

DOCUMENT RESUM DE LA REUNIÓ MARCA DE L'HORTA

DINÀMICA PARTICIPATIVA

Dilluns 17 de febrer de 2025, de 18.00 a 20.00.

La Llotja – Sala Davall

1.	ANTECEDENTS	2
2.	PROGRAMA DE LA JORNADA	3
3.	DESENVOLUPAMENT DE LA DINÀMICA PARTICIPATIVA	4
4.	RESULTATS	6
5.	VALORACIÓ FINAL.....	8
6.	Annex I. LLISTAT DE PARTICIPANTS	10

1. ANTECEDENTS

L'Horta és història i patrimoni de Lleida, i també és l'espai agrícola de producció d'aliments, proper i divers. Aquest espai viu no seria la realitat que coneixem sense totes les explotacions i les famílies que hi viuen i hi treballen.

L'Ajuntament de Lleida dinamitza la **marca Horta de Lleida** (<https://marcahorta.paeria.cat/>) amb la voluntat de promocionar i diferenciar els productes agraris del territori, i esdevenir una eina per fomentar el consum de proximitat.

En els darreres mesos s'ha treballat per impulsar la Marca i per aquest motiu es va convocar als seus adherits i altres persones interessades a la **jornada de presentació i debat** celebrada el **dilluns 17 de febrer de 2025 a les 18h**, al Teatre de la Llotja de Lleida (Cafeteria Davall).

L'objectiu de la reunió va ser de donar espai als diferents sectors implicats en la Marca per debatre sobre el seu present i futur, recollint les idees i propostes per potenciar el seu impacte.

Aquest document recull els resultats de la dinàmica participativa i els classifica en diferents possibles línies d'actuació.

2. PROGRAMA DE LA JORNADA

La jornada es desenvolupa segons la previsió inicial:

18.00.- Benvinguda a càrrec de la senyora Begoña Iglesias, 1a Tinent d'Alcalde, Regidora d'Agenda Urbana i Espai Agrari, i Regidoria de Sostenibilitat.

18.15.- Iniciatives municipals per la consolidació de la Marca Horta.

18.45.- Dinàmica i debat per l'impuls de la Marca Horta

19.30.- Torn obert de preguntes.

20.00.- Cloenda de la jornada.



3. DESENVOLUPAMENT DE LA DINÀMICA PARTICIPATIVA

La metodologia de la dinàmica fou la següent.

1. Distribució dels participants en grups de 5-6 persones per diferents espais de la sala.
2. Es plantegen dues preguntes:
 - “Què t’aporta la marca Horta de Lleida?”
 - “Quines actuacions de difusió creus que s’haurien de fer?”
3. Cada grup debat sobre les preguntes i apunta les respostes de cada pregunta en un paper.
4. Finalitza el treball en grup i un representant de cada grup presenta la seva resposta i es penja en un mural.
5. Després de que cada grup presenti les seves propostes, s’obra el debat.





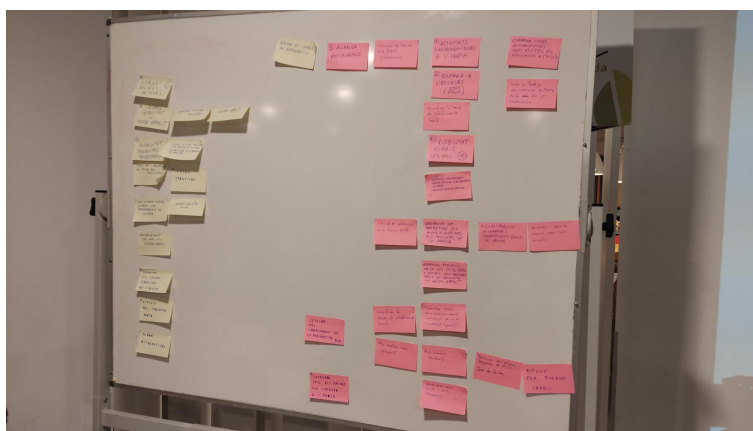
4. RESULTATS

A continuació es mostren totes les respostes per cada pregunta, i s'ordenen per temàtiques:

"QUÈ T'APORTA LA MARCA HORTA DE LLEIDA?"	
Difusió del concepte Horta	DONAR A CONÈIXER L'HORTA, RECONeixAMENT
Promoure els valors singulars de l'Horta	
Reconeixement per part dels consumidors	
Identitat i valoritzar la feina dels productors	
Visibilitat productes de l'Horta	
Senyals d'identitat	
Integrar tots els valors que conviuen a l'Horta	
Fer un relat que expliqui el valor de l'Horta, les torres, una manera singular de viure,...	
Que la marca generi una preferència de compra	MILLORAR VENDES
Més venda	
Aportar prestigi-Qualitat	DIFERENCIACIÓ
Valor afegit	
Segell de qualitat - valor afegit	

"QUINES ACTUACIONS DE DIFUSIÓ CREUS QUE S'HAURIEN DE FER?"	
S'ha de fer pedagogia de la marca Horta de Lleida	DIFUSIÓ GENERAL
Necessitem més ajuts i més promoció	
Fer molta més promoció!	
Xarxes socials actives	
Activació real de la promoció dels productes	
Campanyes de màrqueting per donar a conèixer els productes de la marca	
S'ha de fer pedagogia de la marca Horta	
Fer molta més promoció	
Més accions puntuals	
Participar en algun programa de TV3 - Joc de cartes	
Difusió per diversos canals	
Més ajuts i més promoció	

Marca de l'Horta als <i>mupis</i> del carrer	
Com a bodega, ens interessa la marca Horta per l'enoturisme	GASTRONOMIA I ENOTURSIME
Vincular la marca a la regió gastronòmica	
Arribar als canals de restauració	
Aliança restauració	
Vincular la marca a la regió gastronòmica	
Activitats gastronòmiques a l'Horta	
Generar noves experiències d'art, visites, etc... Vinculades a l'Horta	
Incentivar la venda als establiments locals	DIFUSIÓ ALS ESTABLIMENTS
Indicar als punts de venda "Aquí tenim producte de la marca Horta"	
Incentivar venda als establiments locals	
Visibilitat dels espais - senyalització	
Indicar i que la marca sigui més visual	
Visualització de la marca i identificació dels llocs de venda	NOUS ESPAIS DE VENDA
Entrar a les escoles	
Treballar amb grans establiments comercials per la seva comercialització	
Incentivar la venda als establiments locals	
Dinamitzar els mercats amb la marca Horta	FORMACIÓ
Generar formació des de la UdL, IRTA, Parc Científic per transformació de producte i valor afegit	
Activitats didàctiques amb les escoles	ACTIVITATS AMB LES ESCOLES
Vetllar pel compliment de la normativa marca Horta	SEGUIMENT INSCRITS DE LA MARCA



5. VALORACIÓ FINAL

En aquest apartat es fa la valoració global i la interpretació de les diferents propostes que s'ha exposat.

En relació a la pregunta de “**Què t’aporta la marca Horta de Lleida?**”, les respostes es basen en:

- **DONAR A CONÈIXER L'HORTA, RECONeixAMENT.** La marca s'identifica com una eina per posar en valor l'Horta de Lleida, com a territori i com a manera de fer diferenciada d'altres espais agraris. La marca de l'Horta genera identitat.
- **MILLORAR LES VENDES.** En menor mesura la marca es percep com una manera de diferenciar els productes agraris de l'Horta, de manera que generi unes majors vendes i o preferència de compra davant d'altres productes.
- **DIFERENCIACIÓ.** La marca es percep com a una marca de qualitat, que es diferencia de la resta pel valor afegir que atorga la proximitat i la qualitat dels seus productes

En relació a la pregunta de “**Quines actuacions de difusió creus que s’haurien de fer?**”, les respostes es basen en:

- **DIFUSIÓ GENERAL.** Es percep la necessitat de difondre la marca entre la ciutadania de manera general, per explicar-la i que la gent la identifiqui amb l'Horta de Lleida i els seus productes alimentaris.
- **GASTRONOMIA I ENOTURSIME.** Es relaciona el potencial de la gastronomia i l'enoturisme amb la divulgació dels valors de la marca de l'Horta. La restauració (gastronomia) posa en valor els productes agraris de proximitat.

- **DIFUSIÓ ALS ESTABLIMENTS.** Es detecta la necessitat de visibilitat la marca Horta de Lleida als establiments de venda de manera que sigui fàcilment identificable pels consumidors.
- **NOUS ESPAIS DE VENDA.** Es proposa introduir, donar visibilitat i potenciar els productes de l'Horta als espais de venda tals com la gran distribució, les escoles els mercats i o les establiments locals.
- **FORMACIÓ.** Es percep la necessitat d'endegar cursos, o similar, de cara a capacitar els agricultors vers la transformació i la generació de valor afegit que augmenti la viabilitat de les finques de l'Horta.
- **ACTIVITATS AMB LES ESCOLES.** Es destaca el paper de les escoles de cara a explicar als més joves la importància de l'Horta, el seu origen i les seves tradicions.
- **SEGUIMENT INSCRITS DE LA MARCA.** Per altra banda, surt de manifest la necessitat de generar seguretat a la marca i endegar els mecanismes que estableix el Reglament per garantir l'origen dels productes a les persones consumidors/es.



6. Annex I. LLISTAT DE PARTICIPANTS

El llistat de persones que varen assistir a la jornada foren:

	Nom	Empresa/Entitat
1	Jordi Garreta	Bovigar Agropecuaria, SLU
2	Arcadi	Arilfrut SA
3	Joan Blanch	Melmelades i conserves Blanch SL
4	Carlos	Sanui Fruits SAT
5	Jordi Torra	Del Tros a la Llar - Jordi Torra Tora
6	Canon López	Del Tros a la Llar - Jordi Torra Tora
7	Francesc Rosselló	Aromes de Can Rosselló - Mónica Roselló Martinez
8	Núria	Aromes de Can Rosselló - Mónica Roselló Martinez
9	Marc Vives Bonet	Marc Vives Bonet
10	Carlos Pifarré	Associació per a la interpretació de l'Horta de Lleida - Granja Pifarré
11	Joan Pifarré	Associació per a la interpretació de l'Horta de Lleida - Granja Pifarré
12	Marc Vilà	GERMANS VILA ROY SCP
13	Jaume Badia Serrano	Jaume Badia Serrano
14	Isaac Casanovas	Ilersis
15	Toni Alonso	Ilersis
16	Pere Escudé	Vins Celler Torres de Sanui
17	Xavier Bonet	Vins Celler Torres de Sanui

18	Meritxell Pastor	Ajuntament de Lleida - Horta
19	Joan Muntané	Ajuntament de Lleida - Fundació Lleida 21
20	Anabel Altisent	Ajuntament de Lleida - Salut pública
21	Ariadna Sauquet	Ajuntament de Lleida - Salut pública
22	Maria Ortiz	Ajuntament de Lleida - Mercats i consum
23	Mireia Mercadé	Ajuntament de Lleida - Mercats i consum
24	Violant Cervera Gòdia	Ajuntament de Lleida - Grup municipal de Junts
25	David Melé Garcés	Ajuntament de Lleida - Grup municipal de Junts
26	Begoña Iglesias	Ajuntament de Lleida - Horta - Grup municipal PSC
27	Joan Queralt	Ajuntament de Lleida - Horta - Grup municipal PSC
28	Marta Tristany	Ajuntament de Lleida - Grup municipal PP
29	Sergio Gonzalez	Ajuntament de Lleida - Grup municipal PP
30	Marina Pifarré	Ajuntament de Lleida – Grup municipal Comú de Lleida
31	Josep Tlemsai	Ajuntament de Lleida – Grup municipal Vox
32	Dolors Comes	FAVLL
33	Francesc Montardit	FAVLL