruita i llet a les escoles. Evidentment, en no haver-hi escoles, tots aquests litres i quilos de fruita han derivat al Banc dels Aliments (174.000 litres de llet i 16.000 quilos de fruita). El marketplace és com un mercat en línia que posa en contacte el sector agroalimentari i les entitats per subministrat aliments a col·lectius vulnerables. I aconseguim ajudar les empreses agroalimentàries en l'aprofitament dels aliments i la prevenció de les pèrdues i a més en el malbaratament alimentari, i alhora ajudem a l'emergència alimentària actual.

Vostè havia dit anteriorment que avançàvem cap a la sobirania alimentària. La Covid ho ha aturat?

No. Avancem més que mai cap a la sobirania alimentària. El que passa és que hem d'entendre què vol dir sobirania alimentària, perquè a vegades, parlant del mot *sobirania*, hi ha uns quants ciutadans i ciutadanes relacionats amb partits polítics d'aquest país que només senten la paraula *sobirania*, que és la paraula més preciosa del món, perquè de sobirans no hauríem de ser tots, ho rebutgen. La sobirania alimentària és el dret que tenen els pobles a escollir com volen alimentar-se. Nosaltres volem decidir i volem que aquest país decideixi com alimentar-se. Per això estem treballant amb al Consell Català de l'Alimentació en un pla estratègic de l'alimentació de país que ha de derivar en el pacte nacional de l'alimentació de Catalunya. ■

Les grans cadenes aposten pels proveïdors d'origen català per guanyar en frescor i qualitat dels aliments

Creix l'oferta de proximitat a les lleixes dels supermercats

E. Ferran
BARCELONA

El compromís dels supermercats amb els aliments de proximitat no és nou. Les grans cadenes de distribució d'aliments els darrers anys han anat donant entrada a productors locals i cooperatives del territori a les seves botigues. Coincideixen que aquesta oferta més propera és la millor garantia de proveir-se de productes frescos i de qualitat, sobretot pel que fa a la fruita i la verdura, que permet donar sortida al producte de temporada.

Amb la crisi de la Covid-19, n'hi ha que han aprofitat per ampliar la línia de productes locals i donar així sortida a cooperatives i petits productors que s'han trobat altres canals de distribució tancats, com ara els mercats setmanals. A Caprabo, amb una iniciativa conjunta amb la Generalitat i la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya, s'ha ampliat en un centenar el nombre de proveïdors catalans que participen des del 2014 en el seu programa de proximitat de comarques, que inclou més de 300 petits productors i cooperatives agràries, amb més de 2.600 productes, representatius de 28 comarques a les seves botigues. "Amb aquesta nova línia de treball que hem obert pensem que s'ajudarà l'economia en molts aspectes i es millorarà l'oferta", explica Fernando Tercero, responsable del programa. El 2019, les vendes de productes de proximitat van créixer un 6,5% i van superar els 31 milions d'euros.

Bon Preu és un dels supermercats que més s'han situat en aquesta aposta comercial de país, i als seus establiments, Bon Preu i Esclat, hi ha un assortiment de més del 76% de referèn-



Destaquen els productes frescos, sobretot les tones de fruita que arriben des del camp de Lleida i Girona



Alguns dels distintius i campanyes dels productes de proximitat dels establiments Condis ■ ORIOL DURAN

cies de proximitat a les seccions de frescos. La verdura prové del Tarragonès, el Baix Llobregat i el Maresme i tot l'any es pot trobar a la secció de fruita la poma de Girona. A la secció de xarcuteria s'ofereixen productes per comarques i més d'un centenar de formatges de quilòmetre zero. A les botigues, s'hi poden trobar productes locals de la zona que no es troben a altres botigues. Per donar sortida a tota la llet de cabra arran de l'impacte de la Covid-19, s'han sumat a la iniciativa de Llet de Cabres Catalanes per vendre el formatge solidari amb suport a les quatre ramaderies amb segell que l'elaboren.

Condis es proveeix en un 70% de la fruita i verdura local amb campanyes especials per als productes de temporada com són les maduixes del Maresme. Les verdures són del Baix Llobregat i quan és possible compren la mongeta bobi al camp de Tarragona. Pel que fa al peix, hi arriben en un 80% les captures de les principals llotges catalanes, des del peix blau de Vilanova fins a les gambes d'Arenys i Palamós i els musclos del delta de l'Ebre. Dels proveïdors de carn, més del 65% són locals, i ofereixen races autòctones com ara el porc ral d'Avinyó al Bages i els pollastres i ànecs del delta de l'Ebre, criats entre arrossars. Tot el pollastre que es posa a la venda a les botigues prové de granges locals.

Grans cadenes d'alimentació com ara Mercadona, amb 1.600 botigues repartides al territori espanyol i Portugal, tenen molts dels seus proveïdors a Catalunya. L'any passat les compres a aquests productors catalans van suposar un volum de prop de 4.000 milions d'euros. Això representa milions de quilos de fruita de diverses empreses lleidatanes i gironines com ara Catafruit, Nufri, Golden Export, Frifruit, Girona Fruits i Fructícola Empordà. També la carn d'Osona i la producció de pizzas, patés i fuets que produeix Casa Tarra-dellas de Vic. Les càrnies Embo-tits Monter, Noel i La Selva també produeixen per a la cadena productes. Mercadona té a Catalunya els seus proveïdors d'articles de neteja de la llar i de perfumeria i cosmètica, com ara els Laboratoris Maverick d'Uldecona. Arran de la crisi sanitària, les compres de gels i sabons líquids s'han duplicat per donar resposta al canvi d'hàbits per extre-mar les mesures d'higiene. ■



Amb la crisi de la Covid-19, s'ha donat sortida a les collites de cooperatives i petits productors que tenien els mercats tancats

Els nostres proveïdors ens porten productes de **QUALITAT i PROXIMITAT**

Ara és temps de Maduixots



Producte de proximitat
de **Sant Hilari Sacalm**,
cultivat entre
el Parc Natural del
Montseny i el massís
les Guilleries.



Els maduixots són de
color vermell intens,
dolços i carnosos.

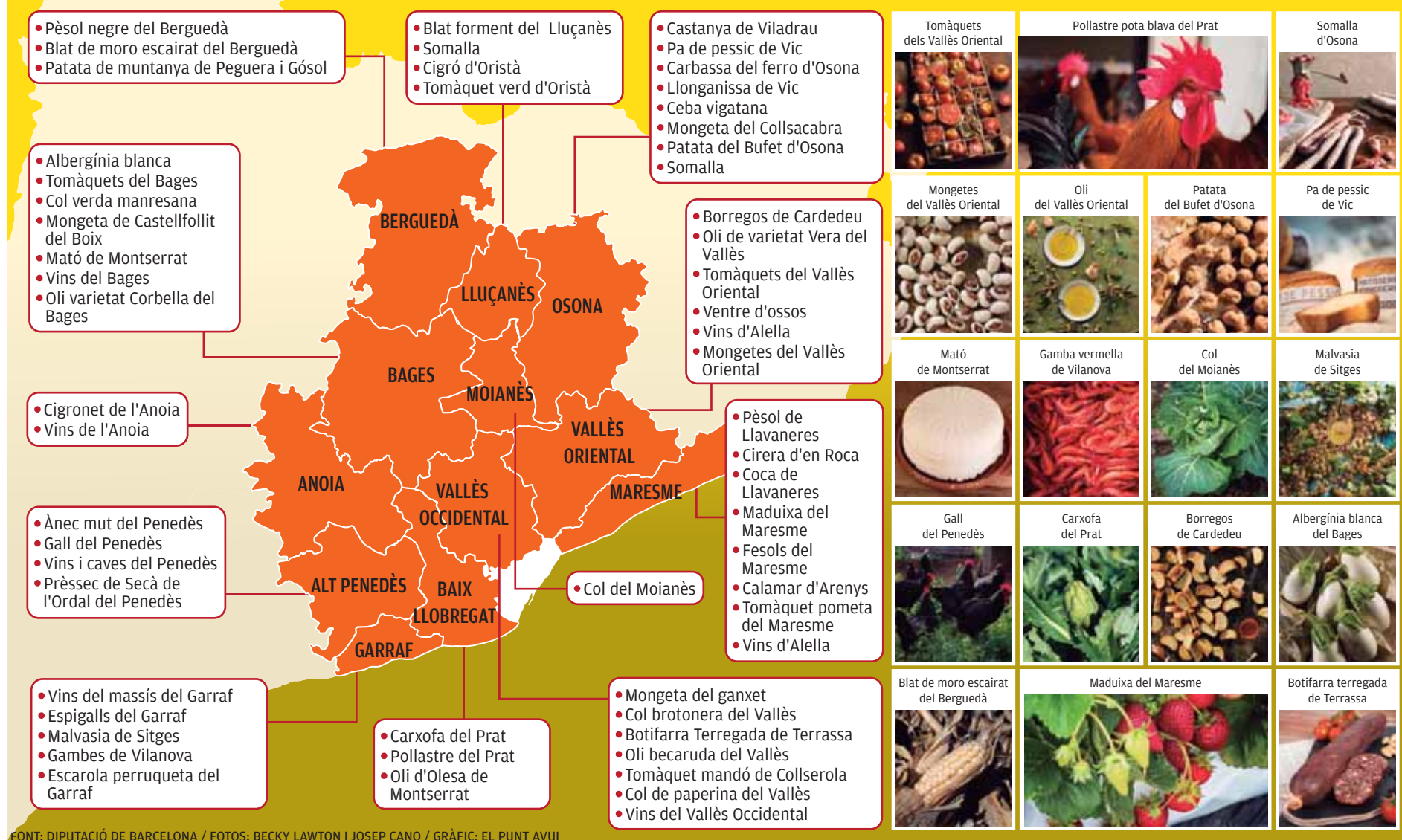


Producte de proximitat
del **Maresme**,
de les zones més
muntanyoses
de la comarca.

A Condis estimem la terra

#condisAmbtu

Xarxa de Productes de la Terra de la Diputació de Barcelona



FONT: DIPUTACIÓ DE BARCELONA / FOTOS: BECKY LAWTON I JOSEP CANO / GRÀFIC: EL PUNT AVUI

La Diputació de Barcelona destaca el valor, des de fa una dècada, d'una cinquantena de varietats gastronòmiques de la demarcació

Fer xarxa per promocionar productes locals de qualitat

Marta Membrives
BARCELONA

Maduixes, carxofes, castanyes, pèsols, vi, oli, aviram, pa de pessic, gambes o calamars formen part de la riquesa gastronòmica de les comarques de Barcelona. La fortalesa del sector carni a Osona, dels llegums propis del Vallès Oriental, dels vins i caves del Penedès, de les fruites del Maresme o del planter del Baix Llobregat configuren la identitat del territori. Per mirar de promocionar els productes agroalimentaris de qualitat propis de la demarcació, la Diputació de Barcelona, juntament amb una dotzena d'ens locals, va promoure la creació de la Xarxa de Productes de la Terra l'any 2010. Durant tota una dècada la xarxa ha identificat 55 produc-

tes singulars, agrupats per comarques, i té registrades prop de 1.300 empreses que es dediquen a la producció i distribució d'aliments amb trets singulars propis de la demarcació. L'objectiu de la Xarxa és enfortir el teixit empresarial perquè aquests productes singulars puguin competir millor i tinguin més presència als canals de distribució, des de mercats tradicionals a grans superfícies comercials; fer fires i jornades gastronòmiques per donar-los a conèixer entre els consumidors finals, i promoure la preservació de varietats locals arrelades al territori.

A la Xarxa, la Diputació treballa estretament amb els consells comarcals de l'Alt Penedès, l'Anoia, el Bages, el Baix Llobregat, el Garraf, el Maresme, Osona i el Vallès Oriental; el Consor-

ci de Formació i d'Iniciatives Cercs-Berguedà, el Consorci per la Promoció dels Municipis del Moianès i el Consorci de Turisme del Vallès Occidental. Aquesta dotzena d'ens s'ocupen de coordinar les accions de suport a les empreses, la majoria petits i mitjans productors agroalimentaris que no arriben a la cinquantena de treballadors i que ofereixen productes de molta qualitat però que de forma individual no tenen els recursos ni el temps necessaris per a la promoció.

Guillem Miralles, coordinador tècnic de la Xarxa de Productes de la Terra, explica que la iniciativa va ser "fruit de la voluntat transversal d'enfortir el teixit empresarial a través de diverses accions". Miralles assegura que el moment de crisi sanitària ha fet que molts dels inte-

grants de la xarxa hagin buscat noves vies per comercialitzar de forma directa els seus productes. Tot i això, manté que l'afectació no ha estat tan important com en d'altres sectors perquè el decret d'alarma els ha permès mantenir l'activitat productiva en tot moment. El tancament de



La situació de crisi sanitària ha fet buscar noves vies de promoció i venda dels productes amb el suport de la Xarxa

locals d'hostaleria sí que ha suposat un cop dur, perquè en molts casos es tracta de pagesos i ramaders que destinaven una part important de la producció a restaurants que treballen amb matèria primera de qualitat i que valoren la producció de quilòmetre zero. L'altra part més afectada dels negocis ha estat la de promoció agroturística en algunes empreses, com ara cellers o productors d'olis, que comercialitzaven part del producte a través de les visites guiades a les seves instal·lacions, interrompudes durant setmanes. També s'han deixat de fer fires de promoció de productes locals i esdeveniments de més envergadura com ara l'Alicia't, la festa de la gastronomia de les comarques de Barcelona que es fa cada any a Món Sant Benet amb la participació de productors de la Xarxa. Esperen que la represa arribi a la tardor amb iniciatives com ara Benvinguts a Pagès, que està previst per l'inici d'octubre, o la fira Alimentària, que es va ajornar fins al setembre i en què està previst que participin 24 empreses de la Xarxa. "Serà una bona oportunitat per donar-se a conèixer", manté el coordinador de la Xarxa, que situa en aquelles dades l'inici de les primeres accions dintre de la nova normalitat, ja que el calendari de tardor de fires i esdeveniments gastronòmics es manté, de moment, a l'expectativa de l'evolució de la pandèmia en els propers mesos.



Sense GLUTEN, sense
LACTOSA, sense OU
i sense SOJA

LA SELVA
EL PERNIL
CUIT I EL
GALL DINDI,
COM CAL



Uns 400 productors integren 'Pagesia a casa', un projecte d'Unió de Pagesos que tindrà continuïtat

Del pagès al domicili sense cap intermediari

Joan Rueda
BARCELONA

Tot i que les iniciatives de venda directa han sovintejat arran de l'epidèmia de la Covid-19, una d'elles, *Pagesia a casa*, del sindicat agrari Unió de Pagesos (UP), suma uns números espectaculars, ja que ja s'hi han agregat prop de 400 productors d'arreu del país i el nombre de consumidors inscrits al web ja supera els 10.000, un web que va tenir més de 400.000 visualitzacions el primer mes de vida. A més, segons confirma el responsable d'organització d'UP, Carles Vicente, aquesta és una iniciativa que ha vingut per quedar-se. De fet, aquests dies el sindicat ha enquestat els productors i els consumidors i la valoració els en-

gresca a cercar fórmules per millorar una eina "ara senzilla". Més de 3.000 consumidors han respost a les preguntes i han apostat, sobretot, per poder agregar comandes, fent el servei més sostenible, una idea en què el sindicat agrari, segons confirma Vicente, ja treballa. Pel que fa als productors, han aprofitat l'enquesta per demanar una millora estètica.

Vicente ha explicat: "A UP ja havíem treballat el tema de poder fer una venda directa a casa inspirats en un model italià, i fa quatre o cinc anys es va engegar un projecte, però la pagesia no va respondre, era un canal que llavors es veia complicat." "Amb l'arribada de la Covid-19 -hi afegeix Vicente- i el tancament del canal de venda de restauració, i

al principi els mercats municipals i tot, vam reengagar, amb una eina senzilla que volia ser un punt de trobada entre els productors i els consumidors."

La iniciativa es va posar en marxa el 3 d'abril i el seu funcionament és molt senzill. Els productors que formen part de *Pagesia a casa* són professionals agraris que ofereixen 90 productes de proximitat. Per inscriure-s'hi només han d'omplir un formulari amb les dades personals, els productes que ofereix, les comarques on podrà servir, quina opció de pagament habilita per al client i a través de quins canals vol que el consumidor s'hi posi en contacte. Per efectuar un comanda, el consumidor ha de seleccionar la comarca on vol rebre-la i, a continuació, els pro-



Un pagès recull cireres, en una imatge de la temporada passada ■ EPA

ductes, que estan dividits en cinc categories: fruita, verdura, carn, flor i planta ornamental i altres. Una vegada escollit el productor o els productors a qui comprar, l'usuari ha de facilitar el nom, el correu electrònic i la població, com a requisit per accedir a la informació de contacte del productor. A partir d'aquí, és

el productor el que determina les condicions de la compra: sistema de pagament, si hi ha compra mínima, el transport i l'entrega, entre altres de possibles. Per acabar, la transacció es fa exclusivament entre productor i consumidor, sense que el sindicat ni cap altre intermediari hi intervinguin. ■

Magadins Vell
RESTAURANT AGROBOTIGA

compra online a
AGROBOTIGA

@MAGADINSVELL
93 820 83 28
www.MAGADINSVELL.com

tasta
#MOIANÈS
ALLA ON SIGUIS

agrobotiga i restaurant

#productelocal #senseintermediaris #qualitat
#productors #productefresc #producteecològic

Protegeix el teu negoci

Gran capacitat de desinfecció.

Destruïx el 99,9% de bacteris, fongs i virus

Utilització en sectors de la desinfecció alimentària, tractament d'aigües, veterinària i desinfecció ambiental i de superfícies.

DuoPack
Àcid hipoclorós i nebulitzador

Oral Kits

Consulta preu a
info@oralkits.com

104237-122898L



ARRÓS DE QUALITAT DE L'EMPORDÀ

A Mas Pla sembrem la varietat BAHIA, que té una gran capacitat per absorbir els millors sabors dels seus caldos i arrossos. **Bona cuina!**





Fageda d'en Jordà, Catalunya



Nou Audi Q5 TFSIe

Dediquem tot el nostre esforç a crear un futur amb zero emissions. Innovant amb tecnologies com ara l'Audi TFSIe, la tecnologia híbrida endollable d'Audi, que combina un motor de gasolina amb un motor elèctric integrat. La seva autonomia 100% elèctrica de fins a 40 quilòmetres permet un estil de conducció eficient i responsable.

La tecnologia híbrida endollable Audi TFSIe ja és present a:

Els models Audi Q5 TFSIe, Audi Q7 TFSIe, Audi A3 Sportback 40 e-tron, Audi A6 TFSIe, Audi A7 Sportback TFSIe i Audi A8 TFSIe.

audi.es/tfsie



Autopodium

Ctra. Santa Coloma de Farners, 59
17005 Girona
Tel. 972 40 63 00 / 972 24 12 11

Ctra. Roses, 4
17600 Figueres
Tel. 972 67 12 11

Ctra. Sant Joan de les Abadesses, 86
17800 Olot
Tel. 972 26 42 08

Ctra. de Blanes, 100
17310 Lloret de Mar
Tel. 972 36 54 74

Audi Q5 TFSIe: 220 kW (299 CV) a 270 kW (367 CV). Emissions combinades de CO₂: 50-64 g/km (NEDC: 46-54 g/km). Consum combinat (de combustible): 17,5-20,3 kWh/100 km.