



EL PRODUCTE LOCAL DE QUALITAT, VIA D'ÈXIT PER A LES EMPRESSES ALIMENTÀRIES DE LLEIDA

“Com a reacció a la globalització dolenta, des de fa cinc anys hi ha una tendència a consumir productes locals de qualitat que el consumidor és capaç d'identificar amb un territori concret”, ha afirmat Gerard Costa, doctor en Administració i Direcció d'Empreses i professor titular del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE i de la Universitat Ramon Llull, durant la jornada formativa celebrada aquest matí a la Cambra de Comerç i Indústria de Lleida sobre “Producte i marca, el valor afegit del territori”.

Costa ha assegurat que “el producte local és una via d'èxit per a moltes pimes agroalimentàries lleidatanes” i ha instat aquestes empreses a produir aliments diferenciats i de qualitat i a dur a terme una tasca de màrqueting per aconseguir que el producte sigui més visible en el territori i que el consumidor l'identifiqui amb una zona determinada.

La Cambra de Comerç de Lleida i la UGT de les Terres de Lleida són els organitzadors de la jornada “Producte i marca, el valor afegit del territori”, que també ha tingut la presència de tres empreses del territori lleidatà (El Pastoret de la Segarra, Molí dels Torms i SAT Aproc), les quals han explicat l'experiència en la gestió del seu producte.

Xavier Pont, gerent d'El Pastoret de la Segarra, ha dit que la seva empresa elabora productes diferenciats, no pas estandarditzats com les grans empreses. Venanci Guiu, director tècnic de Molí dels Torms, ha explicat que amb la marca d'oli Olicatessen han creat un producte arrelat a la zona, amb identitat i que el consumidor és capaç de distingir, i que el 70% de la producció es destina a l'exportació. Francesc Batalla, president de la SAT Aproc, ha manifestat que l'empresa produeix un producte diferenciat i emparat amb la marca de qualitat “El nostre corder”, que és molt valorada pels clients.



La jornada “Producte i marca, el valor afegit del territori” ha tingut com a objectiu reflexionar i debatre sobre la relació entre el producte i el territori des del qual s’elabora i distribueix un producte, analitzar l’avantatge competitiu d’aquest binomi en la indústria alimentària de les Terres de Lleida i aportar elements de reflexió per millorar el creixement del sector des de la perspectiva del màrqueting i les seves possibilitats.

La secretària general de la UGT de les Terres de Lleida, Rosa Palau, ha explicat que la jornada és una de les actuacions previstes en el projecte innovador “C17, Túnel de Bracons i Eix Transversal: Eixos de creixement de la indústria alimentària”, que vol contribuir al desenvolupament social i econòmicament sostenible del sector de la indústria alimentària a Catalunya.

A més de les jornades de competitivitat i innovació en el sector, s’està duent a terme un estudi de la situació, les necessitats i les potencialitats del sector. En el cas de les Terres de Lleida, Rosa Palau ha avançat que s’ha parlat amb 17 empresaris i uns 70 treballadors del sector i s’ha arribat a la conclusió que hi ha una gran sensibilitat en la prevenció dels riscos laborals i una preocupació en relació amb la conciliació de la vida laboral i familiar i amb els salaris.