

El bàsquet femení fa costat al producte de proximitat

written by Redacció Unilateral | 18 de desembre de 2020

L'esport femení és un dels reclams de la nova campanya del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació dedicada a la promoció del producte de proximitat. Algunes de les cares de l'anunci són les jugadores dels equips de bàsquet femení A.E. Sedis Bàsquet de la Seu d'Urgell i l'UNI Girona. Són la Georgina Bahí i l'Ariadna Pujol de l'A.E. Sedis Bàsquet i Laia Palau i la Júlia Soler, de l'UNI Girona.

Elles posen algunes de les cares de l'anunci, en el que també participen una desena de músics catalans. Les cantants Beth, Gemma Humet, Las Migas, Joan Rovira, Salva Racero i el grup de música 'Setembre' interpreten el tema 'Bo per a tothom', que canta les bondats dels productes de proximitat. Amb lletra i música del compositor Mateu Peramiquel, es tracta d'una cançó alegre i optimista, però també combativa perquè té un missatge de fons prou clar: cal consumir productes de proximitat.

L'objectiu és fer augmentar el consum de productes catalans, destacant que reporten beneficis per a tothom. Són uns productes bons, saludables, sostenibles i que tenen un preu just. I consumir-los té conseqüències que van més enllà de l'àmbit personal: beneficien el medi ambient i repercuteixen directament sobre el sector primari català.

Un anunci pels volts de Nadal

La música és el fil conductor de l'anunci que s'estrena just ara, a tocar de les festes de Nadal, quan tradicionalment el consum de productes d'alimentació repunta. La campanya, a més, arriba en un moment en què hi ha una clara tendència de creixement del consum de producte local, arran del pas de la pandèmia pel territori.

El que es busca és consolidar l'hàbit de comprar producte local que va començar a créixer durant els mesos de confinament. Des de llavors, i segons un estudi encarregat pel Departament d'Agricultura, un 20% dels catalans han augmentat el seu interès pel producte local i les botigues de proximitat.

Així, a l'anunci el missatge ens arriba a través de la cançó, seguint el mateix estil d'altres campanyes com 'La Grossa' o 'Envàs on vas'. L'espot mostra una gran varietat de personatges en situacions quotidianes individuals i col·lectives que acompanyen la cançó on es presenten els múltiples beneficis de la compra de productes catalans.

El producte català

Després de l'èxit que va obtenir amb l'anterior campanya del 2019 'Ara, el que toca, productes catalans', el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació ha buscat enguany una nova manera de conscienciar sobre la importància del consum de producte català. La nova campanya 'Bo per a tu, bo per a tothom' ens explica que els productes són bons, saludables, sostenibles i tenen un preu just per a la ciutadania. Així, consumir aquests aliments proporciona salut, dona benestar però també resulten essencial per mantenir l'activitat agrària.

S'incideix en la idea que comprant producte català no estàs contribuint únicament al teu benestar o al dels teus perquè el producte és de qualitat i saludable, sinó que contribueixes a tot un engranatge que afavoreix la sostenibilitat i l'economia del teu país i la seva gent; pagesos, ramaders i pescadors com a elements clau per a la qualitat i la sostenibilitat de la nostra alimentació.

"Vivim moments difícils, i és justament en aquests moments difícils que hem de fer més pinya. El consum del producte de proximitat és bo per a tothom. És sa, de qualitat, a un preu

assequible i just, però també és una manera d'ajudar la pagesia, el sector agroalimentari i l'economia catalana en general, en un moment en què és molt necessari", ha dit la consellera d'Agricultura, Teresa Jordà, durant la presentació de la campanya que s'ha fet a la Seu d'Urgell. El tancament d'hotels, bars i restaurants durant el confinament ha afectat especialment a petits productors.

El Departament d'Agricultura ha activat diverses ajudes, entre les quals la compra pública d'aliments peribles, que s'han lliurat al Banc dels Aliments en una doble acció: ajudar la pagesia i donar aliments a entitats del tercer sector per distribuir-los entres les persones més necessitades, en uns mesos de forta demanda.

Motor de l'economia

El sector agroalimentari català és el primer sector de l'economia catalana i un dels sectors exportadors més dinàmics. Genera un volum de negoci de 38.205 milions d'euros, xifra que equival al 16,28% del PIB de Catalunya.

Els aliments catalans han aconseguit un valor significatiu en els mercats internacionals: en els últims 10 anys les exportacions s'han incrementat un 45% en volum i un 65% en valor. El 2019, Catalunya va superar per primera vegada els 10.000 milions d'euros en les seves exportacions agroalimentàries.

Nova marca de país 'Catalunya, on el menjar és cultura'

La campanya 'Bo per a tu, bo per a tothom' suposa també el tret de sortida de la marca 'Catalunya, on el menjar és cultura', creada pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació per reforçar el posicionament de les produccions agroalimentàries i la gastronomia catalanes i dotar-les d'homogeneïtat comunicativa tant a l'interior del país com a l'exterior. L'objectiu és valorar els aliments produïts a Catalunya garantint un sistema alimentari complet,

competitiu, arrelat territorialment i basat en la seva diversitat i, alhora, consolidar Catalunya com a país de referència pel prestigi del seu sistema alimentari.

La marca està representada per la lletres CAT disposades de forma al·legòrica en un plat. Tant la marca com l'eslògan 'On el menjar és cultura' identificaran el sistema alimentari català, tant a l'interior com a l'exterior de Catalunya, en la línia del que ja fan altres països i regions de l'entorn. Està previst que a l'exterior l'eslògan es mostri en diferents idiomes, principalment l'anglès: 'Catalunya, where food is culture'.

"És un avenç sense precedents", ha dit la consellera Jordà durant l'acte de presentació. "Mai abans el sector agroalimentari català havia tingut una marca de país com la que té, per exemple, el sector turístic, amb Turisme de Catalunya. Mai havíem unit esforços d'aquesta manera la pagesia, la indústria i la gastronomia", ha assegurat.

La creació de la marca agroalimentària és una de les accions previstes dins dels deu projectes transformadors del sector agroalimentari inclosos en el Pla de reactivació econòmica i protecció social en l'àmbit de la comissió per a l'elaboració del pla per a la reactivació econòmica i protecció social a conseqüència de la crisi de la Covid-19 (CORECO).