



PROYECTO DE COOPERACION

**ACERCAMIENTO RURAL-URBANO. Poniendo en valor la agricultura y productos locales. Fase 1**

DE MENDINET AL AMPARO DE LA SUBMEDIDA 19.3. PREPARACION E IMPLEMENTACION DE ACTIVIDADES DE COOPERACION DEL GAL

Arkaute, 29 de mayo de 2020



## INDICE

1.- Proyecto (título)	3
2.- Descripción del proyecto	3
3.- Antecedentes del proyecto	3
4.- Justificación y Enmarque estratégico	4
5.- Objetivos del proyecto	7
6.- Líneas de actuación	7
7.- Resultados esperados	8
8.- Ambito de cooperación y posibles socios	8
9.- Presupuesto	9
10.- Financiación	9
11.- Cronograma	9

### **1.- Proyecto (título)**

ACERCAMIENTO RURAL-URBANO. Poniendo en valor la agricultura y productos locales. Fase 1

### **2.- Descripción del proyecto**

El presente proyecto “Acercamiento RURAL-URBANO. Fase 1”, recoge en su planteamiento acciones para un acercamiento del ámbito rural y el urbano; valorizando la agricultura y los productos agroalimentarios locales, así como el modo de vida rural. De esta manera vinculando al paisaje, la economía, la cultura y las tradiciones del territorio.

Los llamados tradicionalmente espacios rurales se están redefiniendo globalmente y de manera particular en Europa. Nos encontramos ante una serie de transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales de los sentidos que dan lugar a nuevas ruralidades.

Así pues, crear vínculos fuertes de apoyo mutuo entre los entornos rurales y urbanos, es clave para lograr un desarrollo inteligente, circular e inclusivo para un territorio sostenible. Fortaleciendo la colaboración regional, la interdependencia y la interconectividad.

Los entornos urbanos, dependen del ámbito rural para su abastecimiento de bienes de consumo, de fuentes de energía y de servicios ambientales. Por su parte, el entorno rural cuenta con un alto grado de dependencia del ámbito urbano en lo que se refiere a los flujos de servicios especializados, el comercio y la venta de los productos.

El proyecto pretende tejer sinergias entre las comunidades rurales y urbanas, ofrecer espacios de diálogo, crear espacios de intercambio y dinamización así como promover la concienciación y sensibilización en torno a los productos agroalimentario locales y su consumo, junto con la divulgación del conocimiento y el reconocimiento del medio rural. A su vez, tiene como fin incentivar la creación de actividades económicas en el territorio a partir de la promoción y la comercialización del producto agroalimentario local, y de la sinergia con el comercio de proximidad.

Cabe señalar que se trata de un proyecto faseado, que se lanza este año 2020 con vocación de continuar con nuevas acciones los próximos años. Las acciones que se recogen en el punto 6 de la memoria son las que se abordarán en esta primera fase.

### **3.- Antecedentes del proyecto**

El escenario actual de crisis sanitaria, nos muestra que el COVID19 se ha convertido en el segundo shock económico financiero tras la crisis financiera de 2008. A estas dos crisis se unen otros desafíos globales como el climático y el migratorio. En el caso de que se prolongue, nos encontraremos ante un escenario posible en el cual los retos se dimensionan en los siguientes cuatro ejes: la desglobalización, el nuevo comportamiento del cliente, el incremento de la seguridad y los nuevos hábitos de consumo.

La adaptación de estos retos, y convertirlos en oportunidades en el ámbito rural nos lleva a formular estrategias y sinergias, en las que confluyan distintos agentes del ecosistema agroalimentario y desarrollo rural para responder a la nueva demanda y productos y servicios de proximidad se ha generado, y fomentar entre otros, “sistemas alimentarios territorializados”.

#### **4.- Justificación y Enmarque estratégico**

##### **Justificación**

La gravedad y rapidez en la expansión de la pandemia conlleva la necesidad de adoptar medidas excepcionales, que afectan a la cotidianidad de la población de manera general y que, en muchos casos, tienen que ver con la alimentación.

Resulta clave que los poderes públicos centren sus esfuerzos en hacer llegar una alimentación adecuada a toda la población: saludable, sostenible y local y de temporada y segura.

En segundo lugar, las medidas de aislamiento y cierre de flujos nos llevan a resaltar el papel de la provisión de alimentos en el entorno local, de cara a la seguridad alimentaria. Es necesario fortalecer y proteger las pequeñas producciones agroalimentarias sostenibles de proximidad.

El refuerzo de los tejidos económicos locales y sostenibles es una forma de adelantarnos en la reconstrucción. Estos tejidos locales de producción y distribución, de apoyo entre personas en un mismo territorio, son los que están sosteniendo las muchas situaciones. Esta situación, muestra la necesidad de centrar esfuerzos en fortalecer los canales de distribución de proximidad, incluyendo los mercados de abastos y de calle, las asociaciones de consumo y el pequeño comercio. A su vez, sería necesario enfocar una compra pública para la ayuda alimentaria que fortalezca la producción y distribución locales, que son las que aportan empleo estable, seguridad, calidad, y una cohesión social.

Nos encontramos ante nuevos retos y oportunidades en el sector agroalimentario. Una oportunidad para sensibilizar e impulsar a la ciudadanía, y en valorizar la cadena de alimentación desde su origen hasta el comercio de proximidad. Tendiendo puentes y facilitando la conexión entre productores/as y comerciantes así como el establecimiento de redes de abastecimiento local.

- Oportunidad para las pequeñas empresas agroalimentarias de diversificar sus canales de comercialización.
- Necesidad de incorporar las nuevas tecnologías y la digitalización a lo largo de la cadena de valor del producto agroalimentario local.
- Incremento de la demanda de producto local y/o ecológico en los mercados urbanos.
- Revalorización de las estrategias colectivas: cooperar para competir.
- Nueva generación de empresas productoras y elaboradoras con ideas innovadoras y carácter emprendedor.

- Voluntad de nuevos marcos estratégicos de apoyo a la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios locales (ODS, Pacto de Milan, Farm to fork strategy).
- Nuevos hábitos de consumo: Mayor interés por las propiedades saludables, el origen y la sostenibilidad de los alimentos.
- Preocupación por la crisis climática y la contaminación.

### **Enmarque estratégico**

El objetivo general del Programa LEADER del Grupo de Acción Local MENDINET, consiste en favorecer el desarrollo económico de las zonas LEADER del País Vasco a fin de promover el mantenimiento de la población rural, ampliando la base poblacional y territorial de actuación en el fomento de oportunidades de empleo y la dotación de equipamientos y servicios para mejorar su calidad de vida. Todo ello mediante una estrategia innovadora, de desarrollo sostenible integrado y de calidad.

El programa del Grupo de Acción Local contempla entre sus objetivos específicos el fomento de proyectos de cooperación interterritorial y transnacional.

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015)**

La Organización de las Naciones Unidas y la Agenda 2030 proponen 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de los cuales el ODS 11 se centra en "Crear ciudades y comunidades urbanas sostenibles" y los ODS 2, 6, 12, 13, 14 y 16 tienen vinculación directa con la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios.

- **Pacto de Milán (2015)**

El Pacto de Milán sobre las políticas alimentarias urbanas (firmado por más de 130 ciudades del mundo en 2015 y actualmente con 205 ciudades participantes), es el primer protocolo internacional a través del cual las ciudades se comprometen a desarrollar sistemas de alimentación más sostenibles.

- **PEGA (2017)**

El Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación de Euskadi 2020 (PEGA) elaborado por el Gobierno Vasco se ha lanzado para avanzar en el desarrollo de la Cadena de Valor de la Alimentación vasca: trabajar y avanzar en las 4S de la alimentación y gastronomía vasca: Segura, Saludable, Singular y Sostenible (social, cultura, económica y medioambientalmente).

- **Farm to Fork Strategy (2020)**

"Farm to Fork" es la estrategia para alcanzar un equilibrio social, ambiental y económico a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria. Integrada en el "European Green Deal", se postula como una hoja de ruta para articular sistemas agroalimentarios sostenibles capaces de abastecer la población de comida sana y de proximidad.

- PDRS Euskadi 2015-2020

Otras estrategias en las que se enmarca el proyecto planteado:

- .- NIREA

Es un programa para impulsar la Reactivación del Sector Primario y Revitalización del medio rural y litoral vasco. Promueve su desarrollo sostenible y busca el reconocimiento de su aportación al sistema económico y social de Euskadi.

- .- RIS3

El RIS3 Euskadi es una estrategia para la transformación económica territorial que concentra los recursos disponibles en un conjunto limitado de prioridades de I+D e innovación. Por lo tanto, RIS3 Euskadi trabaja para profundizar en ámbitos de gran valor añadido que generen crecimiento y empleo. Son ámbitos de oportunidad en los que Euskadi posee capacidad empresarial y científico-tecnológica. En concreto se han identificado tres ámbitos estratégicos: Fabricación avanzada, energía y biociencias/salud. ... y cuatro territorios de oportunidad: Alimentación, hábitat urbano, ecosistemas, industrias culturales y creativas.

- .- EAT-Tendencias AZTI 2019

- .- Local • El origen importa

Como contraposición a la globalización y el universo de consumo online, esta tendencia refuerza lo local, donde el origen adquiere especial relevancia. El producto local conecta con la parte más emocional de las y los consumidores, asociándose a confianza, autenticidad, salud o identidad. Está asociado también a aspectos culturales y existe además una conciencia creciente sobre el impacto en el entorno social, ambiental y económico de consumir local. Además, promueve una relación más cercana y transparente entre la persona consumidora y los distintos eslabones de la cadena alimentaria.

- .- Trust4Food • Confianza

Los consumidores son personas, y cada vez más reivindican esa parte más humana y emocional, buscando una mayor conexión y cercanía con las marcas/empresas, a las que reclaman apertura, empatía, honestidad y transparencia. Esta tendencia busca, en definitiva, una relación de confianza en el ámbito del consumo alimentario, así como una implicación y compromiso común (ciudadanos, empresas, instituciones...) hacia la transformación positiva del sistema alimentario.

- \* CARTA DE LA AGRICULTURA PERIURBANA

Para la preservación, la ordenación, el desarrollo y la gestión de los espacios agrarios periurbanos. Pacto Llobregat.

## 5.- Objetivos del proyecto

El objetivo general de este proyecto de cooperación consiste en impulsar desde el ámbito rural la conexión de la sociedad con su propia economía y cultura local, fomentando el compromiso de la misma con el desarrollo territorial sostenible, los productos locales, el medio rural y litoral, desde el punto de vista de su multifuncionalidad, restableciendo la confianza y el conocimiento mutuo productor/consumidor, potenciando así el vínculo “rural-urbano”.

Objetivos específicos:

- Identificar, dar a conocer y valorizar los productos y productores locales.
- Vincular y fortalecer el sector agroalimentario con el pequeño comercio.
- Fomentar el asociacionismo en el sector.
- Facilitar herramientas a los productores para promocionar y comercializar su producto.
- Estructurar la oferta y la demanda entre productores y comercio territorial
- Crear canales de comercialización de circuito corto.
- Crear nodos rurales de innovación en producto agroalimentario local
- Innovar en materiales, métodos y estrategias para acceder a mercados urbanos emergentes
- Introducir las nuevas tecnologías y la digitalización en la cadena de valor del producto agroalimentario local
- Ofrecer servicios de I+D a las empresas agroalimentarias locales
- Divulgar la innovación del trabajo en red para el fomento de los sistemas agroalimentarios territorializados.

## 6.- Líneas de actuación

Las actuaciones a llevar a cabo en la fase 1, a lo largo del 2020, giran en torno a los siguientes ámbitos de trabajo:

1. Identificación y organización de la oferta y la demanda entre productores/as y comercio comarcal/local.
  - a. Mapeo de comercio local/comarcal/ territorial y de su posicionamiento y necesidades respecto a producto de proximidad.
  - b. Identificación y cuantificación de la posible oferta de producto, susceptible de participar en el proyecto (hay que tener en cuenta que muchas explotaciones tienen ya sus vías de comercialización)
  - c. Diseñar una propuesta conjunta de organización.
  - d. Identificar los condicionantes y necesidades a nivel de logística.
  - e. Diseñar un modelo innovador de logística y distribución

2. Sensibilización social: se desarrollarán acciones dirigidas a públicos objetivos concretos donde la sociedad rural y urbana se reconozcan como partícipes y coprotagonistas de una misma sociedad.
  - a. Elaboración de un discurso para poner en valor el producto de proximidad así como las personas productoras por su aportación al suministro, funcionamiento y operatividad en la cadena de valor de la alimentación y los beneficios del consumo de productos locales, para el conjunto de la sociedad
  - b. Diseño de materiales y elementos de Información y sensibilización sobre la importancia y el papel del sector primario de proximidad
3. Intercambios entre socios para consolidar redes de aprendizaje a través del conocimiento de otras iniciativas que se llevan a cabo en otras zonas, sus factores de éxito y las dificultades encontradas.

## **7.- Resultados esperados**

- \* Número de productores adheridos al proyecto
- \* Número de comercio local adherido al proyecto
- \* Número de participantes en las acciones de sensibilización
- \* Visitas e intercambios a otras zonas

## **8.- Ambito de cooperación y posibles socios**

Ambito de cooperación: interterritorial.

Se ha iniciado la búsqueda de socios y se han mantenido contrastes iniciales con varios grupos de acción local catalanes y la Red ARCA.



## 9.- Presupuesto

PROYECTO ACERCAMIENTO RURAL-URBANO	
GASTOS	AÑO 2020
Gastos de personal	12.250
Gastos generales derivados de la gestión del proyecto	3.000
Visitas de estudio	6.500
Gastos correspondientes a las acciones derivadas del proyecto de acercamiento rural urbano	24.500
<b>TOTAL</b>	<b>46.250</b>

## 10.- Financiación

La financiación del proyecto procederá en un 20% de los presupuestos generales de la CAE y en un 80% de los fondos FEADER.

## 11.- Cronograma

El cronograma estimado para la realización del proyecto según los parámetros contemplados en la presente memoria se extiende desde junio del 2020 a diciembre del mismo año.