

El medio rural como productor de Salud, Paisaje y Cultura.

Las experiencias de los proyectos de
cooperación “IN AGRO SALUTE” y
“ANATOLE”

PAC en el horizonte 2020:

*“La agricultura es parte integrante de la **economía** y de la **sociedad** europeas. En términos de efectos indirectos, un recorte significativo de la actividad agrícola europea generaría pérdidas en el PIB y de empleo en sectores económicos asociados, especialmente en la cadena agroalimentaria, que le suministra materias primas de gran calidad, pero también en otros sectores distintos del alimentario...**se producirían importantes consecuencias sociales y medioambientales.***

*Los retos actuales se refieren a la capacidad productiva de la agricultura, a la creciente diversidad de la agricultura y de las zonas rurales y a las exigencias de los ciudadanos de la UE en relación con el **medio ambiente**, la seguridad y calidad de los alimentos, la nutrición, la **salud** y el bienestar animal, las cuestiones fitosanitarias, la preservación del **paisaje** y de la **biodiversidad** y el **cambio climático**.*

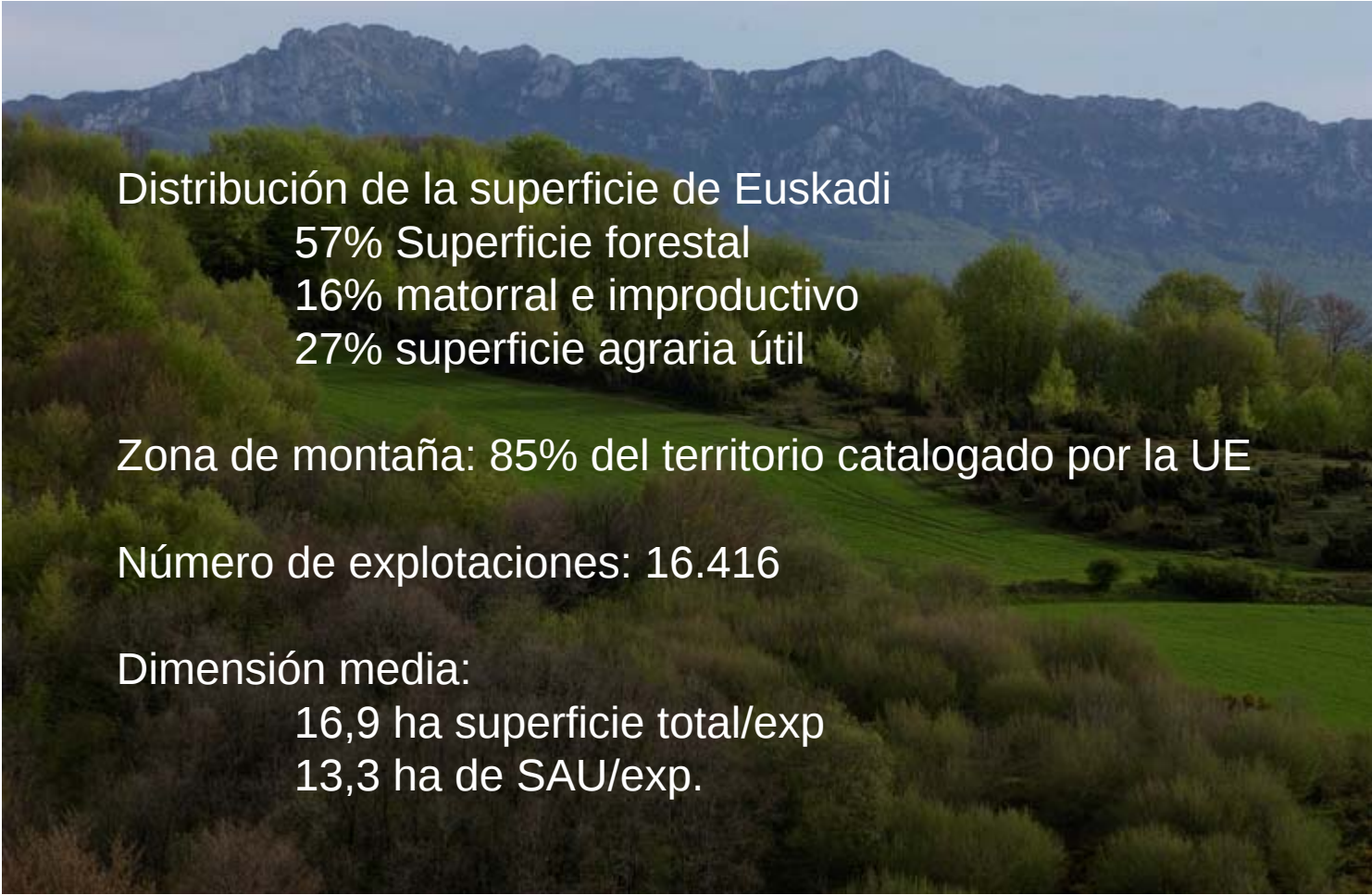
*Para que la agricultura pueda facilitar en el futuro más **bienes de interés público** será necesaria una **política pública fuerte**, ya que estos bienes no pueden remunerarse y regularse adecuadamente a través del funcionamiento normal de los mercados.”*

*Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo,
al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones*

¿Qué ocurre con la rentabilidad en nuestro modelo de agricultura?



MODELO DE AGRICULTURA EN LA CAPV



Distribución de la superficie de Euskadi

57% Superficie forestal

16% matorral e improductivo

27% superficie agraria útil

Zona de montaña: 85% del territorio catalogado por la UE

Número de explotaciones: 16.416

Dimensión media:

16,9 ha superficie total/exp

13,3 ha de SAU/exp.

CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA



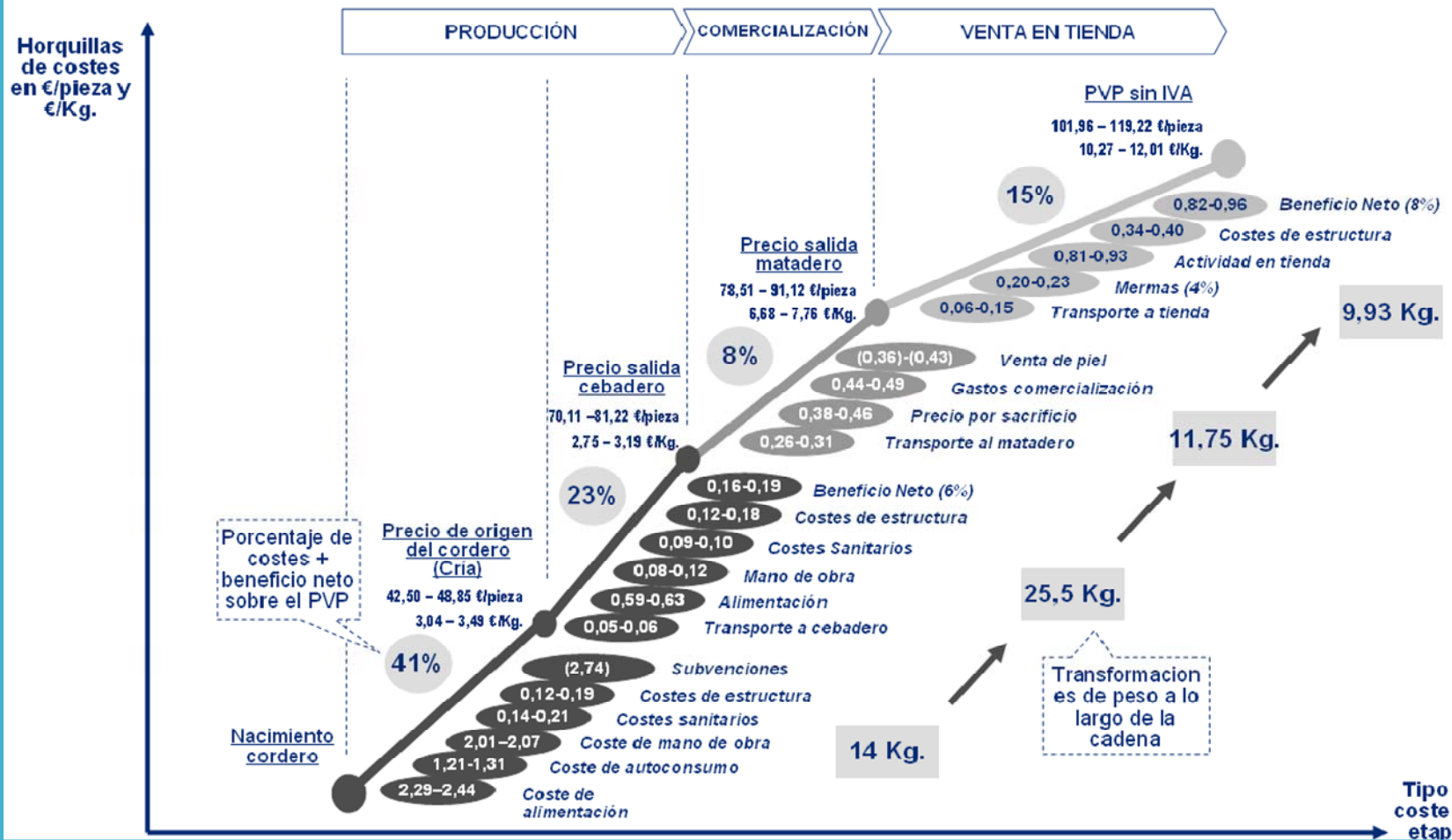
CADENA DE VALOR DEL TOMATE DE INVERNADERO AL POR MAYOR



CADENA DE VALOR DE LA CARNE



EJEMPLO DE FORMACIÓN DE COSTES Y PRECIOS PARA OVINO



PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN / CONSUMO (CAPV)

CARNE	22,85%
LECHE LIQUIDA:	86,15%
QUESO OVEJA:	92,11%
VINO D.O.	378,40%
PATATAS (ARABA)	23,96%
HORTALIZAS:	31,82%

POSIBILIDAD MAYOR AUTOABASTECIMIENTO QUE EL ACTUAL

NUESTRO MODELO DE AGRICULTURA: FAMILIAR Y DE MONTAÑA

- COSTES DE PRODUCCIÓN MUY ALTOS
- COSTES DERIVADOS DE LA CADENA DE VALOR ALTOS
- VOLUMEN DE PRODUCCIÓN PEQUEÑA

PERO A SU VEZ...

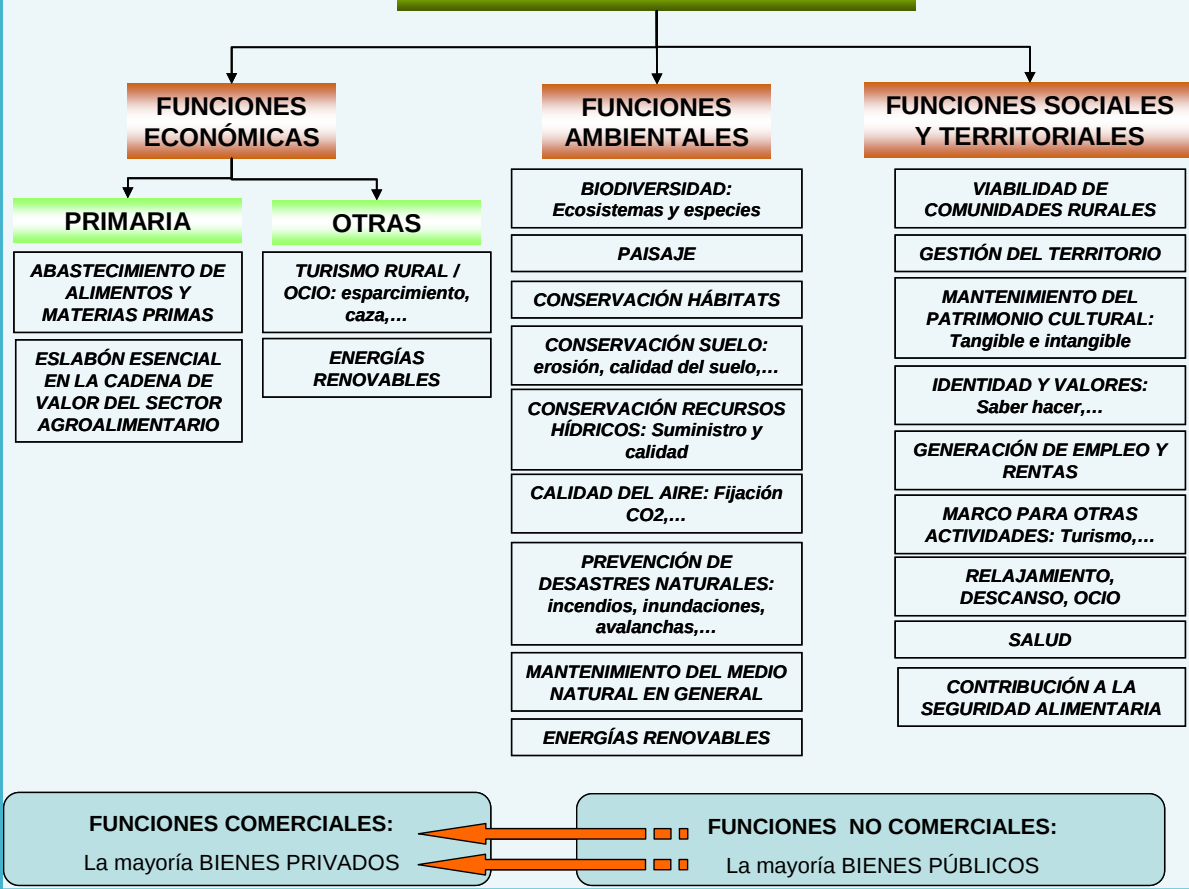
**EJERCE MULTIPLES FUNCIONES PARA EL
CONJUNTO DE LA SOCIEDAD. SE GENERAN
UNA GRAN CANTIDAD BIENES PÚBLICOS**



FACTORES CLAVE DE COMPETITIVIDAD Y POSICIÓN DE LA CAPV

FACTORES	POSICION COMPETITIVA ACTUAL	MARGEN DE MEJORA
-Modernización de las explotaciones.	NEGATIVA	LIMITADO
-Reducción de costes (producción, transformación y comercialización-, reducción de la temporalidad en la utilización de maquinaria e instalaciones, empleo adecuado de abonos y productos fitosanitarios, etc.).	NEGATIVO	LIMITADO
-Fomento asociacionismo y creación de redes	NEGATIVO	MEDIO-ALTO
-Producción diversificada y orientada al mercado.	VARIABLE SEGÚN SECTORES	MEDIO
-Producción de alimentos naturales y saludables, con trazabilidad y con cualidades nutricionales. Producción de calidad. Producción ecológica.	VARIABLE	ALTO
-Transformación de la producción en la propia explotación.	NEGATIVO	MEDIO
-Imagen del producto	VARIABLE	MEDIO-ALTO
-Gama de clientes equilibrada.	NEGATIVO	LIMITADO
-Desarrollo de los canales cortos.	NEGATIVO	MEDIO-ALTO
-Disponibilidad y coste de la mano de obra	NEGATIVO	LIMITADO
-Formación adecuada.	VARIABLE	MEDIO-ALTO
-Adecuación territorio	NEGATIVO	NULO

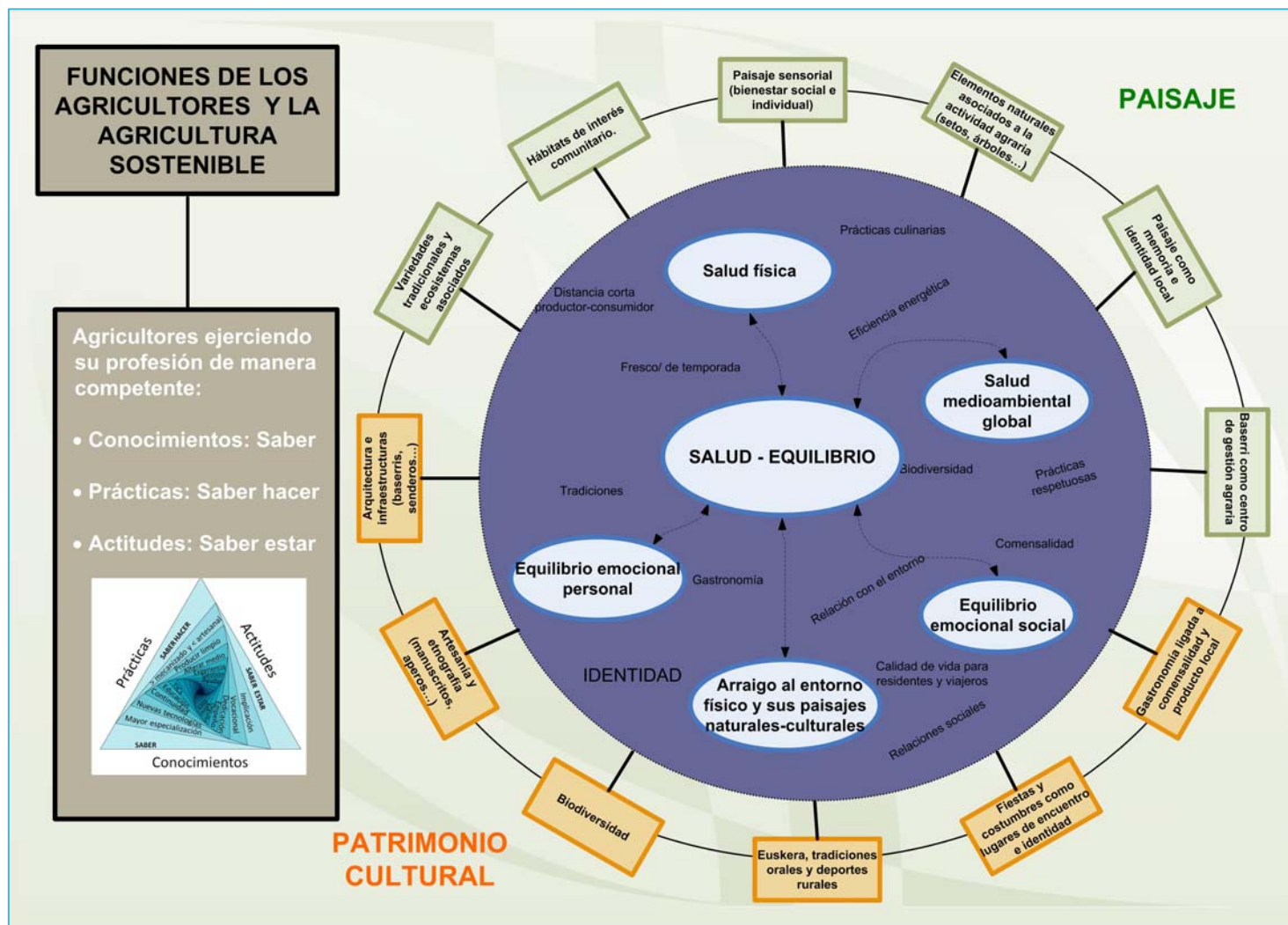
FUNCIONES DE LA AGRICULTURA



Fuente: Elaboración propia



Fuente: "El valor añadido de la montaña europea"
Congreso Euromontana



ALGUNAS CLAVES:

- 
- NO SE CONOCEN NI RECONOCEN LAS FUNCIONES DE LA AGRICULTURA.
 - APROVECHAR MEJOR EL POTENCIAL DE CONSUMO LOCAL

ESCENARIOS FUTUROS



¿Qué podemos hacer desde la administración?

•SENSIBILIZACIÓN y CORRESPONSABILIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

- Transmitir lo que hay detrás de un producto: “Comercio Justo” para las producciones locales familiares y de montaña
- La importancia del consumo local: Los beneficios se quedan aquí. “Compra con retorno”.
- Legitimar las ayudas que se le dan al sector

•FOMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS LOCALES Y LA ECONOMÍA DE PROXIMIDAD

- Mayores márgenes para los agricultores
- Cercanía consumidor/productor: Confianza, Transmisión de información y valores
- Menor huella ecológica



“IN AGRO SALUTE”

Desarrollo conjunto de recursos para la
sensibilización y promoción de la actividad
agrícola en Navarra, Aquitania y País Vasco



OBJETIVOS

- ❑ **Acercar, dar a conocer y mejorar la percepción de la actividad agraria de Navarra, Aquitania y País Vasco y posicionarla como sector clave de las economías valorizando sus múltiples contribuciones para el conjunto de la sociedad.**
- ❑ **Dinamizar el sector ofreciendo recursos a los profesionales e impulsando la diversificación de las actividades agropecuarias mediante la promoción de los productos de calidad del territorio.**
- ❑ **Promocionar una oferta conjunta de productos de calidad y agroturismo de los tres territorios abriendo a los productos alimentarios y turísticos los canales de comercialización propios de cada socio.**

PARTENARIADO

PROMOTOR



FUNDAGRO (Navarra):

Fundación de la Unión de Agricultores y Ganaderos Navarros

SOCIOS



HAZI S.A. (CAPV):

Corporación del GV para el desarrollo del medio rural y marino



CA64 (Aquitania):

Cámara de Agricultura de Pirineos Atlánticos

COLABORACIONES CON DIFERENTES ENTIDADES:

ADRs, ayuntamientos, asociaciones sectoriales, entidades relacionadas con otros ámbitos (turismo, salud, cultura,...),...

PUBLICO OBJETIVO

□ PUBLICO ESCOLAR



□ SOCIEDAD EN GENERAL



□ AGRICULTORES/AS

ACCIONES Y CALENDARIO DEL PROYECTO

- ❑ Acción 1: Gestión y coordinación
- ❑ Acción 2: Creación y puesta en red de centros de recursos para la promoción de la agricultura y sus productos
- ❑ Acción 3: **Campañas conjuntas de promoción de la actividad agraria**
- ❑ Acción 4: **Promoción de productos locales de calidad y agroturismo**

Inicio: 1 junio 2010

Finalización: 31 mayo 2013

Duración: 36 meses

ACCION 3: Campañas conjuntas de promoción de la actividad agraria

3.1 Grupos de escolares :

visitas a explotaciones:
Kalitatea Topera y Debarroa

Concurso escolar

DVD “Ezagutu
Landa Eremua”

Huertos
escolares



Unidad didáctica:
“Kalitatea Topera”

Unidad didáctica:
“webquest”

3.2 Comunicación al público general

Campaña publicitaria conjunta a la sociedad



Videorama divulgativo: *Aralar, una mirada al caserío...*

Convenios con medios de comunicación

ACCION 3: Campañas conjuntas de promoción de la actividad agraria

3.3 Campañas a los profesionales del sector

Sesiones de formación a los agricultores:
jornadas temáticas y reportajes gráficos



Jornada en el Palacio Miramar (Donostia)



Jornada Donapaleu

Iniciativa de dinamización del sector en Araba:
Colaboración con Green Capital



ACCION 4: Promoción de productos locales

4.1 Intercambio de experiencias entre los productores

inagro salute

APRILAK, 7 de ABRIL
ITSASMENDIKOI Fraisoro

Nekazariak:
osasuna, paisaia
eta kulturaren
ekoizleak

Los agricultores:
productores
de salud, paisaje
y cultura

Lagun agurgarria:
Datorren **apirilaren 7an NEKAZARIAK, OSASUN, PAISAJA ETA KULTURAREN EKOIZLEAK** izeneko jardunaldia egingo da **IMK-FRAISOROn**. ITSASMENDIKOI (IMK) antolatuta.

Estimado amigo/a:
El próximo **7 de abril en IMK-FRAISORO** se celebrará la jornada **LOS AGRICULTORES: PRODUCTORES DE SALUD, PAISAJE Y CULTURA** organizada por ITSASMENDIKOI (IMK).

Jardunaldiaren helburua da nekazariak beren produktuei baliu handiagoa eman ahal diezaizkien behar duten argudio eta eremuetan sakontzea, nekazaritzak dituen funtzioak oinarri hartuta merkaturatzeko ideia eta estrategia berriak erabiltzeko gaitasuna hobetzea. Jardunaldiaren lehenengo zatian sektoreak lurralde bateko OSASUN, PAISAJA eta KULTURA duen garrantzia hitz egingo da nagusi eta, ondoren, kontzeptu horiek baliabeko erabil daitezkeen MERKATURATZE ESTRATEGIAK landuko dira. Hori dena hainbat diziplina adituek gidatuta egingo da.

Esta jornada está enmarcada en el proyecto **In Agro Salute**, impulsado por **Fundagro**, la **Cámara Agraria de Pirineos Atlánticos** e **IMK** que pretende desarrollar conjuntamente los recursos necesarios para acercar y dar a conocer a la sociedad la importancia de la actividad agraria y sus funciones.

Jardunaldi hau **Fundagro Pirinear Atlantiarretako Nekazaritza Garbairak** eta **IMK-k** elkarrekin bultzatuko du. In Agro Salute izeneko proiektuaren baitan egingo da. Proiektu horren asmoa da gizarte nekazaritzara eta bere funtzioetara hurbiltzeko eta haren garrantzia ezagutzera emateko beharrezkoak diren bitartekoak elkarrekin garatzea.

Izan ematea / inscripción:
www.itsasmendikoi.net
itsasmendikoi@itsasmendikoi.net
IMK Fraisoro: 943 69 21 62 / Fax: 943 69 22 47

Jaso ezazu nire agurrik beroena, Reciba un cordial saludo,
Fernando Izaga
(IMK-ko Zuzendari Teknikoa - Director Técnico de IMK)

FUNDAGRO UAGN
AGRICULTORES Y TERRITORIOS
IMK

4.2 Desarrollo de una Página web

<http://www.inagrosalute.eu/>

4.3 Catálogo de Productos

Bertakoa jan,
osasuntsu bizi

Productos del
país para una
vida **saludable**

campaña comedores escolares

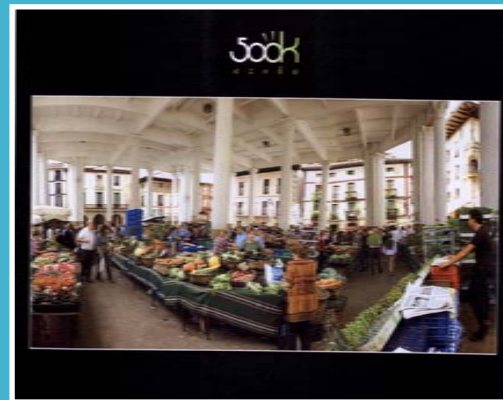
ACCION 4: Promoción de productos locales

4.5 Dinamización puntos de venta



Organización de
ferias y
acompañamiento a
productores en
ferias de los socios

Impulso a ferias y mercados locales:
colaboración con diferentes iniciativas



V. Centenario Feria de Ordizia



"Zerkausira goaz" T

ACCION 4: Promoción de productos locales

4.6 Desarrollo de un manual de imagen corporativa



4.7 Realización de un evento anual de sensibilización

2011: Jornada de puertas abiertas al medio rural



2012: Colaboración con Capitalidad Cultural 2016 "Olatu Talka"

2012: Colaboración Universo Idiazabal: Fin de semana del Queso de Montaña

ACCION 4: Promoción de productos locales

4.8 Realización de talleres de degustación y maridaje



4.9 Desarrollo de un Certamen Gastronómico Interregional



LA SALUD DEL AGRO ES NUESTRA SALUD: CULTIVAR LA TIERRA ES SEMBRAR VIDA

“La producción de alimentos del país más allá de ser la base de una alimentación saludable contribuye a una infinidad de factores que mejoran a su vez la salud de las personas y del conjunto de nuestro territorio. Teniendo en cuenta todas estas aportaciones, se puede decir que la agricultura contribuye a una vida plena y saludable y, por lo tanto, mientras haya agricultura habrá vida”



“ANATOLE”

ORGANIZACION y FOMENTO DE LA ECONOMIA LOCAL

Atlantic Network's Abilities for Towns to Organise Local Economy

OBJETIVOS

- Impulsar una nueva economía local, basada en dar respuesta a necesidades de las personas consumidoras.
- Organizar y adaptar recursos y métodos para crear herramientas válidas en el desarrollo de la economía local.

*La **ECONOMÍA LOCAL** es una forma de organización económica de la producción y venta de productos del sector primario que tiene como eje la aproximación al consumidor y la puesta en valor de los productos locales*

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- **Constituir y formalizar colaboraciones entre actores y colectivos del sector.**
- **Elaborar herramientas operacionales (guías y manuales) al servicio de las entidades y colectivos implicados.**
- **Dotar a las administraciones del Arco Atlántico de herramientas de apoyo para introducir la economía local en las políticas públicas.**

PARTENARIADO

PROMOTOR



AC3A: Association des Chambres d'Agriculture de l'Arc Atlantique (Francia)

OPERADORES TECNICOS Y CIUDADES ASOCIADAS



1. **DIPUTACION HUELVA** (Huelva)
2. **ADTERRA** (Santiago Compostela)
3. **IERU** (Aveiro)
4. **NANTES METROPOLE** (Nantes)
5. **HAZI,S.A.** (Donostia)
6. **IRISH EXPORTERS** (Dublin)
7. **WEASTMEATH COMUNITY**

ENTIDAD COLABORADORA:

CAVV - CONFERENCIA DE LAS CIUDADES DEL ARCO ATLANTICO

ACCIONES Y CALENDARIO DEL PROYECTO

- 1.- Diagnóstico de la situación e inventario local.**
- 2.- Organización y desarrollo de encuentros-taller para trabajar los entregables comunes.**
- 3.- Acciones individuales en el territorio.**

Inicio: 1 enero de 2010

Finalización: 31 diciembre 2011

Prórroga: 31 julio de 2012

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION E INVENTARIO LOCAL

ANATOLE^{EN} SAN SEBASTIÁN-DONOSTIALDEA

Comarca Donostialdea

Situación geográfica estratégica: paso de las comunicaciones entre el continente europeo y la península Ibérica.

Paisaje de campiña.

Zona de agricultura de montaña (espacio de alto valor natural y paisajístico).

Área metropolitana limitante del desarrollo agrícola.

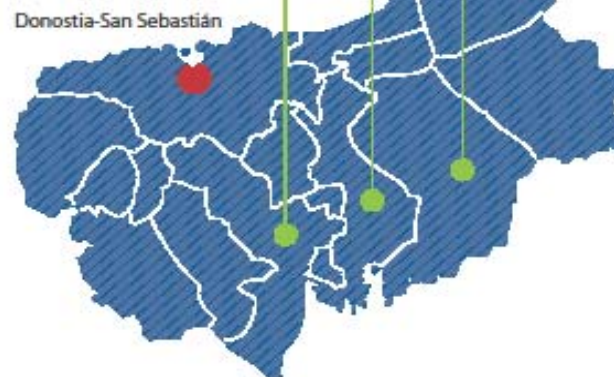
Extensión de 376 Km² (El 90% de la superficie total es rural).

379.039 habitantes (55% del total de la población de Gipuzkoa).

Alta densidad de población 1.008hab/km².

2.500 explotaciones agrarias censadas, la mayoría ganaderas.

60 productores hortícolas profesionales.



El territorio de aplicación del
proyecto ANATOLE en la
CAV es la Comarca de San
Sebastián (Donostialdea).

DIAGNÓSTICO



Feria especial de flores



Mercado de San Martín

EXPERIENCIAS
de VENTA
DIRECTA
SAN SEBASTIÁN



2 mercados municipales diarios (50 productores): Mercados de la Bretxa y San Martín.

1 mercado semanal itinerante: Antiguo Plaza Gaskuña, Amara Plaza Easo, Gros C/San Francisco.

4 ferias especiales al año (flor, queso, productos ecológicos y de Gipuzkoa): Mercado de San Martín y Boulevard.

2 tiendas propias de la Asociación de Productores LURLAN: Boulevard y San Martín.

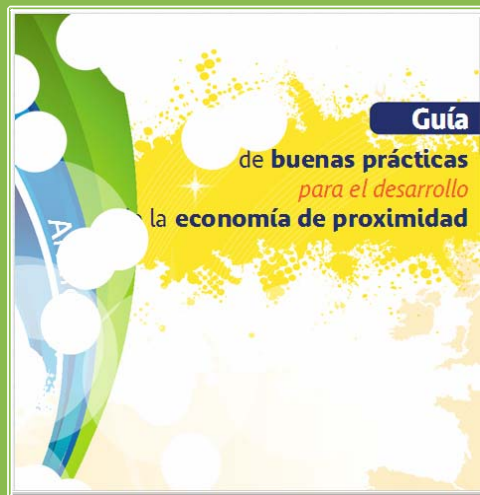
3 guarderías municipales con producto local y ecológico en los menús del comedor: Antiguo, Prim y Zuloaga

3 máquinas expendedoras de leche pasteurizada de vaca: Antiguo Plaza Gaskuña, Amara Plaza Easo, Amara Berri Plaza Irún.

Grupos de consumidores.

ENCUENTROS-TALLER

8 ENCUENTROS



**Guía de buenas
prácticas para el
desarrollo de la
economía de
proximidad**

**Argumentario a favor de las
políticas de promoción de la
economía de proximidad**



ACCIONES INDIVIDUALES EN EL TERRITORIO



JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS AL MEDIO RURAL EN DONOSTIALDEA "ASTEBURUAN.... BASERRIRA !!



CON LA COLABORACION DE

ACCIONES INDIVIDUALES EN EL TERRITORIO

Folleto para la difusión del proyecto



**Guía experiencias innovadoras de
comercialización de productos locales
en la CAPV**



“**Trabajamos** por la aproximación
de la agricultura al consumidor,
por una alimentación saludable y sostenible y por el
desarrollo de una **economía de proximidad**”