1r Camp de Definició d' actuacions

Agenda Compartida “Lleida, Terra d’Oportunitats”

Març 2026

Camp de definició "Lleida Alimenta"
Març 2026

Agenda Compartida “Lleida, Terra d’Oportunitats”

Esta obra està marcada con CC0 1.0. Para ver una copia de esta licencia, visiten https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/ per Agenda Compartida “Lleida, Terra d'Oportunitats”

PROMOU:

SUPORT EN LA COORDINACIÓ:

ENTITATS COL·LABORADORES:

Contingut

Repte 4 - Lleida Alimenta:.....4

Generar productes/serveis d'alt valor afegit vinculats a la salut i nutrició.....5

1. Introducció i Marc Estratègic Nacional..... 5

2. Participants i Entitats Implicades en el Repte 6

3. Context Territorial i Lògica Sistèmica d'Intervenció..... 7

4. Línies Estratègiques d'Actuació (Estructura del Sistema en el Repte) 10

5. Cronograma i Recursos dels primers 24 mesos: 12

6. Valoració del Coordinador del Subrepte 4.1 12

Annex: Potencials funcionalitats de l' APP Sóc Lleida: 13

Sistema logístic de consolidació i distribució efectiu per a tothom 15

1. Participants / entitats de cada taula 15

2. Marc introductori / punt de partida..... 15

3. Context d'intervenció territorial: emmarcar on es va posar el focus del treball..... 16

4. Principals troballes durant la sessió 17

5. Línies estratègiques d'actuació identificades..... 17

6. Detall de les actuacions més treballades 19

7. Cronograma o lògica d'implementació 20

8. Pressupost estimat (en cas que sigui possible) 20

9. Valoració subjectiva de la subcoordinació 20

Repte 4 - Lleida Alimenta:

Generar productes/serveis d'alt valor afegit vinculats a la salut i nutrició

Sistema logístic de consolidació i distribució efectiu per a tothom

PROMOU: **SUPORT EN LA COORDINACIÓ**

Repte 4 – Lleida Alimenta:
Generar productes/serveis d'alt valor afegit vinculats a la salut i nutrició

1. Introducció i Marc Estratègic Nacional

"Sóc Lleida" és una iniciativa territorial que busca posicionar els aliments d'alt valor nutricional produïts a la província de Lleida com un recurs clau per fomentar l'alimentació saludable de la població i potenciar el turisme gastronòmic local, incrementant la sobirania alimentària de qualitat per al conjunt de la ciutadania. La proposta combina serveis, activitats formatives, assessorament tècnic, validació científica i un segell de qualitat per a productes alimentaris de Lleida, per tal de vincular la producció agroalimentària local amb la salut pública, la innovació i el desenvolupament socioeconòmic del territori. Des de la perspectiva d' AGROTECNIO, el projecte s' ha d' entendre no només com una eina de promoció alimentària, sinó com un instrument per millorar el valor afegit des de l' origen, reforçar la competitivitat del teixit productor i facilitar la transferència de coneixement al mercat i a la ciutadania. Aquesta visió s' ha concebut de forma alineada amb les polítiques nacionals vigents en matèria de canvi climàtic i alimentació:

Pacte d'Estat davant l'Emergència Climàtica (PE): *Sóc Lleida* s'emmarca en els eixos 11 i 13 del PE, que emfatitzen, respectivament, la cultura cívica de la prevenció (educació i participació ciutadana) i la transició ecològica de l'economia. L'Eix 11 reconeix que la resiliència climàtica requereix ciutadans informats i corresponsables; en conseqüència, *Sóc Lleida* promou l'alfabetització climàtica a través de l'alimentació, educant en hàbits alimentaris saludables i sostenibles (p. ex., Dieta Mediterrània, consum local i de temporada) per empoderar la ciutadania en decisions quotidianes amb impacte en salut i sostenibilitat. Per la seva banda, l' Eix 13 impulsa la descarbonització i l' economia circular en tots els sectors, actuant com a palanca en l' àmbit agroalimentari, fomentant pràctiques productives sostenibles, circuits curts de comercialització i reducció del rebuig alimentari, recolzades en la innovació i digitalització per guanyar eficiència sense comprometre la viabilitat econòmica del sector.

Estratègia Nacional d'Alimentació (ENA): Aquest marc nacional identifica el sistema alimentari com a sector estratègic per a la sostenibilitat ambiental, la salut pública i la cohesió territorial. Sóc Lleida trasllada els principis de l'ENA a escala local, integrant clima, alimentació, salut i innovació en una iniciativa concreta. En sintonia amb l'ENA, la proposta promou un model alimentari sostenible, competitiu, adaptat al canvi climàtic i arrelat al territori, però a més orientat a crear productes i serveis de més valor afegit. En actuar en un territori específic, Sóc Lleida facilita el pas "de l'estratègia a la implementació", convertint-se en un cas demostratiu de com traduir objectius d'alimentació i sostenibilitat

en actuacions concretes sobre el terreny. Això genera aprenentatge institucional i ofereix un model potencialment replicable en altres regions rurals agroalimentàries amb característiques similars.

En resum, *Soc Lleida* està fermament alineada amb els objectius nacionals: reforça la cultura preventiva climàtica (Eix 11), accelera la transició ecològica del sistema agroalimentari (Eix 13) i materialitza a Lleida les fites de l'Estratègia Nacional d'Alimentació, posicionant l'alimentació local com a eina clau de resiliència climàtica, sostenibilitat i benestar social.

2. Participants i Entitats Implicades en el Repte

El disseny i implementació de "Sóc Lleida" requereix una àmplia col·laboració publicoprivada, agrupant actors del quintúple hèlix (administracions, acadèmia/centres de recerca, empreses, societat civil i sector ambiental). En particular, el subRet 4.1 de Lleida Alimenta –que se centra a generar productes/serveis locals d'alt valor nutritiu– compta com a entitats coordinadores amb IRBLleida (Institut de Recerca Biomèdica de Lleida) i Agrotecni (centre de recerca agroalimentària). Aquestes institucions lideren la iniciativa en règim de co-lideratge, aportant de forma complementària experiència en salut i nutrició, d' una banda, i en agronomia, innovació agroalimentària, sostenibilitat i connexió amb el teixit productiu, de l' altra.

En el procés de co-creació de *Sóc Lleida* hi han participat 11 experts i representants de múltiples sectors clau, indicant un enfocament integrador des de l'inici. Entre ells s' inclouen investigadors científics, universitat, sector agroalimentari local, professionals de la nutrició, experts en gastronomia, membres de fundacions locals, consultories privades i ciutadans a títol individual:

José Antonio Bonet – Director Agrotecnio

Lucía Hernández – Consultoria Estratègies d'Ecosistèmics per a la Regeneració

Amalia Zapata – Universitat de Lleida

Sara Heaney – Innovacions nues

Romina Polo – GoodBioFoods

Joan Sayós – Sotsdirector IRBLleida

Blanca Salinas – Investigadora IRBLleida

Naila Martínez – Nutricionista Infantil i Divulgadora

Sergi de Meià – Chef; Slowfood km0; President de la Fundació *Coma de Meià*

Adelaida – Ciutadana a títol propi

Elena de Carandini - Presidenta Fundació Comunitària Raimat Lleida

Aquesta diversitat d' entitats garanteix que el repte s' abordi des de totes les perspectives de la cadena de valor alimentària: producció primària, innovació en camp, transformació industrial, distribució, restauració, salut pública, educació, consum i turisme gastronòmic. A més, facilita que els avenços científics es converteixin en propostes concretes i transferibles per a empreses, productors i ciutadania.

A més, l'Administració Pública (Generalitat de Catalunya, Diputació de Lleida i/o ajuntaments) està cridada a jugar un rol fonamental com a facilitador i finançador del projecte, assegurant la convergència amb polítiques públiques i atorgant suport institucional. En conjunt, la governança de *Sóc Lleida* es planteja com una estructura col·laborativa multiactor, amb un nucli coordinador tecnicocientífic i la participació d'empreses, institucions educatives/sanitàries i comunitat local en les diferents fases del projecte.

3. Context Territorial i Lògica Sistèmica d'Intervenció

Lleida ofereix un context idoni per a aquesta iniciativa, en ser un territori amb forta vocació agroalimentària, una base productiva diversa i un ecosistema científic emergent. La província té la capacitat de traçar tota la cadena de valor alimentària –des de la producció primària (camp o granja) fins als efectes dels aliments en la salut humana– gràcies a la col·laboració estreta entre centres d'investigació agronòmica i biomèdica locals. Aquesta característica permet enfocar el repte de forma sistèmica, aprofitant la ciència i la innovació per agregar valor a les produccions pròpies i connectar aquest valor directament amb beneficis per a la població (salut) i el territori (sostenibilitat, identitat i desenvolupament econòmic).

La lògica d' actuació és per tant integral i transversal: Sóc Lleida no és un projecte aïllat, sinó un conjunt coherent de sub-iniciatives interconnectades que aborden el sistema alimentari local des de diferents angles, però amb un objectiu comú: transformar aliments de proximitat en una proposta de major valor nutricional, cultural i econòmic.

Aquest enfocament sistèmic garanteix que les intervencions emmarcades en el subret 4.1 reforcen no només la visió del repte 4, sinó les visions dels altres reptes. Desenvolupar aliments locals més saludables i amb identitat només genera impacte ple si, alhora, la producció millora la seva diferenciació, la restauració i el comerç els incorporen amb orgull i els consumidors coneixen el seu valor i els demanen; d'aquí la necessitat d'intervenir de forma coordinada en producció, transformació, gastronomia, educació del consumidor i turisme. De la mateixa manera, els avenços en recerca nutricional, agronòmica i

tecnològica s' han de transferir al teixit empresarial local perquè sorgeixin nous productes, formats i experiències, alimentant alhora la narrativa turística de Lleida com a destinació saludable. En paraules dels mateixos actors, es tracta de "connectar productors, restauradors, ciència i empreses perquè la salut i la nutrició siguin un motor de generació de valor al territori de Lleida i tota la seva cadena alimentària". Aquesta visió integrada fomenta la corresponsabilitat i cohesió social en el territori, en involucrar agricultors, indústria, sector educatiu, sistema sanitari, sector turístic i ciutadania sota un propòsit compartit.

El full de ruta de *Sóc Lleida* s' articularà en fases, iniciant amb la creació de capacitats i estructures bàsiques, seguida de la implementació de programes pilot en diferents àmbits, per finalment escalar cap a una consolidació territorial:

Fase inicial (8 primers mesos): establir el marc de governança (comitè coordinador, aliances publicoprivades, convenis amb entitats locals) i dissenyar les eines base (definició del segell per a productes d'alimentació "Sóc Lleida" (i els seus requisits: producció local, garanties de sostenibilitat, producte de temporada, etc) planificació del centre o oficina de coordinació i prototipat de l'app i plataformes digitals).

Fase de pilotatge (mesos 9 al 24): llançar experiències pilot de productes amb segell *Sóc Lleida* en mercats locals i cadenes de distribució, implementar programes d'educació nutricional en escoles i activitats de sensibilització comunitària, i involucrar un nombre inicial de restaurants emblemàtics de la província oferint menús amb productes locals saludables. Paral·lelament, posar en marxa l'Oficina Sóc Lleida (unitat gestora i centre d'informació) i desplegar una versió inicial de l'App Sóc Lleida per a l'App a l'Annex.

Fase d'expansió sistèmica (fora del focus d'aquest informe): avaluar resultats dels pilots i ajustar l'estratègia; després escalar les accions reeixides a més municipis i sectors. Per exemple, estendre la xarxa de productors certificats amb el segell, augmentar l'oferta de serveis (per exemple, un hub de salut/nutrició que monitoritzi dietes personalitzades a la població pilot) i integrar *Sóc Lleida* amb iniciatives de turisme gastronòmic a nivell provincial (rutes culinàries, esdeveniments "Taste of Lleida" col·laborant amb la Diputació i el sector turístic).

En conjunt, aquest relat d'intervenció territorial assegurarà que *Sóc Lleida* evolucioni des d'accions llavor fins a transformar-se en un sistema consolidat, en el qual les diferents peces (producció, distribució, consum, salut, turisme, educació) quedin articulades sota una visió comuna de sostenibilitat i salut alimentària a Lleida.

Sóc Lleida promou una transformació coordinada del sistema alimentari local, generant beneficis socioeconòmics, sanitaris i ambientals de llarg termini al territori. Potenciant la producció local sostenible d'aliments saludables i promovent simultàniament el seu consum a través de l'educació, la cultura gastronòmica i el turisme, la població de Lleida pot millorar els seus hàbits alimentaris i el seu benestar, el sector agroalimentari local

obtindrà més valor afegit i resiliència, i el territori en el seu conjunt avançarà en sostenibilitat ambiental i cohesió social.

En termes més concrets, *Sóc Lleida* espera assolir impactes integrals en diverses dimensions:

Salut i benestar públic: afavorir una major adopció de dietes equilibrades (més properes a la dieta mediterrània, amb producte local de qualitat) que puguin contribuir a reduir la càrrega de malalties relacionades amb l'alimentació (obesitat, diabetis, etc.), millorant la qualitat de vida de la població. S'impulsarà la nutrició personalitzada adaptada als diferents estadis de la vida segons la comorbilitat diagnosticada, recolzada sempre en evidències científiques rellevants, de manera que col·lectius específics (persones amb patologies, persones en edat avançada, infants) es beneficiïn d'aliments aconsellats segons les seves necessitats.

Sostenibilitat ambiental i regeneració del territori: conversió progressiva cap a pràctiques agràries més sostenibles (agricultura i ramaderia ecològiques, reducció d'espais químics), foment de productes de temporada i proximitat, i reducció de la petjada de carboni i de residus en la cadena alimentària. La iniciativa pot contribuir a avançar cap a un sistema alimentari més eficient i adaptat al canvi climàtic, alineant la producció de Lleida amb objectius de descarbonització sense perdre competitivitat ni identitat productiva. Així mateix, la revalorització de productes tradicionals i ecològics pot incentivar la regeneració de sòls i la conservació de la biodiversitat agrícola.

Desenvolupament econòmic i cohesió territorial: en crear una identitat alimentària genuïna de Lleida basada en salut i sostenibilitat, la iniciativa pot millorar la competitivitat dels productors locals, obrir nous mercats i nínxols (per exemple, turisme gastronòmic de salut) i generar ocupació qualificada en el medi rural. Es busca millorar l'economia local evitant la fuga de talent, retenint professionals en investigació, gastronomia i nutrició gràcies a noves oportunitats. La creació d'una marca territorial reconeguda (Sóc Lleida) actuarà com a factor de cohesió, reforçant el sentiment de pertinença de la població a través dels seus hàbits de consum i de l'orgull pels seus productes autòctons.

Innovació científica i educativa: Sóc Lleida aspira a establir Lleida com a referent en recerca aplicada en nutrició, sostenibilitat alimentària i innovació agroalimentària. El coneixement generat (per exemple, sobre varietats, maneigs, ingredients i formats de producte amb major valor nutricional) es transferirà al sector productiu i a les polítiques públiques. Paral·lelament, el projecte tindrà un fort component educatiu i cultural, difonent coneixements i pràctiques alimentàries saludables en escoles, famílies, restauració i societat en general, per construir una cultura alimentària més saludable i conscient des de la base.

Visibilitat de l' estratègia implementada des dues perspectives: en primer lloc, identificant el Hub i la plataforma com a eina de formació i educació nutricional i en segon lloc

reconèixer que la marca Sóc Lleida dóna resposta a la necessitat emergent d' adquirir una alimentació saludable.

4. Línies Estratègiques d'Actuació (Estructura del Sistema en el Repte)

Per materialitzar aquesta visió, s' han definit diverses línies estratègiques d' actuació, concebudes com a components d' un sistema integrat dins del Repte. Cada línia aborda un aspecte clau, des de la valorització de producte i la innovació agroalimentària fins a l' educació ciutadana i la connexió amb el turisme, i juntes conformen l' estratègia completa de Sóc Lleida:

Valorització i innovació de productes locals saludables: Implementació d'un segell de qualitat "Sóc Lleida" per distingir aquells aliments produïts a la província que compleixin estàndards nutricionals i de sostenibilitat elevats. Aquesta marca territorial permetrà identificar i promocionar productes amb valor afegit (origen local, producció sostenible i bon perfil nutricional), tant en punts de venda com en restauració. Associat al segell, s' incentivarà la innovació en nous productes alimentaris saludables aprofitant ingredients autòctons, varietats locals i resultats de recerca, amb focus en exemples de referència com la fruita, l' oli d' oliva, els fruits secs o altres productes emblemàtics de Lleida. També es preveu crear lots o "packs" de productes locals saludables dirigits a col·lectius vulnerables (persones grans, joves, poblacions aïllades), facilitant el seu accés a aliments nutritius de la terra. Aquestes accions de valorització i innovació milloren la renda dels productors locals i posicionen Lleida com a origen d' alimentació saludable de qualitat.

Infraestructura de coordinació i coneixement ("Hub" local): Posada en marxa d'una Oficina "Sóc Lleida" física que serveixi com a centre neuràlgic del projecte. Aquesta oficina actuarà com a finestreta única d' informació, acompanyament i capacitació tant per a la ciutadania com per a productors i establiments adherits. Es dotarà inicialment amb 2 o 3 persones encarregades de coordinar les diferents accions, organitzar activitats formatives i fer seguiment dels programes. En paral·lel, s'establirà un comitè expert multidisciplinari integrant nutricionistes, metges de família, investigadors, tècnics agroalimentaris, xefs, educadors i altres professionals rellevants. Aquest comitè aportarà guia científica, validació de continguts i avaluació contínua de les intervencions, incloent-hi la supervisió de pilots amb productes de Lleida i la transferència d' aprenentatges al teixit productiu. La connexió entre les principals institucions locals (Hospital Universitari Arnau de Vilanova, Universitat de Lleida, IRBLleida, Agrotecnio, etc.), les empreses i la ciutadania en aquest hub garantirà una gestió compartida del coneixement i la coordinació intersectorial necessària per a l'èxit del repte.

Digitalització i serveis innovadors al consumidor: Desenvolupament d'una aplicació mòbil "Sóc Lleida" com a eina central per apropar la iniciativa a l'usuari final. En una primera fase, l'app prioritzarà informació clara sobre el segell Sóc Lleida, un localitzador de punts de venda i restauració, i un receptari saludable amb ingredients locals. Sobre aquesta base, podrà evolucionar cap a recomanacions personalitzades i eines de seguiment,

sempre amb criteris de rigor científic, usabilitat i protecció de dades. Juntament amb l'app, es planteja habilitar un servei d'atenció telemàtica (línia o xat de consulta nutricional) atès per professionals, per resoldre dubtes de la població en matèria d'alimentació saludable amb base científica. Aquestes solucions TIC promouran una experiència senzilla, útil i progressivament personalitzada, especialment entre joves i poblacions connectades digitalment.

Educació alimentària i canvi cultural: S' implementarà una estratègia d' educació nutricional i sensibilització pública per assolir canvis de comportament a llarg termini. Entre les accions previstes hi ha l'elaboració d'un receptari de cuina saludable amb productes de Lleida, orientat tant al públic general com a casos específics (per exemple, receptes adaptades a diferents necessitats alimentàries). Aquest receptari, avalat per experts, servirà de base per a tallers de cuina saludable i perquè restaurants locals incorporin plats saludables en els seus menús acompanyats d'informació nutricional. En l'àmbit escolar, es treballarà amb menjadors escolars i centres educatius per potenciar la presència de productes de Lleida en la dieta d'infants i joves, acompanyat de materials divulgatius sobre què menjar i d'on prové aquest aliment. Així mateix, es realitzarà una campanya de conscienciació ciutadana amb cicles de xerrades sobre la importància de l'alimentació local sostenible, aprofitant mitjans de comunicació i xarxes socials, i incloent etiquetats clars en els punts de venda que identifiquin producte local saludable orientat a famílies i joves. En conjunt, aquestes actuacions educatives i culturals busquen revaloritzar el producte local de temporada en la ment del consumidor final, de manera que nutrició, salut i sostenibilitat quedin integrats en la cultura alimentària quotidiana de la regió.

Gastronomia i turisme sostenible al territori: Aprofitant la rica tradició culinària de Lleida, Sóc Lleida col·laborarà amb el sector de la restauració i el turisme per generar sinergies que amplifiquin l'impacte. Es fomentarà la creació d'experiències gastronòmiques vinculades al territori, per exemple, mitjançant rutes d'agroturisme i esdeveniments culinaris que destaquin plats elaborats amb productes locals d'alt valor nutritiu ("Taste of Lleida"). Restaurants, xefs locals i allotjaments rurals seran aliats clau: se'ls animarà a obtenir la certificació Sóc Lleida i oferir menús o paquets gastronòmics saludables amb identitat local, cosa que al seu torn atraurà visitants interessats en turisme gastronòmic saludable. La iniciativa posarà en primer pla la idea que alimentar-se no és només nodrir-se, sinó també salut, cultura i plaer, integrant aquest missatge en la promoció turística per posicionar la província de Lleida com una destinació de turisme gastronòmic saludable únic. Aquesta línia estratègica aportarà dinamització econòmica en zones rurals, en atraure un turisme de qualitat, i reforçarà la imatge de marca de Lleida associada a natura, agricultura sostenible i cuina saludable.

Aquestes línies d' acció funcionen com les peces d' un mateix sistema. La combinació de desenvolupament de producte, coordinació institucional, eines digitals, educació ciutadana i promoció turística permetrà que Sóc Lleida assoleixi un impacte molt més gran que la suma d' iniciatives aïllades. Aquesta arquitectura integral respon a la complexitat

del repte alimentari al territori i senti les bases d' un canvi sistèmic real en la forma en què es produeixen, distribueixen i consumeixen els aliments a Lleida.

5. Cronograma i Recursos dels primers 24 mesos:

Recursos i pressupost: Per executar aquestes actuacions, es contempla un model de finançament mixt, amb predomini de fons públics i la incorporació progressiva d'aportacions privades, patrocinis i col·laboració en espècie d'empreses i entitats locals. El pes exacte de cada font s' haurà de concretar en funció de la convocatòria de finançament finalment seleccionat, però la lògica del projecte és combinar inversió estructural en coordinació, digitalització, comunicació i pilots amb una base de cofinançament territorial. Els principals costos inicials inclouen l'adequació de l'oficina física (equipament i personal), el desenvolupament de l'aplicació mòbil, les reunions d'experts/es per definir el posicionament inicial específic i les accions de comunicació (incloent-hi el disseny de la marca i la seva protecció legal).

En termes d'estimació pressupostària preliminar, la posada en marxa de Sóc Lleida durant els dos primers anys podria requerir de l'ordre de 300.000 – 400.000 €, considerant totes les activitats esmentades en el paràgraf anterior. Aquesta xifra és orientativa i s' haurà d' ajustar quan es concreti l' abast del pilot, la convocatòria de finançament i el nombre de socis implicats, però serveix per dimensionar la magnitud del projecte. Es preveu el desglossament pressupostari següent, a grans trets:

Partida	***Descripció***	***Rang estimat (€)***
Oficina física "Sóc Lleida"	*Adequació de l' espai, equipament bàsic, mobiliari, subministraments*	*20.000 – 30.000*
Personal tècnic	*Coordinació, gestió, formació, suport a productors i ciutadania*	*160.000 – 180.000*
Desenvolupament de l'App mòbil	*Disseny, programació, proves pilot, publicació i manteniment inicial*	*40.000 – 60.000*
Reunions d' experts i comitè tècnic	*Honoraris, logística, coordinació científica i validació de continguts*	*15.000 – 20.000*
Comunicació i marca	*Disseny d' identitat visual, protecció legal del segell, materials gràfics*	*30.000 – 40.000*
Activitats pilot i educatives	*Tallers, receptaris, accions en escoles, campanyes de sensibilització*	*30.000 – 60.000*
Avaluació i seguiment	*Indicadors, informes d' impacte, eines de monitoratge*	*10.000 – 20.000*
	Total estimat	***300.000 – 400.000***

6. Valoració del Coordinador del Subrepte 4.1

La posada en marxa de "Sóc Lleida" és una oportunitat estratègica per aportar valor a la cadena alimentària del territori de Lleida des d'una mirada d'igual a igual entre salut i agroinnovació. La iniciativa tracta d'aglutinar les sensibilitats de les persones que van participar en el camp de definició: salut, sostenibilitat, innovació i desenvolupament econòmic sota una mateixa marca i visió, alineant-se amb les prioritats nacionals i locals actuals. Sóc Lleida pot reforçar la coherència de les polítiques públiques en connectar àmbits tradicionalment separats (agricultura, salut, medi ambient, educació i turisme), i materialitzar objectius nacionals al territori de forma tangible. En altres paraules, el projecte aterra diversos dels postulats del Pacte d'Estat i l'Estratègia Nacional d'Alimentació en una iniciativa concreta a Lleida, convertint la província en un laboratori d'innovació on la forma d'alimentar-nos és palanca de resiliència, sostenibilitat i benestar social.

Sóc Lleida té el potencial de generar un impacte positiu d' ampli abast: millorar la salut dels ciutadans, incrementar la sostenibilitat mediambiental de l' agroalimentació, dinamitzar l' economia rural, oferir noves oportunitats a productors i empreses i projectar una imatge atractiva de Lleida a l' exterior. Fins i tot pot convertir-se en un model replicable més enllà de la província, servint d'inspiració a altres territoris rurals que busquin integrar l'alimentació saludable amb la innovació agroalimentària, l'acció climàtica i el turisme sostenible.

Annex: Potencials funcionalitats de l' APP Sóc Lleida:

1. **Unitat formativa/educacional**
   - Mòduls interactius sobre nutrició saludable, alimentació sostenible i productes locals de Lleida.
   - Continguts validats científicament pel hub de salut i nutrició.
   - Accessibles per a tota la ciutadania, amb enfocament divulgatiu i tècnic.

2. **Seguiment de dietes nutricionals personalitzades**
   - Creació de perfils individuals amb objectius de salut i condicions específiques (diabetis, obesitat, etc.).
   - Recomanacions alimentàries adaptades a cada usuari, basades en productes locals i informació científica veraç.
   - Diari alimentari i alertes per fomentar l'adherència.

3. **Localitzador de productes amb segell "Sóc Lleida"**
   - Mapa interactiu de comerços, mercats i restaurants que ofereixen productes certificats.
   - Filtres per tipus de producte, temporada i rodalia.
   - Escaneig de codis QR per conèixer origen, mètode de producció i petjada ecològica.

4. **Receptari saludable interactiu**
    - Receptes amb productes de Lleida, classificades per temporada, valor nutricional i adequació a patologies.
    - Informació nutricional detallada i suggeriments de menús setmanals.
    - Generació automàtica de llistes de la compra vinculades al localitzador de productes.

5. **Gamificació i comunitat d' usuaris**
    - Reptes setmanals i mensuals amb recompenses digitals.
    - Classificacions, insígnies i fòrums per compartir receptes, assoliments i consells.
    - Moderació per experts per garantir qualitat de la informació.

6. **Integració amb el Hub de salut i nutrició**

    - Seguiment remot per part de professionals (nutricionistes, metges, etc.).
    - Comunicació segura entre usuari i especialista.
    - Tele-monitorització activa i assessorament continu.
    - Organització d' esdeveniments amb translació a la població, des de tres àmbits:
        1. Esdeveniments monotemàtics per a professionals de la salut amb enfocament focalitzat per potenciar certs aliments o fent referència a afeccions concretes, reconeixent noves línies nutricionals, potenciant les qualitats nutritives dels aliments del territori.
        2. Esdeveniments per a associació de pacients, amb necessitats concretes respecte a l' alimentació, identificant possibles alternatives que poden ser òptimes per al seu estat de salut.
        3. Esdeveniments per a la població en general, prioritzant una classificació per etapes de la vida que els aporti consciència i educació nutricional identificant-lo com a estat de salut.

Repte 4 – Lleida Alimenta:
Sistema logístic de consolidació i distribució efectiu per a tothom

1. Participants / entitats de cada taula

Facilitadores: Teresa Fuentes i Alba Secanell (Associació Leader de Ponent)

Nom	Entitat
Natàlia Virgili Riera	BioPonent
Santi Bonet	NOVACOOP MEDITERRANEA (FRUITS DE PONENT I ACTEL)
Lluís Nadal	QUÀLIA
Antonio Sánchez Muñoz	SCMTEAM
Teresa Colell Rullo	DARPA
Toni Alonso	ILERSIS
Eduard Trepat	ARCA
Albert Esteve	aes-consultoria logística (Cambra Valls)
Ricard Lega	Promoció Econòmica Diputació de Lleida
Iris Carnicé	Diputació de Lleida
Marc Talavera	Eixarcolant
Yolanda Alarcón	Consell Comarcal del Segrià

2. Marc introductori / punt de partida

Ens focalitzem en el repte següent:

Repte 4: Com podem potenciar que la gastronomia i la restauració actuïn com a catalitzador de la cadena de valor alimentària de Lleida?

Concretament, en l'obstacle i les accions que es mostren a continuació:

Obstacle 4.2 – Absència d'un sistema logístic de consolidació i distribució efectiu, accessible per a tothom i adaptat als productors petits i mitjans

Actuacions prioritzades

- **Mapejar i reforçar iniciatives petites existents de logística** com a proves pilot (abans de crear un gran hub).

- **Proves pilot per validar la demanda real** (ex.: visitar restaurants, escoles i hospitals i preguntar si comprarien amb una sola trucada/plataforma).
- **Escalar les iniciatives amb èxit** amb inversió pública i privada i adaptar els plecs de contractació pública per prioritzar el producte local.

3. Context d'intervenció territorial: emmarcar on es va posar el focus del treball

Per començar a treballar a partir del repte 4 i de l'obstacle 4.2, vam plantejar la següent pregunta:

➢ **Què necessiten les iniciatives de venda i distribució de productes locals per ser viables i créixer?**

A les taules, van sortir les següents aportacions en relació a la qüestió plantejada:

- **Quines eines els hi fan falta als petits productors perquè puguin comercialitzar de manera efectiva?**

- **Què hem de fer per tenir un sistema alimentari territorialitzat, o sigui, que es consumeixi el que produïm i elaborem al territori?**

Per tant, partim d'aquestes preguntes per començar a treballar i definir la **PROPOSTA DE VALOR** d'un **sistema logístic territorialitzat de venda i distribució de productes alimentaris,** que pugui donar solució a aquestes dues últimes preguntes.

De manera que la PROPOSTA DE VALOR serà diferent per a les persones que poden proveir a aquest sistema logístic o les que en fan ús:

PER AL SECTOR PRODUCTIU que pot proveir al sistema logístic

- Accés a nous clients que de manera individual no poden arribar, per tant, augment de les vendes
- Millora de l'eficiència del procés en tota la cadena de valor, per tant, reducció del preu final del producte.
- Reducció d'intermediaris

PER ALS USUARIS d'aquest sistema logístic (persones compradores)

- Facilitat, ja que es té tot el producte local agrupat
- Comoditat, perquè en una sola comanda tens una gran varietat de productes locals

- Garantia de la qualitat dels productes i de l'origen d'aquests

4. Principals troballes durant la sessió

S'inclouen alguns comentaris generals que van anar sortint, per a tenir-los en compte:

"*Cal abordar tota la cadena de valor, des de la producció fins al consum, no només la distribució.*"

"*No començar el projecte des de l'administració, buscar la realitat dels projectes, què els hi fa falta, i des de les administracions ajudar-los. Projecte pilot no, projecte real que respongui a unes necessitats i que sigui viable.*"

"*Separar-ho de la política, treballar-ho a nivell tècnic.*"

"*Depenent de quin canal, el model de distribució és diferent, ja sigui per accessibilitat, per horaris, per tipus de producte, etc.*"

"No tots els productors hi han de tenir cabuda, han de tenir una "gran" producció per poder donar resposta."

"Com es pot transformar el coneixement de les iniciatives cooperatives que tenim, en un model de governança territorial que impulsi i beneficiï el producte de Lleida?"

"*Posicionament dels productes de Lleida mitjançant estratègia de distribució conjunta amb participació publico-privada.*"

5. Línies estratègiques d'actuació identificades

A partir de les dues dinàmiques que es van realitzar, s'han definit diverses línies d'actuació, dins de les quals s'han incorporat i estructurat les aportacions recollides:

GOVERNANÇA

- Organitzar una taula de treball periòdica a la que caldrà incorporar nous agents claus.
- Nous agents claus a incorporar: Ajuntament de Lleida, PIMES familiars o distribuïdores del territori que ja ho estiguin fent, persones professionals, tècnica del CLUSTER alimentari, actors vinculats al consum.
- Es proposa que les taules de treball siguin temàtiques per evitar mobilitzar sempre a tots els actors.
- Disposar d'un bon lideratge .

- Definir bé el rol de cadascú i el grau de participació, sobretot de l'administració pública.

ENXARXAMENT

- Fomentar la col·laboració entre productors, promovent una visió compartida que transformi la competència en oportunitat, sempre des d'una cooperació viable i realista.
- Enxarxar les xarxes i les iniciatives que ja existeixen, i que cooperin entre elles.
- Buscar aliances entre el sector convencional i l'ecològic.
- Fomentar l'organització dels productors, especialment en la planificació de les produccions.
- Establir aliances amb supermercats que aposten per això i que són del territori: Plus, Bon Àrea.

COMUNICACIÓ

- Definir què és LOCAL.
- Explicar bé el relat (a nivell d'origen).
- Considerar el valor de marca com un element estratègic: els valors percebuts pel consumidor tenen més pes en la decisió de compra que els segells o el preu
- Definir què es prioritza i com: ecològic, proximitat, DO...
- Formació en clau gastronòmica i pedagogia a la ciutadania.

CERTIFICACIÓ/POLÍTICA

- Certificar per les bones pràctiques que facin els comerços o els que participen, per exemple, per la seva política de compres (enlloc de crear una certificació més per als productors).
- Definir un bon sistema normatiu, d'auditories i d'inspeccions per evitar fraus.
- Impulsar una bona política pública d'incentius.
- Compromís per una compra pública real.

DADES/ESTUDIS/EINES

- Analitzar la quota de mercat i la demanda per definir amb precisió el públic objectiu. En el cas de les petites botigues (estudi fet per Singulars) la quota de mercat podria arribar al 10-15%.

- Disposar de dades sobre els productes importats per identificar oportunitats de producció local.
- Escollir quins productes són viables per començar.
- Optimitzar les rutes de distribució.
- Explorar nous mercats per ampliar les oportunitats de comercialització.
- Distribucions parcials, no tots els agents canalitzarien la totalitat dels seus productes a través d'aquest sistema, sinó només una part.
- Garantir preus justos per tota la cadena de valor.
- Incorporar la digitalització per millorar l'eficiència i la coordinació del sistema logístic.
- Cessió d'espais públics per impulsar centres logístics o infraestructures compartides. Els espais donen identitat a un projecte.
- Posar-ho fàcil (pels restaurants), eines que et permetin consultar les fitxes tècniques dels productes, la traçabilitat, fer cerques i consultes.

6. Detall de les actuacions més treballades

Ens vam posar com a objectiu el següent:

➢ **En un termini de dos anys, comptar amb una xarxa compartida que permeti integrar un 25% de producte local en els diferents canals.**

Per tant, les actuacions a curt termini que s'haurien de realitzar, serien les següents:

- **Crear una o vàries taules de treball per temàtiques** incorporant els nous agents. Hi ha el dubte de qui lidera tot aquest procés, com obtenir segons quins contactes, etc. I sobretot, donar-li continuïtat.
- **Escollir un producte i un canal** per començar a fer proves. Es tractaria d'identificar un producte amb un volum de producció elevat i amb una necessitat compartida entre els productors de comercialitzar-lo conjuntament, com podria ser alguna fruita específica. L'estructura ja existeix: a través de BioPonent, els productors s'estan organitzant per vendre de manera conjunta fruita i verdura ecològica.
- **Disposar d'un/a bon/a comercial** per negociar i vendre el projecte.
- **Identificar quines persones i agents poden aportar aquest coneixement** — distribuïdores, comercialitzadores o PIMES del territori que ja ho estiguin fent, o casos d'èxit— i parlar-hi. Buscar interlocutors clau a qui explicar el projecte. També cal pensar qui parla en nom de tots/es (definir-ho a la taula de governança) i anar generant confiança, anant un a un de manera més propera i informal.

- Disposar de recursos per rebre l'**assessorament d'una persona comercial de la mitjana o gran distribució**.
- **Fer el contacte amb el Clúster Food Retail de Catalunya** per explicar-li el projecte.

7. Cronograma o lògica d'implementació

En referència les actuacions que s'han definit, lògica d'implementació seria la següent:

1. Identificar els nous actors clau i fer els contactes pertinents.
2. Determinar les temàtiques específiques de les taules de treball.
3. Programació i execució de les primeres taules, les quals haurien d'acabar amb accions concretes.
4. Buscar finançament per a la contractació de la persona comercial i per als assessoraments externs.
5. Execució d'una primera experiència pràctica que permeti testar la viabilitat de la comercialització conjunta entre productors, mitjançant la selecció d'un producte concret i un canal determinat. Aquesta prova ha de servir per validar el model, identificar oportunitats de millora i establir les bases per a una possible escalabilitat.

8. Pressupost estimat (en cas que sigui possible)

A continuació es defineixen els recursos necessaris a curt termini:

Recursos humans

- **Coordinació del projecte:** identificació i captació de nous agents, convocatòria i dinamització d'espais de treball (taules i reunions), seguiment i execució de les accions previstes. Cost estimat: **40.000 €/any**.
- **Responsable comercial:** desenvolupament i gestió de l'estratègia comercial. Cost estimat: **40.000 €/any**.
- **Assessoraments externs:** suport especialitzat en àmbits com la distribució i logística, la comercialització o la comunicació. Cost estimat: **50.000 €/any**.

9. Valoració subjectiva de la subcoordinació

Es valora positivament el perfil dels agents participants al Camp de Definició, especialment en un context de baixa participació derivat de l'elevada dispersió d'activitats del sector. Tot i que es van identificar clarament alguns actors rellevants absents —fet que es planteja

com a línia de treball futura—, es considera que hi havia un bon equilibri en la representació.

El repte plantejat respon a una necessitat real del sector, i es veu reforçat per l'existència d'iniciatives col·lectives de productors que ja estan avançant en aquesta direcció. Es tracta, per tant, d'un moment especialment favorable, amb una clara voluntat tant per part del sector com de l'administració per impulsar aquest tipus d'accions. No obstant això, cal tenir en compte que es tracta d'un àmbit complex i multifactorial.

En aquest sentit, el desenvolupament del repte està fortament condicionat per la dinàmica dels mercats i, especialment, per les decisions de compra de les persones consumidores. Els hàbits de consum, sovint determinats per factors com el preu, la comoditat i el poder adquisitiu, representen un element clau i, alhora, una de les principals dificultats, ja que impliquen canvis d'hàbits sobre els quals és complex incidir.

Lleida, març 2026