

# PLA DE PROMOCIÓ DEL PRODUCTE LOCAL

AJUNTAMENT DE POLLENÇA

2017-2019



**soib**  
formació  
i ocupació



MINISTERIO  
DE EMPLEO  
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO  
DE EMPLEO ESTATAL

## INDEX

Justificació .....	3
Objectius .....	6
Metodologia .....	7
1. Què entenem per producte local? .....	7
2. Inventari (annex 1) .....	7
3. Diagnosi .....	7
4. Programa d'actuacions .....	10
Programació .....	11
Annex 1 .....	17
Annex 2 .....	19

## JUSTIFICACIÓ

Durant les darreres dècades, l'expansió de les grans distribuïdores i la terciarització de gairebé el total de l'economia balear en detriment dels sectors primari i secundari, ha tingut fortes repercussions en l'estructura productiva local. Cada cop són menys les persones que es dediquen a activitats com la pesca, l'agricultura, la ramaderia o l'artesania, totes elles fortament vinculades a la identitat cultural i paisatgística de les comunitats en les quals es desenvolupen.

Paradoxalment i de forma paral·lela, es produeix un augment de la demanda de productes de proximitat que obre les portes a un mercat emergent que cada cop té més públic, tant per part de la ciutadania autòctona com dels turistes que aposten per viure les experiències pròpies del territori que visiten.

Des de l'Ajuntament i d'acord amb el pacte de govern aprovat per unanimitat el febrer de 2014, es vol aprofitar aquesta conjuntura econòmica per dirigir la recuperació econòmica cap a la diversificació, tot promocionant, defensant i posant en valor el producte local de Pollença.

En aquest sentit, s'elabora el present Pla de Promoció del Producte Local amb l'objectiu general de definir una estratègia clara i perllongada en el temps amb la col·laboració i consens de tots els agents implicats, a través de la realització d'un programa d'actuacions que es desenvoluparan entorn de quatre conceptes que resumeixen les característiques més valuoses del producte local i, per tant, justifiquen el perquè d'aquest projecte.

### 1. QUALITAT

Una de les principals característiques del producte local és la seva traçabilitat, és a dir, la capacitat que tenen els consumidors de conèixer quins han estat els processos de producció o elaboració, emmagatzematge i distribució dels productes, arran de la

proximitat i de la disminució o absència d'intermediaris entre els productors i els mateixos consumidors. La traçabilitat permet conèixer l'historial dels productes i localitzar ràpidament l'origen dels problemes que puguin aparèixer tot mirant d'evitar-los en el futur.

## **2. RIQUESA**

El desenvolupament endogen permet construir unes bases econòmiques sòlides i reduir les dependències externes, és a dir, la diversificació de l'economia tot fomentant els sectors primari (agroalimentari) i secundari (artesanía i indústria) la reforça i enforteix davant possibles crisis. A més, afavoreixen les activitats pròpies del sector serveis tals com el comerç, la restauració o el turisme, ja que els proporciona la possibilitat d'oferir productes de qualitat, amb identitat pròpia i diferenciats de la resta, alhora que afegeix un atractiu més a la "marca Pollença". Per altra banda, es creen nous llocs de treball en el municipi i es fixen preus més justos per a productors i consumidors a causa de la disminució dels costos de distribució.

## **3. SOSTENIBILITAT**

El producte local té una forta vinculació amb el territori, ja que quasi sempre prové d'activitats que es relacionen directament amb el paisatge, com l'agrària o la pesca. Aquest fet garanteix el manteniment de les activitats pròpies, que són les més adaptades a les característiques físiques del medi en el qual es desenvolupen, de la mateixa manera que fomenta la reproducció d'espècies autòctones i de temporada. A més, la proximitat entre productors i consumidors disminueix la necessitat de transport i, per tant, de contaminació.

## **4. IDENTITAT**

El producte local està directament lligat a la cultura, la història i la tradició del territori. És per això que la seva promoció garanteix el manteniment de la identitat de la comunitat, en respecta les peculiaritats i en fomenta el coneixement entre els seus membres i també de cara a l'exterior.

És important remarcar que aquest és un document viu que caldrà completar i, possiblement, modificar durant els propers mesos en funció de les necessitats i oportunitats que vagin sorgint, i que per aplicar-lo i per tal que doni resultats és necessària la implicació i col·laboració de productors i artesans. Amb tot això, el paper del Consistori es basarà en coordinar i donar suport a les actuacions que es decideixin portar a terme i fomentarà que aquestes actuacions s'implementin de forma participativa.

## **OBJECTIUS**

- Dirigir la recuperació econòmica cap a la diversificació tot promocionant, defensant i posant en valor el producte local de Pollença.
- Establir les bases per poder definir una estratègia clara i perllongada en el temps amb la col·laboració i consens dels agents implicats.
- Donar a conèixer entre la ciutadania les quatre característiques del producte local destacades en aquest pla: la qualitat, la riquesa, la sostenibilitat i la identitat.

## **METODOLOGIA**

### **1. QUÈ ENTENEM PER PRODUCTE LOCAL?**

La principal característica del producte local és que es comercialitza en el mateix territori que es produeix i que, per tant, limita les necessitats de transport i d'intermediaris entre productor i consumidor. Per tant, en aquest treball hem considerat producte local tot allò produït o elaborat a Pollença, sigui quin sigui l'origen dels seus productors. No obstant això, tot i que el marc d'actuació del pla és el terme municipal de Pollença, hem trobat oportú i necessari incloure alguns productors de municipis fronterers que tenen una forta vinculació amb Pollença i la seva gent, com és el cas de Vinyes Mortitx (Escorca) o Pa Nord (Alcúdia).

### **2. INVENTARI (ANNEX 1)**

Des de fa mig any treballam per tal d'elaborar un inventari de productors i artesans amb l'objectiu de conèixer quin és el teixit productiu de Pollença. Aquest inventari no està finalitzat i és modificable ja que està obert a les baixes i noves incorporacions que es vagin produint.

En un principi, la nostra intenció va ser comprendre tots els productes del sector primari i secundari, tot englobant així els agroalimentaris, artesans i industrials. Ara bé, després de valorar-ho i estudiar experiències similars aplicades en altres municipis, ens hem adonat que la indústria es mou en un mercat massa diferent al de l'artesania i l'alimentació. Per exemple, no té la mateixa vinculació amb el sector terciari en les activitats comercials, turístiques o amb la restauració. És per això que creiem que les actuacions de promoció més adequades per a uns i altres no es poden desenvolupar de forma conjunta.

### **3. DIAGNOSI**

Fer una diagnosi consisteix en recollir i analitzar dades per avaluar problemes de diversa naturalesa al voltant de qualque cosa. En aquest sentit, hem fet la recollida de

dades quantitatives relacionades amb aquest pla a través de l'inventari de productes que, com ja hem esmentat, permet reconèixer la composició del teixit productiu de Pollença.

Per altra banda, hem volgut fer una anàlisi DAFO "participativa" amb l'objectiu d'identificar els factors interns i externs (positius i negatius) que existeixen entorn del producte local del municipi. La nostra intenció era disposar d'unes dades qualitatives procedents dels principals actors que ens permetessin plantejar les actuacions de promoció més adequades. Per això, vàrem convidar productors i artesans a participar en la seva identificació responent a una plantilla que trobareu adjunta (Annex 2). Ara bé, la resposta no ha estat l'esperada ja que han estat molt pocs els que han participat en la dinàmica. A continuació exposam els resultats obtinguts:

FORTALESES	DEBILITATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pollença és un municipi ben conegut a Mallorca, la resta d'Espanya i a l'estranger.</li> <li>- És un municipi associat a la qualitat, al bon gust, a la cultura i al respecte ambiental.</li> <li>- Hi ha esdeveniments com La Fira d'Artesania que són molt reconeguts.</li> <li>- Hi ha productes propis i específics de Pollença, com la formatjada.</li> <li>- Hi ha productes de molt bona qualitat, com la forneria i la pastisseria, entre d'altres.</li> <li>- Hi ha un grup de consum de producte local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hi ha un producte local molt similar a la resta de municipis de Mallorca.</li> <li>- No hi ha espai per promocionar els productes.</li> <li>- Falta conscienciació entre els consumidors (haurien d'apreciar més allò que es produeix al municipi).</li> <li>- Hi ha molts de supermercats i d'altres establiments no especialitzats que venen productes industrials.</li> <li>- Manca una associació que emmarqui tots els productors del poble per poder desenvolupar accions (campanyes, informació, punt de venda).</li> <li>- Hi ha empreses petites que no poden cobrir les comandes de les tendes durant tot l'any (sobretot producte de temporada).</li> <li>- No hi ha presència de producte local als supermercats.</li> </ul>



OPORTUNITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"><li>- Turisme de qualitat que podria estar interessat en el consum del producte local.</li><li>- El turista que s'allotja en habitatges vacacionals és un consumidor potencial de producte local.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Altres municipis que ja han desenvolupat iniciatives similars entorn de la promoció del seu producte local.</li><li>- Els preus baixos dels productes elaborats a fora.</li><li>- Dificultats en els tràmits, com en l'obtenció de llicències, permisos municipals o sanitaris. Sense assessorament.</li></ul>

A banda de les fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces que es poden identificar entorn del producte local de Pollença, també se'ls va demanar per les accions de promoció que consideren que podrien ser incloses en aquest pla. Les propostes plantejades són les següents:

1. Posar en marxa un web de promoció d'empreses i producte local.
2. Crear una marca amb logotip i localització d'establiments i punts de venda.
3. Promoure l'ús de la paraula "Pollença" en la denominació social de les empreses productores.
4. Fer una guia de forns i pastisseries.
5. Disposar d'un punt de venda de producte local comú i cèntric, com la Peixateria de la plaça Major.
6. Fer en el bars del poble una ruta de tapes elaborades amb producte local.
7. Determinar criteris molt selectius a l'hora d'acceptar productes dins la marca de producte local.
8. Fomentar els valors d'economia diversificada i desenvolupament econòmic sostenible a través d'activitats educatives, sobretot en infants.
9. Impulsar el mercat dels diumenges com un lloc on adquirir producte local i de qualitat, sobretot en temporada baixa.

10. Premiar l'ús del producte local en establiments comercials, hotels i restauració (incentivar).
11. Aprofitar esdeveniments com la Fira per promocionar el producte local.

Finalment, també hem contactat o ens hem reunit amb els responsables d'altres experiències similars, com és el cas de l'Ajuntament d'Artà i la seva marca (d'Artà) i la Xarxa de Productes de la Terra de la Diputació de Barcelona.

#### **4. PROGRAMA D'ACTUACIONS**

El programa d'actuacions ve determinat pels resultats de la diagnosi, tenint en compte el resultat de l'anàlisi DAFO participativa en torn al producte local de Pollença, en funció de les activitats proposades pels propis productors i també de les experiències en altres territoris.

A continuació plantejam la programació de les actuacions que, fins ara, hem pensat desenvolupar en els propers dos anys (2018-2019). Malgrat això, és important destacar que aquest és un programa obert, que ja ha estat iniciat, i que pot ser modificat en funció de les propostes i necessitats que es vagin plantejant en les diferents sessions de feina i també en funció dels recursos de què es disposi.

De fet, en els darrers mesos ja s'han desenvolupat una sèrie d'actuacions que han tingut molt bona rebuda entre els productors i la ciutadania pollencina. Per exemple, la mostra de producte local agroalimentari en el marc de la Fira de novembre de 2017, la presentació de l'avantprojecte del present pla o la Campanya de la Formatjada durant les festes de Pasqua de 2018 .

**PROGRAMACIÓ**

<b>ACTUACIÓ</b>	<b>DESCRIPCIÓ</b>	<b>OBJETIUS</b>	<b>TEMPORALITZACIÓ</b>
<p><b>Mostra de producte local agroalimentari durant la Fira de Pollença 2017</b></p>	<p>L'Ajuntament posa a disposició dels productors locals del sector agroalimentari, durant la fira del poble, un espai de mostra i promoció del seus productes, a l'hora que s'aprofita per explicar a la ciutadania en què consistirà el pla i els valors entorn dels quals es desenvolupa (qualitat, riquesa, sostenibilitat i identitat).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Promocionar producte local agroalimentari.</li><li>- Explicar en què consistirà el pla.</li><li>- Donar a conèixer els beneficis del consum del producte local.</li></ul>	<p>11 i 12 de novembre de 2017</p>

<b>Presentació de l'avantprojecte del Pla de Promoció del Producte Local</b>	Jornada de treball entre Ajuntament i productors de Pollença entorn del pla de promoció.	- Col·laborar amb els agents implicats i intercanviar opinions i idees.	30 de gener de 2018
<b>Reunió amb els forns i pastisseries de Pollença</b>	Reunió de treball per concretar les bases de la campanya de promoció de la formatjada.	- Col·laborar amb els agents implicats i fomentar el treball en xarxa.	12 de febrer de 2018

<p><b>Campanya formatjada</b></p>	<p>Disseny d'una campanya de promoció per part de l'empresa Melicotó consistent en cartellera, capsos i adhesius per als aparadors dels establiments que són entregades als forns i pastisseries de Pollença, juntament amb un motllo de la mateixa mida de la capsos, per tal que es venguin formatjades durant les festes de Pasqua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar i donar a conèixer un producte propi i genuí de Pollença.</li> <li>- Fomentar la compra de producte als forns i pastisseries locals i donar-ne a conèixer la seva qualitat.</li> </ul>	<p>Pasqua de 2018</p>
<p><b>Registre de la campanya de la formatjada</b></p>	<p>De la campanya en resulta un eslògan ("Formatjada de Pollença") i un logotip que creiem interessant registrar al registre de marques i patents.</p>		<p>Abril - Maig de 2018</p>

<p><b>Fira del Vi 2018</b></p>	<p>Es tracta d'una fira amb finalitats comercials que promou un producte local concret de Mallorca com és el vi, a l'hora que es pot considerar una activitat gastronòmica i cultural identitària i d'impuls i diversificació de l'economia local. Per això, l'Ajuntament hi col·labora i dona suport a l'Associació de Vi Primitiu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donar facilitats i ajudar tots aquells col·lectius o entitats relacionats amb el producte local de Pollença que vulguin desenvolupar activitats entorn d'aquest tema.</li> </ul>	<p>Abril de 2018</p>
<p><b>Fullet i guies de promoció dels productes i localització d'establiments</b></p>	<p>Elaboració de fullets i guies en els quals es puguin identificar els principals productors en funció del sector i fixar-ne la seva localització per tal que els consumidors i turistes puguin trobar-los.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocionar i donar a conèixer els productors i els seus llocs de treball i venda.</li> </ul>	<p>Maig - Agost de 2018</p>

<b>Web de promoció</b>	Encara per determinar. Podria fer-se a través del web de promoció turística ja existent, a través del web del propi Ajuntament o amb un de nou.	- Promocionar i donar a conèixer els productors i els seus llocs de treball i venda.	Per determinar
------------------------	---	--	----------------

<p><b>Creació d'una marca "Pollença"</b></p>	<p>Creació i registre d'una marca col·lectiva entorn de la qual es pugui promocionar el producte local de Pollença. Per això s'ha d'elaborar un reglament i s'han de fer una sèrie de tràmits que són llargs i complicats. Aquesta actuació en té moltes altres d'associades una vegada estigui la marca registrada (ex. crear una comissió de valoració dels productes, recerca d'un espai de venda comú, campanyes de promoció de la pròpia marca, etc.).</p>	<p>- Elaborar una estratègia clara i perllongada en el temps per a la promoció del producte local de Pollença.</p>	<p>2018 -2019</p>
<p><b>Fira de Pollença</b></p>	<p>Encara per determinar.</p>		<p>Novembre de 2018 i 2019</p>
<p><b>Continuació campanya formatjada</b></p>	<p>Encara per determinar.</p>		<p>Pasqua 2018 i 2019</p>



## **ANNEX 1**

### **PRODUCTORS AGROALIMENTARIS**

- **Formatges Tramuntana**
- Mel de l'Horta de Pollença
- **Gelats Valls**
- Pedruixella Gran (Oli)
- Saó (Pebre bord)
- Cooperativa Pagesa
- Confraria de Pescadors (centralitzada a la llotja de Palma) amb 12 barques i 16 tripulants

### **CELLERS**

- Ca n'Axartell
- Can Vidalet
- Vinyes Mortitx
- Bodega Xaloc (Can Puig)
- Can Sureda
- Can Xanet (Vinos y viñedos Trammuntana)





### **FORNS I PASTISSERIES**

- Forn Plaça Vella (Can Nas)
- Can Bisquerra
- Can Banyà
- Forn i Pastisseria Can Xim
- Forn el Molí
- Forn Formentor
- Can Bissanyes
- Panaderia Payeras (Can Buger)
- Las Delicias
- Pastisseria Suçart
- Pa Nord
- Arc al Cel (Tomeu i Bianca, pa i rebosteria ecològics)

**ARTESANS**

- Mestre Paco
- Maria Trepapat (roba artesana)
- L'encruïa
- 8 Ulls
- Aromes del Mediterrani
- Teixits Vicens
- Potajito Instruments / Can Corretja
- L'Àgora
- **Fils i Pedaços (ja no existeix)**
- Ferreria Can Colom
- Andrés Teixeira
- Tomeu Cifre (luthier)
- Abco Colomar (ceràmica)
- Intriga Bolsos
- Maria Serna (Mosaics)
- ...

## ANNEX 2

<p><b>PLA DE PROMOCIÓ DEL PRODUCTE LOCAL</b> AJUNTAMENT DE POLLENÇA</p>				
<p><b>PRODUCTOR:</b></p> <p>L'Anàlisi DAFO és un mètode que permet, un cop s'ha fixat un objectiu, identificar els factors favorables i desfavorables per assolir-lo, distingint entre els factors interns (fortaleses i debilitats) i els factors externs (oportunitats i amenaces) que intervenen en la seva consecució.</p> <p>Els factors interns fan referència a l'estructura i característiques pròpies del sector en qüestió, tals com la disponibilitat de recursos o al nivell de participació dels agents implicats, mentre que els factors externs fan referència al medi, entorn o context social, econòmic, polític i cultural que afecten al sector.</p> <p>Tenint en compte que l'<u>objectiu principal</u> del Pla de Promoció del Producte Local és <u>desenvolupar una estratègia de promoció clara i perllongada en el temps que defensi i posi en valor tot allò produït a Pollença</u>, us demanam que completeu els següents punts tot identificant les fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces que trobau en torn al producte local de Pollença.</p> <p><b>1) Fortaleses (factors interns positius):</b> Ex. A Pollença hi ha molta diversitat de producte local</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p><b>2) Debilitats (factors interns negatius):</b> Ex. La gent del poble no coneix tot el que es produeix a Pollença</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p><b>3) Oportunitats (factors externs positius):</b> Ex. Els turistes que visiten Pollença durant la temporada alta poden ser potencials consumidors de producte local si se'ls dona a conèixer</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p><b>4) Amenaces (factors externs negatius):</b> Ex. Les compres on-line i les grans distribuïdores</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p><b>5) Quines accions de promoció penses que es podrien incloure al Pla de Promoció del Producte Local?</b></p>				
<p>Moltes gràcies per la vostra participació!</p>				