LLIBRE **BLANC**

del sector del PEIX

A **CATALUNYA**

Generalitat de Catalunya

Unió Europea
Fons Europeu Marítim i de la Pesca

Gremi de Peixaters de Catalunya

LLIBRE **BLANC**

del sector del PEIX

A **CATALUNYA**

EL PEIX

Tens la cua
virolada,
tens escates
molt lluents.
Tot nedant
obres la boca,
però sense dir mai res.

Núria Albó i Corron

BLOC I: EL SECTOR PESQUER

1.1. Aproximació al sector pesquer en l'àmbit mundial i europeu 20
1.1.1. Pes i valor de la producció de laproducció pesquera en l'àmbit internacional 22
1.1.2. La flota pesquera en l'àmbit internacional 24
1.1.3. Impacte socioeconòmic del sector 26

1.2. Anàlisi del sector català en l'àmbit estatal 30
1.2.1. Aproximació al sector pesquer nacional 32
1.2.2. Anàlisi del pes, valor i evolució de les captures per àrea geogràfica i modalitat de conservació 34
1.2.3. Anàlisi del pes, del valor i de l'evolució de les captures a Catalunya per llotja i comarca 46

1.3. Anàlisi de la flota pesquera segons modalitats de pesca i àmbit geogràfic 56
1.3.1. Anàlisi de l'evolució del nombre d'embarcacions i captures segons modalitat de pesca a Espanya i al Mediterrani 58
1.3.2. Anàlisi de l'evolució del nombre d'embarcacions i captures segons modalitat de pesca a Catalunya 60
1.3.3. Anàlisi comparativa de l'evolució del nombre d'embarcacions i captures segons modalitat de pesca a Espanya, la Mediterrània i Catalunya 62

1.4. Anàlisi de l'aqüicultura per àmbit geogràfic 66
1.4.1. Anàlisi de la producció, del valor i de l'evolució de l'aqüicultura a Espanya 68
1.4.2. Anàlisi de la producció, del valor i de l'evolució de l'aqüicultura a Catalunya 72
1.4.3. Anàlisi comparativa de l'evolució dels àmbits geogràfics 76

BLOC II: LES LLOTGES DE MAR

2.1. Trets estructurals i inventari de les llotges de mar a Catalunya 80
2.1.1. Llotja de Llançà 82
2.1.2. Llotja del Port de la Selva 84
2.1.3. Llotja de Roses 86
2.1.4. Llotja de l'Escala 88
2.1.5. Llotja de Palamós 90
2.1.6. Llotja de Sant Feliu de Guíxols 94
2.1.7. Llotja de Blanes 98
2.1.8. Llotja d'Arenys de Mar 102
2.1.9. Llotja de Badalona 104
2.1.10. Llotja de Barcelona 106
2.1.11. Llotja de Vilanova i la Geltrú 108
2.1.12. Llotja de Tarragona 110
2.1.13. Llotja de Cambrils 112
2.1.14. Llotja de l'Ametlla de Mar 114
2.1.15. Llotja de l'Ampolla 116
2.1.16. Llotja de Deltebre 118
2.1.17. Llotja de Sant Carles de la Ràpita 120

2.2. Comercialització, problemàtiques, necessitats i bones pràctiques 122
2.2.1. Organització i comercialització a les llotges catalanes 124
2.2.2. Relleu generacional i rendibilitat de l'activitat pesquera a Catalunya 126
2.2.3. Comunicació promoció i traçabilitat del producte pesquer de llotja 128
2.2.4. Administració, gestió i ajudes a les llotges 130
2.2.5. Bones pràctiques en sostenibilitat, divulgació, diversificació i diferenciació 132

BLOC III: LA DISTRIBUCIÓ

3.1. La distribució majorista del producte pesquer a Catalunya 138

3.1.1. El mercat central del peix de Mercabarna 140

3.1.2. Activitats complementàries: Zona ZAC i Centre Interactiu del Peix 144

3.2. Trets estructurals bàsics i evolució de la distribució comercial del producte pesquer a Catalunya 146

3.2.1. Anàlisi de l'estructura comercial a Catalunya. 148

3.2.2. Anàlisi del comerç al detall del peix a Catalunya per àmbit geogràfic, canal i mètode de conservació 156

3.3. Anàlisi de l'activitat i característiques del Gremi de Peixaters de Catalunya 162

3.3.1. El gremi: estructura, organització i àmbit d'actuació 164

3.3.2. Serveis i actuacions promogudes 166

3.3.3. El perfil dels agremiats 168

3.4. Anàlisi del perfil i característiques dels detallistes de la venda de peix fresc 172

3.4.1. Anàlisi de l'activitat i segmentació de les peixateries a Catalunya 174

3.4.2. Anàlisi del perfil i segmentació del consumidor de les peixateries a Catalunya 180

BLOC VI: EL CONSUMIDOR

4.1. Anàlisis del consum per àmbit geogràfic 188

4.1.1. Dades macroeconòmiques del consum i la despesa en producte pesquer en l'àmbit europeu 190

4.1.2. Anàlisi del consum i la despesa per llars i àmbit geogràfic 192

4.2. Anàlisis del perfil i dels hàbits de compra del consumidor 200

4.2.1. Segmentació del consumidor segons perfil sociodemogràfic 202

4.2.2. Anàlisi dels hàbits de compra i consum 206

BLOC V: ENTORN I TENDÈNCIES

5.1. Entorn i tendències del sector pesquer 213

5.1.1. Entorn del sector pesquer 214

5.1.2. Tendències del sector pesquer 222

5.2. Tendències al sector de la distribució 226

5.2.1. Tendències al comerç detallista 228

5.2.2. Tendències al comerç del producte pesquer 230

BLOC VI: CONCLUSIONS DE LA FASE ANALÍTICA

6.1. Conclusions del sector pesquer 234
6.1.1. Conclusions de caràcter transversal i tendències amb impacte als diferents àmbits geogràfics 236
6.1.2. Conclusions relatives a la pesca de captura 240
6.1.3. Conclusions relatives a l'aqüicultura 242

6.2. Conclusions de les llotges 244
6.2.1. Conclusions relatives al desenvolupament de l'activitat i continuïtat de les confraries 246
6.2.2. Conclusions relatives a la posició competitiva de les confraries 248

6.3. Conclusions de la distribució majorista i detallista 250
6.3.1. Conclusions relatives al sector de la distribució 252
6.3.2. Conclusions relatives a la distribució detallista 256

6.4. Conclusions del consumidor 260
6.4.1. Conclusions relatives al consum 262

6.5. Conclusions relatives de l'entorn i les tendències 266
6.5.1. Conclusions relatives a l'entorn 268
6.5.2. Conclusions relatives a les tendències 270

BLOC VII: DAFO

7.1. Punts forts 276
7.2 Punts febles 280
7.3. Oportunitats 284
7.4. Amenaces 288

BLOC VIII: PLA ESTRATÈGIC D'ACTUACIÓ

8.1. Objectius i estratègies 294
8.1.1. Objectiu 1. Enfortir la posició competitiva i negociadora dels diferents actors amb incidència en el sector 296
8.1.2. Objectiu 2. Actualitzar i adaptar els rols dels diferents agents a les seves particularitats i a la realitat del seu entorn 298
8.1.3. Objectiu 3. Garantir la continuïtat i la viabilitat del sector pesquer local 300
8.1.4. Objectiu 4. Incrementar la quota de mercat i la rendibilitat de la distribució detallista 302
8.1.5. Objectiu 5. Promocionar, valoritzar i impulsar el consum del producte pesquer 304

8.2. Pla d'acció 306
8.2.1. Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer 308
8.2.2. Les Organitzacions de Productors de Pesca (OPP) 310
8.2.3. Centres logístics i concentració de confraries 312
8.2.4. Revisió dels marcs legals i dels requeriments a què se sotmet el sector pesquer 314
8.2.5. Formació i suport per a la gestió en línia 316
8.2.6. Suport a la producció aqüícola i reconsideració del rol del sector pesquer com a sector productiu en sentit ampli 318
8.2.7. La Guia per a la gestió i el desenvolupament d'activitats de turisme pesquer a les confraries i les Jornades per la Diversificació Sostenible en l'Àmbit Turístic 320
8.2.8. Actualitzar el model de negoci de les peixateries. Ampliar els serveis i la gamma de productes pesquers a la venda a les peixateries 322
8.2.9. Desenvolupar el posicionament de les peixateries, també com a especialistes del congelat sense additius 324
8.2.10. El Gremi com a facilitador de l'actualització del model de negoci 326
8.2.11. El Gremi com a facilitador de l'ampliació de la gamma de producte i de la millora de l'experiència de compra 328
8.2.12. Segell de centre o establiment per a la sostenibilitat del medi marí 330

8.2.13. Visibilitzar l'Agència del Patrimoni Natural i la Biodiversitat 332
8.2.14. Ajuts per a l'actualització i la sostenibilitat d'embarcacions d'arrossegament 334
8.2.15. Portes obertes i pràctiques per a futurs mariners 336
8.2.16. Presència de la professió de pescador als diversos Salons de l'Ensenyament del territori 338
8.2.17. Manual de bones pràctiques en la diversificació del sector pesquer. Pla d'obertura de les llotges 340
8.2.18. Catàleg del mar 342
8.2.19. La setmana del mar a les escoles 344
8.2.20. L'estand del peix als campus universitaris 346
8.2.21. L'Espai del Peix i les especialitzacions 348
8.2.22. Programa per a l'impuls de les botigues fusió 350
8.2.23. IVA reduït 352
8.2.24. Adequació de les captures a l'oferta i la demanda de forma coordinada al conjunt del territori. 354
8.2.25. Reforçar el reconeixement de la marca Peix de Llotja amb l'eslògan "El Peix de KM 0" 356
8.2.26. "Ara peix", la revista del peix en paper i en línia amb suplement infantil 358
8.2.27. L'APP del peix 360
8.2.28. "El meu peixater de capçalera" 362
8.2.29. Màster Peix 364
8.2.30. Patrocini FCBarcelona 366
8.2.31. El youtuber del peix 368
8.2.32. Food trucks de peix per a festivals 370
8.2.33. Descomptes amb el Carnet Jove 372
8.2.34. Peixateries com a espai de vida saludable 374
8.2.35. Càpsules audiovisuals i continguts especialitzats per als terminals tàctils als punts de venda 376
8.2.36. Gamificacioó per a infants a les peixateries 378
8.2.37. Impulsar la presència de la primera venda en línia per facilitar la compra als detallistes 380
8.2.38. Replantejament dels horaris comercials del producte pesquer 382

GLOSSARI 386

ÍNDEX DE GRÀFICS 388

ÍNDEX DE TAULES 391

Direcció:
Miquel Rodriguez

Cap de projecte i direcció de continguts:
Ariadna Camí

Gestió i analisi de dades:
Helena Garbí
Flavio Henrique

Treball de camp:
Ariadna Camí
Helena Garbí
Rosa Genís
Miquel Rodriguez

Fotografies:
Incotur S.L.

Disseny i maquetació:
Laura Lázaro

Correcció de textes:
Núria Recasens

Introducció

"La mar és gran vida de la terra" va escriure el savi gironí Francesc d'Eiximenis ja al segle XIV. Aquesta és una de les al·lusions més antigues conegudes d'això que avui es coneix com a economia blava. I la pesca, i el peix, des de l'inici dels temps, han estat el pilar central d'aquesta economia del mar. Catalunya ja va néixer sent un país marítim amb totes les seves dimensions, i el peix forma part de la vida i l'essència dels habitants d'aquest territori de la mediterrània nord-occidental des de sempre. De Barcelona estant, una visita a la factoria de garum al subsol romà de la ciutat ens reconnecta immediatament amb aquesta herència.

Actualment, el consum per càpita de peix a casa nostra és un dels més elevats a Europa i, per descomptat, a la Mediterrània. Pel que fa a les captures pesqueres, malgrat les limitacions de la nostra mar explotada des d'antic i, amb una gran pressió humana, els desembarcaments resten dels més elevats del nostre entorn, doblant, a tall d'exemple, els de tota la França mediterrània. El sistema d'organització del sector extractiu al voltant de les confraries de pescadors està íntimament arrelat i estructurat al territori, amb un gran equilibri pel que fa les costes de Ponent i Llevant del país. La producció es completa amb una industria aqüícola diversa, terra endins i al mar, que produeix des de microalgues a mol·luscs i peixos. Aquest producte local de qualitat extrema, pescat diàriament i consumit poc després de sortir de les llotges, és només la punta de l'iceberg d'un consum de peix procedent d'altres mars, el qual ens arriba als consumidors gràcies a una xarxa d'emprenedors altament professionals en el camp de la importació i distribució, mercats majoristes, venedors detallistes i cadenes de supermercats. A tot això, a més, li hem d'afegir una industria transformadora innovadora.

Tot plegat conforma una veritable constel·lació d'actors al voltant del peix que nodreix una gastronomia netament mediterrània i, en darrer terme, una veritable cultura.

Però els temps canvien i ens porten nous reptes. El ritme de vida modern ha portat a una ràpida mutació dels patrons de consum, que ha anat en paral·lel a la creixent alienació del consumidor respecte la realitat dels sistemes naturals de producció d'aliments. I, superposat a tot això, una limitació a escala global de la capacitat productiva de les nostres mars.

Grans reptes que criden a grans solucions. A Catalunya, la concertació entre els actors ha donat pas al model de gestió pesquera més avançat d'Europa pel que fa a la gestió participativa mitjançant la cogestió, amb vocació de gestió bioeconòmica de l'activitat. I l'Estratègia Marítima de Catalunya 2030, en fase d'aplicació, aposta pel peix com a un dels pilars de l'economia blava del país, a més de font de salut i benestar per a la ciutadania.

Per tot això, des de la Direcció General de Pesca i Afers Marítims del Departament d'Agricultura, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya volem saludar aquest Llibre Blanc del sector del Peix a Catalunya, un estudi llargament esperat, que ens ha de guiar en aquesta gran política de concertació entre administració i actors del món del peix per tal d'entomar els reptes i transitar envers un futur immediat on el peix i el seu món segueixin ocupant el lloc central que els pertoca.

Sergi Tudela
Director general de Pesca i Afers Marítims
Generalitat de Catalunya



Presentació

A vegades les necessitats ens fan ser agosarats. Des del Gremi teníem clar que els nostres negocis havien de transformar-se, i que necessitàvem fer un pla seriós per intentar posar la nostra professió en un estadi de futur; no era fàcil fer-ho sense tenir clar quina era la realitat actual del nostre sector, quines eren les mesures a prendre i, per sobre de tot, quins companys de viatge serien els idonis per treballar conjuntament i poder assolir els objectius fixats.

Anteriorment aquest neguit ja ens va portar a treballar en una enquesta que, liderada per l'Ajuntament de Barcelona i Mercabarna, es va fer a majoristes i peixaters amb la intenció de veure la possibilitat de poder engegar un pla conjunt de promoció, formació i dinamització del sector, però evidentment si parlem del sector, veurem que hi falten les confraries, la logística i els clients finals.

Varem entendre doncs que calia un treball més complet, que calia consultar i preguntar a totes les diferents parts del sector i que calia la realització d'un Llibre Blanc que ens guies en aquesta transformació, i aquí és on va entrar en joc la Conselleria d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, que es va comprometre institucionalment i econòmicament per tirar endavant el Llibre Blanc del peix a Catalunya, i a qui vull donar en nom del sector les gràcies.

Ara tenim l'eina, una eina que diu moltes coses i que ens marca un camí net d'incerteses. Cal que tots ens posem d'acord en treballar conjuntament per aconseguir el que tots volem, una llarga i millor vida al sector del peix a Catalunya.

Alejandro Goñi i Febrer
President Gremi de Peixaters de Catalunya

Hem realitzat aquest llibre Blanc del Peix i la Pesca a Catalunya, analitzant i valorant els diversos actors que intervenen en tot el ecosistema del sector. Des de el seu inici en el mar, i el seu pas per les Llotges Catalanes, passant per el canal i canals majoristes, Mercat Central del Peix, així com les diferents formats de la distribució comercial, tant amb els establiments en regim d'autoservei com evidentment amb els peixaters especialitzats.

En l'anàlisi es barregen multitud d'aspectes, que van tant des de la tradició, passant per els aspectes humans i familiars, l'evolució sectorial i tecnològica, la revolució del consum, amb les noves estructures familiars.

El mar, la mar, tant propera i sovint tant allunyada de les nostres prioritats i dels nostres pensaments.

El peix, la pesca amb totes les seves variants, es una feina d'autèntica artesania que va des de com es pesca, com es manipula, i com es ven en el comerç al detall. Sovint no li hem donat la importància que te. Molt especialment en un país com el nostre amb mes de 826 km. de costa, amb 19 llotges de pescadors, amb mes de 30 confraries, gairebé 700 embarcacions, un mercat central del peix, líder a Europa, i gairebé 3200 establiments comercials que venen peix a Catalunya.

Catalunya, amb mes de 50 varietats d'espècies cal que li doni tota la importància en aquest sector, donant en els professionals les eines per desenvolupar satisfactòriament una feina dura com es la pesca i la seva comercialització. A la vegada cal que demanem la màxima professionalitat, i obertura de mires a tots els actors del ecosistema de la pesca. No son moments per egoistament defensar exclusivament les posicions particulars i de màxim localisme, quan estem en un entorn econòmic tant desenvolupat, sofisticat i agressiu.

Son moments ens el que cal cuidar amb idèntica intensitat el peix, els pescadors, el mar, els peixaters, i les noves formules de comercialització possibles.

Som davant una situació de certa perplexitat, ja que tenim tota una colla de imputs a favor del peix i del seu consum i quan els sumem, la suma que dona es negativa.

El peix es una magnífica font de salut, el mar cal que el cuidem i el respectem, la dieta mediterranea es alabada per tothom, el peix blau porta tots els greixos que ens recomanen per la nostra salut. I en canvi som front de una disminució del consum de peix, que no para.

Volem amb aquest Llibre Blanc, contribuir de forma decidida a la millora integral del sector. Pensem que cal que els professionals, prenguin consciència del moment històric en el que ens trobem, i que apliquin esforços i generositat a parts iguales en el desenvolupament dels programes de millora i transformació sectorial que son imprescindibles.

Volem així mateix donar les gracies al Gremi de Peixaters de Catalunya, i al seu President Sr. Alex Goñi per la confiança depositada en la nostra feina, així com a direcció General de Pesca i al seu director Sr. Sergi Tudela, Itziar Segarra i a Pilar Todó, que amb la seva experiència, energia i convicció ens han orientat en la realització del treball.

Han estat fonamentals totes les informacions recollides dels Patrons Majors de totes les Confraries, i de forma especial al Sr Antoni Abad, President de la Federació Nacional de Confraries, així com de cada un dels secretaris de les confraries de Pescadors de Catalunya.

A tots i cada un d'ells volem donar molt sincerament les gracies, per la seva predisposició a la millora del sector.

Miquel Rodríguez
Director INCOTUR

Agraïments

Volem agrair la col·laboració de totes aquelles persones que han fet possible la realització del Llibre Blanc del sector del Peix a Catalunya i fer valer la seva contribució. Aquesta, ens ha permès obtenir un coneixement en profunditat de les diverses realitats i actors rellevants del sector del producte pesquer.

En primer lloc, volem fer un agraïment al Sr. Àlex Goñi, president del Gremi de Peixaters, per la confiança en l'equip d'Incotur SL i per les seves aportacions i opinions, així com a la Sra. Olga Domènech per les informacions i coneixements sectorials aportats.

Agraïm també, de forma especial, no només les seves contribucions, sinó també la bona disposició i la rebuda a l'equip de treball de les persones que es relacionen a continuació, amb les quals hem tingut l'oportunitat de realitzar entrevistes en profunditat de gran valor.

Sr. Antoni Abad, patró major de la Confraria de Pescadors de Roses

Sra. Bet Abad, directora de l'Agència Catalana del Consum

Sr. Antoni Albalat, patró major de la Confraria de Pescadors de Palamós

Sra. María Luisa Álvarez, directora-gerent de FEDEPESCA

Sr. Manel Ametller, secretari de la Confraria de Pescadors de Vilanova i la Geltrú

Sr. Joan B. Balagué, secretari de la Confraria de Pescadors de Sant Carles de la Ràpita (Verge del Carme)

Sr. Manel Balfegó, president de Balfegó

Sr. Cristina Banya, gerent de la Confraria de Pescadors de Palamós

Sr. Rafael Borràs Garcia, secretari de la Confraria de Pescadors de Llançà

Sr. Miquel Brull, patró major de la Confraria de Pescadors de l'Ametlla de Mar

Sra. Íngrid Buera, directora de l'Àrea de Negocis de Mercabarna

Sr. Jaume Carnicer, patró major de la Confraria de Pescadors de Vilanova i la Geltrú

Sr. David Carrasco, patró major de la Confraria de Pescadors de Badalona

Sra. Lídia Carrasco, secretària de la Confraria de Pescadors de Badalona

Sr. Pascual Chacón, secretari de la Confraria de Pescadors de Deltebre

Sr. Claudio Claudio, director general de Peixos Claudio

Sr. Jordi Cubells, director general de Maresmar

Sr. Xavier Domènech, secretari en funcions de la Confraria de Pescadors de Blanes

Sr. Josep Duran, del Gremi de Majoristes del Peix de Mercabarna

Sr. Eusebio Esgleas, patró major de la Confraria de Pescadors de Blanes

Sr. Jordi Fulcarà Mayné, patró major de la Confraria de Pescadors de Llançà

Sr. Josep Garcia, director de Gamba de la Costa

Sr. Francisco Gil, patró major de la Confraria de Pescadors de Cambrils

Sra. Elisenda Goñi, de Sunta Peixaters

Sr. Lluís Sureda, de la Confraria de Pescadors de l'Escala

Sr. Jose María Juárez, patró major de la Confraria de Pescadors de Barcelona

Sr. Àngel Máñez, president del Gremi de Majoristes del Peix

Sr. Josep M. Marco, del Gremi de Majoristes del Peix

Sr. Carmelo Martínez, patró major de la Confraria de Pescadors de Sant Feliu de Guíxols

Sr. Antonio Marzoa, patró major de la Confraria de Pescadors d'Arenys de Mar

Sra. Clàudia Masdeu, secretària de la Confraria de Pescadors de Cambrils

Sr. Albert Melià, sub-director general de Disciplina de Mercat

Sr. Manel Pintanel, de Peixos Pintanel

Sr. Salvador Rovira, secretari de la Confraria de Pescadors de Sant Feliu de Guíxols

Sra. M. Rosa Sans i Sans, secretària de la Confraria de Pescadors de Tarragona

Sr. Pere Sunyé, secretari de la Confraria de Pescadors del Port de la Selva

Sr. Josep Tejedo, director general de Mercabarna

A tots ells, moltes gràcies.



BLOC I

El sector pesquer

1.1. Aproximació al sector pesquer en l'àmbit mundial i europeu
1.2. Anàlisi del sector català en l'àmbit estatal
1.3. Anàlisi de la flotapesquera segons modalitats de pesca i àmbit geogràfic
1.4. Anàlisi de l'aqüicultura per àmbit geogràfic

1.1
Aproximació al sector pesquer en l'àmbit mundial i europeu

1.1.1 Pes i valor de la producció de la producció pesquera en l'àmbit internacional
1.1.2 La flota pesquera en l'àmbit internacional
1.1.3 Impacte socioeconòmic del sector

Amb l'objectiu de contextualitzar la situació del sector pesquer a Catalunya, es realitza, en aquest apartat, una aproximació a la seva realitat en l'àmbit mundial, d'acord amb les dades i les valoracions de la FAO i dels estudis de MERCASA Alimentación en España 2018 i Estado mundial de la pesca 2018.

A continuació s'analitzen dades relatives al pes i al valor de la producció pesquera mundial, al nombre d'embarcacions i a l'impacte socioeconòmic del sector.



1.1.1. PES I VALOR DE LA PRODUCCIÓ DE LA PRODUCCIÓ PESQUERA EN L'ÀMBIT INTERNACIONAL

La producció pesquera mundial va arribar, el 2017, als 166,4 milions de tones de peix, considerant, sota aquest concepte, peix, crustacis, mol·luscs i altres animals aquàtics, i excloent-ne mamífers i plantes aquàtiques.

Per tipologia de producció, la pesca de captura compta amb un pes relatiu superior al de l'aqüicultura, amb un 55,7% i un 44,2% respectivament.

Mentre que la producció de la pesca de captura es manté estable des dels anys 90, ha estat el creixement sostingut de l'aqüicultura el que ha permès abastir la demanda de consum de peix. Aquesta demanda s'ha incrementat per sobre del creixement mundial de la població, i ha passat de 9 quilos per càpita, el 1961, a poc més de 20 quilos per càpita en l'actualitat.

En l'evolució percentual de la producció pesquera, segons si procedeix de la pesca de captura o de l'aqüicultura, s'observa que la darrera va guanyant terreny de forma sostinguda i discreta fins al 2016, malgrat que no arriba a superar la producció procedent de la pesca de captura. El gràfic que segueix en mostra l'evolució fins al 2017.

Cal tenir en compte la desacceleració dels increments de producció aqüícola, els quals registraven índexs de creixement interanuals, durant les dècades de 1980 i 1990, superiors al 10%.

En observar les principals potències pesqueres quant a producció procedent tant de l'aqüicultura com de la pesca de captura, es detecta l'existència d'una concentració significativa a l'Àsia, i la Xina, Indonèsia, els Estats Units, Rússia i el Japó són els països que lideren el rànquing. En l'àmbit europeu, Noruega lidera el sector, seguida d'Espanya, el Regne Unit i Dinamarca.

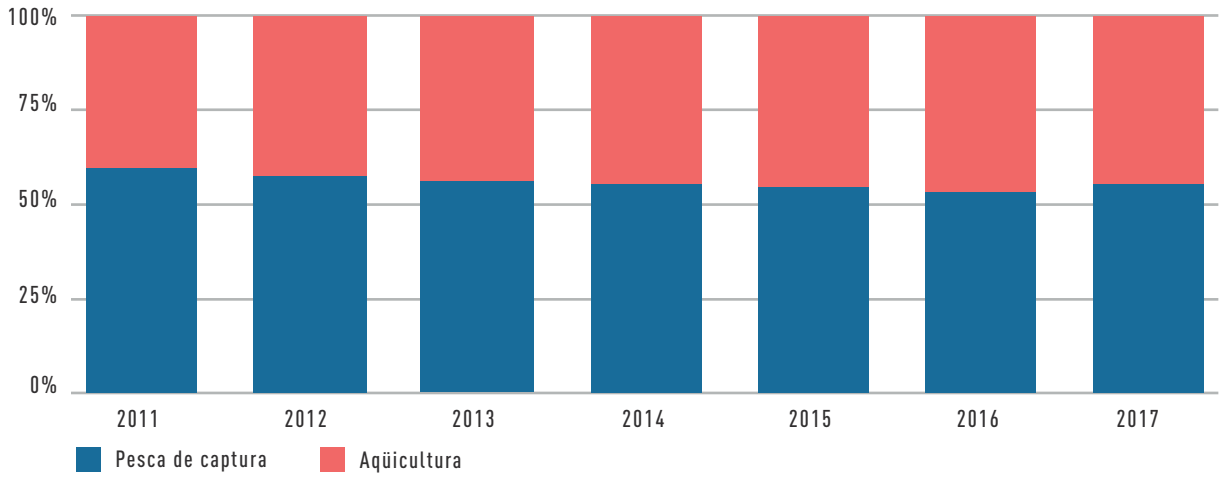
Cal tenir en compte, en aquest punt, dues dades rellevants: d'una banda, que els 25 principals productors de pesca de captura acumulen el 82,1% del conjunt de la producció mundial i, de l'altra, el fet que la Xina produeix anualment més peix comestible cultivat que tota la resta del món des del 1991, malgrat que la seva contribució ha disminuït gradualment. Aquests fets tenen un gran impacte per al total del subministrament mundial de peix.

La producció pesquera també es pot segmentar, segons la seva procedència geogràfica, en continental i marítima. La marítima és la més freqüent, amb un pes del 81,5% sobre el total.

El quadre que segueix mostra el detall de l'evolució de la pesca de captura i de l'aqüicultura en milers de tones del 2011 al 2017, si prenem en consideració aquesta variable.

D'acord amb les informacions aportades per l'estudi Estado mundial de la pesca, i si considerem ara el valor total de la primera venda del peix, que té en compte també crustacis i mol·luscs, provinent tant de pesca de captura com aqüícola, aquesta es va estimar el 2017 en 362.000 milions d'USD, dels quals 232.000 milions provenien de la producció aqüícola.

GRÀFIC 1. Evolució de la producció pesquera per tipologia



D'aquesta manera, mentre que l'aqüicultura se situa al voltant del 46% de la producció, el valor dels seus productes en primera venda acumula fins al 64% del valor total de primera venda, de la qual cosa es desprèn un preu mitjà per tona superior del producte procedent d'aquesta modalitat de producció respecte del producte procedent de la pesca de captura.

Amb tot, cal esmentar que el 31,4% de les poblacions de peixos registren un nivell d'explotació no sostenible, amb nivells excessius de captures. En aquest sentit, i d'acord amb el seguiment realitzat per la FAO, cal posar en relleu que l'estat dels recursos pesquers marins ha seguit empitjorant.

TAULA 1: Evolució de la distribució de la producció pesquera per modalitats i procedència geogràfica en l'àmbit internacional

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pesca de captura							
Continental	10,7	11,2	11,2	11,3	11,4	11,6	11,6
Marítima	81,5	78,4	79,4	79,9	81,2	79,3	81,5
Total	92,2	89,6	90,6	91,2	92,6	90,9	93,1
Aqüicultura							
A. continental	38,6	42	44,8	46,9	48,6	51,4	47,1
A. marítima	23,2	24,4	25,4	26,8	27,5	28,7	26,7
Total	61,8	66,4	70,2	73,7	76,1	80,1	73,8
TOTAL	154	156	160,8	164,9	168,7	171	166,9



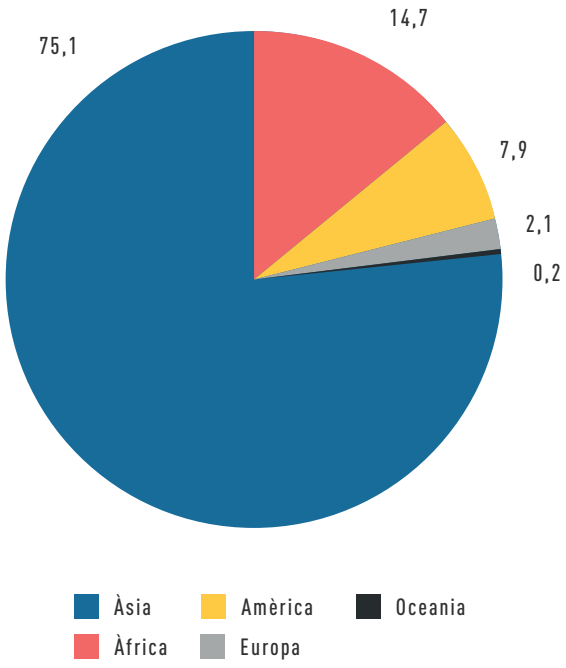
1.1.2. LA FLOTA PESQUERA EN L'ÀMBIT INTERNACIONAL

S'estima que al món hi ha aproximadament 4,6 milions d'embarcacions pesqueres, des d'embarcacions sense coberta i embarcacions sense motor fins a grans bucs industrials.

El volum de la flota es presenta estable en els darrers exercicis i es distribueix per països de forma similar a la distribució dels volums de pesca analitzats anteriorment. En aquest sentit, i d'acord amb dades del 2017, Àsia acumula tres quartes parts de la flota mundial, seguida d'Àfrica, amb gairebé el 15% de la flota mundial. Europa, per la seva banda, supera lleugerament el 2% de la flota mundial, mentre que Amèrica n'acumula un 7,9% i el 0,2% restant s'ubica a Oceania.

A continuació, veiem de forma gràfica la distribució de les embarcacions per continent.

GRÀFIC 2. Distribució de les embarcacions per continent



En aquest context, cal destacar el fet que la flota pesquera espanyola, composta per unes 9.300 embarcacions, té un pes molt rellevant dins de la Unió Europea i acumula poc més de l'11% de les embarcacions en aquest àmbit geogràfic. Així, Espanya se situa com a tercer país en nombre d'embarcacions, darrere només de les flotes grega i italiana.

Per tipologies, d'acord amb les dades de MERCASA del 2018, el 64% d'embarcacions disposa de motor, i la immensa majoria d'aquestes compta amb menys de 12 metres d'eslora. A l'altre extrem, amb unes 64.000 embarcacions en total, trobem els grans vaixells de pesca amb més de 24 metres d'eslora.

La proporció d'aquestes embarcacions de grans dimensions és més elevada a Oceania, a Europa i a Amèrica del Nord, de la qual cosa es desprèn l'existència d'una relació inversament proporcional entre el nombre d'embarcacions i les seves dimensions.

GRÀFIC 1. FONT: FAO. "Estado Mundial de la pesca 2018" i MAPA "la alimentación en España 2018"

TAULA 1. Estado mundial de la pesca

GRÀFIC 2. Font: MERCASA 2018

1.1.3. IMPACTE SOCIOECONÒMIC DEL SECTOR

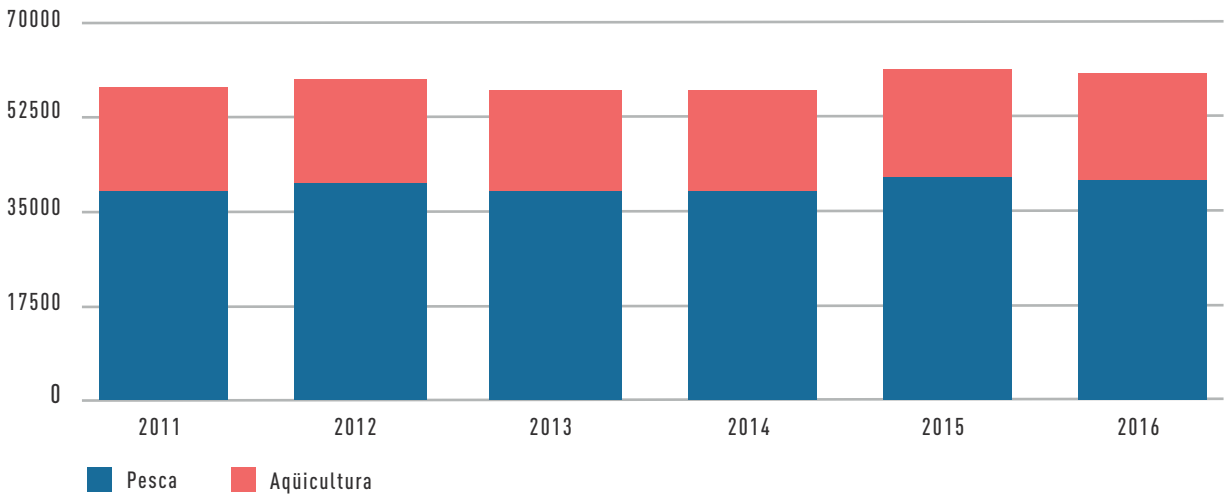
Gairebé 60 milions de persones de tot el món es dediquen professionalment a la pesca i a l'aqüicultura, especialment a Àsia, on el 2017 es concentrava el 84% de les persones que es dediquen al sector primari de la pesca i l'aqüicultura. D'aquestes, gairebé una tercera part treballen en el camp de l'aqüicultura, mentre que la resta ho fa en el de la pesca de captura.

Seguint la lògica de la producció pesquera i la millora tecnològica aplicada a les embarcacions, el nombre de treballadors ha registrat, des del 1990, increments en aqüicultura i davallades en pesca de captura. Tanmateix, en xifres globals, s'observa una tendència global a l'alça del nombre de treballadors des del 1995 fins al 2010, per estabilitzar-se en els anys posteriors, tal com mostra el gràfic que segueix.

Les tendències en el nombre de professionals dedicats al sector primari de la producció pesquera varien segons la regió. Mentre Europa i Amèrica del Nord són les regions que registren els majors descensos, especialment en l'àmbit de la pesca de captura, Àfrica i Àsia, amb creixements demogràfics rellevants, presenten un creixement positiu del nombre de persones dedicades a la producció pesquera, amb major intensitat en l'aqüicultura.

Per la seva banda, Amèrica llatina i el Carib registren creixements moderats, malgrat que la producció aqüícola mostra índexs de creixement significatius. Aquest fet es deu, en bona part, a les millores tecnològiques i a l'eficiència productiva.

GRÀFIC 3. Nombre de treballadors segons tipologia de producció pesquera



GRÀFIC 3 I TAULA 2. FONT: FAO ."Estado mundial de la pesca 2018"

Finalment, a Oceania es detecten uns increments molt notables de persones dedicades a la pesca el 2015. Tanmateix, aquests s'atribueixen a una millora en la recollida de dades.

A la taula 2 podem contrastar el detall de l'evolució en milers de treballadors per regions, del 2011 al 2016.

En l'àmbit estatal es genera un 22% dels llocs d'ocupació del sector en l'àmbit europeu i, juntament amb Itàlia, Grècia i Portugal, s'acumula el 70% del total de llocs de treball de la Unió Europea.

En aquest context, és rellevant el fet que la Confederació Espanyola de Pesca (CEPESCA) es presenta com l'organització empresarial pesquera més important de tot Europa i una de les més representatives de tot el món, en aglutinar 38 associacions d'armadors de pesca, 810 empreses, 869 bucs, 10.000 treballadors i 1.000 milions d'euros de volum de negoci.

TAULA 2: Evolució en milers de persones, per regions i modalitat productiva, del nombre de treballadors dedicats a la producció pesquera

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Pesca						
Àfrica	4.993	5.587	5.742	5.413	5.687	5.367
Àsia	29.923	30.865	29.574	30.190	32.078	31.990
Europa	553	544	163	328	367	354
Amèrica llatina	1.966	1.982	2.085	2.092	2.104	2.085
Amèrica del Nord	315	314	316	316	211	209
Oceania	122	121	42	40	334	334
Total	37.872	39.413	37.922	38.379	40.781	40.339
Aqüicultura						
Àfrica	257	298	267	261	305	304
Àsia	18.373	18.175	18.088	17.540	18.528	18.478
Europa	103	103	77	66	88	91
Amèrica llatina	265	269	348	352	378	381
Amèrica del Nord	9	9	9	9	9	9
Oceania	6	6	5	6	9	8
Total	19.013	18.860	18.794	18.234	19.317	19.271
TOTAL	56.885	58.273	56.716	56.613	60.098	59.610





1.2.
Anàlisi del sector català en l'àmbit estatal

1.2.1. Aproximació al sector pesquer estatal
1.2.2. Anàlisi del pes, valor i evolució de les captures per àrea geogràfica i modalitat de conservació
1.2.3 Anàlisi del pes, del valor i de l'evolució de les captures a Catalunya per llotja i comarca

En aquest apartat es realitza una anàlisi global del sector pesquer a Catalunya, que considera el seu pes i evolució en relació amb la seva dinàmica en l'àmbit estatal.

Les dades que es presenten posen el focus en les principals tendències del sector de la pesca marítima i l'evolució, fins al moment actual, de les captures segons diverses perspectives (pes, valor, condició de conservació, modalitat de pesca, etc.) i diferents àmbits geogràfics de comparació (zones de captura, comarques, llotges, etc.). Es prenen en consideració, també, de forma especial, les modalitats de pesca de la flota i s'aporten dades del seu pes percentual, evolució i captures per tipologia.

També s'ha cregut convenient incorporar les dades relatives a l'aqüicultura i, en aquest sentit, es recullen les principals magnituds de producció.

Les fonts d'informació utilitzades en aquestes anàlisis provenen de les principals bases de dades públiques del sector. Així, en l'àmbit estatal, s'utilitzen les dades organitzades pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, en especial la informació de les estadístiques pesqueres, així com les de l'Agència Estatal d'Administració Tributària, entre d'altres.

Les dades de Catalunya provenen del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya, així com de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat).



1.2.1. APROXIMACIÓ AL SECTOR PESQUER ESTATAL

El pes del sector pesquer espanyol és extraordinàriament rellevant, tant pel seu impacte econòmic i social sobre el territori com pel seu pes en l'àmbit europeu.

En l'actualitat, Espanya disposa de la flota pesquera amb major capacitat de tota la Unió Europea, amb el 23,6% del total, i se situa com la tercera en nombre d'embarcacions, després de Grècia i d'Itàlia.

Tanmateix, malgrat els més que significatius volums de producció pesquera i aqüícola i malgrat disposar de la flota pesquera amb major capacitat de la UE, Espanya és clarament deficitària en productes pesquers. Existeix una demanda molt superior a la capacitat productiva del sector, motiu pel qual es fa necessari recórrer a les importacions, que són, actualment, superiors a les exportacions.

Concretament, l'any 2018 els sectors econòmics de la pesca marítima i de l'aqüicultura van exportar 1,157 milions de tones de captures, amb un valor total de venda de 4,223 mil milions d'euros. El mateix any, les xifres de les importacions dins d'aquests sectors van ser d'1,707 milions de tones de captures, xifra que representa un saldo negatiu d'aproximadament 550.000 tones de captures. D'aquesta manera, el sector pesquer a Espanya va tenir un saldo comercial negatiu de 3.000 milions d'euros, amb una taxa de cobertura del 58% del mercat.

La taula que segueix mostra el detall de les dades exposades.

TAULA 3: Importacions i exportacions de productes de la pesca i de l'aqüicultura a Espanya

	Importacions		Exportacions		Saldo comercial (Milers d'€)	Taxa de cobertura
Any	Pes (tones)	Valor (Milers d'€)	Pes (tones)	Valor (Milers d'€)		
2017	1.733.477	7.077.486,33	1.136.185	4.036.863,90	-3.040.622,43	57,04%
2018	1.707.304	7.253.287,09	1.157.485	4.223.107,20	-3.030.179,88	58,22%

D'acord amb les dades de la taula superior, s'observa el fet que el valor de la tona de peix importada és molt superior al valor de la tona de peix exportada, així com l'existència d'un lleuger increment de les exportacions el 2018 en detriment de les importacions en relació amb el 2017.

Si considerem el pes del sector en l'economia estatal, s'observa que les dades econòmiques sobre els resultats d'explotació del sector de la pesca marítima apunten un resultat positiu de 476 milions d'euros l'any 2017. No obstant això, aquest és un 4,7% inferior als resultats de l'any anterior.

Al sector de l'aqüicultura es registra una tendència similar, amb un resultat positiu de 112 milions d'euros, un 4% menys que l'any anterior.

En ambdós casos es registra un increment de la despesa d'explotació que no es veu compensat amb l'increment en els ingressos, malgrat que aquests mostrin una tendència a l'alça.

A la taula que segueix s'observa el detall de les dades esmentades.

TAULA 4: Principals variables econòmiques de la pesca marítima i de l'aqüicultura a Espanya. Valors en milers d'euros

	Pesca marítima		Aqüicultura	
	2016	2017	2016	2017
Ingressos d'explotació	2.028.988,60	2.102.783,22	654.011,21	701.886,04
Despeses d'explotació	1.523.599,51	1.629.027,90	548.741,93	581.801,03
Resultat de l'exercici	500.019,20	476.157,71	117.063,41	112.363,76

Cal tenir present que el pes del sector es multiplica de forma exponencial en ampliar la perspectiva i considerar el següent actor en la cadena de comercialització, ja que és molt rellevant el valor de vendes de productes pesquers, frescos i congelats a la xarxa de Mercas, la qual compta una quota de mercat del 50% del consum nacional de peix i marisc.

Finalment, també és rellevant recollir les xifres relatives a l'impacte social de la pesca i aportar els índexs d'ocupació que genera el sector. En aquest sentit, l'any 2017 els treballadors ocupats al sector de la pesca marítima representaven un 4,2% dels treballadors del sector agrari d'Espanya (un 0,2% del total de treballadors de tots els sectors econòmics). Pel que fa als treballadors del sector de l'aqüicultura, l'any 2017 corresponien a un 2% del sector agrari (un 0,09% del total de tots els sectors econòmics).



TAULA 3. Font: Agència Estatal d'Administració Tributària

TAULA 4. Fonts: Enquesta Econòmica d'Aqüicultura i Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

1.2.2. ANÀLISI DEL PES, VALOR I EVOLUCIÓ DE LES CAPTURES PER ÀREA GEOGRÀFICA I MODALITAT DE CONSERVACIÓ

En aquest punt, es realitza una anàlisi del pes, del valor i de l'evolució de les captures en l'àmbit estatal i català, i es consideren com a variables geogràfiques també les comarques catalanes i les llotges del territori. Així mateix, s'analitzen les diferents arts i les seves captures i l'evolució per modalitat de pesca.

En relació amb els historials, s'ha pres com a punt de partida l'any 2011, atès que en aquest moment es registra un canvi de criteri en la recopilació de dades dels organismes públics catalans, fet que implica que la comparativa amb anys anteriors no esdevingui suficientment precisa.

A. Anàlisi del pes i del valor de les captures per àrea geogràfica

L'anàlisi de l'evolució de les captures a Espanya apunta un alt creixement en els anys 2013 i 2014, de més del 50%, si comparem les xifres del 2014 amb les del 2012. Aquest creixement és verificable en totes les zones de captura, amb l'excepció de les captures realitzades al Mediterrani, i es mostra amb major intensitat a l'oceà Índic.

No obstant això, els anys 2015 i 2016 s'observa una disminució i una estabilització del total de captures a Espanya i a totes les zones de pesca.

Cal considerar de forma especial, per la seva dinàmica particular, l'evolució del pes de les captures al Mediterrani sobre el conjunt de l'Estat, que presenten una forta caiguda l'any 2012, de la qual no es recuperen. En aquest sentit, al quadre que segueix, s'observa que l'any 2011 la captura al Mediterrani representava un 12% de la del conjunt d'Espanya, mentre que l'any 2017 aquesta xifra es manté gairebé 3 punts per sota, amb un 9,2%.

TAULA 5: Captures de bucs espanyols. Totals de pes viu (en t) per zona de captura, Espanya

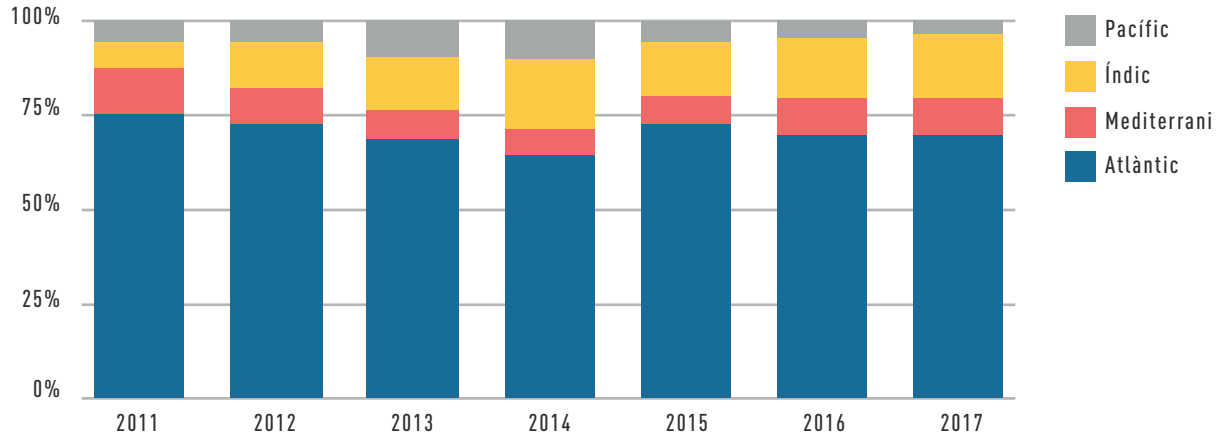
	Atlàntic		Mediterrani		Índic		Pacífic		
Any	Pes viu (tones)	%	Pes viu (tones)	%	Pes viu (tones)	%	Pes viu (tones)	%	Total
2011	644.988	75,0%	103.505	12,0%	62.183	7,2%	49.545	5,8%	860.221
2012	587.505	72,2%	78.985	9,7%	99.684	12,3%	47.023	5,8%	813.197
2013	686.813	67,8%	82.999	8,2%	144.098	14,2%	98.525	9,7%	1.012.434
2014	794.024	64,2%	78.467	6,3%	241.259	19,5%	123.557	10,0%	1.237.307
2016	697.814	72,3%	76.416	7,9%	133.768	13,9%	56.556	5,9%	964.554
2016	630.753	69,8%	81.774	9,0%	150.224	16,6%	41.281	4,6%	904.032
2017	656.282	69,8%	86.835	9,2%	161.486	17,2%	36.030	3,8%	940.633

Si ens fixem en el detall de l'evolució de captures per zona, més enllà del canvi generalitzat de tendència registrat el 2014, observem dinàmiques diferenciades a cada una de les àrees analitzades.

Mentre l'Atlàntic registra volums de captura similars el 2017 en relació amb el 2011 i relativament estables al llarg dels diferents exercicis, el Mediterrani i el Pacífic queden lluny de recuperar els volums del 2011. En sentit contrari, l'Índic és l'única zona de captura que supera, i amb escreix, els registres del 2011.

El gràfic que segueix mostra la distribució percentual de les captures dels bucs espanyols segons la zona de captura i permet observar, de forma gràfica, el canvi de tendència global registrat el 2014 i la seva major incidència tant a l'Índic com a l'Atlàntic.

Gràfic 4. Evolució de la distribució de les captures de bucs espanyols per zona de captura



Al gràfic superior s'observa que, si bé en valors totals l'Atlàntic incrementa lleugerament el seu pes durant el conjunt del període analitzat, el seu pes percentual disminueix poc més de 5 punts. En sentit contrari, l'evolució de les captures realitzades a l'Índic indica un increment del seu pes sobre el total de més de 10 punts.

Per la seva banda, el Mediterrani i el Pacífic reculen en percentatges similars, tant en volums de captures com en el seu pes sobre el total.

TAULA 5. Font: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 4. Font: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima.

GRÀFIC 5. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

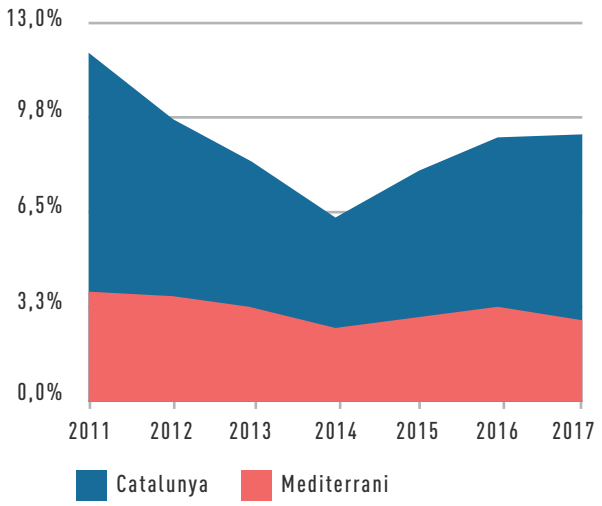
Un cop recollides i analitzades les dades en l'àmbit estatal, es considera el pes de les captures realitzades per les embarcacions catalanes, tant sobre el total estatal com en relació amb les realitzades al mar Mediterrani.

Mentre que els percentatges de captures al Mediterrani sobre el total estatal reculen de forma visible fins al 2014 per recuperar-se a partir d'aquest moment, aquesta evolució presenta una dinàmica divergent en l'àmbit català, on el pes més baix de les captures es registra el 2017.

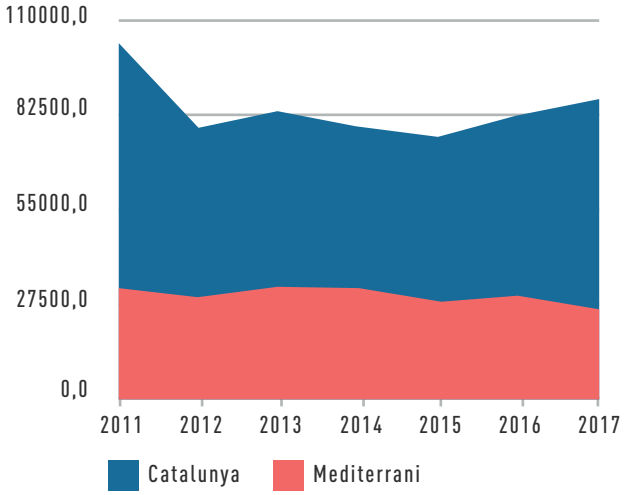
En relació amb el conjunt d'Espanya, la pèrdua de pes de les captures al Mediterrani en general i a Catalunya en particular no respon únicament a la lleugera disminució d'aquestes en nombres absoluts, sinó també als importants increments de les captures a l'Índic, al Pacífic i a l'Atlàntic per aquest ordre. N'és una mostra el gràfic que segueix, en què s'observa que les fluctuacions en valors absoluts no presenten corbes tan accentuades com en pes percentual.

Finalment, destaca la pèrdua continuada de pes percentual de les captures realitzades a les costes catalanes des del 2014 respecte de les del conjunt del Mediterrani, tal com mostra el gràfic 7.

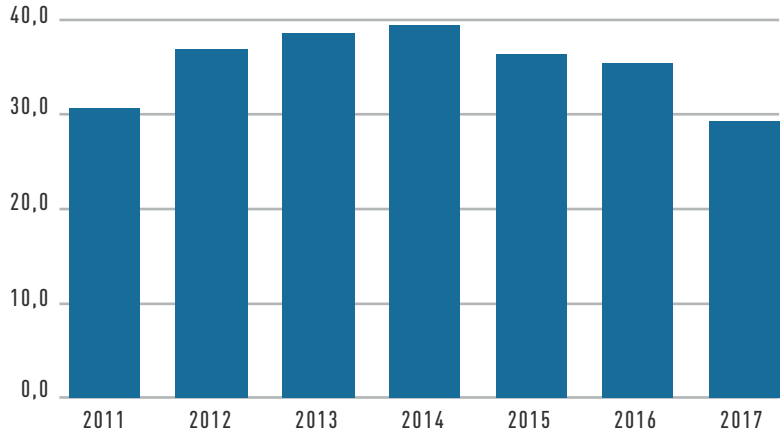
Gràfic 5. Pes de les captures de Catalunya respecte les del mediterrani i del total estatal



Gràfic 6. Evolució de les captures en tones a Catalunya i al Mediterrani



GRÀFIC 7. Evolució de la distribució de les captures de bucs espanyols per zona de captura



GRÀFIC 6. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima i Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, Direcció General de Pesca i Afers Marítims i Idescat. Anuari estadístic de Catalunya

GRÀFIC 7. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima i Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, direcció general de Pesca i Afers Marítims



Al quadre que segueix es poden contrastar el conjunt de dades esmentades relatives al pes de les captures en els diferents àmbits geogràfics, així com a l'evolució del pes de les realitzades a Catalunya sobre el conjunt de les captures del Mediterrani.

TAULA 6: Captures en pes a Espanya, al Mediterrani i a Catalunya i pes de les captures catalanes sobre el conjunt de les del Mediterrani

	Espanya	Mediterrani	Catalunya	Pes Cat/Med
2011	860.220,9	103.505,1	31.833,2	30,8
2012	813.197,2	78.985,1	29.149,0	36,9
2013	1.012.433,9	82.998,8	32.032,1	38,6
2014	1.237.306,5	78.467,1	30.882,6	39,4
2015	964.554,3	76.415,9	27.768,6	36,3
2016	904.031,6	81.774,1	28.947,0	35,4
2017	940.633,1	86.834,8	25.422,7	29,3

B. Anàlisi del valor de les captures per àrea geogràfica

En analitzar els resultats dels valors de venda de la pesca marítima, en l'àmbit estatal s'identifica la mateixa tendència a l'alça fins al 2014 que la detectada en relació amb les captures.

Al Mediterrani es registren descensos en el valor de les captures que, tanmateix, no s'ajusten amb la mateixa fidelitat a les fluctuacions detectades pel que fa a tones capturades, les quals van també a la baixa. Alhora, si bé les tones capturades el 2017 queden lluny de les capturades el 2011, en valor es registren dades molt similars. Ambdós fets expliquen l'evolució heterogènia del preu per tona a la Mediterrània, que passa de 3.434 euros el 2011 a 3.764 euros el 2017.

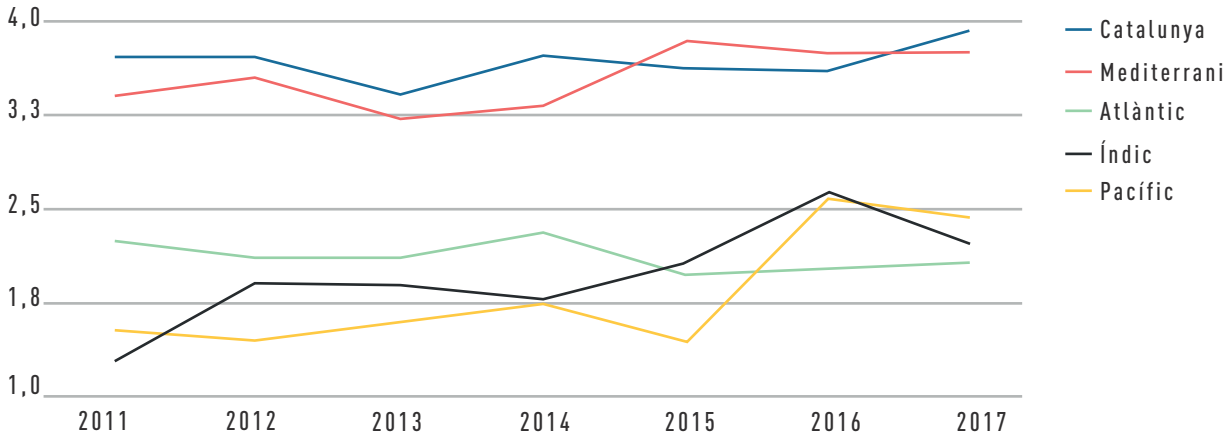
TAULA 7. Valor de les captures dels bucs espanyols per zona de captura

	Atlàntic		Mediterrani		Índic		Pacífic		Total
Any	Valor (milers €)	%	Valor (milers €)	%	Valor (milers €)	%	Valor (milers €)	%	Valor (milers €)
2011	1.452.274	73,9	355.491	18,1	80.784	4,1	76.511	3,9	1.965,060
2012	1.243.046	69,7	281.201	15,8	191.183	10,7	69.000	3,9	1.784.431
2013	1.462.527	67,5	268.831	12,4	273.587	12,6	160.417	7,4	2.165.362
2014	1.840.882	66,9	261.820	9,5	430.743	15,7	216.760	7,9	2.750.205
2016	1.388.050	67,9	295.016	14,4	277.081	13,6	83.310	4,1	2.043.457
2016	1.284.590	61,3	307.307	14,7	396.310	18,9	107.344	5,1	2.095.551
2017	1.373.069	64,0	326.869	15,2	359.117	16,7	87.959	4,1	2.147.014

Com es pot observar al gràfic que segueix, i en coherència amb les dades relatives al pes de les captures, l'evolució del valor de comercialització al Mediterrani i a Catalunya presenta dinàmiques diferenciades a l'evolució de la resta de zones de pesca i se situa per sobre de la mitjana.

En sentit contrari, l'Atlàntic, tot i incrementar lleugerament les captures en tones, no aconsegueix recuperar el valor del producte, atesa una fluctuació a la baixa del valor per tona.

GRÀFIC 8. Evolució del preu per tona i zona de captura



C. Anàlisi del pes i del valor del peix congelat en relació amb el total de captures

És rellevant considerar el sistema de conservació i venda del peix i diferenciar el peix congelat del peix fresc, atès que es tracta de modalitats que es disputen el lideratge tant en pes com en valor del producte.

En l'evolució del pes de les principals modalitats de conservació del peix, que considera també crustacis i mol·luscs, des de l'any 2011 s'observa que el total de peix congelat a Espanya va registrar un creixement constant fins al 2014, amb increments totals de més del 100% en aquest període, i que es redueix lleugerament i s'estabilitza en els anys consecutius.

Per la seva banda, les captures de peix fresc han fluctuat del 2011 al 2017 en un percentatge significatiu que no supera el 20%. Destaca, en aquest període, la disminució registrada l'any 2012 respecte de l'any anterior.

TAULA 8: Captures de bucs espanyols per conservació i grup principal d'espècies

Conservació		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fresc	Peixos		349.709	347.278	399.482	403.698	373.505	394.352
	Crustacis	8.726	6.020	4.840	4.545	6.875	6.490	7.173
	Mol·lusc	43.199	38.096	36.857	25.733	26.392	27.839	23.383
	Altres	730	710	589	529	649	769	940
	Total	494.535	394.535	389.564	430.288	437.614	408.603	425.849
Congelat	Peixos	346.430	391.174	581.392	743.224	484.105	474.411	481.992
	Crustacis	3.904	637	6.204	12.376	5.335	5.392	6.044
	Mol·lusc	15.022	26.305	34.056	49.246	35.028	12.048	23.249
	Altres	-	-	1	1	56	15	26
	Total	365.356	418.117	621.653	804.847	524.523	491.866	511.311
Total General		859.891	812.652	1.011.217	1.235.135	962.137	900.470	937.160

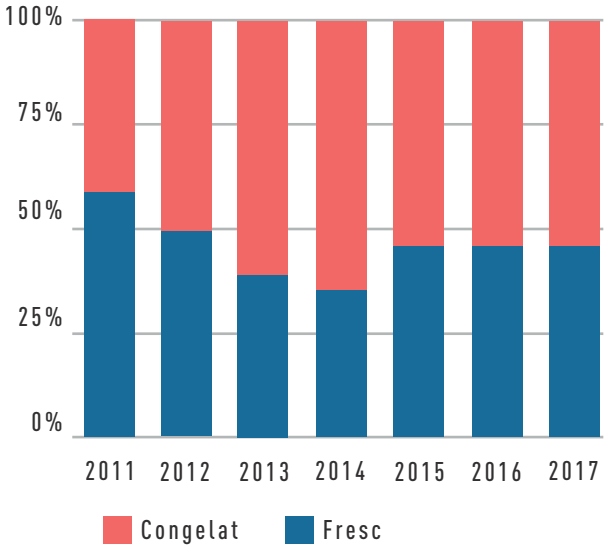
Al gràfic 9 s'observa l'evolució percentual de les dues modalitats de conservació i que, a partir del 2013, el pes del congelat supera el del fresc.

En relació amb el valor de comercialització de la producció i en coherència amb el pes de les captures, es registra un salt significatiu en les xifres relatives al valor de les captures congelades els anys 2012 i 2013, moment en el qual el congelat supera, tant en tones de captures com en el valor de primera venda, el peix fresc.

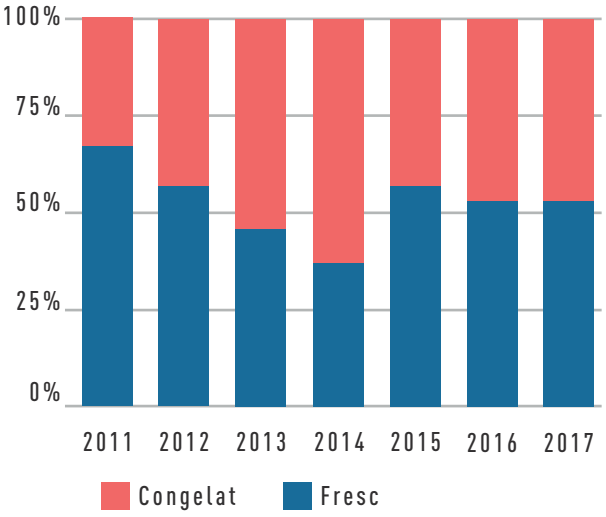
Tanmateix, les dades registrades el 2015 mostren que el peix fresc va obtenir un valor de comercialització superior al del peix congelat, malgrat tenir un volum de captures inferior. Aquesta dada assenyala un canvi de tendència, ja que, si des del 2011 la diferència de preu per tona entre el peix fresc i el congelat es va anar reduint de forma continuada, a partir del 2015 torna a incrementar-se fins a situar el preu per tona del peix fresc un 22% per sobre del preu per tona del peix congelat el 2017.



GRÀFIC 9. Distribució de les captures dels bucs espanyols per modalitat de conservació

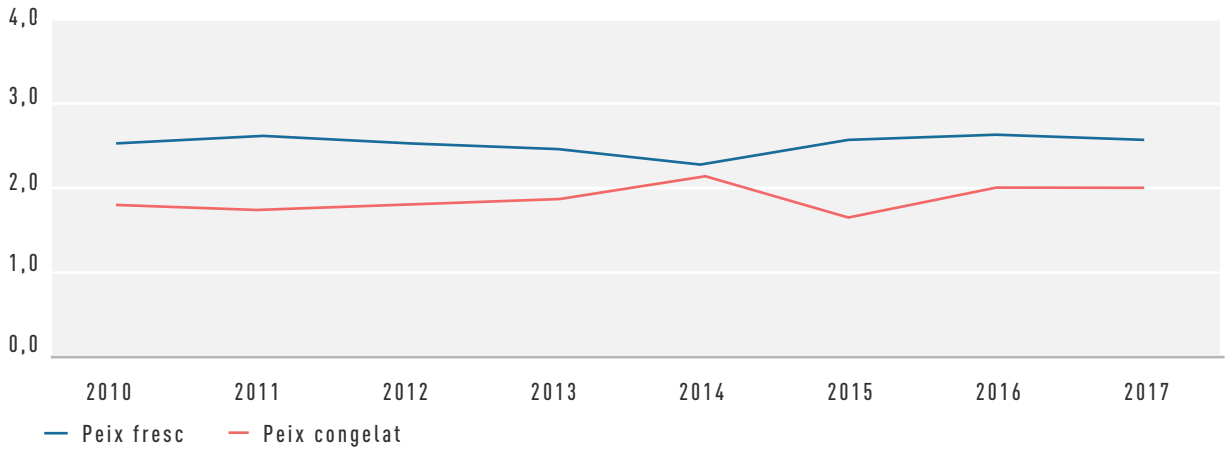


GRÀFIC 10. Evolució valor de primera venda del producte pesquer segons modalitat de conservació a Espanya



El gràfic que segueix mostra el detall de l'evolució del preu per tona segons la modalitat de conservació.

GRÀFIC 11. Evolució del preu per tona del producte pesquer segons modalitat de conservació



Al gràfic s'observa que, si bé el 2011 el peix congelat era un 33% més econòmic que el fresc, el 2014 el preu del peix congelat representava un estalvi inferior al 8% i experimentava, per tant, una valorització molt significativa en aquest període.

A la taula que segueix (Taula 9) s'observen els detalls de les dades relatives al valor de les captures de peix fresc i congelat.

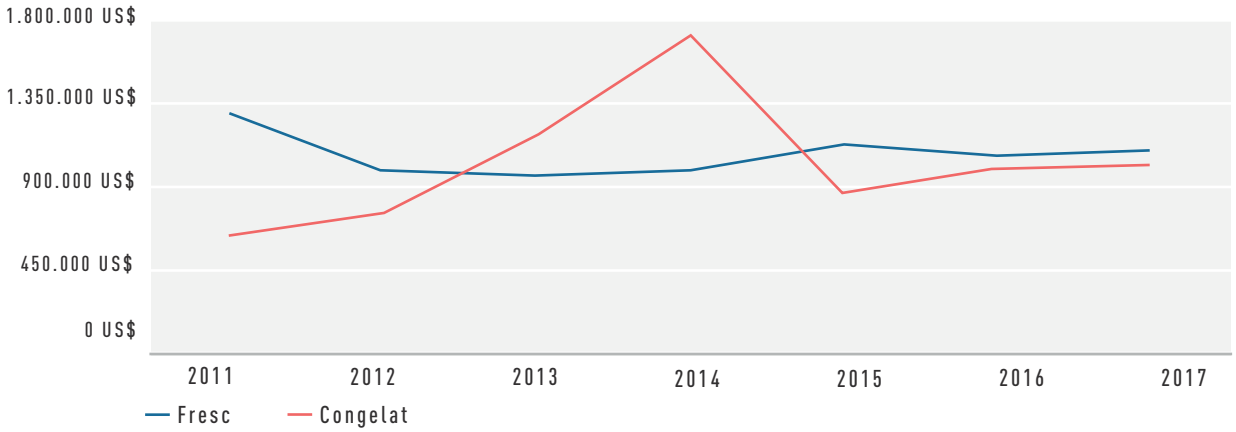
Taula 9. Valor (en milers d'euros) de les captures de bucs espanyols destinades al consum humà, per conservació i grup principal (taxonòmic) d'espècies

Conservació		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fresc	Peixos	990.051	751.220	765.200	811.488	895.366	821.133	824.532
	Crustacis	115.285	83.009	71.937	71.430	118.596	104.548	113.595
	Mol·lusc	206.193	171.839	136.856	123.561	137.971	157.666	162.741
	Altres	2.185	2.075	1.909	1.781	2.650	4.010	5.073
	Total	1.313.714	1.008.143	975.901	1.008.260	1.154.583	1.087.357	1.105.941
Congelat	Peixos	551.300	656.973	1.020.760	1.343.100	812.416	940.637	932.887
	Crustacis	43.879	8.628	68.946	169.530	29.968	26.618	49.735
	Mol·lusc	55.525	110.329	99.318	228.874	45.445	38.655	56.100
	Altres	-	-	43	1	114	34	63
	Total	650.705	775.930	1.189.067	1.741.506	887.943	1.005.944	1.038.785
TOTAL GENERAL		1.964.419	1.784.073	2.164.968	2.749.766	2.042.526	2.093.301	2.144.726

Amb tot, cal entendre que el pic en el valor total del peix congelat que es dona el 2014 no respon només a un increment notable de les captures, sinó també a un increment molt significatiu del preu per tona, que s'enfila fins als 2.200 euros la tona i marca rècords històrics.

En sentit contrari, en aquest període, el peix fresc, tot i acumular uns índexs de captura superiors als dels anys anteriors, no registra un increment significatiu en la recaptació econòmica, atès que el preu per tona es redueix i passa dels 2.500 euros als 2.300 euros.

GRÀFIC 12. Valor en milers d'euros, de les captures de bucs espanyols per modalitat de conservació



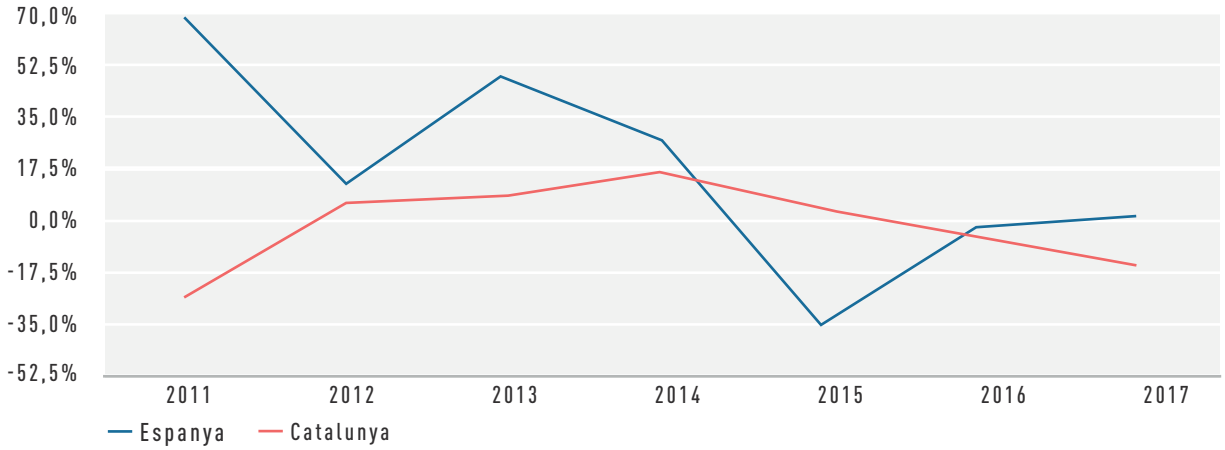
En l'àmbit català, es detecta un creixement constant del total de la producció fins a l'any 2016, moment en el qual es registra un canvi de tendència. A Espanya, el canvi de tendència es produeix amb anterioritat, l'any 2015, fins que el 2017 es registra de nou una evolució positiva, tal com mostra la taula que segueix.

Taula 10. Evolució del nombre de peix congelat, Catalunya i Espanya (2011-2017)

	Catalunya		Espanya	
Any	Quantitat (tones)	Variació interanual	Quantitat (tones)	Variació interanual
2011	4.435		346.430	
2012	4.694	5,8%	391.174	12,9%
2013	5.102	8,7%	581.392	48,6%
2014	5.953	16,7%	743.224	27,8%
2016	6.227	4,6%	484.105	-34,9%
2016	5.902	-5,2%	474.411	-2,0%
2017	5.018	-15,0%	481.992	1,6%

Al gràfic que segueix, s'observa que Catalunya presenta una dinàmica diferenciada en relació amb la variació interanual del pes de les captures congelades i que mostra una línia més estable i homogènia que, amb l'excepció del 2015, es manté per sota de la d'Espanya.

GRÀFIC 13. Comparativa de l'evolució de la variació interanual del pes de la modalitat de congelat per àmbit geogràfic



TAULA 8. Font: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 9. Font: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 10. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 11. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

TAULA 9. Font: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 12. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

TAULA 10. Font: Idescat, a partir de l'Enquesta industrial de productes de l'INE i Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

GRÀFIC 13. Fonts: Idescat, a partir de l'Enquesta industrial de productes de l'INE i Enquesta Econòmica de Pesca Marítima

1.2.3. ANÀLISI DEL PES, DEL VALOR I DE L'EVOLUCIÓ DE LES CAPTURES A CATALUNYA PER LLOTJA I COMARCA

Un cop realitzada a l'apartat 1.2.2 la comparativa global de l'evolució del pes i del valor de les captures a Catalunya respecte de les captures al Mediterrani i al conjunt de l'Estat, en aquest apartat s'aprofundeix en la realitat del territori a partir de variables geogràfiques com les comarques i les llotges catalanes.

A. Evolució i distribució de les captures segons comarca

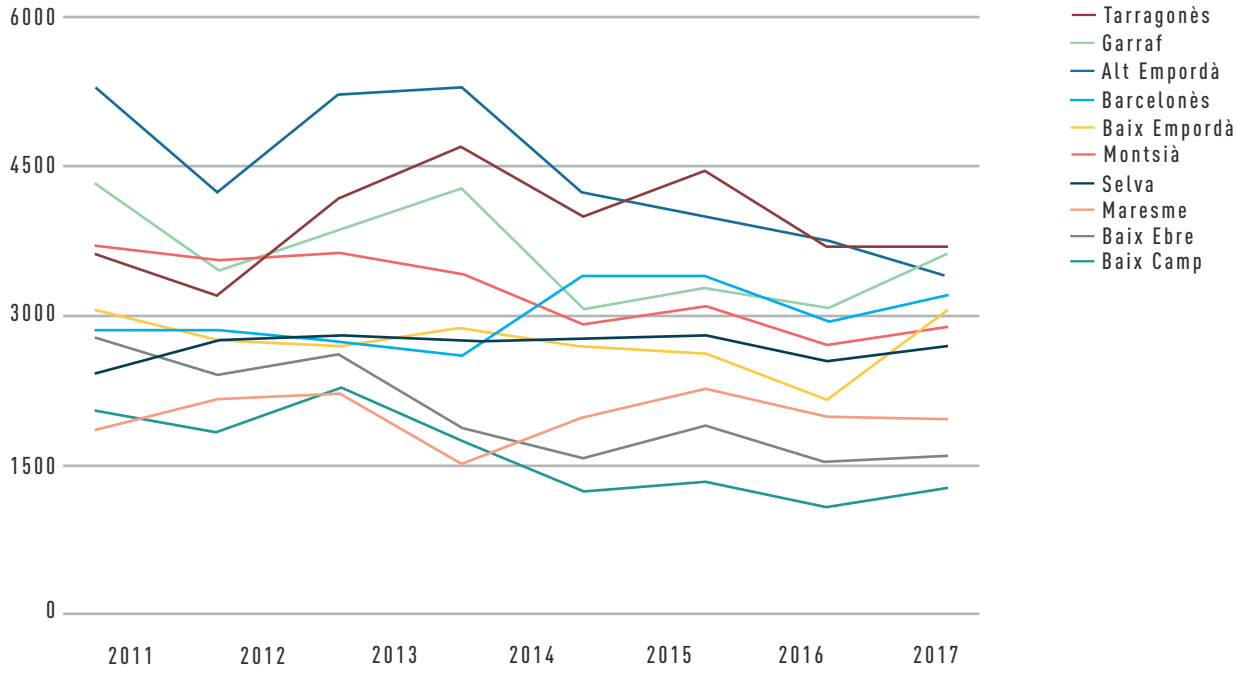
El total de les captures de la pesca marítima va disminuir a Catalunya entre l'any 2011 (31.833 tones) i l'any 2018 (27.303 tones) un 14.2%, amb una reducció mitjana interanual del 2%. L'evolució durant aquest període mostra una fluctuació que registra el seu màxim l'any 2013, amb un total de 32.032 tones.

La principal comarca de captura de la pesca marítima, l'any 2018, és el Tarragonès, seguida, amb només 18 tones de diferència, pel Garraf. Les segueixen, en volum de tones capturades, l'Alt Empordà i el Montsià.

Es verifica una alternança en aquestes posicions durant els anys analitzats, especialment pel que fa a la comarca de l'Alt Empordà, que perd el lideratge en tones capturades el 2015 en favor del Tarragonès i del Garraf.

Al gràfic que segueix (Gràfic 14) s'observen l'evolució i les tendències esmentades.

GRÀFIC 14. Evolució de les captures en tones per comarca



El gràfic anterior mostra una disminució de la diferència entre les tones de pesca capturades per comarques des del 2011 fins al 2018. Concretament, es passa d'una forquilla de gairebé les 3.500 tones a una que no arriba a les 3.000. Així mateix, s'observa que aquesta menor diferenciació per comarques s'accentua en aquelles que obtenen majors volums de captures.

És rellevant l'increment que registra el Baix Empordà en el darrer exercici, en què passa de ser la setena comarca a ser la quarta quant a volum de captures.

El detall de les dades referents a cada una de les comarques i durant el període que va del 2011 al 2017 pot ser consultat al quadre que segueix.

Taula 11: Captures (en tones) de la pesca marítima de Catalunya per comarques

Comarca	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alt Empordà	5.293	4.253	5.170	5.256	4.222	3.963	3.734	3.408
Baix Camp	2.033	1.827	2.261	1.741	1.253	1.331	1.085	1.280
Baix Ebre	2.767	2.407	2.619	1.875	1.572	1.880	1.521	1.584
Baix Empordà	3.032	2.737	2.666	2.849	2.692	2.601	2.154	3.066
Barcelonès	2.835	2.872	2.736	2.598	3.361	3.357	2.955	3.181
Garraf	4.277	3.450	3.878	4.251	3.067	3.259	3.067	3.624
Maresme	1.875	2.160	2.199	1.496	1.961	2.243	1.967	1.951
Montsià	3.692	3.531	3.579	3.429	2.929	3.079	2.707	2.885
La Selva	2.415	2.710	2.762	2.713	2.722	2.795	2.536	2.682
Tarragonès	3.615	3.204	4.162	4.676	3.991	4.440	3.698	3.642
Total Catalunya	31.833	29.149	32.032	30.883	27.769	28.947	25.423	27.303

En observar el quadre que presenta el pes percentual de cada una de les comarques sobre el total de les captures marítimes de Catalunya, veiem que el 2018 es tendeix a igualar el pes percentual de la meitat de les comarques, les quals acumulen entre l'11% i el 13% del total. Es tracta de les comarques del Garraf (13,3%), el Tarragonès (13,3%), l'Alt Empordà (12,5%), el Barcelonès (11,7%) i el Baix Empordà (11,2%). Aquesta darrera és la que presenta un creixement més significatiu durant el darrer període.

Així mateix, el quadre deixa palesa les altes concentracions que ha acumulat tradicionalment l'Alt Empordà fins al 2014 i el 2015, moment en què el Tarragonès li agafa el relleu per esdevenir la comarca amb registres més elevats.

En tot cas, cal tenir en compte que la concentració de captures per comarca en cap cas ha superat el 17% del total.

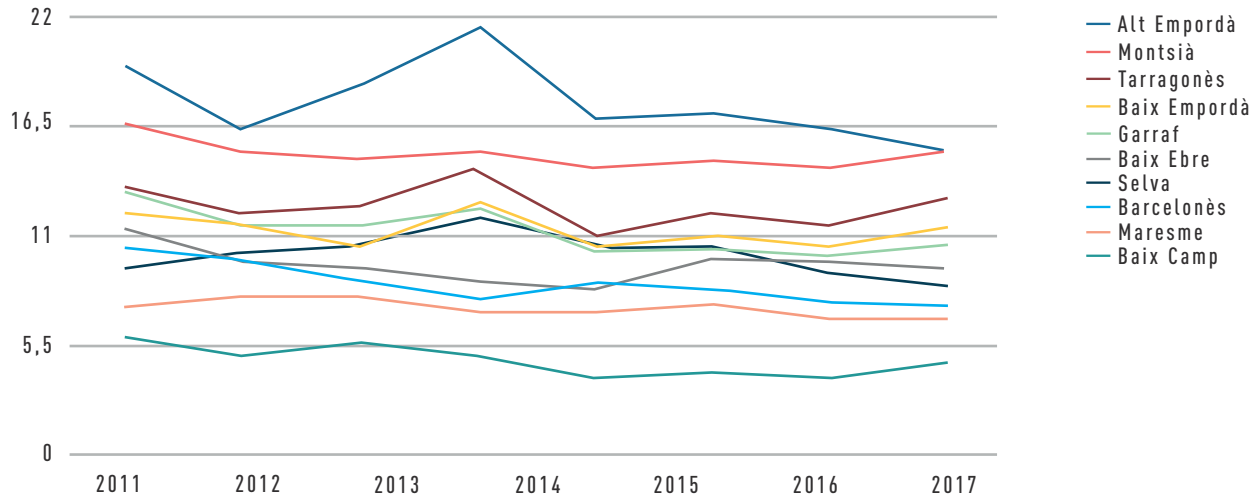
Taula 12: Distribució percentual de les captures de la pesca marítima per comarques

Comarca	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alt Empordà	16,6%	14,6%	16,1%	17,0%	15,2%	13,7%	14,7%	12,5%
Baix Camp	6,4%	6,3%	7,1%	5,6%	4,5%	4,6%	4,3%	4,7%
Baix Ebre	8,7%	8,3%	8,2%	6,1%	5,7%	6,5%	6,0%	5,8%
Baix Empordà	9,5%	9,4%	8,3%	9,2%	9,7%	9,0%	8,5%	11,2%
Barcelonès	8,9%	9,9%	8,5%	8,4%	12,1%	11,6%	11,6%	11,7%
Garraf	13,4%	11,8%	12,1%	13,8%	11,0%	11,3%	12,1%	13,3%
Maresme	5,9%	7,4%	6,9%	4,8%	7,1%	7,7%	7,7%	7,1%
Montsià	11,6%	12,1%	11,2%	11,1%	10,5%	10,6%	10,6%	10,6%
La Selva	7,6%	9,3%	8,6%	8,8%	9,8%	9,7%	10,0%	9,8%
Tarragonès	11,4%	11,0%	13,0%	15,1%	14,4%	15,3%	14,5%	13,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Si es prenen en consideració els valors anuals de comercialització de les captures per comarca, es detecta que el Montsià és la comarca que obté un millor valor de comercialització, tot i no liderar el rànquing en pes de les captures.

Vegem l'evolució per comarca del valor anual de comercialització de les captures.

GRÀFIC 15. Evolució del valor de comercialització de les captures en milions d'euros per comarca



Taula 13. Import (en milions d'euros) de la pesca marítima de Catalunya per comarques

Comarca	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alt Empordà	19,37	16,38	18,47	21,27	16,79	17,06	16,26	15,2
Baix Camp	5,96	5,18	5,76	5,03	4,13	4,31	4,02	4,81
Baix Ebre	11,28	9,68	9,46	8,83	8,43	9,8	9,71	9,6
Baix Empordà	12,14	11,43	10,64	12,56	10,69	11	10,49	11,38
Barcelonès	10,52	9,72	8,82	7,93	8,67	8,36	7,78	7,55
Garraf	13,33	11,59	11,7	12,38	10,1	10,1	10,1	10,65
Maresme	7,67	7,95	8,04	7,26	7,19	7,61	6,92	6,93
Montsià	16,48	15,32	14,94	15,16	14,41	14,76	14,23	15,32
La Selva	9,53	10,14	10,59	11,96	10,32	10,38	9,25	8,57
Tarragonès	13,38	12,18	12,44	14,3	10,99	12,04	11,41	12,83
Total	119,66	109,57	110,86	116,68	101,72	105,42	100,17	102,84

A la taula 13 es pot consultar el detall de l'import en milions d'euros obtingut a cada una de les comarques.

Finalment, s'analitza el valor de comercialització per tona a cada una de les comarques. En aquesta anàlisi s'observa que algunes comarques obtenen un valor per tona molt superior a altres, en coherència amb la varietat, la quantitat i les dimensions de les espècies que es comercialitzen, però també d'acord amb el posicionament i amb el valor que s'atorga al peix de costa per part del comprador a cada una de les àrees geogràfiques analitzades.

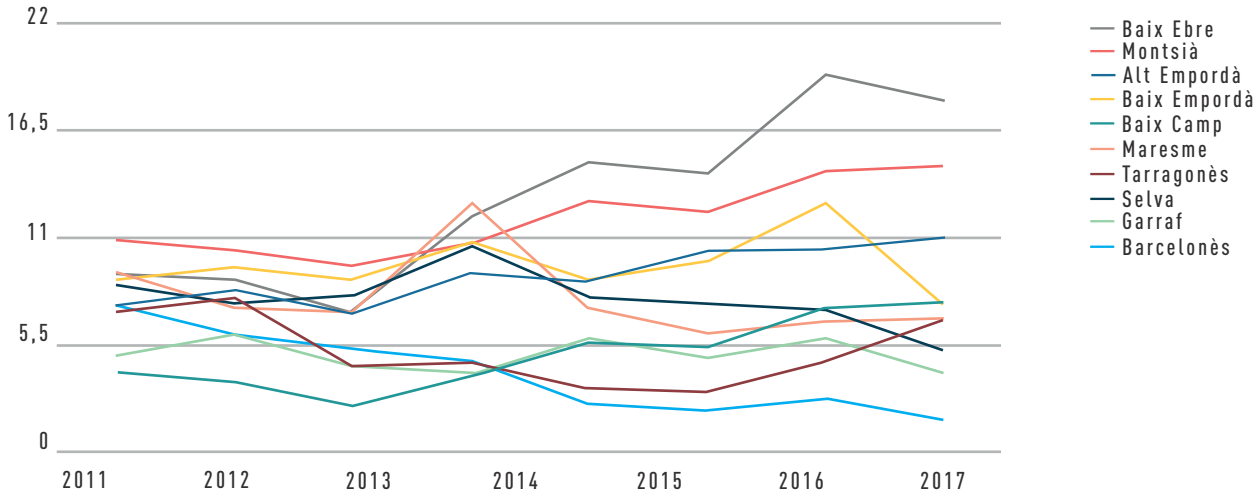
Crida l'atenció el cas del Baix Empordà, que, en el darrer exercici, redueix de forma significativa el valor per tona capturada. S'estableix, així, una relació inversament proporcional entre les tones capturades i el seu valor de comercialització, amb un increment del valor de comercialització respecte de l'any anterior poc significatiu en comparació amb l'elevat increment de l'esforç pesquer.



La imatge que segueix mostra gràficament les dades esmentades i permet detectar el descens en el valor de la tona capturada al Baix Empordà.

Finalment, i a la inversa del que ha succeït amb el volum de tones capturades per comarca, podem observar que les diferències en el valor anual de les captures s'han anat accentuant des del 2011, moment en què la forquilla del valor de comercialització se situava en 1.500 euros/tona, fins a arribar a una forquilla de més de 3.500 euros/tona el 2018.

GRÀFIC 16. Evolució del valor per tona per comarca

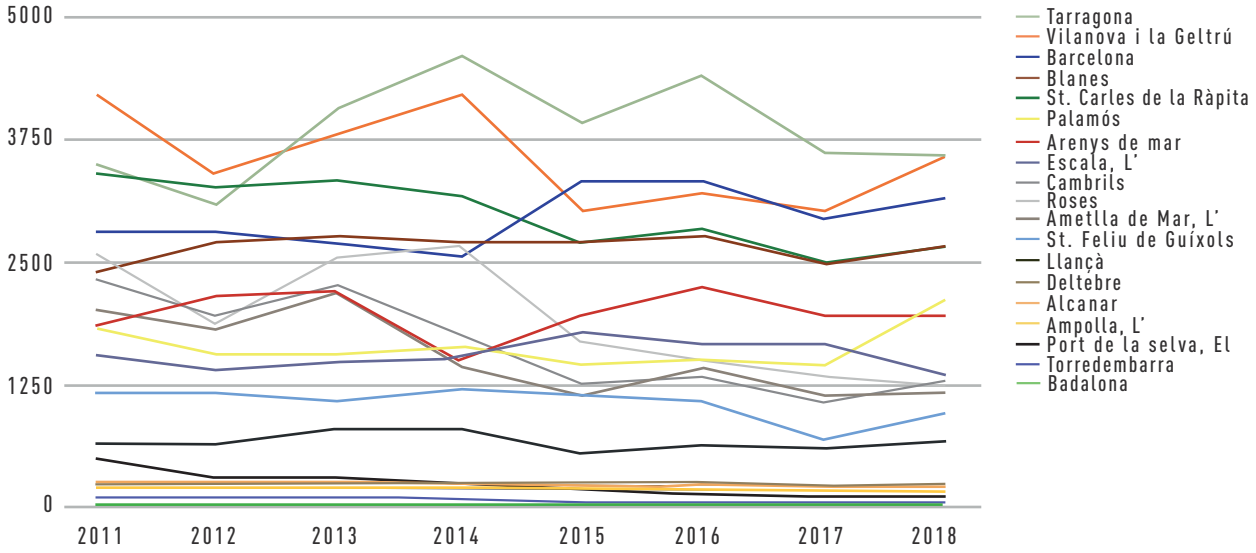


B. Evolució i distribució de les captures segons llotja

Una vegada considerades les dinàmiques i tendències en relació amb el pes de les captures i el valor de la seva comercialització per comarques, en aquest apartat s'aprofundeix en les particularitats de les 19 llotges del territori en aquest sentit.

La primera dada que es destaca és la del volum de captures que acumulen les llotges de Vilanova i la Geltrú, Tarragona i Barcelona el 2018. Se situen per darrere d'aquestes Sant Carles de la Ràpita i Blanes, les quals presenten evolucions molt similars des del 2015, tal com s'observa al gràfic que segueix, en què les representacions gràfiques de les captures de les dues llotges se superposen en els darrers tres exercicis.

GRÀFIC 17. Evolució de les captures en tones per llotja a Catalunya



Al gràfic superior, també s'observa que les llotges amb menors volums de captures (Badalona, Torredembarra, Deltebre, l'Ampolla, Alcanar, el Port de la Selva i Llançà) són les que presenten evolucions més estables, mentre que, en sentit contrari, les llotges que tradicionalment han tingut majors volums de captures presenten les dinàmiques amb majors fluctuacions i arriben a registrar variacions superiors al 30%.

Taula 14: Captura (en tones) de la pesca marítima de Catalunya per llotges

Llotja	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alcanar	246	250	234	232	209	225	194	200
Ametlla de Mar, l'	2.340	1.959	2.198	1.444	1.158	1.430	1.160	1.181
Ampolla, l'	221	222	203	206	190	187	153	179
Arenys de Mar	1.865	2.160	2.199	1.496	1.961	2.243	1.967	1.951
Badalona	6	11	18	22	15	12	11	13
Barcelona	2.829	2.861	2.718	2.576	3.346	3.345	2.944	3.169
Blanes	2.415	2.710	2.762	2.713	2.722	2.795	2.536	2.682
Cambrils	2.033	1.827	2.261	1.741	1.253	1.331	1.085	1.280
Deltebre	206	226	219	225	224	263	209	225
Escala, l'	1.556	1.420	1.502	1.530	1.791	1.683	1.673	1.353
Llançà	647	659	801	814	552	629	606	668
Palamós	1.854	1.577	1.582	1.647	1.471	1.515	1.469	2.127
Port de la Selva, el	493	294	306	219	179	130	104	132
Roses	2.598	1.880	2.561	2.693	1.700	1.521	1.351	1.254
St. Carles de la Ràpita	3.446	3.281	3.346	3.197	2.720	2.854	2.512	2.685
St. Feliu de Guíxols	1.177	1.160	1.084	1.202	1.118	1.085	685	939
Tarragona	3.522	3.112	4.096	4.637	3.951	4.416	3.649	3.597
Torredembarra	93	92	67	39	40	24	49	44
Vilanova i la Geltrú	4.277	3.450	3.878	4.251	3.067	3.259	3.067	3.624
Total Catalunya	31.822	29.149	32.032	30.883	27.666	28.947	25.423	27.303

A la taula veiem el detall de les tones de captura per llotja.

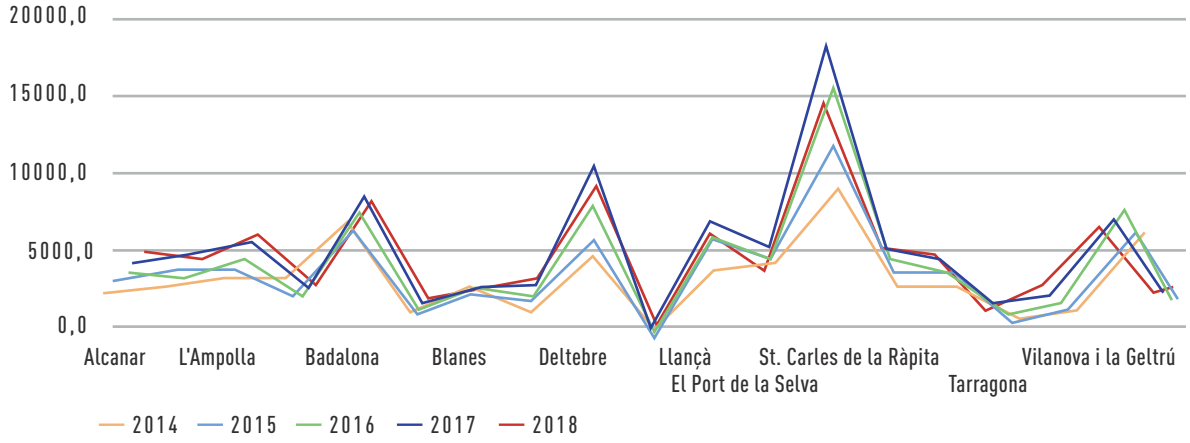
En relació amb el valor de comercialització, les llotges que van acumular imports més elevats l'any 2018 van ser Sant Carles de la Ràpita, Tarragona i Vilanova i la Geltrú.

Si contrastem aquestes dades amb les relatives al volum de tones, observem que és l'elevat preu per tona a Sant Carles de la Ràpita el que la situa en primer lloc, atès que supera les tones de captura de Vilanova i la Geltrú, Tarragona i Barcelona.

Alhora, a Barcelona el preu per tona situa la llotja, en valor anual, en sisena posició, molt per sota del que li correspon, si considerem les tones de captures.

S'observa gràficament la diferència en el valor de la tona entre llotges i com aquest fet es manté al llarg dels darrers exercicis amb major o menor intensitat.

GRÀFIC 18. Evolució del valor per tona i llotja a Catalunya



Destaquen els valors de comercialització per tona de Sant Feliu de Guíxols, l'Escala, Cambrils i Barcelona, que arriben, el 2018, a mínims de 1.800 euros, mentre que, en la banda alta, trobem la llotja del Port de la Selva, que aconsegueix el preu més alt per tona el 2017, amb 19.969 euros, seguida de la de Deltebre i la de Badalona.

En aquest punt cal considerar que, si bé els preus més econòmics estan fortament condicionats per la tipologia de peix que predomina en la comercialització, el valor a l'alça que presenten algunes llotges es deriva, sobretot, del menor volum de captures que realitzen, el qual condiciona un increment del preu. En aquest sentit, es detecta una relació inversament proporcional entre el volum de captures i el preu de comercialització, tant en el cas del Port de la Selva com en el de Deltebre o en el de Badalona.

GRÀFIC 14. Font: Idescat. Anuari estadístic de Catalunya

TAULA 11 / TAULA 12 / TAULA 13 / TAULA 14 / GRÀFIC 14 / GRÀFIC 15 / GRÀFIC 16 / GRÀFIC 17 / GRÀFIC 18: Font: Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural. Direcció General de Pesca i Afers Marítims







1.3.
Anàlisi de la flota pesquera segons modalitats de pesca i àmbit geogràfic

1.3.1. Anàlisi de l'evolució del nombre d'embarcacions i de captures segons modalitat de pesca a Espanya i al Mediterrani
1.3.2. Anàlisi de l'evolució del nombre d'embarcacions i de captures segons modalitat de pesca a Catalunya
1.3.3. Anàlisi comparativa de l'evolució del nombre d'embarcacions i de captures segons modalitat de pesca a Espanya, al Mediterrani i a Catalunya

Existeixen diverses modalitats de pesca al territori, les principals de les quals, a les costes catalanes, són l'arrossegament, les arts menors, l'encerclament, el palangre de fons i el palangre de superfície.

En aquest apartat és necessari tenir en compte que, per fer possible la comparació de les dades de l'àmbit estatal amb les de Catalunya, s'han realitzat ajustaments metodològics. En aquest sentit, atès que la classificació de les modalitats de bucs a les fonts d'informació del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació no coincideix amb la classificació del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural de la Generalitat de Catalunya, a banda d'agrupar les subcategories d'arts menors, que apareixen diferenciades a les dades del MAPA, s'hi ha afegit la modalitat de "polivalents".

Seguint aquests criteris, es desenvolupa una anàlisi de l'evolució de les captures per modalitat de pesca, que s'acompanya d'una anàlisi de la flota pesquera. Ambdues anàlisis s'aborden considerant la comparativa per àrea geogràfica.



1.3.1. ANÀLISI DE L'EVOLUCIÓ DEL NOMBRE D'EMBARCACIONS I DE CAPTURES SEGONS MODALITAT DE PESCA A ESPANYA I AL MEDITERRANI

En aquest apartat s'analitza la flota pesquera i el seu impacte sobre les captures per àmbit geogràfic, prenent com a base les diverses modalitats de pesca usades al territori, la seva evolució i el seu pes diferenciat sobre el conjunt de les captures de producte pesquer.

L'evolució del nombre d'embarcacions a Espanya i al Mediterrani ha disminuït els últims anys de forma constant, amb uns descensos d'un 5,6% i d'un 10,2% respectivament i, per tant, de forma molt més acusada al Mediterrani que a la resta de l'Estat.

En l'anàlisi per tipologies, s'observen descensos de diferents intensitats, amb l'excepció de les dedicades al palangre de fons en l'àmbit estatal, que incrementen el seu percentatge de presència un 14,3% del 2011 al 2018.

L'increment del palangre de fons a Espanya té la causa en l'augment molt significatiu de bucs l'any 2016, que no va arribar a absorbir-se amb les pèrdues dels anys consecutius en l'àmbit estatal. En sentit contrari, en l'àmbit del Mediterrani, l'increment d'aquesta tipologia d'embarcacions el 2016 queda mitigat pels descensos dels anys posteriors, que deixen un saldo negatiu el 2018.

Destaca també l'important descens al Mediterrani de les embarcacions dedicades al palangre de superfície, especialment en el darrer exercici, les quals han perdut pràcticament una de cada tres embarcacions des del 2015. També en l'àmbit estatal és la modalitat que registra pèrdues percentuals més importants.Tant en l'àmbit estatal com en el del Mediterrani, les reduccions globals més significatives s'han donat el 2018, i s'han concentrat percentualment en palangreres i numèricament en arts menors, modalitat que, per contra, registra, juntament amb l'arrossegament, una major estabilitat percentual d'embarcacions.

El quadre que segueix mostra el detall de les dades esmentades i permet observar la concentració d'embarcacions d'arts menors i polivalents tant a Espanya com al Mediterrani.

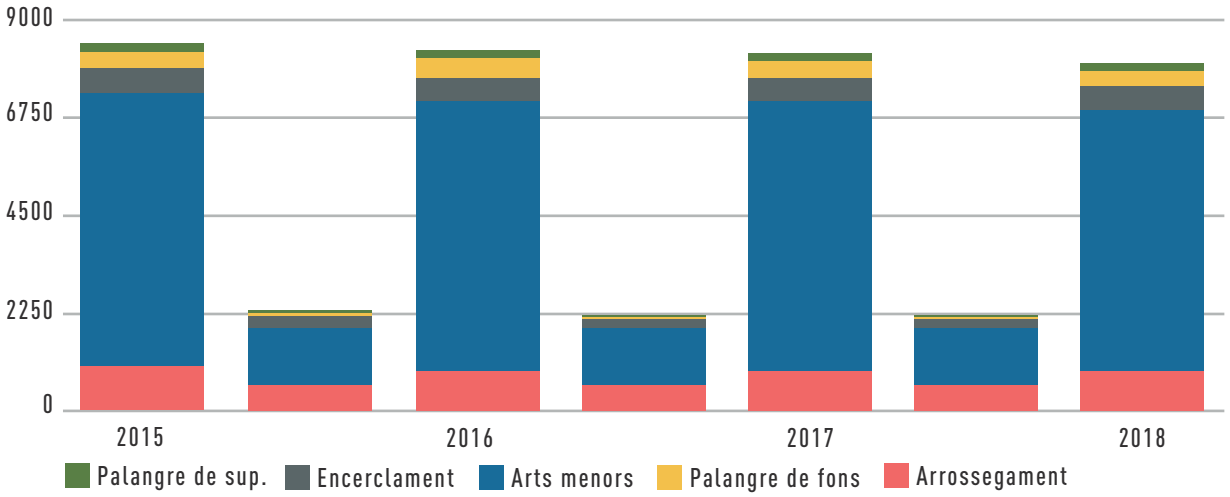
TAULA 15: Nombre de bucs actius per art de pesca, Espanya

Modalitat		2015	2016	2017	2018
Espanya	Arrossegament	973	931	936	907
	Arts menors i polivalents	6.387	6.256	6.206	6.053
	Encerclament	614	547	570	547
	Palangre de fons	321	423	391	367
	Palangre de superfície	206	197	192	176
	Total	**8.501**	**8.354**	**8.295**	**8.050**
Mediterrani	Arrossegament	615	597	600	581
	Arts menors i polivalents	1.333	1.286	1.278	1.203
	Encerclament	224	216	216	194
	Palangre de fons	65	73	70	62
	Palangre de superfície	69	65	64	52
	Total	**2.306**	**2.237**	**2.228**	**2.092**

S'observa de forma gràfica el pes i l'evolució del nombre d'embarcacions per modalitat de pesca a Espanya i al Mediterrani i es detecta que els percentatges de presència de les embarcacions per modalitat de pesca es mantenen força homogenis tant en l'àmbit geogràfic com al llarg dels 4 darrers exercicis.

Al gràfic que segueix també es detecta que la modalitat d'arts menors és la que compta amb un major pes tant a Espanya com al Mediterrani i, en sentit contrari, que el palangre de superfície, el palangre de fons i l'encerclament, per aquest ordre, esdevenen les modalitats amb menor pes.

GRÀFIC 19. Evolució del nombre d'embarcacions per modalitat i àmbit geogràfic (Espanya i Mediterrani)





1.3.2. ANÀLISI DE L'EVOLUCIÓ DEL NOMBRE D'EMBARCACIONS I DE CAPTURES SEGONS MODALITAT DE PESCA A CATALUNYA

Si centrem l'anàlisi en l'àmbit català, també s'observa aquesta tendència de disminució del total d'embarcacions de pesca marítima. Mentre que l'any 2015 es comptabilitzaven 786 embarcacions, l'any 2018 n'hi havia 108 menys, fet que mostra una reducció percentual d'embarcacions del 13,8% i, per tant, una davallada superior a les registrades a Espanya i al Mediterrani. Cal tenir en compte que aquesta disminució constant d'embarcacions no és un fet recent i que es remunta a principis de segle.

La taula 16 mostra el detall del nombre d'embarcacions per modalitat de pesca i la seva evolució des del 2015.

TAULA 16: Evolució del nombre d'embarcacions per modalitat a Catalunya

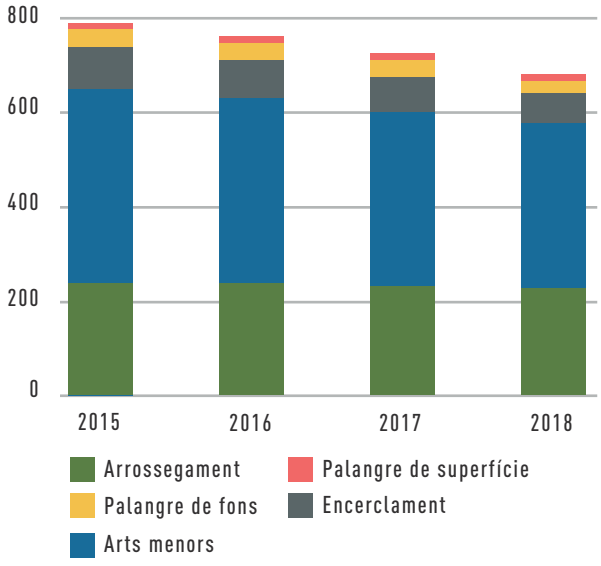
Modalitat	2015	2016	2017	2018
Arrossegament	243	240	234	227
Arts menors i polivalents	404	383	365	346
Encerclament	84	82	75	65
Palangre de fons	42	38	33	27
Palangre de superfície	13	14	14	13
Total general	**786**	**757**	**721**	**678**

Per tipologia d'art, el palangre de fons destaca per registrar una davallada del -35% el 2018 respecte al 2015 i, en sentit contrari, destaca el palangre de superfície, que en aquest període no altera el nombre total d'embarcacions de la modalitat.

Quant a valors absoluts, les arts menors i l'arrossegament són les modalitats de pesca que registren descensos més elevats del nombre d'embarcacions.

De forma gràfica, s'observa un retrocés important quant al nombre d'embarcacions globals, que disminueix de forma constant amb una intensitat creixent. En aquest sentit, el 2016 es registra una disminució del 3,7%, per passar al 4,8% el 2017 i al 6% el 2018.

GRÀFIC 20. Evolució de la distribució d'embarcacions per modalitat de pesca a Catalunya



Finalment, es consideren els resultats de les captures segons les modalitats de pesca i s'observa que l'encerclament obté els millors resultats, seguit de l'arrossegament, el qual, a més, manté una producció pesquera molt similar al llarg dels anys.

D'aquestes dades s'extreu que hi ha una manca d'afectació de la disminució d'embarcacions sobre les captures d'arrossegament. Succeeix el mateix amb les arts menors. Així, malgrat la disminució del nombre d'embarcacions, la producció pesquera no pateix una reducció significativa, tal com s'observa al quadre que segueix.

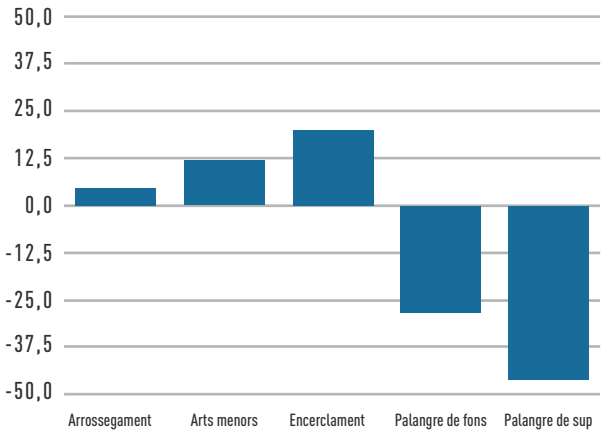
TAULA 17: Captures (kg) per modalitat de pesca, Catalunya (2015-2018)

Modalitat	2015	2016	2017	2018
Arrossegament	8.473.212	9.043.587	7.682.389	8.360.540
Arts menors i polivalents	1.770.936	1.731.108	1.604.544	1.733.390
Encerclament	16.506.319	16.993.290	15.547.714	16.093.771
Palangre de fons	225.920	159.142	138.382	113.488
Palangre de superfície	372.957	439.237	360.282	255.128
Total general	**27.665.975**	**28.680.971**	**25.604.339**	**26.856.891**

Amb l'objectiu d'explicar i de concretar el grau d'afectació del descens d'embarcacions sobre les captures, s'analitza quina ha estat l'evolució del nombre de captures per embarcació des del 2015. En aquest sentit, es detecta que les embarcacions de les modalitats d'arrossegament, arts menors i encerclament han incrementat les seves captures amb diferents intensitats fins a igualar pràcticament el nombre de captures per a cada una de les modalitats.

Les palangreres, per contra, han disminuït de forma molt significativa les seves captures per embarcació i aquesta davallada s'explica, en part, en la possibilitat de venda de la quota en el període objecte d'anàlisi. El gràfic que segueix mostra les dades esmentades.

GRÀFIC 21. Variació 2015-2018 de les captures per embarcació i modalitat de pesca



1.3.3. ANÀLISI COMPARATIVA DE L'EVOLUCIÓ DEL NOMBRE D'EMBARCACIONS I DE CAPTURES SEGONS MODALITAT DE PESCA A ESPANYA, AL MEDITERRANI I A CATALUNYA

A Catalunya, d'acord amb la tendència general registrada a Espanya i al Mediterrani, l'evolució de la flota pesquera mostra una constant disminució.

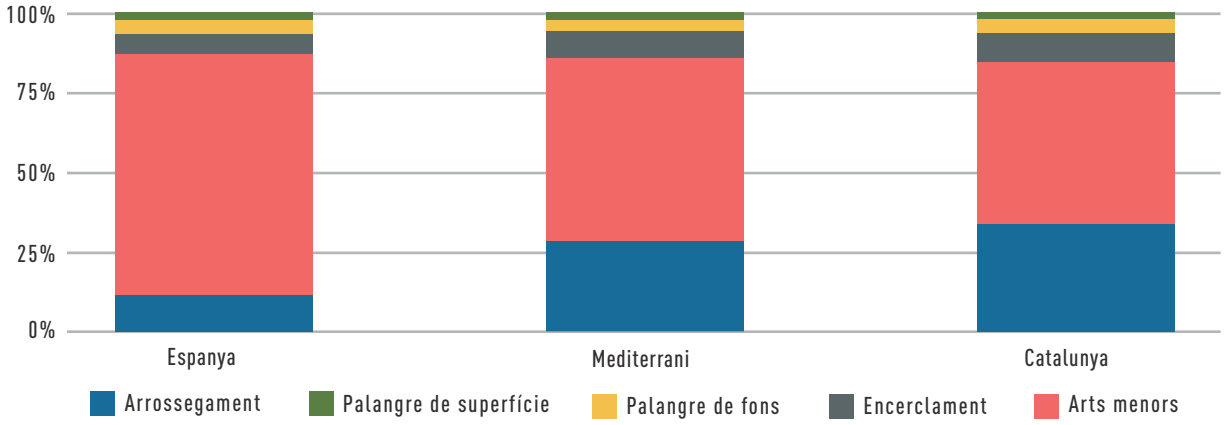
Quant a l'evolució del nombre d'embarcacions per modalitat de pesca, es detecta que el cas català presenta algunes variacions respecte a les dades recollides en l'àmbit d'Espanya i en el Mediterrani. Així, mentre en l'àmbit estatal es detectaven increments significatius el 2016 en la modalitat del palangre de fons, a les costes catalanes les embarcacions d'aquesta modalitat de pesca en aquest període van minvar.

En termes globals, la tendència a la reducció del nombre d'embarcacions es presenta més constant i acusada a Catalunya que a la resta de l'Estat.

En relació amb el pes de les diverses modalitats de pesca, es detecten més similituds entre la distribució i la composició de la flota a Catalunya i al Mediterrani que respecte al conjunt de l'Estat. Així, la modalitat d'arrossegament a Catalunya triplica el valor percentual d'Espanya, mentre que, en sentit contrari, les arts menors a Espanya compten amb una presència molt superior a la registrada a les costes catalanes.

El gràfic que segueix mostra el detall dels percentatges de presència de cada una de les modalitats sobre el conjunt de les flotes.

GRÀFIC 22. Distribució d'embarcacions per modalitat de pesca i àrea geogràfica



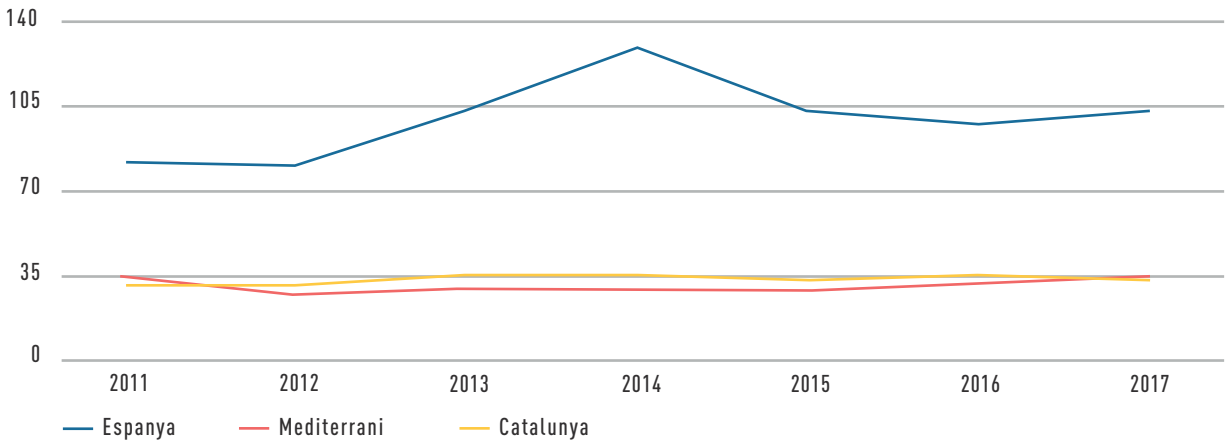
TAULA 15 / GRÀFIC 19. Font: Informe anual de l'activitat de la flota pesquera espanyola.

TAULA 16 / TAULA 17 / GRÀFIC 20 / GRÀFIC 21. Font: Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural. Direcció General de Pesca i Afers Marítims

Si comparem l'evolució del nombre d'embarcacions i de les captures, observem que la mitjana de captures per embarcació a Espanya és molt superior a la de Catalunya i a la del Mediterrani. Concretament, l'any 2017, al conjunt de l'Estat va ser de 102,8 tones per buc, mentre que a Catalunya va ser de 32,7 tones i al Mediterrani de 35,2 tones.

Entre els anys 2011 i 2017, al Mediterrani i a Catalunya les captures per embarcació mostren una línia força estable, amb tímides fluctuacions que acaben registrant un lleu increment en el cas català. Una trajectòria diferent de la que s'observa a Espanya, on hi va haver un fort creixement de les captures per embarcació el 2013 i el 2014 i una caiguda posterior el 2015, tal com mostra el gràfic.

GRÀFIC 23. Evolució de la mitjana de captures per embarcació i àrea geogràfica



D'aquesta manera, mentre que les captures per embarcació a Catalunya i al Mediterrani el 2017 registren xifres inferiors a les del 2011, en l'àmbit estatal les pèrdues registrades a partir del 2014 no aconsegueixen absorbir els anteriors increments quant a captures per embarcació.

Les captures per embarcació es mantenen estables al Mediterrani i s'incrementen de forma discreta a Catalunya del 2011 al 2017. D'aquesta manera, l'increment de la capacitat pesquera de les embarcacions no només mitiga els efectes de la pèrdua d'embarcacions, sinó que condiciona uns resultats positius de l'evolució de les captures el 2017 respecte al 2011. Al quadre que segueix es pot consultar el conjunt de dades esmentades.

TAULA 18: Evolució del nombre d'embarcacions, captures (en tones) i mitjanes per embarcació

Any	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Espanya							
Embarcacions	10.505	10.116	9.871	9.635	9.409	9.299	9.146
Captures	860.221	813.197	1.012.434	1.237.307	964.554	904.032	940.633
Mitjana	82	80	103	128	103	97	103
Mediterrani							
Embarcacions	2.972	2.843	2.760	2.649	2.588	2.538	2.468
Captures	103.505	78.985	82.999	78.467	76.416	81.774	86.835
Mitjana	35	28	30	30	30	32	35
Mediterrani							
Embarcacions	1.022	937	915	869	837	814	778
Captures	31.833	29.149	32.032	30.883	27.769	28.947	25.423
Mitjana	31	31	35	36	33	36	33

GRÀFIC 22 / GRÀFIC 23. Fonts: Informe Anual de l'activitat de la Flota Pesquera Espanyola i Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural. Direcció General de Pesca i Afers Marítims

TAULA 18. Fonts: Enquesta Econòmica de Pesca Marítima i Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, Direcció General de Pesca i Afers Marítims

1.4.
Anàlisi de l'aqüicultura per àmbit geogràfic

1.4.1. Anàlisi de la producció, del valor i de l'evolució de l'aqüicultura a Espanya
1.4.2. Anàlisi de la producció, del valor i de l'evolució de l'aqüicultura a Catalunya
1.4.3. Anàlisi comparativa de l'evolució dels àmbits geogràfics

L'aqüicultura ha esdevingut un factor clau en l'increment de la producció pesquera registrada tant en l'àmbit estatal com en l'internacional i ha permès donar resposta a les necessitats d'abastiment de la població. En aquest sentit, cal tenir en compte que, al llarg de les cinc darreres dècades, l'augment mitjà anual del consum mundial de peix s'ha incrementat per sobre del creixement de la població en una relació del 3,2% respecte de l'1,6%, i que això ha estat possible gràcies al creixement de la producció aqüícola.

En aquest context, és imprescindible analitzar l'aqüicultura tant en el marc espanyol com en el català.

Finalment, cal apuntar que metodològicament s'han considerat els dos principals grups d'espècies marines produïdes en aqüicultura, els peixos i els mol·luscs, i que, en aquest sentit, no s'ha tingut en consideració la producció d'algues marines o d'aquelles espècies que provenen de l'aqüicultura continental.



1.4.1. ANÀLISI DE LA PRODUCCIÓ, DEL VALOR I DE L'EVOLUCIÓ DE L'AQÜICULTURA A ESPANYA

A Espanya, el pes de l'aqüicultura sobre el conjunt de la producció pesquera se situa al voltant del 23%, molt per sota del pes que acumula en l'àmbit internacional, amb un 44% sobre el total.

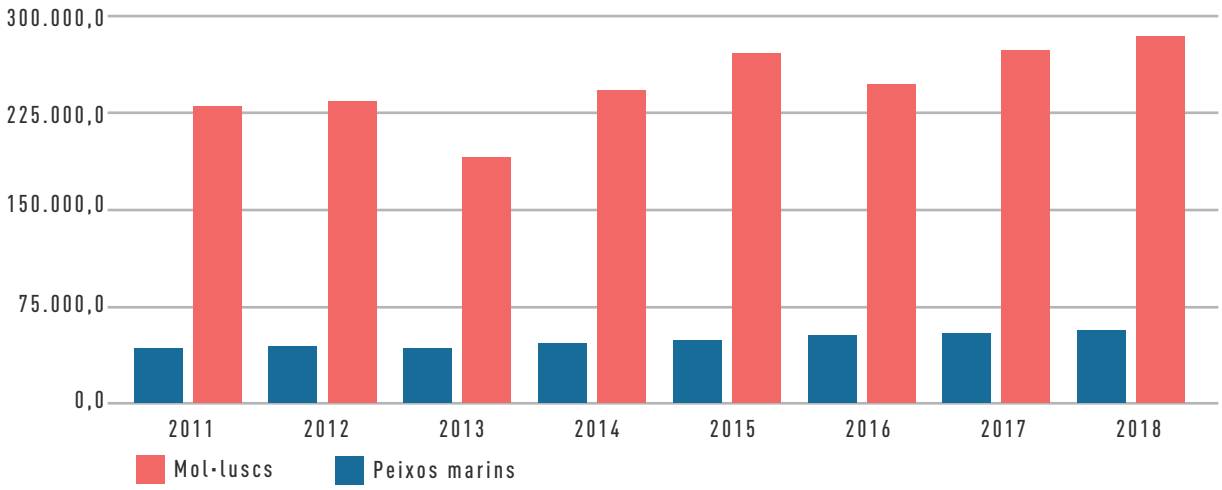
D'acord amb la tendència en l'àmbit internacional, es registra un augment de la producció del producte procedent de l'aqüicultura marina a Espanya, que registra, des del 2011, un creixement total lleugerament superior al 20%, amb un increment mitjà interanual de gairebé un 3%. Per tipologia de producte analitzat, els registres de producció en tones mostren que són els peixos marins els que compten amb un creixement més intens des del 2011, amb un 24,6%, mentre que els mol·luscs marins no arriben a augmentar la seva producció un 20%. Cal tenir en compte el significatiu pes percentual de la producció de mol·luscs, que oscil·la entre el 82% i el 84% del total, si considerem aquestes dues tipologies de producte.

TAULA 19: Evolució de les tones de producció de peixos marins i de mol·luscs a Espanya

Any	Peixos	Mol·luscs	Total
2011	42.245,6	231.334,7	273.580,2
2012	44.186,5	235.066,8	279.253,3
2013	42.082,9	192.212,3	234.295,2
2014	46.886,5	244.564,4	291.450,9
2015	49.481,1	273.818,0	323.299,1
2016	52.687,9	249.192,3	301.880,2
2017	54.512,5	275.128,4	329.641,0
2018	56.022,9	287.020,4	343.043,3

En l'anàlisi detallada de les dades, es detecta que el 2013 es dona un retrocés en la producció relativa tant a peixos marins com a mol·luscs que es recupera amb escreix el 2014, any a partir del qual es registra un increment constant de la producció, amb l'excepció del descens en la producció de mol·luscs registrat el 2016, el qual repercuteix en un descens també de les xifres totals de l'exercici, tal com s'observa al gràfic següent.

GRÀFIC 24. Evolució de la producció de peixos i mol·luscs marins procedents de l'aqüicultura a Espanya



En relació amb el valor de primera venda del producte, es detecta, en primer lloc, que el valor del peix és molt superior al dels mol·luscs, fet que repercuteix en el fet que obtingui millors resultats, malgrat que la seva producció sigui inferior.

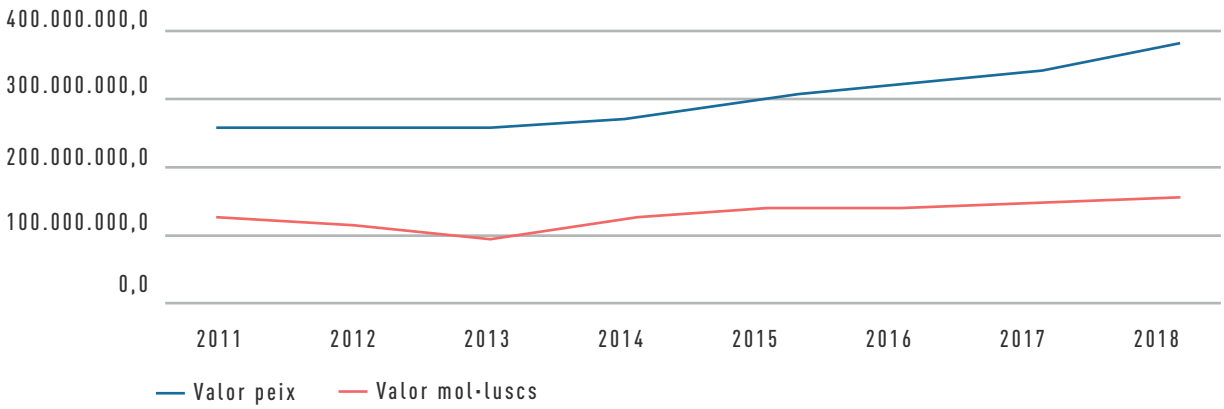
Així mateix, destaca que, si bé el descens en la producció succeït el 2013 repercuteix en un descens del valor obtingut en l'exercici, el 2016 la disminució de la producció no impacta en les xifres totals de valor obtingut ni tampoc en les relatives a la tipologia de mol·luscs, la qual va patir el descens esmentat. El quadre que segueix mostra el detall de les dades relatives al valor total i per tipologia de producte.

Taula 20. Evolució en tones i valor per tipologia de producte a Espanya

Any	Tones totals	Valor total	Valor peix	Valor mol·luscs
2011	273.580,24	388.087.962,21	259.120.297,96	128.967.664,25
2012	279.253,27	376.123.194,76	259.871.034,14	116.252.160,62
2013	234.295,18	358.081.365,47	259.273.261,46	98.808.104,01
2014	291.450,92	397.116.262,73	271.442.711,93	125.673.550,80
2015	323.299,07	443.207.008,30	300.600.661,35	142.606.346,95
2016	301.880,16	468.798.273,08	324.156.806,12	144.641.466,96
2017	329.640,96	497.764.551,09	346.175.949,80	151.588.601,29
2018	343.043,27	539.956.193,12	381.851.848,82	158.104.344,30

Al gràfic que segueix s'observa que únicament el 2013 i per a la tipologia de mol·luscs es registra una disminució del valor de venda que altera la tendència a l'alça. Així mateix, es pot veure que la tendència a l'alça del peix és més acusada que la que registren els mol·luscs. Cal prendre en consideració, en aquest punt, si aquestes variacions tenen la seva causa únicament en l'increment de la producció, més acusat al peix, o si també s'expliquen per l'increment del preu per tona.

GRÀFIC 25. Evolució del valor de peixos i mol·luscs marins procedents de l'aqüicultura a Espanya

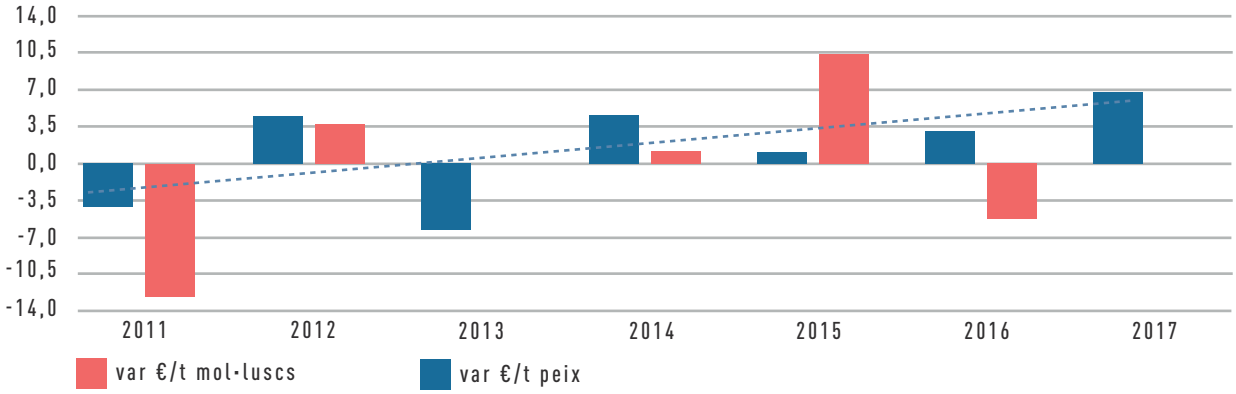


Si considerem l'evolució del preu per tona, observem que existeix una major fluctuació en aquest valor que en el relatiu al valor total obtingut en els diferents exercicis, el qual tendeix a créixer de forma pràcticament constant.

La variabilitat del preu per tona no presenta una clara tendència a l'alça fins al 2015 i únicament per a la tipologia de peix, però no en el cas dels mol·luscs, els quals presenten oscil·lacions contínues que acaben imposant un preu per tona el 2018 inferior al del 2011.

La modulació i la fluctuació del preu per tona ha estat un factor determinant per aconseguir aquesta tendència a l'alça en la facturació total, malgrat l'existència de períodes de baixa producció. Al gràfic que segueix s'observen les xifres de variació interanual del peix i dels mol·luscs a Espanya.

GRÀFIC 26. Evolució de la variació interanual del preu/tona per tipologia, del producte pesquer de producció aqüícola a Espanya



TAULA 19/20- GRÀFIC 24/25/26.
Font: MAPA, Ministeri d'Agricultura i Pesca, Alimentació i Medi Ambient

1.4.2. ANÀLISI DE LA PRODUCCIÓ, DEL VALOR I DE L'EVOLUCIÓ DE L'AQÜICULTURA A CATALUNYA

El pes de l'aqüicultura a Catalunya és inferior que a la resta de l'Estat, i representa, des del 2011, una mitjana del 17% de la producció pesquera global.

D'acord amb la tendència en l'àmbit estatal i internacional, també a Catalunya es registra un augment de la producció del producte procedent de l'aqüicultura marina, el qual acumula, des del 2011, un creixement de gairebé el 6%, amb un increment mitjà interanual d'un 0,8%.

Per tipologia de producte analitzat, els registres de producció en tones mostren que els peixos marins presenten un creixement des del 2011 d'un 23,7%, mentre que els mol·luscs marins disminueixen un 9,2%.

Cal tenir en compte el significatiu pes de la producció de mol·luscs sobre el total de la producció aqüícola, que oscil·la entre el 54% i el 77% i presenta una clara tendència a la baixa quant al seu pes percentual des del 2014.

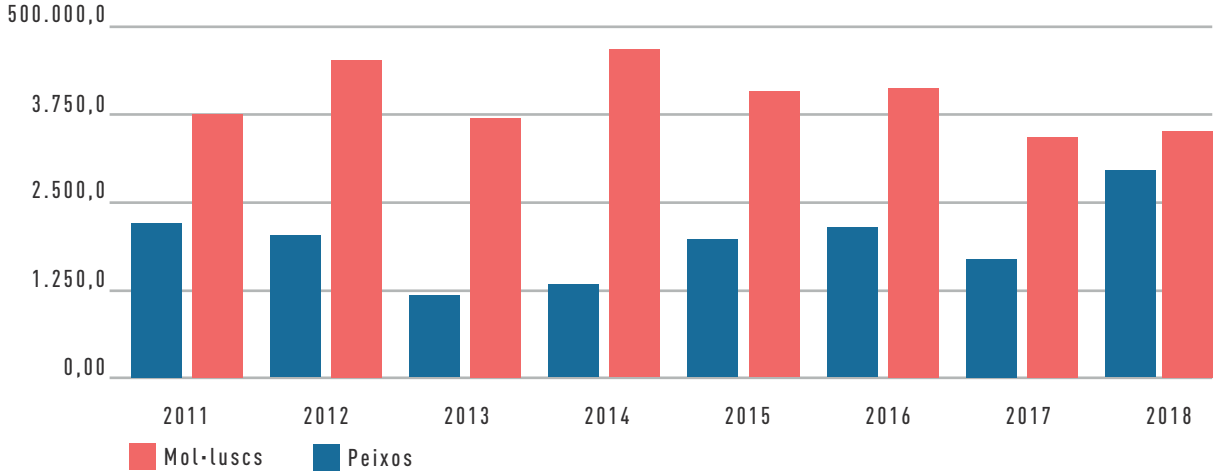
Al quadre que segueix s'observa el detall de les dades esmentades.

Taula 21: Tones de producció de peixos marins i de mol·luscs a Catalunya

Any	Peixos	Mol·luscs	Total
2011	2.198,35	3.773,86	5.972,21
2012	1.902,83	4.523,50	6.426,33
2013	1.185,47	3.625,99	4.811,46
2014	1.367,80	4.585,77	5.953,57
2015	1.930,35	4.100,99	6.031,34
2016	2.102,08	4.000,01	6.102,09
2017	1.745,99	3.345,19	5.091,18
2018	2.881,71	3.455,77	6.337,48

Al gràfic que segueix s'observa que, el 2013, a Catalunya també es registra un disminució de la producció de mol·luscs. En aquest àmbit geogràfic, el decreixement de la producció s'inicia el 2012 en relació amb els peixos marins. La caiguda en la producció es dona de nou el 2017 per a les dues tipologies de producte pesquer.

GRÀFIC 27. Evolució de la producció aqüícola de peixos i mol·luscs a Catalunya



Considerant ara el valor de primera venda, es constata un valor del peix molt superior al dels mol·luscs.

Si bé a Espanya es registrava una relació proporcional entre el creixement del valor conjunt i la producció, amb una tendència global a l'alça amb alguns matisos, en l'àmbit català es registra una major fluctuació tant en tones com en el seu valor, especialment en relació amb el valor del peix marí i de forma més subtil en relació amb el valor dels mol·luscs.

El quadre que segueix mostra el detall de les dades relatives al valor total i per tipologia de producte.

Taula 22. Evolució en tones produïdes i valor de primera venda de peixos marins i de mol·luscs procedents de l'aqüicultura a Catalunya

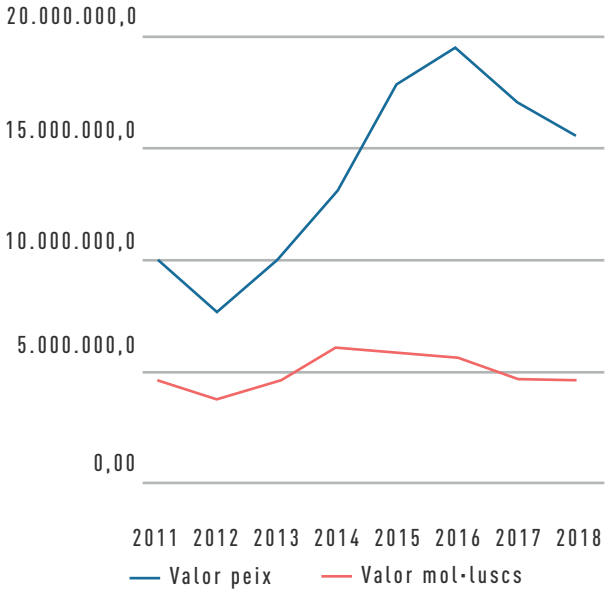
Any	Tones	Valor	Valor peix	Valor molu·luscs
2011	5.972,21	14.234.709,84	9.733.332,11	4.501.377,73
2012	6.236,58	11.449.652,15	7.763.831,32	3.685.820,83
2013	4.811,46	14.343.176,94	9.823.859,72	4.519.317,22
2014	5.953,56	18.974.833,11	12.983.346,34	5.991.486,77
2015	6.031,34	23.646.083,08	17.823.862,07	5.822.221,01
2016	6.102,09	25.078.853,87	19.503.500,32	5.575.353,55
2017	5.091,01	21.740.957,47	17.040.617,16	4.700.340,31
2018	6.337,48	20.110.615,11	15.518.645,65	4.591.969,46

Al gràfic que segueix s'observa que la davallada de producció s'acusa especialment el 2017 en una davallada del valor. Així mateix, s'observa una major estabilitat de l'explotació dels mol·luscs.

És rellevant considerar el fet que el preu per tona del producte d'aqüicultura en l'àmbit català duplica el valor que s'obté en l'àmbit estatal.

En relació amb el preu per tona del producte de pesca de captura, destaca que, després de tres exercicis (2015-2017) en els quals el producte procedent de l'aqüicultura va aconseguir valors superiors als obtinguts en la pesca de captura, el 2018 es retrocedeix fins a xifres del 2014 per situar de nou el preu per tona de l'aqüicultura per sota del de la pesca de captura. Aquesta dinàmica contrasta amb les dinàmiques estatals i internacionals, en què el preu per tona de l'aqüicultura se situa en tot moment a gran distància del preu per tona de la pesca de captura.

GRÀFIC 28. Evolució del valor del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya





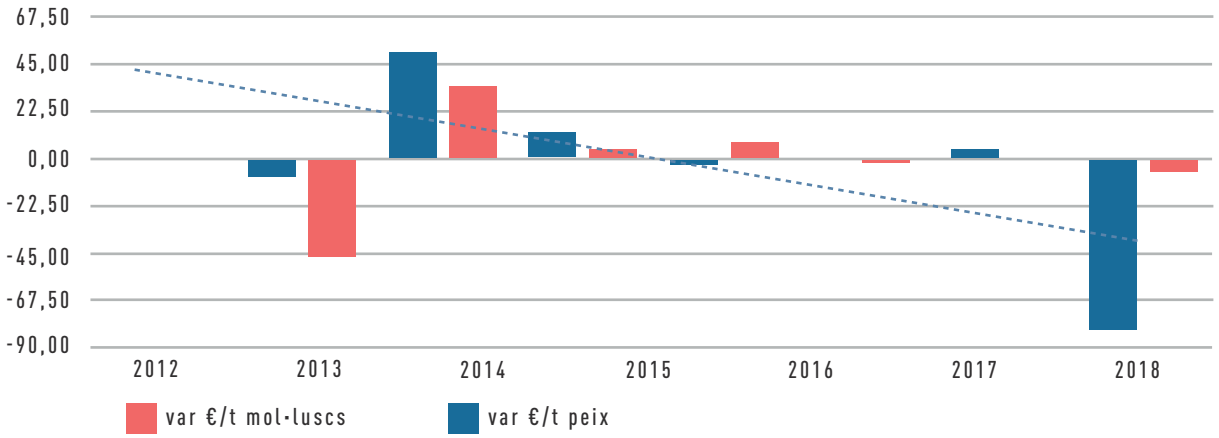
TAULA 21/22 - GRÀFIC 27/28/29
Font: MAPA, Ministeri d'Agricultura i Pesca, Alimentació i Medi Ambient

En relació amb l'evolució de la variació interanual del preu de la tona del peix marí i dels mol·luscs, s'observa que el preu d'ambdues categories es manté estable del 2014 al 2017, que el preu per tona del peix registra una davallada important el 2018 i que, en sentit contrari, hi ha un increment important de les dues tipologies el 2013.

Si es valoren de forma conjunta les dades relatives a pes i a valor, s'extreu que l'increment de la producció del 2012 va generar una davallada de preus per tona que va acabar incidint en una menor recaptació global. El 2013 la situació és inversa, amb una producció inferior a la de l'exercici anterior, que va repercutir en un increment del preu per tona i que, alhora, va permetre recuperar recaptacions globals del nivell de les del 2011.

A partir del 2017, però, la davallada de la producció no es compensa amb un augment de preus, sinó que, per contra, s'acompanya d'una reducció de preus el 2018, especialment acusada en el peix, que genera una reducció continuada dels valors conjunts obtinguts.

GRÀFIC 29. Evolució de la variació interanual del preu per tona del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya



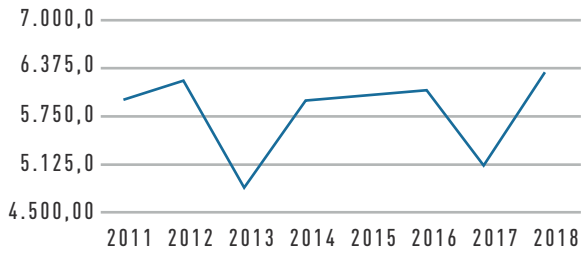
1.4.3. ANÀLISI COMPARATIVA DE L'EVOLUCIÓ DELS ÀMBITS GEOGRÀFICS

En aquest apartat es desenvolupa una comparativa entre l'evolució de la producció, dels valors i dels preus de l'aqüicultura a Espanya i a Catalunya.

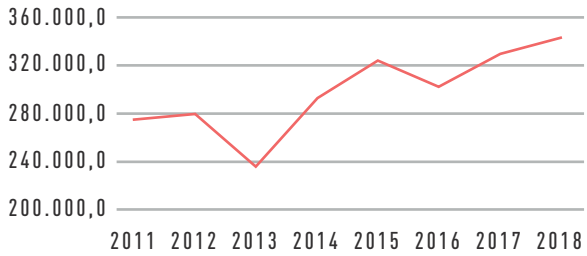
Quant a la producció, es registra una tendència de creixement més estable en l'àmbit espanyol, en el qual la fluctuació de la producció de peix no arriba a desdibuixar el seu creixement, mentre que, per contra, en l'àmbit català la producció global registra davallades molt significatives que no permeten detectar una tendència clara. En els gràfics que segueixen s'observen les tendències esmentades.

GRÀFICS 30 I 31. Evolució de la producció en tones del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya i a Espanya

Evolució de la producció (en tones) de l'aqüicultura marina a Catalunya



Evolució de la producció (en tones) de l'aqüicultura marina a Espanya



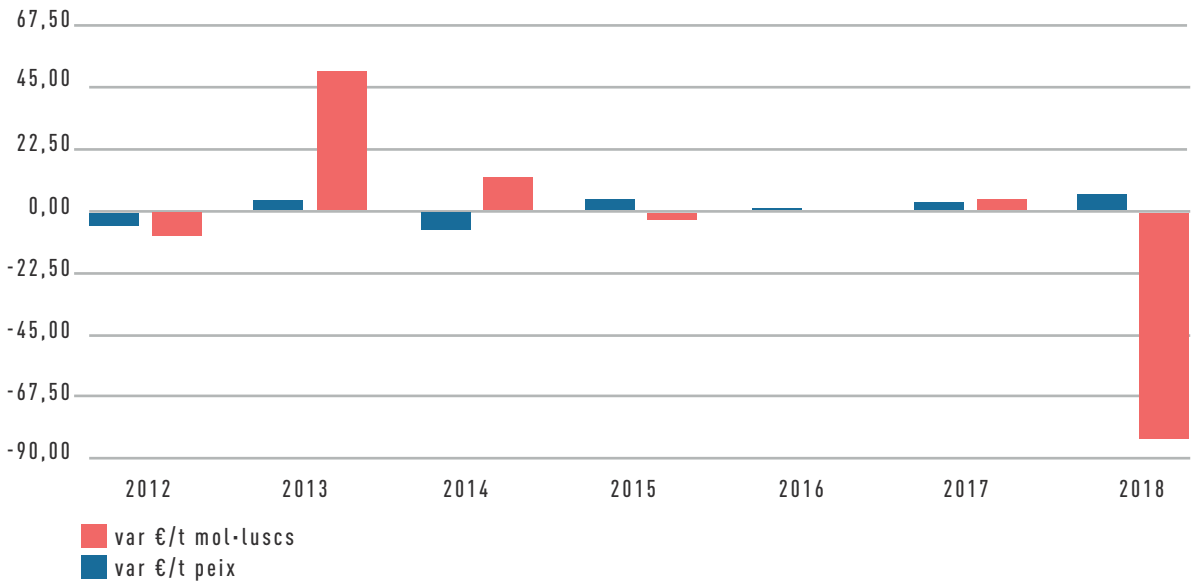
GRÀFIC 30/31/32 Font: MAPA, Ministeri d'Agricultura i Pesca, Alimentació i Medi Ambient

En aquest sentit, mentre que, del 2011 al 2018, a Espanya es registra una variació d'un 20%, en el cas català aquesta se situa en un 5,7% i és negativa en la tipologia del mol·lusc, que acumula, en aquest període, una variació en la seva producció superior al 9%.

En relació amb el valor total, es detecten també fluctuacions més intenses en el cas català, especialment pel que fa al peix. No obstant això, és significativa la divergència de tendències relatives al valor per tona. Mentre que en l'àmbit estatal es registra una tendència a l'alça del valor per tona del peix, a Catalunya es dibuixa una tendència a la baixa d'aquest.

Al gràfic que segueix s'observa que el cas català registra una major variabilitat, amb increments i davallades del preu per tona molt per sobre dels registrats en l'àmbit estatal.

Gràfic 32. Comparativa de l'evolució de la variació del preu/tona del peix a Catalunya i Espanya





BLOC II

Les llotges de mar

2.1. Trets estructurals i inventari de les llotges de mar a Catalunya
2.2. Comercialització, problemàtiques, necessitats i bones pràctiques

2.1.
Trets estructurals i inventari de les llotges de mar a Catalunya

Les pàgines que segueixen són la conseqüència del treball de camp realitzat, que ha consistit en la visita a 17 de les 19 llotges de mar de Catalunya i en la realització d'entrevistes en profunditat als patrons majors de les confraries de pescadors i als secretaris i gerents de cada una d'elles.

A l'apartat anterior s'ha analitzat de forma detallada l'evolució de les seves captures i del seu valor de venda, així com de la seva flota. A les pàgines que segueixen s'incorpora informació relativa a cada una de les llotges i confraries de Catalunya. Aquesta informació actualitza les dades relatives a la flota activa per tipologia d'art a l'agost del 2019, horaris de la subhasta, facturació per categories, activitats enfocades a la diversificació de les fonts d'ingressos, existència de zona lúdica i demostrativa, vedes, principals observacions, problemàtiques i necessitats, entre d'altres.

S'aprofundeix, d'aquesta manera, en els diferents perfils i realitats d'aquest actor del sector de la pesca, i això ens ha de permetre detectar i establir eines per millorar la seva posició competitiva.

Cal considerar que l'equip de treball ha tingut l'oportunitat de parlar amb moltes persones i cada una d'elles ha aportat la seva particular visió. Tanmateix, alguns aspectes han estat destacats de forma unànime pel conjunt dels entrevistats i aquests s'analitzen de forma especialment detallada.

Amb tot, l'apartat s'estructura de la següent manera:

2.1.1. Llotja de Llançà
2.1.2. Llotja del Port de la Selva
2.1.3. Llotja de Roses
2.1.4. Llotja de l'Escala
2.1.5. Llotja de Palamós
2.1.6. Llotja de Sant Feliu de Guíxols
2.1.7. Llotja de Blanes
2.1.8. Llotja d'Arenys de Mar
2.1.9. Llotja de Badalona
2.1.10. Llotja de Barcelona
2.1.11. Llotja de Vilanova i la Geltrú
2.1.12. Llotja de Tarragona
2.1.13. Llotja de Cambrils
2.1.14. Llotja de l'Ametlla de Mar
2.1.15. Llotja de l'Ampolla
2.1.16. Llotja de Deltebre
2.1.17. Llotja de Sant Carles de la Ràpita





Llotja de Llançà

DATA D'ENTREVISTA: Divendres 9 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Jordi Fulcarà Mayné, *Patró major*
Sr. Rafael Borràs Garcia, *Secretari*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
6 (5 a temps complert i 1 a temps parcial)

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:
Tarda de 16.45h a 18.30h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	6
Arts menors	5
Encerclament tonyina	0
Encerclament	0
Palangre de fons	1
Palangre de superfície	0
Auxiliars	0
Mariscadors	1

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	668.426
En valor	4.437.090

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	3.774.000 (82.1%)
Peix per internet	666.576 (14.5%)
Gel	73.518 (1.6%)
Comercialitzadora	23.786 (0.5%)
Altres	56.934 (1.24%)

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. Visites guiades a la llotja i al port.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Peixos Puigmon, SA
Frigorífics Ros, SA
Peixos Sampera, SL
Frime, SA
David Pareja Martínez

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Un mes, habitualment al febrer
Encerclament	No en tenen

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- La manca d'etiquetatge al punt de venda, la manca de relleu generacional i l'excés de burocràcia es presenten com les principals problemàtiques amb les quals s'enfronten les confraries.
- Des del 2009, es treballa la marca "Escamarlà de llançà" amb el suport de l'Ajuntament.
- Es valora la creació d'una OPP com una oportunitat per entrar en l'àmbit de la comercialització de producte, guanyar poder de negociació en l'àmbit estatal i internacional i reduir costos mancomunant serveis.
- Es considera que les polítiques pesqueres es gestionen des de massa organismes i es plantegen amb perspectiva de curt termini.
- L'arribada de peix de França a la llotja es valora de forma positiva i com un factor que incentiva la venda de producte local, atès que la venda a Llançà es fa més atractiva per al comprador, que troba més varietat i quantitat de producte.
- Es plantegen diverses iniciatives que s'entén que podrien donar un impuls a la manca de relleu generacional, com presentar cursos per aprendre l'ofici de patró o incentivar la presentació d'ajudes en forma d'aval per a la compra d'embarcacions.
- Com a possibles eines per reduir l'estrès burocràtic al qual estan sotmesos, es reclama una major dotació de personal a capitania, la realització a domicili de la revisió mèdica, la unificació de la normativa per reduir el volum de requeriments administratius i legals, la consideració de les particularitats del territori i del seu model de negoci respecte del model de negoci de l'Atlàntic o la dotació d'un equip de treball que doni suport a tasques de digitalització documental.

Llotja del Port de la Selva



DATA D'ENTREVISTA: Dijous 8 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Pere Sunyé, *Secretari*

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	7.00h
Tarda	18.30h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	3
Arts menors	6
Encerclament tonyina	0
Encerclament	0
Palangre de fons	0
Palangre de superfície	0
Auxiliars	0
Mariscadors	0

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	104 t
En valor	1.93 milions d'euros

PERCENTATGE DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix per internet	17% del total de peix
Comercialitzadora	Obrador
Altres	Rendiment patrimonial. Bar propi, entre d'altres.

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Bar propi des del qual es pot veure l'activitat de la llotja. També promocionen activitats turístiques vinculades a l'ofici, com les estades a La Barraca de Cala Prona, entre d'altres.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SA
Puignau

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Cal racionalitzar tant les despeses fixes com les associades al manteniment del sistema informàtic vinculat a la subhasta.
- S'està treballant de forma molt satisfactòria en l'especialització i denominació de "Cap de Creus" per a la gamba i el pop de la zona.
- Una de les principals problemàtiques detectades és la manca de relleu generacional, que podria mitigar-se fomentant l'ofici de pescador.
- Es posa en relleu la davallada en les captures (hi ha poc peix), així com la mala remuneració de les vedes.
- Els horaris diferenciats de la subhasta a la llotja i el fet de realitzar-se amb posterioritat a les que es fan al seu entorn perjudica el preu de venda.
- S'han plantejat iniciatives per propiciar la venda creuada amb la llotja de Llançà, així com la creació d'un centre logístic entre Roses, Llançà i el Port de la Selva. Tanmateix, aquestes iniciatives amb participació de la llotja del Port de la Selva no han tirat endavant.
- Actualment la viabilitat de la llotja es recolza en els rendiments patrimonials dels quals disposa.



Llotja de Roses

DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 6 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Antoni Abad, *Patró major*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
18

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	A partir de les 8.00h
Tarda	A partir de les 16.15h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	19
Arts menors	20
Encerclament tonyina	0
Encerclament	3
Palangre de fons	3
Palangre de superfície	0
Auxiliars	1
Mariscadors	0

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	1254,4 t
En valor	7,21 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix per internet	10% de les vendes

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No. Tanmateix està en projecte i actualment es fan visites guiades.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
Sí. Comercialitzen fumet de peix, carpaccio de gamba, pop cuit, cargol bullit i congelat...

COMPRADORS PRINCIPALS:
Peixos Gotanegra S.L.
Peixos Mar Pla
Frigorífics Ros, SA
Pescadors de Roses Planta
Mercadona

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	50%
Detallista	30%
Distribuïdors	15%
HORECA	5%

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Al febrer
Encerclament	Entre desembre i gener

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Caldria una concentració d'esforços de les confraries.
- Cal responsabilitzar de la comercialització a aquells que hi entenen.
- Pescadors i peixaters, no poden estar enfrontats. Son moments de treball conjunt.
- Cal una identificació clara del peix i la seva procedència, tant quan es va a comprar al canal detallista, com quan el consumim en un restaurant.
- Cal una aliança entre producció, comercialització i restauració.
- El mateix professional és qui no dona prou valor al seu producte.

Llotja de l'Escala



DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 6 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sra. Roser Guell, *Patrona major*
Lluís Sureda, *per delegació de la patrona major*

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	7.00h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	0
Arts menors	11 (tresmall)
Encerclament tonyina	
Encerclament	5
Palangre de fons	
Palangre de superfície	
Auxiliars	
Mariscadors	

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	1353,3 t
En valor	1,62 milions d'euros

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SA
Sala

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Els plans de gestió per les reduccions de les captures serien beneficiosos per el país.
- Caldria augmentar la veda a dos mesos i gestionar un augment del cobrament per part de l'administració.
- Cal disposar de centrals de compra per a tots els productes auxiliars que precisen les confraries.
- Cal donar més valor a la forma com es tracta el peix. No tothom ho fa igual.
- Cal canalitzar, quan hi ha excedents, a grans consumidors, com presons i grans empreses amb servei de restaurant.
- Cal incentivar la venda directa a la llotja.
- Cal disposar d'un aval conjunt vàlid per a totes les confraries.
- Control dels contractes entre privats i barques d'esquena de les confraries.
- Cal disminuir el nombre de llotges a Catalunya.
- Cal augmentar la promoció del Centre d'Interpretació com a recurs turístic.



Llotja de Palamós

DATA D'ENTREVISTA: Dilluns 12 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Antoni Albalat, *Patró major*
Sr. Cristina Banya, *Gerent*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
14

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	Estiu 7.30 h / Hivern 8 h
Tarda	Inici 16.15 h final aproximat 18-18.30 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	23
Arts menors	15
Encerclament tonyina	0
Encerclament	4
Palangre de fons	4
Palangre de superfície	1
Auxiliars	4

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	2.12 tones
En valor	9.6 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	87,1%
Peix per internet	4,8 %
Gel	1,8 %
Comercialitzadora	5,9 %
Altres	

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. El Museu de la Pesca realitza visites guiades a l'espai del peix. Pesca-Turisme (1 embarcació d'arrossegament).

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
Sí, comercialització de gamba vermella, gamba blanca, escamarlà, garotes i angules a través de comerç electrònic.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SA
Mercadona, SA
Peixos Torrent, SL
Peixos Arnau, SL
Peixos Germans Vilardell, SL

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	18% de pes sobre compradors i del 30,5% de les vendes.
Detallista	56% de pes sobre compradors i del 46,4% de les vendes.
Distribuïdors	12% de pes sobre compradors i del 20% de les vendes.
HORECA	24% de pes sobre compradors i del 3,2% de les vendes.

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Del 5 gener al 5 de març (Pla de gestió de la gamba). Resta de l'arrossegament: del 4 de febrer al 5 de març.
Encerclament	Del 20/12/2019 al 19/01/2020

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- La diferenciació del peix de costa en relació amb les importacions es considera una de les principals problemàtiques que cal resoldre per donar viabilitat i competitivitat al peix local. En aquest sentit, s'apunta tant a la necessitat de realitzar campanyes de comunicació que destaquin el seu valor diferencial com a la importància d'un correcte etiquetatge en el punt de venda i a la racionalització de les inspeccions per part de les diferents administracions competents, que propiciï l'existència de controls al final de la cadena de comercialització, peixateries i restaurants.

- També enfocat a destacar el valor diferencial del peix de proximitat, es valora necessari fer una tasca de pedagogia i explicar al consumidor els beneficis del seu consum.

- La pressió burocràtica i la diversitat d'ens als quals cal respondre els diversos requeriments és un altre factor que, des de la llotja, destaquen que cal millorar. En aquest sentit, algunes de les idees que s'apunten són poder disposar d'un assessor especialitzat per part del Departament, la racionalització i la unificació de la normativa i requeriments que es demanden en l'àmbit fiscal, normativa de pesca, seguretat social i capitania de pesca, o poder disposar de cursos de formació en tramitació electrònica i gestió digital.Es considera que el rol de les federacions i dels Grups d'Acció Local hauria de considerar el fet d'ajudar les confraries a optimitzar recursos en aquest sentit.

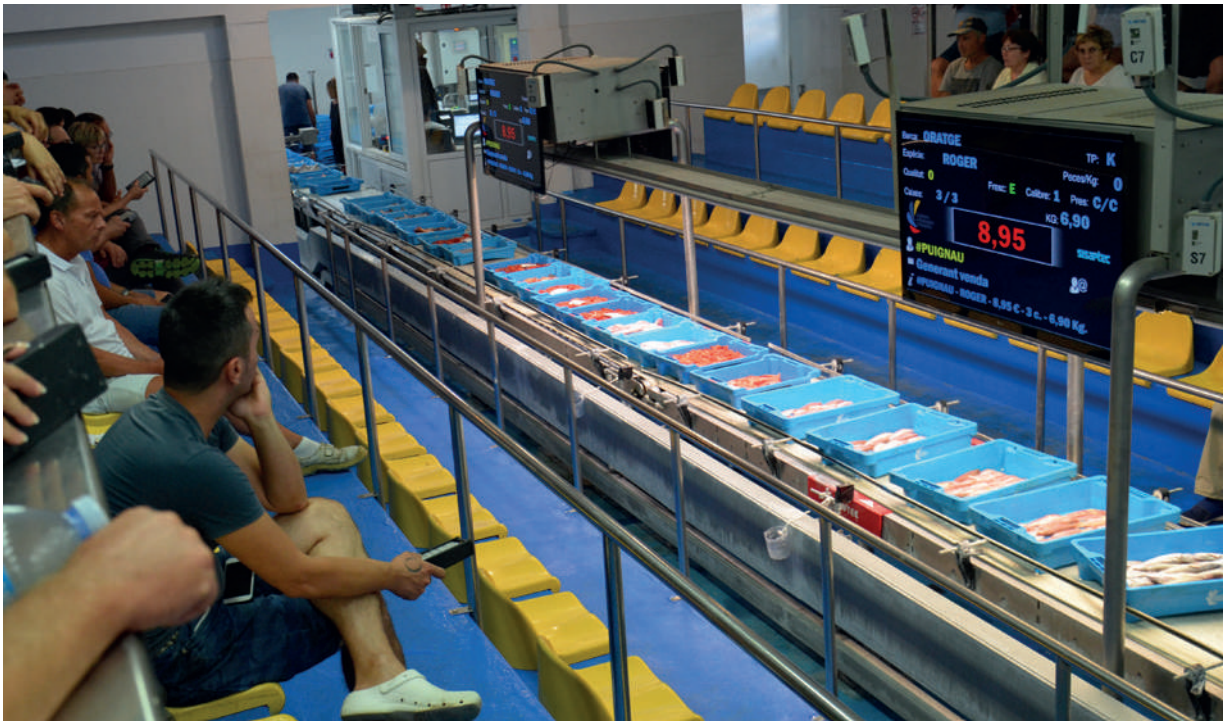
- Es proposen eines per potenciar el relleu generacional, com la creació d'un permís que permeti la realització de pràctiques mentre es realitza la formació, així com la realització de jornades de portes obertes que incentivin l'interès de futurs professionals de la pesca.

- Es considera que les ajudes existents en l'actualitat no responen a les necessitats dels demandants, especialment en la forma, tant pel que fa a la limitació en el temps com pel que fa als terminis de resolució.

- Valoren positivament el vincle amb ens de caràcter científic i la possibilitat de realitzar sol·licituds directes.

- Actualment, compten amb una web de comerç electrònic des d'on comercialitzen gamba i escamarlà, el primer el producte dels quals és l'estrella en què s'ha especialitzat la confraria, en crear la marca "Gamba de Palamós". Diversifiquen la seva activitat amb el mercat de la confraria, que els aporta una renda patrimonial, atès que tenen llogat l'espai.

- La possibilitat d'afegir-se a una iniciativa que tingui en compte el centre logístic no es percep com a beneficiosa, atès el bon posicionament i funcionament actual de la llotja i l'alt percentatge de comprador detallista. És rellevant destacar que la marca compta amb un molt bon reconeixement tant per part del comprador com del consumidor final, el qual se sustenta en documentació i auditories.



Llotja de Sant Feliu de Guíxols



DATA D'ENTREVISTA: Dilluns 12 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Carmelo Martínez, *Patró major*
Sr. Salvador Rovira, *Secretari*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
4

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	7.30 h
Tarda	13.00 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	0
Arts menors	9 + 3 sonsaires
Encerclament tonyina	0
Encerclament	3
Palangre de fons	1
Palangre de superfície	1
Auxiliars	3

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	939.135
En valor	1.768.536

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	90%
Peix per internet	
Gel	8 %
Comercialitzadora	
Altres	2%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. Visites escolars. Aquestes visites són bàsiques per donar a conèixer el sector, les seves característiques, el funcionament de la subhasta, els tipus de peixos i de barques...

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA:
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SA
Pescados David Sala Blanes, SL
Pescadors de Roses Planta Envasat, SL
Peixos Arnau, SL
Peixos Mario, SL

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	9,5% de pes sobre compradors i del 73,2% de les vendes.
Detallista	52,4 % de pes sobre compradors i del 20,7% de les vendes.
Distribuïdors	
HORECA	35,1% de pes sobre compradors i del 6,1% de les vendes.

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	
Encerclament	Del 20 desembre al 21 de gener (un mes)

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Es destaca la problemàtica que es dona sobretot en l'encerclament, en què la necessitat d'inversió per modernitzar les embarcacions és molt elevada i algunes petites embarcacions no poden assumir-la, malgrat les ajudes existents.

- Es considera que la reducció de la pressió pesquera no pot esdevenir l'única mesura per potenciar un increment del nombre de peix o de les seves dimensions, i s'anima a actuar també en altres àmbits de forma decidida per millorar els aspectes mediambientals.

- El fet que les llicències no tinguin cap valor econòmic és un problema greu per als pescadors, els quals no poden deixar el negoci amb condicions econòmiques avantatjoses, ja que els ajuts per desballestament en moltes ocasions es destinen a cobrir les despeses vinculades a l'acomiadament dels treballadors.

- Es valora de forma negativa el fet que en desballestar una embarcació no estigui permès donar continuïtat a l'activitat i invertir el capital obtingut en la compra d'una nova embarcació que pugui respondre a les necessitats de millora tecnològica.

- Les importacions, tot i que són necessàries, afecten negativament el preu de venda del producte local, motiu pel qual es considera indispensable posar en valor el peix de costa i distingir-ne la procedència.

- Cada vegada hi ha menys compradors, ja que prefereixen comprar als majoristes i evitar viatges i parades.

- S'aposta per un model de gestió mancomunada a través d'un centre logístic.

- Es valora de forma positiva l'autoregulació en horaris i contingents, que els permet ser flexibles i no sotmetre's a més regulació, la qual es considera que és excessiva i que caldria simplificar per reduir l'estrès burocràtic al qual estan sotmesos.

- Els ajuts per a les millores de les embarcacions haurien de plantejar-se de manera que fossin més accessibles i directes, sense necessitat d'avançar part del capital i prioritzant criteris de necessitat i de viabilitat.

- Les inspeccions es valoren de forma negativa en la seva forma, atès que es realitzen de manera continuada i un cop finalitzada la jornada laboral, moment en el qual els pescadors estan esgotats. Es considera que la pressió, en aquest sentit, caldria distribuir-la entre els diferents actors del procés de comercialització i s'entén que, si es realitzessin també a detallistes i a restauradors, els efectes repercutiren sobre tots els actors de la cadena.

- S'aposta per modificar el sistema associatiu de les llotges i crear una OPP a través de la qual es puguin mancomunar activitats i mitjançant la qual es propiciï tenir veu i presència tant en l'àmbit europeu com en el estatal, ja que actualment les confraries i les llotges no tenen poder de negociació.

- S'aposta per valoritzar les llicències i considerar el plantejament d'ajudes per a la seva compra amb independència del perfil demogràfic del comprador, però tenint en compte el rendiment anual de les confraries.



Llotja de Blanes

DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 13 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Eusebio Esgleas, *Patró major*
Sr. Xavier Domènech, *Secretari en funcions*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
16

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	De 7.00 h a 11.00 h
Tarda	De 16.15 h a 18.15 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	15
Arts menors	17
Encerclament tonyina	0
Encerclament	6
Palangre de fons	2
Palangre de superfície	3
Auxiliars	6

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	2.682.209
En valor	8.569.922

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	78,2 %
Peix per internet	8%
Gel	1,5 %
Comercialitzadora	
Altres	11,3%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. És una zona d'accés en altura. Tan sols es pot veure la subhasta. No hi ha altres activitats. És una zona que té potencial d'utilització.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA:
Sí, peix i marisc fresc de la Llotja de Blanes.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SA
Comerç de peix Ros, SLU
Peixos Co-Mar, SL
Pòsit de Blanes, SL
Francesc Javier Pérez Castañer

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	12% de pes sobre compradors i del 55% de les vendes.
Detallista	64% de pes sobre compradors i del 30% de les vendes.
Distribuïdors	2% de pes sobre compradors i del 10% de les vendes.
HORECA	22% de pes sobre compradors i del 5% de les vendes.

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Aproximadament el mes de febrer (1 mes).
Encerclament	Aproximadament d'abans de les festes de Nadal, a finals gener.

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Es valoren de forma molt positiva, pels increments de peix detectats, les iniciatives pròpies enfocades a reduir l'esforç pesquer en un espai-temps determinat. En aquest sentit, s'ha apostat pel tancament d'una àrea de 15 km^2 de mar, en la qual no es pot pescar durant un termini de temps a determinar i que actualment supera l'any. S'està valorant replicar la iniciativa a la costa de Tarragona.

- També amb la perspectiva de millorar l'estat del medi marí i propiciar, així, que aquest generi un major nombre de peix, s'aposta, de forma incipient i seguint el model de Palamós, per fer que les embarcacions d'arrossegament substitueixin les portes que estan usant actualment per models que les mantinguin a 5 metres del fons, per evitar així afectar-lo de forma greu i per reduir, alhora, de forma molt significativa, la despesa en benzina de les embarcacions, així com les emissions.

- Es considera que la disminució de peix registrada en els darrers exercicis comença a mostrar un canvi de tendència i que cal seguir implementant mesures per millorar la sostenibilitat dels recursos marins i actuar en el medi ambient des d'altres fronts i implicant-hi altres actors que tenen incidència sobretot en la contaminació.

- Destaquen la manca de relleu generacional com un problema de pes i entenen que els ajuts actuals per al desballestament hi contribueixen de forma significativa, ja que donen resposta a les prioritats de la Comunitat Europea, que vol reduir l'esforç pesquer per mitjà d'una reducció del nombre d'embarcacions.

- Com a eina per incentivar el relleu generacional es proposa compatibilitzar la formació reglada per a professionals de la pesca amb les pràctiques a les embarcacions.

- Juntament amb la manca de relleu generacional, els elevats costos vinculats a l'activitat pesquera i la pressió burocràtica s'entenen com les principals problemàtiques a les quals s'enfronten les llotges. Per resoldre-les, es proposa una major automatització i digitalització de documents i gestions com a eina per facilitar la gestió de requeriments legals i administratius, i la creació d'una OPP capaç d'oferir serveis mancomunats, d'entre els quals es destaca la gestió de qüestions vinculades a la Seguretat Social, central de comptes, comercialització de gel o la unificació de caixes. No obstant això, no es valora com a prioritària la participació en un centre logístic i es fa referència al fet que una iniciativa d'aquestes característiques implicaria necessàriament un canvi en la normativa actual, la qual estableix que l'inici del model de traçabilitat i la primera venda han de realitzar-se a la llotja.

- Finalment, s'apunta a la necessitat de valoritzar el peix i augmentar-ne el preu de venda.

Llotja d'Arenys de Mar



DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 17 de setembre

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Antonio Marzoa, *Patró major*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
12

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	7.30 h. a 9.00 h
Tarda	16.00 h. a 18.00 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	15
Arts menors	22
Encerclament tonyina	0
Encerclament	4
Palangre de fons	0
Palangre de superfície	1
Auxiliars	0

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	1951,2 t
En valor	6,93 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	83.8%
Peix per internet	1%
Gel	1.8%
Comercialitzadora	0
Altres	2.7%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. Un mirador per a veure el mecanisme de la subhasta.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SAU
Cal Federal, SLU
Mercadona, SA
Peixos Serra, SL
Peixos Sampera, SC

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	40% de pes sobre compradors i del 72% de les vendes.
Detallista	60% de pes sobre compradors i del 28% de les vendes
Distribuïdors	15%
HORECA	5%

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	De febrer a març
Encerclament	Principis de desembre a 7 o 8 de gener

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- La Llotja d'Arenys no ven directament a restaurants. Considera que ha de donar servei a majoristes i a peixaters.
- Cal que cada part de l'ecosistema de la pesca es dediqui a allò que sap fer.
- Les ajudes rebudes d'Europa i les seves diferències segons la zona d'Espanya han portat a la desaparició de l'aqüicultura a Catalunya.
- Cal una racionalització dels costos i actuar amb economies d'escala a totes les llotges.
- Cal que el sector treballi unit i que es deixin enrere les "guerres" entre els diferents actors.
- Es considera bàsic poder portar a terme tantes accions de promoció i de difusió del peix com sigui possible.

Llotja de Badalona



DATA D'ENTREVISTA: Dijous 5 de setembre

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. David Carrasco, *Patró major*
Sra. Lídia Carrasco, *Secretaria*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
3

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	De 10.00 h a 11.00 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arts menors	5 de trasmall i 1 de sonso

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	12,8 t
En valor	0,11 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	100 %

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Guifre Alimentació (Condis)
Peix i Cuina Magri
El Celler Del Mar

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Detallista	100%

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Voldrien disposar d'un parell de barques més per pescar sonso i fa dos anys que estan esperant l'autorització de Madrid. Això els fa perdre facturació.
- Voldrien poder tenir accés a la quota de tonyina i no saben com aconseguir-ho.
- Estan molt preocupats per la depuradora del costat del port i per les condicions en què és expulsada l'aigua al mar.

Llotja de Barcelona



DATA D'ENTREVISTA: Dijous 8 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. José María Juárez, *Patró major*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
11

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	De 00.45 h a 5.45 h i de 07.00 h a 11.00 h
Tarda	De 16.30 h a 18.00 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	10
Arts menors	2
Encerclament	14

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	3168,5 t
En valor	7,44 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	90%
Peix per internet	10%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí. Relacionada amb el turisme pesquer.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
No.

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	Un 40% de pes sobre compradors i del 60% sobre vendes
Detallista	Un 40% de pes sobre compradors i del 30% sobre vendes
HORECA	Un 20% de pes sobre compradors i del 10% sobre vendes

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Febrer o març
Encerclament	Desembre i gener

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Un dels principals clients ja realitza el 100% de la compra en línia.
- Cal tirar endavant una política potent de promoció del peix, en especial del peix blau.
- Cal una unificació de criteris entre totes les confraries.
- Cal posar en valor la promoció de "Peix de la Barceloneta".
- Cal realitzar promocions del peix dins dels mercats municipals.
- Cal disposar de zones d'alevinatge.
- Cal promoure les visites turístiques lligades a la degustació a la llotja.
- Volen comercialitzar directament a les peixateries per tal que el peix de la tarda arribi abans.
- Cal una classificació de mides dins de les espècies.
- Cal un aval únic per a totes les confraries.
- Cal un treball més intens i coordinat amb el canal HORECA.
- Hi ha un problema de relleu generacional.

Llotja de Vilanova i la Geltrú



DATA D'ENTREVISTA: Dimecres 21 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Jaume Carnicer, *Patró major*
Sr. Manel Ametlle, *Secretari*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
15

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	8.00 h
Tarda	15.15 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	23
Arts menors	16
Encerclament	7
Palangre de fons	2
Auxiliars	7

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	3066,6 t
En valor	10,65 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix per internet	16%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No. Tanmateix, han rebut 9000 persones el darrer any.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Ros
Pescados Javier
Pescados Mediterraneo
Mercadona
Grup Giró

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Tenen la problemàtica del manteniment de flotes.
- Hi ha una preocupació per la nova normativa europea que ha d'estar vigent a principis de gener del 2020.
- Cal una coordinació sectorial màxima.
- Tenen molts noms de diferents denominacions de pesca i cap amb la suficient força per ser fort en el mercat.
- Molta preocupació per la falta de relleu generacional.



Llotja de Tarragona

DATA D'ENTREVISTA: Dilluns 12 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sra. M. Rosa Sans i Sans, *Secretària*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
18

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	27
Arts menors	10
Encerclament	6 + 4 apadrinades
Palangre de fons	1

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	3597,4 t
En valor	12,52 milions d'euros

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No. Tanmateix està en projecte i actualment es fan visites guiades.

DATES DE BEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Dos mesos a l'any

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Els pescadors estan treballant igual que fa 50 anys i no han evolucionat ni s'han adaptat a les necessitats canviants del consum.
- Les confraries no saben comercialitzar i els cal un soci extern o un replantejament dels seus productes de comercialització, tant pel que fa als formats com pel que fa a la garantia de cobrament dels productes venuts. El pescador no vol renunciar a cobrar cada setmana i a la llotja cada cop li costa més cobrar a curt termini.
- Cada deu mesos renoven el seu acord amb Mercadona.
- Catalunya ha de tenir una legislació especial i no sotmetre's a la normativa europea que està pensada per a altres mars i altres flotes.
- La flota catalana està perseguida.
- Les vedes són molt encertades, ja que són beneficioses per a tots.
- Opinen que, si no s'actua ràpid, d'aquí a 11 anys es quedaran sense flota per manca de relleu, ja que la mitjana d'edat és de 45 anys.
- Cal aturar el desballestament d'embarcacions.



Llotja de Cambrils

DATA D'ENTREVISTA: Dimecres 14 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sra. Claudia Masdeu, *Secretària*
Sr. Francisco Gil, *Patró major*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
13

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	9.00 h
Tarda	16.30 h a 18.30 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	13
Arts menors	7
Encerclament	4

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	1279,7 t
En valor	4,81 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	75.8%
Peix per internet	22%
Gel	2%
Altres	0.2%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Mercadona
Giró
Simo
Savall
Cabopesca

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	Un 26% de pes sobre compradors i del 29% sobre vendes
Detallista	Un 22% del pes sobre compradors i del 55% sobre vendes
Distribuïdors	Un 11% del pes sobre compradors i del 17% sobre vendes
HORECA	Un 6% del pes sobre compradors i del 1.3% sobre vendes

DATES DE VEDA PER TIPOLOGIA:

Arrossegament	Maig - Juny
Encerclament	21 de desembre al 18 de febrer

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Cal tenir present que la llotja també factura gel.
- Cal diferenciar el peix de Catalunya de cara al consumidor.
- Caldria fer marca, tal com ha fet Balfegó.
- Cal analitzar exactament com està el fons marí a 2 milles.
- Cal fer que els emissaris i les depuradores no siguin tan rigoroses en època que no sigui estiu.
- Cal replantejar el tema dels avals.
- Cal respectar la voluntat de les confraries per la labor social que fan i que les llotges segueixin la seva dinàmica.
- La regulació al Mediterrani ha de ser particular.
- Cal revisar tota la normativa, eliminar la que no serveix i ser molt exigent amb la que sí que s'ha d'aplicar.
- El peix es fa gran d'edat però no agafa el pes suficient.
- Els dimecres fan visites guiades i també fan accions amb les escoles.
- Per propiciar que s'incorpori gent al mar, caldria que els joves ho poguessin provar sense necessitat de fer cap curset. Es podria permetre que a l'estiu puguin embarcar-se.
- Ells havien tingut peixateries i van haver de tancar perquè la resta de peixaters feien trampes i barrejaven el peix.



Llotja de l'Ametlla de Mar

DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 13 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Miquel Brull, *Patró major*

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	21
Arts menors	20
Encerclament tonyina	1
Encerclament	2

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	1180,6 t
En valor	6,31 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix per internet	15/20 %

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
Sí, existència de zona lúdica, demostrativa i de visites no professionals:

COMPRADORS PRINCIPALS:
Frigorífics Ros, SL
Simo

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Arrossegament	De 1 de maig a 1 de juliol
Encerclament	De 20 de desembre a 20 de febrer

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Caldria que la veda fos obligada i no potestativa de cada llotja.
- La veda ha de ser rendible i, per tant, no pot ser que tothom pari al mateix moment. Cal que siguin esglaonades.
- Cal prioritzar la qualitat per sobre de la quantitat.
- Cal actualitzar les formes de fer la subhasta.
- Cal substituir les caixes de fusta per un nou material que no escalfi el peix. Es podria obrir una línia d'investigació.
- L'administració no actua amb complicitat amb el sector.
- Cal analitzar els diners que es paguen per les vedes.
- Es veu un perill en els contractes directes, barca-client. Poden desaparèixer les llotges.



Llotja de l'Ampolla

DATA D'ENTREVISTA: Periode de veda

NOMBRE DE TREBALLADORS:
3

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Tarda	17.00 h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	2
Arts menors	10
Mariscadors	4

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	178,9 t
En valor	1,16 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	100%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA:
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Pescados y Mariscos Prades S.L.
Jose Juan Borras Homedes
Jose Vicente Carceller Castell
Jose A. Simó S.L.
Curto Comi S.L.

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	50% sobre vendes
Detallista	20% sobre vendes
Distribuïdors	20% sobre vendes
HORECA	10% sobre vendes

Llotja de Deltebre



DATA D'ENTREVISTA: Dimecres 14 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Pascual Chacón, *Secretari*

NOMBRE DE TREBALLADORS:
4

HORARIS HABITUALS DE LA SUBHASTA:

Matí	11.30h

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arts menors	20

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	224,9 t
En valor	2,13 milions d'euros

TOTAL DE FACTURACIÓ PER CONCEPTES:

Peix a llotja	98%
Gel	2%

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:
No.

EXISTÈNCIA D'EMPRESA COMERCIALITZADORA PRÒPIA O PARTICIPADA?
No.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Peixos Simo
Fresquet
Pescados y Mariscos Prades
Pescados Boria
Olmos

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Majorista	85% de pes sobre els compradors.
Detallista	10% de pes sobre els compradors.
HORECA	5% de pes sobre els compradors.

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Les Terres de l'Ebre són la plataforma de pesca més important que hi ha.
- Cal actuar amb mes transparència.
- El sector té mala premsa.
- Hi ha problemes de relleu generacional.



Llotja de Sant Carles de la Ràpita
(Verge del Carme)

DATA D'ENTREVISTA: Dimarts 13 d'agost

PERSONES ENTREVISTADES I CÀRRECS:
Sr. Joan Balagué, *Secretari*

FLOTA ACTIVA PER TIPOLOGIA D'ART:

Arrossegament	41
Arts menors	46

TOTAL DE PEIX CAPTURAT:

En tones	2684,7 t
En valor	14,22 milions d'euros

EXISTÈNCIA DE ZONA LÚDICA, DEMOSTRATIVA I DE VISITES NO PROFESSIONALS:

Sí.

COMPRADORS PRINCIPALS:
Mercadona
Simo
Claudio
Fresquet
Prades

PERCENTATGE DE VENDES SEGONS PERFIL DEL COMPRADOR:

Arrossegament	Juliol i agost

COMENTARIS I OBSERVACIONS:

- Hi ha una reglamentació excessiva. El Mediterrani no és l'Atlàntic.
- Falta coordinació i diàleg amb l'administració.
- Actualment la pesca és més rendible per al pescador.

2.2.
Comercialització, problemàtiques, necessitats i bones pràctiques

2.2.1. Organització i comercialització a les llotges catalanes
2.2.2. Relleu generacional i rendibilitat de l'activitat pesquera a Catalunya
2.2.3. Comunicació, promoció i traçabilitat del producte pesquer de llotja
2.2.4. Administració, gestió i ajudes a les llotges
2.2.5. Bones pràctiques en sostenibilitat, divulgació, diversificació i diferenciació

Les llotges són el primer espai de venda de la cadena de comercialització de la major part del peix que surt de les aigües del Mediterrani català. És per aquest motiu que la seva salut individual i col·lectiva, la seva actualització i la seva resposta al mercat de la segona dècada del segle XXI serà determinant per tots els processos de comercialització que se'n deriven.

A continuació descrivim els trets estructurals d'organització i de comercialització de les llotges catalanes i, a partir de les aportacions realitzades de forma individual per cada una d'elles, plantegem les principals problemàtiques, necessitats i bones pràctiques que s'han detectat en les entrevistes en profunditat realitzades al llarg del mes d'agost del 2019 a tots i cada un dels patrons i secretaris de les confraries que gestionen les 19 llotges de Catalunya.



2.2.1. ORGANITZACIÓ I COMERCIALITZACIÓ A LES LLOTGES CATALANES

El sector pesquer a Catalunya s'organitza a l'entorn de les confraries de pescadors, institucions amb una història i un arrelament al territori molt significatiu i de les quals formen part els professionals del sector pesquer extractiu, tant els armadors com els treballadors.

Les confraries s'associen en les federacions territorials, i aquestes en la Federació Nacional Catalana.

Les confraries de pescadors vertebren el sector, organitzen els sistemes de producció dels seus afiliats, són titulars de les llotges pesqueres catalanes en règim de concessió administrativa, gestionen els diferents moments del procés de pesca i donen cobertura legal i serveis als afiliats.

Les llotges, per la seva banda, com a ports pesquers autoritzats per desembarcar les captures, són els espais on es realitza la primera venda del peix i on s'inicia el seu circuit de comercialització, i tenen un paper vital per garantir la traçabilitat del producte.

A les llotges es garanteix el control de les talles mínimes del peix i la seva idoneïtat per al consum, d'acord amb la normativa relativa a l'estat sanitari i a la higiene del producte. Alhora, d'acord a la normativa europea, és des d'on s'envien a la Direcció General de Pesca i Afers Marítims (DGPAM), mitjançant l'enregistrament informàtic, les "notes de venda", que inclouen dades relatives al producte i a la transacció. Es tracta, doncs, de l'espai on es generen les dades necessàries per obtenir informació clau per a la generació de polítiques de gestió del recurs pesquer a escala comunitària.

A partir d'aquí, intervenen diferents actors en un circuit comercial que pot ser divers fins a arribar al client final, i que, tal com mostra el diagrama que segueix, vincula diversos perfils de compradors clarament diferenciats en majoristes, detallistes, distribuïdors i professionals del canal HORECA.

L'àrea d'influència de les vendes de les llotges és àmplia i diversa i, malgrat que diferents estudis recents apunten que el 80% de les compres que es fan a les llotges catalanes es concentren en una àrea geogràfica a 35 minuts de la llotja, es detecta l'existència d'un increment de les vendes en línia, que facilita que aquesta àrea geogràfica hagi registrat un creixement significatiu en els darrers anys. L'increment de les vendes en línia

registrades al Port de la Selva o a Llançà, en les quals el client s'ubica principalment a Barcelona, en són un exemple.

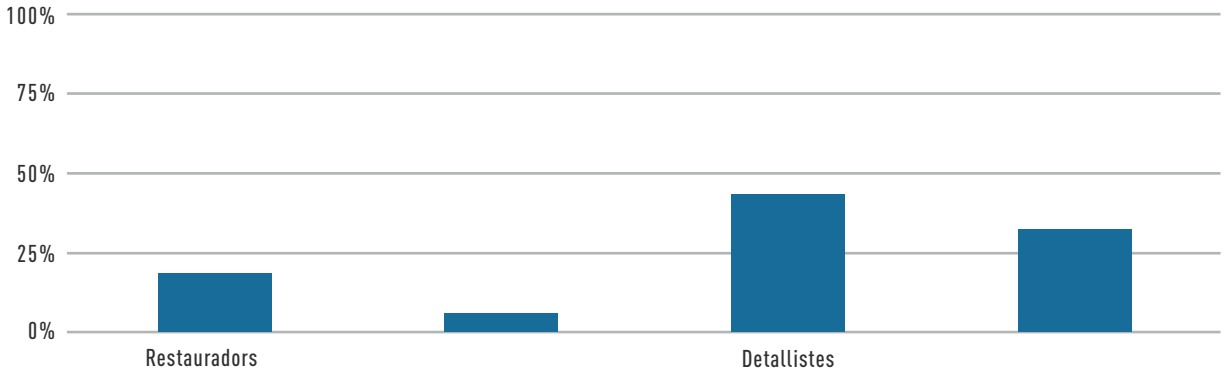
Si aprofundim en el pes dels diversos perfils de compradors, observem que els petits compradors (peixateries i restaurants, principalment) representen de forma conjunta i de mitjana el 62,2% dels compradors de les llotges, i que la major part d'aquests són detallistes. Concretament un 43,5% són detallistes, mentre que un 18,7% són restaurants o hotels. Amb tot, aquests compradors, malgrat comptar amb un pes molt significatiu, generen el 38,3% de la facturació total i, en aquest sentit, resten per sota de l'aportació que realitzen els majoristes.

Tal com es veu a les fitxes individuals per llotja de l'apartat anterior, aquests percentatges varien de forma significativa segons la confraria. Així, es detecta una relació inversament proporcional entre els volums de vendes generals i el nombre de petits compradors.

El gràfic 33 mostra la relació entre el pes i el valor aportat pels perfils de compradors esmentats.

Finalment, en relació amb la venda en línia, aquesta encara no és generalitzada i se situa de mitjana entre el 10% i el 15%.

GRÀFIC 33. Distribució de restauradors i detallistes en pes i volum la facturació de les llotges



2.2.2. RELLEU GENERACIONAL I RENDIBILITAT DE LES LLOTGES DE CATALUNYA

El conjunt de confraries destaquen les dificultats amb què es troben per aconseguir relleu generacional en l'activitat.

Una de les principals causes que els patrons majors i secretaris de les diverses confraries han posat sobre la taula per explicar aquesta problemàtica és la reducció de la rendibilitat del negoci de la pesca. En aquest sentit, la Dra. Anna Garriga Ripoll, del Departament d'Economia de la Universitat de Girona, posava en relleu que en els darrers 20 anys els pescadors catalans han perdut un 44% de la capacitat adquisitiva, tot i haver-se reduït les captures i haver augmentat els preus.

Un altre factor que es destaca com a causa de la baixa rendibilitat és l'alt volum de peix consumit a Catalunya procedent de fora del territori. Tot i entendre's com a necessària i complementària la importació de producte pesquer, atesa l'existència d'una elevada demanda que no es pot abastir únicament amb la pesca extractiva local, es valoren de forma negativa la manca de diferenciació i de posada en valor del producte local per fer front a la forta competència i l'alta capacitat d'atracció que generen alguns dels productes importats, com el bacallà o el salmó.

S'apunten també com a causes de la manca de relleu generacional vinculada a l'escassa rendibilitat de l'ofici els elevats costos de compra i de manteniment de les embarcacions. Es fa especial esment a les necessitats d'inversió a les embarcacions d'encerclament i el cost de les millores tecnològiques que aquestes requereixen.

Alhora, cal considerar l'existència d'ajudes per al desballestament i la seva incompatibilitat amb la posterior compra d'una nova embarcació, juntament amb el fet que les llicències no tinguin cap valor econòmic, com a factors que desincentiven la continuïtat en l'activitat i la cerca del relleu generacional per part de l'armador.

Finalment, cal considerar també com a causes que dificulten el relleu generacional el fet que es tracta d'un ofici que no es fomenta ni en l'àmbit públic ni en el privat, i que és físicament i psicològicament dur, tant pel que fa a les condicions ambientals en les quals es desenvolupa i als horaris com pel que fa a la inseguretat econòmica i a la variabilitat dels ingressos que genera, entre d'altres.

Algun dels entrevistats apunta com a possible solució per a la incorporació de nous professionals a les embarcacions el fet de possibilitar que persones joves es puguin embarcar amb un permís temporal, ja sigui a mode de pràctiques professionals o com a experiència de "portes obertes", sense el requisit, avui necessari, de realitzar el curs previ de dos mesos.



2.2.3. COMUNICACIÓ, PROMOCIÓ I TRAÇABILITAT DEL PRODUCTE PESQUER DE LLOTJA

D'acord amb el que s'ha avançat en el punt anterior, la traçabilitat esdevé un factor clau per posar en valor la procedència del producte com a tret diferencial respecte de la competència, tant en peix congelat com en peix procedent de fora del territori.

La traçabilitat i l'etiquetatge són factors que preocupen el conjunt d'entrevistats, atès que, malgrat els intents de posar en valor el peix local, segueix sent complicat per al consumidor final conèixer amb certesa quin és l'origen del peix que compra i consumeix, a causa d'una exposició en format a granel en el punt de venda en què rarament s'indica l'origen del producte.

Aquest darrer fet fa que un dels principals valors diferencials del peix de llotja, com és la frescor i la proximitat del peix, passi desapercebut a ulls del consumidor. La manca d'un etiquetatge adequat anul·la els valors principals i més destacats vinculats al peix de costa i a qüestions relatives a la sostenibilitat intrínseca en el consum dels anomenats productes de km0.

Els entrevistats han fet referència a la necessitat de posar en valor i de diferenciar el peix local i fer-ho de la mà de peixaters i restauradors amb el suport de l'administració, mitjançant accions continuades de comunicació i de promoció i plans d'actuació que assegurin una valorització del peix local.

Finalment, es vol posar en relleu en aquest punt el fet que les etiquetes que actualment regulen la traçabilitat del producte circumscriuen el peix en els diversos mars, però no fan referència a la costa concreta. Aquest és un factor que es valora de forma negativa per part dels entrevistats, atès que la distinció de peix del Mediterrani no diferencia si es tracta de peix de la costa catalana o de peix de la costa de Tunísia, Itàlia o França.



2.2.4. ADMINISTRACIÓ, GESTIÓ I AJUDES A LES LLOTGES

Una altra de les grans preocupacions detectades entre els secretaris i patrons majors de les diverses confraries és la important càrrega de treball que suposa el compliment dels diferents requeriments administratius i legals que les diverses entitats i administracions reclamen de les confraries i que aquestes han de resoldre de forma ordinària.

S'observa que existeix la pràctica creixent de subcontractació de serveis de gestoria, aspecte que esdevé un cost afegit a l'activitat ordinària que algunes confraries no poden assumir amb comoditat.

El conjunt de patrons majors coincideix a destacar el fet que estan sotmesos a la mateixa normativa pensada per a grans embarcacions de l'Atlàntic, que, en molts sentits, és poc eficient i eficaç per al model de negoci del sector al territori català. Consideren que és urgent una acció contundent de l'administració catalana, amb l'objectiu de gestionar la modificació de les normes que avui s'apliquen a la seva flota.

També es posen en relleu de forma recurrent les disfuncions que generen les contínues inspeccions de l'activitat en relació amb les quals es registra un alt grau de descontentament tant en la forma con el fons, atès que es considera que tota la pressió recau sobre els pescadors i la confraria i que, per contra, no s'actua de forma contundent al final de la cadena de comercialització, on els efectes del control tindrien repercussió sobre tots els actors implicats en el procés de comercialització.

Així mateix, aquestes inspeccions es realitzen un cop la jornada laboral ha finalitzat, fet que implica, en moltes ocasions, haver de donar resposta a requeriments després de 10 hores ininterrompudes de feina.

Es fa referència a les revisions mèdiques com un requisit que cal superar en relació amb el qual no obtenen un servei eficient, aspecte que genera disfuncions greus en el desenvolupament ordinari de l'activitat pesquera.

En relació amb les ajudes, es posen de manifest els impediments que tenen els armadors que travessen moments de dificultats econòmiques per accedir-hi, atesa la necessitat d'avançament dels imports, i es reclama, en aquest sentit, que es considerin criteris de necessitat per acollir-se a les ajudes, per evitar, així, que s'accentuïn les diferències pel que fa a la competitivitat.

Així mateix, el fet que les ajudes per a la implementació de millores en les embarcacions s'obrin de forma temporal impedeix que els armadors puguin acollir-s'hi en el moment en què les necessiten, si no és que coincideix amb el moment precís en què s'obren aquestes ajudes. En aquest sentit, es demana que es recuperi el model d'"inspecció de no inici", que facilita acollir-se a ajudes encara que s'hagi realitzat la inversió de forma anterior a la seva obertura pública.



2.2.5. BONES PRÀCTIQUES EN SOSTENIBILITAT, DIVULGACIÓ, DIVERSIFICACIÓ I DIFERENCIACIÓ

En l'anàlisi de l'activitat de les diverses confraries del territori s'han detectat bones pràctiques especialment en quatre àmbits d'actuació: la sostenibilitat, la divulgació, la diversificació i la diferenciació.

A. Sostenibilitat

Una de les preocupacions de les confraries és la disminució del peix i la disminució de les seves dimensions com a aspectes que impacten de forma directa en el seu valor comercial. Es detecta certa controvèrsia en relació amb la reducció de l'esforç pesquer, entès com la fixació de límits a la pesca o de dies d'activitat, i s'observa una preferència per a l'ús de vedes i tancaments espaciotemporals com a eina per incrementar el nombre i les dimensions dels peixos.

L'alternativa que proposa el sector pesquer, doncs, es planteja com a eina menys intrusiva en la gestió ordinària de l'activitat i, d'acord amb les valoracions dels entrevistats, presenta resultats molt satisfactoris.

Les vedes són ben valorades per part de tothom. Ara bé, es considera imprescindible que tinguin la mateixa durada a totes les confraries i que estiguin coordinades al llarg de tot el litoral, atès que la situació actual provoca disfuncions importants.

En aquest marc, han sorgit iniciatives interessants enfocades a resoldre la problemàtica. Destaquen alguns plans de cogestió i de coresponsabilitat que involucren diferents actors, com ajuntaments, el Centre Superior d'Investigacions Científiques (CSIC), l'Institut Espanyol d'Oceanografia (IEO), l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA) o la Càtedra d'Estudis Marítims de la Universitat de Girona, entre d'altres.

B. Divulgació

Actualment hi ha 16 espais repartits pel territori català enfocats a aquesta missió d'investigació i de difusió del patrimoni vinculat al mar, molts dels quals actuen com a espai de trobada i de reflexió entre el sector pesquer i el món acadèmic i científic i l'administració.

Aquests espais són:

- **Centre d'Interpretació de la Pesca de l'Ametlla de Mar:** situat a l'antiga llotja de pescadors, també conegut com el Pes pels "caleros" i "caleres". Actualment, en espera que es pugui dur a terme la mesialització de l'espai, funciona com a sala polivalent. Hi ha exposada una petita selecció d'objectes de pesca, peces de barca, sistemes de pesca...

- **Escola del Mar. Centre d'Estudis Marins de Badalona:** els objectius de l'Escola del Mar són donar a conèixer la biologia i l'ecologia del mar Mediterrani i activar, a través del coneixement, actituds de respecte envers el mar, a més de recuperar, mantenir i divulgar la memòria històrica de Badalona com a ciutat amb tradició marinera: la pesca, la corderia, la navegació i el lleure a la platja en són alguns exemples.

- **Centre Interactiu del Peix:** aquest espai pretén promoure el consum de peix en la població infantil i adulta i afavorir uns hàbits més saludables relacionats amb el consum de peix en el conjunt familiar. Les activitats que s'hi realitzen s'enfoquen a:
  - Presentació de campanyes de promoció i comunicació sobre productes pesquers.
  - Promoció de les estructures comercials associades: llotges, Mercat Central del Peix, mercats municipals, peixateries, supermercats i botigues.
  - Inclusió i potenciació del peix a la gastronomia i a la cuina experimental.
  - R+D+I relacionada amb el peix: nous productes, nous mètodes de manipulació, conservació i presentació, etc.

- **Consorci El Far:** entitat pública formada per l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona i l'Autoritat Portuària de Barcelona. L'entitat té com a finalitat promoure i desenvolupar els valors associats al mar. Des dels seus inicis, el Consorci El Far ha establert la seva actuació a l'entorn de les següents línies de treball: foment i difusió dels valors socials, econòmics, ambientals i culturals del mar en el marc de la sostenibilitat, formació professional en els oficis del mar i promoció del sector nàutic.

- **Museu Marítim de Barcelona:** té per missió la interpretació i la difusió de la cultura marítima catalana de forma innovadora, participativa i pròxima a la societat i al territori, mitjançant la recerca, la conservació i la salvaguarda del patrimoni.

- **Museu de l'Anxova i de la Sal:** institució dedicada a la recuperació i a la difusió del patrimoni cultural (material i immaterial) de l'Escala i en particular de la gran tradició pesquera i saladora del poble.

- **MARAM. Centre d'Interpretació del Peix:** el Centre d'Interpretació del Peix és una aposta de la Confraria de Pescadors de l'Escala per fomentar la cultura del peix i aprofundir en el món de la pesca i del pescador. Ofereix l'oportunitat de conèixer les diferents arts de pesca, els oficis relacionats amb el port pesquer de l'Escala, el funcionament de la subhasta de peix de la confraria, la gastronomia de la zona i el foment de l'educació ambiental i de la pesca sostenible.

- **Escola de mar Garraf:** l'Escola de mar Garraf ofereix a les escoles un seguit de propostes i de serveis relacionats amb la descoberta i la vivència del mar:
  - Colònies escolars en què el mar és el protagonista, amb una majoria d'activitats realitzades a la platja i al port de Vilanova, en què, a més, s'aprofiten els museus i els espais de la ciutat dedicats al mar, combinades amb activitats relacionades amb el mar a la casa de colònies, situada només a 5 kilòmetres de la costa.
  - Sortides d'un dia per descobrir el mar, la platja, la pesca, la vida marinera i el fons marí i per gaudir-ne.

  L'Escola de mar Garraf és, doncs, una proposta de diferents serveis relacionats amb la descoberta educativa del mar: dues cases de colònies (escoles de mar), una proposta de visites pedagògiques al port de Vilanova, així com rutes per la costa del Garraf, entre altres serveis més relacionats amb els esports nàutics.

- **Museu del Mar Can Garriga:** visita que explica el vincle de Lloret amb el mar, fent èmfasi en el fet que per als lloretencs el mar ha estat sempre una important via de comunicació. Durant l'edat mitjana, la navegació va constituir una alternativa als camins de terra, escassos i massa perillosos. El desig d'apropar el món mitjançant la navegació també es fa palès en els temps moderns. Al segle XVIII, els lloretencs amplien les rutes marítimes i abasten cada vegada distàncies més llargues amb vaixells construïts a les drassanes de la platja. És el moment dels grans somnis i de les enormes aventures que s'expliquen a Can Garriga.

- **Museu Es Tint:** l'Ajuntament de Lloret i la Confraria de Pescadors han inaugurat aquest any l'edifici rehabilitat d'Es Tint, un espai on antigament els pescadors de la localitat tenyien les seves xarxes, i que ara, amb la remodelació, és un equipament visitable dins del Museu Obert de Lloret (MOLL). "Es tint de ses xarxes" era originàriament un petit immoble de la confraria on els pescadors tenyien les xarxes i els ormejos de pesca.

- **DOCUMARE. Centre de Documentació de la Pesca i el Mar (Museu de la Pesca de Palamós):** té per missió buscar, recopilar, gestionar i difondre informació i coneixement sobre el fet marítim i pesquer, amb la voluntat de sensibilitzar la societat envers la pesca, la cultura i el patrimoni marítims.

- **Espai del Peix:** l'Espai del Peix vol contribuir al coneixement, a la sostenibilitat i a la gastronomia dels productes marins, posant en valor i fent pedagogia d'aquelles espècies poc cotitzades, però amb un alt valor culinari i gastronòmic. Els seus objectius són:
  - Potenciar la cuina del peix fresc de la costa.
  - Fomentar el coneixement del món de la pesca.
  - Fomentar els hàbits de consum saludables.

- Ser un fòrum de reflexió, debat i coneixement a escala internacional per a l'estudi sobre la captura i la cuina del peix.
- Contribuir a l'assoliment de la gestió sostenible dels recursos naturals.
- Difondre el procés que va des de la captura fins al consum del peix.
- Lluitar contra l'obesitat infantil.
- Donar els paràmetres necessaris per valorar el port de Palamós, històricament, socialment i econòmicament.

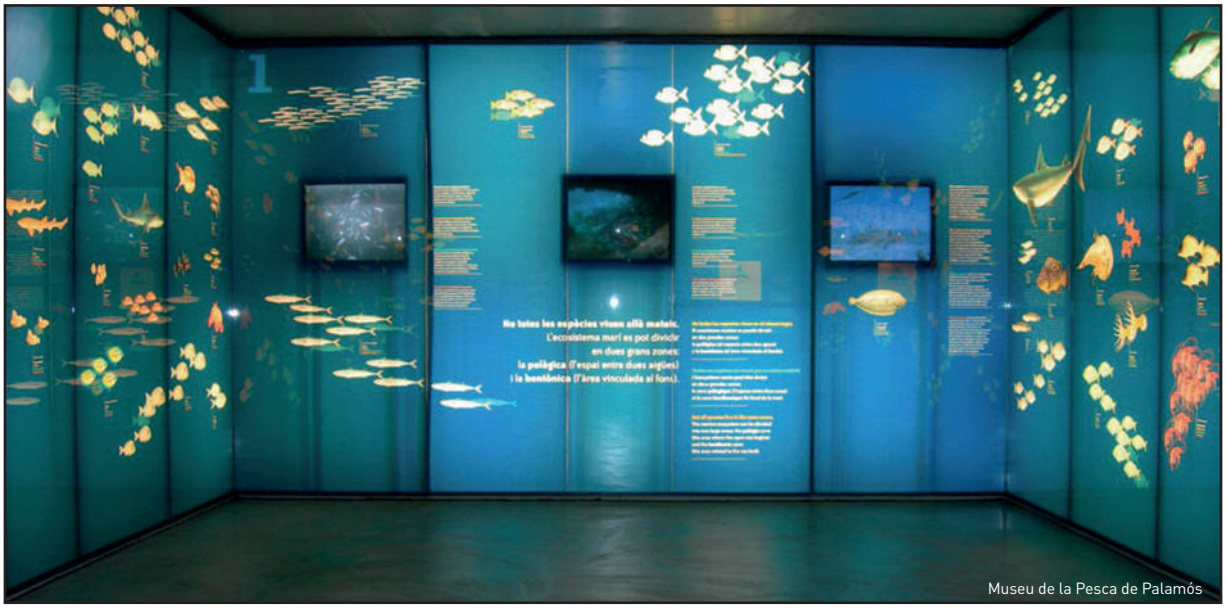
- **Museu de la Pesca:** amb la missió de divulgar el fet marítim i pesquer, el Museu de la Pesca, únic al Mediterrani en la seva especialitat, ha dissenyat un programa d'activitats pedagògiques de descoberta i de posada en valor de les tradicions, dels coneixements i de les habilitats dels pescadors, de la riquesa patrimonial del mar i de la seva cuina. Un conjunt d'activitats que es posen a l'abast de les escoles, dels instituts i d'altres col·lectius interessats.

- **Museu del Port de Tarragona:** recorregut per la història del port a través del temps, des que els romans hi desembarcaren fins a l'actualitat. La vida als molls, els tipus de pesca, les activitats esportives, les embarcacions i les mercaderies vinculades a la nostra mar també hi són representades. L'any 2003 es va ampliar l'oferta museística amb la incorporació del Far de la Banya com a extensió del Museu, per tal de mostrar una col·lecció permanent d'objectes relacionats amb els senyals marítims.

- **Museu de la Mar de l'Ebre:** instal·lat a l'antic edifici d'oficines i tallers de la Real Compañía de Canalización del Ebro (1857-1858), a tocar del port pesquer i de l'accés al Delta de l'Ebre, aquest equipament de recent creació acull, a la primera planta, dues exposicions permanents, "La Mar de l'Ebre: del cap de Terme a Sòl-de-riu" i "Les Terres de l'Ebre, terra de pescadors i mariners", que sintetitzen la rica biodiversitat, la importància i perillositat de la navegació i les formes de vida de la costa situada al voltant de la desembocadura de l'Ebre. Finalment, a la planta baixa es troba l'Espai Arbó, exposició que ofereix un recorregut per la vida i l'obra de l'escriptor rapitenc Sebastià Juan Arbó, un dels principals autors catalans del segle XX.

- **Museu del Mar:** apropament al patrimoni del sector de la pesca, que parla de tradicions i costums, de la pesca, dels pescadors, del seu vocabulari, dels seus mots, dels seus oficis, de les seves feines, dels bots i de les barques... de l' activitat de la gent de mar.

Finalment, cal tenir present que, juntament amb les iniciatives de caire divulgatiu i pedagògic a gran part dels d'equipaments esmentats, conviuen també altres activitats vinculades al turisme i a la gastronomia, com el TunaTour, la Tunateca o el Pescaturisme, que vinculen la producció, el turisme i la comercialització del producte.


Museu de la Pesca de Palamós

C. Diversificació i diferenciació

La diversificació està esdevenint una de les realitats i de les tendències més destacades del sector. Tant és així, que des de la Secretaria General de Pesca i també des de la Comissió Europea es promouen de forma activa les accions de diversificació. S'analitzen amb deteniment les diverses iniciatives a escala estatal a l'Apartat 7. Entorn i tendències.

Si ens centrem en les activitats de diversificació registrades a les llotges catalanes, es detecten iniciatives en les quals participen les confraries i que estan enfocades a la manipulació i a la comercialització de producte pesquer. En són alguns exemples el cas de la planta de Roses o de l'obrador del Port de la Selva.

D'altra banda, la producció de gel i també les visites guiades a les llotges són una font d'ingressos que ha esdevingut habitual entre les confraries. Alhora, cal esmentar que algunes confraries disposen de patrimoni que les beneficia de forma directa o indirecta.

Pel que fa a la diferenciació, més enllà dels diversos intents de treballar l'etiquetatge com a eina perquè el consumidor pugui distingir la procedència del peix, les confraries han treballat en la construcció de marques pròpies, algunes de les quals han aconseguit un reconeixement i un posicionament rellevants. En aquest sentit, destaquen casos com el de la gamba de Palamós, les anxoves de l'Escala, l'escamarlà de Llançà o el cas del cranc blau com a experiències que estan aportant uns beneficis importants a les confraries.

Es vol posar en relleu el cas del cranc blau, per esdevenir una iniciativa que ha sorgit de l'adaptació als canvis mediambientals, que ha creat una oportunitat del que podria haver estat entès com una amenaça.

El cranc blau és una espècie no autòctona, que, en un període de 6 anys, ha passat de ser totalment desconeguda a significar avui, per alguna de les llotges del sud, una important font d'ingressos, amb un nivell de captures molt elevat que va a l'alça. A tall d'exemple, a Sant Carles de la Ràpita, en els 6 primers mesos del 2019, ja se n'han pescat més tones que durant tot el 2018.

Finalment, destaca també, en aquest context, el cas de Balfegó, com a empresa ubicada a l'Ametlla de Mar i especialitzada en la tonyina vermella, que, a més de la cria de la tonyina en piscines naturals prop de la costa, ha seguit l'estratègia d'ajustar la pesca a la demanda del mercat i ha desenvolupat projectes de caire turístic com el TunaTour, al qual s'ha fet referència a l'apartat anterior.



BLOC III

La distribució

3.1. La distribució majorista del producte pesquer a Catalunya
3.2. Trets estructurals bàsics i evolució de la distribució comercial del producte pesquer a Catalunya
3.3. Anàlisi de l'activitat i de les característiques del Gremi de Peixaters de Catalunya
3.4. Anàlisi del perfil i de les característiques dels detallistes de la venda de peix fresc

3.1.
La distribució majorista del producte pesquer a Catalunya

3.1.1. El Mercat Central del Peix de Mercabarna
3.1.2. Activitats complementàries: zona ZAC i Centre Interactiu del Peix

La distribució majorista és un component clau de la cadena de distribució, especialment en el sector alimentari, en el qual, tant per les dimensions de la demanda com pel fet que els proveïdors es troben dispersos geogràficament, es requereix la intervenció d'especialistes en el maneig de grans volums de venda que disposin de la infraestructura, dels sistemes de distribució física i del control de crèdit adequat a la seva cartera de clients.

En aquest marc, la rellevància del paper de la xarxa de Mercas és inqüestionable. Amb 23 mercats a l'Estat, acumulen 7 milions de metres quadrats, dels quals al voltant d'un milió són superfície neta de mercats i més de 2 milions corresponen a les Zones d'Activitats Complementàries.



3.1.1. EL MERCAT CENTRAL DEL PEIX DE MERCABARNA

Mercabarna, el Mercat Central d'Abasts de Barcelona SA, constituït l'any 1967, gestiona la distribució majorista del sector alimentari del territori i també d'altres mercats.

En relació amb la distribució majorista del peix, el Mercat Central del Peix és el més important d'Europa, ja que n'és el principal comprador, atès que la producció local és insuficient per satisfer la demanda, tal com s'ha comentat anteriorment.

El Mercat té una dinàmica comercial particular, que es concreta, entre altres aspectes, amb uns horaris d'obertura específics. Així, obre de dimarts a dissabte de 22.00 h a 8.00 h, amb horaris diferenciats per a la càrrega i descàrrega, de 3.45 h a 8.00 h i de 22.00 h a 3.45 h respectivament.

Alhora, Mercabarna destaca per les seves dimensions, amb una superfície de 24.000 m2, en la qual s'ubiquen 80 punts de venda o casillas, que en aquest moment estan gestionats per 43 empreses. En aquest espai, es fa la recepció del peix, es manipula i s'expedeix. També disposa d'uns espais per desviscerar, si cal.

A. Comercialització de peix i marisc en tones i per procedència

Els volums de producte que s'hi comercialitzen anualment són especialment rellevants. En aquest sentit, l'any 2018 van passar pel Mercat quasi 80.000 tones de producte pesquer, de les quals un 80% corresponien a peix fresc.

Si bé el nombre de tones comercialitzades es manté estable del 2014 al 2017, el 2018 se'n registra un increment significatiu, amb un total de 7.125 tones més de peix venudes, xifra que representa un increment del 15,52% respecte del 2017.

Si tenim en compte l'origen del peix, s'observa que únicament un 7,6% procedeix de Catalunya, mentre que un terç té el seu origen a la resta d'Espanya.

En els darrers exercicis, destaca la pèrdua de participació del peix local sobre el conjunt d'aquesta categoria de producte, ja que s'ha reduït gairebé a la meitat i ha passat del 13,6% al 7,6% esmentat. Aquesta reducció es registra també en tones de producte, les quals presenten una davallada del 34% des del 2014.

Així mateix, cal tenir en compte que la quantitat de tones comercialitzades procedents de la resta de l'Estat també presenten una davallada significativa, i passen de representar el 45% el 2014 a esdevenir una tercera part del producte venut el 2018. Com en el cas català, aquesta davallada es dona també en valors absoluts, amb un descens de tones de poc més del 13%.

S'observa que, en sentit contrari, s'han incrementat lleugerament les vendes de peix procedent de països comunitaris en tones, però, tot i així, el seu pes sobre el conjunt es manté estable, i les vendes de tercers països presenten una lleugera tendència a l'alça tant en pes com en volum, si considerem dades del 2014. A la taula 23 es poden observar les dades esmentades.

Si analitzem el pes dels diferents països comunitaris, destaca França, amb un total de 5.148 tones comercialitzades i un pes de l'11,2% del total. Així mateix, destaca el pes de Noruega i de Turquia com a tercers països.

Si considerem l'evolució de la comercialització de marisc, observem distribucions diferenciades a les que presenta el peix, amb un pes més destacat del producte local tant en l'àmbit català com de la resta de l'Estat, que, de forma conjunta, supera el 65% del marisc comercialitzat a Mercabarna. Així mateix, el marisc originari dels països comunitaris compta també amb un pes superior al del peix, en detriment del marisc de tercers països, el qual acumula quotes poc significatives (1%).

TAULA 23: Evolució de les tones de peix comercialitzades a Mercabarna per procedència

	2014		2015		2016		2017		2018	
	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%
Països comunitaris	10.169	22,2	10.220	21,4	10.101	22,0	10.259	22,4	11.734	22,1
Espanya (-Cat.)	20.511	44,9	20.987	43,9	19.980	43,5	19.255	42,0	17.756	33,5
Catalunya	6.211	13,6	5.906	12,4	6.240	13,6	4.940	10,8	4.052	7,6
Tercers països	8.818	19,3	10.689	22,4	9.637	21,0	11.430	24,9	10.807	20,4
Total	45.710	100	47.805	100,0	45.958	100,0	45,884	100	53.009	100,0

La taula 24 mostra el detall de les dades esmentades.

Si considerem ara l'evolució global del producte pesquer venut al Mercat Central del Peix, des del 2014 es registra una lleugera tendència a l'alça, amb fluctuacions significatives al llarg dels diferents exercicis.

També per àmbit geogràfic es confirmen les fluctuacions i tendències diferenciades segons la zona analitzada. En aquest sentit, els registres en tones van a la baixa des del 2016 en l'àmbit espanyol i s'incrementen en l'àmbit comunitari, el qual passa de les 4.110 tones el 2014 a les 4.944 tones el 2018, amb un creixement conjunt d'un 20%.

TAULA 24: Evolució de les tones de marisc comercialitzades a Mercabarna per procedència

	2014		2015		2016		2017		2018	
	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%
Països comunitaris	4.110	28,1	3.938	28,2	3.361	19,6	3.785	27,2	4.944	33,3
Espanya (-Cat.)	7.076	48,3	6.818	48,8	7.508	43,9	7.438	53,4	7.149	48,2
Catalunya	3.051	20,8	2.896	20,7	2.985	17,4	2.529	18,2	2.580	17,4
Tercers països	404	2,8	330	2,4	283	1,7	179	1,3	160	1,1
Total	14.640	100	13.982	100,0	17.122	100,0	13.931	100	14.832	100,0

TAULA 23 / 24. Font: Mercabarna
TAULA 25. Font: Mercabarna i Idescat
GRÀFIC 36 / 37. Fonts: Mercabarna i Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya

B. Comercialització de peix i marisc procedent de les llotges

La participació del peix de les llotges catalanes en el total del producte pesquer (peix i marisc) venut al Mercat Central mostra una evolució negativa, i passa de representar un 15,3% a registrar una presència d'un 9,8% en el període 2014-2018. Aquesta davallada es dona també en quantitat de tones, concretament el 2018 es van vendre 4.052 t, mentre que el 2014 en van ser 6.211, xifra que representa una disminució del 34,76%.

Aquest fet contrasta amb l'increment de tones venudes al Mercat Central en el mateix període, les quals han passat de 60.350 a 67.841, amb un increment de més del 12,4%.

Per àmbits geogràfics, les captures de la resta de l'Estat registren també una evolució negativa, i és el producte pesquer forà procedent dels països comunitaris i de tercers països el que recull els increments, tant en quantitat de tones venudes com en participació sobre el total.

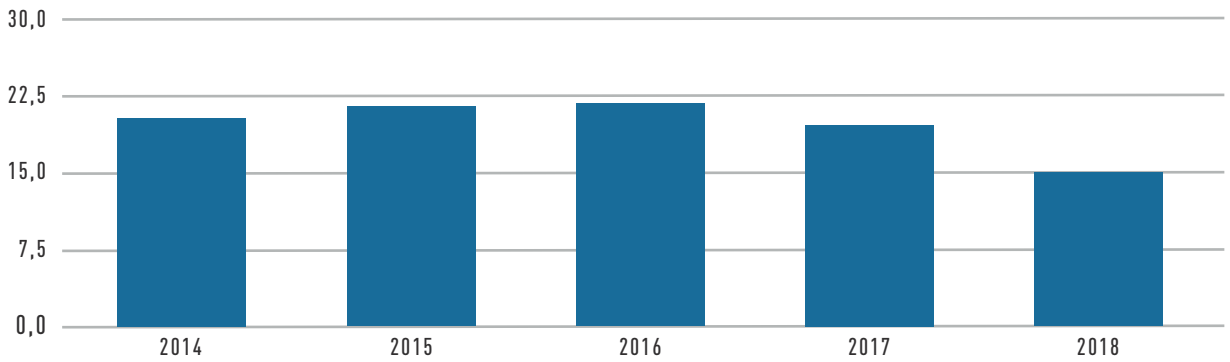
Si es contrasten aquestes dades amb les relatives a la variació de tones de peix fresc venut a les llotges catalanes, s'observa que s'ha passat de 30.882 t a 27.302 t en el període de referència i que s'ha registrat una disminució total de 3.580 t, que representen una davallada de l'11,59%.

Es pot concloure, doncs, que aquest 11,59% menys de captures de peix de les llotges catalanes no ha repercutit de forma proporcional

TAULA 25: Evolució de la participació del producte local en el producte comercialitzat a Mercabarna

	2014	2015	2016	2017	2018
Venda peix de llotja (t)	6211	5906	6240	4940	4052
Producció llotges (t)	30882,6	27768,6	28947,02	25422,7	27302,8
% de producció venuda	20,1	21,3	21,6	19,4	14,8

GRÀFIC 36: Evolució del percentatge de captures locals venudes al Mercat Central sobre el total de peix capturat a les llotges catalanes

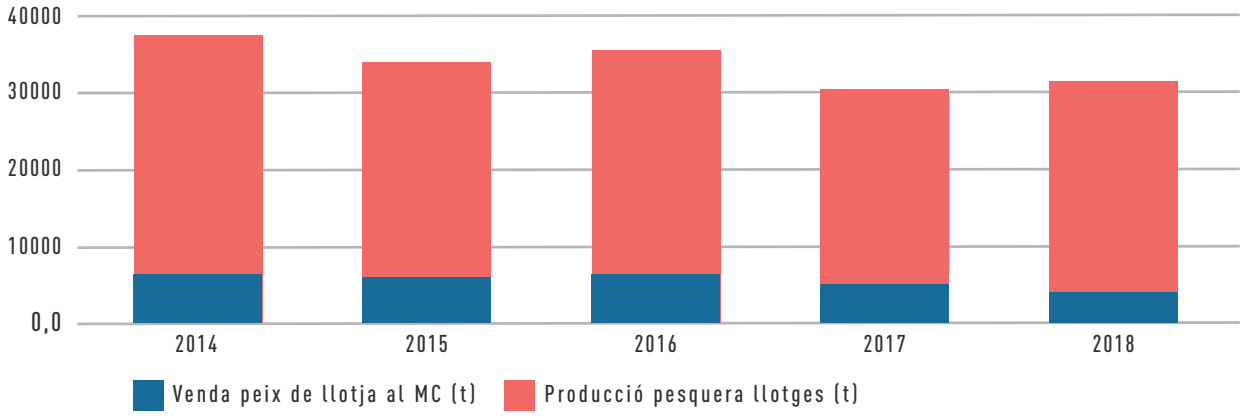


sobre la davallada de vendes en tones d'aquest producte pesquer al Mercat Central, sinó que aquesta davallada ha estat tres vegades més intensa, amb una disminució de gairebé un 35%.

Al gràfic 36 s'observa que, des del 2016, al Mercat Central del Peix arriba cada vegada un percentatge més petit del producte pesquer de les llotges, el qual, per tant, és comprat cada vegada més per altres actors que no tenen presència al mercat majorista.

Finalment, el gràfic 37 presenta de forma contrastada la producció de les llotges i el percentatge d'aquesta producció que acaba sent venut al Mercat Central del Peix.

GRÀFIC 37: Evolució de la producció pesquera a les llotges catalanes i de la seva participació en el conjunt de peix comercialitzat al Mercat Central



3.1.2. EL CENTRE INTERACTIU DEL PEIX

El Gremi de Majoristes del Peix impulsa, amb el suport de Mercabarna i de diverses empreses i administracions, una iniciativa pionera, que és el Centre Interactiu del Peix (CIP). Aquest espai museogràfic aviat farà deu anys. Deu anys dedicats a difondre les qualitats i les bondats del peix per a la salut i per al creixement saludable, així com a ensenyar el recorregut del peix, des del mar fins a la taula, d'una manera lúdica i participativa.

El Centre està obert de dimarts a divendres, amb les excepcions corresponents als períodes de vacances.

Es tracta d'una instal·lació única a tot Espanya, que ha permès que més de 65.000 escolars hagin passat per les instal·lacions i s'hagin familiaritzat amb el producte pesquer i la seva cadena de valor.

Està constatat que les famílies dels nois i noies que han visitat el Centre han augmentat el consum de peix un 20%. Aquest és un balanç positiu, que posa en valor la iniciativa com a mitjà per aconseguir una valorització del producte.

La tasca que es desenvolupa impacta de forma especial en el segment dels consumidors més joves i, per tant, aquells que registren un menor consum de peix per càpita, tal com s'ha analitzat a l'apartat anterior.

Finalment, cal esmentar el fet que, al llarg del darrer període, s'ha registrat un increment de visites de persones que formen part de diversos grups de distribució al capdavant de la Secció de Peixateria, per tal de dotar-los d'una visió global del sector i ajudar-los, així, a desenvolupar la tasca de la venda del producte pesquer al detall amb un major coneixement de la realitat que l'envolta.


Centre
Interactiu
del Peix

3.2.
Trets estructurals bàsics i evolució de la distribució comercial del producte pesquer a Catalunya

3.2.1. Anàlisi de l'estructura comercial a Catalunya
3.2.2. Anàlisi del comerç al detall del peix a Catalunya per àmbit geogràfic, canal i mètode de conservació

Catalunya disposa d'una oferta distributiva extensa i variada, amb tots els formats possibles, que van del comerç de proximitat en trama urbana a la compra per internet amb lliurament a domicili, passant per mercats municipals, superserveis, supermercats, mitjanes superfícies, hipermercats, mercats majoristes i superfícies especialitzades.

A les pàgines que segueixen, s'analitza l'estructura comercial al territori, així com l'evolució i el pes dels diferents formats comercials a Catalunya en l'àmbit nacional i comarcal.



3.2.1. ANÀLISI DE L'ESTRUCTURA COMERCIAL A CATALUNYA

En aquest apartat s'analitza el pes del comerç al detall català sobre el del conjunt de l'Estat, així com en relació amb el conjunt del sector del comerç a Catalunya, el qual considera també la venda a l'engròs.

Les dades que es presenten exclouen aquelles referides a la tipologia comercial de venda i reparació de vehicles, i s'extreuen de les dades publicades per l'Idescat fins al 2016 i de l'Atles Comercial de Catalunya del 2016 al 2018. En aquest sentit, cal tenir en compte que les dades de les dues fonts no són comparables, atès que es construeixen seguint criteris diferents. Tanmateix, sí que permeten detectar tendències i considerar quina és l'evolució del sector.

A. Anàlisi del comerç al detall a Catalunya

Els volums de producte que s'hi comercialitA Catalunya, el pes de les empreses dedicades al comerç al detall és molt significatiu. Així, representen gairebé un 63% del total de les empreses comercials de Catalunya i un 10% del conjunt de les empreses comercials en l'àmbit estatal. Si es pren en consideració el nombre d'establiments comercials, aquestes xifres s'incrementen lleugerament i arriben al 65,4% i al 10,5% respectivament.

Els percentatges relatius al nombre de persones ocupades a Catalunya respecte al conjunt de l'Estat espanyol es mantenen en coherència amb el nombre d'empreses. Tanmateix, la xifra decreix si es considera el comerç al detall català en relació amb el conjunt de l'activitat comercial, de la qual cosa s'extreu que les empreses de comerç al detall ocupen de mitjana menys persones que les empreses dedicades al comerç a l'engròs o a la distribució.

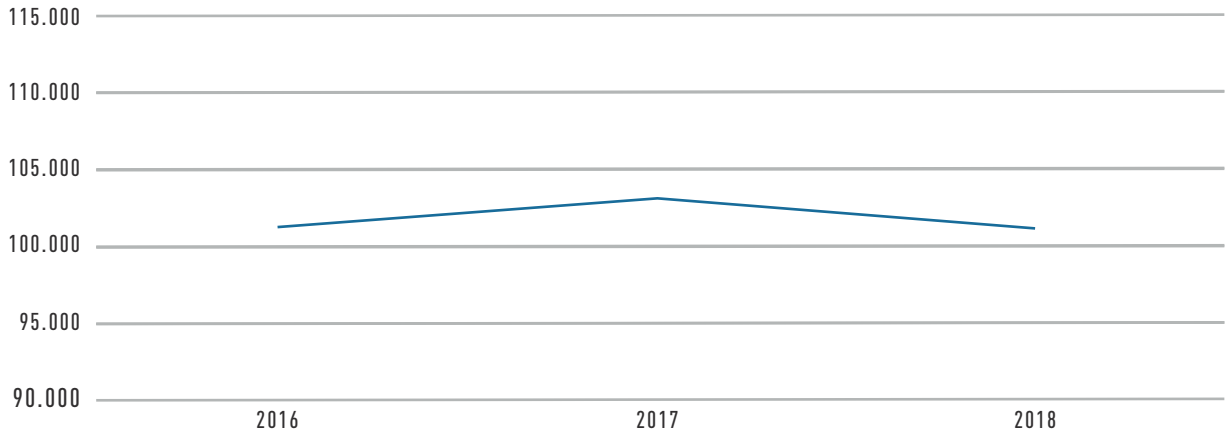
Quant als ingressos, despeses i resultats d'explotació, els percentatges disminueixen de forma significativa. Els dos primers se situen en un 30% i els resultats d'explotació resten per sota del 20%. La rendibilitat del comerç al detall se situa, per tant, per sota de la del comerç a l'engròs i la distribució.El quadre 26 mostra el detall de les dades esmentades.

TAULA 26: Distribució d'empreses, establiments, persones ocupades, ingressos i despeses, per tipologia d'establiment i àmbit geogràfic

	C. engròs	C. detall	Catalunya	Espanya	% C. detall Cat./ Esp.	% C. detall Cat./comerç
Empreses	46.538	78.840	125.378	796.049	9,9	62,9
Establiments	49.557	93.484	143.041	893.222	10,5	65,4
Pers. ocupades	219.659	306.596	526.255	3.107.491	9,9	58,3
Ingressos	90.394.820	40.128.460	130.523.280	737.302.208	5,4	30,7
Despeses	87.383.379	38.341.555	125.724.934	...	...	30,5
Resultats	2.793.320	624.291	3.417.611	...	...	18,3

D'acord amb l'*Atles Comercial de Catalunya*, el nombre d'establiments comercials al territori durant el període 2016-2018 no registra una fluctuació gaire elevada quant al nombre d'establiments per any. Si bé aquests tenen una petita divergència amb el nombre d'establiments comercials calculat per l'Idescat, les dues fonts coincideixen a mostrar estabilitat en les dades dels diferents períodes.

GRÀFIC 38: Evolució d'establiments comercials a Catalunya durant el període 2016-2018



A la taula 27 s'observa el detall de les dades relatives al nombre d'establiments comercials en els darrers exercicis.

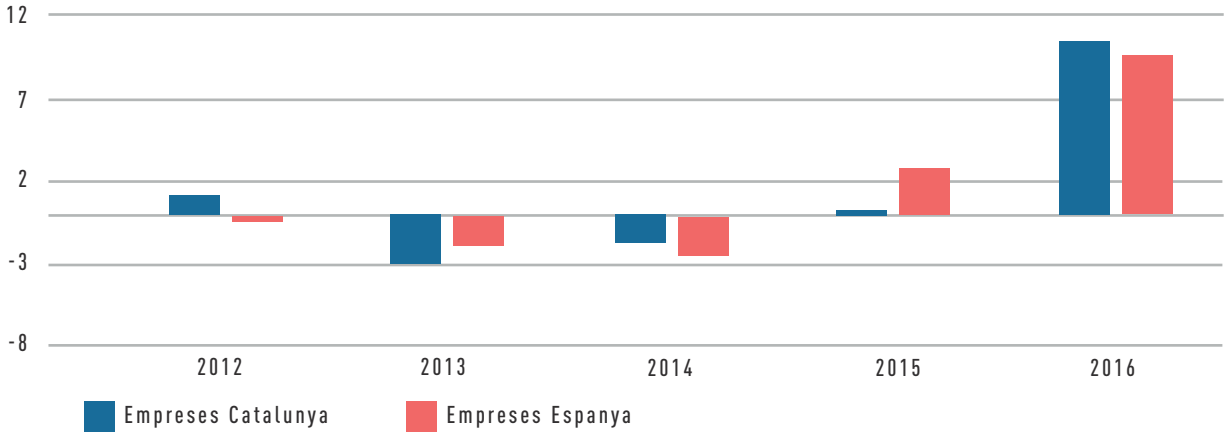
En analitzar quina ha estat l'evolució des del 2011 fins al 2016 del pes del comerç al detall d'acord amb els ítems esmentats (empreses, establiments, persones ocupades i resultats d'explotació), s'observa de forma gràfica que es conforma una clara paràbola quant a la variació d'empreses a les dues regions, si bé a Espanya és més suau.

TAULA 27: Evolució del nombre d'establiments comercials a Catalunya

Any	Establiments comercials	Variació anual
2016	101.319	-
2017	103.214	1,87%
2018	101.276	-1,88%

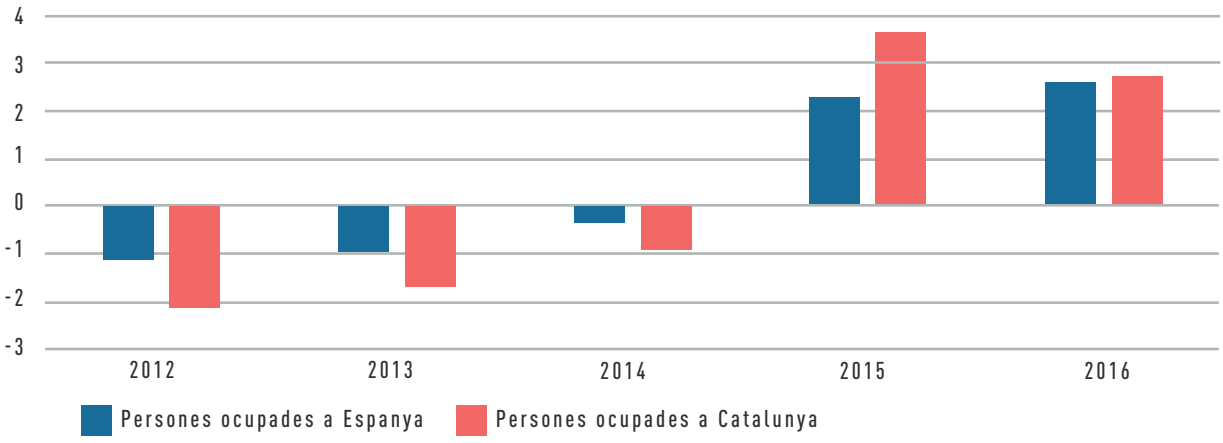
Destaca el fet que el 2012 és un any de discrepància entre Catalunya i Espanya, ja que a Catalunya la variació interanual respecte al 2011 va implicar un creixement d'un 1,8%, mentre que a Espanya va disminuir gairebé un 2%.

GRÀFIC 39: Variació interanual d'empreses a Catalunya i a Espanya



La representació gràfica que segueix mostra la variació interanual de persones ocupades per àmbit geogràfic i fa visible un lleuger increment lineal en la variació a Catalunya. A Espanya, la línia de tendència no és tan clara, si bé s'observa un lleu creixement en el nombre de persones ocupades a partir del 2015.

GRÀFIC 40: Variació interanual de persones ocupades a Catalunya i a Espanya



En ambdós gràfics es mostra una correlació evident entre Catalunya i Espanya pel que fa al nombre d'empreses, i més subtil pel que fa a persones ocupades.

L'evolució del nombre d'empreses durant els anys 2011-2016 ha estat positiva amb un creixement mitjà annual de l'1,6% a Espanya i de l'1,5% a Catalunya.

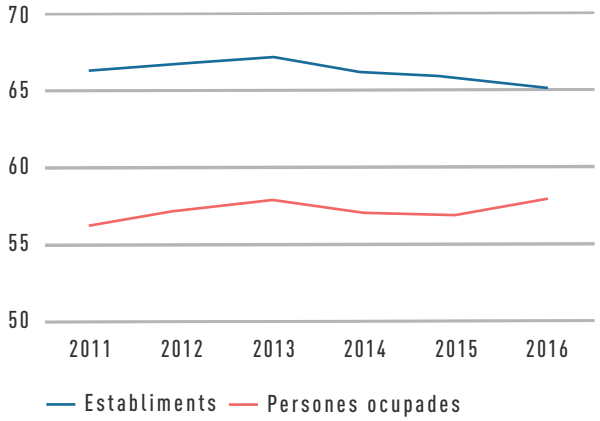
Quant a l'evolució en el nombre de persones ocupades, a Espanya hi ha hagut un increment d'un 1,5% en el període 2011-2016, mentre que Catalunya ha tingut un increment superior al 2% i en ambdós casos el creixement anual ha estat inferior a l'1%. En nombre d'establiments, Catalunya mostra una evolució negativa, amb una davallada d'un 0,75% el 2016 respecte al 2011.

De les dades publicades per l'Idescat s'extreu el gràfic 41 relatiu a l'evolució del nombre d'establiments de comerç al detall i de persones ocupades a Catalunya (excloent-ne la venda i reparació de vehicles) del 2011 al 2016.

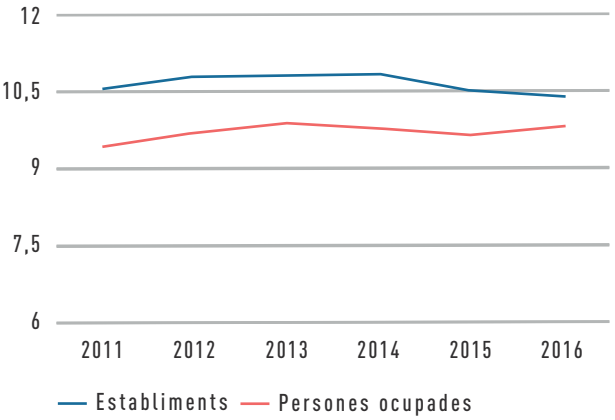
El desenvolupament quant a la participació dels establiments i persones ocupades al sector del comerç al detall català respecte a la totalitat del comerç espanyol s'ha mantingut, en general, constant; si bé mostra una lleu tendència a l'alça, aquest increment ha estat menor. El gràfic 42 mostra aquesta tendència, alhora que mostra que el 2015 va minvar lleugerament tant el nombre d'establiments com el nombre de persones ocupades.

Els dos gràfics presenten una tendència similar quant a creixement i davallada. Tot i així, es registra un percentatge molt superior d'establiments i de persones ocupades en el sector del comerç al detall a Catalunya que al conjunt de l'Estat. Aquest fet respon a la realitat comercial diferenciada del territori català, on el comerç al detall té una presència molt superior a la de la resta de comunitats de l'Estat espanyol.

GRÀFIC 41: Evolució dels establiments de comerç al detall i de les persones que ocupa sobre el conjunt del comerç a Catalunya



GRÀFIC 42: Distribució d'establiments i de persones ocupades al comerç al detall respecte al conjunt del comerç a Espanya



Tanmateix, la mitjana de persones ocupades per establiment és d'un 3,7 a Catalunya i d'un 3,5 a Espanya i, per tant, és molt similar en ambdós àmbits geogràfics.

Seguidament, es mostren les taules obtingudes a través de l'Idescat (28 i 29) sobre el pes del comerç al detall català en relació amb el comerç de Catalunya i d'Espanya des del 2011 fins al 2016.

TAULA 28: Pes del comerç al detall català en relació amb el conjunt del comerç de Catalunya

Presència Cat.	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Empreses	64,3	64,6	64,3	63,2	63,3	62,9
Establiments	66,5	66,9	67,2	66,3	66	65,4
Pers. ocupades	56,4	57,3	58	57,3	57	58,3

TAULA 29: Pes del comerç al detall català en relació amb el comerç del conjunt de l'Estat

Presència Esp.	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Empreses	10,2	10,4	10,2	10,1	9,9	9,9
Establiments	10,6	10,8	10,8	10,9	10,5	10,5
Pers. ocupades	9,5	9,7	9,9	9,8	9,7	9,9

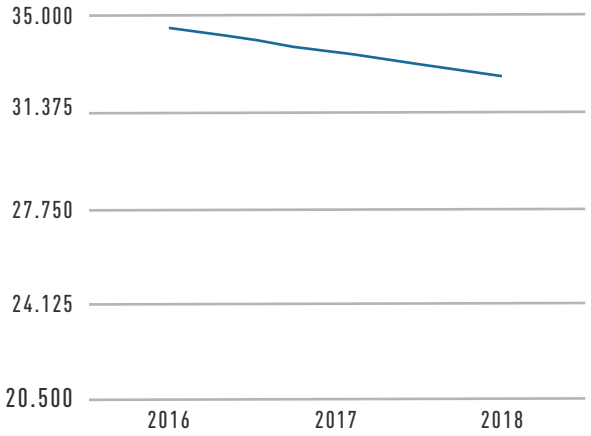
TAULA 26/27/28/29/31/32 - GRÀFIC 39/40/41/42/44/45. Font: Idescat, a partir de l'Estadística estructural d'empreses del sector del comerç de l'INE
GRÀFIC 38/43 - TAULA 30. Font: Cens d'Establiments Comercials de Catalunya de la Direcció General de Comerç

B. Anàlisi del comerç al detall d'alimentació, begudes i tabac

D'acord amb les dades de l'Atles Comercial de Catalunya, l'evolució del nombre d'establiments del sector alimentari durant el període 2016-2018 presenta una davallada poc significativa quant al nombre d'establiments per any, amb una variació negativa d'aproximadament un 2,6% interanual. Si bé aquestes dades tenen una petita divergència amb el nombre d'establiments calculat per l'Idescat al territori català, ambdues fonts presenten una evolució força estable de les dades en els diferents exercicis, amb variacions poc significatives.

El quadre 30 mostra el detall del nombre d'establiments comercials del sector alimentari en els darrers exercicis.

GRÀFIC 43: Evolució del nombre d'establiments comercials en el sector alimentari a Catalunya durant el període 2016-2018



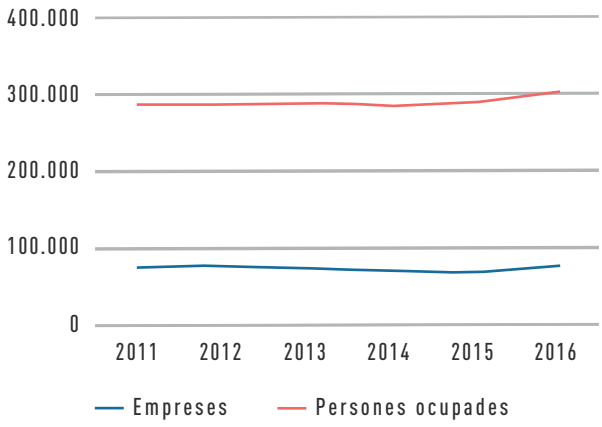
TAULA 30: Evolució del nombre d'establiments comercials del sector alimentari i pes sobre el conjunt del comerç a Catalunya

Any	Establiments comercials	Evolució interanual	% sobre tot el comerç
2016	34.574	-	34,12%
2017	33.656	-2,66%	32,61%
2018	32.782	-2,60%	32,37%

Tal com s'avançava, si es recuperen les dades dels exercicis anteriors obtingudes de l'Idescat relatives al sector del comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en empreses i nombre de persones ocupades a Catalunya entre el període 2011-2016, s'observa que existeix una coherència entre les fonts, ja que també el nombre d'empreses i de persones manté una homogeneïtat important al llarg dels anys.

L'avenç en el nombre d'empreses del sector alimentari no ha estat significatiu al llarg dels anys i s'ha mantingut, a grans trets, constant. Quant al nombre de persones ocupades, el creixement ha estat significatiu, amb el pic més alt el 2013, amb 58.994 persones ocupades, i un creixement inte-

GRÀFIC 44: Concentració d'empreses i de persones ocupades al comerç al detall en el sector català

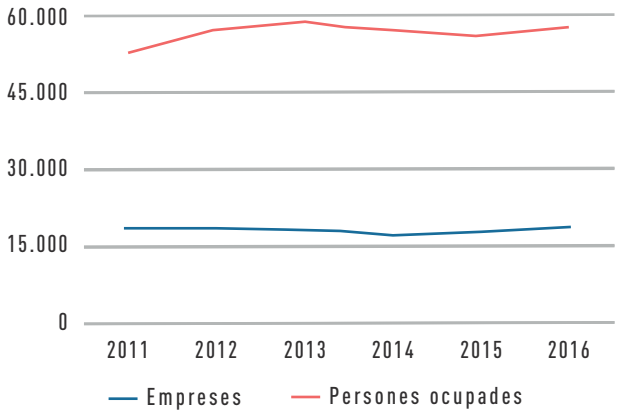


ranual global d'un 10,1% el 2016 respecte al 2011, percentatge que suposa un increment mitjà d'un 2% interanual.

A partir dels gràfics 44 i 45 s'observa una correlació entre l'evolució del comerç al detall i el sector de l'alimentació, si bé aquest darrer ha tingut un creixement major pel que fa al nombre de persones ocupades.

El detall dels gràfics i dades esmentades pot ser consultat a les taules 31 i 32.

GRÀFIC 45: Concentració d'empreses i de persones ocupades al sector d'aliments, beguda i tabac



TAULA 31: Evolució del nombre d'empreses i de persones ocupades al comerç a Catalunya

CD	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Empreses	75.073	76.479	73.848	71.468	71.856	78.840
Pers. ocupades	289.817	291.447	292.066	287.333	292.614	306.596

TAULA 32: Evolució del nombre d'empreses i de persones ocupades al comerç al detall a Catalunya

ABT	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Empreses	18.877	19.233	18.416	17.733	17.956	19.201
Pers. ocupades	52.799	57.336	58.994	57.106	56.723	58.111

3.2.2. ANÀLISI DEL COMERÇ AL DETALL DEL PEIX A CATALUNYA PER ÀMBIT GEOGRÀFIC, CANAL I MÈTODE DE CONSERVACIÓ

Del conjunt de comerços del territori, a un 3% s'hi realitza venda de producte pesquer en les seves diverses modalitats de presentació i conservació. Aquesta venda es realitza en comerços detallistes de diferents formats, des d'hipermercats fins a peixateries a peu de carrer, tots ells distribuïts pel territori de forma heterogènia, amb concentracions rellevants a diverses àrees, tal com es detalla al llarg d'aquest apartat.

En aquest apartat s'analitzen els diferents canals a través dels quals el consumidor final pot adquirir el producte pesquer al nostre territori, segons les diferents modalitats de conservació i en especial les de fresc i congelat.

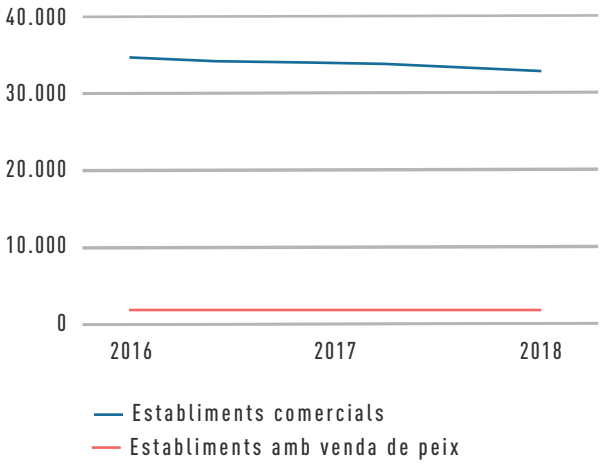
Així mateix, la distribució del consum de peix per canal s'analitza amb detall a l'*Apartat 5. El consumidor.*

A. Evolució els darrers 3 anys i comparativa amb el sector alimentari

D'acord amb les dades de l'*Atles Comercial de Catalunya*, en què es registra el nombre d'establiments comercials dedicats al sector de l'alimentació en el territori català i el nombre de petits comerços detallistes amb comercialització de producte pesquer fresc, s'observa que tant el nombre de comerços com el nombre de peixateries disminueix de forma sensible exercici rere exercici.

A la representació adjunta podem observar que el nombre d'establiments amb venda de producte pesquer fresc segueix una evolució paral·lela a la del nombre d'establiments del sector alimentari a Catalunya, amb una variació interanual negativa d'un 6,3%, en el primer cas, i d'un 5,1%, en el segon.

GRÀFIC 46: Evolució del nombre d'establiments comercials del sector alimentari i dels petits detallistes amb comercialització de peix a Catalunya durant el període 2016-2018



Cal esmentar que la proporció d'establiments amb comercialització de peix representa aproximadament un 5,5% dels establiments comercials del segment alimentari, un percentatge que es manté estable al llarg dels anys, amb una lleugera tendència a la baixa.

El quadre 33 mostra el detall de les dades esmentades.

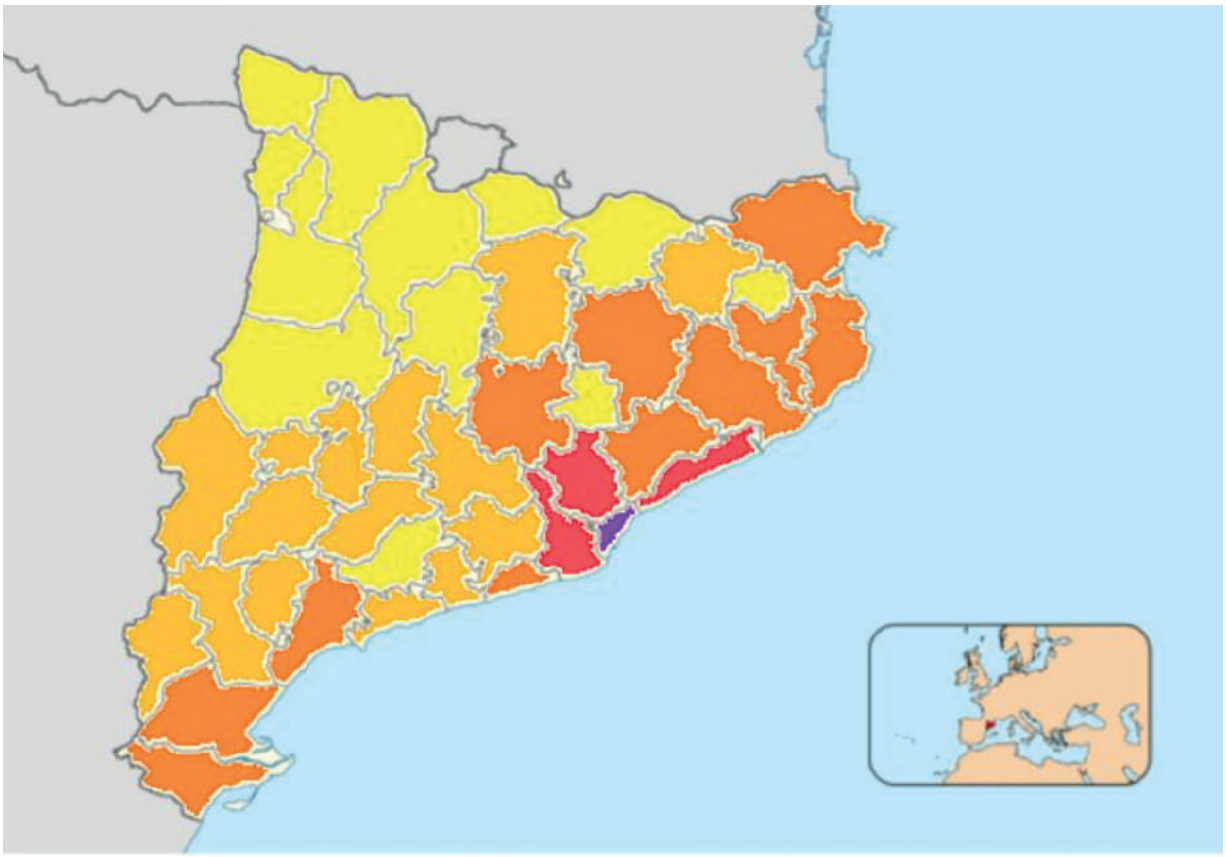
TAULA 33: Evolució del nombre d'establiments comercials a Catalunya

Any	Establiments comercials	Establiments d'alimentació	Peixateries
2016	101.319	34.574	1.934
2017	103.214	33.656	1.892
2018	101.276	32.782	1.812

B. Àmbit geogràfic

La distribució d'establiments detallistes de venda de peix per comarques mostra que gairebé una de cada quatre comarques acumulen entre 30 i 50 peixateries. Un percentatge similar de comarques destaquen pel baix nombre de petits comerços dedicats a la venda de peix fresc. En aquest sentit, l'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, l'Aran, el Moianès, la Noguera, el Ripollès i el Solsonès, entre d'altres, no n'acumulen més de 4. En contraposició, destaquen el Barcelonès, amb 624 establiments, i, en menor mesura, el Baix Llobregat, el Maresme i el Vallès Occidental, amb 178, 118 i 183 peixateries respectivament. Al mapa de calor de la pàgina de la dreta s'observen les dades esmentades.

Al mapa s'observa que el Barcelonès i el seu entorn més immediat, amb els Vallesos, el Baix Llobregat i el Maresme, acumulen bona part de l'oferta. Concretament, dos de cada tres peixateries catalanes s'ubiquen en aquestes quatre comarques, amb un 34,4%, un 15,5%, un 9,8% i un 6,5% respectivament.



Menys concentració — Més concentració

Es poden contrastar les dades concretes de cada una de les comarques a la taula 34, en la qual consta també la participació de cada una d'elles sobre el total.

TAULA 34: Distribució de detallistes de venda de peix a Catalunya per comarca

Comarca	Estbm	%	Comarca	Estbm	%	Comarca	Estbm	%
A. Camp	4	0,2	Berguedà	11	0,6	P. de l'Estany	4	0,2
A. Empordà	34	1,9	Cerdanya	4	0,2	P. d'Urgell	5	0,3
A. Penedés	17	0,9	Barberà	6	0,3	Prioritat	5	0,3
A. Urgell	< 4	-	Garraf	37	2,0	Ribera d'Ebre	13	0,7
A. Ribagorça	< 4	-	Garrigues	5	0,3	Ripollès	< 4	-
Anoia	19	1,0	Garrotxa	8	0,4	Segarra	7	0,4
Aran	< 4	-	Gironès	35	1,9	Segrià	25	1,4
Bages	41	2,3	Maresme	118	6,5	Selva	46	2,5
B. Camp	32	1,8	Moianès	< 4	-	Solsonès	< 4	-
B. Ebre	39	2,2	Montsià	41	2,3	Tarragonès	30	1,7
B. Empordà	56	3,1	Noguera	< 4	-	Terra Alta	13	0,7
B. Llobregat	178	9,8	Osona	34	1,9	Urgell	5	0,3
B. Penedès	19	1,0	P. Jussà	< 4	-	V. Occidental	183	10,1
Barcelonès	624	34,4	P. Sobirà	< 4	-	V. Oriental	97	5,4

GRÀFIC 46 - TAULA 33 / 34. Font: Cens d'Establiments Comercials de Catalunya de la Direcció General de Comerç

GRÀFIC 47 - TAULA 35: Font: enquesta d'elaboració pròpia a partir del registre d'empreses de l'Anuari Comercial de Catalunya

TAULA 36: Font: Anuari de la distribució comercial a Catalunya de la Direcció General de Comerç

C. Canal i mètode de conservació

La mostra emprada a l'Anuari de Distribució Comercial de 2019 relativa al sector quotidià alimentari en règim d'autoservei esdevé una mostra representativa de petites, mitjanes i grans superfícies del sector. Aquesta mostra s'ha pres com a referència per realitzar una enquesta telemàtica que ha permès determinar quina és la presència del producte pesquer en aquests canals de distribució, així com quin és el pes de la modalitat de conservació de fresc i congelat.

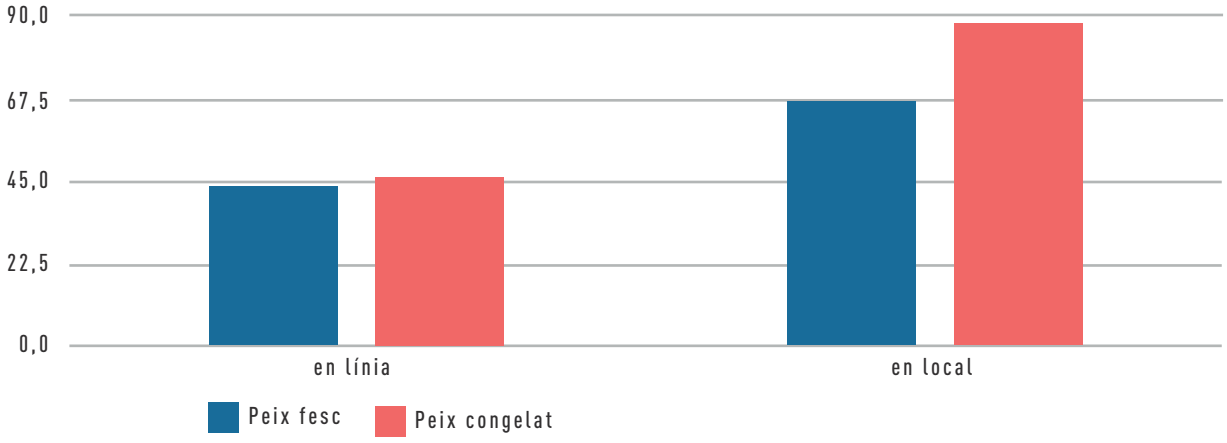
Gairebé el 90% de la mostra ven peix congelat als seus establiments, mentre que un 65,5% en ven de fresc. Tot i que el percentatge de superfícies que venen peix en qualsevol de les dues modalitats esmentades és elevat, cal tenir present que una de cada quatre empreses no disposa de peixateries a la totalitat dels seus establiments i un 7,7% en tenen exclusivament als més transitats.

Quant a la venda en línia, no totes les superfícies compten amb aquest servei o no hi inclouen el producte pesquer com a opció de servei a domicili. Concretament, un 43,6% dona l'opció al client de comprar peix fresc mitjançant la seva plataforma. Aquest percentatge s'incrementa lleugerament en relació amb el peix congelat i ascendeix fins al 46,2%.

De l'enquesta realitzada també es desprèn que gairebé la totalitat de les superfícies que venen producte pesquer fresc en venen també de congelat.

El gràfic 47 mostra el pes de la compra en línia de peix i el de la compra física a l'establiment comercial.

GRÀFIC 47: Distribució de supermercats segons canal de venda i modalitat de conservació del producte pesquer



El detall de les dades representades gràficament pot consultar-se a la taula 35.

TAULA 35: Distribució de supermercats segons canal de venda i modalitat de conservació del producte pesquer

	En línia	En local
Peix fresc	43,6	66,7
Peix congelat	46,2	87,2

A Catalunya hi ha 3.174 punts de venda de peix fresc, si comptem tant els petits comerços al detall com les mitjanes i grans superfícies que ofereixen producte pesquer fresc.

Les peixateries, amb 1.812 punts de venda, representen el 57% dels establiments amb venda de peix fresc i el 5,5% del total de botigues de producte quotidià alimentari, d'acord amb el Cens d'Establiments Comercials de Catalunya del 2018.

D'acord amb l'enquesta realitzada, el 75% de les superfícies comercials de fins a 1.300 m2 del territori a Catalunya ven peix fresc, de la qual cosa es desprèn que existeixen al voltant de 1.011 punts de venda de producte pesquer fresc dins d'aquest canal. D'aquesta manera, el canal de distribució dels supermercats de fins a 1.300 m2 representa el 32% dels establiments amb venda de peix fresc.

Finalment, la totalitat dels establiments de més de 1300 m2, que es comptabilitzen el 2018 en 351, disposen de peix fresc als seus establiments i representen, per tant, un 11% dels establiments en els quals el consumidor pot adquirir producte pesquer fresc.

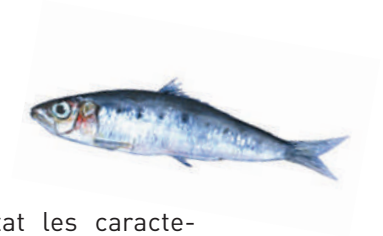
El quadre 36 mostra el detall de l'oferta del producte quotidià alimentari al territori en establiments comercials de més de 400 m2.

TAULA 36: Evolució de l'oferta comercial del sector del producte quotidià alimentari a Catalunya segons dimensions del punt de venda

Any	Sup. de 400-1.299 m^2	Sup. de + 1300 m^2	Total supermercats
2016	1.384	294	1.678
2018	1.384	351	1.699

3.3.
Anàlisi de l'activitat i característiques del Gremi de Peixaters de Catalunya

3.3.1. El gremi: estructura, organització i àmbit d'actuació
3.3.2. Serveis i actuacions promogudes
3.3.3. Perfil dels agremiats



Analitzem en aquest apartat les característiques del Gremi de Peixaters de Catalunya considerant cinc aspectes bàsics de l'entitat com són els objectius, l'organització, els serveis que ofereixen als agremiats, el perfil d'aquests darrers i les accions de promoció i difusió desenvolupades.

3.3.1. EL GREMI: ESTRUCTURA, ORGANITZACIÓ I ÀMBIT D'ACTUACIÓ

El Gremi, amb seu social a Barcelona i un àmbit d'actuació territorial i funcional que es circumscriu a la CCAA de Catalunya, és una entitat jurídica que té per objectiu principal representar a tots els seus afiliats i contribuir a la defensa i promoció dels seus interessos professionals, laborals, econòmics, socials i culturals, tant individuals com col·lectius.

Per donar resposta a aquest objectiu, el Gremi crea serveis comuns de naturalesa assistencial que fomenten la solidaritat entre els afiliats, programen accions per aconseguir millores socials i econòmiques i creen i mantenen sinergies amb organitzacions afins que puguin repercutir de forma positiva sobre els afiliats i exerceix l'activitat sindical.

Els òrgans de govern del Gremi són l'Assemblea General, la Junta Directiva i la Presidència.

L'Assemblea General està constituïda per tots els afiliats de ple dret i és responsable, entre d'altres, del nomenament de la Junta Directiva com a òrgan de govern, administració i direcció del gremi. Així mateix, és també l'Assemblea qui escollirà i revocarà en el seu mandat a la Presidència, la qual ostentaran la representació, la gestió i l'administració de l'entitat.

Des de 1970 el Gremi forma part de FEDEPESCA (Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados) amb seu Madrid, i actualment n'ostenta la Vicepresidència.

Des d'aquesta entitat, a la qual es troben adherides la majoria la associacions detallistes de peix d'Espanya, defensa els interessos propis del sector en l'àmbit nacional.


15

3.3.2. SERVEIS I ACTUACIONS PROMOGUDES

En l'actualitat, el principals serveis que el Gremi de Peixaters ofereix als seus agremiats són els següents:

A. Assessorament Laboral:

El Gremi de Peixaters ofereix assessorament personalitzat en l'àmbit de les relacions laborals, i gestió dels tràmits necessaris per al compliment de les disposicions vigents, amb serveis com l'alta de l'empresa a la Seguretat Social, alta a la mútua Patronal, gestió dels contractes de treball dels treballadors, gestió de les altes, baixes i variacions dels treballadors a la Seguretat Social, confecció de nòmines i liquidacions seguretat social o certificats renda dels treballadors, entre d'altres.

Així mateix, el gremi ofereix assessorament laboral vinculat a règims especials com el d'autònoms o altres serveis com la tramitació davant l'Ajuntament d'expedients de llicències d'obres i llicències d'activitat de peixateria, baixes i transferències de vehicles, targetes de transport, etc.

B. Assessorament Comptable i fiscal

S'ofereix als agremiats serveis d'assessorament també en l'àmbit comptable i fiscal, que es concreten en actuacions com la gestió de la comptabilitat adaptada a les disposicions del Codi de Comerç, la gestió dels llibres i comptes anuals i la seva legalització al Registre Mercantil.

En l'àmbit fiscal, ofereixen la gestió de la liquidació de l'Impost sobre la Renda de les Persones Físiques (IRFP) i l'Impost sobre el Valor Afegit (IVA), així com declaracions informatives i liquidació d'impostos d'àmbit autonòmic.



C. Accions de comunicació i promoció

El Gremi publica de forma periòdica la revista "Som Peixaters" la qual s'enfoca a informar als agremiats de les novetats i noticies sectorials i de quines accions es desenvolupen al gremi per a defensar els agremiats, tot posant en valor l'afiliació.

Cal destacar, el compromís del Gremi amb la sostenibilitat el qual es va materialitzar amb la signatura del "Compromís per la Sostenibilitat 2012-202, de forma conjunta amb l'Ajuntament de Barcelona i s'enfoca a fomentar el consum responsable, incentivar la reducció de residus tant a les peixateries com per part dels consumidors i a treballar per una major sensibilització del sector.

En aquest sentit, és rellevant també el conveni de col·laboració entre el Gremi i la Universitat de Girona, pel Patrocini de la Càtedra "Oceans i Salut Humana". Aquesta, té per objectiu promocionar els estudis sobre les complexes relacions que s'estableixen entre els ecosistemes marins i la salut de les persones, així com la transferència d'aquests coneixements a la societat, tot i contribuint a difondre la necessitat de protegir els recursos pesquers i els ecosistemes marins per tal de conservar la salut i el benestar de les persones.

Finalment, es rellevant mencionar el Segell de Qualitat que desenvolupat pel Gremi, té per objectiu aportar prestigi, diferenciació, fiabilitat i promoció, al contribuir a la distinció de l'establiment per mitjà de la qualitat tant del producte com del servei de distribució de peix i marisc.

Concretament, el Segell de Qualitat es dona quan:

- L'establiment assegura als clients la qualitat dels productes que consumeixen.
- Confiança respecte a la professionalitat del personal i seguretat en l'elecció de l'establiment.
- Millora contínua de l'establiment.
- Millora en la formació del personal contribuint a la seva motivació i integració.
- Funciona com a instrument de promoció i comercialització de l'establiment.

D. Serveis en línia (curs de manipulador d'aliments) i borsa de treball

Els agremiats tenen també la possibilitat d'accedir al curs de manipuladors d'aliments online.

Així mateix, el Gremi de Peixaters de Catalunya té una borsa de treball amb l'objectiu de crear una base de dades de persones que cerquen feina en l'àmbit del comerç i tenen experiència en peixateries i també, per facilitar als agremiats i agremiades la cerca de personal per als seus negocis.

3.3.3. EL PERFIL DELS AGREMIATS

Poden ser membres del gremi totes aquelles persones físiques o jurídiques relacionades amb el món del peix, pel que trobem agremiats detallistes, majoristes, distribuïdors, productors i elaboradors de productes alimentaris de la pesca. Tanmateix, gairebé la totalitat dels agremiats són detallistes, concretament un 95.1%.

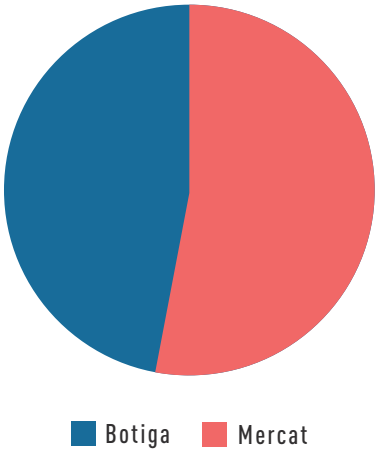
Aprofundim a continuació en el perfil de l'agremiat detallista considerant dos aspectes, la ubicació del punt de venda per una banda i el seu perfil demogràfic per l'altra.

A. L'agremiat detallista segons ubicació del punt de venda

Cal tenir en compte, l'existència de dos perfils de detallistes diferenciats dins el gremi els que s'ubiquen a peu de carrer i els que ho fan als mercats municipals, els quals representen un 52% del total.

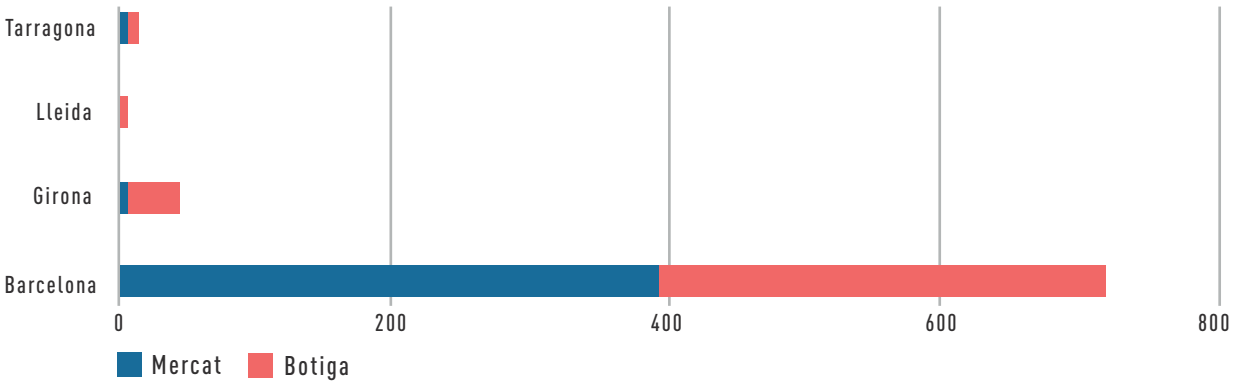
En l'àmbit geogràfic, existeix una important concentració de peixaters agremiats a la ciutat de Barcelona, on alhora es troben un gran nombre de mercats municipals. Aquest aspecte deriva en el fet que en la distribució dels agremiats per tipologia d'establiments trobem un percentatge molt significatiu d'agremiats als mercats municipals el qual, no es correspon amb exactitud al percentatge de peixateries que en termes globals s'ubiquen en aquests espais.

GRÀFIC 48. Distribució de les peixateries agremiades segons si s'ubiquen al mercat municipal o a peu de carrer



D'acord al que s'ha avançat, en relació a la concentració de la mostra en l'àmbit geogràfic de Barcelona, la distribució dels agremiats per província es presenta heterogènia, tal com s'observa al gràfic que segueix.

GRÀFIC 49. Distribució de les peixateries agremiades en punts de venda i per tipologia i província.



Es pot concloure que el perfil del agremiats es divers i varia en funció de l'àrea geogràfica que es prengui com a referència, presentant en tot cas, una concentració molt significativa a la ciutat de Barcelona i als mercats municipals, considerant el pes que aquesta tipologia d'establiment representen sobre el total de comerços del territori. El quadre número 37 mostra el detall de les dades presentades.

TAULA 37. Distribució en valors absoluts i percentuals dels punts de venda per tipologia de l'espai en el que s'ubiquen i província

	Mercat	%	Botiga	%	Total	%
Barcelona	394	54,9	324	45,1	718	91,3
Girona	7	15,6	38	84,4	45	5,7
Lleida	0	0,0	8	100,0	8	1,0
Tarragona	8	53,3	7	46,7	15	1,9
Total	409	52	377	48,0	786	100

GRÀFIC 48 / 49 / 50 - TAULA 37 / 38. Font. Dades aportades pel Gremi de Peixaters de Catalunya.

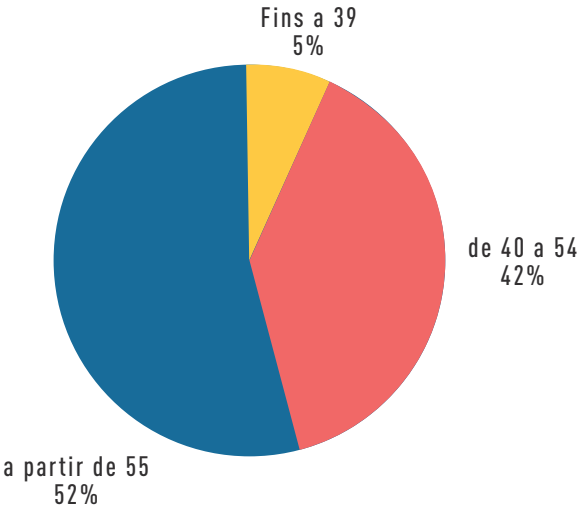
B. L'agremiat detallista segons perfil demogràfic

El perfil demogràfic de l'agremiat presenta una concentració significativa de majors de 55 anys, concretament un 52.7% de la mostra es troben en aquesta franja d'edat, mentre només un 5% tenen menys de 40 anys. Els associats d'entre 40 i 55 anys, representen també un gruix rellevant de l'agremiat, concretament del 42%. El gràfic número 50 mostra les dades mencionades.

Es pot extreure del important increment que registra la franja d'edat de 45 a 49 anys respecte de la franja anterior, que el relleu generacional al sector es dona de forma majoritària amb la incorporació de nous propietaris de més de 45 anys. El quadre 38 mostra el detall de la distribució del agremiat per franges d'edat.

Finalment considerem en aquest punt, quin és el perfil de l'agremiat segons gènere. Observem en aquest sentit, com la distribució mostra una lleugera concentració del 58.2% d'homes en relació a dones.

GRÀFIC 50. Distribució de l'agremiat segons perfil demogràfic



TAULA 38. Distribució de l'agremiat per franges d'edat

Edat	Nombre	Percentatge
<20	1	0,1
25 - 29	4	0,6
30 - 34	8	1,2
35 - 39	22	3,2
40 - 44	49	7,2
45 - 49	124	18,2
50 - 54	117	17,2
55 - 59	148	21,7
60 - 65	117	17,2
> 65	91	13,4
Total	590	86,6

3.4.
Anàlisi del perfil i de les característiques dels detallistes de la venda de peix fresc

3.4.1. Anàlisi de l'activitat i segmentació de les peixateries a Catalunya
3.4.2. Anàlisi del perfil i segmentació del consumidor de les peixateries a Catalunya

En aquest apartat es desenvolupa una anàlisi de l'activitat de venda de peix detallista al territori. Aquest estudi es fonamenta principalment en dades primàries obtingudes a partir de l'enquesta realitzada per l'equip de treball, tant de forma presencial com telemàtica, als peixaters associats al Gremi de Peixaters de Catalunya. S'han realitzat un total de 238 enquestes, tot i haver-se contactat amb els 453 associats detallistes dels 663 agremiats, els quals acumulen un total de 786 punts de venda.

El conjunt de dades aportades en aquest apartat se segmenten segons diversos criteris que consideren des de la ubicació dels punts de venda fins a factors com la seva activitat en l'àmbit de la comunicació i la promoció, el perfil del seu client o els horaris, entre d'altres.

En el desenvolupament d'aquest apartat s'ha tingut especialment en compte l'impacte de les diverses alternatives d'actuació registrades pels mateixos enquestats sobre el perfil demogràfic del client, atès que un dels aspectes que més preocupa el sector és la davallada del consum, especialment en el segment de joves.



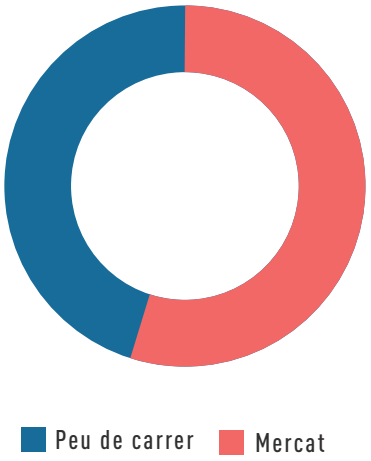
3.4.1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT I SEGMENTACIÓ DE LES PEIXATERIES A CATALUNYA

En aquest apartat s'analitza l'activitat de les peixateries agremiades en l'àmbit català a partir d'aspectes com la seva ubicació a peu de carrer o en un mercat municipal, el grau d'integració tecnològica, l'horari d'obertura, els serveis oferts, les accions promocionals i les necessitats principals.

A. Segmentació de les peixateries segons la tipologia del punt de venda

Actualment estan agremiades a les comarques Catalanes 409 peixateries ubicades a mercat, un 52% del total de 786 peixateries en punts de venda, on la resta son botigues a peu de carrer.

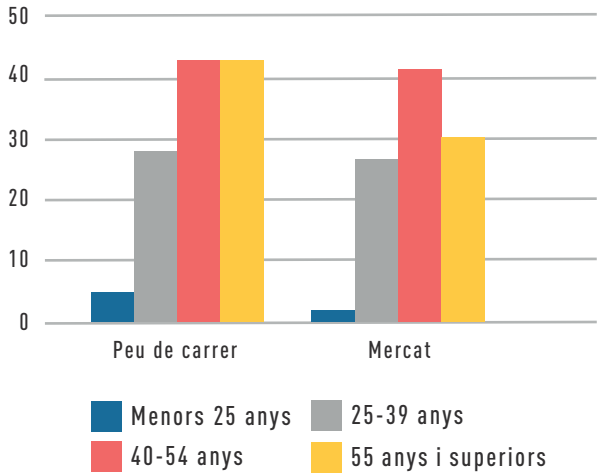
GRÀFIC 51: Distribució de la mostra segons la tipologia del punt de venda



Segons les dades obtingudes, i tal com es pot contrastar al següent apartat, la gent jove (menors de 25 anys) freqüenta les peixateries de forma ocasional. Concretament un 2% dels clients de les peixateries són menors de 25 anys.

No es detecten diferències en el pes del client jove en relació amb la ubicació a peu de carrer o al mercat, atès que en ambdós casos és residual. Sí que s'observa, però, que les peixateries ubicades al mercat acumulen un percentatge lleugerament superior de client major de 55 anys. Tanmateix, la distribució de clients per edat es presenta homogènia als dos formats comercials, atès que les variacions no són significatives.

Gràfic 52: Distribució del client per franges d'edat i ubicació de la peixateria

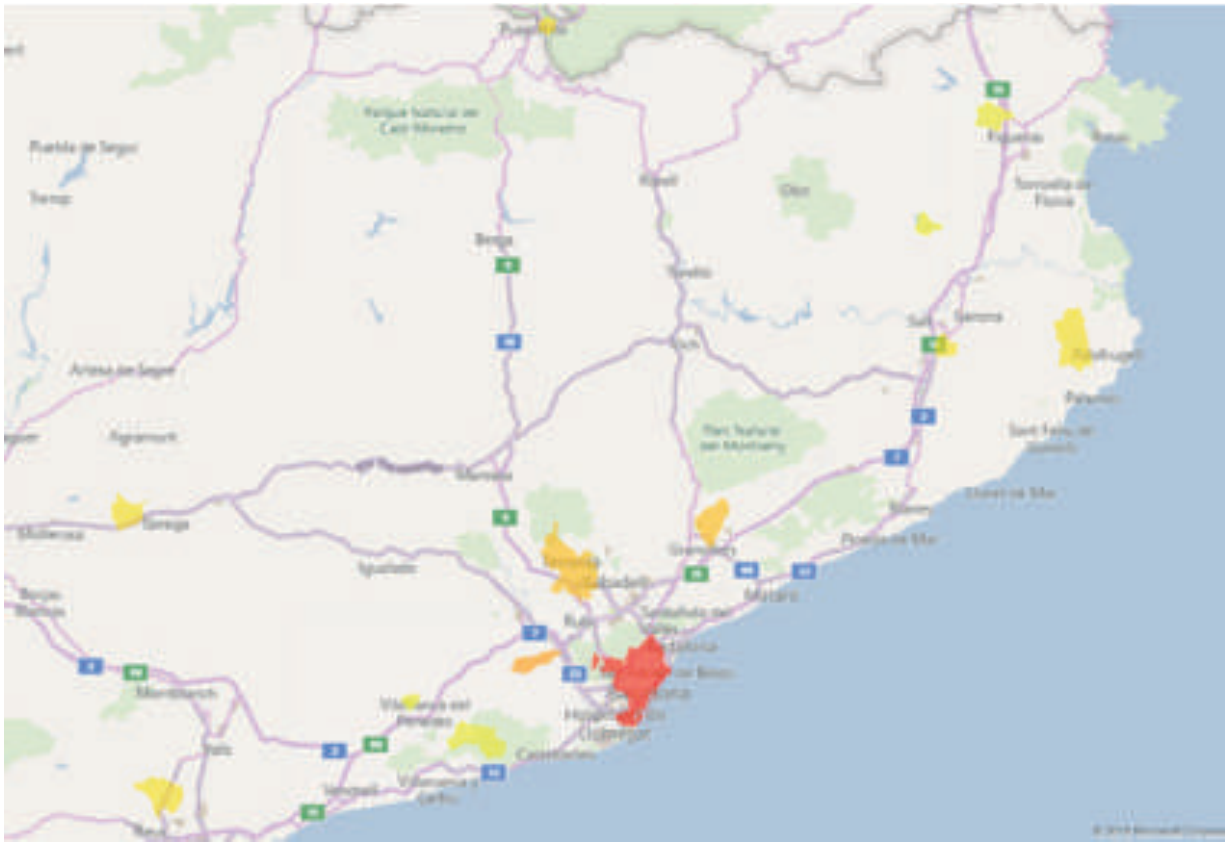


B. Segmentació de les peixateries segons perfil del client

La mitjana de clients-empresa a Catalunya es concentra en pocs locals. El percentatge de botigues que disposen d'algun client-empresa és d'un 18,4%.

Pel que fa a la concentració de peixateries amb clients-empresa per àrea geogràfica, destaca el fet que, de forma majoritària, les peixateries que compten amb clients-empresa s'ubiquen a la ciutat de Barcelona. Alhora, se'n registra una concentració important a la comarca del Barcelonès i rodalia, mentre que, en sentit contrari, a les comarques de l'Alt Empordà, el Garraf, el Bages, el Pla de l'Estany, Osona i l'Alt Penedès les persones jurídiques no compren habitualment a les peixateries.

El mapa de calor que segueix mostra les àrees amb majors i menors índex de concentració de peixateries que compten amb clients-empresa.



Valor més baix — Valor més alt

C. Segmentació de les peixateries segons el grau d'integració tecnològica

La mitjana de clients-empresa a Catalunya es concentra en pocs locals. El percentatge de botigues que disposen d'algun client-empresa és d'un 18,4%.

S'observa una manca d'integració tecnològica a les peixateries de Catalunya, si es prenen com a referència els índexs de l'Estudi sobre l'ús del comerç electrònic en el comerç realitzat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

D'acord amb l'estudi esmentat, es registra una variació important segons la tipologia del petit comerç en la tasca de digitalització dels negocis i d'adaptació als nous patrons de la demanda, la qual s'està duent a terme, en tot cas, de manera gradual.

En relació amb el comerç electrònic, es constata que aquests índexs varien de forma significativa en funció de la tipologia del comerç. Així, mentre que un 20% dels comerços dedicats al parament de la llar compten amb comerç electrònic, només un 4% dels dedicats a farmàcia i bellesa en disposa, així com un 17% dels dedicats a l'equipament de la persona, un 14% dels enfocats a l'oci i el lleure i un 10% dels comerços d'alimentació.

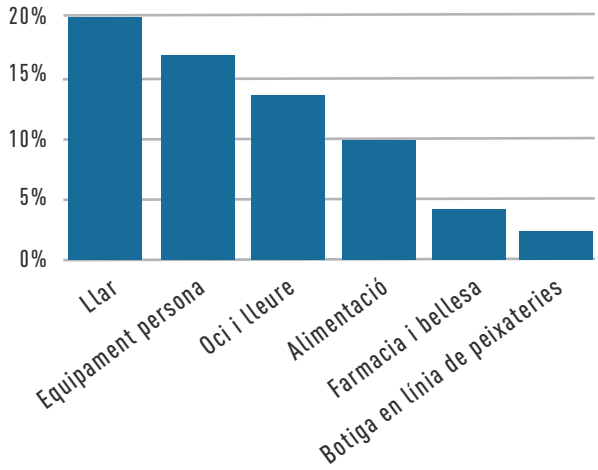
Pel que fa a les peixateries de la mostra, s'observa que un 1,9% disposa de web professional. Tanmateix, el percentatge esmentat es redueix, si tenim en compte l'opció de fer comandes mitjançant la plataforma, és a dir, si es disposa de comerç electrònic. En aquest supòsit, se situa en un 0,49% i, per tant, queda molt per sota del 10% registrat de mitjana en el sector de l'alimentació quotidiana.

El gràfic 53 mostra la comparativa de les peixateries en relació amb les principals categories de comerços.

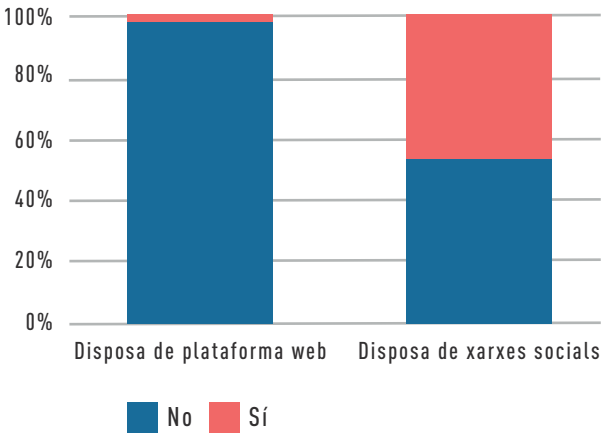
Es registren augments considerables en relació amb les xarxes socials, ja que un 47,5% afirma usar-les amb l'objectiu de promoure el seu negoci. Les més emprades pels peixaters són Instagram, en un 63,51% dels casos, seguit de Facebook, amb un 55,41%. No obstant això, cal tenir present que un percentatge significatiu dels perfils socials són de caire personal i no s'enfoquen en exclusiva i de manera professional a la promoció del negoci.

Al gràfic 54 s'observa la diferència en el grau d'introducció tecnològica segons l'existència de botiga en línia i l'ús de les xarxes socials.

GRÀFIC 53: Grau d'introducció tecnològica al comerç detallista segons tipologia



GRÀFIC 54: Grau d'introducció tecnològica segons l'existència de botiga en línia i l'ús de xarxes socials



D. Segmentació de les peixateries segons l'horari d'obertura

Per horaris d'obertura, s'observa que menys d'una de cada tres peixateries està oberta totes les tardes.

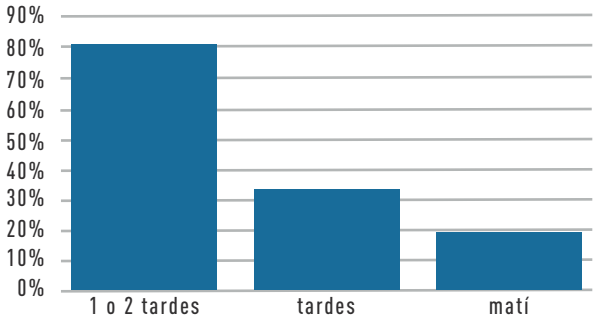
De forma majoritària (79,2%), les peixateries obren als matins i una tarda a la setmana, que, en un 45,6% dels casos, és la de divendres. En sentit contrari, menys d'un 20% de la mostra obre exclusivament al matí.

Dimarts és el segon dia que acumula més peixateries obertes a la tarda, concretament un 48,1% dels enquestats. Finalment, destaca el fet que la majoria de les peixateries que decideixen obrir tota la jornada els dimarts també ho fan els divendres, exactament un 35,6% d'establiments.

Al gràfic 55 s'observa que la major part de la mostra obre al matí i una o dues tardes, mentre que les peixateries que obren exclusivament als matins o totes les tardes mantenen percentatges de presència d'un 33% i d'un 19% respectivament.

En relació amb els horaris d'obertura, de forma majoritària l'horari d'inici de l'activitat és entre les 8.00 h i les 8.30 h, mentre que gairebé un de cada quatre enquestats obre abans d'aquesta hora.

GRÀFIC 55: Distribució dels punts de venda segons horari d'obertura



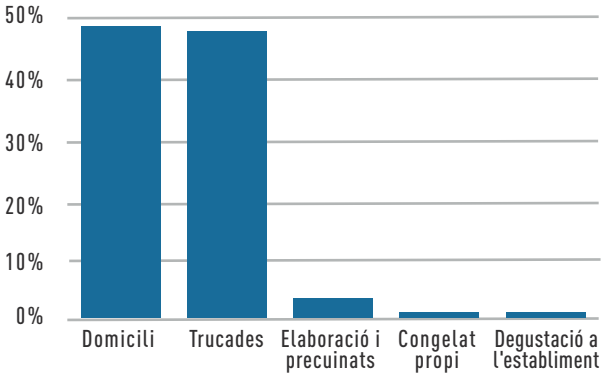
E. Anàlisi de les peixateries segons els serveis oferts

El servei a domicili, aquell en què el client encarrega presencialment o telemàticament la comanda i aquesta és entregada al seu domicili, és una opció que el 49% de les peixateries enquestades declara haver proporcionat en alguna ocasió. Existeix, per tant, una predisposició clara, com a mínim per part d'aproximadament la meitat de peixateries, d'oferir aquest servei.

Atès l'índex de comerç electrònic registrat i el fet que gairebé la totalitat de les peixateries (98,5%) que en alguna ocasió han ofert el servei a domicili ofereixen també l'opció de fer encàrrecs mitjançant una trucada al telèfon de l'establiment, es pot concloure que aquest és el canal principal mitjançant el qual es realitzen les comandes telemàtiques.

De forma molt minoritària, en un 4,41% dels supòsits, s'ofereixen altres serveis com la venda de plats preparats, la degustació a l'establiment i el congelat propi. El gràfic 56 mostra el pes que té cada un dels serveis oferts.

GRÀFIC 56. Distribució de les peixateries segons els serveis oferts



F. Anàlisi de les accions promocionals realitzades per les peixateries

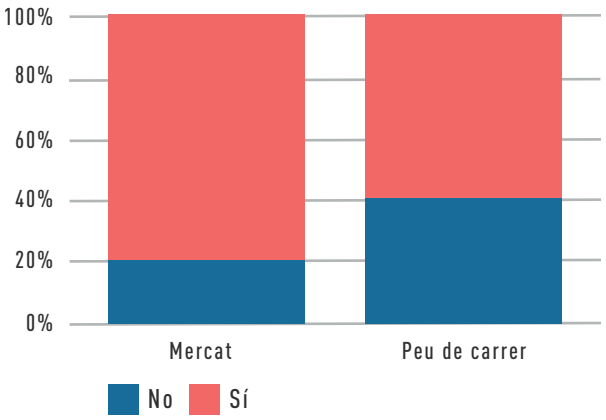
Un 71,08% de les peixateries participen en la dinamització comercial del seu barri o municipi, mentre que un 68,14% realitzen accions de promoció i fidelització a la botiga.

Es detecta que, de forma majoritària, els qui realitzen accions promocionals a la botiga participen també en les que es desenvolupen en l'àmbit del barri, concretament un 73,10%.

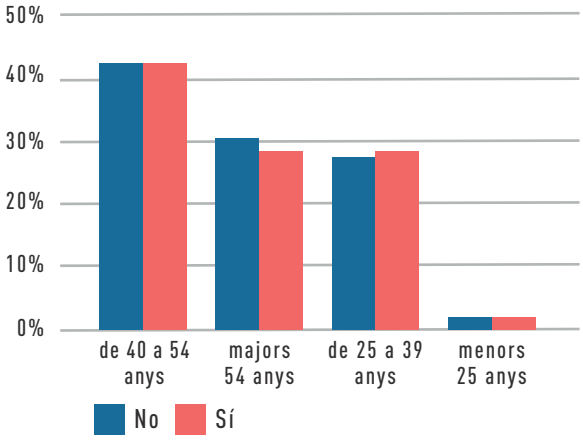
Es detecta un grau d'implicació diferenciada del peixater amb el seu entorn segons la seva ubicació. En aquest sentit, mentre que un 59,3% de les botigues a peu de carrer participen en les accions de dinamització comercial del seu barri o municipi, la participació de les peixateries ubicades al mercat ascendeix fins al 79,38%. Així, del total de les peixateries que participen en accions de dinamització comercial, un 60,2% pertanyen al mercat, mentre que només un 39,4% s'ubica a peu de carrer.

Si considerem quin és l'impacte de les accions promocionals sobre el perfil del client, es detecta que la variació per segments d'edat és pràcticament inexistent.

GRÀFIC 57: Grau de participació en accions de dinamització comercial segons tipologia de punt de venda



GRÀFIC 58. Percentatge de clients a les botigues segons edat i si es produeixen accions de dinamització



G. Anàlisi de les principals problemàtiques i necessitats dels detallistes

Actualment, les principals dificultats de les peixateries són, segons els enquestats, la competència i l'augment dels preus amb les mitjanes superfícies (amb especial esment a Mercadona), els canvis d'hàbits de la gent jove i la informació sensacionalista en relació amb l'anisakis i altres problemes de salubritat vinculats al producte pesquer.

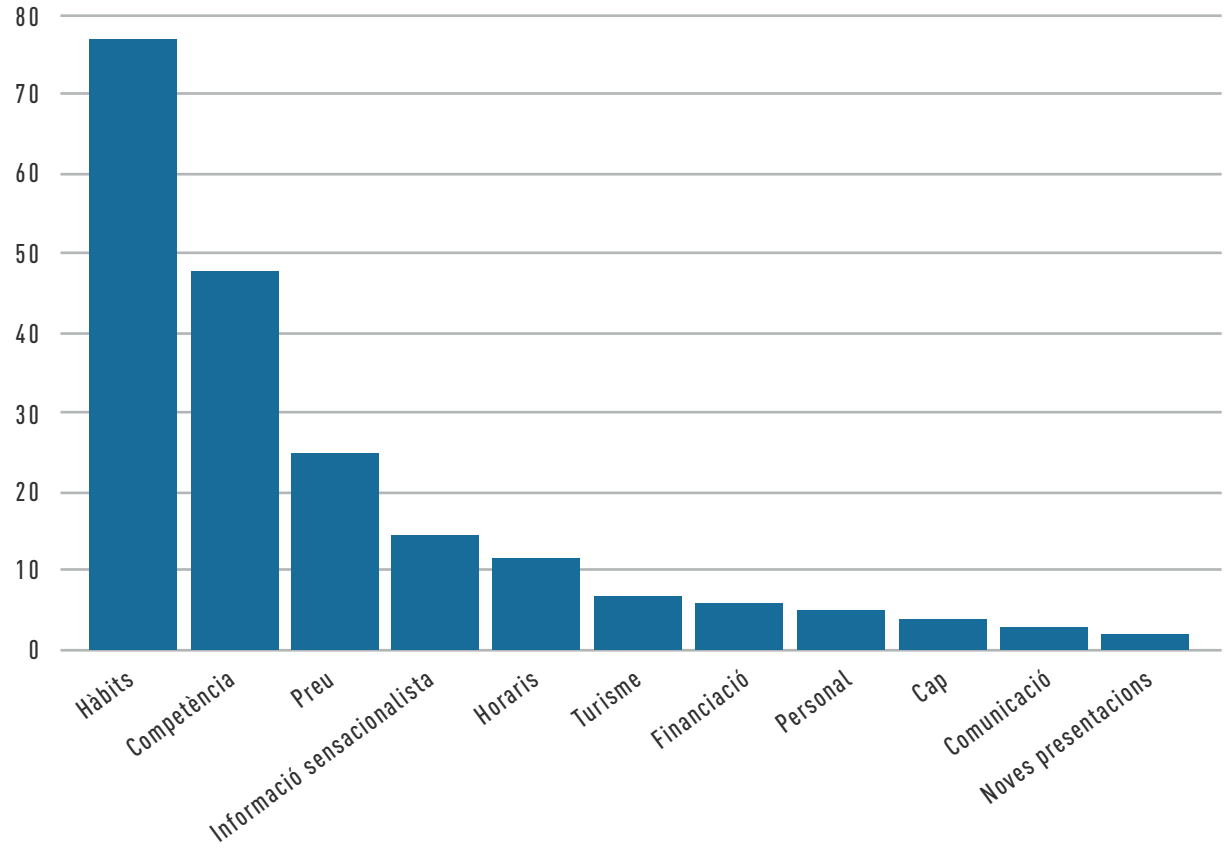
Així mateix, consideren que hi ha una necessitat quant a la recerca de personal qualificat i un millor finançament, alhora que destaquen que és de menester replantejar els horaris d'obertura.

A més, notifiquen que ha crescut la demanda cap a noves presentacions del producte i que l'augment del turisme dificulta la venda en els mercats ubicats al centre.

Al gràfic 59 veiem del detall del percentatge de respostes que s'enfoquen en cada un d'aquests sentits.

GRÀFIC 51/52/54/55/56. Font: elaboració pròpia
GRÀFIC 53. Font: dades aportades pel CCAM i dades primàries d'elaboració pròpia

GRÀFIC 59: Recompte dels principals problemes i necessitats de les peixateries



3.4.2. ANÀLISI DEL PERFIL DEL CLIENT DE LES PEIXATERIES DE CATALUNYA

En aquest apartat s'analitza el perfil del client a les peixateries agremiades en l'àmbit català de forma segmentada, segons zona geogràfica, gènere, edat i si és una persona física o jurídica.

A. Perfil demogràfic del client

La concentració de la població que actualment compra a les peixateries es majoritàriament femenina, ja que les dones representen un 70,8 % del total dels compradors. D'aquesta manera, de cada 10 clients únicament 3 són homes.

La distribució del client segons gènere es presenta força homogènia a la major part de comarques amb escasses excepcions. N'és una la comarca de l'Alt Empordà, on la concentració d'homes a les peixateries s'incrementa fins al 40%, i, en sentit contrari, acumulen registres inferiors a la mitjana el Bages i l'Urgell, on de cada 10 clients 2 són homes. Finalment, destaca el Gironès, on la xifra es redueix fins al 10%.

Respecte a la distribució del client segons edat, la majoria romanen entre els 40 i 54 anys. S'ha estimat que un 42% dels clients pertanyen a aquesta franja d'edat. A l'altre extrem se situen els menors de 25 anys, amb una presència del 2%. El 54% restant es distribueix a parts iguals entre els majors de 55 anys i els clients d'entre 25 i 39 anys.

Concentració de públic masculí per àrea geògrafica



Menys concentració — Més concentració

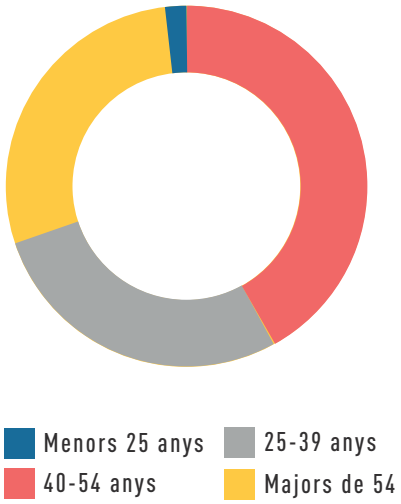
El gràfic 60 mostra les dades esmentades.

En l'àmbit de comarques, al Baix Empordà és on es registra una major concentració de clients majors de 55 anys. Aquesta comarca, doncs, destaca per comptar amb un perfil demogràfic de client lleugerament diferenciat, amb més presència d'homes i de majors de 55 anys que la resta del territori.

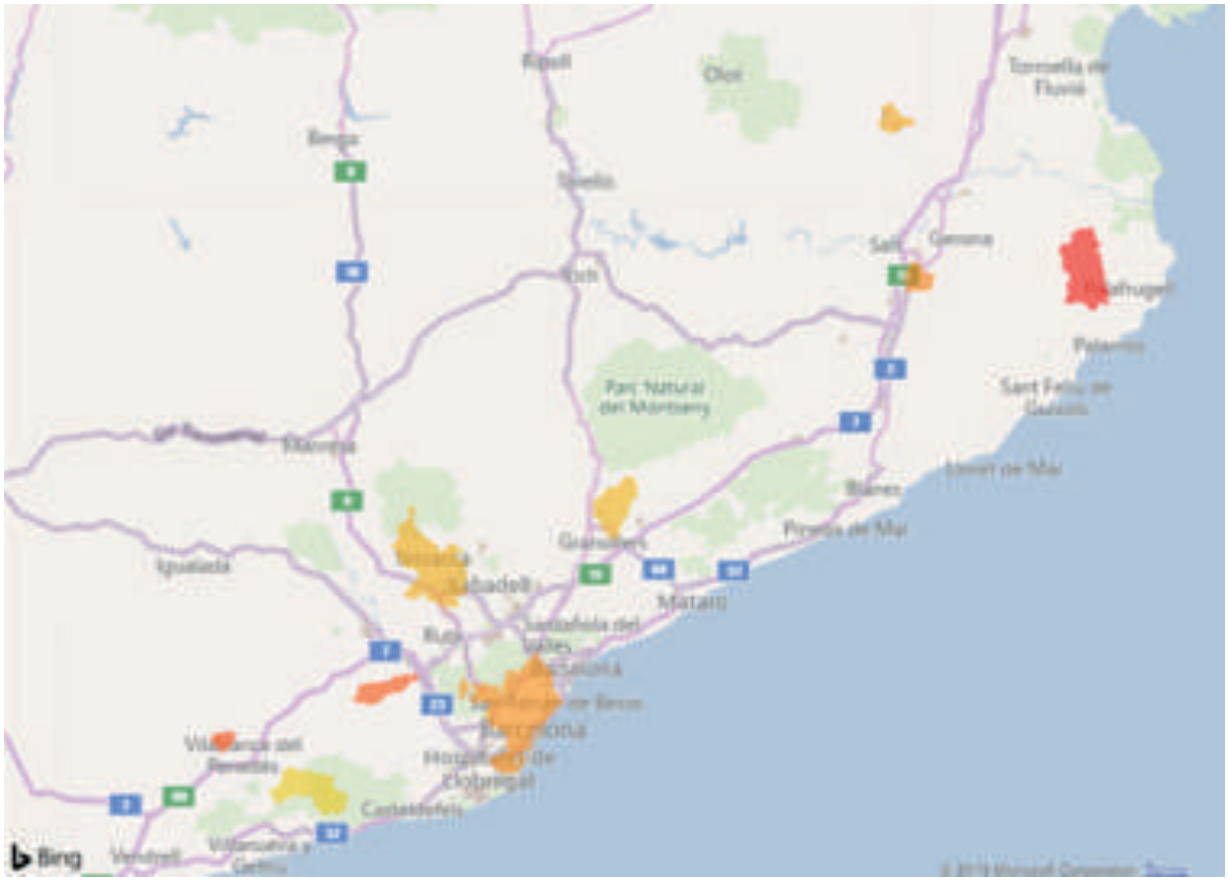
A l'altre extrem trobem comarques com el Garraf i el Vallès Occidental, amb un percentatge aproximat de només un 20% de clients amb aquest perfil.

Al mapa inferior es poden observar les zones en què es dona una major i una menor concentració de clients de més de 55 anys.

GRÀFIC 60: Distribució del client segons franja d'edat



Concentració de públic major de 55 anys per àrea geògrafica



Valor més baix

Valor més alt

B. Hàbits de compra del client segons el seu perfil demogràfic

En aquest apartat es considera l'existència d'un conjunt de variables relatives als hàbits de compra del client i la seva relació amb el perfil demogràfic d'aquest.

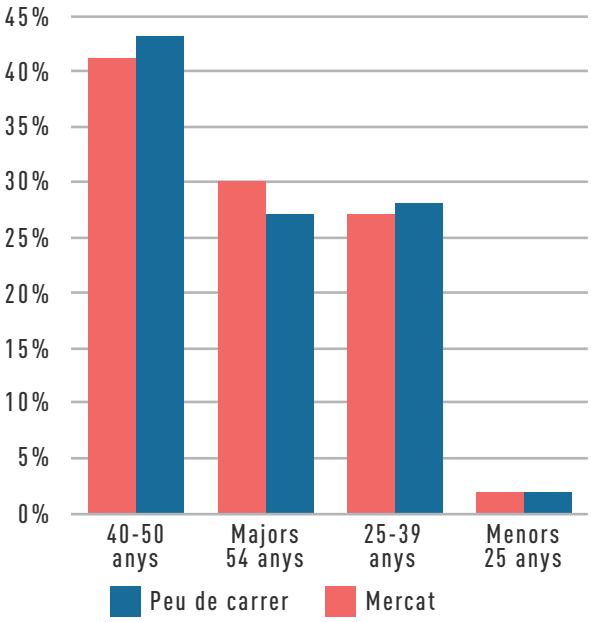
- Tipologia de botiga

Tal com s'ha avançat, la distribució del client per franges d'edat no presenta diferències rellevants segons la ubicació de les peixateries a peu de carrer o al mercat.

No obstant això, tal com s'observa al gràfic, es registra una lleu inclinació a realitzar les compres a les peixateries a peu de carrer en els clients de fins a 54 anys i, en sentit contrari, els majors de 55 anys tenen una subtil preferència per les botigues del mercat.

En el cas dels joves menors de 25 anys, amb una presència residual com a clients de peixateries, no presenten una preferència clara a l'hora d'escollir la ubicació, i d'això es desprèn que cap de les dues opcions s'ajusta a les seves necessitats.

GRÀFIC 61: Distribució del client segons edat i tipologia de botiga

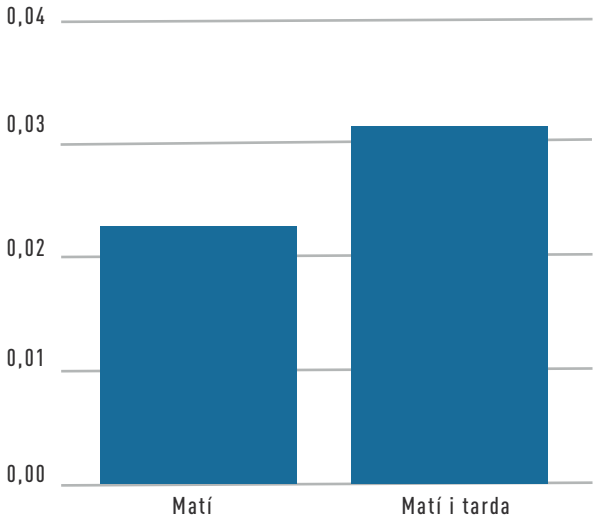


- Horari de compra

Sí que es detecten divergències en el perfil demogràfic del client depenent de l'horari d'obertura. Així, segons si la peixateria fa jornada completa o horari de matins, la concentració de joves difereix i augmenta un 33,3% a les botigues que romanen obertes matí i tarda.

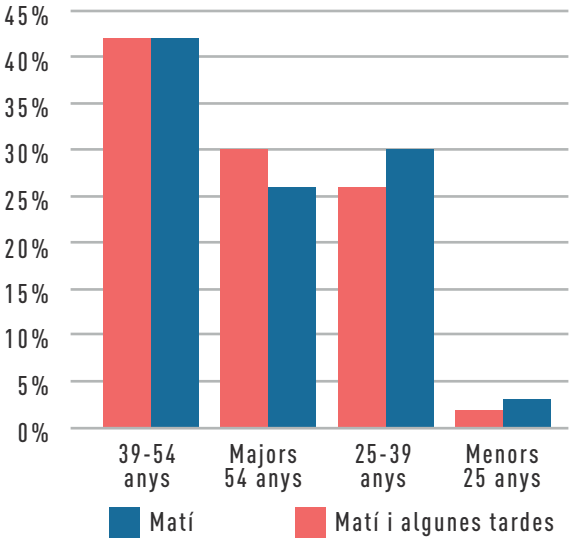
Si obrim el prisma als altres segments d'edat, observem també algunes divergències en el perfil del client segons l'horari de la botiga. No obstant això, percentualment aquestes divergències són més subtils que les detectades en relació amb els menors de 25 anys. En aquest sentit, s'observa una lleugera predisposició del client menor de 40 anys cap a les peixateries amb jornada completa, mentre que els majors de 54 anys presenten una major concentració, tot i que poc significativa, a les botigues amb horari de matins.

GRÀFIC 62: Distribució de persones menors de 25 anys segons l'horari de la peixateria



GRÀFIC 57/58/59/60/61/62/63.
Font: elaboració pròpia

GRÀFIC 63: Distribució del client per edat i horari comercial



- **Grau d'integració tecnològica**

Segons l'ús de les xarxes socials, la concentració de clients joves a les parades difereix de forma poc rellevant.

S'ha observat que les peixateries que usen les xarxes socials per promocionar-se tenen una concentració lleugerament superior de clients menors de 25 anys. La proporció de clients en les altres franges d'edat no presenta alteracions en funció del grau d'integració tecnològica de la peixateria.

Cal tenir en compte que la digitalització del sector és incipient i que les dimensions del segment de la mostra que ha avançat en aquest camí no permeten establir un vincle clar entre aquest factor i el perfil demogràfic del client.







BLOC IV

El consumidor

4.1. Anàlisi del consum per àmbit geogràfic
4.2. Anàlisi del perfil i dels hàbits de compra del consumidor

4.1.
Anàlisi del consum per àmbit geogràfic

4.1.1. Dades macroeconòmiques del consum i la despesa en producte pesquer en l'àmbit europeu
4.2.1. Anàlisi del consum i de la despesa per llars i àmbit geogràfic

El consum del producte pesquer es troba en constant transformació a la societat contemporània i els canvis es veuen, principalment, en els hàbits de compra i en els mecanismes productius de la indústria alimentària. La importància de la realització d'una anàlisi d'aquests factors rau en el fet que permet diagnosticar les principals tendències de consum per, posteriorment, poder proposar mesures que optimitzin tota la cadena de valor.

En aquest apartat s'analitzen les tendències recents del consum de producte pesquer a Catalunya. En primer lloc, s'aborden els escenaris globals nacional i internacional, els quals aporten referències i contextualitzen l'anàlisi del territori català. A continuació, s'analitzen les tendències de consum de les llars i s'identifica el pes dels productes pesquers en la despesa alimentària de les famílies. Finalment, es considera també l'evolució dels volums de consum a Catalunya i se'n fa la comparativa amb altres àmbits territorials.

Les fonts d'informació utilitzades en les anàlisis que es presenten a continuació provenen principalment de la base de dades del consum de les llars organitzada pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació. També s'usen com a referència diversos estudis i investigacions que sistematitzen aquestes dades, així com dades d'Idescat relatives als pressupostos familiars.



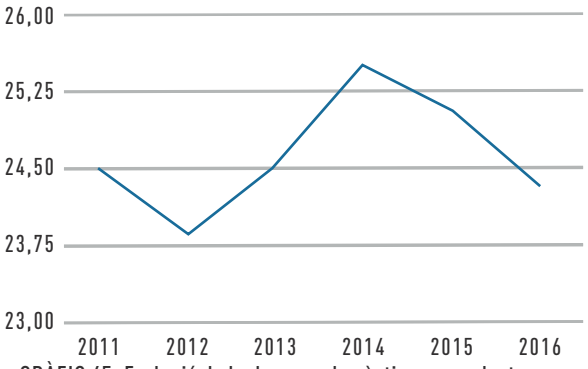
4.1.1. DADES MACROECONÒMIQUES DEL CONSUM I LA DESPESA EN PRODUCTE PESQUER EN L'ÀMBIT EUROPEU

La importància del sector de la pesca es concreta en unes dades molt rellevants de consum de peix, entès en sentit ampli, tant en pes com en valor. Tanmateix, tendències mundials recents indiquen que el consum de producte pesquer està disminuint respecte al consum d'altres tipologies de carn. Concretament, a Europa es registra una evolució negativa des del 2014, moment en el qual se situava en els 25,53kg/persona i any, mentre que el 2016 el consum cau fins als 24,33kg/persona i any.

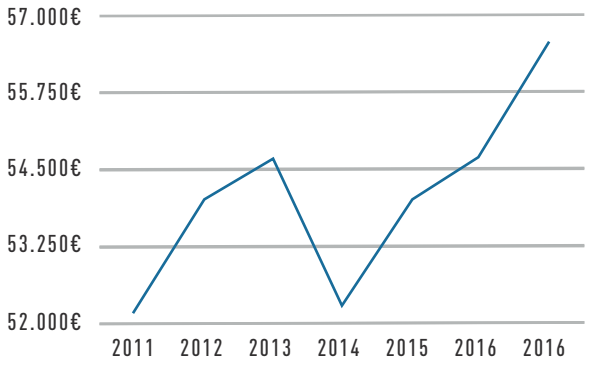
Si es consideren les dades relatives al consum en quilos per persona i any a les diverses regions, es detecta que la Xina es posiciona com l'àrea amb un major consum per càpita i que supera de forma molt significativa la resta de zones analitzades. Cal recordar, en aquest punt, que la Xina és també la principal potència pesquera tant en captures com en flota, així com en relació amb els indicadors socioeconòmics d'ocupació en els quals incideix el sector de la pesca.

Pel que fa a la despesa, si tanquem el focus a l'àmbit Europeu, les dades indiquen que en els darrers exercicis s'ha situat en els 56,6 mil milions d'euros l'any 2017, amb una tendència de creixement que se sosté des del 2014, tal com mostra el gràfic 65.

GRÀFIC 64: Evolució del consum de producte pesquer per càpita en quilos a la UE



GRÀFIC 65: Evolució de la despesa domèstica en producte pesquer en milions d'euros a la Unió Europea



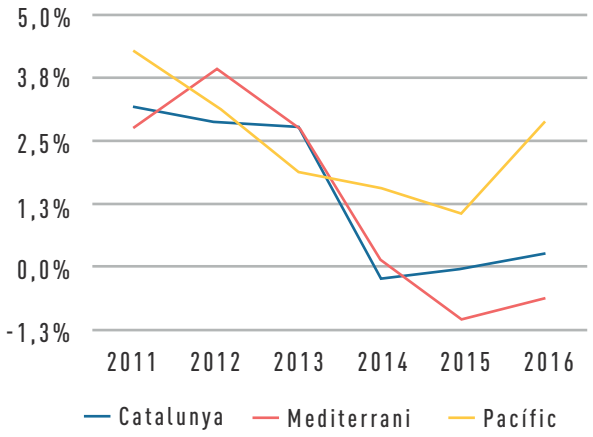
GRÀFIC 64 / 65 / . Font: EUMOFA, El mercat pesquer de la UE (2014-2018)

GRÀFIC 66 / 67 . Font: Ocaña (2018) amb dades de EUMOFA (2017)

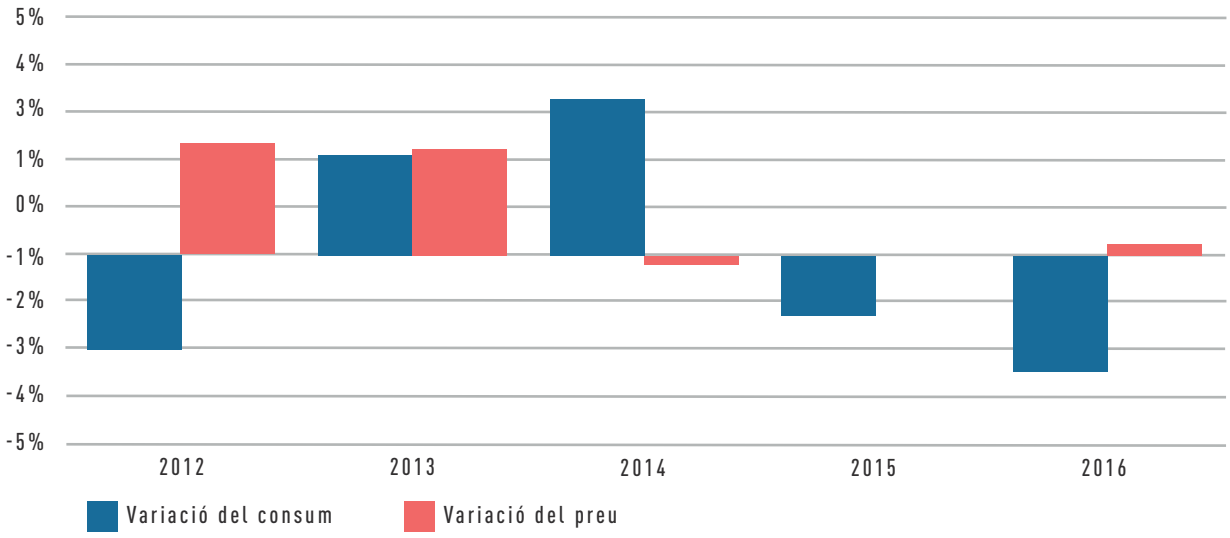
En aquest punt, cal prendre en consideració el fet que els increments de preus dels productes pesquers dupliquen els increments que registra la resta de carn. Concretament, a la Unió Europea, entre els anys 2011 i 2016, el preu del producte pesquer es va incrementar un 16%, mentre que el preu de la carn va tenir una variació del 8% i el de l'alimentació en general del 9%.

Si es realitza una comparativa en el marc europeu de l'evolució del consum amb l'evolució dels preus en el període referenciat, s'observa que no existeix una relació directa entre aquests factors, tal com mostra el gràfic 67.

GRÀFIC 66: Evolució de la variació interanual dels preus de venda de l'alimentació, la carn i els productes pesquers a la Unió Europea



GRÀFIC 67: Evolució de la variació interanual del consum i valor del producte pesquer a la Unió Europea



4.1.2. ANÀLISI DEL CONSUM I DE LA DESPESA PER LLARS I ÀMBIT GEOGRÀFIC

En aquest apartat es realitza una anàlisi en detall del consum de producte pesquer a les llars de Catalunya i d'Espanya, considerant les variables de volum, despeses i preu mitjà de compra.

Les anàlisis examinen l'escenari actual i l'evolució recent dels principals indicadors, per tal d'identificar canvis de tendències en el patró de consum de les famílies.

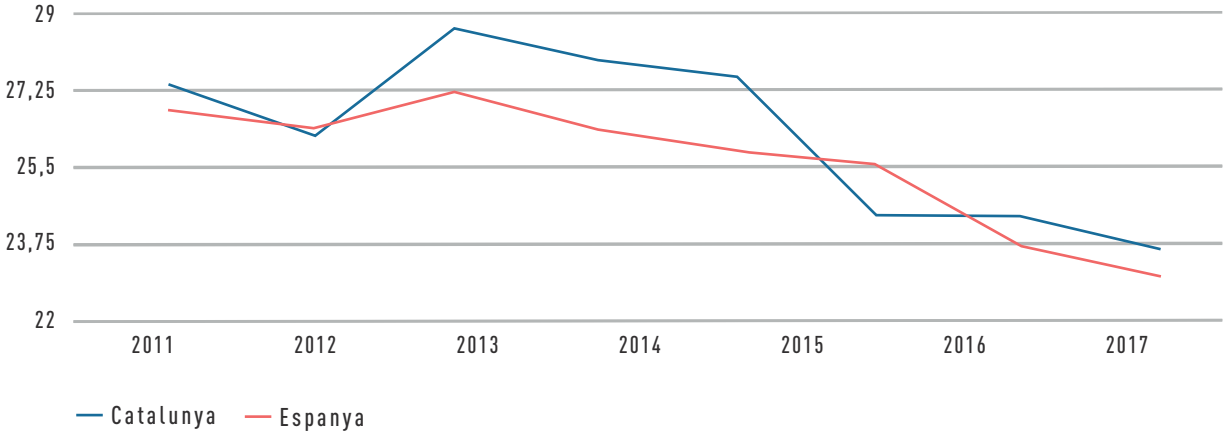
A. Consum segons àmbit geogràfic

El consum de producte pesquer significa el 3,5% del total d'aliments consumits per una família catalana durant l'any 2018. Es tracta d'un índex lleugerament inferior comparat amb el que els productes pesquers representen sobre el total d'aliments consumits a Espanya, on se situa en el 3,7% l'any 2018.

No obstant això, cal tenir present que, a Catalunya, durant l'any 2018, es van consumir 166,9 milions de quilos de productes pesquers, que van representar un volum de 23,7 quilos per persona i any. En aquest sentit, es tracta d'una xifra lleugerament superior a la registrada a Espanya, on es van consumir 1,056 mil milions de quilos de productes de la pesca, que van significar un consum per persona de 23,1 quilos. S'entén, doncs, que les famílies catalanes registren un consum d'aliments global en quilos més elevat que les de la resta d'Espanya.

El gràfic 68 mostra la comparativa de l'evolució del consum a Catalunya respecte d'Espanya i s'observa que Catalunya acusa menys la disminució de consum per càpita en els darrers exercicis.

GRÀFIC 68: Evolució del consum per càpita de producte pesquer a Catalunya i a Espanya



GRÀFIC 68 / 69 / 70 / 71- TAULA 39 / 40. Font: base de dades de consum en llars (MAPA)

Si considerem el volum absolut de consum, l'any 2018 es van consumir 3,63 quilos menys de producte pesquer per persona que vuit anys abans. Aquesta és una tendència que es verifica en l'àmbit espanyol, on la disminució del pes del peix consumit va registrar davallades similars.

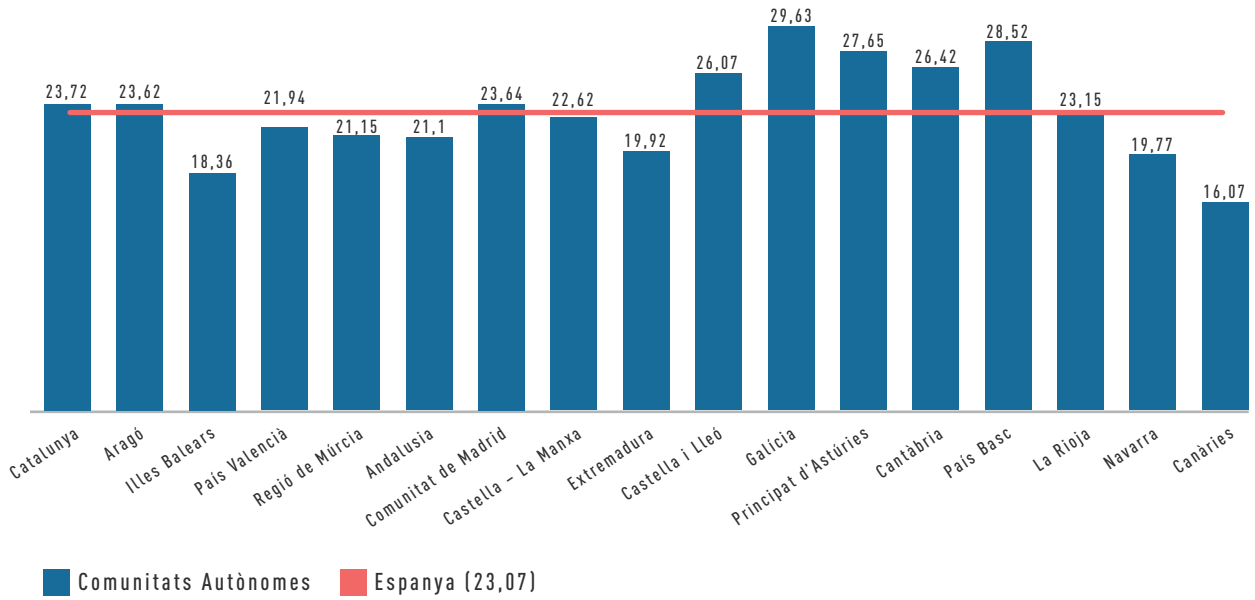
TAULA 39: Evolució de la variació interanual del consum per càpita de producte pesquer a Catalunya i a Espanya

Variació interanual	Catalunya	Espanya
2014	-2,6%	-2,9%
2015	-1,4%	-1,9%
2016	-11,3%	-1,5%
2017	0,0%	-6,9%
2018	-3,0%	-2,8%
Mitjana del període	-2,6%	-2,8%

A la taula 39 s'observa la magnitud de la davallada de consum registrada el 2016 a Catalunya, que presenta un descens de l'11,3% respecte de l'any anterior.

Per comunitats autònomes, els registres de consum per càpita a Catalunya es mantenen globalment molt propers a les mitjanes estatals. Tanmateix, destaquen els increments d'algunes comunitats com Galícia, amb 29,6 quilos per persona l'any 2018, el País Basc i Astúries, mentre que, en sentit contrari, crida l'atenció el consum de Canàries, Balears i Navarra, que s'ubica per sota de la mitjana.

GRÀFIC 69: Consum per càpita de producte pesquer per comunitats autònomes



En una anàlisi de tendències, veiem que el producte pesquer segueix una trajectòria lenta de disminució del seu pes en l'elenc de productes consumits per les famílies. Així, mentre que el 2011 significava el 3,9% del consum de les llars catalanes, el 2018 es va verificar una disminució del 0,41% en aquesta xifra, fins a arribar al 3,5% del total d'aliments consumits per una família catalana durant l'any.

B. Despesa i preu segons àmbit geogràfic

Malgrat que els registres de consum a Catalunya mostren increments poc significatius en relació amb les mitjanes estatals, els valors de despesa de les llars catalanes en producte pesquer són molt superiors respecte dels de les llars espanyoles. Concretament, a Catalunya l'any 2018 el dispendi en producte pesquer va ser de 219 euros per càpita, mentre que a Espanya, amb una despesa total de 1,056 mil milions, va ser de 25 euros menys (194 euros).

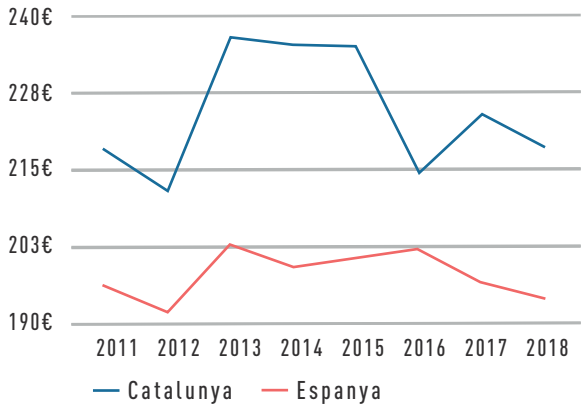
A Catalunya, entre els anys 2013 i 2015, es registra un fort augment d'aquest import de despeses, que arriba a xifres de més de 235 euros per càpita de dispendi anual en producte pesquer. Els anys següents, les xifres es redueixen fins als 215 euros.

Al gràfic 70 s'observa el detall de les dades esmentades.

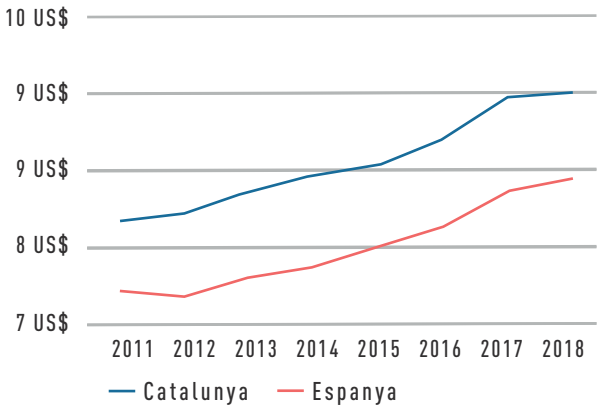
En part, el volum més alt de despesa global en producte pesquer a Catalunya és resultat del preu mitjà superior del quilo de producte pesquer respecte d'Espanya. Concretament, el 2018 el preu del quilo de producte pesquer a Catalunya va ser un 9,7% més elevat que la mitjana d'Espanya.

Aquesta variació del preu mitjà dels productes pesquers és més accentuada que la de l'alimentació en general. Mentre que entre el 2011 i el 2018 el preu mitjà dels aliments es va incrementar un 6,8% a les llars catalanes, el preu del producte pesquer va pujar un 15,6%, a un ritme quasi tres vegades superior.

GRÀFIC 70: Evolució de la despesa per càpita de producte pesquer a Catalunya i a Espanya



GRÀFIC 71: Evolució del preu mitjà del peix consumit a Catalunya i a Espanya



TAULA 40: Variació interanual del preu mitjà dels productes consumits, Catalunya i Espanya

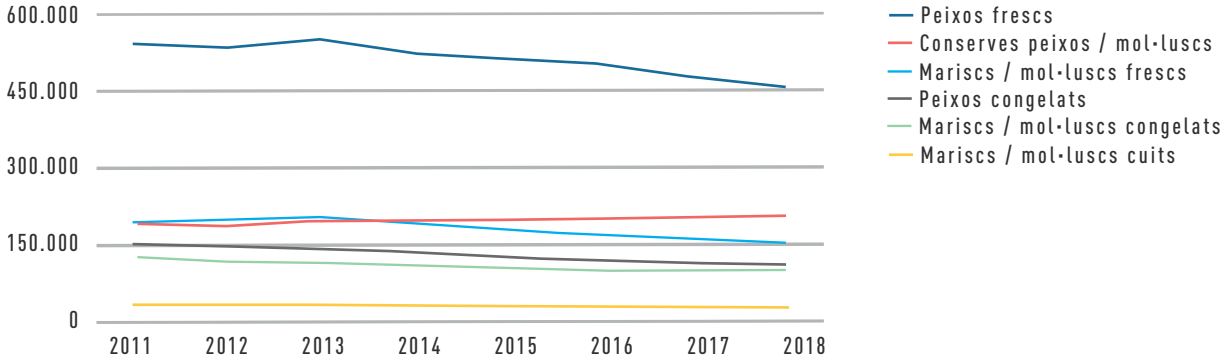
Variació 2011-2018	Espanya	Catalunya
Producte pesquer	15,0%	15,6%
Total alimentació	6,7%	6,8%

C. Anàlisi del consum i del preu segons tipologia i modalitat de conservació del producte pesquer per àmbit geogràfic

És molt significatiu el fet que la modalitat del fresc esdevingui la modalitat de conservació que acusa de forma més intensa la tendència a la baixa quant a consum, tant pel que fa a la tipologia de peix com a la tipologia de marisc i mol·lusc fresc.

En sentit contrari, es registra un increment del consum de les conserves de peix i mol·luscs, les quals, tant en la seva conservació cuita com en congelat, presenten un consum força homogeni. Finalment, el cas del peix congelat registra també un descens continuat des del 2011, tot i que es tracta, en aquest cas, d'una tendència més subtil. El gràfic que segueix mostra les dades esmentades.

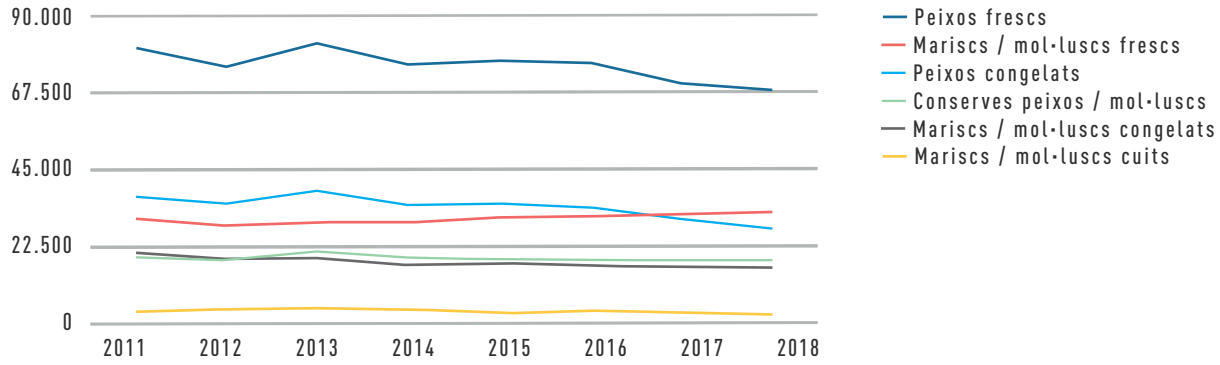
GRÀFIC 72: Evolució del consum de producte pesquer per tipologia a Espanya



A Catalunya es verifica una tendència similar a la d'Espanya, amb una davallada del consum de la modalitat de fresc, tot i que a un ritme inferior. Destaca, en els dos àmbits geogràfics, l'increment del consum de les conserves a partir del 2012. Tanmateix, a Catalunya, a diferència del que succeeix en l'àmbit estatal, el consum de conserves només supera el consum de marisc i mol·lusc fresc l'any 2018.

Així mateix, el descens del consum de peix congelat es dona a Catalunya, tot i que a un compàs encara més subtil que l'identificat a Espanya. El gràfic 73 mostra el detall d'aquestes tendències a Catalunya.

GRÀFIC 73: Evolució del consum de producte pesquer per tipologia a Catalunya



GRÀFIC 72 / 73 / 74 / 75 - TAULA 41 / 42. Font: base de dades de consum en llars (MAPA)

Els gràfics anteriors també mostren que el pes de les diferents tipologies de producte pesquer consumit es manté força homogeni al llarg dels anys, tant en l'àmbit català com en l'espanyol. En aquest sentit, a Espanya, de cada 10 quilos de producte pesquer consumit, gairebé 6 són de peix i marisc fresc, poc més de 2 són de congelats i la resta són preparats (cuits i conserves). Aquest darrer tipus de producte és l'únic que mostra un increment del seu pes percentual, i passa de representar el 18% del producte pesquer consumit a representar el 22% d'aquest producte. A Catalunya es verifica una tendència molt similar a l'esmentada.

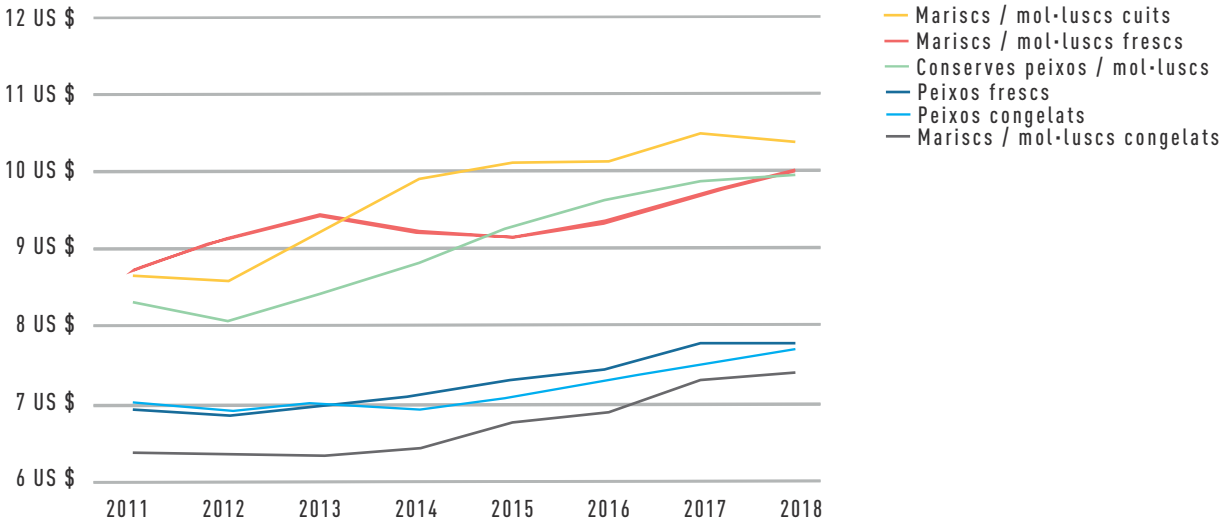
El quadre 41 mostra el detall de les dades esmentades.

Taula 41: Distribució de la tipologia de producte per volum de consum, Espanya (2011-2018)

Any	Frescs		Congelats		Preparats		Total	
	Espanya	Catalunya	Espanya	Catalunya	Espanya	Catalunya	Espanya	Catalunya
2011	59,9%	61,3%	22,1%	21,1%	18,0%	17,6%	100%	100%
2012	60,7%	60,8%	21,2%	21,1%	18,1%	18,1%	100%	100%
2013	61,2%	61,8%	20,5%	20,8%	18,2%	17,5%	100%	100%
2014	60,6%	61,1%	20,4%	20,2%	19,0%	18,7%	100%	100%
2015	60,5%	61,1%	19,8%	19,8%	19,7%	19,1%	100%	100%
2016	60,5%	61,0%	19,4%	19,5%	20,1%	19,4%	100%	100%
2017	59,3%	59,0%	19,7%	20,4%	21,0%	20,5%	100%	100%
2018	58,0%	57,6%	20,2%	21,1%	21,8%	21,3%	100%	100%

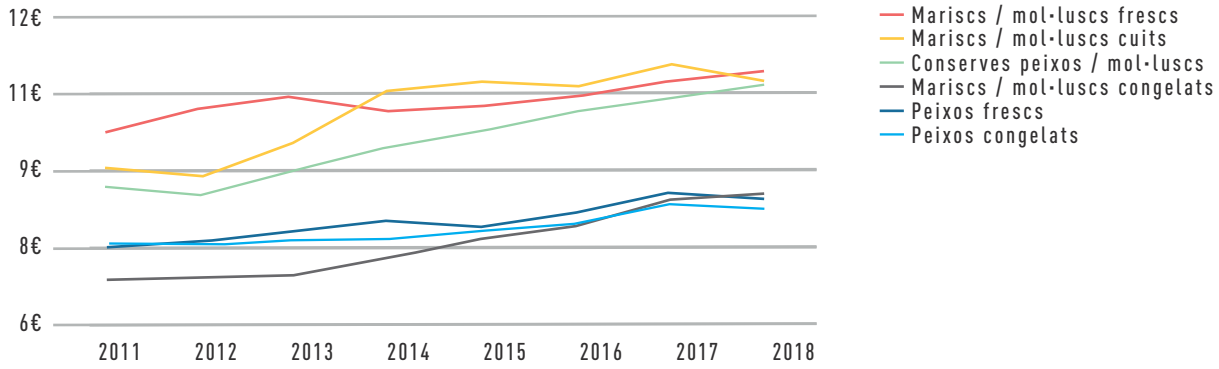
Si entrem a valorar quina ha estat l'evolució del preu dels productes pesquers per tipologia, veiem que, a partir del 2014, a Espanya, l'increment de preus s'intensifica i es generalitza a totes les tipologies de productes de pesca, i els cuits i els congelats són els que acusen de forma més intensa els increments. Al gràfic que segueix es pot observar l'evolució del preu mitjà del quilo del producte pesquer.

GRÀFIC 74: Evolució del preu mitjà del quilo de producte pesquer per tipologies a Espanya



A Catalunya, la tendència és molt similar a la de l'àmbit estatal. Cal remarcar que els valors per quilo són més elevats, i que, en l'àmbit català, les conserves presenten, en els diferents exercicis, preus superiors al congelat i s'ubiquen en l'actualitat per sobre del preu mitjà de la modalitat de conservació de cuit, aspectes en els quals es divergeix respecte al conjunt de l'Estat.

GRÀFIC 75: Evolució del preu mitjà del quilo de producte pesquer per modalitat de conservació a Catalunya



Amb l'anàlisi de la variació del preu i del consum durant el període analitzat, es constata una relació inversament proporcional entre l'increment del preu mitjà i la reducció del consum, amb l'única excepció de les conserves que, tot i registrar una forta pujada dels preus, també presenten increments del consum.

Taula 42: Variació del preu mitjà del quilo i del consum per càpita, Espanya i Catalunya (2011-2018)

Tipologia	Variació del preu mitjà 2011-2018		Variació del consum per càpita 2011-2018	
	Espanya	Catalunya	Espanya	Catalunya
Peix frescs	12,3%	11,4%	-15,1%	-15,2%
Mariscs / mol·luscs frescs	9,8%	10,7%	-21,2%	-24,9%
Peix congelats	16,2%	24,0%	-24,8%	-21,3%
Mariscs / mol·luscs congelats	19,9%	23,3%	-16,3%	-4,6%
Conserves de peix / mol·luscs	14,8%	12,5%	7,4%	5,3%
Mariscs / mol·luscs cuits	19,6%	18,7%	-10,9%	-4,1%
Total pesca	15,0%	15,6%	-13,9%	-13,9%
Total alimentació	6,7%	6,8%	-4,6%	-3,1%

4.2.
Anàlisi del perfil i dels hàbits de compra del consumidor

4.2.1. Segmentació del consumidor segons perfil sociodemogràfic
4.2.2. Anàlisi dels hàbits de compra i consum

A l'apartat que segueix es realitza una anàlisi del perfil de compra i de consum del producte pesquer segons algunes segmentacions que expliquen tendències recents de transformació en aquest sector alimentari. Concretament, es planteja un estudi de la segmentació per grups d'edat, per territori i per canals de consum.

A l'apartat també es desenvolupa una anàlisi dels hàbits de compra i de consum, així com de les valoracions del públic menor de 25 anys, el qual presenta els índexs més baixos de consum de producte pesquer.

Cal remarcar la inexistència de fonts públiques que aportin dades relatives al consum en l'àmbit català. Aquest aspecte, però, es compensa amb les dades provinents de fonts primàries obtingudes per l'equip de treball del Llibre Blanc del Peix i la Pesca a Catalunya, mitjançant la realització de més de 200 enquestes a peixaters de tot Catalunya. Els resultats i l'anàlisi d'aquestes dades es comenten detingudament a l'Apartat 4.3. Anàlisi del perfil i característiques dels detallistes de la venda de producte pesquer fresc, en què es realitza una segmentació del consumidor català segons perfil demogràfic i hàbits de compra.



4.2.1. SEGMENTACIÓ DEL CONSUMIDOR SEGONS PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC

En aquest apartat s'analitza el perfil del consumidor segons la seva edat i la tipologia de la seva llar.

A. Segmentació del consumidor segons perfil demogràfic

El component d'edat té un pes important quan es considera la responsabilitat de l'adquisició dels productes pesquers a les llars espanyoles. Com s'observa al gràfic que segueix, a les llars amb consumidors de més de 50 anys es constata una grandària de consum de producte pesquer per càpita molt superior a la mitjana estatal. Concretament, mentre que la mitjana se situa en els 23 quilos per persona i any, aquest segment de mercat en consumeix més de 32 i, per tant, més del 40% més.

En sentit contrari, a les llars amb responsables de compra més joves, es verifica un nivell de consum significativament inferior a la mitjana estatal, amb poc més de 12 quilos per càpita.

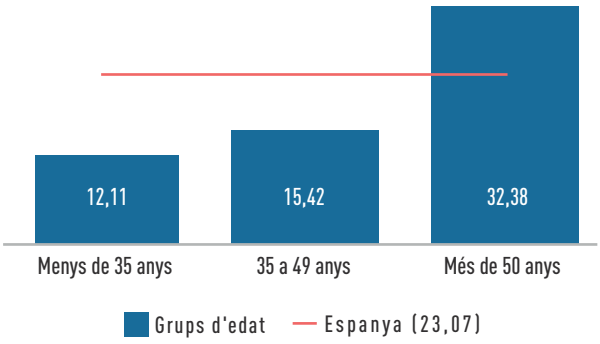
Investigacions recents sobre el perfil del consumidor jove de producte pesquer i l'estudi de l'AECOC (2016) per al Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació van abordar el perfil del grup jove que consumeix amb poca freqüència els productes del mar. La investigació buscava identificar els principals motius del reduït consum d'aquest segment de mercat, a través d'un anàlisi qualitatiu amb persones d'entre 20 i 35 anys que consumien producte pesquer menys de dues vegades al mes.

D'acord amb l'estudi esmentat, els joves pateixen una rutina diària intensa i plena d'activitats, amb dinàmiques que entenen com a estressants, per la pressa, la hiperactivitat i la hiperestimulació constant a què es veuen sotmesos. Així mateix, algunes parelles joves tenen fills, fet que afirmen que multiplica el caràcter estressant del seu entorn.

Amb aquest context, l'alimentació s'ha convertit en una necessitat que ha de ser solucionada de la manera més ràpida i còmoda possible. Així, el consum de producte pesquer s'entén, per a aquest segment, com una tasca complicada i difícil.

En aquest sentit, segons conclusions de la investigació, el consum del fresc representa una dificultat més específica pel que fa a la seva preparació, la qual requereix un "esforç" de planificació de la compra, atès que es tracta d'un producte que s'espatlla ràpidament i que comporta una dificultat d'elaboració, segons els entrevistats.

GRÀFIC 76. Consum en quilos per càpita segons l'edat del responsable de la compra a Espanya



Concretament, les principals raons per al poc consum de peix i marisc fresc, segons l'estudi, són el preu (car), la necessitat de planificació del consum (es fa malbé molt ràpid) i que és laboriós de preparar (necessitat de netejar i incomoditat per cuinar).

No obstant això, els grups de joves analitzats consideren que aquest és un producte que idealment hauria de tenir un nivell més elevat de presència a la seva dieta. En aquest sentit, l'estudi destaca que el 85% dels joves voldria consumir-ne més, atès que en valoren els beneficis associats al benestar. El perceben com un aliment saludable capaç de prevenir malalties cardiovasculars i que és ric en proteïnes, vitamines i bo per a la memòria.

Altrament, els principals inconvenients associats al producte són el preu, la dificultat d'elaboració i les espines.

Finalment, cal considerar la segmentació que realitza l'estudi del client jove, d'acord amb la qual es classifica en quatre categories, segons l'actitud cap al consum de peix i mariscos:

- els que els rebutgen: el grup que no consumeix peix i productes del mar sota cap concepte, atès que en rebutgen l'olor, el gust i/o totes les seves característiques organolèptiques.

- els bàsics: no rebutgen el consum de peix i de productes del mar, però experimenten frens cap al seu consum, atès que prefereixen menjar altres carns.

- els pragmàtics: no rebutgen el consum de peix i de productes del mar, però experimenten frens cap al seu consum, atès que no accepten els processos, el temps i els efectes que impliquen la seva compra i preparació.

- els desconfiats: no rebutgen el consum de peix i de productes del mar, però experimenten frens cap al seu consum, atès que tenen dubtes i desconfiança sobre la seva naturalitat, el seu origen o la seva conservació.

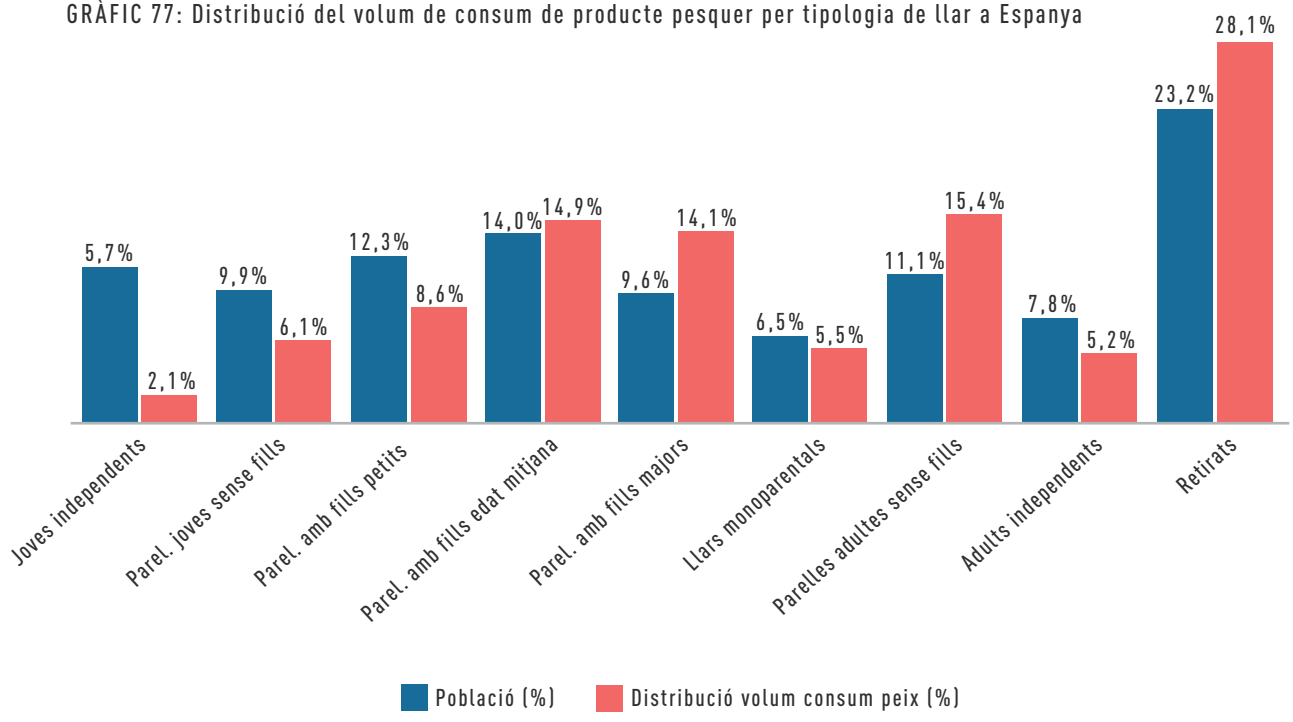
B. Segmentació del consumidor segons tipologia de llar a Espanya

L'anàlisi del perfil de consum segons la configuració del nucli familiar permet identificar hàbits de compra diferenciats. En aquest sentit, s'identifiquen i diferencien dos segments principals.

D'una banda, el segment format per les parelles amb fills grans, les parelles adultes sense fills i els retirats, que és el grup que consumeix un volum més representatiu de producte pesquer, quan es considera el seu pes poblacional. Són responsables, segons les dades del 2018, del consum del 57,6% del total del producte pesquer a Espanya, mentre que representen el 43,8% de la població.

D'altra banda, el segment format pels joves independents, les parelles joves sense fills i amb fills petits i els adults independents. Aquests consumeixen un volum inferior al seu pes poblacional. Així, mentre que representen el 35,7% de la població, consumeixen el 21,9% del volum de producte pesquer en el mateix període. El gràfic 77 mostra les dades esmentades.

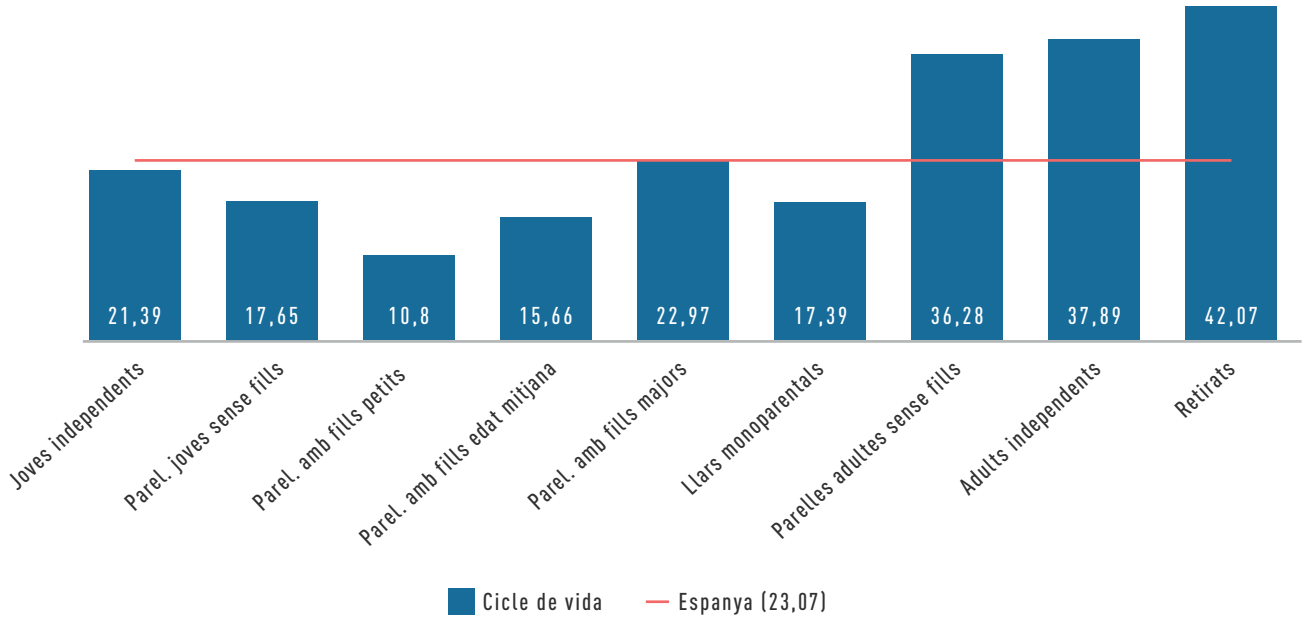
GRÀFIC 77: Distribució del volum de consum de producte pesquer per tipologia de llar a Espanya



Es constata, doncs, que el component d'edat del nucli familiar i la presència de fills no independitzats impacta de forma significativa en els hàbits de consum de producte pesquer a Espanya.

Les dades del consum de peix per càpita segons els mateixos estrats de cicle de vida familiar també confirmen aquesta tendència. Així, a les llars de les parelles adultes sense fills, d'adults independents i de retirats, supera la mitjana de consum en més del 50%. En sentit contrari, a les llars amb parelles que tenen fills petits, es consumeix un volum inferior al 50% d'aquest en relació amb l'estàndard d'Espanya, tal com s'observa gràficament a continuació.

GRÀFIC 78: Consum de producte pesquer per càpita i per cicle de vida a Espanya



GRÀFIC 76 / 77 / 78. Font: MAPA (2019)

4.2.2. SEGMENTACIÓ DEL CONSUMIDOR SEGONS HÀBITS DE COMPRA I CONSUM

A les pàgines que segueixen s'analitzen alguns components del comportament del consumidor que consideren variables de segmentació territorial, generacional, de composició familiar i de canals de compra, les quals aporten indicadors importants sobre els hàbits de compra i de consum del producte pesquer.

Les dades de referència d'aquest apartat se situen al 2016, i deriven de l'estudi Consumo de pescados y mariscos en España. Un análisis de los perfiles de la demanda (Cerdeño, 2017), que va ser realitzat amb dades del Ministeri de Agricultura, Pesca i Alimentació (MAPA) que no es troben publicades.

A. Segmentació del consumidor segons hàbitat de residència

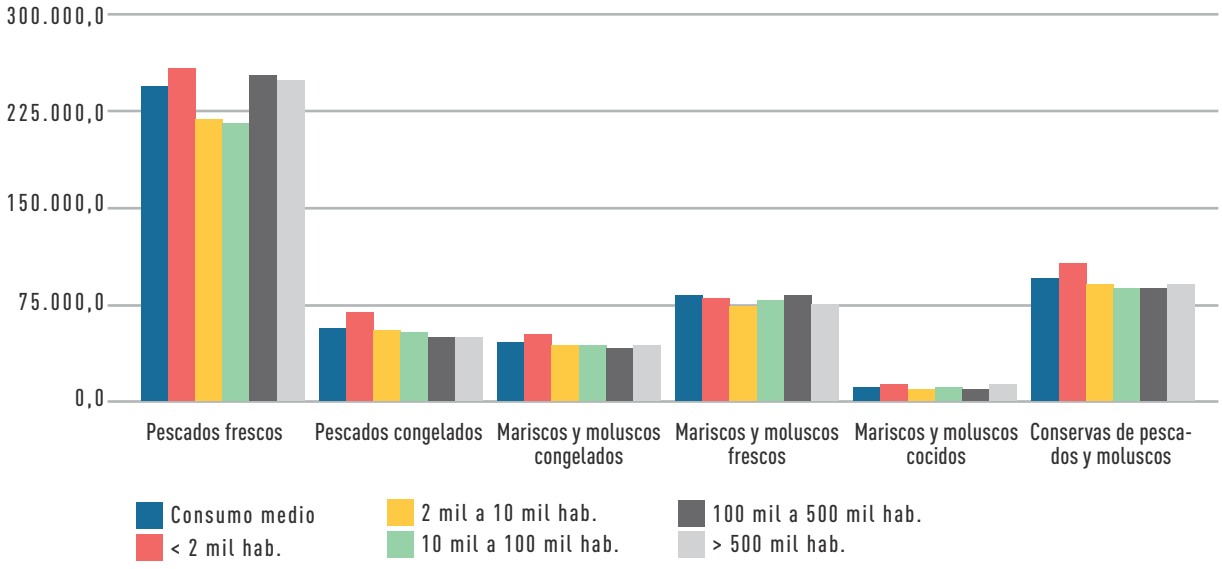
Quan s'analitzen les dades sobre les tendències de consum de producte pesquer segons la grandària poblacional dels municipis, s'observa que a les ciutats amb menys de dos mil habitants el volum és superior a la mitjana estatal. De mitjana, els habitants d'aquests petits pobles van consumir, el 2016, un 8,2% més de producte pesquer que l'estàndard espanyol, que se situava en els 25,5 quilos per càpita. Cal recordar que aquest consum mitjà es va reduir en els exercicis posteriors, fins a arribar als 23,1 quilos per càpita, tal com s'ha indicat a l'apartat anterior.

Als altres estrats de municipis, el consum per càpita de producte pesquer va ser inferior a l'estatal. El rang més proper a la mitjana es detecta en aquells municipis amb una població d'entre 100 mil i 500 mil habitants, amb 25 quilos per persona i any. Segueix en volum de consum per càpita el dels habitants del municipis de més de 500 mil habitants, els quals presenten un consum de 24,7 quilos per càpita. Finalment, als municipis que tenen entre 2 mil i 10 mil habitants es van consumir 23,5 quilos per càpita l'any 2016, mentre que en aquells de 10 mil a 100 mil habitants el volum va ser de 23,4 quilos per persona i any.

Des de la perspectiva de la tipologia de producte pesquer consumit, es veuen variacions poc significatives. En aquest sentit, s'observa que en els municipis de menys de 2 mil habitants, si bé el consum del producte pesquer és superior al de la mitjana espanyola, aquesta tendència no es dona en la tipologia de mariscs i mol·luscs frescos. Així mateix, destaca que a les ciutats de més de 100 mil habitants el rang de consum de producte pesquer fresc és també més elevat que el de la mitjana espanyola.

El conjunt de les dades esmentades es poden observar al gràfic 79.

GRÀFIC 79: Distribució del consum per càpita del producte pesquer segons hàbitat de residència a Espanya



B. Segmentació del consum per canals de compra

L'anàlisi de la compra del producte pesquer segons els diversos canals de distribució disponibles mostra característiques rellevants dels hàbits de compra del consumidor.

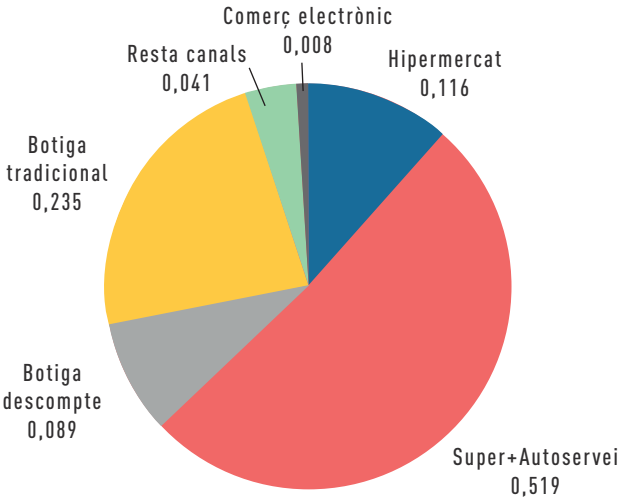
Les darreres dades disponibles de l'any 2018 a Espanya presenten els supermercats i autoserveis com el principal canal utilitzat pels compradors de producte pesquer i com el responsable del 52% del total de de les vendes.

Les botigues tradicionals van representar el segon canal de compra més utilitzat i van concentrar el 23,5% del gruix de compres. Per la seva banda, els hipermercats i les botigues de descompte van representar una xifra més modesta d'un 11,6% i un 8,9%, respectivament.

El 2018, la modalitat de comerç electrònic va concentrar el 0,8% del consum de producte pesquer a Espanya. No obstant això, va configurar-se com el canal de més creixement respecte de l'any anterior, amb una taxa d'augment de l'11% del volum de compra de producte pesquer.

Exclòs el comerç electrònic, tan sols els supermercats i autoserveis van tenir un creixement de la grandària de compres, amb un modest augment del 0,2%. La resta de canals van patir una disminució o d'una variació nul·la, amb el descens destacat d'un 8,3% a les botigues tradicionals.

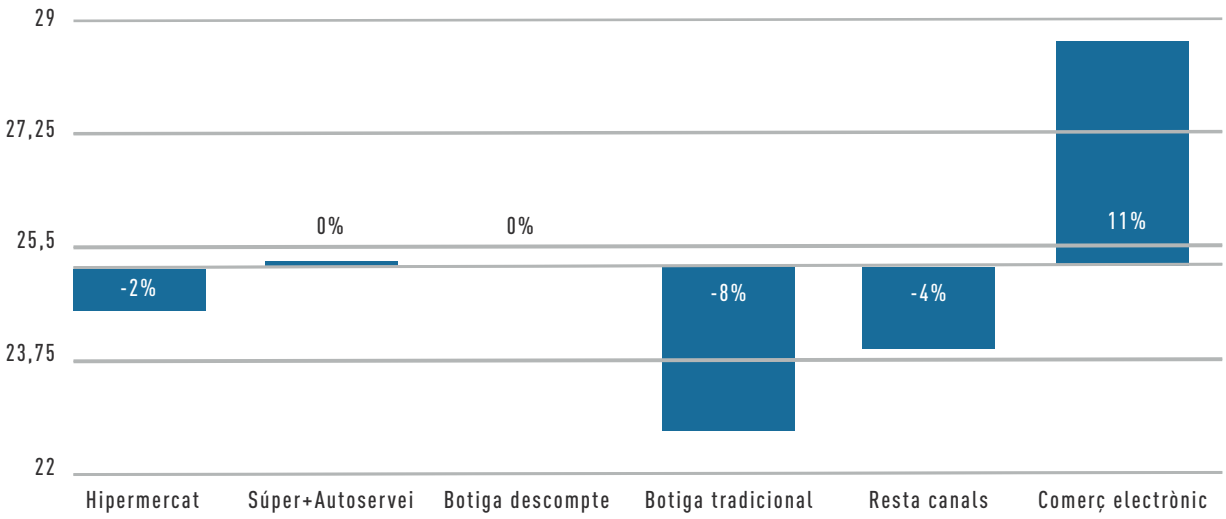
GRÀFIC 80: Distribució de les vendes de producte pesquer per canal de compra a Espanya



GRÀFIC 79. Font: estudi Consumo de pescados y mariscos en España. Un anàlisis de los perfiles de la demanda. Cerdeño, 2017 amb dades del MAPA

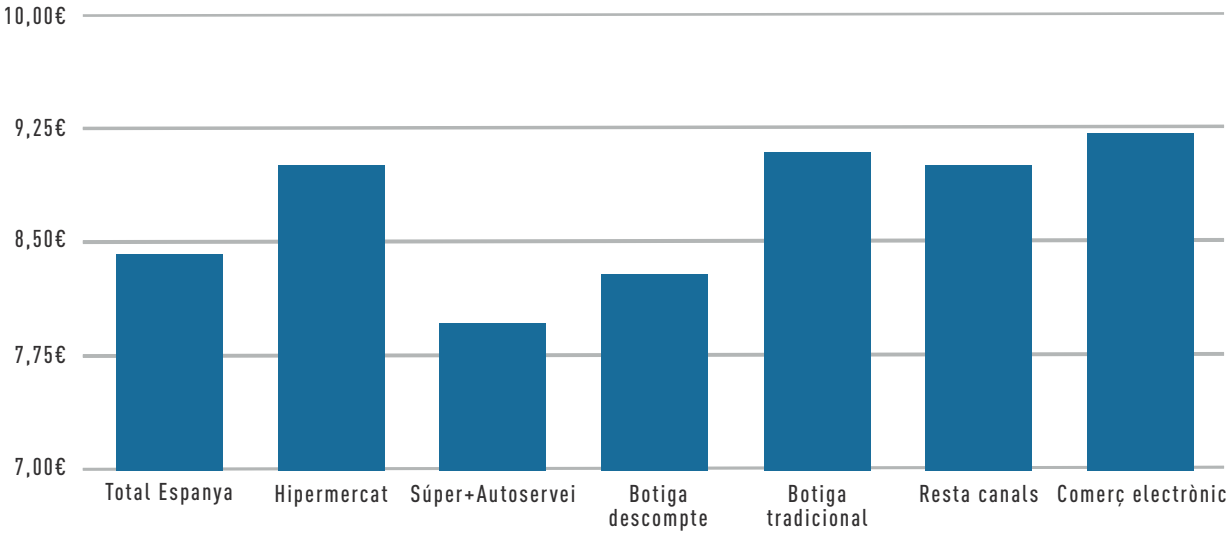
GRÀFIC 80 / 81 / 82 / 83. Font: MAPA (2019)

GRÀFIC 81: Evolució de la variació interanual de la distribució de les vendes de producte pesquer per canal de comercialització



Si considerem ara el preu, observem que el preu mitjà més baix del producte pesquer adquirit als canals de compra es va registrar als supermercats i autoserveis, amb una xifra mitjana de 7,96 euros per quilo. Les compres al comerç electrònic es van situar de mitjana en els 9,21 euros, i van presentar un increment del 15,7% respecte dels supermercats i autoserveis.

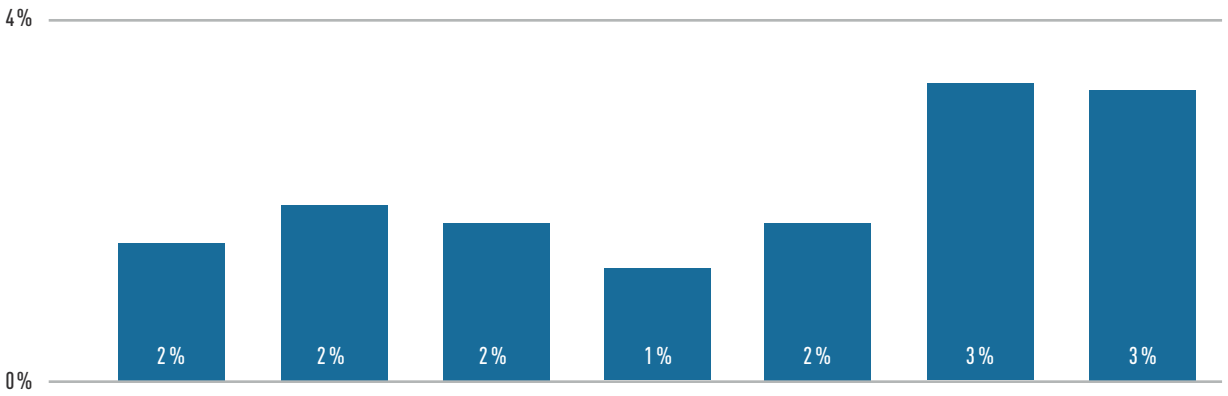
GRÀFIC 81: Evolució de la variació interanual de la distribució de les vendes de producte pesquer per canal de comercialització



Si es considera l'evolució del preu mitjà del producte pesquer comercialitzat, el comerç electrònic i els catalogats com a "resta de canals" van liderar els increments de preus entre els anys 2017 i 2018 (el 3,2% i el 3,3% respectivament). Altrament, a les botigues de descompte el preu tan sols es va incrementar un 1,2% en el mateix període, menys de la meitat de la xifra verificada al comerç electrònic.

Als canals de supermercats i autoserveis i a la botiga tradicional també es va registrar un modest increment de l'1,9% en ambdós casos, lleugerament per sobre de l'increment mitjà en l'àmbit estatal, que es va situar en l'1,5%.

GRÀFIC 83: Evolució de la variació interanual del preu del producte pesquer segons canal de distribució a Espanya



Amb tot, es constata que els supermercats i autoserveis concentren el volum de compres més elevat de producte pesquer a Espanya, i ofereixen una mercaderia lleugerament més econòmica que els altres canals. Les botigues tradicionals també representen un important canal d'adquisició, tot i que presenten un preu mitjà més elevat. Finalment, el comerç electrònic és, sense dubte, el canal que més incrementa el seu pes, malgrat que actualment compta amb una presència residual.

Per acabar aquest apartat, és rellevant tenir en compte que l'anàlisi de preus no considera la distinció entre modalitats de conservació o grups d'espècies i que, per tant, les dades no poden interpretar-se com a comparatives referides a un producte idèntic. No obstant això, sí que ens indiquen patrons, preferències i prioritats del consumidor.





BLOC V

Entorn i tendències

5.1. Entorn i tendències del sector pesquer
5.2. Tendències al sector de la distribució

5.1.
Entorn i tendències del sector pesquer

5.1.1. Entorn del sector pesquer
5.1.2. Tendències del sector pesquer

Analitzar l'entorn de l'activitat pesquera, detectar les tendències sectorials i avaluar quin és el seu impacte en el desenvolupament del sector pesquer possibilita visualitzar per quins camins és viable l'enfortiment de l'activitat i com es pot fer front als principals reptes i obstacles a què s'enfronta.

En aquest sentit, en aquest apartat s'aprofundeix en l'entorn legal del sector i en el context mediambiental i de sostenibilitat del medi marí, així com en les principals tendències, tant del sector pesquer com de la comercialització del producte pesquer.

Concretament, en relació amb les tendències, s'observa que les relacionades amb el sector pesquer apunten cap a la diversificació en àmbits com el turisme, la transformació del producte i la seva comercialització o la divulgació, mentre que les relatives a la comercialització s'enfoquen a una ampliació dels serveis i de la gamma de productes, entre d'altres.

Finalment, cal apuntar que aquest apartat es nodreix tant de les fonts primàries obtingudes mitjançant enquestes i entrevistes en profunditat com de fonts secundàries centrades en informes del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya, així com de recursos bibliogràfics i d'investigació i consultoria recents.



5.1.1. ENTORN DEL SECTOR PESQUER

En aquest apartat es presenta, d'una banda, el marc legal i normatiu de l'activitat pesquera en els àmbits europeu i nacional, i s'hi consideren especialment el conjunt de convenis, polítiques i estratègies europees en aquest camp.

D'altra banda, es fa incís en la situació i en l'entorn mediambiental i de sostenibilitat, així com en l'estat i en l'evolució de l'aqüicultura ecològica sorgida en aquest context.

A. Entorn legal - marc normatiu, iniciatives i recomanacions

Les principals normatives internacionals i europees influeixen i afecten de diverses maneres les activitats del sector pesquer a Catalunya. La revisió dels principals marcs normatius i jurídics que incideixen en aquest àmbit és una eina fonamental per entendre l'entorn del sector.

Si bé la Convenció de les Nacions Unides sobre el Dret del Mar, promulgada el 1982, és el principal mecanisme jurídic de l'àmbit internacional que ordena les activitats pesqueres marítimes, es consideren, a continuació, els principals marcs normatius, iniciatives i recomanacions d'organismes reconeguts que afecten l'activitat pesquera local.

- Conveni per a la protecció del mar Mediterrani contra la contaminació, identificat com a Conveni de Barcelona (1976):

Les obligacions generals imposades pel conveni a les parts contractants són:

- Prendre les mesures apropiades, individual o conjuntament, per prevenir, reduir, combatre i, en la mesura que sigui possible, eliminar la contaminació a la zona del mar Mediterrani, i protegir i millorar el medi ambient marí, així com contribuir al seu desenvolupament sostenible.

- Prendre les mesures apropiades per implementar el PAM.

- Protegir el medi ambient i contribuir al desenvolupament sostenible de la zona del mar Mediterrani.

- Implementar el conveni i els seus protocols.

- Cooperar en la formulació i en l'adopció de protocols, procediments i estàndards per a la implementació del conveni.

- Promoure, dins dels organismes internacionals competents, les mesures referents a la implementació de programes de desenvolupament sostenible, protecció, conservació i rehabilitació del medi ambient i dels recursos naturals a l'àrea del mar Mediterrani.

Posteriorment han tingut lloc reunions successives de les parts, en les quals es van adoptar els següents protocols, amb la següent situació legal:

- Protocol sobre la protecció del Mediterrani contra la contaminació d'origen terrestre (Protocol COT o LBS). Aprovat el 1996, en vigor des del 2008, ratificat per Espanya el 1999.

- Protocol sobre àrees protegides (Ginebra, 1982), que el 1995 passa a denominar-se Protocol sobre zones especialment protegides i diversitat biològica al Mediterrani (Protocol ZEPIM). Aprovat el 1995, en vigor des del 1999, ratificat per Espanya el 1998.

- Protocol per a la protecció del Mediterrani contra la contaminació resultant de l'exploració i l'explotació de la plataforma continental i del fons del mar i el seu subsòl (Madrid, 1994) (Protocol Offshore). Aprovat el 1994, en vigor des del 2011, no ha estat ratificat per Espanya.

- Protocol sobre la prevenció de la contaminació del mar Mediterrani per moviments transfronterers de deixalles perilloses i la seva eliminació (Protocol Hazardous Wastes). Aprovat el 1996, en vigor des del 2008, no ha estat ratificat per Espanya.

- Protocol relatiu a la gestió integrada de les zones costaneres del Mediterrani (Almeria, 2008) (Protocol GIZC). Aprovat el 2008, en vigor des del 2011, ratificat per Espanya el 2010.

- Política Marítima Integrada (2007):

En l'àmbit europeu, la Política Marítima Integrada és una de les principals eines de governança i va ser implementada a partir de l'any 2007. El seu propòsit principal és promoure una gestió inte-

grada i coordinada del sector a l'espai europeu. El seu objectiu és coordinar, no substituir, les polítiques transversals en els camps de:

- Creixement blau
- Coneixements i dades del mar
- Ordenació de l'espai marítim
- Vigilància marítima integrada
- Estratègies de conca marítima

Destaca, en el marc de la Política Marítima Integrada, el fet que el 2012 la Unió Europea va incentivar el desenvolupament de polítiques vinculades amb el creixement blau, en referència a la urgència de coordinar el creixement econòmic amb la protecció de la biodiversitat marina.

Així mateix, cal remarcar la iniciativa empresa l'any 2016 per a l'elaboració de la Comunicació sobre Governança Internacional dels Oceans, la qual va constituir-se com a proposta de perfeccionament de la gestió sostenible del mar.

•WestMED (2017):

La iniciativa WestMED és una de les principals referències del marc normatiu recent que incideix sobre el medi ambient marítim al Mediterrani.

Insta els països del Mediterrani occidental a desenvolupar una estratègia marítima per promoure una millor coordinació i cooperació en sectors i polítiques transversals a la conca del Mediterrani occidental. Es proposen un conjunt mesures orientades a aconseguir un espai marítim més segur i estable, i es promouen una economia blava sostenible i la preservació dels ecosistemes i de la biodiversitat de la conca.

Concretament, es determinen aspectes com l'organització espacial del mar, el coneixement i la preservació de la biodiversitat i la promoció de l'activitat pesquera sostenible, i es fan propostes en el camp de l'eliminació de les deixalles marines, les espècies invasores, la gestió pesquera —mitjançant plans de gestió plurianuals—, les bones pràctiques en la comercialització dels productes pesquers i la generació de valor afegit, i la diversificació de les activitats econòmiques de les comunitats costaneres, entre d'altres.

•La Política Pesquera Comuna (PPC)

És la política pesquera de la Unió Europea. Estableix quotes per limitar la quantitat de peix de cada espècie que els estats membres poden capturar i fomenta la indústria pesquera mitjançant diverses intervencions al mercat. El 2004 tingué un pressupost de 931 milions d'euros, aproximadament el 0,75% del pressupost de la Unió Europea.

Forma part integral de la Política Agrícola Comuna. L'objectiu principal de la PPC és mantenir la competitivitat de la indústria pesquera europea sense que suposi una amenaça per a la supervivència de les espècies i els ecosistemes marins.

•Estratègia Marítima de Catalunya

Des del mes de juny de 2018, Catalunya compta amb una Estratègia Marítima, una eina de país consensuada entre tots els departaments de la Generalitat que interpel·la el conjunt de la societat i posa les bases per a una política marítima pròpia.

L'estratègia marítima adoptada s'emmiralla en una iniciativa similar engegada recentment al Quebec i és el resultat del Programa d'acció marítima de la Generalitat, aprovat pel Govern el desembre de 2016, amb el propòsit de donar resposta als reptes de desenvolupar l'economia blava de manera sostenible i harmònica mitjançant una gestió integrada de les activitats sectorials que impacten sobre l'espai marítim català.

L'Estratègia té com a horitzó l'any 2030 i gira al voltant de quatre àmbits d'actuació:

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

• MedFish4Ever (2017):

El MedFish4Ever és un programa de treball que té per objectiu recuperar les poblacions de peixos en perill, mitjançant mesures com l'establiment de plans pluriennals per als estocs clau, el suport a la pesca de petita escala i la lluita contra la pesca il·legal.

Els compromisos adquirits van considerar assegurar per al 2020 una recol·lecció adequada de dades de les espècies que en possibiliti una anàlisi científica regular. A més, els països signants es van comprometre a establir plans pluriennals de gestió pesquera.

Entre els compromisos contrets pels signants s'inclouen:

- La garantia que, per al 2020, es duran a terme una recollida de dades adequada i una avaluació científica regular de les principals poblacions del Mediterrani. En particular, els petits pescadors han d'exercir un paper més important en la recollida de les dades necessàries per reforçar els coneixements científics.

- L'establiment de plans de gestió pluriennals per a les principals pesqueres. Per part seva, la Comissió ja va iniciar aquest procés amb la seva proposta d'un pla de pesca pluriennal per a les poblacions de petits pelàgics de l'Adriàtic.

- L'eliminació de la pesca il·legal per al 2020; a tal fi, es garantirà que tots els estats comptin amb el marc jurídic i els recursos humans i tècnics necessaris per complir amb les seves responsabilitats en matèria de control i d'inspecció. La Comissió General de Pesca del Mediterrani (CGPM) dirigirà el desenvolupament de sistemes nacionals de control i sanció.

- El suport a la pesca i a l'aqüicultura a petita escala sostenibles, mitjançant la racionalització dels règims de finançament per als projectes locals, com la millora de la flota amb mètodes i arts de pesca de baix impacte, la inclusió social i la contribució dels pescadors a la protecció del medi ambient.

La Declaració MedFish4Ever, promulgada l'any 2017, es constitueix, així, com un dels principals documents recents que consoliden les propostes de la Unió Europea per al Mediterrani.

• Pla estratègic de la diversitat biològica 2011-2020:

El Pla estratègic de la diversitat biològica recull una visió a llarg termini per al 2050, una missió a mitjà termini per al 2020 i un seguit d'objectius estratègics que recullen tots els aspectes relacionats amb la conservació de la biodiversitat, mitjançant les denominades Metes d'Aichi. Aquestes metes marquen un full de ruta per complir, amb la missió d'aturar la pèrdua de biodiversitat per al 2020.

El pla defineix fites ambicioses orientades als 3 objectius del Conveni per a la Diversitat Biològica (1992):

- La conservació de la diversitat biològica.
- La utilització sostenible dels seus components.
- La participació justa i equitativa en els beneficis derivats de la utilització dels recursos genètics.
- Estratègia a mitjà termini de la Comissió General de Pesca del Mediterrani (2017- 2020)

L'objectiu de la Comissió és promoure, en el mar Mediterrani i el mar Negre, el desenvolupament, la conservació, l'explotació racional i la millor utilització possible dels recursos marins vius; sotmetre a examen els aspectes econòmics i socials de la indústria pesquera i recomanar l'adopció de mesures per al seu desenvolupament, i estimular, recomanar i, quan escaigui, realitzar activitats de capacitació, extensió, recerca i desenvolupament en tots els aspectes de la pesca, inclosa la protecció dels recursos marins vius (Article III del Conveni).

Amb aquests objectius, es planteja l'estratègia a mitjà termini, que estableix cinc fites clau per al sector, que volen donar resposta a la necessitat d'assolir una recuperació permanent de les poblacions de peixos i a la creació de millors condicions per a la indústria pesquera al Mediterrani:

- Perfeccionament de les bases de dades i de la investigació científica.
- La definició dels ecosistemes com a suport de la gestió pesquera.
- El compromís en l'eliminació dels pesquers il·legals, no declarats i no reglamentats.
- L'assistència a les activitats de petita escala i a l'aqüicultura.
- La coordinació de la gestió al Mediterrani.

Cal tenir present, també, que la Comissió General de Pesca del Mediterrani, ja el 2012, va realitzar una resolució referent a l'aqüicultura, en què es determinava que s'incorporés la identificació de les zones específiques d'aqüicultura a les estratègies nacionals d'ordenació de l'espai marítim. L'any següent, la Comissió Europea va elaborar les Directrius estratègiques per al desenvolupament sostenible de l'aqüicultura europea, enfocades a suprimir els obstacles per al desenvolupament de l'activitat, amb la promoció de la competitivitat, la sostenibilitat i la qualitat productives.

- Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat (2019):

Finalment, és especialment rellevant, tant per la seva actualitat com per la seva capacitat d'establir objectius vinculants, la creació de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat, actualment en procés.

L'abril del 2019, la Proposició de llei de creació de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat supera el debat a la totalitat al Parlament i s'inicia el tràmit parlamentari per a l'aprovació de la llei, que concreta la creació d'un nou ens que s'encarregarà de liderar la protecció, la planificació, la gestió, la restauració, la millora i l'estudi del medi natural de Catalunya, tant en l'àmbit continental com marí.

L'Agència té per objectiu potenciar la conservació del patrimoni natural, la biodiversitat i la geodiversitat, amb criteris d'integritat, sostenibilitat, persistència i eficiència, i donar resposta a l'Agenda Global de Desenvolupament Sostenible 2030, la qual inclou, per primera vegada, com a objectius vinculants, el desenvolupament sostenible i la conservació del patrimoni natural.

Així mateix, l'APNB dona resposta al Pla estratègic de la diversitat biològica 2011-2020 i al Pla d'acció dels governs subnacionals, ciutats i altres autoritats locals 2011-2020, els quals insten els governs a coordinar-se, a totes les escales, per ser efectius en la conservació i l'ús sostenible de la diversitat biològica.

Amb l'objectiu d'impulsar i de coordinar les polítiques en matèria de biodiversitat de manera integral, mitjançant una estructura independent, com ja succeeix en altres àmbits de les polítiques ambientals a Catalunya, l'estructura comptarà amb personalitat jurídica pròpia i de caràcter permanent, per tal d'aportar la solidesa necessària per impulsar unes polítiques de conservació del patrimoni coherents i sostingudes en el temps.

D'acord amb les informacions aportades en nota de premsa per la Generalitat, es preveu que l'Agència sigui independent i amb un elevat grau d'autonomia, la qual cosa facilitarà la concentració de recursos, la visibilitat de les polítiques de conservació i el potencial de resposta. Aquesta autonomia i el seu règim jurídic aportaran agilitat en la implementació dels programes de protecció del medi i a l'hora d'abordar nous reptes i urgències sobrevingudes.

Destaca el fet que l'Agència comptarà amb fonts de finançament pròpies, que se sumaran als recursos provinents dels pressupostos de la Generalitat, de manera que es dotarà aquest àmbit, històricament infrafinançat, dels recursos necessaris per equiparar-lo als estàndards europeus.



B. Entorn mediambiental – sostenibilitat i aqüicultura ecològica

En l'apartat anterior s'han identificat les principals iniciatives i marcs normatius de caràcter europeu que tenen impacte en l'activitat pesquera a Catalunya. S'ha evidenciat que bona part de les polítiques i del marc normatiu europeu amb afectació al sector pesquer prioritzen i s'enfoquen a la millora en la gestió mediambiental, la qual requereix una acció urgent que en garanteixi la sostenibilitat.

Així mateix, al llarg de l'anàlisi de l'activitat de les llotges, s'ha observat que en els darrers exercicis sorgeixen iniciatives de les confraries enfocades a garantir una millor gestió del medi marí. En aquest marc, es destaquen, entre d'altres, les següents:

- Projecte Sèpia, localitzat a les badies de Roses i de Pals, i orientat a afavorir la reproducció de la sèpia i el calamar per tal d'incidir positivament en l'economia local, la preservació d'ambdues espècies i el medi ambient, així com aconseguir una major sensibilització i valorització del mar i del seu patrimoni, tant des del vessant més cultural com turístic.

- Veda territorial-temporal fixada per la Confraria de Sant Feliu de Guíxols, que té una durada actual superior a l'any i que mostra símptomes clars de millora de la població de peixos a la zona.

- Fundació Lonxanet per a la pesca sostenible, on treballen per enfortir la pesca artesanal i la societat que hi està vinculada. Entre els projectes representatius d'aquesta entitat trobem el Restaumar, la xarxa de restauradors i distribuïdors que segueixen un codi ètic per a la pesca sostenible i el consum responsable. La mateixa Fundació Lonxanet promou projectes lligats a la sostenibilitat socioeconòmica, cultural i ambiental.

- Medfish, un projecte que cerca realitzar una anàlisi exhaustiva de la pesca per tal d'establir millores i pautes que n'assegurin la sostenibilitat i del qual la gamba vermella de Palamós forma part, juntament amb unes altres 13 proves pilot.

Així mateix, és rellevant destacar l'existència d'eines com els Grups d'Acció Local de Pesca (GALP), vinculats al Fons Europeu Marítim i de la Pesca per al període 2014-2020. Els GALP tenen com a missió donar suport al disseny i al desenvolupament d'estratègies que contribueixin a donar valor afegit als productes de la pesca, la diversificació de l'activitat pesquera o la recuperació i la protecció del patrimoni cultural lligat a la temàtica, entre d'altres.

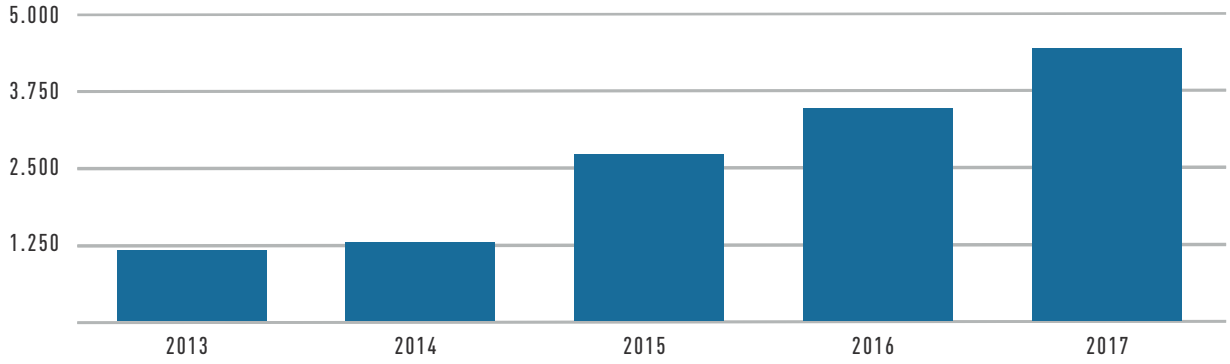
Cal considerar, també en el marc de la sostenibilitat, un altre conjunt d'iniciatives que fan referència a les experiències d'ecoinnovació. Es tracta d'iniciatives com la fabricació d'arts i d'equipaments de pesca més selectius i respectuosos amb els ecosistemes marins o la creació de mecanismes per a l'eliminació o la disminució de captures no desitjades. En aquest sentit, es detecten propostes com la supervisió de la qualitat de les aigües, el control de zones de conservació i la participació en l'estructuració de mesures de conservació o de repoblació de determinats ecosistemes.

Amb tot, les iniciatives recents del sector pesquer mostren que la sostenibilitat i el medi ambient es presenten, efectivament, com un repte que ha de ser resolt i, al mateix temps, com una possibilitat d'encetar nous mercats. En aquest sentit, a continuació es realitza una anàlisi de

l'activitat vinculada a l'aqüicultura ecològica, atès que es tracta d'una activitat que presenta un fort creixement a Espanya, tal com mostren les dades presentades a les pàgines que segueixen.

El gràfic que segueix mostra que el volum de producció va créixer més d'un 400% entre els anys de 2013 i 2017.

GRÀFIC 84: Evolució de la producció de l'aqüicultura ecològica en tones a Espanya



Les principals comunitats autònomes on es concentra l'aqüicultura ecològica són Galícia i Andalusia, com es constata a la taula XX.

Tot i no comptar amb registres de la producció aqüícola ecològica a Catalunya, sí que es disposa de les dades relatives al consum de productes

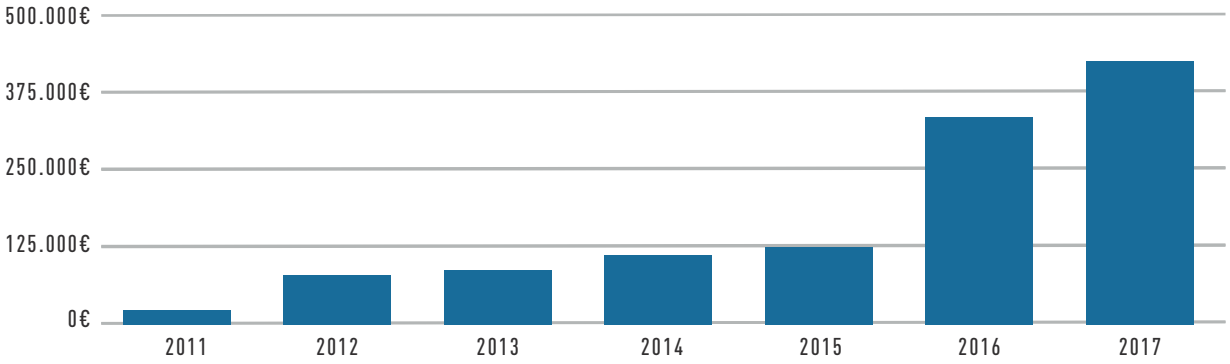
TAULA 43: Evolució de la producció de l'aqüicultura ecològica per comunitat autònoma (2013-2017)

Comunitat autònoma	2013	2014	2015	2016	2017
Andalusia	32,6%	30,6%	55,2%	55,6%	39,6%
Aragó	-	-	-	-	-
Canàries	18,3%	12,3%	4,3%	-	-
Cantàbria	-	-	-	-	-
Castella-La Manxa	0,1%	0,1%	0,4%	0,3%	0,3%
Castella i Lleó	-	-	-	-	-
Catalunya	-	-	-	-	-
Comunitat de Madrid	-	-	-	-	-
Extremadura	-	-	-	-	-
Galícia	23,9%	30,3%	26,4%	30,0%	48,6%
Illes Balears	-	-	-	-	-
La Rioja	25,1%	26,5%	13,1%	13,6%	6,6%
Navarra	-	0,2%	0,4%	0,3%	0,1%
País Basc	-	-	-	-	-
País Valencià	-	-	-	-	3,5%
Principat d'Astúries	-	-	0,2%	0,2%	1,3%
Regió de Múrcia	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%

ecològics derivats de la producció aqüícola, les quals mostren un creixement significatiu i una ràpida evolució en el període recent.

És possible identificar, dins de l'aqüicultura ecològica, un entorn de creació de mètodes i formes d'explotació que redueixen l'impacte mediambiental. Aquest és el cas del projecte Naturix Acuiculture, desenvolupat a Valderrebollo, Guadalajara (Castella - la Manxa). Es tracta d'una empresa que va aconseguir la certificació ecològica pel processament de productes pesquers de l'aqüicultura biològica. D'aquesta manera, van passar a oferir productes basats en el benestar animal, la seguretat alimentària i el respecte ambiental.

GRÀFIC 85: Evolució de les vendes de producte pesquer procedent de l'aqüicultura ecològica a Catalunya, en milions d'euros



Finalment, s'apunta l'existència d'un conjunt de propostes al voltant del concepte d'economia blava.

Segons la definició de l'Estratègia Marítima de Catalunya, "l'objectiu del creixement blau o de l'economia blava és que, en un context d'intensificació i diversificació d'usos econòmics, el desenvolupament es produeixi de manera ordenada i el creixement en el seu conjunt resulti equilibrat i harmònic." (DGPAM, 2018:)

En l'àmbit europeu, el 2012 es va definir l'Estratègia de Creixement Blau, esmentada a l'apartat anterior, en què es van identificar cinc sectors prioritaris d'actuació:

- L'energia oceànica.
- L'aqüicultura.
- El turisme marítim.
- La biotecnologia blava.
- Els recursos minerals d'origen marí.

GRÀFIC 84 - TAULA XX. Font: MAPA. Informes anuals de la producció ecològica (2013-2017)

GRÀFIC 85. Font: CCPAE. Recull d'estadístiques del sector ecològic a Catalunya (2000-2018)

5.1.2. TENDÈNCIES DEL SECTOR PESQUER

En un context en què el sector pesquer presenta una desacceleració en el volum de captures, les principals tendències recents de desenvolupament sectorial s'enfoquen a garantir la diversificació de l'activitat per aconseguir una millora del seu rendiment econòmic.

Les iniciatives de diversificació intenten encetar més possibilitats de negoci a través de la generació de sinergies amb diferents branques del sector. Es tracta d'un repte per promoure la interacció entre diversos agents en la recerca de nous productes o processos productius per oferir al mercat.

D'acord amb el plantejament dels estudis de bones pràctiques al sector pesquer i aqüícola, del Pla de Diversificació Pesquera i Aqüícola, editats pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, i considerant també el llibre L'Estratègia Marítima de Catalunya, a continuació s'exploren les tendències d'innovació i de diversificació en el sector pesquer des de tres perspectives:

- El turisme.
- La transformació i la comercialització.
- L'àmbit social.

Cal fer referència, en aquest punt, a l'*Apartat 2* d'aquest estudi, en què es realitza una anàlisi de les principals tendències en l'àmbit català en el marc de les confraries, que proposen diverses iniciatives de diversificació i de diferenciació a través del desenvolupament i la potenciació de marques pròpies.

A. Turisme

Les principals normatives internacionals i euro- Les tendències dirigides a la diversificació per a la creació de sinergies amb el sector turístic corresponen a iniciatives que busquen ampliar les fonts d'ingressos del sector pesquer a través de la vinculació amb l'activitat turística del seu entorn, habitualment del municipi en el qual s'ubiquen les confraries.

Segons el Pla de Diversificació Pesquera i Aqüícola (MAPA, 2014: 04), el turisme pesquer consisteix en "aquelles activitats i productes oferts als visitants de les zones costaneres lligades al medi pesquer i aqüícola."

Els projectes desenvolupats en aquest marc esdevenen un mecanisme important per superar l'estacionalitat de les dinàmiques econòmiques de les comunitats pesqueres, alhora que promouen el coneixement dels costums, del patrimoni, de l'ofici i de la vida tradicional, amb la proposta de valorar la cultura pesquera, i es concreten en propostes relacionades amb l'oci, la pesca-turisme, la gastronomia, les rutes, les fires, etc.

Amb els objectius esmentats, es detecta el desenvolupament d'iniciatives plantejades des d'òptiques diverses, principalment:

- La creació de sinergies amb altres sectors, com la restauració i l'hostaleria.

- El desenvolupament d'iniciatives de caràcter experiencial, que cerquen oferir activitats a l'entorn pesquer, amb propostes com la navegació pròxima als vaixells pesquers, per tal d'observar el recorregut del producte pesquer des de la seva pesca fins a la seva comercialització, amb la finalitat d'explorar la cultura i la tradició pesqueres.

- La reconversió d'instal·lacions pesqueres en locals hotelers, així com l'oferta d'activitats d'oci en establiments d'aqüicultura, com és la proposta de la pesca recreativa.

Concretament, es destaquen dos exemples concrets de diversificació de caràcter turístic en els àmbits nacional i estatal:

- Tuna Tour: desenvolupat a Catalunya, a l'Ametlla del Mar (Tarragona), denominat i dut a terme pel Grup Balfegor, al qual s'ha fet referència anteriorment. Aquest grup és un dels principals responsables de la pesca

i la comercialització de la tonyina vermella. Recentment van crear l'experiència turística del Tuna Tour, en què és possible embarcar en un catamarà que va ser dissenyat exclusivament per a aquesta activitat. A bord de l'embarcació, els turistes es dirigeixen fins a les àrees d'aqüicultura i aprenen la història del cultiu del peix, amb equipaments audiovisuals i amb la degustació de productes. Quan arriben a les àrees, és possible nedar o bussejar amb les tonyines.

- Mar Galícia: una altra iniciativa exemplar en aquest àmbit, que va ser duta a terme al litoral gallec pel Grup d'Acció Costera Seo de Finisterra - Ría Muros - Noia (GAC 4). El projecte Mar Galícia busca promocionar els productes i el patrimoni de la pesca local, a través de l'oferta de diverses activitats: turisme a bord de vaixells pesquers, compartint la feina pesquera; coneixement presencial del treball de les dones que treballen amb les xarxes de pesca i de les mariscadores; ruta per tavernes i restaurants que ofereixen productes pesquers, i oferiment d'allotjaments relacionats amb la temàtica pesquera (MAPA, s/d).

Així mateix, aquest projecte va proposar el Mar Galícia Ensenya, destinat a estudiants d'educació infantil, que consisteix a oferir tallers i experiències que valorin l'ofici pesquer. També van iniciar la proposta KM 0 Mar Galícia, que involucra els restaurants locals i que ofereix una certificació, identificada per un segell, als establiments que utilitzen productes pesquers de les llotges locals i capturats de manera tradicional.

B. Transformació i comercialització

En aquest àmbit, es fa referència a les activitats de diversificació enfocades a millorar la transformació, els canals de distribució i la comercialització.

En aquest aspecte, les tendències tenen com a objectiu augmentar el valor afegit dels productes pesquers, amb la proposta de noves formes de presentació del producte que sovint requereixen una inversió en maquinària nova, l'adaptació a les noves tecnologies, la creació de venda en línia, la cerca de nous canals de comercialització o la promoció de marques col·lectives, entre d'altres. Es tracta, doncs, d'iniciatives per a millora de la competitivitat del sector a través del desenvolupament del producte.

D'acord amb el document del Pla de Diversificació Pesquera i Aqüícola (MAPA, 2014), aquestes tendències es basen principalment en tres eixos, que són la diversificació de productes, la diversificació dels processos i la diversificació dels mercats. Així, són identificables iniciatives dirigides a:

- El desenvolupament de nous productes reestructurats.
- El desenvolupament de nous mecanismes d'utilització de residus, subproductes i rebuig de la pesca.
- La reconversió de peixos que tenen poc valor comercial en fresc cap a nous productes transformats.

Segons el mateix document, a l'aqüicultura també es constata una gran possibilitat de tendències que es refereixen a:

- El cultiu de noves espècies d'interès comercial.
- L'optimització del processament del peix.
- L'obtenció de pinsos que diversifiquin i potenciïn la producció.
- La implantació d'iniciatives de biotecnologia

i de desenvolupament de noves espècies per entrar a nous mercats.
- La repoblació de cultius a partir de la identificació de nous interessos.

Un cas significatiu de la darrera és la iniciativa de producció del caviar de Riofrío, a Granada. L'empresa va decidir invertir en un departament d'R+D per tal de millorar la qualitat dels productes i d'iniciar el treball amb noves espècies, l'esturió i el caviar. En aquest projecte, l'empresa va cercar el seu posicionament al mercat (que tenia poca acceptació d'aquests tipus de peixos), a través de la certificació d'aqüicultura ecològica, amb el suport del sector universitari i del Comitè Andalús d'Agricultura Ecològica. D'aquesta manera, van promocionar una línia de productes en què es diferencia el caviar ecològic i que té tota la garantia de la certificació del producte.

A Catalunya, destaca de forma especial la iniciativa de la Confraria de Pescadors de Roses, a Girona, esmentada a l'Apartat 2 d'aquest estudi i basada en la constitució d'una empresa que va permetre la diversificació de productes pesquers. Es va passar a oferir productes més elaborats, com el fumet de peix i marisc, de preparació artesanal, amb espècies de difícil comercialització, i l'elaboració dels precuinats de peix i del carpaccio de gamba vermella.

Així mateix, la Confraria de Roses va construir una piscifactoria dedicada a la cria de llobarro i va impulsar una iniciativa en el vessant turístic, coneguda com a Roses Vila Marinera. Segons l'avaluació de l'experiència, la diversificació orientada cap a la transformació i la comercialització de productes pesquers ha suposat un increment en la rendibilitat de les captures desembarcades, la qual cosa ha suposat un major benefici tant econòmic com mediambiental.

L'Estratègia Marítima de Catalunya (DGPAM, 2018) preveu algunes línies d'acció que poden orientar les tendències en aquest àmbit. En destaquen les següents:

- La col·laboració entre confraries, a través de sinergies i actuacions conjuntes, per mitjà d'un pla estratègic d'ordenació.

- La constitució d'Organitzacions de Productors Pesquers (OPP), sigui dels productors pesquers o dels aqüícoles, amb l'objectiu de promoure la transparència de la cadena de valor i la traçabilitat del producte des de la captura fins al consumidor final.

- La creació de valor afegit en les dimensions de la salut (propietats del producte pesquer), del gust (valor gastronòmic), de l'origen (frescor i qualitat) i de la tradició i la cultura.

C. Social

En aquest punt es fa referència a les tendències i activitats del sector vinculades a la igualtat d'oportunitats, a la inserció laboral dels col·lectius amb majors barreres d'accés al mercat de treball, a la millora de la qualitat de vida de les zones costaneres, a la formació de la població relacionada amb el sector pesquer o aqüícola, així com a aquelles activitats que ofereixen un servei a la comunitat.

Al conjunt de l'Estat, el gruix de les experiències en aquest àmbit es caracteritza per enfocar-se a:

- La difusió de la cultura i del patrimoni pesquer a través d'activitats educatives.
- La creació d'iniciatives de formació emprenedora enfocades a la població més jove per propiciar el relleu generacional.

A Catalunya destaca, entre d'altres, l'experiència del Centre Interactiu del Peix, a Barcelona, on és possible conèixer el recorregut del peix i del marisc des de la captura fins que arriba a taula. Es tracta d'una perspectiva educativa amb voluntat de familiaritzar els joves amb l'univers del peix i les seves estructures de comercialització (llotges, mercat central majorista del peix, mercats municipals, peixateries, supermercats i botigues), així com d'incentivar-ne el consum.

Des de la perspectiva de gènere, es vol fer referència a la iniciativa Emprenedores en les Zones de Pesca d'Andalusia com a proposta dirigida a fomentar l'emprenedoria femenina a la regió. Aquesta iniciativa es va construir sobre quatre fases: a la primera, es va promoure un inventari de les activitats, que va resultar en un directori d'emprenedores en les zones de pesca d'Andalusia. En segon lloc, es van diagnosticar les iniciatives més exitoses. Durant la tercera fase, es van visibilitzar aquests projectes empresarials i, finalment, es va promoure la dinamització del grup de dones, a través d'esdeveniments de diàleg sobre les dificultats i les experiències a l'hora d'emprendre.

Finalment, en aquest context, cal esmentar l'Estratègia Marítima de Catalunya, en la qual es proposen algunes línies d'acció en l'àmbit social, que consideren que les activitats educatives poden configurar-se com a palanca per promocionar els valors naturals, culturals i socials associats al mar. Així mateix, el document fa incís en la necessitat de generar línies d'actuació per promoure una actitud activa de la societat pel que fa a la seva participació en el desenvolupament de bones pràctiques relacionades amb la conservació del medi, entre d'altres.

5.2.
Tendències al sector de la distribució

5.2.1. Tendències al comerç detallista
5.2.2. Tendències al comerç del producte pesquer

Amb l'objectiu de conèixer la realitat i el context de tota la cadena de valor del producte pesquer, cal, un cop analitzades les tendències i l'entorn del sector pesquer, considerar quines són les tendències al sector detallista.

Sota aquest prisma, en aquest apartat s'aborden, en primer lloc, les tendències globals que afecten el comerç detallista per aprofundir, en un segon apartat, en les tendències concretes que afecten el comerç del peix.



5.2.1. TENDÈNCIES AL COMERÇ DETALLISTA

El comerç detallista fa front a un conjunt de canvis en el mercat que l'empenyen a adaptar els seus productes i serveis a les necessitats del consumidor del segle XXI. La innovació i la reformulació dels principals mecanismes de comercialització dels productes es presenta avui com un principi indispensable per a la supervivència, també, del petit comerç.

En aquest apartat s'analitzen algunes de les principals tendències del sector detallista que se centren en la personificació i en el servei, en l'omnicanalitat i la digitalització, en l'experiència de compra i en el compromís social i comunitari.

A. Personificació, especialització i servei

Un dels principals reptes als quals s'enfronta el comerç detallista és l'entrega instantània, un desafiament que afecta totes les categories de productes, malgrat que actualment es dona en menys intensitat en l'alimentació i, especialment, en el fresc. No obstant això, és innegable una clara tendència a la immediatesa, que es tradueix en un increment del servei a domicili, que ha de ser considerat com una tendència globalitzada.

També es detecta una tendència a oferir una personificació del servei, que se sustenta, amb freqüència, en la gestió de dades procedents de les interaccions que es produeixen amb el client en l'àmbit digital.

El consumidor passa a exigir una experiència de compra ajustada a les seves necessitats personals, aspecte que, en el camp de l'alimentació, impacta de forma especial en la presentació del producte i en el servei de preparació. És en aquest sentit que la tendència a la personificació es registra també al comerç detallista del peix.

Finalment, cal fer esment de la tendència a l'especialització que es dona en el comerç detallista, tant en relació amb el producte com pel que fa al servei. En ambdós casos l'especialització s'enfoca a buscar una diferenciació i a aportar un valor afegit a la compra en línia. Aquest aspecte està directament relacionat amb l'experiència de compra, aspecte que es considera més detalladament a les pàgines que segueixen.

B. Omnicanalitat i digitalització de l'experiència de compra

Si bé la compra de producte fresc en línia és encara incipient, la comanda en línia i la recollida a la botiga es dona cada vegada amb més freqüència, fet que marca una clara tendència a la distribució híbrida digital, dissenyada per a consumidors connectats. Aquest model de distribució es basa en la complementarietat entre el mòbil, l'establiment físic i la botiga virtual.

D'acord amb l'estudi La Botiga Digital. La revolució tecnològica al món del retail (Cambra de Comerç de Catalunya, 2018), la integració tecnològica del comerç detallista es desenvolupa en diferents intensitats segons la tipologia de producte a la venda. No obstant això, és evident que davant del boom del comerç en línia, les botigues físiques han d'adaptar-se i treballar en la digitalització de l'experiència de compra del consumidor a partir de quatre línies d'actuació:

- Millorar les interaccions entre clients i comerciants.
- Palanquejar l'oferta del comerç electrònic dins de la botiga.
- Donar eines de decisió als consumidors.
- Optimitzar el pagament final.

La digitalització de l'experiència a la botiga física, juntament amb l'ús de la tecnologia mòbil per part del consumidor connectat, és una veritable oportunitat per als comerços.

Malgrat el creixement cada vegada més gran del comerç electrònic, els consumidors encara passen més temps a les botigues físiques i hi compren amb més freqüència que a la web. Tanmateix, la botiga del futur ha de donar resposta a les dinàmiques de cerca i obtenció d'informació immediata del consumidor digital, i per això la integració tecnològica al punt de venda amb aquesta finalitat es presenta com una previsió de futur que ja és realitat a molts establiments d'arreu.

A banda de la digitalització de l'experiència de compra, es detecten tendències enfocades a potenciar aquells inputs de caràcter sensorial que el consumidor no pot obtenir per internet i que

s'enfoquen a fer que el client tingui no només un bon record del tracte rebut, sinó també de la decoració, de la música i de les aromes. Entra en joc aquí un conjunt d'eines de màrqueting sensorial.

Finalment, és rellevant destacar la tendència a oferir experiències de compra innovadores, centrades en la fusió de canals de venda o de tipologies dels productes i dels serveis que s'obtenen. En aquest sentit, trobem exemples com els brick-clicks, en què és possible comprar a la botiga físicament o fer-ho via Internet, i les botigues fusió, on s'ofereixen productes que en principi no tenen res a veure els uns amb els altres, però que suposen una oferta integral per al client, com seria vendre roba, art i llibres en un sol espai.

C. Compromís social i comunitat

L'estructuració del comerç de proximitat promou una dinàmica virtuosa entre consum local i establiments comercials de caràcter local. És en aquest context que l'arrelament de la xarxa comercial a l'entorn veïnal és una potencialitat que, nodrida de contingut, és capaç d'impulsar el sector detallista.

L'entorn urbà que es va constituir a partir del principi del comerç de proximitat és un patrimoni que proporciona moltes palanques per al sector del comerç detallista. Tal com apunta un estudi recent de PIMEC Comerç (2018: 18), "l'urbanisme comercial intel·ligent ha de poder ser un procés participatiu i generador d'iniciatives econòmiques, sensible a les àrees comercials urbanes, i que faci ressaltar la ciutat construïda."

En aquest marc, les iniciatives que capitalitzen el compromís social i comunitari del comerç detallista i del seu entorn social tenen la capacitat d'aportar un valor afegit al producte o al servei que s'ofereix, i aquesta és una tendència rellevant que impulsa el consum de proximitat al món local.

El compromís social, i concretament el seu vessant més implicat amb la sostenibilitat, es tradueix, cada cop més, en una exigència per part dels clients. La responsabilitat mediambiental està esdevenint una obligació constant dins d'un món en què els ciutadans es conscienciencien dels efectes globals de la superexplotació del planeta.

Al comerç de proximitat, en aquesta línia i a tall d'exemple, s'observa que es plantegen alternatives als embalatges d'un sol ús, especialment en l'àmbit de l'alimentació, o que es plantegen alternatives no contaminants al transport tradicional per al lliurament dels productes a domicili.

5.2.2. TENDÈNCIES AL COMERÇ DEL PRODUCTE PESQUER

El comerç al detall del producte pesquer presenta diverses tendències comercials enfocades a millorar l'atractiu tant del producte, com del servei, com de l'experiència de compra i de consum.

Amb aquests objectius, es detecten principalment iniciatives encaminades a ampliar els tipus de productes oferts i a adaptar l'oferta per incrementar-ne el consum entre segments concrets de la població, tenint en compte tant l'experiència de compra com els serveis oferts i els productes a la venda.

A. Personalització de serveis

En coherència amb les tendències globals del sector detallista, es registra una tendència a la personificació del producte pesquer, encaminada a facilitar la seva preparació i conservació al consumidor. En aquest sentit, les peixateries posen a disposició del client serveis de neteja, de preparació i d'elaboració del peix cada cop més sofisticats, personalitzats i a gust del consumidor.

Així mateix, es detecta que el detallista amplia els seus serveis i dona al client l'opció de consumir el producte pesquer al mateix espai on el compra. Amb aquesta intenció, els detallistes obren espais de restauració o posen a disposició del consumidor aperitius i espais de degustació. En aquest context, cada vegada són més habituals les botigues-restaurant, on es pot escollir tot el producte i observar la preparació dels aliments.

Finalment, és rellevant esmentar que, a banda de la preparació i de la personalització de les comandes, el servei de degustació o la possibilitat de realitzar un àpat complert, es registren dues tendències en el sector de l'alimentació que, malgrat que de moment no impacten de forma contundent en la venda de producte fresc, cal considerar. Es tracta del servei de take away i del d'entrega a domicili.

B. Diversificació del producte

En l'actualitat, ja es pot trobar a les peixateries una diversitat de productes de fàcil preparació i conservació. Aquesta tendència s'enfoca a superar un dels principals frens a la compra que presenta el segment de consumidors més joves: la manca de temps, el desconeixement sobre com cuinar el producte i la necessitat de previsió i de planificació.

Concretament, les tendències apunten cap a una diversificació i una ampliació del producte pesquer que incorpori, a més del fresc, els següents productes:

- Fumats.
- Conserves.
- Arrossos i preparats.
- Envasats.
- Congelats.

En tots els casos, les propostes que es consideren en aquest punt se centren a agregar valor al producte, oferint més varietats i facilitats i obrint el camí de les preparacions culinàries.



C. Especialitzacions

En l'actualitat, es detecta l'existència d'una tendència a l'especialització de les peixateries. En aquest sentit hi ha diverses les iniciatives, entre les quals destaquen:

- Botigues gurmet, que posen a disposició del client productes amb una preparació d'alta qualitat, tenen presència a la web i compten amb la col·laboració de cuiners prestigiosos.

- Productes ecològics: l'ampliació de les línies de productes ecològics és una tendència creixent en el mercat. El comerç de proximitat exerceix un rol fonamental en aquesta àrea, en especial les iniciatives al voltant de l'anomenat slow food. Es tracta de la valoració dels productes pesquers frescos, artesans i locals. En aquest sentit, té un pes important en el futur el procés de certificació de les denominacions d'origen, que garanteix la proximitat dels productes pesquers.

En aquest context, cal tenir en compte les ecolabels com a certificacions, habitualment realitzades per grups privats, que garanteixen el compliment de normatives en la producció pesquera. Segons la investigadora Álvarez Blanc, "les ecolabels privades s'han desenvolupat per cobrir un nínxol de mercat creat per les preguntes sobre la sostenibilitat que hi ha a la ment d'alguns consumidors i pel buit en comunicació del treball realitzat pels governs en la gestió pesquera."

- Preparats d'altres cultures culinàries: l'ampliació de la varietat de productes pesquers per al consum alimentari ha estat aprofitant aquelles preparacions d'origen cultural diferent. Com a exemple, tenim els sushis i sashimis, així com el ceviche.

D. Experiència de compra

L'orientació en l'alimentació, la cuina i la salut és cada vegada més rellevant per al client, el qual demana informació de les característiques nutricionals i, cada vegada més, de l'origen dels productes adquirits.

En aquest context, es registra una tendència a oferir al client informació rellevant i de valor sobre el producte a la venda. Aquesta informació, a més d'oferir-se pel canal tradicional a la botiga, també és possible facilitar-la en l'entorn digital o per canals digitals instal·lats al punt de venda. Malgrat que aquests sistemes no són habituals en el detall del peix, sí que comencen a donar-se en l'alimentació general, i per això cal tenir aquesta tendència en compte.

Així mateix, l'ampliació dels canals de compra en línia és una tendència creixent en el sector de l'alimentació, malgrat la dificultat que presenta en la venda de producte fresc. Cal tenir en compte, en aquest sentit, que el rol de les noves tecnologies ha propiciat un augment en la participació interactiva del consumidor en les decisions sobre el consum de peix, malgrat que la compra en línia del producte sigui una tendència encara incipient.

Finalment, dins d'aquest grup d'iniciatives, destaquen els tallers de cuina i de preparació del producte pesquer com a espais de formació dels consumidors respecte a diversos aspectes de l'elaboració del producte pesquer, que van des de les espècies i la seva estacionalitat fins a la preparació culinària.



BLOC VI

Conclusions

6.1. Conclusions del sector pesquer
6.2. Conclusions de les llotges
6.3. Conclusions de la distribució majorista i detallista
6.4. Conclusions del consumidor
6.5. Conclusions relatives de l'entorn i de les tendències

6.1. Conclusions del sector pesquer

6.1.1. Conclusions de caràcter transversal i tendències amb impacte en els diferents àmbits geogràfics
6.1.2. Conclusions relatives a la pesca de captura
6.1.3. Conclusions relatives a l'aqüicultura

En aquest apartat es recull el conjunt de conclusions derivades de les anàlisis realitzades relatives al sector pesquer.

Es tenen en compte variables diverses, tant en relació amb l'àmbit geogràfic objecte d'estudi com en relació amb els ítems considerats. D'aquestes, destaquen el volum i el valor de les captures; el nombre de les embarcacions actives i la seva activitat, i el pes per modalitat de pesca, així com l'anàlisi per modalitat de producció o de conservació.



6.1.1. CONCLUSIONS DE CARÀCTER TRANSVERSAL I TENDÈNCIES AMB IMPACTE EN ELS DIFERENTS ÀMBITS GEOGRÀFICS

Context internacional d'estabilització i desacceleració de la producció pesquera, que contrasta amb l'existència d'un potencial de creixement a l'Estat enfocat a satisfer una demanda que supera la producció pesquera.

A. S'observa una estabilització i una desacceleració global de la producció pesquera en l'àmbit internacional, amb escassa diferència entre la producció provinent de la pesca de captura i l'aqüicultura. Aquesta va registrar, el 2017, un volum un 9% de tones inferior que la pesca de captura.

En l'àmbit mundial, tant la flota pesquera com la producció pesquera, després d'anys de creixement continuat, es presenten estables. La producció pesquera registra una desacceleració del seu creixement i, fins i tot, un lleu retrocés en el darrer exercici.

L'aqüicultura, després d'una dècada dels 90 amb creixements interanuals molt significatius de fins al 10%, acusa la desacceleració global i un lleu retrocés el 2017, i es manté en tot moment lleugerament per darrere de la pesca de captura quant a tones de producte pesquer, tot i que no en relació amb el valor obtingut de la primera venda.

L'impacte socioeconòmic quant a persones ocupades també registra una desacceleració global que té el seu reflex en l'àmbit europeu, tot i que el seu impacte es concentra especialment en la pesca de captura. L'aqüicultura, per la seva banda, presenta un creixement constant des del 2013 fins al 2017, moment en el qual recula de forma modesta.

B. Es confirma un potencial de creixement del sector per abastir una demanda que supera l'oferta.

El sector pesquer espanyol és extraordinàriament rellevant, tant en el seu impacte econòmic i social sobre el territori com en el seu pes en el context europeu. Tanmateix, actualment la demanda és superior a la producció pesquera estatal, per la qual cosa el volum actual de les importacions genera un saldo comercial negatiu.

Es confirma, així, l'existència d'un important potencial de creixement del sector pesquer, tant a Catalunya com en l'àmbit estatal.

El peix congelat, tot i ser la modalitat de conservació del producte pesquer que lidera el mercat en pes des del 2012, se situa per darrere del fresc, tant en valor global de la primera venda com en relació amb el seu preu per tona.

C. Amb independència de l'àmbit geogràfic, el peix congelat (que inclou també crustacis, mol·luscs i altres) supera el fresc en quota de mercat de tones, però no en valor total de primera venda.

Al conjunt de l'Estat, per modalitat de conservació, el volum de congelat supera el fresc des del 2012, moment en el qual s'acusa una tendència de creixement de la seva quota de mercat, que arriba a superar el 65% i que es desaccelera i s'estabilitza el 2015, moment a partir del qual el congelat manté percentatges de presència d'entre el 54% i el 56%.

D. A partir del 2015, el preu per tona del congelat, després de fluctuacions importants, s'estabilitza, per situar-se un 22% per sota del preu per tona del peix fresc.

Després d'un 2014 en què el congelat aconsegueix una quota de mercat rècord de més del 65%, un preu per tona molt similar al del peix fresc i, en conseqüència, un valor de venda total molt superior al fresc, es registra, el 2015, un canvi de tendència. Durant aquest exercici, el valor total de la primera venda del fresc supera el del congelat, com a conseqüència tant d'una disminució de producte d'aquest tipus com d'un increment del preu per tona del peix fresc.

La distància del preu per tona entre el peix fresc i el congelat es va anar reduint de forma continuada fins al 2014 per tornar-se a incrementar a partir del 2015. D'aquesta manera, el 2017 el preu per tona del fresc se situava un 22% per sobre del preu per tona del congelat.

A Catalunya, el canvi de tendència es dona un any després, el 2016, després d'un creixement continuat en els exercicis anteriors.

Disminució de la flota pesquera global, amb major incidència a Catalunya que a la resta d'àmbits geogràfics, que impacta de forma desigual en l'evolució de captures per modalitat de pesca.

E. La disminució constant del nombre d'embarcacions a Espanya, especialment intensa a Catalunya, repercuteix en gairebé totes les tipologies d'embarcacions. Tanmateix, impacta de forma desigual en el descens de captures per modalitat de pesca.

La disminució d'embarcacions en el marc estatal és més intensa a Catalunya que al Mediterrani, el qual, alhora, presenta una davallada més acusada que la resta de l'Estat. Les reduccions percentuals més importants es registren en palangreres de superfície en tots els àmbits geogràfics.

Per tipologies, s'observa un perfil diferenciat de Catalunya respecte al conjunt d'Espanya, amb un pes molt superior de l'arrossegament a Catalunya que a la resta de l'Estat, en detriment de les arts menors.

Aquest descens en l'àmbit català no impacta de forma proporcional en la disminució de captures globals, les quals es redueixen en un percentatge molt inferior al descens d'embarcacions. El descens tampoc es distribueix de forma homogènia sobre les diferents tipologies d'embarcacions i les seves captures. Així, mentre que les palangreres registren una reducció en embarcacions i en captures per embarcació molt acusada, les embarcacions d'arrossegament, arts menors i encerclament incrementen de forma significativa les seves captures per embarcació i es mitiga l'efecte de la reducció d'embarcacions sobre la seva producció.

La tendència a la reducció del nombre d'embarcacions es presenta més acusada a Catalunya que a la resta de l'Estat.




3.TA.3.593

6.1.2. CONCLUSIONS RELATIVES A LA PESCA DE CAPTURA

Dinàmiques diferenciades en l'evolució de les captures estatals per àmbit geogràfic, amb fluctuacions significatives en l'àmbit estatal i un decreixement amb tendència a l'estabilització a Catalunya i al Mediterrani.

A. Es registren fluctuacions importants des del 2011 i una lleugera tendència a l'alça en l'àmbit estatal. En contraposició, s'observa una estabilització i fluctuacions poc acusades al Mediterrani i a Catalunya des del 2012, amb increments globals modestos en el primer cas i un lleuger descens en el segon des del 2015.

En l'àmbit estatal, malgrat que les captures des del 2011 s'incrementen lleugerament, s'han registrat fluctuacions i descensos molt significatius del 2014 al 2016. Tanmateix, si es considera tot el període objecte d'anàlisi, es detecta una mitjana de creixement interanual de l'1,4%.

Les dinàmiques són diverses per zones de captura. Contrasta el lleu creixement en les captures produïdes al Mediterrani des del 2015, amb una mitjana de creixement interanual de l'1,8% i un historial amb fluctuacions poc acusades. No obstant això, en el mateix període, en l'àmbit català es registra un decreixement mitjà anual del 2% i, per tant, una tendència inversa a la dels altres àmbits geogràfics.

B. Davallada continuada del pes relatiu de Catalunya sobre el conjunt de captures al Mediterrani.

A Catalunya, el retrocés global moderat del 2012 al 2018 cal contextualitzar-lo en un historial amb fluctuacions menys acusades que al conjunt de l'Estat. Aquesta dinàmica, contrastada amb el lleuger creixement registrat al Mediterrani, resulta en una pèrdua constant del pes de Catalunya sobre el conjunt del Mediterrani.

C. El descens global moderat de les captures a Catalunya es distribueix de forma desigual per comarca i llotja, i és en quest darrer àmbit on es registra una major inestabilitat i desigualtat.

A Catalunya, la producció pesquera sembla tendir a estabilitzar-se, amb un descens mitjà, els darrers 7 anys, d'un 2%, i fluctuacions moderades que s'intensifiquen i es donen de forma desigual per comarques.

En aquest sentit, el Baix Empordà i el Tarragonès són les úniques comarques que el 2018 incrementen els resultats del 2011. Aquesta darrera manté el lideratge de Catalunya, després d'haver superat els registres de l'Alt Empordà de forma continuada des del 2016. No obstant això, si considerem els valors de primera venda de l'Alt Empordà i del Montsià, observem que aquests queden per davant el Tarragonès, de la qual cosa es desprèn que hi ha un valor per tona superior en aquestes comarques.

Per llotges, les diferències en volums de pesca i valors s'intensifiquen, mentre que, per comarca, s'observa una tendència a equilibrar la distribució dels volums de captura al territori, en reduir-se el diferencial a gairebé la meitat.

Valor de les captures desigual en el temps i per àrea geogràfica, amb increment de les diferències en el valor per tona i llotja, detecció d'una lleugera tendència a l'alça i relacions inversament proporcionals entre volums de pesca i preu per tona.

D. El valor per tona presenta divergències molt importants per comarca i llotja, les quals s'incrementen amb el pas del temps. En aquest sentit, es detecta l'existència d'una relació inversament proporcional entre volums de pesca i preu per tona.

Si la forquilla de diferència del valor/tona per comarca el 2011 era de poc més de 1.500 €, el 2018 aquesta forquilla s'ha duplicat, en benefici del Baix Ebre i el Montsià i en detriment especialment del Barcelonès.

Per llotja, es detecta que aquelles que compten amb una producció pesquera menor aconsegueixen un preu per tona molt superior a la mitjana.

E. El preu per tona presenta una lleugera tendència global a l'alça, que es replica tant a Catalunya com al Mediterrani, àrees que, en aquest sentit, obtenen un valor mitjà per tona superior al de la resta de l'Estat.

El 2017, el preu per tona a Catalunya recupera la seva posició capdavantera en l'àmbit estatal, després de dos exercicis de restar per darrere de les xifres mitjanes obtingudes al Mediterrani.

6.1.3. CONCLUSIONS RELATIVES A L'AQÜICULTURA

S'identifica un potencial de creixement en pes i valor de la producció aqüícola catalana. Aquesta presenta dinàmiques diferenciades en relació amb els altres àmbits geogràfics; creixements a Espanya i desacceleració a Catalunya.

A. La tendència a l'alça de la producció aqüícola a Espanya contrasta amb la desacceleració que tendeix a l'estabilització del segment a Catalunya i que s'acusa, especialment, en la producció de mol·luscs.

Des del 2011, es registra un creixement moderat de la producció aqüícola a Catalunya, amb fluctuacions més intenses que a resta de l'Estat i un creixement mitjà interanual del 0,8%. Al conjunt de l'Estat es manté una tendència a l'alça, amb menys fluctuacions i un creixement mitjà interanual del 3%.

El pes molt significatiu dels mol·luscs es manté globalment al llarg dels anys per sobre del 80%, amb fluctuacions i una tendència a l'estabilització de la producció.

El valor de primera venda segueix a l'alça, tant per al peix com pel que fa als mol·luscs en l'àmbit estatal. No obstant això, ambdues categories de producte pesquer presenten una evolució a la baixa en l'àmbit català, especialment en el peix.

B. L'evolució del valor de l'aqüicultura és presenta més inestable a Catalunya, on disminueix globalment des del 2015 i presenta preus per tona inferiors als del producte procedent de la pesca de captura.

Si considerem el preu per tona del producte aqüícola a Catalunya, s'observa que aquest es manté estable del 2014 al 2017 i registra una davallada important el 2018, especialment en la tipologia de peix marí i de forma menys intensa en la tipologia de mol·luscs.

En l'àmbit estatal la tendència és inversa, amb un increment constant del valor del peix marí des del 2015 i fluctuacions en el preu per tona dels mol·luscs en tot el període d'anàlisi. Tanmateix, el preu per tona registra índexs molt inferiors dels que es registren a Catalunya.

En l'àmbit internacional destaca el fet que el valor de la primera venda del producte procedent de l'aqüicultura acumula fins al 64% del valor total de primera venda de peix. D'aquestes dades es desprèn que el preu mitjà per tona és superior en el peix procedent d'aquesta modalitat de producció respecte del procedent de pesca de captura.

En sentit contrari, en l'àmbit estatal i català, el preu per tona del producte pesquer procedent de la pesca de captura és superior al procedent de l'aqüicultura. Aquesta diferència és molt més acusada al conjunt de l'Estat que a Catalunya, on, fins i tot, en el període que va del 2015 al 2017, el preu per tona de l'aqüicultura es va situar per davant del preu per tona del producte procedent de la pesca de captura.

C. S'identifica un potencial de creixement de l'aqüicultura catalana, la qual compta amb un pes percentual sobre el conjunt de la producció pesquera molt inferior al registrat en l'àmbit estatal i internacional.

Sobre el conjunt de la producció pesquera del territori, l'aqüicultura compta amb un pes mitjà del 17% i se situa molt per sota del pes que es registra el 2017 en l'àmbit internacional (44%) i en l'àmbit estatal, on representa poc més del 23% de mitjana durant el període que va del 2011 al 2017.

En aquest punt cal considerar l'existència de polítiques europees que potencien aquesta modalitat de producció de forma més intensa fora de Catalunya que al nostre territori.

6.2.
Conclusions de les llotges

6.2.1. Conclusions relatives al desenvolupament de l'activitat i continuïtat de les confraries
6.2.2. Conclusions relatives a la posició competitiva de les confraries

En aquest apartat es recull el conjunt de conclusions derivades de les anàlisis realitzades relatives a les confraries i a les llotges de Catalunya, que consideren tant dades secundàries obtingudes de fonts públiques de la Generalitat com dades primàries obtingudes de les entrevistes amb profunditat a patrons majors, secretaris i gerents de les confraries.



6.2.1. CONCLUSIONS RELATIVES AL DESENVOLUPAMENT DE L'ACTIVITAT I CONTINUÏTAT DE LES CONFRARIES

Mentre que a llarg termini la continuïtat de la professió s'enfronta al repte de superar la problemàtica de la manca de relleu generacional i de la sostenibilitat del medi marí, en el seu dia a dia l'activitat ordinària de les confraries presenta disfuncions quant a la seva gestió administrativa i a la reducció de la rendibilitat, la qual té la causa, entre d'altres, en uns costos elevats i en un valor del producte pesquer poc competitiu.

A. S'observa una manca de relleu generacional.

Si analitzem l'estructura d'edat de moltes de les llotges i tenim present que als 56 anys un pescador pot obtenir la jubilació, observem que la manca de relleu generacional es presenta com una problemàtica rellevant per a la continuïtat de l'activitat.

Aquesta manca de relleu generacional té a veure amb diverses problemàtiques, entre les quals destaca la pèrdua de reconeixement de la professió, que, juntament amb uns costos d'inici d'activitat molt elevats, una manca d'estabilitat en els ingressos i unes condicions mediambientals i d'horaris dures, fan la professió poc atractiva.

B. Les dificultats en la gestió administrativa ordinària de l'activitat de les confraries és entesa, per bona part de les 19 llotges catalanes, com una problemàtica que cal resoldre.

Són molts els agents i les normatives que intervenen en el funcionament de les llotges, factor que deriva en un alt grau de pressió burocràtica. En aquest sentit, es demana una clarificació i una simplificació del marc legal, adaptada a la realitat del sector a Catalunya.

Els entrevistats proposen diverses eines per superar la problemàtica, l'adequació i la viabilitat de les quals es considera en l'apartat de propostes.

S'estima que les inspeccions a què estan sotmesos els armadors i pescadors dificulten el desenvolupament de l'activitat pesquera, i es valoren de forma negativa especialment en la forma més que en el fons, per la seva freqüència i pel moment de la jornada laboral en què es realitzen.

C. L'OPP és entesa pel sector com una eina per guanyar poder de negociació i obtenir la gestió mancomunada de serveis, una oportunitat per a la reducció de costos.

La concentració de l'activitat en menys llotges de les que hi ha actualment actives s'interpreta globalment com una amenaça per a la continuïtat de l'activitat, malgrat que pugui ser una eina per guanyar atractiu de cara al client pel que fa a quantitat i varietat de producte.

Tanmateix, la creació d'una OPP capaç de mancomunar serveis i compres s'entén com una oportunitat per reduir costos i càrregues de treball, alhora que pot esdevenir una eina útil per guanyar visibilitat i poder de negociació, tant en l'àmbit nacional com internacional.

D. La sostenibilitat del medi marí es valora com un factor que posa en perill la viabilitat del sector i, en aquest sentit, com un repte que cal superar.

Malgrat que es registren iniciatives enfocades a procurar una millora de la gestió del medi marí, la sobreexplotació pesquera de gran part de les espècies és un fet contrastat per diversos organismes, i actualment existeixen mesures directes de control sobre l'activitat pesquera que per tal de garantir-ne una millora.

6.2.2. CONCLUSIONS RELATIVES A LA POSICIÓ COMPETITIVA DE LES CONFRARIES

Es detecten iniciatives per millorar la rendibilitat de l'activitat, que passen per la diferenciació i l'especialització mitjançant la creació de marques pròpies i la diversificació de fons d'ingressos o el plantejament de serveis mancomunats per reduir costos.

A. La diferenciació i l'especialització esdevenen una eina per posar en valor el peix de proximitat. En aquest marc, es registra una clara tendència a la potenciació de marques pròpies com a eina per valoritzar el producte.

Es detecta una tendència a la diferenciació del producte de les llotges, que es concreta en la creació d'especialitats que es potencien mitjançant la creació de marques pròpies. Algunes d'aquestes marques tenen un reconeixement social important i generen beneficis elevats per a les confraries.

Cal entendre aquesta tendència com una resposta a la capacitat limitada del col·lectiu per incidir sobre aspectes que afecten de forma directa l'activitat, com són la comercialització i la valorització del producte pesquer. Aquesta darrera s'entén com a especialment necessària, atès el volum de les importacions i la ineficiència del sistema d'etiquetatge com a eina per diferenciar el producte de llotja de cara al consumidor final.

B. Es registra l'existència d'una tendència a la diversificació de la font d'ingressos com a eina per garantir la viabilitat econòmica de les confraries.

Es detecta una tendència a la diversificació de les fonts d'ingressos que va més enllà de la creació de marques de qualitat i que deriva en la fabricació de gel, en la realització de visites guiades o en la creació d'espais de divulgació al voltant de l'activitat pesquera.

Creixent compromís social, que impacta, entre d'altres, en una millora del reconeixement de l'activitat i del consum entre la població i el client potencial.

C. Es registren diverses iniciatives per donar a conèixer el sector i posar-lo en valor.

Creixen el nombre d'iniciatives de divulgació que vinculen l'activitat pesquera amb el seu entorn immediat, enfocades, entre d'altres, a impulsar els hàbits de consum de producte pesquer i a fomentar un vincle entre el territori, el medi marí i els ciutadans.

Finalment, cal apuntar que les iniciatives esmentades anteriorment, impulsades des de les mateixes confraries, s'enfoquen a garantir la viabilitat i la sostenibilitat dels recursos marins, i esdevenen accions que les presenten com a entitats socialment responsables.

6.3. Conclusions de la distribució majorista i detallista

6.3.1. Conclusions relatives al sector de la distribució
6.3.2. Conclusions relatives a la distribució detallista

En aquest apartat es recull el conjunt de conclusions relatives a la distribució, tant la majorista com la detallista. En relació amb aquesta darrera, es consideren tant els aspectes de caire estructural del sector a Catalunya com les particularitats del comerç detallista de l'alimentació quotidiana i especialment de les peixateries.



6.3.1. CONCLUSIONS RELATIVES AL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓ

El Mercat Central del Peix desenvolupa un rol essencial en la cadena de distribució del producte pesquer, tant en l'àmbit català com en l'estatal i en l'europeu. El Mercat se situa com el principal importador de producte pesquer i és el responsable de la comercialització del 15% del producte local procedent de les llotges, alhora que realitza una tasca de promoció del sector a través del Centre Interactiu del Peix.

A. La distribució majorista i el Mercat Central del Peix de Mercabarna juguen un rol especialment rellevant en el sector alimentari i al territori, amb gairebé 70.000 tones de producte pesquer venut el 2018. Tanmateix, el Mercat Central del Peix comercialitza únicament el 15% del producte pesquer de les llotges catalanes i registra una clara tendència a la baixa en els darrers exercicis.

El Mercat Central del Peix lidera el mercat dels Mercas a escala europea, tant en valor de comercialització com en volum de producte importat. En aquest sentit, destaca el fet que, de la categoria de peix, únicament el 7,6% és d'origen local, mentre que una de cada tres tones venudes procedeix de la resta de l'Estat. Per tant, el producte forà acumula poc més del 42% del peix comercialitzat.

En coherència amb les dades exposades, s'observa que el Mercat Central del Peix comercialitza una part poc significativa del peix de llotja. Concretament, el 2018 va ser del 15%. En aquest sentit, es registra una tendència a la baixa des del 2016, moment en el qual el Mercat Central del Peix va comercialitzar el 21,6% del producte pesquer de les llotges.

B. El Centre Interactiu del Peix, com a eina de promoció sectorial, es presenta com una iniciativa enfocada a difondre i a posar en valor el producte pesquer i la seva cadena de valor entre famílies i professionals.

La tasca que es desenvolupa impacta de forma especial en el segment de consumidors més joves i, per tant, aquells que registren un menor consum de peix per càpita.

El comerç detallista presenta una reculada al territori pel que fa al nombre d'establiments, la qual s'accentua en el sector de l'alimentació i especialment en relació amb les peixateries. Aquestes, en els darrers exercicis, s'han reduït a un ritme mitjà de 60 peixateries per any. En aquest context, destaca la tasca del Gremi de Peixaters, que representa gairebé la meitat de les peixateries del territori i que té per objectiu defensar-ne els interessos.

C. L'estructura comercial detallista del territori presenta una concentració significativa de comerços detallistes en relació amb el conjunt de l'Estat, així com una lleugera tendència a la baixa del nombre d'establiments. Acusen aquesta tendència el sector de l'alimentació i les peixateries, amb davallades significatives.

D'acord amb l'Atles Comercial de Catalunya i amb les dades aportades per l'Idescat, el nombre d'establiments comercials al territori es redueix a cada exercici de forma tímida des del 2014.

Aquesta tendència a la baixa s'accentua si tenim en compte els establiments dedicats a l'alimentació, i s'acusa encara més si fixem el focus en les peixateries, les quals, del 2016 al 2018, redueixen la seva presència gairebé un 7%.

D. El Gremi de Peixaters de Catalunya, amb una elevada representació de les peixateries del territori, a les quals ofereix principalment serveis d'assessorament i de gestió laboral, comptable i fiscal, presenta una alta concentració d'agremiats a la província de Barcelona i als mercats municipals, i un perfil demogràfic que situa el peixater, de forma majoritària, per sobre els 50 anys.

Amb l'objectiu de representar tots els seus afiliats i de contribuir a la defensa dels seus interessos, el Gremi ofereix serveis orientats a l'assessorament laboral, comptable i fiscal, així com al desenvolupament d'accions diverses enfocades a la promoció i a la millora de la posició competitiva del sector.

El perfil demogràfic de l'agremiat presenta una concentració significativa de majors de 55 anys. Concretament, un 52,7% de la mostra es troben en aquesta franja d'edat, mentre que només un 5% tenen menys de 40 anys. Els associats d'entre 40 i 55 anys també representen un gruix rellevant d'agremiats, concretament un 42%.

De cada 10 establiments amb venda de peix fresc gairebé 6 són peixateries. Tanmateix, la seva distribució poc homogènia al territori, més la possibilitat de compra en línia i l'extensa oferta de peix congelat a les mitjanes i grans superfícies deriva en el fet que bona part dels consumidors del territori tenen més accessibles altres canals i formats comercials per satisfer la seva demanda de peix.

E. S'observa una distribució poc uniforme de peixateries en el territori. Dos de cada tres peixateries catalanes s'ubiquen al Barcelonès, el Baix Llobregat, els Vallesos i el Maresme, mentre que una de cada sis comarques no tenen més de 4 peixateries.

La distribució d'establiments detallistes de venda de peix per comarques mostra que gairebé una de cada quatre comarques acumulen entre 30 i 50 peixateries, mentre que un percentatge similar de comarques destaquen pel baix nombre de petits comerços dedicats a la venda de peix fresc.

Així, destaca l'escassa presència de peixateries a l'Alt Urgell, l'Alta Ribagorça, l'Aran, el Moianès, la Noguera, el Ripollès i el Solsonès, entre d'altres, que no n'acumulen més de 4. En contraposició, el Barcelonès, el Baix Llobregat, Maresme i el Vallès Occidental i l'Oriental acumulen el 66% de les peixateries del territori.

F. A Catalunya hi ha 3.174 punts de venda de peix fresc, si comptem tant els petits comerços al detall com les mitjanes i grans superfícies. Les peixateries en representen el 57%.

Les peixateries, amb 1.812 punts de venda, representen el 57% dels establiments amb venda de peix fresc i el 5,5% del total de botigues d'alimentació quotidiana. Per la seva banda, el 75% de les superfícies comercials del territori de fins a 1.300 m2 (1.011) venen peix fresc, i representen el 32% dels establiments amb venda d'aquest producte.

Així mateix, la totalitat dels establiments de més de 1.300 m2 que eren, el 2018, 351, disposen de peix fresc, i representen, per tant, un 11% dels establiments en els quals el consumidor pot adquirir producte pesquer fresc.

Amb tot, de mitjana, a Catalunya, a cada peixateria li correspon l'abastiment d'un total de 933 famílies i 2.364 persones.

G. La pràctica totalitat de mitjanes i grans superfícies disposen de peix congelat, mentre que tres quartes parts en tenen de fresc. Tanmateix, menys de la meitat donen l'opció de realitzar la compra en línia del producte pesquer.

El 90% de les mitjanes i grans superfícies venen peix congelat als seus establiments, un 75% venen peix fresc, i d'aquestes, un 43,6% dona l'opció al client de comprar peix fresc mitjançant la seva plataforma. Aquest percentatge s'incrementa lleugerament en relació amb el peix congelat i ascendeix fins al 46,2%.

6.3.2. CONCLUSIONS RELATIVES A LES PEIXATERIES DE CATALUNYA

El perfil demogràfic del client de les peixateries del territori es presenta significativament homogeni, amb predomini del client femení i d'una edat al voltant dels 50 anys. El client de menys de 25 anys compta amb una presència residual i l'ampliació dels horaris comercials és l'única variable que aconsegueix incrementar-ne el pes.

A. A partir dels resultats de l'enquesta realitzada, s'observa que, de forma majoritària, el client de les peixateries és major de 40 anys i és dona. El client de menys de 25 anys compta amb una presència residual.

El 70,8% dels clients de les peixateries són dones i el 42% dels clients se situen a la franja d'edat de 40-54 anys.

Amb una presència del 2%, el pes del client jove es registra homogènia, amb independència de la ubicació de les peixateries a peu de carrer o als mercats municipals. Aquest índex tampoc registra variacions en funció de les ofertes o del nivell de participació en accions de dinamització comercial. Únicament els horaris comercials es presenten com un element capaç d'interferir en el perfil demogràfic del client.

B. Els horaris comercials de les peixateries presenten una particularitat dins del sector de l'alimentació, que és la manca d'una obertura generalitzada a les tardes. En aquest sentit, actualment una de cada tres peixateries obre la major part de tardes, mentre que 8 de cada 10 obren només una tarda, habitualment la de dimarts o la de divendres.

Un 79,2% de les peixateries obren una o dues tardes a la setmana, que normalment són les de divendres i/o dimarts, mentre que un 20% obren exclusivament de matins.

Els clients menors de 40 anys tenen preferència per peixateries amb horari de tardes, i això fa que en les peixateries amb aquest horari s'incrementi la concentració de joves un 33,3%. Els clients majors de 54 anys registren uns majors percentatges de presència a les botigues amb horaris essencialment de matins i en aquelles ubicades als mercats municipals.

El grau d'integració tecnològica i digital a les peixateries és gairebé inexistent. Així, malgrat que fan un ús ocasional de les xarxes per promocionar el negoci, no n'hi ha gairebé cap que disposi d'una web o de comerç electrònic. No obstant això, sí que es treballa la promoció fora de línia, amb una especial participació en accions de dinamització comercial de les peixateries ubicades als mercats.

C. Un percentatge elevat de peixateries participen en accions de dinamització comercial i en accions de promoció i de fidelització.

Un 71% de les peixateries participen en accions de dinamització en el seu barri o municipi, i dues terceres parts d'aquestes s'ubiquen als mercats. Tenen un sentiment de pertinença al col·lectiu més gran. Un 68,14% participen en ofertes i promocions.

No hi ha canvis en el perfil del client pel que fa a l'edat o a la preferència de punt de venda.

D. El grau d'integració tecnològica i digital de les peixateries és escàs, amb registres molt inferiors als del sector de l'alimentació.

Només un 1,97% de les peixateries tenen web professional, molt per sota de la mitjana del sector alimentari. Només un 0,49% permet fer comandes en línia. Un 47,5% de les peixateries usa les xarxes socials, amb preferència per Instagram i Facebook. La majoria no són d'ús exclusiu promocional.

Malgrat la consciència dels canvis d'hàbits i la manca d'atractiu del format comercial per als més joves, les peixateries no ofereixen novetats o innovacions en relació amb el producte o els serveis al client, amb l'excepció de la possibilitat de realitzar comandes per telèfon o d'obtenir un servei a domicili ocasional i no professionalitzat.

E. Les peixateries ofereixen de forma molt poc habitual innovacions i novetats en la presentació dels productes pesquers o en serveis extraordinaris, llevat de la possibilitat de realitzar encàrrecs per telèfon i obtenir, ocasionalment, un servei a domicili no professionalitzat.

Gairebé la meitat de les peixateries estan obertes a les comandes a domicili i a les comandes per telèfon, malgrat que no sigui un servei que promocionen, anuncien o preveuen de forma habitual.

En relació amb la presentació del producte, es registra que un 4,41% amplien la gamma de producte o incorporen presentacions diferenciades a les ofertes tradicionalment, com la preparació d'elaborats, congelats i degustació a l'establiment.

F. Com a principals problemàtiques del sector, s'identifiquen els nous hàbits de compra i de consum de la població i la forta competència de les mitjanes i grans superfícies.

La major part de les peixateries veu un problema greu en el canvi d'alimentació i d'horaris dels clients, especialment dels joves. Preocupa, també, la competència amb els supermercats propers, tant per preu com per horari.

S'avaluen com a molt perjudicials per al negoci les informacions sensacionalistes difoses en els darrers anys en relació amb el peix i el seu consum. En seria un exemple clar l'anisakis.

6.4. Conclusions del consumidor

6.4.1 Conclusions relatives al consum



En aquest apartat es recull el conjunt de conclusions derivades del consum per àmbit geogràfic i del consumidor de productes pesquers, a partir dels perfils i hàbits de consum i de compra.

6.4.1. CONCLUSIONS RELATIVES AL CONSUM

S'identifica una trajectòria de disminució del volum de consum de peix. Aquesta tendència a la baixa es registra en els diferents àmbits geogràfics analitzats i tant a la modalitat de fresc com de congelat. Les conserves són l'excepció a aquesta dinàmica i, al seu torn, són les que acusen de forma més intensa l'augment de preus.

A. A Catalunya es consumeix un volum per càpita de peix molt similar a la mitjana espanyola, el qual, en ambdós casos, es presenta en retrocés des de l'any 2013.

Durant l'any 2018 es van consumir 23,7 quilos de peix per persona a Catalunya, una xifra lleugerament superior a la mitjana espanyola, la qual se situava en els 23,1 quilos. No obstant això, es tracta d'un consum significativament inferior al de territoris com Galícia (29,6 quilos), el País Basc (28,5 quilos) o Astúries (27,7 quilos).

S'observa una tendència de disminució del consum de peix per càpita en l'àmbit estatal, la qual impacta també a Catalunya, on el 2018 es van consumir 3,63 quilos menys de peix per càpita que vuit anys abans.

B. Les llars catalanes presenten una evolució similar, amb una tendència a la baixa des del 2013 amb lleugeres fluctuacions. Tanmateix, la despesa global a Catalunya és superior a la del conjunt de l'Estat com a conseqüència d'un preu superior per quilo.

Els valors de despesa de les llars catalanes en productes pesquers són un 13% superiors als de les llars del conjunt de l'Estat. Aquest volum més alt de despesa respon essencialment a un preu mitjà superior del quilo a Catalunya.

L'evolució del preu per quilo del producte pesquer es presenta similar en els dos àmbits geogràfics, amb un increment mitjà interanual del 2,5%. Així mateix, en l'àmbit europeu es registren també increments similars del preu dels productes pesquers.

C. Disminució del volum de consum dels productes pesquers frescos i congelats i augment del consum de les modalitats de conserva, que acusen un increment de preus superior al de les altres modalitats.

Es constata una distribució força homogènia, al llarg dels anys, del pes de les diferents tipologies de producte pesquer en la dieta de consum de les famílies catalanes i espanyoles.

En els diferents àmbits geogràfics objecte d'estudi, el consum de la modalitat dels productes frescos acusa de forma més intensa la tendència a la baixa, tot i que els congelats també presenten un descens en el seu consum. En sentit contrari, es presenten increments rellevants del consum de les conserves de peix i mol·luscs.

L'increment dels preus de consum és transversal a totes les tipologies de productes de pesca, i els cuits i els congelats són els que el presenten de forma més intensa, especialment a partir de 2012 i 2013.

Amb tot, del 2011 al 2018 es constata una relació inversament proporcional entre l'increment del preu mitjà i la reducció del consum, amb l'única excepció de les conserves, que, tot i registrar una forta pujada dels preus, també presenten increments en el consum.

S'observa una relació directament proporcional entre nivell de consum de producte pesquer i l'edat del consumidor. El desconeixement del producte i la manca de temps són els principals frens per a la compra dels segments joves, que presenten índexs de consum inferiors.

D. El nivell de consum de peix és menys significatiu entre els més joves i més elevat entre els grups de més de 50 anys.

Mentre que el nivell de consum de peix per càpita a les llars amb consumidors de més de 50 anys és un 40% superior a la mitjana estatal, a les llars amb responsables de compra de menys de 35 anys es consumeix gairebé la meitat de producte pesquer que el registrat com a mitjana estatal.

En aquest sentit, un estudi amb persones d'entre 20 i 35 anys que consumeixen peix menys de dues vegades al mes mostra que el consum de peix, malgrat entendre's com a saludable, és percebut com una tasca complicada, tant per desconeixement com per manca de temps.

E. Si considerem els cicles de vida, els grups de llars de parelles adultes i de jubilats són les que consumeixen un volum més alt de peix, mentre que els joves i les famílies monoparentals registren índexs de consum inferiors.

Si considerem el cicle vital del consumidor, observem que les parelles amb fills majors d'edat, les parelles adultes sense fills i els jubilats són el grup que consumeix un volum més representatiu de peix, si es considera el seu pes poblacional.

D'altra banda, el grup format per les llars de joves independents, les de parelles joves sense fills i amb fills petits i les d'adults independents, consumeix un volum de peix inferior, en relació amb el seu pes poblacional.

F. El consum de producte pesquer és més elevat als municipis amb major concentració de població i als que se situen a l'extrem oposat.

El consum de producte pesquer fresc és superior als municipis de més de 100 mil habitants i als de menys de 2 mil habitants, mentre que els que es troben a la franja intermèdia registren consums inferiors.

El principal canal utilitzat pels compradors de producte pesquer són els supermercats i autoserveis, que es presenten com el canal amb un preu per quilo més reduït. En segon lloc es troben les peixateries, que, per contra, se situen com l'opció menys econòmica, per darrere del comerç electrònic. Aquest darrer, però, mostra un creixement percentual molt significatiu quant a volum de vendes, mentre que la peixateria és el canal que retrocedeix de forma més intensa.

G. Els supermercats i autoserveis concentren el major volum de compres del producte pesquer a Espanya, ofereixen una mercaderia lleugerament més econòmica que els altres canals i aconsegueixen una quota de mercat superior.

El 2018, el principal canal utilitzat pels compradors de producte pesquer van ser els supermercats i autoserveis, i les botigues tradicionals van ser el segon canal de compra més freqüentat.

Comparativament, entre els anys 2017 i 2018, el comerç electrònic va configurar-se com el canal de més creixement interanual, malgrat que compta amb una presència residual al mercat. La resta de canals van registrar un retrocés o una variació nul·la, i destaca el descens d'un 8,3% a les botigues tradicionals.

Si considerem la variació del preu del producte pesquer entre els anys 2017 i 2018, observem que el preu mitjà més baix del peix es va identificar als supermercats i autoserveis. Les compres a través del comerç electrònic van tenir una mitjana del preu per quilo de peix un 15,7% superior a la dels supermercats i autoserveis.




Pieza
3,15
2,95
Oferta
del día
3,50
TRUCHA PRINCESITA (PE
7,95
CHICHARRIN
3,95
7,95

6.5. Conclusions relatives de l'entorn i les tendències

6.5.1 Conclusions relatives a l'entorn
6.5.2. Conclusions relatives a les tendències

En aquest apartat es recull el conjunt de conclusions derivades del l'entorn del sector pesquer, si considerem, d'una banda, el seu marc legal i, de l'altra, el context mediambiental i de sostenibilitat del medi marí. També s'hi recullen les conclusions derivades de les tendències globals que afecten el comerç detallista i de les tendències concretes que afecten el comerç del peix.



6.5.1. CONCLUSIONS RELATIVES A L'ENTORN

Els marcs normatius i jurídics en l'àmbit europeu s'enfoquen essencialment a propiciar que les administracions competents estableixin mecanismes que permetin assolir els objectius de sostenibilitat i de competitivitat del sector, i que aquests, alhora, propiciïn el creixement d'iniciatives com l'aqüicultura l'ecològica.

A. Existeix un conjunt ampli de marcs normatius i jurídics en l'àmbit europeu que orienten, des de diverses perspectives, les activitats del sector pesquer a Catalunya.

Les principals normatives internacionals i europees influeixen i afecten de diverses maneres les activitats del sector pesquer a Catalunya.

Un cop identificats els principals marcs normatius, iniciatives i recomanacions d'organismes reconeguts, es detecta que aquests s'enfoquen principalment a definir principis, objectius i recomanacions relatives a la gestió sostenible del sector.

No obstant això, aquests instruments no incideixen de manera vinculant en qüestions essencials i específiques, tot i que estableixen els mecanismes que cal emprar per tal que les administracions competents puguin assolir els objectius definits.

B. S'evidencia que la sostenibilitat i el medi ambient es presenten com un repte que cal resoldre i, al mateix temps, com una possibilitat d'encetar nous mercats.

Bona part de les iniciatives en el sector pesquer promouen la preservació dels recursos naturals i la sostenibilitat ambiental del medi marí.

En aquest sentit, són un referent les iniciatives de les confraries enfocades a garantir una millor gestió del medi marí, com l'ús de tècniques i materials de captura més respectuosos o l'establiment d'àrees en les quals no es permet la pesca durant llargs períodes de temps per propiciar-ne la regeneració.

Així mateix, es detecten experiències d'ecoinnovació, com la fabricació d'equipaments de pesca sostenibles i mesures per a una millor conservació i preservació del medi ambient de les zones on incideixen les activitats pesqueres.

C. L'aqüicultura ecològica presenta una tendència de creixement molt rellevant a Espanya.

En un context en el qual la sostenibilitat es presenta com a repte, apareixen noves tendències, entre les quals destaca l'aqüicultura ecològica, la qual ha multiplicat per vint la seva facturació del 2011 al 2017.

Alhora, i en coherència amb les iniciatives relatives a la pesca de captura i a les polítiques i iniciatives sectorials en l'àmbit internacional, s'identifica la creació de mètodes i de formes d'explotació que redueixen l'impacte mediambiental de l'activitat aqüícola.

L'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat de Catalunya, juntament amb el Decret 118/2018, de 19 de juny, sobre el model de governança de la pesca professional a Catalunya, esdevenen dues eines i referents fonamentals del territori per assolir els objectius i les polítiques sectorials fixades, tant en l'àmbit nacional com internacional.

D. El procés de creació de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat de Catalunya incidirà sobre l'entorn de l'activitat pesquera catalana.

La creació d'un nou ens enfocat a potenciar la conservació del patrimoni natural, la biodiversitat i la geodiversitat, amb criteris d'integritat, sostenibilitat, persistència i eficiència es presenta com l'eina per fer efectives el conjunt de polítiques nacionals i internacionals del sector pesquer, i esdevé un referent imprescindible en la gestió del medi natural de Catalunya, tant en l'àmbit continental com marí.

E. El Decret 118/2018, de 19 de juny, esdevé el marc jurídic català sobre el qual desenvolupar el model de governança de la pesca professional a Catalunya, mitjançant l'establiment de plans de gestió i un model de cogestió.

El decret estableix el model de governança de la pesca professional a Catalunya, basat en la regulació dels recursos a través de plans de gestió amb un enfocament integral i a llarg termini de sostenibilitat mediambiental, social i econòmica, i basats en un model de cogestió, que comporta la participació i la implicació de l'administració, del sector, del món científic i del món associatiu.

6.5.2. CONCLUSIONS RELATIVES A LES TENDÈNCIES

La diversificació de les activitats pesqueres és una tendència estratègica per a la millora competitiva del sector, que aporta noves fonts d'ingressos, mitiga l'estacionalitat del sector, n'impulsa el coneixement i reconeixement i permet a les confraries incidir en la comercialització del producte. En aquest sentit, les iniciatives clau es desenvolupen essencialment en els àmbits turístic, comercial, productiu i social.

A. Es registra una clara tendència a diversificar l'activitat de la confraria a través de l'oferta de serveis i de productes lligats al medi pesquer i aqüícola als visitants de les zones costaneres.

S'identifica una tendència d'oferta d'activitats i de productes turístics, dins de l'àmbit de l'economia pesquera, que promouen la diversificació del sector.

D'aquesta manera, les iniciatives esmentades han promocionat la superació de l'estacionalitat de les dinàmiques econòmiques de les comunitats pesqueres. També possibiliten el coneixement dels costums, del patrimoni, de l'ofici i de la vida tradicional, amb la proposta de valorar la cultura pesquera, i es concreten en propostes relacionades amb l'oci, la pesca-turisme, la gastronomia, les rutes i les fires, d'entre altres.

B. S'observa que la transformació productiva, la creació de marques pròpies i l'ampliació dels canals de distribució del producte pesquer esdevenen eines amb les quals el sector s'adapta a nous hàbits de consum i de compra, i aconsegueix incidir en la comercialització del producte i obtenir noves fonts d'ingressos.

S'observa un conjunt d'iniciatives que busquen augmentar el valor afegit dels productes pesquers i adaptar-se als nous hàbits de compra i de consum, amb la proposta de nous mecanismes de transformació i de comercialització.

Aquestes iniciatives es refereixen a formes de presentació, inversió en nova maquinària, adaptació a les noves tecnologies, creació de venda en línia, cerca de nous canals de comercialització, promoció de marques col·lectives, etc. En general, són iniciatives per a la millora de la competitivitat del sector a través del desenvolupament del producte, la marca o la seva distribució.

C. Es registra una tendència a valoritzar el sector entre la ciutadania, mitjançant la difusió de la cultura i del patrimoni pesquer, amb una dinamització de l'entorn comunitari de l'activitat pesquera.

Es registren propostes recents vinculades a la igualtat d'oportunitats, a la inserció laboral dels col·lectius amb barreres més grans d'accés al mercat de treball, a la millora de la qualitat de vida a les zones costaneres, a la formació de la població relacionada amb el sector pesquer o aqüícola, així com activitats que ofereixen un servei a la comunitat.

El gruix de les experiències en aquest àmbit es caracteritzen per enfocar-se a la difusió de la cultura i del patrimoni pesquer a través d'activitats educatives i a la creació d'iniciatives de formació emprenedora enfocades a la població més jove per propiciar el relleu generacional.

La innovació i la reformulació dels models de negoci són exigències imprescindibles per a la millora competitiva del petit comerç. En aquest context, cal tenir en compte les experiències registrades a l'alimentació enfocades a l'especialització, a l'ampliació de l'oferta de serveis i de la gamma de productes, a la personificació i digitalització de l'experiència de compra, a la fusió i complementarietat dels canals de venda i al compromís social i comunitari dels punts de venda.

D. La innovació i la reformulació dels principals mecanismes de comercialització dels productes es presenta com un principi indispensable per a la supervivència de les peixateries.

Els canvis contemporanis en la dinàmica de consum incideixen fortament en la necessitat d'innovació del sector del comerç en termes globals. En aquest sentit, es registren tendències clares al sector de l'alimentació enfocades a l'ampliació de l'oferta de serveis, com el servei a domicili, la personificació i la digitalització de l'experiència de compra, la distribució híbrida digital (complementarietat dels canals de compra), la fusió de canals de venda o de tipus de productes i serveis, així com el compromís social i comunitari.

E. L'especialització de l'oferta, la personalització dels serveis i el desenvolupament i l'ampliació del producte pesquer, entre d'altres, es presenten com a eines per millorar el seu atractiu i superar els frens a la compra que acusen els grups de consumidors més joves.

La personificació del producte pesquer, entesa com la seva neteja i preparació, encaminada a facilitar la seva elaboració o conservació, esdevé, a dia d'avui, un servei bàsic assumit. Alhora, però, s'observa que, de forma incipient, el detallista amplia la gamma de productes i ofereix producte pesquer elaborat, salat, cuit o precuinat i, així mateix, dona l'opció al client de menjar el producte pesquer al mateix espai on el compra o de rebre la comanda a domicili.

Aquestes iniciatives, juntament amb les especialitzacions, com les botigues gurmet, els productes ecològics o els preparats d'altres cultures culinàries, busquen agregar valor al servei i al producte per fer més atractiva l'oferta i aconseguir ampliar el públic, mitjançant l'adaptació als hàbits de compra i de consum.

F. La digitalització, el màrqueting sensorial i els nous formats comercials s'enfoquen a millorar l'experiència de compra del client, amb l'adaptació a les noves tendències i hàbits de compra.

La digitalització de l'experiència a la botiga física, juntament amb l'ús de la tecnologia mòbil per part del consumidor connectat, són eines per donar resposta a les dinàmiques de cerca i d'obtenció d'informació immediata del consumidor digital.

Alhora, el fet de potenciar inputs de caràcter sensorial, com olor, música, decoració... atorga un valor afegit a la compra física respecte a la que es realitza en línia, i és, per tant, un factor rellevant en l'experiència de compra.

En aquest sentit, destaca la tendència a oferir experiències de compra innovadores, centrades en la fusió de canals de venda o de tipologies dels productes i dels serveis que s'obtenen. En són exemples els brick-clicks, botigues en les quals és possible comprar a la botiga físicament o fer-ho via internet, i les botigues fusió, que poden ser alhora peixateries i restaurants.

G. Existeix una tendència per part dels negocis a comprometre's amb lluites i reivindicacions socials concretes. En el camp de l'alimentació, és freqüent el compromís amb la sostenibilitat, aspecte amb el qual empatitza bona part dels consumidors.

El compromís social, i concretament el seu vessant més implicat amb la sostenibilitat, es tradueix, cada cop més, en una exigència per part dels clients. La responsabilitat mediambiental està esdevenint una obligació constant dins d'un món en què els ciutadans es consciencien dels efectes globals de la superexplotació del planeta.







BLOC VII

DAFO

7.1. Punts forts
7.2. Punts febles
7.3. Oportunitats
7.4. Amenaces

7.1.
Punts forts

En aquest apartat es recullen els aspectes que, vinculats als diferents actors que hi participen, són favorables a l'hora de propiciar una millora de la posició de la situació competitiva del sector.

S'hi consideren, per tant, les fortaleses del sector pesquer, les de la distribució majorista i les de la distribució detallista del peix.



7.1. PUNTS FORTS

A continuació es llisten els punts forts del sector:

A. Especialització i creació de marques pròpies per part de les confraries.

El sector pesquer presenta una actitud proactiva en la cerca d'una millora competitiva de la seva activitat. En aquest sentit, es valoren de forma positiva les iniciatives enfocades a propiciar la diferenciació i l'especialització de les confraries, les quals treballen en la creació, la consolidació o el manteniment de marques pròpies com a eina per incidir en l'activitat comercial, posicionar-se, diferenciar-se i ampliar les fonts d'ingressos.

B. Diversificació del sector pesquer en l'àmbit turístic i social.

El registre d'activitats que propicien una entrada d'ingressos extraordinaris a les confraries és cada vegada més rellevant i es presenta com una fortalesa del sector, que referma les seves arrels al territori, al qual, alhora, aporta un nou valor.

El creixent compromís social de les confraries impacta, entre d'altres, en una millora del reconeixement de l'activitat i del consum entre la població i el client potencial.

C. Creació de serveis mancomunats entre confraries.

S'han registrat iniciatives enfocades a mancomunar serveis com a eina per reduir els costos vinculats a l'activitat pesquera.

La racionalització de recursos es valora com un camí que cal desenvolupar, atès que impacta de forma directa en la millora competitiva del sector.

D. Existència de 16 espais repartits pel territori català enfocats a la divulgació i a la promoció del sector pesquer.

Actualment hi ha 16 espais que tenen per missió la investigació i la difusió del patrimoni vinculat al mar. Molts d'aquests espais actuen com a punt de trobada i de reflexió entre el sector pesquer, el món acadèmic i científic i l'administració.

E. Un sector majorista fort i rellevant en l'àmbit nacional i europeu.

La potència del Mercat Central del Peix esdevé un punt fort del sector i és capaç de posicionar el conjunt del territori i els agents implicats en el sector en l'àmbit nacional i internacional.

F. Alta participació en les accions de dinamització comercial.

Les peixateries —especialment aquelles que s'ubiquen dins dels mercats municipals— es presenten actives quant a la seva participació en accions de dinamització del seu entorn més immediat.

G. El sector detallista especialitzat en peix (les peixateries) disposen d'una quota de mercat rellevant en nombre de punts de venda.

Un 57% dels punts de venda del territori en els quals es ven peix fresc són peixateries.

H. Els preus del producte pesquer presenten una tendència a l'alça.

Malgrat que el consum de peix es redueix, el preu del producte pesquer mostra una tendència a l'alça, especialment pel que fa a la modalitat de les conserves, la qual, alhora, presenta increments en el consum.

I. Lleu increment dels serveis al client prestats a les peixateries.

Les peixateries, tot i que de forma lenta, van ampliant els seus serveis bàsics. Actualment, la neteja i la preparació del peix a gust del consumidor han esdevingut un servei intrínsec en la compra de producte pesquer.

També es registra una voluntat d'oferir servei a domicili i comanda telemàtica.

J. Bona imatge i percepció del producte pesquer entre el consumidor.

El peix és considerat un producte saludable i recomanable, fins i tot per part dels consumidors que presenten més reticències a l'hora de comprar-ne.

7.2.
Punts febles

En aquest apartat es recullen els aspectes que, vinculats als diferents actors que hi participen, són desfavorables a l'hora de propiciar una millora de la posició de la situació competitiva del sector.



S'hi consideren, per tant, les febleses del sector pesquer, les de la distribució majorista i les de distribució detallista del peix.

7.2. PUNTS FEBLES

A continuació es llisten els punts febles del sector:

A. El sector pesquer es presenta aïllat i amb poc poder de negociació.

El sector pesquer no compta amb cap ens o plataforma que l'agrupi i en defensi els interessos de forma conjunta. Aquest fet perjudica de forma greu la seva capacitat de negociació i la seva rendibilitat.

B. La manca de relleu generacional al sector pesquer posa en perill la seva continuïtat.

Diversos factors impacten en l'atractiu i en les facilitats d'accés a la professió del sector, fet que genera dificultats i manca d'interès a l'hora de trobar relleu generacional per a les embarcacions pesqueres.

C. La gestió administrativa de les confraries i la manca d'adaptació dels marcs legals a la realitat del sector generen disfuncions rellevants.

Les confraries se sotmeten a la regulació i al control de diversos ens i administracions, factor que deriva en la necessitat de respondre a una multitud de requeriments, molts dels quals no estan ajustats a la realitat del model de negoci local. En aquest sentit, crida l'atenció que l'activitat pesquera local comparteixi marc legal amb l'activitat pesquera de l'Atlàntic.

D. Els costos vinculats a la compra i al manteniment de les embarcacions es presenten com una barrera important d'entrada al sector.

Rendibilitzar la inversió que suposa la compra d'una embarcació esdevé una tasca que presenta, actualment, més dificultats que anys enrere. Aquest fet, entre d'altres, deriva en un fre per als joves armadors.

E. L'existència d'una manca de transparència quant a traçabilitat perjudica la confiança del consumidor.

La manca de transparència relativa a la traçabilitat genera desconfiança en el producte que es ven, fet que esdevé un important fre en la compra per al consumidor, de forma molt especial per al situat en les franges d'edat més joves.

F. Manca de client jove a les peixateries.

El model de negoci de les peixateries tradicionals es presenta poc atractiu per als joves. Com a conseqüència, la major part dels clients de les peixateries són majors de 50 anys i els clients de menys de 25 anys són residuals.

G. Manca d'un Pla de Comunicació Sectorial de caràcter transversal.

Si bé es registren diverses iniciatives enfocades a promocionar el peix de llotja, aquestes no s'emmarquen dins un pla de comunicació que impliqui de forma transversal, coordinada i activa als diferents agents rellevants del sector del peix i la pesca, per tal de potenciar el consum de peix de llotja.

H. Horaris comercials de les peixateries poc competitius.

Malgrat l'esforç registrat en els darrers anys de les peixateries per ampliar els horaris comercials, aquests no aconsegueixen respondre a les necessitats del consumidor ni a la realitat del sector detallista. Aquest aspecte esdevé una feblesa important del model comercial, en tant que dificulta la captació de clients.

I. El grau d'integració tecnològica i digital a les peixateries és gairebé inexistent.

La pràctica inexistència de webs professionals i de comerç electrònic en el sector detallista del peix posa en relleu una manca d'integració tecnològica i d'adaptació del sector a la realitat social que l'envolta.

J. Escassa evolució de la gamma de productes i de serveis oferts a les peixateries.

El rol de les peixateries es manté immutable al llarg de les dècades. La presència de productes elaborats, cuits, congelats, propis, preparats o de conserves es dona en 5 de cada 100 peixateries, i aquesta manca de diversificació és una feblesa del model de negoci.

K. Peixateries poc accessibles a bona part del territori en relació amb altres alternatives de consum de producte pesquer.

La distribució poc homogènia de peixateries, més la possibilitat de compra en línia i l'extensa oferta de peix congelat a les mitjanes i grans superfícies, fa que bona part dels consumidors del territori tinguin més accessibles altres canals i formats comercials.

L. El comerç detallista al territori presenta una reculada quant a nombre d'establiments.

Els registres de peixateries al territori reculen de forma continuada en els darrers exercicis. Concretament, des del 2016 s'han reduït a un ritme mitjà de 60 peixateries per any.

7.3.
Oportunitats

En aquest apartat es recullen els aspectes externs als principals actors vinculats a l'activitat del sector del peix i la pesca que són favorables a l'hora de propiciar una millora de la posició de la situació competitiva d'aquest sector.

S'hi consideren, per tant, les oportunitats que presenten les tendències de mercat, de consum i d'hàbits de compra, així com de l'entorn.



7.3. OPORTUNITATS

A continuació es llisten les oportunitats més rellevants detectades per als diferents agents analitzats del sector del peix i la pesca:

A. Potencial de creixement de la quota de mercat del producte pesquer local.

L'existència d'una demanda superior a la producció pesquera del territori mostra unes importants possibilitats de creixement de la quota de mercat del producte pesquer del territori.

B. Oportunitat de creixement en pes i en valor de la producció aqüícola catalana, amb especial interès en l'ecològica.

El pes de l'aqüicultura a Catalunya es presenta percentualment molt inferior tant al de la resta d'Espanya com al d'Europa. Alhora, els registres de vendes de la producció aqüícola ecològica s'han multiplicat per 20 des del 2011 i, per tant, és un nínxol de mercat que presenta grans oportunitats de negoci.

C. Oportunitat de valoritzar el producte pesquer i millorar-ne la sostenibilitat, amb la regulació coordinada i conjunta d'una reducció de l'esforç pesquer i plans de gestió.

L'existència de registres que palesen relacions inversament proporcionals entre el volum de captura i el valor de venda mostren un camí per valoritzar el producte local mitjançant la regulació d'una reducció de l'esforç pesquer que, a partir de les realitats locals, pugui executar-se de forma coordinada al conjunt del territori.

Actualment, es dona un marc en el qual és possible participar i fer arribar suggeriments a l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat de Catalunya. Aquesta, juntament amb el Decret 118/2018, de 19 de juny, sobre el model de governança de la pesca professional a Catalunya, esdevé una eina i un referent fonamental del territori per assolir els objectius i les polítiques sectorials fixades, tant en l'àmbit nacional com internacional.

D. Oportunitat del sector pesquer de diversificar l'activitat en els àmbits turístic, comercial, productiu i social.

La diversificació de les activitats pesqueres és una tendència estratègica per a la supervivència del sector, que aporta noves fonts d'ingressos, mitiga l'estacionalitat del sector, impulsa el seu coneixement i reconeixement i permet a les confraries incidir en la comercialització del producte. En aquest sentit, les iniciatives clau es desenvolupen essencialment en els àmbits turístic, comercial, productiu i social.

E. Oportunitat de les confraries de generar marcs i espais de col·laboració per guanyar poder de negociació i mancomunar despeses.

Les dinàmiques de les confraries, així com les despeses que els són associades, presenten grans similituds, per la qual cosa la compra conjunta i la col·laboració en diversos àmbits derivaria en un increment de la seva força i del seu poder de negociació davant dels altres agents sectorials.

F. Oportunitat d'incentivar el Mercat Central del Peix per tal que esdevingui prescriptor del producte local.

El Mercat Central del Peix desenvolupa un rol essencial en la cadena de distribució del producte pesquer, tant en l'àmbit català, com en l'estatal i l'europeu.

G. Oportunitat de les peixateries d'obrir nous mercats i posicionar-se en models de conservació del congelat sense additius.

El fet que el peix congelat compti amb una quota de mercat molt elevada no està sent aprofitat per les peixateries. Així mateix, cal considerar que la possibilitat de captar el segment de compradors de peix congelat pot beneficiar també la gestió d'estocs i la transparència dels aspectes vinculats a la traçabilitat del producte.

H. Oportunitat d'adaptar i d'actualitzar el model de negoci de les peixateries, amb l'ampliació dels horaris comercials i la incorporació del servei a domicili.

L'ampliació d'horaris comercials es demostra efectiva per incrementar el percentatge de clients joves a les peixateries. Així mateix, la possibilitat d'oferir un servei a domicili professionalitzat prèvia comanda realitzada al mateix punt de venda o de forma telemàtica, ja sigui per telèfon, correu electrònic o mitjançant un comerç electrònic, també faria augmentar el percentatge d'aquest grup de clients.

I. Oportunitat d'eixamplar la quota de mercat, amb l'ampliació de la gamma de productes i de les modalitats de presentació.

Les peixateries tenen l'oportunitat de posicionar-se com a especialistes del producte pesquer més enllà del fresc, especialment si tenim en compte el pes i la quota de mercat del congelat, l'increment que registren les conserves o l'atractiu que tenen els preparats per al públic objectiu més jove, entre d'altres.

J. Oportunitat de treballar l'experiència de compra i de consum per ampliar el públic objectiu.

Ja sigui mitjançant una major integració tecnològica i digital, incorporant terminals tàctils interactius per sol·licitar i obtenir informació sobre el producte, oferint tasts de productes, realitzant recomanacions i oferint receptes per facilitar la tasca d'elaboració i de manipulació del producte o desenvolupant tallers cuina, la millora de l'experiència de compra es presenta com una oportunitat per captar públic jove atret per models de negoci amb caràcter, personalitat i innovació.

7.4.
Amenaces

En aquest apartat es recullen els aspectes externs als principals actors vinculats a l'activitat del sector del peix i la pesca que esdevenen desfavorables a l'hora de propiciar una millora de la posició de la situació competitiva d'aquest sector.

S'hi consideren, per tant, les amenaces que presenten les tendències de mercat, de consum i d'hàbits de compra, així com de l'entorn.



7.4. AMENACES

A continuació es llisten les amenaces més rellevants detectades per als diferents agents analitzats del sector del peix i la pesca:

A. El context internacional de reducció de la producció pesquera, juntament amb la desacceleració que es registra al territori, també en la producció aqüícola, es presenta com una tendència que amenaça el futur del sector.

Que el sector retrocedeixi en l'àmbit internacional i que a Catalunya aquest fet es reprodueixi també en l'aqüicultura és un fet preocupant, que posa en dubte la viabilitat d'un possible increment d'aquesta darrera modalitat productiva com a eina per ampliar la quota de mercat del producte de proximitat.

B. Les importacions esdevenen una amenaça per al producte local quant a l'afectació dels preus de la primera venda.

Si bé el producte local és insuficient per satisfer la demanda, el fet que alguns productes forans siguin molt reconeguts i la fixació dels seus preus impacta de forma directa en el preu del producte local, que, atesa la pressió de la seva competència, es fixa a la baixa.

C. La disminució de la flota pesquera global, amb major incidència a Catalunya, és una mostra de l'existència d'una amenaça per a la continuïtat dels petits armadors locals.

Part dels petits armadors no poden fer front a les despeses que requereix l'actualització de les embarcacions. Aquest fet, sumat a la manca de relleu generacional i a l'existència d'incentius per al desballestament i no per al traspàs de l'activitat, deriva en la disminució de la flota i en un possible canvi en el perfil de l'armador a mitjà termini.

D. Amenaça de sobreexplotació i de contaminació del medi marí.

La sostenibilitat del medi marí es presenta com un repte que cal superar. Alguns símptomes, com la disminució de les captures o els índexs de contaminació per microplàstics, alerten d'una situació que cal revertir.

E. La manca de captures lligada a una baixa rendibilitat d'algunes confraries esdevé una amenaça per a la seva continuïtat.

La continuïtat de les confraries amb volums de captures reduïts i el conseqüent poc atractiu comercial que aquest fet comporta està amenaçada. En aquest sentit, cal considerar, de forma especial, els supòsits en els quals no s'ha treballat la diversificació, la diferenciació, l'especialització o el plantejament de serveis mancomunats.

F. Amenaça de desaparició a llarg termini de les peixateries tradicionals per manca d'actualització i d'accessibilitat.

El comerç detallista al territori presenta una reculada continuada pel que fa al nombre d'establiments. La supervivència del model de negoci dependrà de la capacitat d'actualització i de resposta a les necessitats del públic jove i a les tendències de mercat.

Alhora, la seva distribució poc homogènia al territori, més la possibilitat de compra en línia i l'extensa oferta de peix congelat a les mitjanes i grans superfícies, deriva en el fet que bona part dels consumidors del territori tinguin més accessibles altres canals i formats comercials.

G. Les peixateries presenten desavantatges competitius rellevants respecte de les mitjanes i grans superfícies amb venda de peix fresc.

El principal canal utilitzat pels compradors de producte pesquer són els supermercats i autoserveis, els quals es presenten com el canal amb un preu per quilo més reduït.

Així mateix, aquest canal habitualment ofereix una gamma més amplia de productes, més modalitats de conservació, uns horaris comercials més amplis, servei a domicili, compra en línia i una distribució territorial més homogènia, que situa les mitjanes i grans superfícies en posició d'avantatge competitiva respecte de les peixateries.

H. La no actualització del model comercial de les peixateries pot derivar en una manca de client a llarg termini.

El fet que el client jove no tingui cap interès en el model comercial de les peixateries és una amenaça per a la seva supervivència, atès que no hi ha relleu en el client.

En aquest sentit, el fet que el peixater no aconsegueixi superar les barreres i els frens per a la compra dels segments més joves, com són el desconeixement del producte pesquer i la manca de temps, es presenta com una amenaça rellevant a mitjà i a llarg termini.

I. La tendència a la disminució del consum per càpita de producte pesquer amenaça la rendibilitat dels actors de petites dimensions del sector.

S'identifica una trajectòria de disminució del volum de consum de peix que s'accentua especialment en la modalitat de fresc.

J. Existència d'una comunicació negativa en relació amb el sector.

Les notícies alarmistes vinculades al sector han perjudicat de forma significativa les vendes de peix i, per tant, el conjunt del sector. Per tant, el fet que no es reverteixi aquesta imatge negativa amb notícies que destaquin el valor i l'aportació del sector pesquer és una amenaça.



BLOC VIII

Pla estratègic d'actuació

8.1. Objectius i estratègies
8.2. Pla d'acció

8.1.
Objectius

8.1.1. Objectiu 1: Enfortir la posició competitiva i negociadora dels diferents actors amb incidència en el sector
8.1.3. Objectiu 3: Garantir la continuïtat i la viabilitat del sector pesquer local
8.1.4. Objectiu 4: Incrementar la quota de mercat i la rendibilitat de la distribució detallista
8.1.5. Objectiu 5: Promocionar, valoritzar i impulsar el consum del producte pesquer

D'acord amb el diagnòstic de situació realitzat, a continuació s'estableixen els objectius principals que han de guiar el plantejament d'estratègies i la implementació d'actuacions concretes destinades a assolir-los.

Aquest apartat se centra a descriure els cinc objectius essencials del pla estratègic.



8.1.1. OBJECTIU 1: ENFORTIR LA POSICIÓ COMPETITIVA I NEGOCIADORA DELS DIFERENTS ACTORS AMB INCIDÈNCIA EN EL SECTOR

Atesa l'existència d'una mancança important del sector pesquer quant a capacitat de negociació de les confraries, tant en l'àmbit nacional com internacional, es valora com a necessari generar espais de trobada i marcs de treball capaços de revertir aquesta situació i treballar, alhora, en una millora de la posició competitiva del col·lectiu.

Així mateix, la necessitat que els diferents agents vinculats al consum de peix treballin de forma coordinada aspectes relacionats amb la imatge, amb el posicionament i amb la sostenibilitat del producte pesquer local es valora com un camí necessari que cal recórrer per millorar la posició competitiva del conjunt. En aquest sentit, es proposen actuacions enfocades a generar espais de trobada i a desenvolupar eines que facilitin la gestió mancomunada dels factors esmentats.

Amb aquest objectiu, es plantegen dues línies estratègiques, les quals es concreten en tres accions:

A. Creació i potenciació d'ens que agrupin actors rellevants del sector.

- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer (PIPP).
- Les Organitzacions de Productors de Pesca (OPP).

B.Racionalització d'estructures i infraestructures.

- Centres logístics i concentració de confraries.

8.1.2. OBJECTIU 2: ACTUALITZAR I ADAPTAR ELS ROLS DELS DIFERENTS AGENTS A LES SEVES PARTICULARITATS I A LA REALITAT DEL SEU ENTORN

Es valora com a necessari repensar els rols dels diferents actors amb incidència en el sector del peix, per tal d'adaptar-los a la realitat actual, aprofitant les oportunitats detectades i adaptant-se a les tendències de mercat registrades, i per tal de respondre amb major eficàcia a les necessitats i a les preferències del client.

En aquest sentit, s'entén que cal treballar quatre línies estratègiques, les quals es concreten en una bateria de vuit accions, d'acord amb l'esquema que segueix:

A. Atenció i consideració de les particularitats del sector pesquer local.

- Revisió dels marcs legals i dels requeriments a què se sotmet el sector pesquer.
- Formació i suport per a la gestió en línia.

B. El sector pesquer com a productor més enllà de la pesca extractiva.

- Suport a la producció aqüícola i reconsideració el rol del sector pesquer com a sector productiu en sentit ampli.
- La Guia per a la gestió i el desenvolupament d'activitats de turisme pesquer a les confraries i les Jornades per a la Diversificació Sostenible en l'Àmbit Turístic.

C. Les peixateries com a especialistes en producte pesquer més enllà del fresc.

- Actualitzar el model de negoci de les peixateries. Ampliar els serveis i la gamma de productes pesquers a la venda a les peixateries.
- Desenvolupar el posicionament de les peixateries, també com a especialistes del congelat sense additius.

D. El Gremi com a facilitador i promotor.

- El Gremi com a facilitador de l'actualització del model de negoci.
- El Gremi com a facilitador de l'ampliació de la gamma de producte i de la millora de l'experiència de compra.

8.1.3. OBJECTIU 3: GARANTIR LA CONTINUÏTAT I LA VIABILITAT DEL SECTOR PESQUER LOCAL

Hi ha diversos factors que amenacen la continuïtat del sector pesquer. La manca de relleu generacional i la sobreexplotació del medi marí esdevenen els factors que ja estan impactant de manera preocupant sobre el sector. En aquest sentit, un dels objectius urgents que cal fixar és la superació d'aquestes dues amenaces.

En concret, es proposa treballar dues línies estratègiques d'actuació, que es concreten en deu accions, tal com es mostra a continuació:

A. Valorització dels conceptes de sostenibilitat i de preservació dels recursos del medi marí.

- Segell de centre o establiment per a la sostenibilitat del medi marí.
- Visibilitzar l'Agència del Patrimoni Natural i la Biodiversitat.
- Ajuts per a l'actualització i la sostenibilitat d'embarcacions d'arrossegament, mitjançant la utilització de les línies d'ajuts FEM existents.

B. Posar en valor l'activitat i el producte pesquer per millorar-ne l'atractiu, el reconeixement i l'arrelament al territori.

- Portes obertes i pràctiques per a futurs mariners.
- Presència de la professió de pescador als diversos Salons de l'Ensenyament del territori.
- Manual de bones pràctiques en la diversificació del sector pesquer. Pla d'obertura de les llotges.
- Catàleg del mar.
- La Setmana del Mar a les escoles.
- L'estand del peix als campus universitaris.

8.1.4. OBJECTIU 4: INCREMENTAR LA QUOTA DE MERCAT I LA RENDIBILITAT DE LA DISTRIBUCIÓ DETALLISTA

Si bé la quota de mercat de les peixateries és significativa quant a punts de venda, el camí que cal recórrer quant a volums de venda és rellevant.

Amb aquesta direcció i considerant, d'una banda, les tendències de mercat i els hàbits de compra i de consum, i, de l'altra, l'amenaça que suposa la contínua reducció del nombre de peixateries al territori, es proposen dues línies d'actuació.

Alhora, les dues línies estratègiques esmentades es concreten en una bateria de quatre accions, el contingut de les quals es detalla a l'apartat que segueix.

A. Crear un pla de comunicació transversal que impliqui el conjunt d'actors vinculats al consum del producte pesquer.

- L'Espai del Peix i les Especialitzacions.
- Programa per a l'impuls de les botigues fusió.

B. Millorar l'experiència de compra i de consum del producte pesquer.

- IVA reduït.
- Adequació de les captures a l'oferta i la demanda de forma coordinada al conjunt del territori.

8.1.5. PROMOCIONAR, VALORITZAR I IMPULSAR EL CONSUM DEL PRODUCTE PESQUER

Una de les principals problemàtiques del sector és la manca de reconeixement que obté el producte pesquer local en comparació amb el producte d'importació. Aquest fet, juntament amb les consecutives notícies alarmistes vinculades a qüestions de salubritat, se suma a un desconeixement del producte, que és especialment significatiu entre el públic més jove.

Així mateix, el model de negoci de les peixateries no ha evolucionat de forma significativa en les darreres dècades, malgrat que els hàbits de compra i de consum s'han modificat.

Per tot això exposat, es valora com a necessari treballar en un pla de comunicació que aconsegueixi revertir les connotacions negatives vinculades al producte pesquer i, alhora, treballar per a la modernització i per a la millora de l'experiència de compra al punt de venda detallista.

Amb aquests objectius, es plantegen dues línies estratègiques d'actuació, que es concreten en una bateria de catorze accions, estructurades d'acord amb l'esquema que segueix:

A. Desenvolupar nínxols de mercat i models de negoci emergents.

- Reforçar el reconeixement de la marca Peix de Llotja amb l'eslògan "El peix de km 0"
- Ara peix, la revista del peix en paper i en línia amb suplement infantil.
- L'app del peix.
- "El meu peixater de capçalera".
- Màster Peix.
- Patrocini FC Barcelona.
- El youtuber del peix.
- Food trucks de peix per a festivals.
- Descomptes amb el Carnet Jove.
- Peixateries com a espai de vida saludable.

B. Millorar el marge comercial per als diferents agents de la cadena de producció i de distribució del producte pesquer de proximitat.

- Càpsules audiovisuals i continguts especialitzats per als terminals tàctils als punts de venda.
- Ludificació per a infants a les peixateries.
- Impulsar la presència de la primera venda en línia per facilitar la compra als detallistes.
- Replantejar els horaris comercials del Mercat Central del Peix i de les peixateries.

8.2.
Estratègies i Pla d'acció

D'acord amb els cinc objectius plantejats a l'apartat anterior, els quals es concreten en 10 línies estratègiques d'actuació, en aquest apartat es detalla el conjunt de les 38 accions que considera el Pla d'acció.

En cada una de les accions es concreta l'objectiu i l'estratègia a què responen, així com els actors implicats i les actuacions que aquests han de desenvolupar en cada cas. Finalment, s'estableix una prioritat d'actuació que es fixa de l'1 al 5, considerant 1 com a molt prioritària i 5 com a poc prioritària.

8.2.1. Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

8.2.2. Les Organitzacions de Productors de Pesca (OPP)

8.2.3. Centres logístics i concentració de confraries

8.2.4. Revisió dels marcs legals i dels requeriments a què se sotmet el sector pesquer

8.2.5. Formació i suport per a la gestió en línia

8.2.6. Suport a la producció aqüícola i reconsideració del rol del sector pesquer com a sector productiu en sentit ampli

8.2.7. La Guia per a la gestió i el desenvolupament d'activitats de turisme pesquer a les confraries i les Jornades per la Diversificació Sostenible en l'Àmbit Turístic

8.2.8. Actualitzar el model de negoci de les peixateries. Ampliar els serveis i la gamma de productes pesquers a la venda a les peixateries

8.2.9. Desenvolupar el posicionament de les peixateries, també com a especialistes del congelat sense additius

8.2.10. El Gremi com a facilitador de l'actualització del model de negoci

8.2.11. El Gremi com a facilitador de l'ampliació de la gamma de producte i de la millora de l'experiència de compra

8.2.12. Segell de centre o establiment per a la sostenibilitat del medi marí

8.2.13. Visibilitzar l'Agència del Patrimoni Natural i la Biodiversitat

8.2.14. Ajuts per a l'actualització i la sostenibilitat d'embarcacions d'arrossegament

8.2.15. Portes obertes i pràctiques per a futurs mariners

8.2.16. Presència de la professió de pescador als diversos Salons de l'Ensenyament del territori

8.2.17. Manual de bones pràctiques en la diversificació del sector pesquer. Pla d'obertura de les llotges

8.2.18. Catàleg del mar

8.2.19. La Setmana del Mar a les escoles

8.2.20. L'estand del peix als campus universitaris

8.2.21. L'Espai del Peix i les Especialitzacions

8.2.22. Programa per a l'impuls de les botigues fusió

8.2.23. IVA reduït

8.2.24. Adequació de les captures a l'oferta i la demanda de forma coordinada al conjunt del territori

8.2.25. Reforçar el reconeixement de la marca Peix de Llotja amb l'eslògan "El peix de km 0"

8.2.26. Ara peix, la revista del peix en paper i en línia amb suplement infantil

8.2.27. L'app del peix

8.2.28. "El meu peixater de capçalera"

8.2.29. Màster Peix

8.2.30. Patrocini FC Barcelona

8.2.31. El youtuber del peix

8.2.32. Food trucks de peix per a festivals

8.2.33. Descomptes amb el Carnet Jove

8.2.34. Peixateries com a espai de vida saludable

8.2.35. Càpsules audiovisuals i continguts especialitzats per als terminals tàctils als punts de venda

8.2.36. Ludificació per a infants a les peixateries

8.2.37. Impulsar la presència de la primera venda en línia per facilitar la compra als detallistes

8.2.38. Replantejar els horaris comercials del Mercat Central del Peix i de les peixateries



8.2.1. PLATAFORMA INTERSECTORIAL DEL PRODUCTE PESQUER (PIPP)

A. Justificació

Tot l'ecosistema del peix a Catalunya està d'acord sense excepcions en el fet que el peix i tot el sector pesquer en el seu conjunt necessiten més accions de promoció que els posin en valor.

En major o menor mesura, cada una de les parts està realitzant petites accions de promoció, que tenen un abast limitat i poc coordinat, atès que els pressupostos per a aquest capítol acostumen a ser petits.

És manifesta la necessitat de mancomunar esforços i de coordinar les diverses actuacions que es puguin desenvolupar en l'àmbit de la comunicació, per tal que aquestes tinguin un efecte multiplicador i es retroalimentin entre elles.
Per aquesta raó, es proposa la creació de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer (PIPP) com a ens que pugui tenir representació dels diferents actors implicats en el sector i que s'encarregui de coordinar i de gestionar un pla de comunicació que els sigui transversal, coordinat per professionals en l'àmbit de l'estratègia, el màrqueting i la comunicació.

Finalment, cal considerar, en aquest context, l'existència del Clúster Foodservice de Catalunya i del Clúster Alimentari de Mercabarna, els quals esdevenen associacions amb personalitat jurídica i sense finalitat de lucre que tenen com a objectiu promoure i reforçar la competitivitat del sector alimentari. Tanmateix, aquests clústers, a diferència de la PIPP, no s'enfoquen de forma prioritària a desenvolupar i a implementar un pla de comunicació i de promoció específicament concebut per al sector del producte pesquer.

B. Actors Implicats

- Confraries i federacions de confraries.
- Mercabarna, importadors i distribuïdors diversos.
- Gremi de Majoristes del Peix.
- Gremi de Peixaters de Catalunya.
- Equip d'experts en estratègia, màrqueting i comunicació

C. Descripció de l'acció

Es proposa la creació d'un ens que anomenem Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer, que disposarà d'un equip tècnic responsable del disseny i de l'aplicació del Pla de comunicació del peix en els diferents àmbits territorials de Catalunya.

Per tal que les accions que desenvolupin siguin potents i continuades, caldrà disposar dels recursos necessaris, tant humans com materials. En aquest sentit, es considera que el mecanisme per disposar de finançament serà destinar una quantitat de diners per quilo, aplicada tant en la primera venda com en les vendes de tot el producte importat, així com en les transaccions realitzades en el Mercat central del Peix. Aquesta quantitat serà d'entre 3 i 5 cèntims per kg.

La Plataforma, a través de l'equip extern d'experts, serà l'encarregada de coordinar i de desenvolupar el Pla de comunicació transversal del peix i concretament les accions que aquest preveu i que es detallen més endavant.

Malgrat que les funcions de la Plataforma es detallen al llarg del Pla d'acció, a continuació se n'apunten algunes, que mostren la diversitat

d'àmbits que es proposa coordinar des d'aquesta entitat.

- Xarxes socials. Obrir un seguit de perfils a les diferents xarxes per treballar continguts enfocats a dotar de notorietat i de valor el producte pesquer, especialment destinats a seduir el segment de població menor de 30 anys.

- Creació d'un programa tipus Master Cheff, d'àmbit català i dedicat exclusivament al peix. El programa haurà de fer participar de forma prioritària justament les persones que considerem que no són potencials consumidores de peix.

- Acord amb l'Agència Catalana de Turisme, per tal que, dins dels ítems que es mostren i es promocionen de Catalunya, es parli de la seva potència pesquera, de la seva particular idiosincràsia i, de manera molt especial, del peix dins de la gastronomia catalana.

- Tancar un acord promocional amb el Barça, de tal manera que s'expliqui que a la dieta del futbolistes hi ha peix i quines són les seves bondats per a la salut. A la vegada, intentar fer una labor promocional amb els fills dels futbolistes, conjuntament amb els seus pares, i que aquesta campanya pugui tenir un ressò mediàtic.

D. Prioritat

La prioritat és màxima i, per tant, d'1 sobre 5. La importància de disposar d'aquest ens rau en la necessitat de poder desenvolupar el conjunt d'accions recollides al Pla de comunicació que es detalla més endavant, de forma coordinada per garantir-ne el màxim impacte i eficiència.



8.2.2. LES ORGANITZACIONS DE PRODUCTORS DE PESCA (OPP)

A. Justificació

A la Unió Europea, amb dades de finals del 2018, hi ha comptabilitzades més de 200 OPP. D'aquestes, 35 es troben a Espanya. I d'aquestes 35, només n'hi ha una a Catalunya: l'Organització de Productors Pesquers de Sant Carles de la Ràpita.

Les OPP són organitzacions reconegudes per la Unió Europea i, per tant, receptores d'ajuts i d'homologacions. La importància de les OPP queda clara quan veiem quines són les seves funcions, i més encara si considerem el context normatiu actual, en el qual està a punt d'entrar en vigor el nou Fons Europeu i Marítim de Pesca (2021-2017), que amb molta probabilitat dotarà les OPP d'una major visibilitat i reconeixement.

Partint de l'existència de perfils de confraries molt diferenciats i estimant les possibilitats i la necessitat d'incorporar mecanismes per mantenir les seves particularitats, es valora la concentració d'esforços i d'activitats com una oportunitat per millorar la competitivitat del sector pesquer i la seva eficiència i rendibilitat.

Per tot, i considerant les particularitats de les diferents tipologies de pesca i de producte pesquer, es proposa la creació de tres OPP. D'una banda, es proposa la creació de l'OPP del peix blau i l'OPP del peix de tarda, i de l'altra, la de l'OPP de l'aqüicultura. Aquestes, alhora, s'agruparien en l'Associació d'OPP de Catalunya, la qual representaria el conjunt del sector productiu del producte pesquer de Catalunya.

B. Actors implicats

- Llotges de pescadors
- Federacions de confraries
- Grups d'Acció Local Pesquers (GALP)
- Associació Catalana d'Aqüicultura
- Fepromodel

C. Descripció de l'acció

Creació de les tres OPP del peix de Catalunya, en les quals participin els agents indicats al punt anterior, encarregades de la gestió diària de la pesca i de l'aqüicultura, i que contribueixin a augmentar la rendibilitat econòmica dels seus membres, amb un increment del valor afegit, amb una reducció de les despeses, en incórrer en economies d'escala, i amb la creació de plans de producció i de comercialització. Alhora, les OPP treballaran per evitar les captures no desitjades, per eliminar la pesca il·legal, per millorar la traçabilitat i l'accés clar a la informació per part dels consumidors i per adequar l'oferta a la demanda del mercat, tant pel que fa al producte com pel que fa als canals.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5, en paral·lel a la creació de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer, amb la qual es coordinaran per treballar i definir el pla de comercialització.

8.2.3. CENTRES LOGÍSTICS I CONCENTRACIÓ DE CONFRARIES

A. Justificació

La competitivitat i la rendibilitat d'algunes llotges presenten una evolució que en alguns casos en vaticina la desaparició, atesa la reducció de captures i del consum, entre altres aspectes.

Alhora, la concentració del producte pesquer es presenta com un factor rellevant per al client potencial, el qual tendeix a decantar-se per espais de compra en els quals sigui possible adquirir una major quantitat i varietat de producte.

En aquest context, el fet que la concentració de confraries pugui ser plantejada en termes que impliquin una reducció dels costos com a conseqüència de la compartició de recursos i de la deslocalització de l'activitat, deriva en el fet que la concentració de l'activitat pesquera es presenti com una oportunitat per millorar la competitivitat de les confraries.

B. Actors implicats

- Llotges i confraries
- Federacions de confraries
- Grups d'Acció Local Pesquers (GALP)

C. Descripció de l'acció

En la cerca d'un equilibri competitiu de les confraries i partint d'una anàlisi de la facturació i del volum de vendes, se suggereix la concentració i l'agrupament de les confraries:

- d'Alcanar, l'Ametlla, l'Ampolla i Deltebre
- de Barcelona i Badalona
- del Port de la Selva, Llançà i Roses
- de Sant Feliu de Guíxols i Palamós
- de Tarragona i Torredembarra

Atès el nombre de confraries i la ubicació d'algunes de les agrupacions esmentades, es veu adequat valorar la creació d'un centre logístic en dos casos: el de l'agrupació relativa a les confraries d'Alcanar, l'Ametlla l'Ampolla i Deltebre, per una banda, i el de l'agrupació relativa al Port de la Selva, Llaçà i Roses, per l'altra.

Conscients de les reticències que pot generar una iniciativa d'aquestes característiques, es considera adient poder disposar d'ajudes, tant econòmiques com tècniques, que puguin incentivar-la. Així mateix, es valora com a rellevant poder comptar amb el suport dels GALP i de la Generalitat de Catalunya.

D. Prioritat

Prioritat de 4 sobre 5. Les dificultats i oposicions que pot trobar aquesta acció recomanen flexibilitat en el seu plantejament i implementació, tant en l'aspecte conceptual com temporal.



8.2.4. REVISIÓ DELS MARCS LEGALS I DELS REQUERIMENTS A QUÈ SE SOTMET EL SECTOR PESQUER

A. Justificació

La revisió de les normatives i dels requeriments que afecten el sector pesquer es planteja com una eina per superar les dificultats de gestió que genera la càrrega administrativa a què se sotmeten les confraries i els armadors del territori.

Part de la regulació europea i dels requeriments legals del sector en aquest àmbit no diferencien les realitats diverses de l'activitat que es desenvolupa a l'Atlàntic de la que es desenvolupa al Mediterrani. En aquest context, els requeriments als armadors del territori poden esdevenir poc eficients i coherents amb la seva idiosincràsia.

També en l'àmbit estatal, s'han detectat disfuncions rellevants que cal considerar amb deteniment per tal que siguin superades. Concretament, la dispersió d'ens amb competències sobre l'activitat pesquera genera una càrrega de feina administrativa i de gestió que caldria racionalitzar.

Per tots aquests motius, es proposa una revisió dels marcs legals i dels requeriments administratius als quals el sector pesquer ha de donar resposta, per poder adaptar el seu rol a la seva realitat i al seu entorn, mitjançant una atenció i una consideració de les particularitats i de les característiques dels principals actors del sector.

B. Actors implicats

- Confraries i federacions de confraries
- Les OPP del peix
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- Capitanies marítimes
- Direcció General de la Marina Mercant
- Ministeri de Medi Ambient i Medi Rural i Marí

C. Descripció de l'acció

Es proposa la realització d'una trobada entre els representants dels cinc actors implicats, en la qual s'escoltin les necessitats dels uns i dels altres, per tal d'arribar a un consens de mínims que permeti la racionalització i la simplificació dels requeriments que es realitzen a les confraries.

S'entén que la primera fase de treball d'aquesta proposta ha de centrar-se en el marc normatiu estatal, per tal de poder, en segona instància i de la mà de les confraries i les OPP, poder incidir a escala europea en una millora de la normativa generada en aquest àmbit amb incidència sobre el sector.

D. Prioritat

Supeditada a la creació de les OPP, com a mínim en la fase II d'implementació de l'acció, es considera que aquesta acció té una prioritat de 3 sobre 5.



8.2.5. FORMACIÓ I SUPORT PER A LA GESTIÓ EN LÍNIA

A. Justificació

Com a eina per superar les dificultats que es registren a les confraries quant a la gestió de requeriments, presentació de documentació en línia i emplenament de formularis o altres elements, es considera adequat treballar per tal de facilitar la tasca a qui correspongui, ja sigui amb suport extern directe o amb formació.

Concretament, aquesta acció se centra a reforçar les capacitats dels responsables tècnics de les confraries i donar-los un suport específic com a eina per avançar en el camí de la millora en la gestió i l'administració interna de les llotges.

B. Actors implicats

- Confraries i federacions de confraries
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- OPP del peix

C. Descripció de l'acció

Des de les confraries i federacions de confraries, caldrà fer un recull exhaustiu del conjunt de requeriments que es desenvolupen tant de forma ordinària com extraordinària. Un cop realitzat el recull, amb indicació de terminis i de grau de dificultat, caldrà considerar quin és el volum de tasques que requereixen una formació i/o assessorament en línia. A partir de l'informe que en resulti, es podrà engegar una taula de negociació amb el Departament d'Agricultura per avaluar els recursos necessaris per fer front a les millores de gestió.

Algunes alternatives que es valoren com a indicades són, d'una banda, la incorporació de perfils tècnics a les confraries, les federacions de confraries i les OPP i, de l'altra, l'organització periòdica de càpsules formatives enfocades a proporcionar les eines necessàries per autogestionar els requeriments de manera àgil i eficient.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Aquesta activitat es proposa que es realitzi en dues fases. Una primera fase, concebuda com a eina de xoc, centrada en la contractació d'una persona per donar suport en línia i per facilitar els protocols que corresponguin, i una segona fase que s'articuli en funció del que resulti de l'acció anterior *(9.2.4 Revisió dels marcs legals i dels requeriments a què se sotmet el sector pesquer).*



8.2.6. SUPORT A LA PRODUCCIÓ AQÜÍCOLA I RECONSIDERACIÓ DEL ROL DEL SECTOR PESQUER COM A SECTOR PRODUCTIU EN SENTIT AMPLI

A. Justificació

El sector pesquer presenta un potencial de creixement molt significatiu, si es considera el fet que la demanda local supera amb escreix la producció de producte pesquer del territori.

Alhora, l'existència de polítiques enfocades a contenir l'esforç pesquer i una evolució amb tendència a l'estacament dels volums de peix capturats configuren un marc en el qual l'aqüicultura es presenta com el camí que cal seguir per aprofitar l'oportunitat d'augmentar la producció.

Així mateix, també destaca el fet que el pes de la producció aqüícola a Catalunya es presenta molt inferior a les mitjanes espanyoles i europees.

Finalment, és especialment rellevant considerar l'evolució i el creixement exponencial de l'aqüicultura ecològica i l'oportunitat de mercat que representa aquesta especialitat, que és emergent i presenta un potencial molt interessant, que pot ser aprofitat pel sector de la pesca.

En aquest context, potenciar la producció aqüícola esdevé una oportunitat que pot impactar de manera molt positiva en les confraries, i és un camí per diversificar les fonts d'ingressos, reduir la temporalitat i millorar la rendibilitat.

Per tot, es proposa que, des de les administracions competents, s'impulsi l'activitat i que, des de les confraries o ens que les agrupen, es reconsideri el seu rol com a productors de producte pesquer en sentit ampli, més enllà de la pesca extractiva.

B. Actors implicats

- Confraries i les OPP del peix (especialment l'OPP d'aqüicultura)
- Taula del Peix o ens que puguin donar suport en camp científic
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- Grups d'Acció Local Pesquers (GALP)
- Fepromodel
- Associació Catalana d'Aqüicultura (ACA)

C. Descripció de l'acció

L'activitat aqüícola no es pot concebre sense suport tecnològic i industrial ni tampoc sense disposar dels recursos i del coneixement científic i tècnic que fan que aquesta activitat pugui desenvolupar-se de manera eficient, sostenible, rendible i adaptada als diferents entorns on pot operar. És per aquest motiu que es valora com a fonamental que, des del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya, s'articulin programes i ajuts enfocats a propiciar que les confraries de pescadors puguin diversificar la seva activitat per aquest camí.

En aquest sentit, es considera que les OPP poden tenir un paper clau en el procés de diversificació, ja que poden ser ens que facilitin mancomunar serveis, productes i coneixement, per donar suport a les confraries en el procés d'introducció al nou mercat productiu.

Es recomana comptar amb la implicació dels Grups d'Acció Local Pesquers (GALP), com a en-

titats sorgides del Fons Europeu Marítim i de la Pesca, per dissenyar i desenvolupar en el territori, de baix a dalt, les estratègies per a la gestió dels ajuts europeus, i centrar les actuacions i els recursos en les prioritats definides pel mateix territori, entre les quals es troba la diversificació de les activitats pesqueres.

Caldrà prestar una atenció especial a les possibilitats que presenta l'aqüicultura ecològica com a nínxol de mercat amb un gran potencial de creixement i, en aquest sentit, se suggereix que les ajudes puguin incrementar-se per a aquesta modalitat de pesca no extractiva.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Aquesta acció, per la seva complexitat, es proposa que sigui desenvolupada en dues fases. Una primera fase preparatòria, tant del marc legal, per donar suport a la iniciativa, com d'estudi científic, per determinar els espais, les espècies i les tecnologies més adequades per desenvolupar-la.

La segona fase se centrarà en la concessió d'ajuts als projectes que, pel seu plantejament, es considerin més viables, així com a fer-ne el seguiment i la implementació.

8.2.7. LA GUIA PER A LA GESTIÓ I EL *DESENVOLUPAMENT D'ACTIVITATS DE TURISME PESQUER A LES CONFRARIES* I LES JORNADES PER LA DIVERSIFICACIÓ SOSTENIBLE EN L'ÀMBIT TURÍSTIC

A. Justificació

La tendència de les llotges de diversificar la seva activitat i obrir-la al públic, tant local com turístic, és rellevant i clara. Tant és així, que el Decret 87/2012, de 31 de juliol, sobre la pesca-turisme, el turisme pesquer i aqüícola i les demostracions de pesca en aigües marítimes i continentals de Catalunya té per objecte, entre d'altres, regular el turisme pesquer com a activitat complementària del sector, vinculada amb la pesca marítima i l'aqüicultura, que permet millorar o complementar les rendes de les persones que integren el sector pesquer, amb la finalitat d'assolir la diversificació econòmica del sector i la promoció dels seus productes.

Les iniciatives desenvolupades en aquest marc esdevenen una eina útil, no només per obtenir una font d'ingressos extraordinària, sinó també per posar en valor l'activitat pesquera al territori i promocionar el consum del producte local.

Per aquests motius, es proposa engegar un conjunt d'activitats enfocades a propiciar que les diferents confraries del territori puguin diversificar la seva activitat en l'àmbit turístic i comercial, per tal de donar resposta a l'objectiu d'actualitzar i d'adaptar el rol del sector i d'aportar valor més enllà de la pesca extractiva.

B. Actors implicats

- Confraries i OPP del peix
- Confraries convidades de l'àmbit estatal
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya

C. Descripció de l'acció

Aquesta acció es concreta en el desenvolupament de dues activitats.

En primer lloc, es proposa crear la Guia per a la gestió i el desenvolupament d'activitats turístiques sostenibles a les confraries. Els continguts d'aquesta guia se centrarien a descriure diverses categories d'actuacions segons el grau de dificultat i el nivell d'inversió requerida, amb el detall dels procediments necessaris per a la seva posada en marxa. D'aquesta manera, esdevindrà una guia útil i pragmàtica per a les confraries interessades a diversificar la seva activitat en l'àmbit turístic.

La guia es desenvoluparà per encàrrec del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya.

En paral·lel, es proposa la realització de les Jornades per la Diversificació Sostenible en l'Àmbit Turístic, en les quals es podran exposar en primera persona les bones pràctiques i les experiències d'èxit que les confraries hagin desenvolupat en aquest camp. En aquest punt, es considera rellevant considerar dels iniciatives desenvolupades al conjunt del territori espanyol.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Acció no subjecta al desenvolupament d'altres accions prèvies.

8.2.8. ACTUALITZAR EL MODEL DE NEGOCI DE LES PEIXATERIES. AMPLIAR ELS SERVEIS I LA GAMMA DE PRODUCTES PESQUERS A LA VENDA

A. Justificació

Les dades ens confirmen un retrocés del nombre de punts de venda de la peixateria professional i, per contra, el creixement de punts d'expedició de producte pesquer dins de cadenes de mitjà i gran format. Aquest fet és la constatació que els consumidors, per diversos motius, tendeixen a dirigir la compra cap a aquestes tipologies d'establiment.

Les raons són conegudes, i van des de l'horari a la major amplitud de l'oferta de modalitats de conservació i de presentació, passant per la concentració de la compra en un mateix establiment.

En paral·lel, s'observa que la modalitat de congelat acumula una quota de mercat important i que les conserves incrementen el seu pes en el total de les compres.

En aquest context, és imprescindible escoltar les preferències del client i adaptar l'oferta de les peixateries com a especialistes del producte pesquer.

B. Actors implicats

- Peixateries
- El Gremi de Peixaters de Catalunya

C. Descripció de l'acció

Amb els objectius esmentats, es proposa que les peixateries posin a disposició del client una gamma més àmplia de producte pesquer, que consideri els congelats, els preparats i les conserves. Es proposa que, des de el Gremi de Peixaters, s'incentivi aquesta diversificació, a través de l'oferta de recursos formatius o dels materials que puguin ser necessaris.

Finalment, malgrat que es proposen accions concretes en aquesta línia més endavant, es vol esmentar, en aquest punt, que, a imatge i semblança del Centre Interactiu del Peix de Mercabarna, cal portar a terme accions de promoció del peix entre el públic infantil, a través de l'oferta de productes i de serveis que puguin ser atractius per a aquest segment de població. Està demostrat l'increment de consum de peix que es produeix a les famílies amb infants i joves que han passat per espais de divulgació especialitzats en el producte pesquer i la seva cadena de producció.

D. Prioritat

Es valora un nivell de prioritat d'1 o 2 sobre 5.



8.2.9. DESENVOLUPAR EL POSICIONAMENT DE LES PEIXATERIES, TAMBÉ COM A ESPECIALISTES DEL CONGELAT SENSE ADDITIUS

A. Justificació

D'acord amb el que s'ha anat observant al llarg dels diferents apartats del Llibre Blanc, el peix congelat, amb les seves diverses variables, està guanyant quota de mercat. En aquest sentit, si bé és cert que existeixen especialistes de producte congelat, un posicionament de les peixateries com a venedores de productes congelats lliures d'additius pot obrir una línia més de negoci, la qual presenta un valor afegit i una diferenciació positiva respecte als especialistes del congelat.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Peixateries
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa que aquesta acció sigui desenvolupada, en primer lloc, mitjançant una tasca formativa/informativa realitzada pel Gremi, consistent a aportar els darrers coneixements per a la manipulació i la conservació del producte congelat.

En segon lloc, es valora com a positiu que, des del Gremi de Peixaters i amb el suport de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer, es realitzi una tasca comunicativa, divulgativa i promocional d'aquesta nova línia de negoci, a través de les diferents iniciatives i suports de comunicació que es detallen al llarg del Pla de comunicació a les pàgines que segueixen.

D. Prioritat

El desenvolupament de l'especialització esmentada compta amb una prioritat de 2 o 3 sobre 5 i es treballarà de manera conjunta amb l'acció anterior, la qual considera l'impuls d'altres modalitats de conservació i de presentació.



8.2.10. EL GREMI COM A FACILITADOR DE L'ACTUALITZACIÓ DEL MODEL DE NEGOCI

A. Justificació

Tot i que la tradició té un pes important en les decisions que es prenen a les peixateries, de les opinions recollides en el desenvolupament del treball de camp i en coherència amb l'anàlisi del mercat realitzat, s'extreu que l'actualització del model de negoci es presenta com un repte ineludible per a les peixateries.

Si bé actualment algunes peixateries venen per canals diferents al presencial, en totes elles aquesta és una venda anecdòtica. No obstant això, el sector de l'alimentació compta amb quotes de venda en línia molt rellevants.

En aquest context, és del tot imprescindible començar a possibilitar que el consumidor arribi al peix per canals diferents al presencial. És en aquesta tasca que el Gremi ha de poder esdevenir un referent com a facilitador i prescriptor, i assumir la gestió centralitzada de serveis clau per tal que els agremiats puguin fer un pas endavant en aquest àmbit.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Detallistes peixaters
- Empresa externa dedicada al servei a domicili
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Partint del fet que les vendes que es fan de productes peribles per internet a Catalunya representen exclusivament l'1,44% de la quota de mercat i que, tanmateix, la venda de peix a les peixateries per aquest canal resta molt lluny de la xifra esmentada, es proposa actuar en aquest camp per tal de facilitar que els consumidors puguin adquirir producte pesquer a distància.

Es valora com a adient desenvolupar accions mancomunades a través d'una empresa externa que s'encarregui del lliurament a domicili i que conegui la casuística del tractament del peix i les seves particularitats de conservació i de transport. Es recomana que el proveïdor del servei sigui també l'encarregat d'aportar la solució tecnològica per a la compra en línia.

Finalment, i com a eina promocional, se suggereix treballar a través de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer per incentivar la compra en línia i posar en valor les espècies poc conegudes del territori. En aquest sentit, es proposa assignar a cada una d'aquestes espècies un influencer reconegut en el camp de la nutrició i la dietètica. Aquest influencer actuarà com a padrí o padrina de l'espècie durant un temps determinat, s'encarregarà de donar-la a conèixer i vincularà el seu consum amb la possibilitat de comprar-la en línia.

D. Prioritat

Considerem que aquest punt té una prioritat d'entre 2 i 3 sobre 5.


Telstra 4G
1:46 pm
48%
healthy_karma
5
You don't need to exercise your chocolate off.

8.2.11. EL GREMI COM A FACILITADOR DE L'AMPLIACIÓ DE LA GAMMA DE PRODUCTE I DE LA MILLORA DE L'EXPERIÈNCIA DE COMPRA

A. Justificació

Els aspectes que s'aborden en aquest punt responen a un doble objectiu. D'una banda, es pretén donar resposta als hàbits de compra i de consum canviants dels consumidors i, de l'altra, fer-ho de forma àmplia i transversal, amb el suport del Gremi de Peixaters, el qual haurà de desenvolupar un nou rol com a facilitador del procés d'actualització i de renovació del sector detallista del peix.

En aquesta direcció, es proposen dues actuacions. La primera se centra a oferir formació rellevant en digitalització i diversificació, amb uns criteris eminentment pràctics, i la segona està enfocada a desenvolupar la introducció tecnològica al punt de venda per a la millora de l'experiència de compra.

Amb tot, les accions que es proposen a continuació es plantegen com a eines enfocades a afrontar amb millors garanties els canvis en els criteris de consum i en les necessitats dels consumidors.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Peixaters agremiats
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Pel que fa a l'experiència de compra, atès que és freqüent un temps d'espera a la peixateria, es proposa ubicar, al punt de venda, pantalles tàctils que permetin accedir a explicacions sobre les diferents espècies i el seu origen, sobre com cuinar els diferents productes pesquers i sobre altres aspectes que es considerin rellevants per al consumidor. En aquest sentit, cal tenir en compte que al llarg del Pla d'acció s'inclouen propostes concretes de continguts per a aquestes pantalles tàctils, entre les quals destaca la ludificació, pensada per al públic infantil, que propiciï que la compra a la peixateria esdevingui una activitat divertida i educativa per als infants.

En relació amb la formació, es proposa sortir de les dinàmiques formatives més estàndards i recórrer a professionals que puguin aportar coneixements pràctics tant en relació amb els preparats, conserves o sistemes de congelat de peix, com en relació amb la introducció tecnològica al punt de venda o amb la millora de l'experiència de compra de producte alimentari.

En aquest sentit, es proposa la realització de "Fishtours", en els quals els participants visitaran diversos establiments comercials que siguin un referent de la venda de producte pesquer, així com comerços innovadors en el sector de l'alimentació.

D. Prioritat

Es considera que aquestes accions tenen una prioritat de 3 sobre 5. Aquestes accions han de ser coordinades amb l'acció enfocada a actualitzar el model de negoci de les peixateries mitjançant una ampliació de la gamma de productes i de serveis.



9.2.12. SEGELL DE CENTRE O ESTABLIMENT PER A LA SOSTENIBILITAT DEL MEDI MARÍ

A. Justificació

Amb l'objectiu de treballar per contribuir a superar els problemes de sostenibilitat del medi marí com a factor que amenaça la viabilitat del sector del peix i de la pesca, es proposa desenvolupar una estratègia que posi el focus en els valors de sostenibilitat i de preservació dels recursos del medi marí.

D'acord amb aquesta estratègia, es plateja una acció que implica els principals actors del sector que tenen contacte directe amb el consumidor, i que se centra a treballar la responsabilitat social dels centres i dels negocis i, alhora, a conscienciar el consumidor.

B. Actors implicats

- Canal HORECA
- Gremi de Peixaters/peixateries
- Escoles de primària
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- Departament d'Educació
- Fundació o ONG per a la protecció i la neteja del medi marí

C. Descripció de l'acció

Es proposa que, des de el Gremi de Peixaters i amb el reconeixement de l'administració, es creï un segell que reconegui peixateries, restaurants i escoles que compleixin de forma rigorosa els requisits de traçabilitat del peix i que participin amb aportacions voluntàries en la campanya de neteja del medi marí del Mediterrani que es descriu a continuació.

S'entendrà que els centres i els establiments compleixen els requisits de traçabilitat del peix, en tant que el peix que ofereixen als seus clients i alumnes, en el cas dels centres educatius, compta amb algun dels tres distintius que recull l'esborrany del Decret de comercialització. Concretament, es tracta de distintius per identificar el producte pesquer català de proximitat pescat, d'acord amb un model de gestió sostenible, per embarcacions que fan la seva venda a una llotja de Catalunya.

- Peix de llotja: productes frescos de la pesca extractiva i del marisqueig, la primera venda dels quals hagi estat realitzada a través d'una llotja pesquera catalana, i sempre que des de la captura fins al desembarcament o descàrrega no hagin passat més de 24 hores.

- Producte de cogestió: productes frescos de la pesca i del marisqueig que hagin estat capturats dins del marc d'un pla de gestió cogestionat, d'acord amb el Decret 118/2018, de 19 de juny, de model de governança de la pesca professional a Catalunya.

- Venda de proximitat: productes pesquers que hagin estat objecte de venda en favor del consumidor final, amb la intervenció de, com a màxim, una persona intermediària (modalitat de venda directa i de venda en circuit curt).

S'ha considerat adequat estendre aquesta iniciativa als centres de primària, per tal de crear consciència en els infants i en les seves famílies i possibilitar que des de les escoles i/o AMPES s'hi realitzin aportacions. En aquest sentit, s'entén la implicació del Departament d'Educació com a molt recomanable.

Els establiments i els centres comptaran amb els suports de comunicació necessaris per informar de la iniciativa tant internament com al client, als alumnes i a les famílies, a qui donaran l'opció de participar-hi de forma directa, mentre duri el període de recaptació. La campanya s'organitzarà d'acord amb el model de microdonació i es desenvoluparà en línia i de manera centralitzada a tot el territori.

Els centres, entitats i establiments participants rebran el seu segell personalitzat amb la primera aportació i amb la inscripció al registre. La campanya tindrà una durada d'entre 6 i 10 mesos i amb la recaptació se subvencionarà la neteja del fons marí de les costes catalanes, acció que caldrà difondre de manera adequada i treballar amb entitats com Ecoembes, Oceanida, Ecomar, etc.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Sense vinculació ni dependència amb cap altra acció plantejada.



8.2.13. VISIBILITZAR L'AGÈNCIA DEL PATRIMONI NATURAL I LA BIODIVERSITAT

A. Justificació

D'acord amb el raonament plantejat a l'apartat anterior, la visibilització de l'activitat de desenvolupament de plans de gestió respon també a l'objectiu de treballar per contribuir a superar els problemes de sostenibilitat del medi marí com a factor que amenaça la viabilitat del sector del peix i la pesca.

La iniciativa que es planteja en aquest punt es presenta com una eina per aprofitar l'oportunitat i la idoneïtat del moment per visibilitzar la recentment creada Agència del Patrimoni Natural i la Biodiversitat, per tal de contribuir en el desplegament del Decret 118/2018, de 19 de juny, sobre el model de governança de la pesca professional a Catalunya.

B. Actors implicats

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- CESIC, ICADMAR, ICM, Càtedra d'Estudis Marítims i altres actors científics rellevants especialitzats en el medi marí al Mediterrani
- Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat
- Grups d'Acció Local Pesquers (GALP)

C. Descripció de l'acció

Es proposa que, amb el suport de l'administració i en dependència de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat, es treballi per apropar i visibilitzar l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat com a ens de suport a les confraries en el procés de definició dels plans de gestió.

Concretament, es considera adient realitzar jornades informatives que, amb aquest objectiu, puguin tenir lloc a les diverses llotges del territori amb participació dels actors esmentats al punt anterior.

Finalment, es proposa comptar amb la implicació dels Grups d'Acció Local Pesquers (GALP), atès que entre els seus objectius es troba, entre d'altres, la protecció del medi ambient i l'impuls de nous models de participació i de governança.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Acció no subjecta al desenvolupament d'altres accions prèvies.

8.2.14. PRIORITZAR LES AJUDES PER A L'ACTUALITZACIÓ I LA SOSTENIBILITAT D'EMBARCACIONS D'ARROSSEGAMENT

A. Justificació

Atès que s'han detectat bones pràctiques com la de la confraria de Palamós quant a la millora de les embarcacions d'arrossegament per propiciar una pesca sostenible, es valoren de forma molt positiva les mesures enfocades a la renovació de les portes d'arrossegament per unes de disseny hidrodinàmic que redueixen l'impacte sobre el substrat marí.

Si considerem que la iniciativa de Palamós sorgeix del Pla de gestió de la gamba, es creu adequat incentivar i prioritzar aquestes millores tant des dels ajuts del Fons Europeu Marítim i Pesquer, per a la limitació de l'impacte de la pesca al medi marí i l'adaptació de la pesca a la protecció d'espècies, com des de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat.

Aquesta actuació respon a l'oportunitat de treballar per a la millora de la sostenibilitat i evitar la sobreexplotació del medi per tal de garantir la continuïtat i la viabilitat del sector pesquer.

B. Actors implicats

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya.
- Fons Europeu Marítim i Pesquer
- Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat

C. Descripció de l'acció

Es recomana que des del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya es prioritzi, entre d'altres, l'atorgament d'ajuts a les confraries i armadors per a la renovació de les portes hidràuliques de les embarcacions d'arrossegament.

Per la seva part, l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat pot esdevenir prescriptora de la mesura, en tant que consideri adequada la seva inclusió dins dels plans de gestió.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5.





8.2.15. PORTES OBERTES I PRÀCTIQUES PER A FUTURS MARINERS

A. Justificació

Al llarg de tot l'estudi, i explícitament al DAFO, ha quedat palès que un dels punts febles més importants que té en aquests moments el sector pesquer és el relleu generacional, el qual representa una amenaça per a la seva continuïtat futura.

En aquest context, es valora com a imprescindible la implementació de mesures enfocades a atenuar aquesta situació a curt termini i a revertir-la a mitjà i a llarg termini, per tal de modificar el camí i la tendència actual.

En aquest sentit, es proposen diverses accions a les quals es fa referència a les pàgines que segueixen.

B. Actors implicats

- Confraries
- Generalitat de Catalunya
- Municipis

C. Descripció de l'acció

Dins d'aquesta acció, es proposen dues activitats. D'una banda, l'organització de jornades de portes obertes, en les quals els mateixos mariners exposin als joves interessats en la professió en què consisteix i quines són les seves bondats i la seva realitat diària.

D'altra banda, se suggereix que, amb el suport de l'administració pública, es pugui adaptar la normativa per tal de permetre la realització d'un breu període de pràctiques o d'un primer contacte d'entre 3 i 5 dies, previ a la formació reglada.

Es permetria, d'aquesta manera, satisfer la curiositat dels interessats i fer més atractiu l'accés a la professió, en facilitar la incorporació a les tripulacions sense necessitat de passar per un període de tres mesos de formació, que pot acabar esdevenint un fre. El període d'estiu és un bon moment per implementar aquesta mesura, ja que coincideix amb les vacances escolars i amb unes condicions marítimes propícies.

Aquesta acció cal que s'interpreti i que s'acompanyi, també, d'una obertura de l'activitat pesquera a la població en general i, per tant, se suggereix treballar-la amb complicitat amb el municipi.

D. Prioritat

Es considera que aquesta acció té una prioritat de 2 sobre 5.

8.2.16. PRESÈNCIA DE LA PROFESSIÓ DE PESCADOR ALS DIVERSOS SALONS DE L'ENSENYAMENT DEL TERRITORI

A. Justificació

L'acció que es descriu a continuació es planteja en coherència amb la detallada a l'apartat anterior i, per tant, com a eina per donar visibilitat a l'ofici de pescador per tal de garantir-ne la continuïtat.

Per tal que l'ofici de pescador es percebi com una opció més per escollir entre tota l'oferta formativa possible, és necessari presentar-lo en els mateixos àmbits i esdeveniments promocionals, de forma atractiva, amb el detall de continguts i atractius i amb un recorregut professional definit.

B. Actors implicats

- Confraries de pescadors
- Direcció General de Pesca
- Departament d'Educació
- Departament de Treball
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Si bé existeix el Grau Mitja de Formació Marítimo-pesquera, la seva presentació pública no es percep com una porta d'entrada al sector pesquer. Per aquesta raó es considera necessari, com a eina per aconseguir esdevenir una opció de futur per als joves, aprofitar les trobades en les quals milers d'estudiants cerquen definir quin serà el seu futur professional, com són els Salons de l'Ensenyament. Se suggereix, així, fer un esforç comunicatiu en la direcció de mostrar en aquests espais els principals elements positius de la professió i posar en relleu, per exemple, el contacte excepcional amb la natura.

Es proposa que aquests factors puguin quedar recollits en diversos suports promocionals, tant en línia com fora de línia, els quals puguin ser difosos a un estand propi o compartit als Salons de l'Ensenyament del territori.

La Plataforma Intersectorial esdevindrà l'encarregada de la gestió, de la creació i de la difusió dels diversos suports de comunicació, amb la complicitat i la col·laboració de les confraries pel que fa als continguts.

D. Prioritat

Atesa la característica de l'acció i la urgència sectorial, es valora que té una prioritat de 2 sobre 5, així com la necessitat de coordinació amb l'anterior acció descrita.



8.2.17. MANUAL DE BONES PRÀCTIQUES EN LA DIVERSIFICACIÓ DEL SECTOR PESQUER. PLA D'OBERTURA DE LES LLOTGES

A. Justificació

El coneixement d'un sector propicia tenir-lo més present en el nostre dia a dia.

Partint de la premissa anterior i atesa, d'una banda, l'oportunitat que representa la diversificació de fonts d'ingressos per a les llotges i, de l'altra, la necessitat de valoritzar el sector i el producte pesquer, es valora com a interessant propiciar la màxima visibilitat, coneixement, arrelament al territori i apropament de la població a l'activitat de les confraries i al producte pesquer de proximitat.

Alhora, en un moment en el qual és especialment positiu vincular la compra física de productes a factors de caràcter experiencial, l'acció que es proposa a continuació, esdevé rellevant en tant que se centra a transmetre l'experiència de "viure" la vida de la llotja.

B. Actors implicats

- Actors implicats
- Confraries de pescadors
- Governs locals i/o Diputacions
- Agencia Catalana de Turisme
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa la realització d'un manual de bones pràctiques, desenvolupat amb la complicitat i la col·laboració de les confraries i ens locals implicats en els processos de diversificació de l'activitat pesquera centrada en el turisme.

Aquest manual ha de recollir experiències d'èxit, processos i la metodologia que caldrà implementar perquè una llotja esdevingui un recurs turístic rellevant al territori.

Alhora, més enllà de l'àmbit turístic, cal fer arribar el coneixement del sector de forma atractiva als més joves i incrementar el seu interès en la compra del producte pesquer de proximitat.

Es proposa realitzar primerament una acció pilot liderada per la Plataforma Intersectorial, com a ens encarregat de la gestió i de la coordinació de les diferents activitats de comunicació i de promoció. En aquest sentit, es recomana que aquesta acció es desenvolupi en primer lloc a la Llotja de Barcelona, atesa la particular notorietat i reconeixement de la capital de Catalunya en l'àmbit del turisme.

D. Prioritat

Es considera que aquesta acció compta amb un nivell de prioritat de 2/3 sobre 5.

8.2.18. EL CATÀLEG DEL MAR

A. Justificació

L'actuació que es presenta s'enfoca a superar un conjunt de problemàtiques que són diverses entre elles i que van de la manca de relleu generacional al desconeixement del producte, passant per una escassa presència de client jove a les peixateries i una davallada global del consum del producte pesquer.

Les amenaces i els punts febles esmentats deriven, entre d'altres, de la manca de reconeixement del valor de l'activitat pesquera i del producte que se'n deriva, factors que posen en perill la continuïtat i la viabilitat del sector. Per lluitar contra aquests fets, es proposa desenvolupar una tasca de divulgació enfocada a posar en valor l'activitat i el producte pesquer per millorar-ne l'atractiu, el reconeixement i l'arrelament al territori.

Concretament, es proposa desenvolupar accions enfocades a incentivar la visita als 16 espais que hi ha repartits pel territori català amb aquesta intenció.

B. Actors implicats

- Departament d'Educació
- Escoles públiques
- Confraries i direccions dels 16 centres dedicats a la divulgació i a l'arrelament del sector
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa que, amb el lideratge la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer i amb la complicitat de l'administració, es generi i s'editi un catàleg que reculli la informació dels 16 espais repartits pel territori català que actuen com a espai de divulgació i també com a punt de trobada i de reflexió entre el sector pesquer, el món acadèmic i científic i l'administració.

Aquest catàleg, amb la cooperació del Departament d'Educació, es difondrà de manera especial a les escoles, per tal d'incentivar la visita als centres i als museus que, repartits pel territori, tenen la missió de difondre i d'explicar el patrimoni marí català i l'activitat econòmica i social que hi està vinculada.

Per la seva banda, tant les confraries com les direccions i gerències dels centres, museus i espais diversos, hauran d'implicar-se no només en la confecció dels catàlegs, sinó també en la tasca de difusió d'aquests i en l'organització de visites per als escolars.

Finalment, es vol fer esment de la idoneïtat de generar continguts digitals i visites remotes per tal d'apropar els espais i els seus continguts als escolars de les àrees del territori més allunyades de la costa.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Acció no subjecta al desenvolupament d'altres accions prèvies.



8.2.19. LA SETMANA DEL MAR A LES ESCOLES

A. Justificació

Seguint el raonament exposat a l'acció anterior i considerant de forma especial l'escassa presència de client jove a les peixateries i el desconeixement del producte pesquer per part d'aquest segment, es vol promoure un apropament al mar i al producte pesquer dels més petits com a futurs compradors.

D'aquesta manera, es vol donar resposta a l'amenaça que representa la reducció de consum i la manca de client a mitjà termini a les botigues especialitzades en el producte fresc.

B. Actors implicats

- Departament d'Educació
- Escoles públiques
- Els 16 centres dedicats a la divulgació i a l'arrelament del sector
- Gremi de Peixaters
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa promoure, des del Departament d'Educació, la realització de la Setmana del Mar a les escoles, coincidint amb el Dia Mundial del Mar (17 de març), establert per les Nacions Unides per promoure la cura del medi marí.

Durant aquesta setmana, es proposa que es realitzin diverses activitats vinculades al medi marí, com la visita a un dels 16 centres esmentats a l'acció anterior, la realització de tallers a l'escola i la realització d'un concurs intercentres, seguint el model de la Setmana del Mar que es desenvolupa a Eivissa i que arriba, el 2020, a la seva 25a edició. Aquesta iniciativa exitosament consolidada implica i consciencia els alumnes de primària de tota l'illa.

L'organització de les activitats dins dels centres comptarà amb el suport del Departament d'Educació i amb la col·laboració de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer i especialment del Gremi de Peixaters, el qual organitzarà el concurs intercentres en l'àmbit comarcal, amb la col·laboració, si escau, dels centres dedicats a la divulgació, que podran donar suport en l'organització de la jornada d'entrega de premis.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Acció no subjecta al desenvolupament d'altres accions prèvies.



8.2.20. L'ESTAND DEL PEIX ALS CAMPUS UNIVERSITARIS

A. Justificació

Si seguim el raonament exposat a l'acció anterior i considerem l'escassa presència de client jove a les peixateries, es fa evident que el segment dels universitaris esdevé especialment rellevant, atès que bona part d'aquests es converteixen per primera vegada en responsables de la compra. És per aquest motiu, i pel fet que aquest col·lectiu es mostra poc atret per la compra de producte pesquer fresc, que es valora com a rellevant incentivar el consum de peix als campus universitaris.

És essencial que es consideri desenvolupar i difondre la iniciativa amb especial incidència a les xarxes socials, amb èmfasi en aquelles en què les stories tenen més rellevància.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
- Centres universitaris
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa situar periòdicament un estand del peix als campus universitaris. Aquest, a més d'oferir producte cuinat, ha de procurar oferir informació pràctica i dinàmica que permeti als estudiants conèixer la ubicació de les peixateries més properes al campus i al seu lloc de residència, receptes fàcils i ràpides de peix, trucs de cuina, espècies econòmiques i saludables, etc.

Si considerem l'aspecte comunicatiu de l'acció i partim del fet que les stories i la narrativa multimèdia esdevenen codis de comunicació essencials per als joves universitaris, es proposa que les accions promocionals del peix que es realitzin a l'estand ubicat a les universitats es plantegin a partir d'aquesta realitat.

Per tot això, es recomana comptar amb una aplicació per a mòbils que pugui ser descarregada fàcilment en el moment de la visita l'estand, a través d'un codi QR, i que faciliti que el fet de penjar una imatge o una story a la xarxa comporti un obsequi, com pot ser una paperina de peixet fregit llest per ser consumit. L'acció 9.2.28 detalla els continguts i vinculacions d'aquesta aplicació mòbil.

Ateses les diverses vinculacions de l'acció amb altres activitats previstes al Pla d'acció, es proposa la coordinació de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer com a ens amb visió transversal i amb capacitat tècnica i econòmica.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Es recomana que l'acció sigui desenvolupada en coordinació amb el desenvolupament de l'acció *9.2.11* i de l'acció *9.2.28.*



8.2.21. L'ESPAI DEL PEIX I LES ESPECIALITZACIONS

A. Justificació

El format comercial de les peixateries es presenta pràcticament immutable en les darreres dècades. Tanmateix, els hàbits de compra i de consum han canviat radicalment en molts aspectes.

L'acció que es presenta a continuació vol abordar, des d'una òptica innovadora, les febleses i les amenaces detallades al DAFO en aquest sentit, per tal que puguin ser revertides, i vol potenciar que la compra i el consum de peix creixin amb l'adaptació a les preferències del consumidor actual i potencial.

Amb aquest objectiu, es proposa la creació d'una nova tipologia d'establiment més disruptiu.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters
- Peixaters

C. Descripció de l'acció

Considerant que, a més del producte pesquer de captura, existeixen altres modalitats de conservació i tipologies de peix que acumulen grans quotes de mercat o creixements rellevants, es proposen tres possibles especialitzacions que poden acompanyar l'activitat i el posicionament tradicional de les peixateries. Es tracta del peix congelat sense additius, les conserves i el peix ecològic de piscifactoria. En aquest sentit, es recomana que, des del Gremi de Peixaters, s'incentivi el desenvolupament d'aquestes tres possibles especialitzacions.

En paral·lel, se suggereix la creació d'un espai de venda de peix de referència, on puguin desenvolupar-se aquestes especialitzacions per tal d'avaluar l'impacte i l'acollida dels diversos productes entre el públic. El seu assortiment, basat en aquests tres grans eixos, el configurarà com a espai innovador i de referència per al sector.

L'establiment disposarà d'una amplitud i d'una profunditat de gamma de producte significativa, tant en espècies com en presentacions, modalitats de conservació i cuinats. Aquest fet, juntament amb un elevat grau d'integració digital i de recursos tecnològics, el configuraran com un espai per promocionar el consum i definir tendències i hàbits de compra de producte pesquer.

Finalment, aquest establiment haurà de disposar d'un servei de lliurament a domicili i, així mateix, es proposa que s'hi incorporin dispensadors de venda automàtica que puguin donar servei les 24 hores per avaluar-ne l'impacte. Per tot, caldrà la implicació del Gremi i d'un equip de peixaters.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 2 sobre 5.

8.2.22. PROGRAMA PER A L'IMPULS DE LES BOTIGUES FUSIÓ

A. Justificació

Al sector de la distribució s'observa que les botigues fusionen la seva activitat principal amb alguna altra que forma part, de forma tangencial, del seu entorn empresarial i que l'ajuda a reforçar la seva posició en el mercat i a afrontar millor els canvis en el consum.

Seguint aquesta tendència i d'acord amb les debilitats detectades, i especialment les vinculades amb l'escassa presència de client menor de 30 anys, es creu adequat potenciar la creació de peixateries fusió, orientades propiciar una experiència de compra diferenciada.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer
- Peixaters

C. Descripció de l'acció

Es proposa desenvolupar un programa amb diverses sessions de treball i taules rodones entre aquells peixaters, així com amb detallistes d'altres sectors, que en la renovació dels seus punts de venda hagin optat per la creació de nous conceptes de negoci centrats en la creació d'espais de consumició, d'autoservei o de venda de productes o prestació de serveis complementaris o compatibles amb el producte base del negoci.

D'aquestes sessions de treball es derivaran valoracions i el posterior acompanyament o mestratge a aquells que estiguin interessats a seguir vies de renovació similars.

Aquest programa l'organitzarà i el detallarà el Gremi amb el suport de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer.

D. Prioritat

Es considera que aquesta acció té una prioritat de 3 sobre 5.





8.2.23. IVA REDUÏT

A. Justificació

La implantació de l'IVA i dels respectius tipus ha portat a problemàtiques sectorials, ja que un determinat tipus impositiu té una repercussió molt intensa sobre el PVP, i per tant sobre el seu comportament posterior en el consum.

Al llarg de tot el treball de camp, s'ha registrat de forma recurrent la demanda d'un tipus reduït per al peix, ja que, d'aquesta manera, no es trobaria en desavantatge respecte d'altres tipologies de productes de la cadena alimentària.

B. Actors implicats

- Govern de Catalunya
- Confraries i federacions de confraries
- Les OPP del peix
- Gremi de Majoristes del Peix
- Gremi de Peixaters de Catalunya

C. Descripció de l'acció

Es proposa la recollida de suports i de signatures entre els diferents actors del sector, per tal de sol·licitar a l'autoritat fiscal i tributària corresponent l'aplicació d'un IVA reduït, adduint els enormes efectes negatius que està suposant el fet de no disposar d'aquesta taxa reduïda.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 5 sobre 5.



8.2.24. ADEQUACIÓ DE LES CAPTURES A L'OFERTA I LA DEMANDA DE FORMA COORDINADA AL CONJUNT DEL TERRITORI

A. Justificació

Amb l'aprovació del Decret sobre el model de governança de la pesca professional a Catalunya, impulsat des del govern de Catalunya el passat mes de juny, estem sent testimonis de la implementació d'un nou model de governança de la pesca basat en la cogestió pesquera. Aquest context legal esdevé, per tant, una oportunitat per regular de forma precisa, a través dels comitès de cogestió, diversos aspectes que impacten de forma directa en el nombre de captures.

Es considera que cal aprofitar aquesta oportunitat no només enfocada a impulsar una millora en la sostenibilitat del medi marí, sinó també considerant factors de mercat que puguin propiciar equilibrar l'oferta i la demanda al conjunt del territori per tal d'incidir de forma positiva en la temporalitat de la producció i sostenir el preu del producte pesquer en la primera venda. D'aquesta manera, la proposta té per objectiu final millorar o equilibrar el marge comercial per als diferents agents de la cadena de producció i de distribució del producte pesquer de proximitat.

B. Actors implicats

- Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat
- Federació Catalana de Confraries
- Grups d'Acció Local Pesquers (GALP)

C. Descripció de l'acció

Es proposa la implicació de l'Agència de Patrimoni Natural i la Biodiversitat amb la Federació Catalana de Confraries i els GALP per recomanar uns volums de captures a les diverses costes que considerin l'oferta i la demanda del litoral català com un mercat únic, de manera que es propiciï una certa desestacionalització de la pesca de captura i el sosteniment del preu de primera venda. Serà especialment rellevant aquesta coordinació global els dies de pesca anuals.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Acció no subjecta necessàriament al desenvolupament d'altres accions prèvies. Tanmateix, és recomanable que es realitzi amb participació de les OPP.



8.2.25. REFORÇAR EL RECONEIXEMENT DE MARCA PEIX DE LLOTJA AMB L'ESLÒGAN "EL PEIX DE KM 0"

A. Justificació

És palès que una de les prioritats tant del sector pesquer com del detallista és la de disposar d'unes eines i d'uns canals de comunicació i de promoció potents que posin en el valor el producte pesquer de proximitat.

Alhora, la necessitat de dissenyar un pla de comunicació 360º que plantegi una bateria d'accions coordinades que és potenciïn mútuament respon tant a la necessitat de caràcter transversal de fer valer el producte local com a l'oportunitat de dissenyar un discurs comunicatiu capaç de destacar les bondats del producte pesquer local per atraure el segment de població de menors de 30 anys, el qual presenta actualment baixos índexs de compra i de consum d'aquest producte.

En aquest context, es considera adequat impulsar el reconeixement de la marca Peix de Llotja, acompanyant-la d'un eslògan que permeti al consumidor identificar de forma clara el valor de la proximitat. En aquest sentit, es proposa acompanyar la marca amb la frase "El peix de km 0".

B. Actors implicats

- Direcció General de Pesca
- Confraries i federacions de confraries
- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Gremi de Majoristes del Peix
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Sota el lideratge i la coordinació de la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer, encarregada de coordinar i de gestionar el Pla de comunicació del peix, es treballarà per posicionar el producte pesquer local. Per fer-ho, es partirà de la creació d'un eslògan que acompanyi la marca. Així "Peix de Llotja. El peix de km 0" esdevindrà el paraigua sota el qual es desenvoluparà el conjunt d'accions que es proposen en aquest pla.

Cal tenir en compte que aquesta marca paraigua ha de comptar amb perfils a les principals xarxes socials i ha de poder acollir i acompanyar les marques destacades que ja compten amb reconeixement al territori, les quals singularitzen diverses espècies en relació amb localitzacions concretes de la nostra costa (musclo, gamba, llagostí, sípia, anxova, etc.).

Aquesta proposta se centra en el fet que el concepte "km 0" és àmpliament reconegut en el consum d'aliments frescos i aporta un conjunt de valors cada dia més rellevants i apreciats pel consumidor.

D. Prioritat

Es considera que aquesta acció té una prioritat d'1 sobre 5.

8.2.26. ARA PEIX, LA REVISTA DEL PEIX EN PAPER I EN LÍNIA AMB SUPLEMENT INFANTIL

A. Justificació

Dins del Pla de comunicació i en coherència amb la justificació exposada a l'apartat anterior, es planteja desenvolupar un suport que tingui la seva versió tant en línia com fora de línia (en paper) i que s'enfoqui a atraure el client potencial menor de 30 anys.

Cal recordar en aquest punt, a banda del fet que un dels punts febles que es destaca al diagnòstic és la manca de clients joves a les peixateries, que la població infantil cada dia és més prescriptora del consum a les llars. En aquest sentit, es valora com a interessant desenvolupar accions que vagin en la direcció de l'acostament de la població infantil al peix.

B. Actors implicats

- Agencia Catalana del Consum
- Direcció General de Pesca
- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Federació de Confraries
- Gremi de Restauració
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Com en el cas anterior, la Plataforma Intersectorial coordinarà el projecte de creació d'una publicació sectorial amb el consumidor final com a destinatari, amb la doble versió, en paper i en línia, i que tingui un suplement dedicat al públic infantil.

Es recomana que, en el seu inici, la periodicitat d'aquesta publicació sigui trimestral, i que s'ajusti la sortida d'aquesta a les èpoques en què comercialment sigui més interessant incidir. Passat el període inicial d'un any, es valorarà la conveniència de situar la periodicitat en bimestral.

Els continguts de la publicació es consideraran des de tres perspectives: la dels pescadors, la dels peixaters i la dels restauradors. Cada un d'ells aportarà curiositats i coneixements rellevants sobre el producte i el sector, així com els seus comentaris i recomanacions al consumidor.

Alhora, cal considerar que els continguts que es generin per a aquest suport s'usaran també per nodrir l'app del peix i els terminals tàctils, accions que es desenvolupen amb detall a les pàgines que segueixen.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 3 sobre 5.





8.2.27. L'APP DEL PEIX

A. Justificació

D'acord amb els criteris esmentats a les darreres accions i en el marc del Pla de comunicació del peix, es considera rellevant disposar de suports de comunicació moderns i treballar per propiciar una introducció digital i tecnològica vinculada a la distribució i als hàbits de compra i de consum del peix.

En aquest sentit, es proposa generar una app que faciliti informació rellevant del sector del peix i la pesca, i que actuï no només com un element de promoció i apropament al públic jove, sinó també com una eina de fidelització capaç d'aportar avantatges al titular per a la descàrrega i l'ús.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Gremi de Restauració
- Federació de Confraries
- Departaments de la Generalitat de Catalunya implicats
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Com en el cas de la revista Ara Peix, la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer liderarà l'acció, i recollirà les sensibilitats i les propostes dels diferents actors implicats i confeccionarà i coordinarà els continguts de l'app del peix.

Aquesta aplicació, vinculada als continguts audiovisuals relacionats amb l'acció relativa al terminal tàctil, a la publicació Ara Peix i a l'estand del peix als campus universitaris, ha d'ajudar el públic objectiu a conèixer el producte pesquer i ha d'animar-lo a comprar-lo, consumir-lo i cuinar-lo.

D'aquesta manera, l'aplicació s'enfocarà a aconseguir augmentar el consum de peix, aportant curiositats i informació rellevant i d'espècies, característiques i formes de consum, així com la geolocalització de les peixateries.

Aquesta app ha de possibilitar també, a mitjà termini, la realització de la compra en línia i una millora en la traçabilitat del producte pesquer, en la mesura que es faci ús de l'etiquetatge digital.

D. Prioritat

Es considera adequada una prioritat de 3 sobre 5. Cal considerar que aquesta acció està vinculada a bona part de les accions del Pla de comunicació, atès que esdevé un suport idoni per informar el públic i promocionar les diverses accions que es desenvolupen en aquest marc.



8.2.28. "EL MEU PEIXATER DE CAPÇALERA"

A. Justificació

La compra d'alimentació, i especialment del producte fresc, està basada, en bona part, en una delegació de confiança en qui ven el producte. Aquesta confiança és més important com més delicat és el producte.

En el cas del producte pesquer, cal considerar l'existència d'elements afegits que amenacen la bona imatge del producte, com són els missatges alarmistes vinculats a la seguretat alimentària i a la salubritat del peix, els quals apareixen periòdicament als mitjans de comunicació.

En aquest context, es considera important treballar la confiança del client potencial, tant en el producte com en el canal a través del qual s'adquireix. Per aquesta raó, es proposa posicionar el peixater com a conseller, especialment en relació amb els aspectes vinculats a la salut.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Els peixaters
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa la realització de la campanya "El meu peixater de capçalera"/ "La meva peixatera de capçalera", en la qual recollim el testimoni i els consells de professionals, així com declaracions de clients en què es valori la tasca del seu peixater o de la seva peixatera.

Concretament, sota el lideratge de la Plataforma Intersectorial i amb la participació i complicitat del Gremi i dels peixaters, es crearan microcàpsules de vídeo amb missatges curts de 20 segons, que es viralitzaran a les xarxes socials.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 3 sobre 5.





8.2.29. MÀSTER PEIX

A. Justificació

En l'anàlisi de l'entorn i les tendències, es detecta que la cuina compta amb un atractiu destacat per al consumidor. N'és una mostra l'èxit recent de diversos programes televisius al voltant de la cuina i la gastronomia.

Per aquesta raó, desenvolupar una proposta mediàtica de continguts gastronòmics centrada en el producte pesquer es valora com una oportunitat que cal aprofitar.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Gremi de Restauració i xefs reconeguts
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Es proposa la creació d'un programa tipus Master Cheff d'àmbit català, dedicat exclusivament al peix.

Al programa es farà participar persones joves menors de 35 anys que puguin generar empatia entre el client potencial d'aquesta franja d'edat. Així mateix, es proposa fer una versió infantil o familiar del mateix programa.

Es podrà accedir al programa i es promocionarà des de diversos dispositius i canals propis, com són l'app del peix, la versió en línia de l'Ara Peix, els terminals tàctils i les xarxes socials vinculades a la marca paraigua.

El fet que les diverses accions s'interrelacionin i es nodreixin entre elles posa en relleu la necessitat de comptar amb la Plataforma Intersectorial per coordinar el conjunt del Pla d'acció i els diversos actors implicats.

D. Prioritat

Es proposa, en aquesta acció, una prioritat de 3 sobre 5.

8.2.30. PATROCINI FC BARCELONA

A. Justificació

A diverses parts del *Llibre Blanc* es fa referència a la necessitat de la creació de tot un estat d'opinió favorable a la pesca, al mar i al consum de producte pesquer. Amb aquesta finalitat, es plantegen bona part de les iniciatives que recull el Pla d'acció i, també en aquest sentit, es proposa la generació d'aliances estratègiques amb entitats de prestigi reconegut al territori.

L'acció que es descriu a continuació se centra a cercar un patrocini del Futbol Club Barcelona que ajudi a promocionar el producte pesquer, vinculant-ne el consum a la seva marca i als seus futbolistes.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- FC Barcelona
- Direcció General de Pesca
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

A través de la Plataforma Intersectorial, es generarà una aliança estratègica amb el Barça centrada a transmetre la idea que el peix fresc de proximitat té un paper fonamental en la dieta del futbolistes, atès el benefici d'aquest producte sobre la salut.

Es valora com a especialment rellevant poder vincular aquesta promoció als infants, per tal de fomentar el consum entre aquest segment de població.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 3 sobre 5.




FCB

8.2.31. EL *YOUTUBER* DEL PEIX

A. Justificació

Cal considerar la importància de desenvolupar accions enfocades a minimitzar les principals amenaces a les quals el sector ha de fer front. Partint d'aquesta premissa, es planteja seduir el públic menor de 35 anys per tal que incrementi els seus hàbits de compra i de consum de producte pesquer.

Per aconseguir-ho, es valora com a necessari usar canals de comunicació en els quals el contingut esdevingui visual i de ràpid consum i, alhora, emprar missatges frescos, desenfadats i propers, els quals es demostren útils per a la generació d'un estat d'opinió favorable entre el públic més jove.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Gremi de Majoristes del Peix
- Confraries de pescadors
- Agencia Catalana del Consum
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

Mitjançant la Plataforma Intersectorial i amb la implicació especial del Gremi, se cercarà una persona propera al sector del peix i la pesca que tingui uns particulars dots de comunicació per poder crear i desenvolupar un personatge que podrà ser conegut com "el *youtuber* del peix".

El personatge crearà histories curtes, de contingut dinàmic i divertit, i de forma programada, d'acord amb les temporades del peix, es realitzaran petites filmacions d'un màxim de 2 minuts parlant del peix. Caldria que fos un personatge de l'estil del "Miquel de ses taronges".

Els continguts es difondran tenint especialment en compte els formats d'Instagram *stories*, Snapchat i altres xarxes de consum ràpid d'històries.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 2 sobre 5.

8.2.32. *FOOD TRUCKS* DE PEIX PER A FESTIVALS

A. Justificació

Amb l'objectiu de promocionar, valoritzar i impulsar el consum del producte pesquer, i dins del Pla de comunicació transversal, es proposa incidir de forma especial en el públic objectiu jove i, en aquest sentit, ser presents i normalitzar la presència del peix als espais d'oci freqüentats per aquest segment de la població.

B. Actors implicats

- Gremi de Peixaters
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer

C. Descripció de l'acció

La Plataforma Intersectorial s'encarregarà de la compra i de l'adaptació d'un *food truck* del peix que pugui tenir presència als principals festivals de música del territori enfocats a joves menors de 30 anys.

La Comissió Tècnica de la Plataforma serà l'encarregada de coordinar la participació a les diverses fires i festivals, així com les activitats i les promocions necessàries per vincular aquesta acció a altres accions previstes al Pla de comunicació. En aquest sentit, es disposarà d'una promoció per tal que els clients es descarreguin l'app del peix, pengin una *story* a la xarxa social que es consideri convenient, tinguin fulletons informatius o promocionals a disposició dels clients, etc.

El Gremi de Peixaters i les confraries seran els encarregats de proporcionar la matèria primera.

Aquest *food truck* posarà a la venda plats cuinats de peix originals i receptes fusió de diverses cultures, sempre de peix de costa.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Acció subjecta a la creació de la Plataforma Intersectorial, com a ens coordinador del conjunt d'accions previstes al Pla de comunicació transversal.




TAX INC.
ICED AMERICANO $3.75
ICED LATTE $4.40
ICED MOCHA OR ICED VANILLA LATTE $4.90
ICED TEA $3.70
ICED CHOCOLATE $3.70
8AM - 3PM
CUPPLUS
JACKED UP COFFEE

8.2.33. DESCOMPTES AMB EL CARNET JOVE

A. Justificació

Com en el cas anterior, es persegueix l'objectiu de promocionar, valoritzar i impulsar el consum del producte pesquer entre el segment de clients menors de 30 anys, com a eina per superar una de les febleses més rellevants del sector, que és la manca d'atractiu i el desconeixement del producte pesquer per part d'aquest públic objectiu.

Si considerem l'objectiu esmentat i la problemàtica de la qual deriva, juntament amb el fet que la tinença i l'ús del Carnet Jove està molt estès entre la població menor de 30 anys, es valora adequat desenvolupar una acció que vinculi el consum de peix de llotja amb el carnet esmentat com a eina per incentivar-lo.

B. Actors implicats

- Agència Catalana de la Joventut de la Generalitat de Catalunya
- La Caixa
- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer
- Gremi de Peixaters

C. Descripció de l'acció

La Plataforma Intersectorial serà l'encarregada de negociar i de gestionar una aliança estratègica amb l'Agència Catalana de la Joventut i La Caixa, amb l'objectiu que els titulars de la targeta Carnet Jove obtinguin beneficis i descomptes a la xarxa de peixateries agremiades del territori.

Gestionat per l'Agència Catalana de la Joventut, el Carnet Jove té per objectiu contribuir en la promoció i la facilitació dels dos eixos d'actuació del Pla Nacional de la Joventut de Catalunya: l'emancipació i la participació. D'altra banda, a través de diferents propostes i actuacions del "Programa Connecta't" vinculat al Carnet Jove, es promouen aspectes i valors com la participació, la creativitat, la solidaritat, la sostenibilitat, l'europeïtat...

Concretament, se suggereix que, amb la presentació del Carnet Jove a les peixateries agremiades, els divendres a la tarda els joves obtinguin un obsequi en peix de proximitat per la seva compra a les peixateries o un descompte en la compra del Peix de Llotja.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Acció subjecta a la creació de la Plataforma Intersectorial, com a ens coordinador del conjunt d'accions previstes al Pla de comunicació transversal.

8.2.34. PEIXATERIES COM ESPAI DE VIDA SALUDABLE

A. Justificació

Amb una certa regularitat, en els darrers temps han anat apareixent missatges negatius sobre el peix i el seu consum. Moltes vegades l'impacte de les informacions negatives vinculades al producte pesquer ha derivat en el fet que els molts aspectes positius hagin quedat pràcticament eclipsats.

Es considera necessari posicionar el peix i la seva compra i consum justament en el pol oposat.

B. Actors implicats

- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer
- Gremi de Peixaters de Catalunya
- Gremi de Majoristes del Peix

C. Descripció de l'acció

Es proposa que, dins del conjunt d'accions de comunicació, s'obri una línia que posicioni les peixateries com a espais de vida saludable.

Per tal de fer-ho possible, caldrà realitzar un recull de totes les prescripcions i dels beneficis per a la salut que comporta el fet de consumir peix. Aquets beneficis es comunicaran en forma de píndoles informatives, que seran distribuïdes tant a través de l'app del peix com a les xarxes socials i a les pantalles d'informació dels punts de venda.

La coordinació d'aquesta acció serà duta a terme per la Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer.

D. Prioritat

Es considera una prioritat de 3 sobre 5.





8.2.35. CÀPSULES AUDIOVISUALS I CONTINGUTS ESPECIALITZATS PER ALS TERMINALS TÀCTILS ALS PUNTS DE VENDA

A. Justificació

L'establiment físic i la botiga de comerç electrònic no s'haurien de concebre com a canals separats, especialment en el sector del fresc, en què la compra en línia és encara minoritària. Així doncs, és rellevant precisament en aquests comerços el fet de poder oferir al client una experiència de compra amb integració digital.

Alhora, aquesta integració digital cal entendre-la també com una eina enfocada a superar alguns dels principals frens a la compra que s'han apuntat al llarg de l'estudi, com és el desconeixement del producte pesquer, de com cuinar-lo i de com conservar-lo adequadament.

En aquest context, es proposa una actuació enfocada a facilitar a les peixateries les eines i els recursos digitals que donin resposta a aquests frens a la compra, alhora que s'ofereix una experiència de compra positiva, innovadora i de valor al consumidor. S'aprofita, d'aquesta manera, una clara tendència de mercat i de consum per millorar l'experiència de compra, integrant-hi eines de caràcter digital, i per aprofitar els avantatges que cada entorn aporta al consumidor i així augmentar el valor total que se li proporciona.

B. Actors implicats

- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer
- Gremi de Peixaters
- 16 espais de divulgació del peix del territori

C. Descripció de l'acció

Cal destacar, primerament, que el conjunt d'actuacions enfocades al consum han de prioritzar el producte pesquer local.

La Plataforma Intersectorial externalitzarà la producció de capsules de vídeo breus amb continguts relatius a receptes, als peixos de cada temporada i a les seves propietats, a informació sobre els 16 espais dedicats a la divulgació i a informació sobre el conjunt d'actuacions previstes al Pla de comunicació, entre altres informacions que puguin considerar-se d'interès per al client.

Els continguts esmentats seran consultables i visibles a les peixateries mitjançant pantalles tàctils, amb les quals el client podrà interactuar mentre és atès o mentre espera ser-ho. Així mateix, aquests continguts seran compartits i consultables també a través de l'app del peix, la descàrrega de la qual s'incentivarà també des dels terminals tàctils a les peixateries.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Cal considerar la idoneïtat de coordinar aquesta actuació amb el desenvolupament de l'app del peix, atès que els continguts de l'una i de l'altra seran compartits en bona part.

8.2.36. LUDIFICACIÓ PER A INFANTS A LES PEIXATERIES

A. Justificació

Els infants d'avui, com a futurs compradors de peix, esdevenen un públic al qual resulta prioritari poder arribar amb l'objectiu de revertir l'actual situació, en què les persones de menys de 30 anys se senten poc atretes per la compra i el consum de producte pesquer fresc.

Els jocs en línia s'han convertit en una part important de la realitat dels joves a Catalunya i, en aquest sentit, s'observa que el seu rol s'ha anat ampliant, per passar de l'oci a desenvolupar-se de forma creixent en l'àmbit docent, per transformar les experiències dels estudiants i també per despertar el seu interès en els continguts sobre els quals treballen.

En aquest context, la ludificació, entesa com una eina d'aprenentatge per a infants relativa al medi marí, que posi en valor el sector pesquer del territori i el consum i la cuina de peix, es presenta com una oportunitat que cal aprofitar.

B. Actors implicats

- Plataforma Intersectorial del Producte Pesquer
- 16 espais de divulgació del peix del territori
- Gremi de Peixaters

C. Descripció de l'acció

Els espais de divulgació disposen de continguts audiovisuals i interactius que poden esdevenir la base per al desenvolupament de jocs de caràcter divulgatiu sobre el medi marí.

Per la seva banda, la Plataforma Intersectorial seria l'encarregada de recollir els continguts esmentats i d'encarregar el desenvolupament de jocs que, enfocats als infants, treballin en la divulgació dels beneficis del producte pesquer de proximitat, així com de la realitat del sector.

Finalment, aquests continguts es distribuiran a traves de l'app del peix i també a través dels terminals tàctils ubicats a les peixateries del Gremi de Peixaters, i esdevindran un reclam perquè joves i infants participin en la compra als comerços especialitzats.

D. Prioritat

Prioritat de 2 sobre 5. Acció subjecta a la creació de la Plataforma Intersectorial, com a ens coordinador del conjunt d'accions previstes al Pla de comunicació transversal, al desenvolupament de l'app del peix i a la col·locació dels terminals tàctils a les peixateries.



8.2.37. IMPULSAR LA PRESÈNCIA DE LA PRIMERA VENDA EN LÍNIA PER FACILITAR LA COMPRA ALS DETALLISTES

A. Justificació

Actualment, la primera venda en línia és escassa. Concretament, menys d'una de cada quatre vendes es realitzen per aquest canal. Tanmateix, el comerç en línia és una tendència creixent que es configura en el sector com una oportunitat per facilitar la compra als detallistes i impulsar les vendes a les confraries.

En aquest context, es considera adient promoure les mesures necessàries per facilitar els recursos tècnics i econòmics que en facin viable i rendible la implementació.

B. Actors implicats

- Confraries i federacions de confraries
- Les OPP del peix
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya

C. Descripció de l'acció

Amb la necessària complicitat i implicació de les confraries, des de les OPP com a ens que, entre d'altres, tenen per objectiu treballar les economies d'escala per tal de propiciar una reducció de costos a les confraries, se suggereix que es pugui crear una plataforma centralitzada de venda en línia, que possibiliti, per una banda, mancomunar les despeses derivades de la seva creació i manteniment i, de l'altra, que propiciï la gestió d'un crèdit únic per al conjunt de compradors, els quals podran adquirir en una única plataforma una amplia varietat i quantitat de producte pesquer.

Es proposa que, des de la Generalitat, és propiciï l'obtenció d'ajuts per generar la plataforma esmentada, mentre que la complicitat de les confraries, per la seva banda, serà indispensable per a la gestió diària i, en aquest sentit, s'encarregaran de penjar a la web el producte pesquer a la venda.

Caldrà que les OPP estudiïn el sistema pel qual s'estableix el preu de venda, atès que la subhasta remota conjunta pot esdevenir complicada de gestionar, malgrat que ja es tingui experiència en el sistema de forma individualitzada en diverses llotges. En aquest sentit, es proposa que el preu de venda s'estableixi des de les OPP i que es deixi a mans de la confraria el fet de poder retirar el producte de la venda en línia, en cas que les condicions de la venda física així ho aconsellin.

D. Prioritat

Prioritat de 3 sobre 5. Acció subjecta a la creació de les OPP del peix.

8.2.38. REPLANTEJAR ELS HORARIS COMERCIALS DEL MERCAT CENTRAL DEL PEIX I DE LES PEIXATERIES

A. Justificació

Els horaris en els quals treballa el Mercat Central del Peix de Mercabarna, així com els horaris a les peixateries, obeeixen, en aquest moment, més a una herència històrica que a la voluntat de facilitar de compra al consumidor.

Per incentivar el consum, es rellevant que el consumidor final tingui les mateixes facilitats per comprar peix fresc com per comprar qualsevol altre producte fresc d'alimentació. En aquest context, el replantejament dels horaris comercials pot esdevenir una millora clara.

B. Actors implicats

- Mercabarna
- Mercat Central del Peix
- Gremi de Peixaters de Catalunya

C. Descripció de l'acció

Es proposa la realització d'un estudi que determini les alternatives i els efectes d'un canvi en els horaris que en aquets moments són vigents al Mercat Central del Peix i que condicionen l'activitat de les peixateries, intentant realitzar una simulació econòmica i social dels seus efectes.

D. Prioritat

Es proposa una prioritat de 2 sobre 5.




12
11
10
9
8





Aqüicultura - cria o cultiu d'organismes aquàtics amb tècniques encaminades a augmentar, per sobre de les capacitats naturals del mitjà, la producció dels organismes en qüestió; aquests seran, al llarg de tota la fase de cria o cultiu i fins al moment de la seva recollida inclusivament, propietat d'una persona física o jurídica.

Armador - persona física o jurídica que té la responsabilitat sobre la gestió del buc. No és necessàriament el propietari i podria no ser espanyol.

Art - Conjunt d'utensilis que s'utilitzen en cadascun dels sistemes de pesca.

Arts menors - a Catalunya es duu a terme per un grup nombrós de petites embarcacions que utilitzen diverses arts tradicionals que solen ser d'alta selectivitat. Inclou els arts de tresmalls, cadups, nanses, arts de trampes.

Barques d'arrossegament o de bou - utilitzen un mètode de pesca que consisteix a arrossegar una xarxa de pesca a través del fons del mar de manera que el peix queda embossat dins l'art.

Botiga tradicional - aquella que ofereix un gènere ampli de productes, però poc especialitzat a causa de la seva petita dimensió.

Botiga de descompte - són una fórmula comercial de productes d'alimentació caracteritzada per un assortiment limitat, l'aposta per la marca de distribuïdor, una política constant de preus baixos i un control sistemàtic dels costos.

Embarcació pesquera - buc registrat en la Llista Tercera de matrícula dels Registres de Matrícula d'Embarcacions de les Prefectures Provincials de la Marina Mercant. La matriculació en aquests registres implica estar emparat per la legislació espanyola, acollits als drets que aquesta concedeix, i arborar la bandera espanyola. En la Llista Tercera, es registraran les embarcacions de construcció nacional, o importats conformement a la legislació vigent, destinats a la captura i extracció amb finalitats comercials de peix i d'altres recursos marins vius.

Calador - Cadascuna de les zones marines on les embarcacions, en possessió del corresponent permís temporal de pesca, realitzen la seva activitat.

Captures de pesca marítima - aquelles que es realitzen a les embarcacions pesqueres espanyoles en qualsevol calador on pesquin, sigui en aigües nacionals, d'altres països comunitaris, de tercers països o internacionals.

Cargols i bivalves - juntament amb els crustacis i cefalòpodes formen part del que des del punt de vista gastronòmic anomenem marisc. Els mètode de producció d'aquest marisc són, d'una banda, l'aqüicultura i, de l'altra, el marisqueig.

Cefalòpodes - animals de la família dels mol·luscs que es caracteritzen per tenir la closca interna, un cap molt prominent i 8 o 10 tentacles.

Confraries de pescadors - el sector pesquer a Catalunya s'organitza entorn les confraries de pescadors, institucions amb una profunda tradició històrica com són les entitats successores dels pòsits de pescadors i de les antigues associacions i gremis, navegants i pescadors. Són, també, un òrgan de participació democràtica, ja que en formen part tots els professionals del sector pesquer extractiu, tant els amadors com els treballadors.

Crustacis - grup molt heterogeni d'artròpodes que tenen una gran importància pel que fa a espècies pesqueres, ja que pertanyen a aquest grup algun dels mariscs més importants, com són la gamba vermella i l'escamarlà.

Desenvolupament sostenible - el maneig i la conservació de la base de recursos naturals i l'orientació del canvi tecnològic i institucional de tal manera que s'asseguri la contínua satisfacció de les necessitats humanes per a les generacions presents i futures. Aquest desenvolupament sostenible (en els sectors agrícola, forestal i pesquer) conserva la terra, l'aigua i els recursos genètics vegetals i animals, no degrada el medi ambient i és tècnicament apropiat, econòmicament viable i socialment acceptable.

Ecoinnovació – qualsevol nou producte, procés o model de negoci que redueixi l'impacte sobre el medi ambient al llarg del cicle de vida.

E-commerce - un sistema de compra i venda de productes i serveis que utilitza Internet com mig principal d'intercanvi.

Economia blava o creixement blau - en un context d'intensificació i diversificació d'usos econòmics el desenvolupament es produeix de manera ordenada i el creixement en el seu conjunt resulta equilibrat i harmònic.

Embarcacions de cèrcol - van amb un petit bot auxiliar que disposa d'un potent sistema d'il·luminació per atraure la mola de peix al temps que l'encerclador estén la xarxa al seu voltant com una immensa teranyina. A diferència de les altres modalitats, la pesca mitjançant l'encerclament és una activitat nocturna.

Establiment d'aqüicultura – zona delimitada administrativament o conjunt d'instal·lacions situades en un mateix emplaçament geogràfic que, tenint un titular, persona física o jurídica responsable de l'explotació, està facultada per a l'exercici de l'aqüicultura segons es determini en la corresponent concessió i/o autorització.

Flota pesquera – conjunt d'embarcacions que s'utilitzen per a la captura de les diferents espècies.

Grans establiments comercials - establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 i inferior a 2.500 metres quadrats.

Hipermercat - establiment comercial urbà (a Espanya superior a 2.500 m2) que ven béns de consum en sistema d'autoservei.

Llotges pesqueres - el producte pesquer resultat de l'activitat extractiva només es pot desembarcar dins els ports pesquers autoritzats. La primera venda dels productes de la pesca s'ha de realitzar a les llotges d'aquests ports, i la responsabilitat del control de la primera venda recau en els concessionaris d'aquestes llotges, que són les confraries de pescadors.

Mercas – mercats que formen part de Mercasa (Mercats de Proveïment S.A.) i són una xarxa de 32 centres o unitats alimentàries distribuïts per tota la geografia espanyola. En aquests centres se situen empreses majoristes del sector agroalimentari (fruites, hortalisses, peixos, flors i carns) i del sector serveis (activitats complementàries, distribució logística i atenció a usuaris).

Mitjans establiments comercials - establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 800 i inferior a 1.300 metres quadrats.

Omnicanalitat - la integració de tots els canals existents en un mercat i la capacitat d'una empresa per a comunicar, vendre i fidelitzar els seus clients.

Peix blanc - espècies de peix que tenen un contingut més baix en greix (menys d'un 5%) i que es pesquen principalment amb embarcacions d'arrossegament o amb les diferents modalitats d'arts menors.

Peix blau - espècies que tenen un alt contingut en greix (superior al 5%).

Pesca de captura – l'extracció d'organismes aquàtics d'aigües continentals en estat natural o sotmeses a activitats de foment.

Pesca de palangre - consisteix en una línia única i principal ramificada amb línies d'hams connectades a ella. El seu armat depèn del lloc on el peix a atrapar es trobi. El palangre de fons reposa sobre el llit marí. El palangre pelàgic, o de superfície, flota a la deriva en el mar.

Petits establiments comercials - establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda inferior a 800 metres quadrats.

Propietari - persona propietari del buc.

Sistema autoservei – es tracta del sistema de compres on el client agafa directament els productes dels expositors o lleixes, els examina, els compara, els agrupa i els transporta fins a la sortida de l'establiment, on paga l'import de la compra i on hi ha personal exclusivament dedicat a cobrar, essent en moltes ocasions l'únic contacte amb el personal de l'establiment.

Supermercat - establiment comercial urbà (a Espanya inferior a 2.500 m2) que ven béns de consum en sistema d'autoservei.

Tercers països – tots aquells que no formen part de la Unió Europea, per tant, un enviament de mercaderia des de la UE a aquests països tercers es considera una exportació pròpiament dita.

Gràfic 1. Evolució de la producció pesquera per tipologia

Gràfic 2. Distribució de les embarcacions per continent

Gràfic 3. Nombre de treballadors segons tipologia de producció pesquera

Gràfic 4. Evolució de la distribució de les captures d'embarcacions espanyoles per zona de captura

Gràfic 5. Pes de les captures de Catalunya respecte les del mediterrani i del total estatal

Gràfic 6. Evolució de les captures en tones a Catalunya i al Mediterrani

Gràfic 7. Evolució del pes de les captures a Catalunya respecte del total de la Mediterrània

Gràfic 8. Evolució del preu per tona i zona de captura

Gràfic 9. Distribució de les captures de les embarcacions espanyoles per modalitat de conservació

Gràfic 10. Evolució valor de primera venda del producte pesquer segons modalitat de conservació a Espanya

Gràfic 11. Evolució del preu per tona del producte pesquer segons modalitat de conservació

Gràfic 12. Valor en milers d'euros, de les captures d'embarcacions espanyoles per modalitat de conservació

Gràfic 13. Comparativa de l'evolució de la variació interanual del pes de la modalitat de congelat per àmbit geogràfic

Gràfic 14. Evolució de les captures en tones per comarca

Gràfic 15. Evolució del valor de comercialització de les captures en milions d'euros per comarca

Gràfic 16. Evolució del valor per tona per comarca

Gràfic 17. Evolució de les captures en tones per llotja a Catalunya

Gràfic 18. Evolució del valor per tona i llotja a Catalunya

Gràfic 19. Evolució del nombre d'embarcacions per modalitat i àmbit geogràfic (Espanya i Mediterrani)

Gràfic 20. Evolució de la distribució d'embarcacions per modalitat de pesca a Catalunya

Gràfic 21. Variació 2015-2018 de les captures per embarcació i modalitat de pesca

Gràfic 22. Distribució d'embarcacions per modalitat de pesca i àrea geogràfica

Gràfic 23. Evolució de la mitjana de captures per embarcació i àrea geogràfica

Gràfic 24. Evolució de la producció de peixos i mol·luscs marins procedents de l'aqüicultura a Espanya

Gràfic 25. Evolució del valor de peixos i mol·luscs marins procedents de l'aqüicultura a Espanya

Gràfic 26. Evolució de la variació interanual del preu/tona per tipologia, del producte pesquer de producció aqüícola a Espanya

Gràfic 27. Evolució de la producció aqüícola de peixos i mol·luscs a Catalunya

Gràfic 28. Evolució del valor del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya

Gràfic 29. Evolució de la variació interanual del preu per tona del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya

Gràfics 30 i 31. Evolució de la producció en tones del peix i els mol·luscs procedents de l'aqüicultura marina a Catalunya i a Espanya

Gràfic 32. Comparativa de l'evolució de la variació del preu/tona del peix a Catalunya i Espanya

Gràfic 33. Distribució de restauradors i detallistes en pes i volum la facturació de les llotges

Gràfic 36. Evolució del percentatge de captures locals venudes al mercat central, sobre el total de peix capturat a les llotges catalanes

Gràfic 37. Evolució de la producció pesquera a les llotges catalanes i de la seva participació en el conjunt de peix comercialitzat al mercat central

Gràfic 38. Evolució d'establiments comercials a Catalunya durant el 2016-2018

Gràfic 39. Variació interanual d'Empreses a Catalunya i Espanya

Gràfic 40. Variació interanual de persones ocupades a Catalunya i Espanya

Gràfic 41. Evolució dels establiments de comerç al detall i de les persones que ocupa sobre el conjunt del comerç a Catalunya

Gràfic 42. Distribució d'establiments i persones ocupades al comerç al detall respecte el conjunt de comerç d'Espanya

Gràfic 43. Evolució del nombre d'establiments comercials en el sector alimentari a Catalunya durant el 2016-2018

Gràfic 44. Concentració d'empreses i persones ocupades al comerç al detall en el sector català

Gràfic 45. Concentració d'empreses i persones ocupades al sector d'aliments, beguda i tabac

Gràfic 46. Evolució del nombre d'establiments comercials al sector alimentari i amb comercialització de peix a Catalunya durant el 2016-2018

Gràfic 47. Distribució de supermercats segons canal de venda i modalitat de conservació del producte pesquer

Gràfic 48. Distribució de les peixateries agremiades segons si s'ubiquen al mercat municipal o a peu de carrer

Gràfic 49. Distribució de les peixateries agremiades per tipologia i província

Gràfic 50. Distribució de l'agremiat segons perfil demogràfic

Gràfic 51. Distribució de la mostra segons tipologia de punt de venda

Gràfic 52. Distribució del client per franges d'edat i ubicació de la peixateria

Gràfic 53. Grau d'introducció tecnologia al comerç detallista segons tipologia

Gràfic 54. Grau d'introducció tecnològica segons l'existència de botiga online i l'ús de xarxes socials

Gràfic 55. Distribució dels punts de venda segons horaris d'obertura.

Gràfic 56. Distribució de les peixateries segons els serveis oferts.

Gràfic 57. Grau de participació en accions de dinamització comercial segons tipologia de punt de venda

Gràfic 58. Percentatge de clients a les botigues segons edat i si es produeixen accions de dinamització comercial

Gràfic 59. Recompte dels principals problemes i necessitats de les peixateries.

Gràfic 60. Distribució del client segons franja d'edat

Gràfic 61. Distribució del client segons edat i tipologia de botiga

Gràfic 62. Distribució de persones menors de 25 anys segons l'horari de la peixateria

Gràfic 63. Distribució del client per edat i horari comercial

Gràfic 64. Evolució del consum de producte pesquer per càpita en quilos a la UE

Gràfic 65. Evolució de la despesa domèstica en producte pesquer ¡, en milions d'euros a la Unió Europea

Gràfic 66. Evolució de la variació interanual dels preus de venda de l'alimentació, la carn i els productes pesquers a la Unió Europea

Gràfic 67. Evolució de la variació interanual del consum i valor del producte pesquer a la Unió Europea

Gràfic 68. Evolució del consum per càpita de producte pesquer a Catalunya i Espanya

Gràfic 69. Consum per càpita de producte pesquer per Comunitats Autònomes

Gràfic 70. Evolució de la despesa per càpita de producte pesquer a Catalunya i Espanya

Gràfic 71. Evolució del preu mitja del preu consumit a Catalunya i Espanya

Gràfic 72. Evolució del consum de producte pesquer per tipologia a Espanya

Gràfic 73. Evolució del consum de producte pesquer per tipologia a Catalunya

Gràfic 74. Evolució del preu mig del quilo de producte pesquer per tipologies a Espanya

Gràfic 75. Evolució del preu mig del quilo de producte pesquer per modalitat de conservació a Catalunya

Gràfic 76. Consum en quilos per càpita segons l'edat del responsable de la compra a Espanya

Gràfic 77. Distribució del volum de consum de producte pesquer per tipologia de llar a Espanya

Gràfic 78. Consum de producte pesquer per càpita i per cicle de vida a Espanya

Gràfic 79. Distribució del consum per càpita del producte pesquer segons hàbitat de residència a Espanya

Gràfic 80. Distribució de les vendes de producte pesquer per canal de compra a Espanya

Gràfic 81. Evolució de la variació interanual de la distribució de les vendes de producte pesquer per canal de comercialització

Gràfic 82. Preu mitja del producte pesquer per canal de distribució a Espanya

Gràfic 83. Evolució de la variació interanual del preu del producte pesquer segons canal de distribució a Espanya

Gràfic 84. Evolució de la producció de l'aqüicultura ecològica en tones a Espanya

Gràfic 85. Evolució de les vendes de producte pesquer procedent de l'aqüicultura ecològica a Catalunya, en milions d'euros

Taula 1. Evolució de la distribució de la producció pesquera per modalitats i procedència geogràfica en l'àmbit internacional

Taula 2. Evolució en milers de persones per regions i modalitat productiva, del nombre de treballadors dedicats a la producció pesquera

Taula 3. Importacions i exportacions de productes de la pesca i de l'aqüicultura Espanya

Taula 4. Principals variables econòmiques de la pesca marítima i de l'aqüicultura. Espanya- Valors en milers d'euros

Taula 5. Captures d'embarcacions espanyoles. Totals de pes viu (en t) per zona de captura, Espanya

Taula 6. captures en pes a Espanya, el Meditarri i Catalunya i pes de les captures catalanes sobre el conjunt del mediterrani

Taula 7. Valor de les captures de les embarcacions espanyoles per zona de captura

Taula 8. Captures d'embarcacions espanyoles per conservació i grup principal d'espècies.

Taula 9. Valor (en milers d'euros) de les captures d'embarcacions espanyoles destinades al consum humà, per conservació i grup principal (taxonòmic) d'espècies

Taula 10. Evolució del nombre de peix congelat, Catalunya i Espanya (2011-2017)

Taula 11. Captures (en tones) de la pesca marítima, per Comarques de Catalunya

Taula 12. Distribució percentual de les captures de la pesca marítima, per Comarques

Taula 13. Import (en milions d'euros) de la pesca marítima, per Comarques de Catalunya

Taula 14. Captura (en tones) de la pesca marítima, per llotges de Catalunya

Taula 15. Nombre d'embarcacions actives per art de pesca, Espanya

Taula 16. Evolució del nombre d'embarcacions per modalitat a Catalunya

Taula 17. Captures (kg) per modalitat de pesca, Catalunya (2015-2018)

Taula 18. Evolució del nombre d'embarcacions, captures (en tones) i mitjanes per embarcació

Taula 19. Evolució de les tones de producció de peixos marins i mol·luscs a Espanya

Taula 20. Evolució en tones i valor per tipologia de producte a Espanya

Taula 21. tones de producció de peixos marins i mol·luscs a Catalunya

Taula 22. Evolució en tones produïdes i valor de primera venda de peixos marins i mol·luscs procedents de l'aqüicultura a Catalunya

Taula 23. Evolució de les tones de peix comercialitzades a Mercabarna per procedència

Taula 24. Evolució de les tones de marisc comercialitzades a Mercabarna per procedència

Taula 25. Evolució de la participació del producte local en el producte comercialitzat a Mercabarna

Taula 26. Distribució d'empreses, establiments, persones ocupades, ingressos i despeses, per tipologia d'establiment i àmbit geogràfic

Taula 27. Evolució del nombre d'establiments comercials a Catalunya

Taula 28. Pes del comerç del detall català en relació al conjunt del comerç a Catalunya

Taula 29. Pes del comerç del detall català en relació al comerç del conjunt de l'estat

Taula 30. Evolució del nombre d'establiments comercials i pes sobre el conjunt del comerç a Catalunya

Taula 31. Evolució del nombre d'empreses i persones ocupades al comerç en l'àmbit estatal?

Taula 32. Evolució del nombre d'empreses i persones ocupades al comerç al detall de Catalunya

Taula 33. Evolució del nombre d'establiments comercials a Catalunya

Taula 34. Distribució de detallistes de venda de peix a Catalunya per comarca

Taula 35. Distribució de supermercats segons canal de venda i modalitat de conservació del producte pesquer

Taula 36. Evolució de l'oferta comercial a Catalunya segons dimensions del punt de venda

Taula 37. Distribució en valors absoluts i percentuals de peixateries per tipologia de l'espai en el que s'ubiquen i província

Taula 38. Distribució de l'agremiat per franges d'edat

Taula 39. Evolució de la variació interanual del consum per càpita de producte pesquer a Catalunya i Espanya

Taula 40. Variació interanual del preu mitjà dels productes consumits, Catalunya i Espanya

Taula 41. Distribució de la tipologia de producte per volum de consum, Espanya (2011-2018)

Taula 42. Variació del preu mitjà del quilo i del consum per càpita, Espanya i Catalunya (2011-2018)

Taula 43. Evolució de la producció de l'aqüicultura ecològica per comunitat autònoma (2013-2017)

50 Principals espècies pesqueres comercials de Catalunya



Seitó / Anxova
Engraulis encrasicolus



Sardina
Sardina pilchardus



Sorell
Trachurus trachurus



Bonítol
Sarda sarda



Verat
Scomber scombrus



Emperador / Peix espasa
Xiphias gladius



Bacora
Thunnus alalunga



Melva
Auxis rochei



Tonyina
Thunnus thynnus



Lluç
Merluccius merluccius

Sonso
Gymnammodytes cicerelus



Maire / Mare de lluç
Micromesistius poutassou



Pagell
Pagellus erythrinus



Rap
Lophius piscatorius



Orada / Daurada / Moixarra
Sparus aurata



Besuc de la piga / Boga-ravell
Pagellus bogaraveo



Palaia
Citharus linguatula



Congre
Conger conger



Llobarro
Dicentrarchus labrax



Llenguado
Solea vulgaris



Moll roquer / Roger roquer
Mullus surmuletus



Moll de fang / Roger de fang
Mullus barbatus



Bruixa de quatre taques
Lepidorhombus boscii



Lluerna rossa
Trigla lucerna



Mabre
Lithognathus mormyrus



Gall de Sant Pere / Peix de Sant Pere
Zeus faber



Déntol
Dentex dentex



Pagre
Pagrus pagrus



Cap-roig / Escórpora
Scorpaena scrofa



Bròtola / Mòllera pigada
Phycis blennoides



Mòllera / Capellà
Trisopterus minutus



Rèmol empetxinat / Turbot / Rom
Scophthalmus maximus



Anguila
Anguilla anguilla



Mero / Nero / Anfós
Epinephelus marginatus

Llengüeta rossa / Xanguet
Aphia minuta



Sarg imperial
Diplodus cervinus



Veta / Cinta
Cepola macrophthalma



Galera
Squilla mantis



Gamba rosada
Aristeus antennatus



Escamarlà
Nephrops norvegicus

Llagostí
Melicertus (Penaeus) kerathurus

Pop blanc
Eledone cirrhosa

Pop roquer
Octopus vulgaris

Sèpia / Sípia
Sepia officinalis

Calamar
Loligo vulgaris

Cargol de punxes / Cargol punxenc
Bolinus brandaris

Garota / Eriçó / Garoina
Paracentratus lividus

Tellerina
Donax trunculus

Musclo
Mytilus edulis

Ostra arrissada
Crassostrea gigas

Una gran varietat per escollir

Gremi de Peixaters

Generalitat de Catalunya

Més informació a: http://agricultura.gencat.cat/pesca

INCOTUR
CONSULTING