

---

# Gastronomia saludable i sostenible a la ciutat de Lleida

Modalitat **DISSENY D'INTERVENCIÓ**

*Treball Final de Màster*

*Màster Universitari de Nutrició i Salut*

Autor/a: Anabel Altisent Lacalle  
Tutor/a del TFM: Aida Serra Maqueda

---

Lleida, 17 de juny del 2024



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>)

## Índex

Llista d'abreviatures	4
Resum	5
Abstract	6
1. Introducció	7
1.1 L'alimentació i la gastronomia	7
1.2 Els restaurants, entorns d'educació nutricional	9
1.3 La restauració i l'entorn agroalimentari a la ciutat de Lleida	11
2. Objectius	13
2.1 Objectiu general	13
2.2 Objectius específics	13
2.3 Pregunta investigable	13
3. Metodologia	14
3.1 Disseny del programa o intervenció	14
3.2 Població diana	18
3.3 Activitats a realitzar	18
3.4 Cronograma	23
3.5 Recursos necessaris i pressupost	25
3.6 Consideracions ètiques i legals	25
4. Pla d'avaluació de la intervenció	29
4.1 Avaluació del procés	29
4.2 Avaluació del resultat	29
4.3 Avaluació de l'impacte	30
5. Aplicabilitat de la intervenció	31
6. Conclusions	33
7. Bibliografia	34
ANNEX	38

## Llista d'abreviatures

IDESCAT - Institut d'Estadística de Catalunya

OMS - Organització Mundial de la Salut

FOOD - Fighting Obesity through Offer and Demand

AESAN - Agència Espanyola de Seguretat Alimentària i Nutrició

Amed - Alimentació mediterrània

PAAS - Pla integral per a la promoció de la salut mitjançant l'activitat física i l'alimentació saludable

ASPCAT - Agència de Salut Pública de Catalunya

ODS - Objectius de Desenvolupament Sostenible

PEAC - Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021-2026

ETSEAFIV - Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Agroalimentària i Forestal i de Veterinària

DOGC - Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya

DAFO - Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats

FAVLL - Federació d'Associacions de Veïns de Lleida

REMALL - Registre d'establiments minoristes d'alimentació de la ciutat de Lleida

## Resum

Els restaurants són espais gastronòmics que tenen un paper clau en la nutrició saludable i sostenible, ja que poden ser establiments que fomentin l'educació nutricional de manera comunitària, en englobar els aspectes bio-psico-socials de les persones. A Lleida, hi ha un gran nombre d'establiments dedicats a la restauració i tot i ser capital de província compta amb l'Horta, un entorn privilegiat que facilita un sistema alimentari local generador de salut. El present treball es basa en un disseny d'intervenció en la línia d'aconseguir que des de l'Ajuntament de Lleida, s'analitzi i es promocióni l'alimentació saludable i sostenible en els restaurants de la ciutat a través de la marca *Horta de Lleida*. Es pretén doncs, analitzar el context prèviament i fer un diagnòstic del sistema agroalimentari per mitjà de grups de discussió amb agents clau i enquestes a persones expertes. Aquests sistemes permetran identificar i reforçar actius i oportunitats així com limitacions i propostes de millora per a impulsar la producció i els vincles de proximitat, facilitar la participació de totes les persones intervinents en la cadena alimentària i oferir opcions saludables a la població lleidatana reduint, a la vegada, la petjada alimentària. Es tracta d'un treball conjunt entre el sector privat, la pagesia i l'administració pública, en la que aquesta té un paper primordial en l'acompanyament dels diversos actors per assolir un impacte real en la salut de les persones.

### **Paraules clau**

Disseny d'intervenció, restaurant, saludable, sostenible, local, rural

## Abstract

Restaurants are gastronomic spaces that play a key role in healthy and sustainable nutrition, because they can be establishments that promote nutritional education in a community way, by encompassing the bio-psycho-social aspects of people. In Lleida, there are a large number of establishments dedicated to restaurant industry and despite being the capital of the province it has l'Horta, a privileged environment that facilitates a local food system that generates health. This work is based on an intervention design in the line of getting Lleida City Council to analyze and promote healthy and sustainable eating in the city's restaurants through the brand *Horta de Lleida*. It is therefore intended to analyze the context in advance and make a diagnosis of the agri-food system through discussion groups with key agents and surveys of experts. These systems will make it possible to identify and strengthen assets and opportunities, as well as limitations and proposals for improvement to promote production and proximity links, facilitate the participation of all the people involved in the food chain and offer healthy options to the population of Lleida, while reducing the food footprint. It is a joint work between the private sector, farmers and public administration, in which it plays a key role in accompanying the various actors to achieve a real impact on people's health.

## *Paraules clau*

Intervention design, restaurant, healthy, sustainable, local, rural

## 1. Introducció

### 1.1 L'alimentació i la gastronomia

L'alimentació és un fenomen bio-psico-social en constant canvi. És, des dels seus orígens, un factor clau que no només determina la vida dels individus sinó també de les societats i cultures d'arreu. Espanya és un dels països amb la dieta més variada i rica del món, la tan anomenada dieta mediterrània i doncs un dels atractius del país és la qualitat i varietat d'aliments, motiu pel qual molts turistes el visiten per la seva gastronomia (1). Aquesta, no només significa menjar, també entendre els aliments que es duen a la boca, quins beneficis nutricionals poden aportar i indiscutiblement, el gaudí dels sentits. De fet, engloba estils de vida com els hàbits alimentaris i les interaccions socials entre persones. Què mengem? Amb qui? On? Quan? Aquests són alguns dels principals factors que tenen a veure amb l'èxit de l'alimentació, que és satisfactòria quan nodreix, és compartida, s'hi dedica temps i en definitiva, es gaudeix (2).

Tot i ser la regió espanyola una de les més riques en relació a la varietat i qualitat dels aliments, l'adherència a la dieta mediterrània encara no és prou satisfactòria (2). Això pot ser degut al procés de transformació econòmica i social que ha patit l'alimentació en els últims temps. En aquest sentit, la globalització ha comportat canvis a nivell de producció, distribució, transport, conservació, estandardització i consum, i el desenvolupament de la ciència i la tecnologia així com el canvi climàtic han provocat canvis en els hàbits alimentaris. Cal tenir present que l'alimentació no deixa de ser la unió entre l'agricultura, la salut, el medi ambient i les persones consumidores (3). Els canvis estan relacionats, per una banda, amb la producció de nous aliments com els enriquits, funcionals o probiòtics i la investigació d'altres fonts alimentàries com els insectes o les algues, més sostenibles (1). De l'altra, s'han incrementat malalties no transmissibles relacionades amb els estils de vida com la diabetis, càncers, malalties cardiovasculars i, sobretot, el sobrepès i l'obesitat. Segons dades de l'Informe Regional Europeu de l'Obesitat 2022 (Organització Mundial de la Salut - OMS), dos terços de les persones adultes i un terç dels nens i nenes presenten sobrepès i/o obesitat a Europa (4). A Espanya, es va realitzar l'estudi ENE-COVID l'any 2020 (5), l'informe del qual conclou que les prevalences brutes d'obesitat i sobrepès són majors en homes (de 19,3% i 44,3 % respectivament) que en dones (18% i 30,4%), mentre que l'obesitat severa i el baix pes és major en aquestes últimes. Els resultats també inclouen altres variables, en les que s'ha comprovat que les prevalences augmenten amb l'edat i la

discapacitat i són menors en nivells educatius i ingressos majors i en municipis més petits (5,6). En concret, les darreres dades del IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya) de l'any 2022 mostren que les taxes per excés de pes a Catalunya són del 51 %, de sobrepès del 35,2 % i d'obesitat de 15,8% (7).

Paral·lelament, l'alimentació també ha sofert una revolució positiva en relació a la gastronomia. Són cada vegada més els cuiners que estan desenvolupant tècniques culinàries en base a conceptes científics i físics per evitar que durant el cuinat es perdin les propietats nutricionals i poder adaptar els plats segons necessitats individuals. A més a més, el consum alimentari fora de la llar ha crescut notablement però solen ser els cuiners més especialitzats o els locals que ofereixen plats amb un preu més elevat els qui empen aquestes metodologies i qui millor gestionen els establiments (8,9). Segons l'informe de consum d'aliments fora de casa realitzat pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (10), el 82,1% dels espanyols han sortit a menjar fora del domicili 13,2 vegades durant el segon semestre de l'any 2023, amb una despesa mitjana de 13,99 €, pel que es gasta un 4,1 % més per acte de compra respecte els tres mesos anteriors. Els aliments més consumits fora de casa són les hortalisses i les verdures, seguides de la carn i el pa, malgrat les xifres són menors que el primer trimestre del mateix any. En canvi, la ingesta d'oli per amanir, de pasta i de llegums i galetes ha augmentat. En aquesta línia, un 64% menja als propis establiments i s'ha comprovat que l'àpat preferit de la població per menjar fora de casa és el dinar, tot i que l'esmorzar i el moment de l'aperitiu han crescut un 8% i 3,8% respectivament. Aquest consum extra domiciliari el solen fer els majors de 50 anys i acompanyats de la família, la parella o dels amics, pel que l'alimentació continua essent un acte social (10).

A més a més, els menjars fora del domicili habitualment s'associen amb comportaments dietètics poc saludables a causa de l'oferta dels restaurants, en què no hi solen incloure informació sobre els valors nutricionals, ni planifiquen menús ni cartes tenint en compte les recomanacions de la dieta mediterrània i la sostenibilitat. Això comporta, com ja s'ha esmentat en línies anteriors, l'aparició de malalties no transmissibles i un impacte negatiu en el sistema alimentari relacionat amb el consum excessiu d'aliments d'origen animal i d'ultraprocessats a la vegada que fomenta el malbaratament alimentari. De fet, des de fa diversos anys que s'estan implantant iniciatives com el programa europeu FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand) (11) format per un consorci de cooperació entre sectors dels països europeus, que té l'objectiu de millorar la qualitat nutricional dels aliments oferts als restaurants i facilitar l'elecció del consumidor a través d'una major informació i sensibilització, fent que l'elecció saludable sigui més òbvia i



accessible. Es va crear amb una duració limitada, fins a l'any 2011, però un dels seus líders i promotors, l'empresa Edenred, continua creant i donant suport a restauradors amb l'ajuda de l'Agència Espanyola de Seguretat Alimentària i Nutrició (AESAN), amb la qual han creat una guia a favor de l'adherència dels restaurants a la dieta mediterrània i en base a les recomanacions de la Comissió Europea per a serveis de restauració sostenibles, les quals són encara d'aplicació voluntària (12). A Catalunya, l'any 2007 es va iniciar també el programa Amed (Alimentació mediterrània), encara vigent, el qual forma part del Pla integral per a la promoció de la salut mitjançant l'activitat física i l'alimentació saludable (PAAS) de l'Agència de Salut Pública de Catalunya (ASPCAT) del Departament de Salut. Aquest identifica i acredita a establiments i serveis de restauració que ofereixen alimentació mediterrània, saludable i sostenible. Actualment compta amb 758 establiments adherits de 169 municipis del territori català (13).

## **1.2 Els restaurants, entorns d'educació nutricional**

Els restaurants poden ésser entorns saludables i per tant, actius en salut que englobin els aspectes biològics, psicològics i socials i determinin la salut de les persones (14). Gràcies a la gastronomia, es pot considerar l'alimentació i nutrició des d'una vessant útil i de millora de la qualitat de vida de la població i prevenció de malalties cròniques (1,8,15-17). En aquesta línia, ja des de la preparació a la cuina es poden realitzar intervencions dirigides a oferir plats saludables basats en alimentació mediterrània així com també en el seu emplatat, si es segueixen les recomanacions estàndard en relació a les porcions (16). A més, el menjador i/o sala pot ésser un espai idoni on dur a terme educació nutricional, a través dels cambrers de manera verbal i en la carta i/o menús, que poden anar acompanyats d'informació nutricional. Els consumidors cada vegada demanen ofertes més saludables, motivats pels canvis en les normes socials que relacionen la restauració amb el caprici alimentari, pel que els restaurants comencen a implementar alguna estratègia de promoció d'alimentació saludable que repercuteix positivament en els costos de l'establiment, l'acceptació del consumidor i aporten un valor afegit a l'empresa (15). En diversos estudis s'ha observat que el motiu pel qual els restauradors duen a terme aquestes estratègies per millorar la salut de la comunitat es deuen a pressions dels governs o d'investigadors, pel que només tenen durabilitat en aquells locals en què es dona importància a la salut i que creuen que la restauració té influència en la seva millora. A la vegada, aquests identifiquen que les ofertes saludables són rentables i proporcionen una satisfacció en els seus clients. Així doncs, els coneixements, la motivació, les creences i actituds tenen una gran influència en la

implementació de solucions més saludables i sostenibles (15). En aquest sentit, la no identificació de la rendibilitat i de la influència de la dieta fora de llar per a la salut de la població poden ésser barreres que impedeixin la seva aplicació, a més a més de la falta de recursos dels governs locals per dur-los a terme i del preu i abastiment alimentari (15,17,18). Per altra banda, l'hostaleria també influeix en la consecució d'un sistema alimentari sostenible, no només en relació a la utilització de productes de proximitat i locals, atès que en ells es produeix un 26% de malbaratament alimentari de tot el món, causat per factors socials, mediambientals i econòmics (19,20) i en concret a Catalunya, un 12% (21). En són exemples els preus d'adquisició dels productes, l'energia, el transport, la distribució, el processament i la mà d'obra. També hi intervé la mala manipulació dels empleats per falta de coneixements, el seu esgotament que provoca menor atenció, la falta d'equipaments per la producció de farines o la mala planificació de menús, tria de productes, proveïdors i recepció incorrectes, l'augment en la despesa d'aigua i la neteja equivocada dels materials i estris i tira de productes químics a les canonades. Altres aspectes que fomenten el malbaratament alimentari als restaurants és la poca valorització de proveïdors de productes locals els quals venen productes amb menor durabilitat o la desconeixença de les preferències alimentàries de la població (20). D'aquesta manera, les intervencions realitzades a favor de la promoció de la salut i de la disminució de la petjada mediambiental en el sector de la restauració s'alineen amb les Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides i, en concret, amb l'ODS 2 "Fam Zero", l'ODS 3 "Salut i Benestar", l'ODS 11 "Ciutats i comunitats sostenibles" i l'ODS 12 "Producció i consum responsables" (22).



Imatges de la 1 a la 5. ODS generals, ODS 2, ODS 3, ODS 11 i ODS 12. Font: IDESCAT (22)

Al territori català, aquests objectius també es descriuen en les 4 dimensions que es plantegen al Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021-2026 (PEAC) tot i centrar-se en la número 4. *Saludable i de confiança*, els objectius dels quals són els hàbits alimentaris saludables i la seguretat, qualitat i generació de confiança al consumidor (3).

### 1.3 La restauració i l'entorn agroalimentari a la ciutat de Lleida

En l'àmbit local, tot i haver-se estudiat i implementat diverses estratègies que tenen com a objectiu millorar els entorns alimentaris de les ciutats, com és el cas Barcelona (23), els restauradors encara presenten força limitacions que els impedeixen instaurar l'alimentació saludable i sostenible als seus locals, tal i com s'ha esmentat en apartats anteriors (15,17,18). En aquest sentit, a la ciutat de Lleida s'hi troben un gran nombre d'establiments minoristes d'alimentació i segons dades dels anys 2021 a 2023 de la Regidoria de Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Lleida, la localitat compta amb 759 locals l'activitat de la qual és l'alimentària – en la que s'inclouen bars, restaurants, kebabs, pizzeries, pastisseries, obradors de pa, geladeries, xurreries o pubs- essent l'hostaleria i restauració la principal oferta de serveis de la ciutat. En concret, 336 establiments són bar-restaurant, pizzeria-restaurant, kebab-restaurant, kebab-pizzeria -restaurant sushi-restaurant i/o braseria-restaurant (*veure Annex 1*), en que s'hi elaboren diversos menjars majoritàriament de la cuina mediterrània, asiàtica -japonesos i/o xinesos- o turca -Kebabs-, i la seva presència és major al barri de la Zona Alta. Malgrat tenir aquest gran nombre d'establiments dedicats a la restauració, no s'hi està implantant cap acció que promocióni l'alimentació saludable i sostenible a nivell de tot el municipi ja que només disposen de l'acreditació del programa Amed l'Alberg de Sant Anastasi – Xarxa Xanascot, Clínica Terres de Ponent, El Bistrot de l'Hotel Zenit, l'Escola d'Hoteleria i Turisme, el Gimnàs Ekke, l'Hospital Universitari de Santa Maria, l'Hospital Universitari Arnau de Vilanova, el QR Cafè i les cafeteries de les facultats de Cappont, Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Agroalimentària i Forestal i de Veterinària (ETSEAFIV) i Rectorat de la Universitat de Lleida (13). Per altra banda, el restaurant Ferreruela – Cuina de la terra, està adherit al moviment Slow Food (24) i altres restaurants manifesten que implementen accions dirigides a la sostenibilitat tot i no estar avalats per cap programa o plataforma alimentària. Per altra banda, Lleida compta amb "l'Horta de Lleida", un espai agrari de 19.000 ha que l'envolta dedicat al cultiu de pomes, peres i préssecs així com hortalisses, cereals i farratges i a la cria de vedells, gallines i garrins. D'aquest entorn sorgeix l'any 2018 la Marca "Horta de Lleida" -en endavant la Marca-, en què s'hi poden adherir empreses i persones del sector de producció i elaboració agràries i ramaderes, de la comercialització -en el que s'inclou al sector de la restauració- i de serveis, la qual permet diferenciar els productes i serveis agraris locals (25). En aquesta línia, la Marca està regulada pel Reglament per a l'ús i gestió de la Marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris, publicat al Diari Oficial de la

Generalitat de Catalunya (DOGC) el 03-01-2023 (veure Annex 2). En ell s'indica textualment que:

*“ sorgeix de la necessitat de diferenciar els productes agraris i serveis produïts o oferts a l'espai agrari de l'Horta de Lleida, perquè les persones consumidores puguin diferenciar clarament els productes d'aquest àmbit geogràfic que han estat produïts/oferts conforme als principis de tradició, traçabilitat, qualitat i sostenibilitat, per tal que es tradueixi en un impacte positiu des del punt de vista social, de l'economia local, del medi ambient i de la identitat territorial, cercant la complicitat de tots els agents en l'ús i la promoció de la marca, incloses les administracions públiques”.*



**Imatge 6.** Logotip de la marca “Horta de Lleida”. Font: Reglament per a l'ús i gestió de la Marca “Horta de Lleida” pels productes i serveis agraris

En definitiva, el món gastronòmic engloba coneixements, arts, artesanies, tradicions, innovacions, medi ambient i experiències que permeten a les societats menjar d'una manera saludable, equilibrada i plaent (1,8,9). En el present, cal proposar opcions gastronòmiques adaptades a les necessitats actuals i futures: el canvi climàtic, l'escassetat alimentària, els preus elevats, el malbaratament alimentari, el sobrepès i l'obesitat, l'augment de l'esperança de vida i l'aparició creixent d'intoleràncies alimentàries (9). L'objectiu del present treball doncs, és analitzar i promocionar l'alimentació saludable i sostenible en el sector de la restauració de la ciutat de Lleida a través de la creació d'una xarxa de restaurants saludables, tot aprofitant l'entorn agroalimentari de la zona.

## 2. Objectius

### 2.1 Objectiu general

**OG 1.** Promocionar des de l'Ajuntament de Lleida l'alimentació saludable i sostenible a la ciutat a través de la gastronomia i la Marca "Horta de Lleida" en el sector de la restauració abans d'acabar l'any 2025.

### 2.2 Objectius específics

**OE 1.** Conèixer el nombre de restaurants de la ciutat de Lleida que ofereixen opcions saludables i sostenibles en els seus menús i/o cartes en el termini de 12 mesos.

**OE 2.** Aconseguir un increment del 25% en l'oferta d'elaboracions nutritives, gustoses, assequibles, adaptades a les cultures d'arreu i locals en els restaurants lleidatans durant l'any 2025.

**OE 3.** Identificar els coneixements, habilitats, creences i actituds dels restauradors, els seus equips entorn l'alimentació nutritiva i respectuosa amb el medi ambient a partir del segon semestre de l'any 2024.

### 2.3 Pregunta investigable

Amb l'estudi, es vol donar resposta principalment a una pregunta, seguint la metodologia PICO:

*En els restauradors de la ciutat de Lleida, quin efecte té l'orientació i l'acompanyament per part de tècnics municipals en l'adopció d'una cuina saludable, segura i sostenible sota la marca Horta de Lleida?*

### 3. Metodologia

#### 3.1 Disseny del programa o intervenció

El present treball tracta sobre un disseny d'intervenció dirigit als restauradors de la ciutat de Lleida i també als productors de l'Horta de Lleida que permeti establir vincles entre ambdós per afavorir la gastronomia nutritiva, segura i respectuosa amb el medi ambient. El disseny es divideix en diverses fases:

##### - Contextualització – Anàlisi de la situació

Primerament, s'ha a dut a terme una cerca bibliogràfica entre l'abril i el maig del 2024 a les bases de dades de PubMed, Elsevier i Dialnet i pàgines institucionals d'Internet com la OMS, l'Agència Espanyola de Seguretat Alimentària i Nutrició (AESAN), el Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació, l'IDESCAT, el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya i l'ASPCAT així com pàgines webs de diversos Ajuntaments d'Espanya i Europa per recollir dades secundàries externes sobre el context actual de la gastronomia i la nutrició en entorns locals i quines estratègies s'han dut fins al moment en relació a la restauració saludable i sostenible. També s'han revisat les dades secundàries internes de l'Ajuntament de Lleida per conèixer les xifres actuals del nombre de restaurants així com la seva ubicació per barris, les dinàmiques agroalimentàries dels diferents sectors implicats i les accions dutes a terme pel consistori i altres administracions públiques.

##### -Diagnòstic dels sistemes de restauració i agroalimentari lleidatà

Per una banda, per conèixer la baixa adhesió per part d'establiments alimentaris de la ciutat al programa Amed respecte altres províncies catalanes s'ha realitzat una **reunió de treball** amb tècnics de l'ASPCAT de la Regió Sanitària de Lleida. Aquests han detectat una sèrie de limitacions. En primer lloc, el programa no ha tingut una bona rebuda a Lleida ja que els restauradors no han identificat la necessitat d'incorporar l'alimentació saludable en el seu establiment, no s'ha fet un acompanyament continuat ni suficient publicitat per a posar en valor la iniciativa. En aquest sentit, s'han planificat almenys dues reunions durant el tercer i quart trimestre del 2024 per cercar sinèrgies a través d'un treball de col·laboració en què es puguin incorporar aspectes del programa Amed tenint en compte les particularitats de la ciutat i el seu entorn.

Per l'altra, i per a conèixer la situació actual del sistema agroalimentari a la capital de la província, s'han dut a terme dues **sessions de treball** amb tècnics municipals de les regidories d'Agenda Urbana i Espai Agrari i de Sostenibilitat de l'Ajuntament de Lleida, segons les quals les iniciatives realitzades des del 2011 fins al moment a favor de la promoció d'un sistema alimentari saludable i sostenible han anat dirigides principalment a la introducció d'aliments locals i saludables als establiments de restauració col·lectiva -sobretot en menjadors escolars-, però no han tingut continuïtat en el temps a causa de la poca col·laboració per part de les empreses gestores i dels pagesos. Aquests, han argumentat al llarg dels anys que seria necessari eliminar els intermediaris en la venda dels seus productes per evitar pèrdues i agilitar els processos de compra-venda. A més, des de la gestió de la Marca també s'ha intentat en diverses ocasions promocionar l'entorn agrari i ramader del voltant de la ciutat de Lleida però des d'una vessant mediambiental, tradicional i de promoció econòmica però sense incidir en altres aspectes de la salut, seguretat i malbaratament alimentari.

Un cop iniciat el diagnòstic, i per a aprofundir sobre les limitacions, problemàtiques i les necessitats de tots els agents implicats en la cadena agroalimentària i en especial dels restauradors, s'ha creat un **grup motor** format per diversos tècnics referents de les regidories d'Agenda Urbana i Espai Agrari, Sostenibilitat, Consum i Mercats, Turisme i Salut Pública el qual treballa en la línia d'analitzar les polítiques que s'estan desenvolupant a la ciutat, defineix propostes d'intervencions i les organitza tenint en compte el coneixement tècnic i l'entorn polític i social. De fet, la creació d'aquest grup permet un treball intersectorial i és l'encarregat de decidir els temes a tractar en els grups de discussió i entrevistes, així com la conducció d'aquestes i desenvolupament i seguiment del projecte des dels diferents àmbits d'actuació. Així, al maig del 2024 s'ha produït la primera reunió de treball amb una part del grup d'una durada d'una hora i se n'ha planificat una altra al juliol del 2024 amb tots els membres, posteriorment al desembre del 2024 i cada 3 mesos.

En aquesta mateixa línia, les dades primàries es preveu que es recullin per mitjà de **grups de discussió** i entrevistes a agents locals clau que intervenen en el desenvolupament del sistema agroalimentari. Per una banda, la Marca ja disposa d'una Comissió de gestió formada per:

- El/la Alcalde/sa President/a de l'Ajuntament de Lleida o Regidor/a en qui delegui, que actua com a president/a
- El/la regidor/a de la regidoria responsable les competències d'Horta
- El/la Secretari/Secretària General, o funcionari/a en qui delegui, que exerceix la secretaria de la Comissió
- Un/a representant de la regidoria responsable de les competència d'Horta de l'Ajuntament de Lleida
- Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències de medi ambient de l'Ajuntament de Lleida
- Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències de consum, comerç i mercats de l'Ajuntament de Lleida
- Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències en turisme de l'Ajuntament de Lleida
- Dues persones representants pel conjunt de sectors de la Marca: productor, comercialització o de serveis
- Un/a representant de les associacions de consumidors
- Un/a representant de la Comissió de l'Horta de la Federació d'Associacions de Veïns de Lleida (FAVLL)

Cal afegir que, tal i com s'esmenta al Reglament (*veure Annex 2*), la renovació de les persones membres de la Comissió de Gestió, a excepció dels i les tècnics i altres càrrecs de designació municipal, es fa cada 4 anys i els seus membres podran ésser reelegits per un període total màxim de 8 anys. D'aquesta manera, és un grup viu en què la renovació de representació dels diversos sectors es duu a terme de manera periòdica, pel que s'aprofitarà la propera renovació per afegir la representació de tècnics de salut pública. En aquest grup s'inclouran fins a un màxim de 10-11 persones i es dialogarà al voltant de l'alimentació saludable i sostenible a la ciutat, començant de manera més general i s'anirà especificant fins a poder realitzar per complet un anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats) per detectar, tal i com les seves sigles indiquen, les debilitats, fortaleses, amenaces i oportunitats d'implantar un programa que promocióni la gastronomia saludable i local amb la implicació dels restauradors, dels productors de l'Horta de Lleida i de l'administració local (*veure Annex 3*).

Un dels principals objectius és aconseguir que en la compra-venda d'aliments locals el productor percebi un preu superior i el consumidor final un preu menor i que es sentin recolzats per l'Ajuntament de Lleida en l'establiment d'aquests vincles de proximitat.



La Comissió es reuneix una vegada a l'any, però s'establiran almenys dues trobades més: una per presentar la inclusió dels aspectes nutricionals, de seguretat i de malbaratament alimentari al Reglament i detectar limitacions i necessitats -setembre del 2024-, una al desembre del 2024 per retornar els resultats i comunicar l'inici de la inclusió d'aspectes de salut a la Marca i com a mínim una anualment per avaluar el procés i els resultats.

A més a més, es realitzaran diverses **entrevistes** a persones expertes com:

- Federació d'Hostaleria de Lleida – Setembre 2024
- Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida – Setembre 2024
- Titulars dels establiments tipificats com a bar-restaurant de cada barri. S'escollirà de manera aleatòria un titular/establiment per barri: Mercat del Pla, Noguerola-Estació-Segre, Pardiniyes, Secà, Balàfia, Camp d'Esports-Ciutat Jardí, Instituts-Sant Ignasi-Escorxador, Zona Alta, Mariola – Turó de Gardeny, Cappedont, Bordeta, Magraners, Horta, Llivia i Clot. Juliol-Setembre 2024
- Agricultors i ramaders de les diferents partides de l'Horta de Lleida: Balàfia, Boixadors, Butsènit, Caparrella, Copa d'Or, Empreseguera, Femosa, La Plana, Malgovern, Vallcalent, Caparrella, Mariola, Montcada, Gualda, Pardiniyes Altes, Pla de Monsó, Rufeia, Sant Just, Torres de Sanui, Vallcalent, Vinatesa, Copa d'Or i Grealó. Setembre 2024

Tots aquests membres podran exposar demandes, percepcions i iniciatives, fet que provocarà diversitat, percepcions i opinions des de diferents vessants i doncs les intervencions estaran dirigides a les necessitats reals i no les percebudes pels investigadors.

Un cop s'hagin **analitzat les dades en un programari específic de valoració qualitativa** com el webQDA, es retornaran els resultats a les persones participants en els grups motor, de discussió/Comissió i a les persones expertes i es concretaran millores en els vincles restaurador-productor. El procés de detecció de necessitats i proposta d'intervencions/estratègies adequades a la situació de la ciutat tindrà una durada de 7 mesos (de maig a desembre 2024). Un cop recollides i analitzades les dades s'iniciaran les intervencions.

### 3.2 Població diana

La població diana del programa són els establiments del municipi de Lleida tipificats pel registre d'establiments minoristes d'alimentació de la ciutat de Lleida (REMALL) de l'Ajuntament de Lleida com a bar-restaurant, pizzeria-restaurant, kebab-restaurant, kebab-pizzeria -restaurant sushi-restaurant i/o braseria-restaurant; els productors locals de l'Horta de Lleida i indirectament, els consumidors. S'exclouen del programa els establiments tipificats com a bar-cafeteria, bar, pub, pastisseria, forn de pa, xurreria, geladeria, iogurts i gelats i els productors locals que no estiguin adherits a la marca "Horta de Lleida".

### 3.3 Activitats a realitzar

Per a donar resposta a les necessitats identificades i reforçar i promocionar actius i oportunitats prèviament descrits, es duran a terme una sèrie d'intervencions que es modelaran segons els resultats obtinguts a la primera etapa i per tant, les intervencions podran variar i seran flexibles en base a les necessitats reals de la ciutat i el seu entorn. Aquesta primera fase anirà seguida de la intervenció directa als establiments minoristes inclosos als criteris d'inclusió per mitjà de visites in situ i prèviament acordades, en què s'explicarà als restauradors el projecte de la Marca i com adherir-s'hi. Malgrat en la fase de diagnosi puguin aparèixer aspectes que indiscutiblement caldrà incloure en la fase d'intervenció, a l'hora de fer la planificació es tenen en compte les barreres presents en altres estratègies segons les fonts consultades i les experiències dels tècnics i tècniques, pel que es proposa aplicar accions tenint com a referència les recomanacions descrites a la Guia Alimentem Barcelona, una guia pràctica per impulsar estratègies alimentàries locals (26):

**-Àmbit d'acció 1. Impulsar la producció i els vincles de proximitat:** Promocionar entre els restauradors el **Viver d'Agricultors de Rufeà** (27), un espai de test agrari de l'Horta de Lleida que té com a objectiu donar suport a nous projectes agraris basats en l'agricultura ecològica, el comerç de proximitat i el valor afegit. Està orientat a persones que ja tenen una mínima experiència en el sector agrari i volen desenvolupar el seu propi projecte, tot i que també es donarà l'oportunitat i es recolzarà a aquells restauradors que vulguin adherir-s'hi i no tinguin coneixements. En aquest projecte, que és gestionat per la regidoria de Sostenibilitat de l'Ajuntament de Lleida, es posa a disposició una parcel·la agrària certificada ecològica amb un contracte d'arrendament de 5 anys, finca amb hidrant de reg, magatzem i maquinària compartida, assessorament en producció agrària ecològica i comercialització i acompanyament en la gestió del

projecte. En el moment en què un restaurador vulgui cultivar el seus propis productes per després elaborar els plats haurà de presentar un projecte viable, amb una descripció i planificació de l'activitat, el mercat on s'orienta la producció, els ingressos i despeses dels primers anys i sol·licitar-ho a la regidoria de Sostenibilitat. Un cop acceptada, es podrà signar el contracte i tramitar la inscripció de certificació ecològica. Els Vivers estan regulats pel *Plec de clàusules administratives particulars que regulen l'atorgament dels horts professionals del Viver d'Agricultors de Rufeà* (27).



**Imatge 7.** Fulletó informatiu del Viver d'Agricultors de Rufeà. Font: Regidoria de Sostenibilitat Ajuntament de Lleida (27)

**-Àmbit d'acció 2. Enfortir la vitalitat comercial de proximitat:** L'estratègia en si d'aquesta línia ja és té en compte en la pròpia iniciativa de la marca "**Horta de Lleida**", tal i com s'esmenta en el seu Reglament (*veure Annex 2*) i en apartats anteriors, pel que el fet de formar part d'ella i per tant de complir amb els requisits ja és considera una intervenció a favor d'enfortir el comerç de proximitat. Una altra acció que es durà a terme serà la de **consolidar els mercats** municipals sedentaris com el de Ronda-Fleming, Balàfia, Cappont i Mercat Central -de fruites i verdures- i no sedentaris setmanals com els de Pardinyes, Camp d'Esports i el mensual de l'Hort, per a què siguin espais de compra de productes per part dels restauradors, ja que la majoria de productors adherits a la Marca venen els seus productes en aquests. Tot i que els restauradors no s'adhereixin a la Marca, es promocionarà la compra dels productes en aquests mercats de proximitat en fer la proposta d'adhesió i en les inspeccions de control sanitari se'ls sensibilitzarà verbalment de la importància del comerç de proximitat i de la compra en mercats municipals.



**Imatge 8-11.** Logotips de diversos mercats sedentaris (Fleming, Balàfia i Central) i ambulant (de l'Hort) de la ciutat de Lleida. Font: Pàgina web Regidoria de Consum, Comerç i Mercats Ajuntament de Lleida (28)

**-Àmbit d'acció 3. Facilitar l'accés i el poder de compra i assegurar la participació de les persones consumidores:** Fomentar la venda directa organitzant **trobades anuals** - aprofitant les reunions de la Comissió de Gestió, que s'han considerat com a grups de discussió, entre el sector de la restauració i la pagesia de l'Horta, essent l'Ajuntament reforçador dels vincles per avaluar de manera periòdica i contínua les necessitats de cada sector. Una altra acció es basarà en promoure un **hub alimentari**, a través del qual es comparteixin coneixements i tendències de producció, distribució, transformació, elaboració i gastronomia entre restauradors, productors i consumidors. Un primer pas per a la construcció d'aquest **hub** serà l'organització a través de la Comissió d'una **fira alimentària** anual a la ciutat de Lleida -la primera l'any 2026-, amb l'objectiu de que en ella es pugui difondre les potencialitats de la Marca, la xarxa i els sectors implicats i que els consumidors la identifiquin amb facilitat i com un actiu en salut. A més a més, en l'organització d'aquesta, caldrà treballar també amb les persones entrevistades en la fase de diagnosi, com l' Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida i la Federació d'Hostaleria de Lleida o l'ASPCAT de la Regió Sanitària de Lleida, entre altres.



**Imatge 12.** Imatge de la poma de Lleida, un dels productes locals i la Seu Vella de fons. Font: Pàgina web de la Marca "Horta de Lleida" (29)

**-Àmbit d'acció 4. Fomentar l'alimentació saludable entre les col·lectivitats i, en especial, als menjadors escolars:** En aquest cas, la col·lectivitat escollida és el sector de la

restauració, en què es proposarà **incloure els aspectes nutricionals i de seguretat alimentària a la marca “Horta de Lleida” per al sector de la restauració** i així avançar en la consolidació de la cuina saludable, de proximitat i ecològica. Es proposa doncs a la Comissió de la Marca a la reunió de Comissió de Gestió planificada pel setembre del 2024, incorporar el valor de la salut i la seva relació amb l'entorn de producció agroalimentària al seu Reglament i en concret en el seu article 5 *“Productes i serveis susceptibles d'utilitzar la Marca i àmbit d'actuació”*, els criteris nutricionals i de control en matèria de seguretat alimentària que s'especifiquen a l'Annex 4 i 5 respectivament. Pel que fa als criteris nutricionals, aquests es basaran en una adaptació dels presents al programa Amed, segons la particularitat de l'entorn i de les últimes evidències pel que fa a recomanacions de consum d'aliments, porcions en els plats i normativa sanitària. Els de seguretat alimentària, es fonamentaran en la legislació vigent en aquest àmbit i prenent com a referència els ítems que es valoren en la classificació dels establiments alimentaris en funció del risc sanitari utilitzat per la Regidoria de Salut Pública de l'Ajuntament de Lleida.

Actualment, quan un restaurador sol·licita l'autorització de l'ús de la Marca a través d'un tràmit específic de l'Ajuntament de Lleida (30), ha d'aportar diversos documents i informació:

- Dades de la persona/empresa
- Nom del persona responsable
- DNI, o equivalent
- Nom comercial
- CIF (en cas de persones jurídiques)
- Número de registre sanitari (si és el cas)
- Adreça de la seu social
- Tipus d'activitat
- Tipus de productes utilitzats de la marca "Horta de Lleida (hortalisses, fruita, oli, ous, carnis i/o altres)
- Adreça dels establiments de venda
- Còpia del CIF
- Alta del règim d'autònoms de la seguretat social, o altra justificació legal per l'activitat econòmica
- Certificats conforme està al corrent de la Seguretat Social i Hisenda
- Declaració censal presentada davant l'administració d'Hisenda en el models 036 o 037

Amb la inclusió dels aspectes nutricionals i de seguretat alimentària, s'afegirà altra documentació que el restaurador caldrà que porti/adjunti: quatre exemples de menú

setmanal segons l'estació de l'any i carta/es habituals de l'establiment. En cas que l'establiment també s'adhereixi com a productor als Vivers d'Agricultors de Ruffa i/o elabori productes, caldrà que empleni al full de la sol·licitud els apartats corresponents de productor/agrari i/o elaboració.

**-Àmbit d'acció 5. Reconèixer la petjada alimentària i actuar:** el malbaratament d'aliments i el tractament de residus. Gestionar i reduir el malbaratament alimentari i els residus i reciclar-los o reutilitzar-los. A Catalunya, el 2020 es va aprovar la **Llei 3/2020, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari** (31), normativa que fixa les obligacions per als diferents agents de la cadena alimentària en relació amb un millor aprofitament dels aliments amb l'objectiu de reduir un 50% el malbaratament alimentari de cara al 2030. D'aquesta manera, es proposa també a la reunió de la Comissió de Gestió del setembre del 2024 que s'afegeixi al Reglament de la Marca criteris de malbaratament alimentari que han de complir, per normativa, els restauradors (*veure Annex 6*). Aquests, es basen en l'esmentada llei i a més a més, tenint en compte les recomanacions presents a la *Guia per a la prevenció del malbaratament alimentari en el sector de la restauració comercial i cuines centrals*, elaborat pel Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya (21).

Un cop aprovats els criteris nutricionals, de seguretat alimentària i de malbaratament alimentari en el Reglament de la marca "Horta de Lleida", la regidoria de Salut Pública de l'Ajuntament de Lleida serà l'encarregada de realitzar visites in situ als restaurants de la ciutat per fer difusió del projecte i de la possibilitat de que els restauradors utilitzin els Vivers d'Agricultors de Ruffa. Quan es rebin les sol·licituds, els tècnics de salut valoraran els menús segons la documentació aportada i posteriorment es revisarà que es compleix amb els criteris establerts. En el cas de l'àmbit de seguretat alimentària, es comprovarà si aquell establiment ja ha sigut avaluat en el control sanitari periòdic i en cas contrari es realitzarà una visita per part del personal especialitzat de la mateixa regidoria. Després d'haver valorat tota informació, es sol·licitaran els canvis dirigits a oferir una alimentació equilibrada, mediterrània, segura i sostenible rebent el recolzament tècnic de manera permanent i oferint almenys tres sessions de formació a l'any sobre com millorar els menús i cartes nutricionalment tenint en compte les particularitats de la gastronomia, sistematitzar la seguretat alimentària en el dia a dia i aplicació constant de mesures de prevenció del malbaratament alimentari (*veure Annex 7*). Aquestes accions estan previstes per l'últim trimestre de l'any 2025, quan ja s'hagin adherit més restauradors al projecte. El seguiment del compliment de les condicions que

confereixen l'adhesió a la Marca es realitzarà de manera anual en el mateix establiment, pel que es crearà un calendari d'inspeccions periòdiques.

Finalment, quan s'iniciï l'aplicació dels criteris nutricionals, de seguretat i malbaratament es durà a terme una campanya de publicitat del programa (on s'inclouran recursos de vídeo per a les xarxes socials i OPIS en marquesines i autobusos) acompanyats de notes de premsa i notícies cada 3 mesos per a promocionar la restauració saludable de Lleida i la marca "Horta de Lleida".

### 3.4 Cronograma

	2n trimestre 2024	3r trimestre 2024	4t trimestre 2024	1r trimestre 2025	2n trimestre 2025	Resta de l'any 2025 i endavant
<b>Contextualització.</b> Cerca de dades secundàries externes i internes						
<b>Reunions de treball amb l'ASPCAT.</b> Adaptació del programa Amed						
<b>Reunió de treball amb la Regidoria d'Agenda Urbana, Espai Agrari i Sostenibilitat.</b> Identificació de necessitats i experiències						
<b>Creació del grup motor: regidories d'Agenda Urbana i Espai Agrari, Sostenibilitat, Consum i Mercats, Turisme i Salut Pública.</b> Identificació estratègies i disseny dels continguts de les enquestes i preguntes al grup de discussió						
<b>Convocatòria Comissió de Gestió.</b> Reunions grup de discussió per debatre i dur a terme anàlisi DAFO						
<b>Entrevistes a agents d'interès/locals.</b> Federació d'Hostaleria de Lleida, Escola d'Hoteleria i Turisme de Lleida, titulars dels establiments presents en els criteris d'inclusió de cada barri i agricultors i ramaders de les diferents partides de l'Horta de Lleida						



<b>Anàlisi qualitativa dels resultats generats en la diagnosi.</b> Per mitjà del programari de valoració qualitativa webQDA						
<b>Valorar els criteris del programa Amed amb ASPCAT.</b> Adaptació d'aquests a la marca						
Incorporar els <b>criteris nutricionals, de seguretat i de malbaratament alimentari</b> al Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" i a la sol·licitud d'adhesió						
<b>Visites in situ als establiments.</b> Promoció dels Viviers d'Agricultors de Rufeà, dels mercats municipals sedentaris i del projecte de la marca "Horta de Lleida"						
<b>Valoració dels menús i/o carta</b> segons la documentació aportada en l'adhesió i <b>revisió dels criteris</b> de seguretat alimentària i malbaratament <b>als locals</b>						
<b>Campanya de publicitat.</b> Promoció de la marca "Horta de Lleida" a tota la ciutat: vídeo, OPIS, notícia						
Creació d'un <b>calendari d'inspeccions</b> per revisar criteris						
<b>Avaluació del procés</b>						
<b>Formació, sessió 1:</b> Com millorar els menús i cartes. Sans i sense perdre l'encant.						
<b>Formació, sessió 2:</b> Fem una bona gestió dels al·lèrgens a la cuina?						
<b>Formació, sessió 3:</b> Malbaratament alimentari a la sala, tenim molt a dir.						
<b>Avaluació de les sessions formatives</b>						
<b>Organització de la fira alimentària:</b> Inici durant l'any 2025 però es produirà al 2026.						→



Avaluació del resultat. A l'any d'haver iniciat el projecte, gener 2026.						→
Avaluació de l'impacte (any 2027)						→

Taula 1. Cronograma de la fase de diagnosi, intervenció i avaluació Font: Elaboració pròpia.

Llegenda:

Fase de diagnosi
  Fase d'intervenció
  Fase d'avaluació

### 3.5 Recursos necessaris i pressupost

Els recursos necessaris per a dur a terme les intervencions plantejades seran:

**-Econòmics:** Es necessitaran recursos econòmics per poder pagar l'empresa de disseny del vídeo i cartells que promocioni el projecte (3.000 €) i per als OPIS impresos (5.000 €). Pel que fa al Viver d'Agricultors de Rufeà, cal afegir que el primer any és gratuït i a partir del segon any el restaurador hauria de pagar 400€/ha i s'ha de dipositar una fiança inicial de 300 €.

**-Espai:** S'haurà de tenir en compte que caldrà reservar sales per a dur a terme les reunions del grup motor, del de discussió i de les formacions als restauradors, que seran pròpies de l'Ajuntament de Lleida o cedides per l'Escola d'Hoteleria de Lleida. Cost gratuït.

**-Personals:** Tècnics de l'Ajuntament de Lleida dels departaments de Salut Pública, Espai Agrari, Sostenibilitat, Comerç i Mercats i Turisme, que s'encarreguin de coordinar el projecte i de dur a terme les formacions als diferents agents implicats. Alumnes de l'Escola d'Hoteleria de Lleida que faran la formació sobre plats saludables. Cost gratuït.

**-Temps:** La duració del projecte inicial serà de 24 mesos, des de la diagnosi a l'abril del 2024 fins a l'avaluació de l'impacte a principis del 2027, en què s'avaluarà l'impacte per decidir si és efectiu i eficaç i per tant pot tenir continuïtat en el temps.

### 3.6 Consideracions ètiques i legals

En primer lloc, la participació al programa serà voluntària pel que quan s'acudeixi a l'establiment per a donar a conèixer-lo es recomanarà la seva participació i s'esmentarà la no obligatorietat de dur-lo a terme. En cas que el restaurador vulgui participar, és indispensable que presenti dades de caràcter personal i altra informació -les quals s'han

esmentat en apartats anteriors- al tràmit “*Sol·licitud al registre d’Incorporació de la Marca Horta de Lleida o ús esporàdic (30)*”, a la seu electrònica de l’Ajuntament de Lleida. Aquesta, no deixa de ser un consentiment informat, on es recullen dades i els aspectes legals als apartats següents:

1. La casella en què s’ha de marcar obligatòriament “*He llegit i accepto el **reglament** que regula la marca “Horta de Lleida”*”;

2. L’acceptació i l’oposició de la **consulta de dades o obtenció de documents** per a la gestió de la incorporació a la Marca: “*D’acord amb l’art. 28 de la Llei 39/2015, d’1 d’octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, per verificar el compliment de la normativa relativa a aquest procediment, l’Ajuntament de Lleida accedirà o obtindrà les dades o documents següents de les administracions corresponents:*

- *Ajuntament de Lleida: comprovació que no hi hagi deutes pendents de pagament*
- *Agència Estatal d’Administració Tributària: comprovació que no hi hagi deutes pendents de pagament*
- *Tresoreria de la Seguretat Social: comprovació que no hagi deutes pendents de pagament.*

*En cas que us oposeu a què fem aquestes consultes, haureu d’acreditar els requisits sol·licitats aportant la documentació següent: certificat negatiu de deute de l’Ajuntament de Lleida, certificat negatiu de deute amb la TGSS i certificat negatiu d’obligacions tributàries de l’AEAT.”*

3. S’especifica que les **dades de contacte facilitades** (número de telèfon mòbil i adreça de correu electrònic) es podran utilitzar per a comunicacions o avisos relacionats amb el procediment.

4. També inclou informació sobre **protecció de dades**:

**“Responsable:** *Ajuntament de Lleida. CIF P2515100B. Plaça Paeria 1. 25007 Lleida. Adreça del Delegat de protecció de dades: dpd@paeria.es*

**Finalitat:** *Ajuntament de Lleida. CIF P2515100B. Plaça Paeria 1. 25007 Lleida. Adreça del Delegat de protecció de dades: dpd@paeria.es*

**Legitimació:** *Consentiment del titular o representant de l’activitat econòmica. Les dades del formulari són imprescindibles per poder atendre aquesta sol·licitud.*

**Destinataris:** *Es difondrà el nom del titular o activitat, dades de contacte, adreça de l’activitat i productes i serveis que ofereix a través dels mitjans previstos en el Reglament per a l’ús i gestió de la marca “Horta de Lleida”. L’Ajuntament de Lleida contracta la infraestructura virtual d’aquesta plataforma d’acord amb un model de computació en el núvol a través dels serveis d’Azure de*

Microsoft Corporation prestadora de serveis a la UE i a l'empara de l'acord -EU-US Privacy Shield.

**Drets:** Podeu accedir a les vostres dades, rectificar-les o suprimir-les, sol·licitar-ne la portabilitat, oposar-vos al seu tractament i sol·licitar-ne la limitació, enviant la vostra sol·licitud al Registre General de l'Ajuntament de Lleida, Oficina Municipal d'Atenció Ciutadana, Rambla Ferran 32, baixos, 25007 Lleida.  
Dret a retirar el consentiment prestat (en cas que s'hagi atorgat per a alguna finalitat). Si considereu que els vostres drets no s'han atès adequadament, teniu dret a presentar una reclamació davant l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades. No obstant això, us podeu adreçar prèviament al delegat de protecció de dades, qui us ajudarà a resoldre el cas.

*He llegit i accepto els apartats anteriors*"

**5. I hi ha una declaració de responsabilitat:** "Declaro sota la meva responsabilitat que les dades facilitades en aquesta declaració són certes i assumeixo la responsabilitat que es derivi de les omissions, inexactituds o falsedats de la informació que conté aquest formulari i els documents que annexo. (D'acord amb l'art. 28.7 de la Llei 39/2015, del procediment administratiu comú de les administracions públiques)"

A més a més, a l'establir els criteris nutricionals s'ha tingut en compte el **RD 895/2013, de 15 de novembre, pel qual es modifica el Reial decret 1431/2003, de 21 de novembre, pel qual s'estableixen determinades mesures de comercialització en el sector dels olis d'oliva i de l'orujo d'oliva (32)** i el **RD 760/2021, de 31 d'agost, pel que s'aprova la normativa de qualitat dels olis d'oliva i d'orujo d'oliva (33)**. En relació a la seguretat alimentària, els ítems s'han recollit en base a la legislació vigent que són:

- **Reglament (CE) n° 178/2002 del Parlament Europeu i del Consell, de 28 de gener de 2002, pel qual s'estableixen els principis i els requisits generals de la legislació alimentària, es crea l'Autoritat Europea de Seguretat Alimentària i es fixen procediments relatius a la seguretat alimentària (34);**
- **Reglament (CE) n° 852/2004 del Parlament Europeu i del Consell, de 29 d' abril de 2004, relatiu a la higiene dels productes alimentaris (35);**
- **Reial decret 1086/2020, de 9 de desembre, pel qual es regulen i es flexibilitzen determinades condicions d'aplicació de les disposicions de la Unió Europea en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris i es regulen activitats excloses del seu àmbit d'aplicació (36);**

- **Reial Decret 1021/2022, de 13 de desembre, pel qual es regulen determinats requisits en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris en establiments de comerç al detall (37).**

Finalment, en relació als criteris de malbaratament alimentari que es proposa d'incloure al Reglament de la Marca, aquests es fonamenten a la **Llei 3/2020, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari (31).**

## 4. Pla d'avaluació de la intervenció

Per a realitzar la intervenció, s'haurà d'haver avaluat pre intervenció els menús dels restaurants quan sol·licitin adherir-se a la Marca. Durant i després de la intervenció, s'hauran d'avaluar també altres aspectes (38):

### 4.1 Avaluació del procés

Indicador	Instrument de mesura	Temporalitat
% de participació en els grups de discussió	Nombre d'agents claus que participen en la fase de diagnòstic	3 mesos de l'inici del programa
% d'establiments adherits al programa	Nombre de restaurants participants	3 mesos de l'inici del programa
	Nombre d'agricultors i ramaders participants	3 mesos de l'inici del programa
Grau de satisfacció dels participants	Enquesta de satisfacció als restauradors de la Comissió i agricultors i ramaders	3 mesos de l'inici del programa
Compliment de les activitats plantejades	Revisió del cronograma plantejat i agents inclosos en cada etapa	3 mesos de l'inici del programa

Taula 2. Indicadors de l'avaluació del procés, instrument de mesura i temporalitat. Font: Elaboració pròpia

### 4.2 Avaluació del resultat

Indicador	Instrument de mesura	Temporalitat
% de menús recollits dels restaurants de la ciutat de Lleida	Nombre de restaurants que se'ls ha recollit informació relativa a la carta i menú	A principis de l'any 2026
>25% d'establiments ofereixen elaboracions nutritives, gustoses, assequibles, adaptades a les cultures d'arreu i locals	Nombre de restaurants participants que han inclòs elaboracions nutritives, gustoses, assequibles, adaptades a les cultures d'arreu i locals	A principis de l'any 2026

Grau de satisfacció dels participants	Enquesta de satisfacció als -Restauradors de la Comissió i agricultors i ramaders -Als participants de la formació	A principis de l'any 2026  -Abans de cada formació (últim trimestre del 2025)
Grau de consecució del programa segons necessitats detectades	Convocatòria del grup de discussió i feed-back de les persones que hi participen	A principis de l'any 2026

Taula 3. Indicadors de l'avaluació del resultat, instrument de mesura i temporalitat. Font: Elaboració pròpia

### 4.3 Avaluació de l'impacte

Indicador	Instrument de mesura	Temporalitat
% de restaurants de Lleida que estan adherits al programa	Nombre de restaurants que ofereixen productes saludables, de proximitat i mantenen una gestió sostenible de manera continuada	A principis del 2027 (dos anys a posteriori de l'inici de la intervenció)
% de persones que escullen opcions saludables als restaurants lleidatans	Enquesta de consum a la població lleidatana	A principis del 2027 (dos anys a posteriori de l'inici de la intervenció)

Taula 4. Indicadors de l'avaluació de l'impacte, instrument de mesura i temporalitat. Font: Elaboració pròpia

## 5. Aplicabilitat de la intervenció

Al llarg del treball s'ha constatat la importància social, econòmica i de salut que té el sector agroalimentari i de la restauració en els nostres dies. Espanya i en concret Catalunya, és una de les regions amb més riquesa gastronòmica, tan a nivell de varietat i de qualitat alimentària com per la presència de grans cuiners i establiments de restauració -i així es demostra aquest 2024 essent un restaurant de Barcelona el millor del món-. No es tracta tan sols de l'abundància de matèries primeres, fonaments de la dieta mediterrània, sinó també de com aquestes són tractades per les persones que les produeixen, les elaboren i les transformen i de com al final, es presenten als consumidors (1,2).

D'aquesta manera, un projecte com el que s'ha elaborat enforteix els vincles entre els productors de proximitat de l'Horta de Lleida, el sector de la restauració i el client. A la ciutat de Lleida es compta amb un entorn privilegiat que fomenta, per si sol, la salut. Malgrat això, existeixen diverses barreres econòmiques, personals i del sistema que dificulten el manteniment del vincle entre el sector agroalimentari i el de restauració, tan presents ambdós al municipi. En aquesta línia, els restaurants són espais ideals per a la realització d'educació nutricional a través dels seus plats, la carta i/o el menú i les pràctiques visibles que realitzin i a més a més, poden sensibilitzar a la població de la importància de l'agricultura i la ramaderia de proximitat i ecològica, en aquest cas a través de la marca "Horta de Lleida". El fet de conèixer les demandes, percepcions i iniciatives reals dels diferents sectors implicats permetrà teixir una xarxa alimentària sòlida des de la producció fins al consum, estant tots aquests en harmonia i identificant el paper que tenen en la millora de la salut de la població. Els vincles de proximitat i l'acompanyament de personal tècnic podran afavorir que els restauradors ofereixin opcions més saludables, segures i sostenibles sense deixar de banda el gaudí dels sentits i les preferències alimentàries. L'impacte en la salut de la ciutadania lleidatana pot ésser molt elevat si es mantenen les accions al llarg del temps i es pot consolidar la Marca com un actiu propi de la ciutat.

A més a més, i tal i com s'ha indicat a la introducció, el present treball pot fomentar la consecució dels ODS de les Nacions Unides (7). Per una banda, l'ODS 2 "Fam Zero" perquè pot enfortir els vincles productor-restaurador i permetrà consolidar uns preus competitiu i l'ODS 3 "Salut i Benestar", en ésser els restaurants espais clau en l'educació nutricional i en la millora de l'estat de salut de les persones a través de propostes saludables i segures. Per l'altra, amb el projecte es pot contribuir al l'ODS 11 "Ciutats i comunitats sostenibles" i l'ODS 12 "Producció i consum responsables", en promocionar la xarxa entre diferents sectors del sistema agroalimentari local i fomentar la prevenció del malbaratament alimentari. Com que es tracta d'un disseny d'intervenció que no s'ha dut a terme, no es pot afirmar que contribueixi realment però sí que els objectius s'alineen amb els ODS.

Tot i això, s'ha de tenir en compte que, tal i com s'ha comprovat en altres estratègies, pot ser que els sectors implicats no percebin la necessitat de contribuir a una millora en la salut i no estiguin compromesos amb l'objectiu del projecte. Caldrà doncs, planificar estratègies per sensibilitzar-los i fer un acompanyament continu. Una de les avantatges és que la persona que ha dissenyat la intervenció forma part del grup motor, pel que serà més fàcil de que l'aplicació sigui real. En relació als tràmits per poder adherir-se a la Marca poden arribar a ser dificultosos per segons quines persones, pel que s'haurà de donar suport a aquells que ho necessitin, el que pot suposar dedicació de més temps per part del grup motor.

Els resultats de l'impacte indicaran si pot ser una bona estratègia per millorar els patrons dietètics dels habitants de la ciutat de Lleida i voltants i aplicar tots els criteris nutricionals, de seguretat alimentària i de malbaratament de manera obligatòria a tots els establiments de la restauració. El canvi climàtic és present cada vegada més i per tant s'haurà de cercar solucions en l'àmbit de la restauració relacionades amb l'ús racional de l'aigua, polítiques d'energia elèctrica, donació d'aliments, compostatge, cura dels treballadors i treballadores, planificació i producció i consums locals, entre altres.



## 6. Conclusions

El principal objectiu d'aquest treball és el de promocionar des de l'Ajuntament de Lleida l'alimentació saludable i sostenible al sector de la restauració de la ciutat a través de la marca "Horta de Lleida" i en la seva planificació s'ha constatat que:

- Cal aprofitar l'entorn de producció local d'agricultura i ramaderia de la ciutat de Lleida i explotar-les de manera positiva a través dels restaurants. Per a què els vincles tinguin èxit, s'ha de fomentar la participació de tots els sectors: el privat, la pagesia i l'administració pública.
- Els criteris d'alimentació saludable, de seguretat alimentària i de malbaratament alimentari proposats per incloure al Reglament per a l'ús i gestió de la Marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris coincideixen en molts punts, fet que posa de palès com l'alimentació és una conjunció entre nutrició, societat, medi ambient i persones.
- És essencial disposar de personal tècnic per a fer un acompanyament a les persones que vulguin adherir-se a la Marca, en cas contrari la probabilitat d'abandonament serà major.
- En ésser un disseny d'intervenció, pot ésser que les intervencions finals difereixin de les plantejades, atès que els coneixements, habilitats, creences, actituds i necessitats reals del grup de discussió no són les mateixes que les percebudes pels investigadors o estratègies d'altres entorns.
- Els restaurants són espais que poden contribuir a millorar els hàbits alimentaris de la ciutadania. En les seves cartes i menús es poden aplicar fàcilment els consells sobre alimentació saludable, oferir elaboracions nutritives, gustoses, assequibles, adaptades a les cultures d'arreu i locals i fer-les visibles als comensals. És important que tots els treballadors dels establiments estiguin sensibilitzats i formats.
- Les campanyes de publicitat i màrqueting són una eina valuosa per al projecte, ja que si se'n fa una major difusió el consumidor podrà identificar tot el sentit de la Marca i el valor que suposa per fer, de Lleida, una comunitat sostenible i saludable.

## 7. Bibliografia

- (1) Aranceta J. Papel de la gastronomía y de las nuevas tecnologías en la configuración de una alimentación saludable. *Nutr Hosp* [Internet]. 2018 [citad el 04-05-2024];35(4):3-9. [Disponible a: http://dx.doi.org/10.20960/nh.2118](http://dx.doi.org/10.20960/nh.2118)
- (2) Varela G, Ansón R, Martínez de Victoria E. "Cap. 30: Nutrición, cocina y gastronomía". En: Gil A. Tomo 4. Nutrición humana en el estado de salud. *Tratado de Nutrición* [Internet]. 3a ed. Tomo IV. Madrid: Ed. Panamericana;2017 [citad el 04-05-2024]. 619-633. Disponible a: [Tratado de Nutrición \(openathens.net\)](http://openathens.net)
- (3) Generalitat de Catalunya. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021-2026. Un full de ruta per a un sector estratègic de país [Internet]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, 2020 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: [Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya 2021-2026. Un full de ruta per a un sector estratègic de país \(gencat.cat\)](http://gencat.cat)
- (4) Organización Mundial de la Salud. Oficina Regional para Europa. Informe regional europeo sobre obesidad de la OMS 2022 [Internet]. Organización Mundial de la Salud: Oficina Regional para Europa; 2022 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: <https://iris.who.int/handle/10665/353747>
- (5) Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición -Ministerio de Consumo. Estudio ENE-COVID: Situación ponderal de la población adulta en España. Informe mayo 2023 [Internet]. Madrid: Centro Nacional de Epidemiología (Instituto de Salud Carlos III); 2023 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: [ENE-COVID ADULTOS FINAL.pdf \(isciii.es\)](https://isciii.es)
- (6) Gutiérrez E, García M, Pastor R, Fernández N, Rollán A, Peñalver B et al and the ENE-COVID Study Group. Socio-geographical disparities of obesity and excess weight in adults in Spain: insights from the ENE-COVID study. *Front. Public Health* [Internet]. 2023 [citad el 04-05-2024]; 11:1195249. Disponible a: 10.3389/fpubh.2023.1195249
- (7) Institut d'Estadística de Catalunya. Indicadors dels objectius de desenvolupament sostenible de la UE per a Catalunya. Objectiu 2: Fam zero. Taxa d'obesitat segons l'índex de massa corporal (IMC) (02.10) [Internet]. IDESCAT; 2022 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=ods&n=13477>
- (8) Arijá V, Perez C, Serra-Majem LL, Aranceta J. Gastronomía y nutrición en Cataluña. *Nutr Hosp* [Internet]. 2019 [citad el 04-05-2024];36(1):78-85. Disponible a: <http://dx.doi.org/10.20960/nh.02699>
- (9) Aranceta J. Gastronomía científica, salud, sabor y sostenibilidad: Las 12 "eses" de la gastronomía saludable. *Rev Esp Nutr Comunitaria* [Internet]. 2023 [citad el 04-05-2024]; 29. Disponible a: [RENC 2023 2 Gastronomía salud sabor sostenibilidad 12 eses J Aranceta\(1\).pdf](https://www.renc2023.gub.es)
- (10) Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Consumo alimentario extradoméstico. Datos de consumo extradoméstico (tres recalibración 2023)

- [Internet]. Madrid: Gobierno de España - Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; 2023 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/hosteleria-y-restauracion/default.aspx>
- (11) FOOD. A question of balance. España [Internet]. FOOD; 2017 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: <https://www.food-programme.eu/es/paises/espana/>
- (12) Edenred y Academia Española de Nutrición y Dietética. Cómo elaborar una oferta gastronómica saludable y sostenible en el restaurante [Internet]. Madrid: Edenred y Academia Española de Nutrición y Dietética [citad el 04-05-2024]. Disponible a: [https://pdfhost.io/v/W.66mhKXW\\_Guia\\_para\\_restauradores2023\\_compressed](https://pdfhost.io/v/W.66mhKXW_Guia_para_restauradores2023_compressed)
- (13) Amed. Alimentació Mediterrània. Benvinguts a Amed [Internet]. Generalitat de Catalunya – Agència de Salut Pública de Catalunya; 2024. Disponible a: <http://amed.cat/home.php>
- (14) De La Guardia MA, Ruvalcaba JC. La salud y sus determinantes, promoción de la salud y educación sanitaria. JONNPR [Internet]. 2020 [citad el 04-05-2024]; 5(1): 81-90. Disponible a: <https://dx.doi.org/10.19230/jonnpr.3215>
- (15) Fuster M, Handley MA, Alam T, Fullington LA, Elbel B, Ray K, Huang TT. Facilitating Healthier Eating at Restaurants: A Multidisciplinary Scoping Review Comparing Strategies, Barriers, Motivators, and Outcomes by Restaurant Type and Initiator. Int J Environ Res Public Health [Internet]. 2021 [citad el 04-05-2024];18(4):1479. Disponible a: [10.3390/ijerph18041479](https://doi.org/10.3390/ijerph18041479). PMID: 33557280; PMCID: PMC7915132
- (16) Labisi T, Preciado M, Voorhees A, Castillo A, Lopez K, Economos C, Story M, Cohen DA. An exploration of customers' perceptions, preferences, experiences, and feasibility of offering standardized portions in restaurants. Int J Gastron Food Sci [Internet]. 2023 [citad el 10-05-2024];34:100829. Disponible a: 10.1016/j.ijgfs.2023.100829
- (17) Fuster M, Abreu-Runkle R, Handley MA, Rose D, Rodriguez MA, Dimond EG, Elbel B, Huang TTK. Promoting healthy eating in Latin American restaurants: a qualitative survey of views held by owners and staff. BMC Public Health [Internet]. 2022 [citad el 10-05-2024];22(1):843. Disponible a: 10.1186/s12889-022-13294-7
- (18) Boelsen-Robinson T, Peeters A, Thow AM, Hawkes C. Barriers and facilitators to implementing a healthier food outlet initiative: perspectives from local governments. Public Health Nutr [Internet]. 2021 [citad el 10-02-2024];24(9):2758-2770. Disponible a: 10.1017/S1368980020002323
- (19) Lévesque J, Perreault V, Mikhaylin S. Eco-efficiency as a prioritization tool in the reduction of food waste in restaurants. Sci Total Environ [Internet]. 2024 [citad el 10-05-2024];927:171515. Disponible a: 10.1016/j.scitotenv.2024.171515
- (20) Lins M, Puppin Zandonadi R, Raposo A, Ginani VC. Food Waste on Foodservice: An Overview through the Perspective of Sustainable Dimensions. Foods [Internet]. 2021 [citad el 11-05-2024]; 10(6):1175. Disponible a: 10.3390/foods10061175

- (21) Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. Guia per a la prevenció del malbaratament alimentari en el sector de la restauració comercial i cuines centrals [Internet]. Barcelona: Generalitat de Catalunya – CREA; 2022 [citad el 11-06-2024]. Disponible a: [Guia Malbaratament RESTAURANTS.pdf \(gencat.cat\)](#)
- (22) IDESCAT. Objectius de desenvolupament sostenible (ODS). Catalunya 2030 [Internet]. Generalitat de Catalunya; 2021 [citad el 11-06-2024]. Disponible a: [Idescat. Objectius de desenvolupament sostenible \(ODS\)](#)
- (23) Barcelona vol convertir els seus restaurants en referent de la sostenibilitat mediambiental [Internet]. 2020 [citad el 11-05-2024]. Disponible a: <https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/2020/12/18/barcelona-vol-convertir-els-seus-restaurants-en-referent-de-la-sostenibilitat-mediambiental/>
- (24) Slow Food Foundation. Slow Food [Internet]. Itàlia: Slow Food Foundation; 2024 [citad el 04-05-2024]. Disponible a: [Inicio - Slow Food](#)
- (25) Horta de Lleida. Aquí trobaràs els productes de l'Horta de Lleida [Internet]. Lleida: Horta de Lleida – Ajuntament de Lleida; 2023 [citad el 11/05/2024]. Disponible a: [Horta de Lleida | Productes de l'Horta de Lleida \(paeria.cat\)](#)
- (26) Alimentem Barcelona. Guia pràctica per impulsar estratègies alimentàries locals [Internet]. Barcelona: Direcció Territorial Agrària de la Diputació de Barcelona; 2022 [citad el 14-05-2024]. Disponible a: [Alimentem Barcelona. Guia pràctica per impulsar estratègies alimentàries locals. ebook. Llibreria de la Diputació \(diba.cat\)](#)
- (27) Regidoria d'Agenda Urbana i Espai Agrari i Regidoria de Sostenibilitat. Viver d'Agricultors de Rufeà [Internet]. Lleida: Ajuntament de Lleida; 2024 [citad el 11-06-2024]. Disponible a: [VIVER D'AGRICULTORS DE RUFEÀ — Regidoria d'Agenda Urbana i Espai Agrari i Regidoria de Sostenibilitat – La Paeria – Ajuntament de Lleida](#)
- (28) Consum, Comerç i Mercats. Mercats Municipals [Internet]. Lleida: Ajuntament de Lleida; 2023 [citad el 11-06-2024]. Disponible a: <https://comercmercatsconsum.paeria.cat/comerc-i-mercats/mercats-municipals>
- (29) Paeria. Horta de Lleida [Internet]. Lleida: Ajuntament de Lleida; 2024 [citad el 11-06-2024]. Disponible a: <https://hortadelleida.paeria.cat/>
- (30) Ajuntament de Lleida. Sol·licitud al registre d'Incorporació a la Marca Horta de Lleida o ús esporàdic [Internet]. Lleida: Ajuntament de Lleida; 2024 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [Carpeta Ciutadana - La Paeria :: Ajuntament de Lleida Sol·licitud al registre d'Incorporació a la Marca Horta de Lleida o ús esporàdic](#)
- (31) Llei 3/2020, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari [Internet]. Barcelona: Departament de la Presidència; 2020 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [LLEI 3/2020, de l'11 de març, de prevenció de les pèrdues i el malbarà \(gencat.cat\)](#)
- (32) RD 895/2013, de 15 de novembre, pel qual es modifica el Reial decret 1431/2003, de 21 de novembre, pel qual s'estableixen determinades mesures de comercialització en el sector dels olis d'oliva i de l'orujo d'oliva [Internet]. Madrid: Ministeri de la Presidència; 2013 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [BOE-A-](#)

- [2013-12006 Real Decreto 895/2013, de 15 de noviembre, por el que se modifica el Real Decreto 1431/2003, de 21 de noviembre, por el que se establecen determinadas medidas de comercialización en el sector de los aceites de oliva y del aceite de orujo de oliva.](#)
- (33) RD 760/2021, de 31 d'agost, pel que s'aprova la normativa de qualitat dels olis d'oliva i d'orujo d'oliva [Internet]. Madrid: Ministeri de la Presidència, Relacions amb les Corts i Memòria Democràtica; 2021 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [BOE-A-2021-14318 Real Decreto 760/2021, de 31 de agosto, por el que se aprueba la norma de calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva.](#)
- (34) Reglament (CE) n° 178/2002 del Parlament Europeu i del Consell, de 28 de gener de 2002, pel qual s'estableixen els principis i els requisits generals de la legislació alimentària, es crea l'Autoritat Europea de Seguretat Alimentària i es fixen procediments relatius a la seguretat alimentària [Internet]. Brussel·les: Comunitats Europees; 2002 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [BOE.es - DOUE-L-2002-80201 Reglamento \(CE\) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.](#)
- (35) Reglament (CE) n° 852/2004 del Parlament Europeu i del Consell, de 29 d' abril de 2004, relatiu a la higiene dels productes alimentaris [Internet]. Brusel·les: Unió Europea; 2004 [citad el 16-06-2024]. Disponible a: [https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2004-81035](#)
- (36) Reial Decret 1086/2020, de 9 de desembre, pel qual es regulen i es flexibilitzen determinades condicions d'aplicació de les disposicions de la Unió Europea en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris i es regulen activitats excloses del seu àmbit d'aplicació [Internet]. Madrid: Ministeri de la Presidència, Relacions amb les Corts i Memòria Democràtica; 2020 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/12/09/1086](#)
- (37) Reial Decret 1021/2022, de 13 de desembre, pel qual es regulen determinats requisits en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris en establiments de comerç al detall [Internet]. Madrid: Ministeri de la Presidència, Relacions amb les Corts i Memòria Democràtica; 2020 [citad el 12-06-2024]. Disponible a: [https://www.boe.es/eli/es/rd/2022/12/13/1021](#)
- (38) Gómez SF, Selva L, Martínez M, Sáez S. Educación para la salud. Elabora un programa en 8 etapas. 1a ed. Lleida: Culbuks; 2016

# ANNEX

## Índex Annex

Annex 1.....	40
Annex 2.....	45
Annex 3.....	59
Annex 4.....	60
Annex 5.....	63
Annex 6.....	64
Annex 7.....	66

## **Annex 1- Llistat dels restaurants de la ciutat de Lleida dels anys 2021 al 2023**

*Informació interna de l'Ajuntament de Lleida referent al nom comercial de l'establiment, tipus d'activitat, via, nom de la via, número i barri - 4 pàgines*



**ADMINISTRACIÓ LOCAL****AJUNTAMENTS****AJUNTAMENT DE LLEIDA****ANUNCI d'aprovació definitiva del text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca Horta de Lleida pels productes i serveis agraris.**

Expedient Serveis Urbans 2020-197

Per mitjà d'aquest Anunci es fa avinent que al Butlletí Oficial de la província número 241, de data 19 de desembre de 2022 apareix publicat el Decret d'Alcaldia nº 13486-2022 de data 30 de novembre de 2022, pel qual s'aprova definitivament el text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris, així com el seu text íntegre

"Unitat administrativa: Serveis Urbans

Assumpte: Aprovació definitiva del text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris

Referència expedient: SU2020-197

**DECRET D'ALCALDIA**

Lleida, 20 de desembre de 2022

Miquel Pueyo París

Alcalde

**1. ANTECEDENTS**

1.1 Considerant que, en data 29 de juliol de 2022, el Ple de l'Ajuntament de Lleida va aprovar inicialment el text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris, i que aquest acord d'aprovació inicial es va sotmetre al corresponent tràmit d'informació pública, audiència i informe, en els termes que consten a l'expedient.

1.2 Considerant que, en data 25 de novembre de 2022, la Secretaria de l'Ajuntament de Lleida ha emès el certificat del resultat dels meritats tràmits participatius, del tenor literal següent: "Que durant el període d'informació pública, que ha finalitzat en data 10/11/2022 no s'han presentat al·legacions".

**2. FONAMENTS DE DRET**

2.1 Article 49 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, i article 178 del Decret Legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya.

En cas de no haver-hi cap reclamació o suggeriment, l'acord inicial esdevindrà definitiu.

CVE-DOGC-A-22356027-2023

2.2 Article 21.1 r) i s) de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, i article 53.1 e) i u) del Decret Legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya.

### 3. PART DISPOSITIVA

En ús de les facultats que em confereix l'article 21 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local, i l'article 53 del Decret legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya,

#### RESOLC:

Primer. Considerar aprovat definitivament, en els termes aprovats inicialment pel Ple de l'Ajuntament de Lleida en data 29 de juliol de 2022 i per manca d'al·legacions en els corresponents tràmits participatius realitzats en l'aprovació inicial, el text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris.

Segon. Practicar les publicacions oficials i notificacions adients per donar eficàcia al present acord, publicant íntegrament el text per a la modificació del Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" pels productes i serveis agraris en el Butlletí Oficial de la Província de Lleida, en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, en la web de la Paeria i al tauler d'edictes municipals.

Tercer. Comunicar aquest acord a l'Administració General de l'Estat i a la Generalitat de Catalunya, als efectes previstos en l'article 70.2 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases de règim local.

Quart. Difondre el contingut d'aquest acord en compliment del principi de transparència, mitjançant la seva publicació actualitzada i permanent en la seu electrònica municipal, en compliment i amb l'abast del que disposen la Llei 19/2013, de 9 de desembre de transparència, accés a la informació i bon Govern, i la Llei 19/2014, de 29 de desembre de transparència, accés a la informació i bon Govern de Catalunya.

Cinquè. Donar compte del present decret al Ple en la propera sessió ordinària que es celebri."

Contra els acords anteriors, que esgoten la via administrativa els interessats poden interposar recurs contenciós administratiu davant la Sala corresponent del Tribunal de Justícia de Catalunya, en el termini de dos mesos a comptar des de l'endemà de la data de la seva publicació, si bé prèviament s'haurà de comunicar a aquest Ajuntament el fet de la interposició del recurs. No obstant això, s'hi pot interposar qualsevol altre recurs si es considera procedent.

#### Annex

Proposta de text per a la modificació del reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" dels productes i serveis agraris.

PROPOSTA DE TEXT PER A LA MODIFICACIÓ DEL REGLAMENT PER A L'ÚS I GESTIÓ DE LA MARCA "HORTA DE LLEIDA" PELS PRODUCTES I SERVEIS AGRARIS

## PREÀMBUL

## TITOL I. DISPOSICIONS GENERALS

Article 1. Objecte

Article 2. Principis de la marca "Horta de Lleida"

Article 3. Titularitat de la Marca i règim jurídic

Article 4. Persones legitimades per l'ús de la Marca

Article 5. Productes i serveis susceptibles d'utilitzar la Marca i àmbit d'actuació

Article 6. Defensa de la Marca

Article 7. Indemnització per danys produïts en l'ús de la Marca

## TITOL II. ÒRGANS DE GESTIÓ I PARTICIPACIÓ

Article 8. La Comissió de Gestió de la Marca

Article 9. Gestió ordinària de la Marca

## TITOL III. PROCEDIMENT D'AUTORITZACIÓ DE L'ÚS DE LA MARCA

Article 10. Sol·licitud d'autorització

Article 11. Dades de la sol·licitud d'autorització

Article 12. Concessió de l'autorització

Article 13. Vigència i renovació de l'autorització

Article 14. Autorització per l'ús esporàdic de la Marca

## TITOL IV. CONDICIONS D'ÚS DE LA MARCA

Article 15. Ús de la Marca

## TITOL V. REGISTRE D'EMPRESES AMB AUTORITZACIÓ DE L'ÚS DE LA MARCA "HORTA DE LLEIDA"

Article 16. Creació del Registre

## TITOL VI. RÈGIM SANCIONADOR

Article 17. Servei d'inspecció i control de la Marca

Article 18. Procediment sancionador

Article 19. Infraccions

Article 20. Sancions

Article 21. Revocació o suspensió de l'autorització

Article 22. Criteris de graduació de les sancions

Article 23. Concurrència de sancions

Article 24. Prescripció i caducitat

## DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

## DISPOSICIÓ FINAL

ANNEX I. Imatge gràfica de la marca "Horta de Lleida"

## PREÀMBUL

CVE-DOGC-A-22356027-2023

La producció hortofrutícola i ramadera de l'Horta de Lleida és un valor a protegir i promocionar per garantir el manteniment de l'activitat econòmica de proximitat, arrelada al territori i de qualitat.

La Mesura 24 recollida al Pla d'Usos de l'Horta de Lleida (aprovat el Ple municipal del 24 de novembre de 2017) determina la creació i promoció de la marca "Horta de Lleida", així com la dotació d'un reglament i òrgan regulador que garanteixi que els productes i serveis que s'hi acullin compleixen amb els requisits establerts pel reglament.

El Reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida" sorgeix de la necessitat de diferenciar els productes agraris i serveis produïts o oferts a l'espai agrari de l'Horta de Lleida, perquè les persones consumidores puguin diferenciar clarament els productes d'aquest àmbit geogràfic que han estat produïts/oferts conforme als principis de tradició, traçabilitat, qualitat i sostenibilitat, per tal que es tradueixi en un impacte positiu des del punt de vista social, de l'economia local, del medi ambient i de la identitat territorial, cercant la complicitat de tots els agents en l'ús i la promoció de la marca, incloses les administracions públiques.

El Reglament té la voluntat de regular l'ús de la Marca entre tots els agents del sector productiu, comercial i de serveis, per la qual cosa inclou tant la producció agrària i ramadera, com l'elaboració de productes agroalimentaris, com les empreses o persones del sector de la comercialització i de l'àmbit d'altres serveis relacionats amb l'Horta.

Les persones responsables de la gestió de la promoció de la Marca hauran de cercar la complicitat de tots els agents en l'ús i la promoció de la Marca, incloses les administracions públiques.

El text inicial del Reglament es va aprovar, de forma definitiva, el 23 de febrer de 2018 al Ple de l'Ajuntament de Lleida. Les modificacions orgàniques municipals, la implantació del Reglament i la pròpia gestió de la Marca Horta fan necessària la revisió d'aquest text per adaptar-lo a les noves circumstàncies i necessitats.

## TITOL I. DISPOSICIONS GENERALS

### Article 1. Objecte

El Reglament té per objectiu determinar els criteris, l'ús i la gestió que defineixen la marca "Horta de Lleida" d'acord a l'actual ús, que s'expressa a través dels elements gràfics que es reproduïxen a l'Annex I.

### Article 2. Principis de la marca "Horta de Lleida"

La marca "Horta de Lleida" es regeix per aquest Reglament en base als fonaments de dinamització de l'Horta de Lleida i sobre les bases de la producció i la comercialització dels seus productes, per tal de garantir que els productes agraris i ramaders hagin estat obtinguts dins l'àmbit geogràfic concret, conforme als principis de tradició, traçabilitat, qualitat, proximitat, ecologia i sostenibilitat.

També s'inclouen aquelles activitats i serveis oferts a l'Horta de Lleida, que tenen relació amb l'activitat agrària o tradicional, i que són d'interès per a la societat.

S'estableix la marca "Horta de Lleida" com a distintiu diferenciador dels productes agraris i serveis produïts en l'àmbit definit a l'article 6 d'aquest Reglament.

### Article 3. Titularitat de la Marca i règim jurídic

El distintiu de la Marca, que es reproduïx a l'Annex I, és propietat de l'Ajuntament de Lleida.

L'ús de la marca "Horta de Lleida" es regirà segons quedi reflectit en el present Reglament i la Llei de marques vigent.

#### Article 4. Persones legitimades per l'ús de la Marca

Només podran fer ús de la Marca les persones físiques i jurídiques (en endavant "persones") autoritzades per la Comissió de Gestió mitjançant el corresponent acord d'autorització. Per obtenir una autorització, la persona sol·licitant ha de reunir, acceptar i complir les normes, i instar la corresponent sol·licitud, conforme a aquest Reglament, així com l'actualització de les dades.

No s'autoritzarà l'ús de la Marca a qui, amb anterioritat a la sol·licitud d'ús, n'hagi fet un ús il·lícit, d'acord amb el termini previst a l'article 20 del present reglament.

Es defineixen tres tipus d'autoritzacions a persones, de les següents categories:

Sector de producció i elaboració agràries o ramaderes. Inclou aquelles persones que es dediquen a la producció agrària o ramadera i les que elaboren els seus derivats.

Sector de comercialització. Inclou aquelles persones que es dediquen a la comercialització de productes agraris o ramaders, tant a nivell majorista com minorista (distribució, restauració, venda minorista o altres de similars).

Sector de serveis. Inclou totes aquelles persones que ofereixen un servei relacionat amb l'activitat agrària de l'Horta, descrit dins les activitats autoritzades al Pla d'Usos de l'Horta, que no s'engloben en els punts anteriors (agroturisme, lleure, serveis agraris o altres d'anàlegs).

#### Article 5. Productes i serveis susceptibles d'utilitzar la Marca i àmbit d'actuació

S'acolliran a la marca "Horta de Lleida" els productes agraris i ramaders, frescos o transformats, i tots aquells serveis compatibles amb les activitats descrites al Pla d'Usos de l'Horta de Lleida, aprovat pel Ple de l'Ajuntament de Lleida, d'acord amb allò que es detalla en aquest article.

L'àmbit d'actuació de la marca "Horta de Lleida" és tot el municipi de Lleida, tant l'espai agrari com les activitats que es puguin desenvolupar en l'àmbit urbà.

Les finques on es produeixen els productes agraris i ramaders, han de pertànyer al municipi de Lleida.

S'inclouen les finques que, tot i que no estiguin ubicades dins el municipi de Lleida,:

pertanyen a explotacions i/o cooperatives que tenen la seu al municipi de Lleida,

i no superen el 50% de la superfície total de l'explotació i/o la cooperativa,

i el total del % de finques que no pertanyen al municipi de Lleida, es troben en municipis limítrofs a aquest terme municipal.

Pel sector de producció i elaboració i pel sector de comercialització (inclosos els mercats), els productes agraris susceptibles d'utilitzar la Marca hauran d'haver estat produïts en finques agràries al terme municipal de Lleida o en aquelles que compleixin les condicions de l'apartat 4 d'aquest article.

Els serveis susceptibles d'utilitzar la Marca són tots aquells que s'ofereixen i que estan relacionats amb les activitats pròpies de l'Horta de Lleida (descrits al Pla d'Usos de l'Horta) i que es realitzen majoritàriament dins l'àmbit municipal.

Les entitats associatives, esportives, comercials, turístiques, veïnals i culturals radicades a l'Horta de Lleida, són susceptibles d'utilitzar la Marca d'acord amb les condicions detallades a l'Article 14 del present reglament.

#### Article 6. Defensa de la Marca

En cas d'incompliment del Reglament de la Marca, la legitimació per a exercir les accions en defensa de la marca "Horta de Lleida" correspon exclusivament a l'Ajuntament de Lleida.

Es prohibeix l'exercici de qualsevol acció en aquest sentit als usuaris, sense perjudici de la possibilitat d'exercir el seu dret a la denúncia. En aquest cas ho posaran en coneixement de la Comissió de Gestió, que emetrà el corresponent informe a l'Ajuntament de Lleida, facilitant les dades precises, per a l'inici de les actuacions pertinents.

## Article 7. Indemnització per danys produïts en l'ús de la Marca

Les persones autoritzades per utilitzar la Marca seran les úniques responsables dels defectes dels seus productes i/o serveis. No es podrà, en cap cas, responsabilitzar a la Comissió de Gestió ni l'Ajuntament de Lleida per aquest fet.

La persona autoritzada a utilitzar la Marca haurà d'assumir en tot cas i per compte propi, qualsevol de les indemnitzacions per danys i perjudicis ocasionats a tercers que es derivin de les seves accions o omissions.

## TITOL II. ÒRGANS DE GESTIÓ I PARTICIPACIÓ

### Article 8. La Comissió de Gestió de la Marca

La Comissió de Gestió és l'òrgan que té les competències per a la gestió i supervisió de les bones pràctiques en l'ús de la marca "Horta de Lleida", segons la normativa que es deriva d'aquest Reglament.

La Comissió de Gestió tindrà les següents funcions:

Rebre les sol·licituds de l'ús de la Marca.

Estudiar i emetre informe en el procediment d'autorització de l'ús de la Marca per les persones sol·licitants.

Controlar el compliment del Reglament per les persones autoritzades.

Proposar la imposició de les sancions per les infraccions que es poden detectar per part de les persones autoritzades.

Vetllar pel correcte ús de la Marca i els seus elements gràfics, pel compliment del present Reglament, ordres, resolucions municipals i les disposicions que siguin d'aplicació.

Proposar i realitzar tasques de promoció i divulgació de la Marca.

Realitzar accions de formació i millora en les produccions entre totes les empreses sol·licitants de la Marca.

Interpretar l'aplicació del Reglament.

Crear el registre de titulars d'usuaris de la Marca i la seva gestió.

Organitzar reunions, sessions de treball o trobades amb els agents implicats de la Marca.

Proposar qualsevol modificació referent al Reglament de la Marca.

La Comissió de Gestió podrà proposar convenis de col·laboració amb entitats privades o públiques per a l'externalització de determinades competències de la Comissió de Gestió, però sense que tinguin la consideració d'exercici d'autoritat, i sempre i quan no s'alterin les competències atribuïdes a l'administració municipal, ni de les responsabilitats que corresponen a les autoritats i persones funcionàries, relatives al funcionament dels serveis públics.

La Comissió de Gestió estarà composta pels següents membres:

El/la Alcalde/sa President/a de l'Ajuntament de Lleida o Regidor/a en qui delegui, que actuarà com a president/a.

El/la regidor/a de la regidoria responsable les competències d'Horta.

El/la Secretari/Secretària General, o funcionari/a en qui delegui, que exercirà la secretaria de la Comissió.

Un/a representant de la regidoria responsable de les competències d'Horta de l'Ajuntament de Lleida.

Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències de medi ambient de l'Ajuntament de Lleida.

Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències de consum, comerç i mercats de l'Ajuntament de Lleida.

Un/a representant de la regidoria que assumeixi les competències en turisme de l'Ajuntament de Lleida.

Dues persones representants pel conjunt de sectors de la Marca: productor, comercialització o de serveis de la Marca.

Un/a representant de les associacions de consumidors.

Un/a representant de la Comissió de l'Horta de la Federació d'Associacions de Veïns de Lleida (FAVLL).

Les dues persones representants del sector productor, comercialitzador, o del sector serveis, s'escolliran mitjançant elecció entre totes les inscripcions vigents que presentin candidatura. La Comissió de Gestió proposarà el procés de selecció, i s'iniciarà quan el nombre de persones adherides a la Marca superi les 20 inscrites.

CVE-DOGC-A-22356027-2023

L'associació de consumidors s'escollirà per decisió del/a President/a de la Comissió tenint en compte que sigui una entitat implicada en el sector de la distribució comercial de base alimentària de proximitat, i el/la representant el designarà la mateixa entitat. L'entitat que es designi ha de gaudir de l'aval de la regidoria responsable de consum, comerç i mercats.

La persona representant de la FAVLL serà designada per la mateixa entitat.

La renovació de les persones membres de la Comissió de Gestió, a excepció dels i les tècnics i altres càrrecs de designació municipal, es farà cada 4 anys i els seus membres podran ésser reelegits per un període total màxim de 8 anys.

La Comissió de Gestió es reunirà cada cop que sigui necessari o com a mínim un cop a l'any amb caràcter ordinari, i amb caràcter extraordinari, en qualsevol moment, mitjançant la convocatòria prèvia del/la President/a de la Comissió, d'ofici o a instància d'almenys un terç de les persones membres, amb 3 dies hàbils d'antelació, com a mínim. En aquest darrer cas, la proposta efectuada haurà d'incloure la relació dels assumptes del dia a tractar i es trametrà per qualsevol mitjà que acrediti la constància de la seva recepció. La convocatòria es farà mitjançant una comunicació electrònica en el termini esmentat i inclourà l'ordre del dia. Perquè la Comissió de Gestió pugui iniciar-se, caldrà que hi siguin presents la majoria absoluta de les persones membres. Els acords es prendran per majoria simple dels seus assistents. En cas d'empat, el/la President/a de la Comissió tindrà vot de qualitat.

La Comissió de Gestió emetrà un informe anual dirigit a la Comissió Territorial de l'Horta. La Comissió Territorial de l'Horta podrà fer suggeriments i propostes en relació als informes que se li presentin.

#### Article 9. Gestió ordinària de la Marca

La gestió ordinària de la Marca es durà a terme des dels serveis tècnics responsables de l'àmbit de l'Horta.

### TITOL III. PROCEDIMENT D'AUTORITZACIÓ DE L'ÚS DE LA MARCA

#### Article 10. Sol·licitud d'autorització

Les persones que desitgin utilitzar la marca "Horta de Lleida" hauran de presentar una sol·licitud d'autorització, que s'ajustarà al contingut d'aquest Reglament.

La presentació de la documentació s'efectuarà pels mecanismes que estableix la legislació vigent sobre procediment administratiu comú, i es realitzarà a través del Registre General de l'Ajuntament de Lleida.

Les persones interessades acompanyaran la sol·licitud amb la documentació que es demani, en funció de si són productores, elaboradores, comercialitzadores o prestadores de serveis.

La persona sol·licitant facilitarà a la Comissió de Gestió la informació o aclariment que se li requereixi. Si fos necessari, per tal de concretar la proposta, permetrà l'accés a les parcel·les o instal·lacions on es produeixen, s'elaboren o es comercialitzen els productes.

#### Article 11. Dades de la sol·licitud d'autorització

Les persones interessades han d'aportar, en el moment de la sol·licitud, la següent informació, així com els documents complementaris:

Dades de la persona/empresa:

Nom del persona responsable.

DNI, o equivalent.

Nom comercial.

CIF (en cas de persones jurídiques).

Número de registre sanitari (si és el cas).

Adreça de la seu social, telèfons, correu electrònic, web.

CVE-DOGC-A-22356027-2023

Alta del règim d'autònoms de la seguretat social, o altra justificació legal per l'activitat econòmica.  
Certificats conforme està al corrent de la Seguretat Social i Hisenda.

Documentació descriptiva del sistema de producció (només del sector producció o elaboració):  
Orientació productiva.

Sistema comercial utilitzat (venda directa, majorista, minorista o altres d'anàlegs).

Si és el cas, la inscripció a altres organismes de control/marques de qualitat: producte de proximitat, producció integrada, producció ecològica, Q de qualitat o altres de similars.

Fitxa amb el llistat de productes que produeix, l'època de l'any de la seva comercialització i quantitat prevista.

Dades de localització de les parcel·les/granges - només pels productors agraris:

Fitxa amb el llistat de parcel·les de la seva explotació indicant el cultiu, la superfície i la seva localització; o document equivalent del Departament d'Agricultura (per exemple DUN).

Fitxa amb la situació de les granges indicant el tipus d'animals i el nombre de caps, o document equivalent del Departament d'Agricultura.

Dades del productes elaborat i de l'origen de la matèria primera - només per les persones elaboradores:

Descripció dels productes elaborats.

Matèria primera utilitzada i origen.

Documentació descriptiva de l'activitat - només per les persones del sector comercialització:

Orientació de l'activitat (restaurant, establiment majorista/minorista, mercats ambulants o altres de similars).

Declaració censal presentada davant l'administració d'Hisenda en el models 036 o 037.

Adreça dels llocs de venda.

Tipus de productes comercialitzats sota la marca "Horta de Lleida":

Hortalisses,

Fruita,

Elaborats,

Altres

Documentació descriptiva de l'activitat - només per les persones del sector serveis:

Descripció del servei (agroturisme, lleure o altres de similars).

Adreça dels llocs dels serveis /activitats.

Declaració censal presentada davant l'administració d'Hisenda en el models 036 o 037.

Les cooperatives i altres agrupacions de productors podran tramitar la seva inscripció al registre de forma conjunta, però només pels productes agraris que comercialitza l'entitat. En el cas que un dels seus socis tingui altres activitats agràries fora de la cooperativa haurà de tramitar la seva sol·licitud de forma individual.

Les persones que elaboren aliments transformats hauran de descriure quins productes utilitzen de la marca "Horta de Lleida" i han de poder garantir en tot moment la traçabilitat de la matèria primera utilitzada.

El termini màxim per resoldre i notificar serà de 3 mesos, a comptar des de la data en què la sol·licitud hagi tingut entrada al registre electrònic de l'Ajuntament de Lleida, en virtut del que estableix la legislació de procediment administratiu comú. La no resolució i notificació en el termini establert comporta l'estimació de la sol·licitud per silenci administratiu.

## Article 12. Concessió de l'autorització

L'Alcalde/sa o regidor/a en qui delegui, aprovarà les autoritzacions per a l'ús de la Marca, a la vista de la proposta emesa per la Comissió de Gestió.

A l'autorització per a la utilització de la Marca es farà constar:

Dades de les persones físiques o jurídiques .

Ubicació de la producció/comercialització/servei.

Productes i serveis que podran portar el distintiu "Horta de Lleida".

Altres condicions especials que es disposin en la seva autorització.

La Comissió de Gestió de la Marca Horta podrà sol·licitar qualsevol informació i documentació per tal de garantir el compliment del reglament.



### Article 13. Vigència i renovació de l'autorització

L'autorització per a l'ús de la Marca atorgada a l'empara de la present Reglament tindrà caràcter anual des de l'endemà de la data de la notificació de l'acord d'autorització.

L'autorització es considerarà renovada, de forma automàtica, sempre que la persona autoritzada mantingui inalterades les condicions i requisits pels quals es va concedir l'autorització d'ús. A tal efecte, la persona interessada és responsable de comunicar qualsevol modificació respecte les dades facilitades en el moment d'inscriure's a la Marca.

### Article 14. Autorització per l'ús esporàdic de la Marca

D'acord amb els punts 2, 6 i 7 de l'article 4 d'aquest reglament, els serveis tècnics que gestionin la Marca, poden informar favorablement per autoritzar l'ús de la Marca per una activitat i període de temps concrets, prèvia petició de l'entitat organitzadora, al Registre General de l'Ajuntament de Lleida. En aquesta petició caldrà fer constar:

Justificació de la idoneïtat d'ús de la Marca.

Termini d'ús: data inicial i final.

Suports on s'utilitzarà la imatge de la Marca (xarxes socials, pàgines web, cartells, fulletons, material publicitari o altres formats)

Mitjans amb què es farà difusió d'aquest ús esporàdic (xarxes socials, pàgines web, cartells, anuncis en mitjans de comunicació o altres d'anàlegs).

L'autorització es farà per part del/la President/a de la Comissió. Els serveis tècnics donaran compte a la Comissió Gestora de la Marca de les autoritzacions emeses per l'ús esporàdic de la Marca.

## TITOL IV. CONDICIONS D'ÚS DE LA MARCA

### Article 15. Ús de la Marca

La Marca serà utilitzada únicament per les persones que comptin amb l'autorització expressa i pels productes i serveis autoritzats. Els drets que es deriven de la Marca no podran ser objecte de cessió per transmissió de la producció i/o activitat. La nova persona titular haurà d'obtenir la corresponent autorització de l'ús de la Marca.

Les persones autoritzades a utilitzar la Marca estaran obligades a distingir clarament les produccions acollides a la marca "Horta de Lleida", d'aquelles altres obtingudes fora de les condicions establertes per la Marca.

La Marca podrà ser reproduïda en qualsevol suport comercial o publicitari, amb l'única limitació que vagi associada als productes i serveis autoritzats pel seu ús. La reproducció de la Marca haurà d'ajustar-se amb exactitud a les característiques gràfiques amb les quals ha estat registrada, havent d'adequar-se al model i condicions tècniques i gràfiques contemplades al manual d'identitat i ús de la Marca (veure Annex I).

Per millorar la identificació de les produccions emparades per la Marca, i amb la fi d'establir una uniformitat que li doni prestigi i visibilitat, la Comissió de Gestió podrà establir l'obligatorietat d'utilitzar embalatges unificats i homologats, o qualsevol altre suport de la imatge gràfica de la Marca.

L'autorització d'ús de la Marca no substituirà el compliment dels requisits i exigències que la legislació vigent estableixi per a la producció, elaboració, transformació, distribució i/o venda dels productes o serveis autoritzats.

Les persones que utilitzin la Marca seran responsables que el producte distingit reuneixi les característiques establertes i estaran obligades a facilitar a la Comissió de Gestió totes les dades que els siguin requerides.

En qualsevol àmbit, la senyalització de les empreses i/o activitats que gaudeixin de l'autorització d'ús de la Marca, de forma plena o esporàdica, s'averà a la normativa vigent que pugui condicionar la seva correcta instal·lació. L'Ajuntament de Lleida podrà facilitar un document amb instruccions per a la senyalització, que derivi del marc legal existent.

L'ús de la marca "Horta de Lleida" és compatible amb l'ús de qualsevol altra marca o denominació.

## TITOL V. REGISTRE D'EMPRESES AMB AUTORITZACIÓ DE L'ÚS DE LA MARCA "HORTA DE LLEIDA"

### Article 16. Creació del Registre

El Registre de les empreses (productores, comercialitzadores i de serveis) inscrites com a productores de la Marca i autoritzades a utilitzar el logotip "Horta de Lleida" es crea sobre una base de dades d'accés públic en quant a les persones físiques i jurídiques inscrites, amb el contingut mínim que especifica la legislació de protecció de dades de caràcter personal, juntament amb les dades que inclogui l'autorització d'ús, no sent de caràcter públic aquelles que afectin a la inspecció, procediments sancionadors o qualsevol altra circumstància particular aliena a la publicitat del titular de l'ús de la Marca.

La inscripció al Registre es realitzarà un cop s'hagi adoptat la resolució d'autorització.

La relació de productors, elaboradors, comerciants i serveis autoritzats a portar la Marca s'utilitzarà per tal de difondre el consum dels productes que acullen la Marca, i es realitzarà a partir dels diferents mitjans (web, fulletons, xarxes socials o altres de similars).

La inscripció al Registre donarà accés als mitjans que l'Ajuntament habiliti per a la promoció de la Marca, en les condicions que s'especifiquin en cada cas.

## TITOL VI. RÈGIM SANCIONADOR

### Article 17. Servei d'inspecció i control de la Marca

Qualsevol servei municipal, amb capacitat inspectora, podrà aixecar acta en cas de detectar-se alguna infracció relacionada amb l'incompliment d'aquest reglament, ja sigui d'ofici o per denúncia d'una tercera persona.

L'acta es farà arribar als serveis tècnics que gestionen la Marca que la presentaran a la Comissió de Gestió de la Marca per iniciar el procediment sancionador.

### Article 18. Procediment sancionador

El procediment sancionador s'ha d'ajustar a la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques, a la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de Règim Jurídic del Sector Públic, a la Llei 26/2010, de 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya, i al procediment establert al Decret 278/1993, de 9 de novembre, sobre el procediment sancionador d'aplicació als àmbits de competència de la Generalitat de Catalunya.

### Article 19. Infraccions

Les accions i omissions, comeses pel qualsevol persona, contràries a allò que es disposa al present Reglament tindran la consideració d'infraccions administratives i, amb caràcter general, el règim sancionador serà el previst en aquest Reglament.

La competència per a la imposició de les sancions derivades d'aquest Reglament correspondrà a l'Alcaldia o al/la regidor/a que tingui expressament delegada aquesta matèria.

Les conductes tipificades com a infracció en aquest Reglament es classifiquen en lleus, greus i molt greus.

Són infraccions lleus:

CVE-DOGC-A-22356027-2023

El no lliurament en el termini establert o l'emplenament incomplet o erroni dels documents sol·licitats per la Comissió de Gestió.

La venda dels productes sense complir les condicions d'etiquetat.

Són infraccions greus:

La no entrega de la documentació o no esmena dels errors detectats, després de l'advertència de l'òrgan gestor en el termini requerit.

La utilització de la Marca en produccions o serveis no autoritzades .

La utilització de la Marca en produccions o serveis no provinents o previstos de la seva explotació.

La utilització de la Marca per la persona productora per exposar altres productes no emparats per aquesta.

La venda dels productes sense complir les condicions d'embalatge i etiquetatge de forma reiterada, una vegada sancionat per la comissió d'infracció lleu.

L'acumulació de 2 infraccions lleus, en el termini d'1 any, serà considerada com a una infracció greu.

Són infraccions molt greus:

L'acumulació de 2 infraccions greus referides a l'apartat 4 d'aquest article, en el termini d'1 any.

L'ús de la Marca per una persona no autoritzada o per persona autoritzada, a qui se li hagi suspès l'ús de la Marca per una infracció greu.

## Article 20. Sancions

D'acord a l'article 141 de la Llei Reguladora de Bases de Règim Local, les sancions, les infraccions derivaran en multes de les següents quanties:

Amb multes de 100,00 fins a 750,00 euros les considerades lleus.

Amb multes de 751,00 fins a 1.500,00 euros les considerades greus.

Amb multes de 1.501,00 fins a 3.000,00 euros les considerades molt greus.

La infracció lleu prevista en la lletra a) de l'apartat 3 de l'article anterior serà sancionada amb un advertiment.

La infracció lleu prevista a la lletra b) del mateix apartat, serà sancionada amb multa de 100,00 a 750,00 euros.

Respecte a les infraccions greus, en el procediment sancionador es podrà decretar la suspensió de l'autorització durant el temps que es mantingui la infracció i en tant no siguin esmenats els fets que la van motivar i sigui novament autoritzat l'ús de la Marca per l'òrgan gestor, independentment de la imposició de la multa.

Les infraccions molt greus seran sancionades amb la revocació de l'autorització de l'ús de la Marca i la impossibilitat de tornar a sol·licitar el seu ús en 1 any, així com la imposició de multa. En el procediment sancionador es podrà decretar la suspensió temporal de l'autorització durant el temps que duri la tramitació de l'aquest procediment.

En cas de suspensió o revocació de l'autorització de l'ús de la Marca, en virtut de l'aplicació del règim sancionador, la persona autoritzada no podrà exigir cap indemnització a la Comissió de Gestió ni a l'Ajuntament de Lleida.

En cas d'incompliment de les normes establertes en el present Reglament, la persona autoritzada serà responsable dels danys i perjudicis que es causin a la Comissió de Gestió, al titular de la Marca o a tercers.

La imposició de qualsevol sanció és independent i compatible amb l'exigència a l'activitat infractora de la reposició de la situació alterada al seu estat anterior, i d'indemnitzar pels danys i perjudicis que hagi causat.

Quan es comprovi que els productes que porten la Marca no compleixen el present Reglament, la persona autoritzada haurà de retirar tots els productes no conformes.

## Article 21. Revocació o suspensió de l'autorització

Per imposar les sancions tipificades en aquesta normativa se seguirà el procediment sancionador regulat pel Decret 278/1993, 9 de novembre, sobre procediment sancionador aplicable als àmbits de competència de la Generalitat i també la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, de Procediment Administratiu Comú de les Administracions Públiques.

CVE-DOGC-A-22356027-2023

Si l'òrgan competent apreciés que els fets objecte d'un expedient sancionador poden ser constitutius de delictes o falta, es donarà trasllat de les actuacions a l'autoritat judicial competent i es deixarà en suspens el procediment sancionador fins que aquesta no es pronunciï.

#### Article 22. Criteris de graduació de les sancions

En la imposició de les sancions es tindran en compte els criteris de graduació següents:

El grau d'intencionalitat en la comissió de la infracció

La naturalesa del perjudici ocasionat

La reincidència, per la comissió en el termini d'un any de més d'una infracció de la mateixa naturalesa

El benefici derivat de l'actuació infractora

Hi ha reincidència si en el moment de cometre's la infracció no ha transcorregut un any des de la imposició per resolució ferma d'una altra sanció amb motiu d'una infracció de la mateixa qualificació.

#### Article 23. Concurrència de sancions

Incoat un procediment sancionador per dues o més infraccions entre les que hi hagi una relació de causa efecte, s'imposarà només la sanció que resulti més elevada.

Quan no es doni la relació de causa efecte a què es refereix l'apartat anterior, a les persones responsables de dues o més infraccions se'ls imposaran les sancions corresponents a cadascuna de les infraccions comeses, llevat que s'aprecii identitat de subjectes, fets i fonaments. En aquest darrer supòsit s'aplicarà el règim que sancioni amb major gravetat la conducta de què es tracti.

#### Article 24. Prescripció i caducitat

Els terminis de prescripció de les infraccions són de tres anys per a les molt greus, dos anys per a les greus i sis mesos per a les lleus, comptadors des de la data en què s'ha comès la infracció. En cas d'infraccions continuades o permanents, el termini és comptador des de que finalitzi la conducta infractora.

Els terminis de prescripció de les sancions són de tres anys per a les molt greus, dos anys per a les greus i un any per a les lleus, comptadors des de l'endemà del dia en què sigui executable la resolució per la qual s'imposa la sanció o hagi transcorregut el termini per recórrer-la.

Transcorreguts sis mesos des de l'inici del procediment sancionador sense que aquest s'hagi resolt i notificat es produirà la caducitat del mateix. Aquests terminis s'interrompan en el supòsit que el procediment s'hagués paralitzat per causa imputable a l'interessat o perquè els fets hagin passat a la jurisdicció penal.

#### DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

A partir de l'entrada en vigor d'aquest Reglament queda derogat el Reglament per a l'ús i gestió de la Marca Horta de Lleida pels productes i serveis agraris (publicat al BOP de la província de Lleida número 122, en data 25 de juny de 2018) i totes aquelles normes municipals d'igual o inferior rang que s'oposin a allò que s'estableix en aquest.

#### DISPOSICIÓ FINAL

Aquest Reglament entrarà en vigor en el termini de 15 dies hàbils de la seva publicació al Butlletí Oficial de la Província de Lleida, d'acord amb allò que estableix l'article 70.2 de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local i l'article 178.2 del Decret Legislatiu 2/2003, de 28 d'abril, pel qual s'aprova el text refós de la Llei municipal i de règim local de Catalunya.

ANNEX I. Imatge gràfica de la marca "Horta de Lleida".





(22.356.027)

### Annex 3 - Proposta de contingut de la primera sessió de la Comissió de Gestió de la marca “Horta de Lleida”

En la Comissió de Gestió de la marca “Horta de Lleida”, considerada com el grup de discussió, es duran a terme preguntes clau per a poder identificar de manera participativa els punts forts, actuals barreres o dificultats, condicions canviant de l’entorn i potencialitat i oportunitats, de manera que es provocarà un debat obert sobre els temes d’interès. S’intentarà que la informació es reculli de la manera més específica possible, objectiva, realista i simplificada per poder recollir els aspectes essencials i aplicar estratègies que s’adeqüin a la realitat i considerant les perspectives de tots els col·lectius implicats. Per aconseguir-ho, s’emprarà l’anàlisi DAFO amb la proposta de contingut següent:

INTERN	FORTALESES	DEBILITATS
EXTERN	<b>AMENACES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Què passa si no promocionem l’entorn agroalimentari de la ciutat?</li> <li>• Quines noves tendències de producció i globalització es preveuen que puguin afectar?</li> <li>• Com influeixen els preus en la producció ecològica i de proximitat?</li> <li>• Com pot afectar en l’economia de tots els sectors el fet de no complir amb les normes contra el malbaratament alimentari?</li> </ul>	<b>OPORTUNITATS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quin impacte en la salut psico-social de les persones pot tenir el fet d’afegir aspectes nutricionals, de seguretat alimentària i malbaratament a la Marca?</li> <li>• Com pot millorar l’economia del productor i del restaurador el fet d’establir un vincle de compra-venda?</li> <li>• El valor afegit per a la gastronomia de la cuina saludable, segura i sostenible</li> </ul>

Taula 5. Proposta d’anàlisi DAFO en la primera trobada del grup de discussió. Font: Elaboració pròpia

## Annex 4 - Proposta d'inclusió de criteris nutricionals en el sector de la restauració al reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida"

Per establir els criteris nutricionals d'obligat compliment per a aquells restaurants que estiguin adherits a la Marca "Horta de Lleida" es seguiran els que apareixen en el programa Amed, tot i que amb adaptacions tenint en compte l'objectiu del projecte i la realitat del territori. L'Amed, doncs, estableix tres tipus de criteris:

### CRITERIS DE COMPLIMENT OBLIGATORI DE CARÀCTER NO ALIMENTARI

- 1 Tenir actualitzades les acreditacions que garanteixin que les instal·lacions reuneixen les **condicions d'higiene** necessàries per oferir seguretat alimentària.
- 2 **Mantenir**, en l'oferta Amed, **uns preus** per al client en la línia dels preus habituals de l'establiment.
- 3 Tenir a disposició del client l'informació sobre **Amed**, sobre alimentació saludable i oci actiu, un cop obtinguda l'acreditació.

Imatge 13. Criteris de compliment obligatori de caràcter no alimentari. Font: Programa Amed -ASPCAT (13)

### CRITERIS DE COMPLIMENT OBLIGATORI DE CARÀCTER ALIMENTARI

- 1 Garantir que, per amanir, s'ofereixi **oli d'oliva** en qualsevol de les seves varietats, i que es cuini amb oli d'oliva o bé amb oli de gira-sol amb alt contingut d'àcid oleic\*.
- 2 Garantir que aproximadament un 25% de l'oferta de primers plats sigui a base de **verdures, hortalisses i/o llegums**.
- 3 Garantir la presència d'**algun producte integral** (pa, pasta, arròs, o d'altres).
- 4 Garantir que aproximadament un 50% de l'oferta de segons plats sigui a base de:
  - **peix** (blanc o blau), o
  - **carns magres** (amb baix contingut de greix).
- 5 Garantir que aproximadament un 50% de l'oferta de les postres sigui a base de:
  - **fruita fresca** (sencera o manipulada, p.e. macedònia)
  - **fruita seca**
- 6 Garantir que en l'oferta de **postres làctiques** hi figuri l'opció sense sucres afegits
- 7 Garantir la dosificació per **copes** o unitats individuals amb relació al possible consum de begudes fermentades (vi, cava o cervesa).
- 8 Disposar de **preparacions culinàries** que no requereixin l'addició de gran quantitat de greix (cremes, llard, margarines, mantegues o una gran quantitat d'oli). Fent ús de tècniques culinàries com ara les cocccions alimentàries al vapor, forn, graella, saltat, planxa, etc.

### ALTRES ASPECTES DE CARÀCTER OPCIONAL QUE ES VALORARAN

Els aspectes següents, tot i no ser de compliment obligatori, puntuaran a favor de l'obtenció de l'acreditació Amed.

- 1 Prioritzar la utilització d'**aliments frescos, de temporada i/o de producció local**.
- 2 Incloure en la carta propostes de la **gastronomia tradicional i local**.
- 3 Oferir oli d'**oliva verge en els setrills** de les taules, així com potenciar que es presenti etiquetat o que se n'identifiqui el grau, el tipus d'oliva i la procedència.
- 4 Prioritzar **quarnicions** de segons plats a base de **verdures, hortalisses i llegums**.
- 5 Oferir als clients de l'establiment Amed **receptes d'alimentació mediterrània**, que poden coincidir amb alguna de les especialitats de la casa.
- 6 Oferir l'opció d'alguns plats combinats mediterranis que es puguin proposar com a **plat únic** (lleuger i no gaire abundant) i/o la possibilitat de demanar **mitges racions** (opcions especialment indicades per a dies feiners).
- 7 Oferir la possibilitat de preparacions culinàries a les quals no s'hagi afegit sal ("**opcions sense sal**"), amb condimentacions alternatives (pebre, espècies, herbes aromàtiques, etc.).
- 8 Difondre **activitats de lleure actiu** (rutes a peu, circuits cardiosaludables, etc.) a la ciutat i/o al voltant de l'establiment Amed.

Imatge 14 i 15. Criteris de compliment obligatori de caràcter alimentari i altres aspectes de caràcter opcional que es valoraran. Font: Programa Amed -ASPCAT (13)





Imatge 16. Logotip del programa Amed. Programa Amed -ASPCAT (13)

En concret, les adaptacions que es proposa que es duguin a terme -les quals seran consensuades amb el departament de Promoció de la Salut de l'Agència de Salut Pública de Lleida-, seran:

- **Criteris de compliment obligatori de caràcter no alimentari**

El punt 1 s'especificarà en els criteris de seguretat alimentària, el punt 2 s'elimina ja que els preus de compra-venda es regularan a través de les Comissions de Gestió de la Marca i el punt 3 també atès que l'acreditació no és del programa Amed sinó de la Marca "Horta de Lleida".

- **Criteris de compliment obligatori de caràcter alimentari**

En el punt s'afegeix que l'oli d'oliva ha de ser verge extra, en el 2 s'augmenta fins a un 50% de l'oferta de verdures, hortalisses i/o llegums.

- **Altres aspectes de caràcter opcional que es valoraran**

El punt 1, 2, 4 es consideren criteris obligatoris i en canvi, el 3, 5 i el 8 s'eliminen. El primer perquè és un requisit obligatori de presentar l'etiquetat amb el grau, tipus d'oliva i procedència i no es permet l'ús de setrills (segons el **RD 895/2013, de 15 de novembre, pel qual es modifica el Reial decret 1431/2003, de 21 de novembre, pel qual s'estableixen determinades mesures de comercialització en el sector dels olis d'oliva i de l'orujo d'oliva** i el **RD 760/2021, de 31 d'agost, pel que s'aprova la normativa de qualitat dels olis d'oliva i d'orujo d'oliva**), el segon, perquè també s'inclouen restaurants que no siguin mediterranis però que ofereixin plats equilibrats i el tercer perquè en aquest cas la Marca no s'associa amb activitats de lleure actiu.

Tenint en compte aquestes adaptacions s'han establert els criteris nutricionals amb la puntuació corresponent per a què els establiments de restauració puguin ser adherits a la Marca "Horta de Lleida" que es basen en:

#### **CRITERIS NUTRICIONALS ASSOCIATS A LA MARCA "HORTA DE LLEIDA"**

1. Oferir **oli d'oliva verge extra** per amanir i utilitzar-lo per cuinar
2. Un 50% de l'oferta de primers plats és a base de **verdures, hortalisses i/o llegums** i un 50% de les guarnicions dels segons

3. Presència d'algun **farinaci integral** (pa, pasta, arròs)
4. Un 50% de l'oferta de segons plats és a base de peix (blanc o blau) o carns magres (amb baix contingut de greix)
5. Un 50% de l'oferta de les postres sigui a base de **fruita fresca** (sencera o manipulada) i/o **fruita seca**
6. Als **postres làctics** hi ha de figurar almenys una opció **sense sucres afegits**
7. Oferir la dosificació per **copes** o unitats individuals en el consum de begudes fermentades (vi, cava o cervesa)
8. **Preparacions culinàries** que no requereixin l'addició de gran quantitat de greix (cremes, llard, margarines, mantegues o una gran quantitat d'oli). Fer ús de tècniques culinàries el vapor, forn, graella, saltat, planxa, microones, etc.
9. Utilitzar **aliments frescos, de temporada** i de **producció local**
10. Incloure a la carta almenys una proposta de **gastronomia tradicional i local**
11. Oferir l'opció d'alguns plats combinats que es puguin proposar **com a plat únic** i la possibilitat de demanar **mitges racions**
12. Presència a la carta i/o menú de preparacions culinàries **sense sal** amb condimentacions amb espècies
13. Indicar la procedència dels aliments a la carta amb el logotip de la Marca

Per poder estar adherit a la marca, els restauradors han de complir amb tots els punts.

## **Annex 5 - Proposta d'inclusió de criteris de seguretat alimentària en el sector de la restauració al reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida"**

El sector de la restauració es classifica com una activitat de risc mig, i per a la seva valoració es tindran en compte els següents ítems, els quals hauran de complir en el 100% per a poder estar adherits a la Marca.

### **CRITERIS DE SEGURETAT ALIMENTÀRIA ASSOCIATS A LA MARCA "HORTA DE LLEIDA"**

- 1. Higiene d'estrís de treball, estructures i equips** correctes amb absència de plagues
- 2. Manipulació** dels aliments correcta i sense risc de contaminació creuada
- 3. Control rutinari de temperatures de conservació i dels processos**
- 4. Cocció** de productes a **temperatures** adequades i si és el cas, abatiment correcte
- 5. Descongelacions** correctes i sense que suposin un risc alimentari
- 6. Higienització dels vegetals** crus correcta
- 7. Roba** exclusiva i **hàbits higiènics** dels treballadors/es correctes
- 8. Productes i estris de neteja** aptes per al consum alimentari, etiquetats, ús correcte i presència d'un lloc exclusiu per desar-los
- 9. Emmagatzematge de la vaixella i estris** en llocs protegits, desinfectats i utilització d'envasos d'un sol ús
- 10. Separació matèries primeres dels productes acabats**, productes protegits, ordenats i separats del terra i de les parets
- 11. Control rutinari de les dates de consum preferent i dates de caducitat** dels productes
- 12. Capacitat del magatzem** suficient
- 13. Circuits i instal·lacions** correctes i separació d'operacions netes i brutes
- 14. Estructures** generals adequades (parets, terra, ventilació, desguassos, lavabos, vestuaris, aigua calenta)
- 15. Disposa de plans d'autocontrol** correctes i complets d'**aigua, temperatures, neteja i desinfecció, plagues, pla de formació, proveïdors, al·lèrgens**
- 16. Estar registrat al registre d'establiments minoristes d'alimentació de la ciutat de Lleida (REMALL)**

## **Annex 6 - Proposta d'inclusió de criteris de malbaratament alimentari al reglament per a l'ús i gestió de la marca "Horta de Lleida"**

Aquests criteris es basen en la **Llei 3/2020, d'11 de març, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari** (31), l'objecte de la qual és l'establiment d'accions de prevenció per a reduir les pèrdues i el malbaratament alimentari i d'accions de foment de l'aprofitament i la valorització dels aliments al llarg de la cadena alimentària.

### **CRITERIS DE MALBARATAMENT ALIMENTARI ASSOCIATS A LA MARCA "HORTA DE LLEIDA"**

1. Implicar a tots els treballadors en la prevenció del malbaratament alimentari segons la jerarquia de prioritats fixada per llei (malbaratament en origen, donació o venda d'excedents a persones, compostatge i abocador).
2. Compra als proveïdors segons els productes de temporada, sobreproduccions o fluctuacions en la demanda del productor
3. Ús de la cuina d'aprofitament: fer servir les restes d'un dia pel menú del dia següent
4. Revisar de l'acceptabilitat dels plats per part del consumidor
5. Valorar l'oferta de pa sistemàtica i oferir-lo a part
6. Reduir la mida de les racions, oferir mitges racions o mig menú
7. Disposar de fitxes tècniques de les receptes per saber quins aliments són necessaris
8. Ajustar la previsió de la compra i oferir alternatives al consumidor si s'acaben els productes
9. Adequada gestió dels estocs: ordre d'arribada, caducitats, etiquetatge
10. Donar part dels excedents alimentaris que no es puguin aprofitar i declarar-ho
11. Disposar de recipients i informar al consumidor (verbalment i a la carta) per a que pugui endur-se les sobres del plat en envasos aptes per a ús alimentari fàcilment reciclables i admetre que el consumidor porti el seu propi envàs.

Aquests 11 criteris hauran de complir-se obligatòriament si l'establiment de restauració vol adherir-se a la marca "Horta de Lleida".

A més a més, si es tracta d'una empresa de restauració amb més de 10 treballadors caldrà, segons la **Llei 3/2020, d'11 de març, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari** (31):

1. Disposar d'un pla de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari i aplicar-lo.
2. Reduir, mesurar i informar anualment sobre la quantificació de les pèrdues i el malbaratament alimentari.
3. Comptabilitzar els productes alimentaris que es destinin a la distribució gratuïta o a l'alimentació animal.

## Annex 7 - Sessions de formació nutricional, de seguretat alimentària i de prevenció del malbaratament alimentari

En un inici, es programaran 3 sessions de formació que tindran lloc el tercer trimestre de l'any 2025. Les que es programin amb posterioritat, variaran segons les necessitats dels restauradors i de l'experiència en el desenvolupament del projecte.

### Sessió 1. Com millorar els menús i cartes. Sans i sense perdre l'encant.

En aquesta sessió es donaran eines als restauradors amb l'objectiu de que millorin els menús i les cartes des de la perspectiva de la nutrició però sense perdre el gust ni l'estètica dels plats. La sessió la començarà una tècnica de la regidoria de Salut Pública i consistirà en una **classe magistral** (per tant emprarà una tècnica d'exposició) durant 30 minuts en què s'explicaran les porcions del plat saludable i quins aliments escollir per enriquir el plat. Posteriorment, es comptarà amb la presència d'un o dos alumnes de l'Escola d'Hoteleria de Lleida que per mitjà de la tècnica d'exposició i la **demostració**, cuinaran durant 60 minuts 2 plats seguint les premisses d'alimentació saludable. La duració total serà de 90 minuts i es durà a terme a l'Escola d'Hoteleria de Lleida a l'octubre del 2025.

### COM HAURIA DE SER L'ESTRUCTURA

### d'un plat saludable?



## Sessió 2. Fem una bona gestió dels al·lèrgens a la cuina?

La segona sessió consistirà en una tècnica d'exposició basada en la gestió dels al·lèrgens a la cuina, atès que la regidoria de Salut Pública ha detectat que aquesta no és correcta en la majoria d'establiments on s'ha realitzat el control sanitari. Així doncs, dues tècniques d'aquesta regidoria seran les encarregades de, mitjançant una **classe magistral** de 30 minuts, desmuntar mites i falses creences que cal tenir en compte per evitar la contaminació encreuada. A continuació, i durant 60 minuts, es realitzarà una tècnica d'implicació a través de **mètodes de casos reals** que hauran de **debatre i resoldre** els restauradors **en grup**. La durada total serà de 90 minuts i tindrà lloc a la Sala Alfred Perenya de l'Ajuntament de Lleida al novembre del 2025.



**Infografia 2.** Infografia que s'utilitzarà a la sessió i que s'entregarà donarà als assistents per a què ho penguin a l'establiment. Font: Elaboració pròpia



### Sessió 3. Malbaratament alimentari a la sala, tenim molt a dir.

En aquesta última sessió es tractarà la prevenció del malbaratament alimentari des de la sala i anirà dirigida principalment al seu personal, malgrat sigui necessari que tots els empleats ho coneguin. La formació es basarà en una tècnica d'exposició i en **una classe magistral** en què les tècniques de la regidoria de Salut Pública donaran els quatre consells bàsics que s'haurien de tenir en compte per reduir el malbaratament alimentari a la sala i la base legislativa que ho regula. Posteriorment, s'emprarà una tècnica d'implicació que durarà 60 minuts que consistirà en **un joc de rols** per grups, uns hauran de ser els cambrers i uns altres els clients. Hauran de resoldre un conflicte entre el que vol el consumidor (més racions, provar plats que no li agraden, pa en tots els plats i no trobar bé que se li ofereixi endur-se les sobres) i el que ofereix el restaurador (el qual aplica la prevenció del malbaratament alimentari). La durada total serà de 90 minuts i tindrà lloc a la Sala Alfred Perenya de l'Ajuntament de Lleida al desembre del 2025.

## RESTAURACIÓ PREVENCIÓ DEL MALBARATAMENT ALIMENTARI A LA SALA

### RACIONS

Reduir la mida de les racions, oferir mitges racions o mig menú



### PA

Oferir-lo a part, no dur-lo sense preguntar



### PLATS

Conèixer i comunicar al cuiner quins plats agraden i quins no



### RESTES

Facilitar i informar al client que s'endugui les sobres del seu plat



**Infografia 3.** Infografia que s'utilitzarà a la sessió i que s'entregarà donarà als assistents per a què ho penguin a l'establiment. Font: Elaboració pròpia