

# L'agricultura dins la Regió Metropolitana de Barcelona. Els casos del vi i de la planta ornamental

Xavier Recasens,<sup>1</sup> Òscar Alfranca<sup>2</sup>

1. Departament de Gestió del Verd Urbà, Ajuntament de Badalona
2. Escola d'Enginyeria Agroalimentària i de Biosistemes de Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), Castelldefels

REBUT: 25 DE MAIG DE 2021 - ACCEPTAT: 10 DE FEBRER DE 2022

---

## RESUM

---

L'agricultura urbana és l'agricultura que es fa dins les ciutats o al seu voltant. L'agricultura de dins les ciutats la duen a terme, majoritàriament, agricultors i agricultores no professionals, mentre que de l'agricultura periurbana se n'encarreguen agricultors i agricultores professionals.

En aquest treball estudiem dos sectors agrícoles periurbans de la Regió Metropolitana de Barcelona: el sector del vi de la Denominació d'Origen (DO) Alella i el sector de la flor i de la planta ornamental del Maresme. L'èxit o el fracàs d'aquestes explotacions agrícoles periurbanes depenen de l'estratègia triada per a adaptar-se a la proximitat de les ciutats.

Correspondència: Òscar Alfranca. Escola d'Enginyeria Agroalimentària i de Biosistemes de Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC). C/ Esteve Terradas, 8, edifici D4, Campus del Baix Llobregat, UPC. Parc Mediterrani de la Tecnologia. 08860 Castelldefels. Tel.: 935 521 227. A/e: [oscar.alfranca@upc.edu](mailto:oscar.alfranca@upc.edu).

A partir d'entrevistes semiestructurades als productors es conclou que la majoria dels cellers entrevistats tenen menys de trenta anys d'existència, tot i ser una de les primeres DO de la Península. Els cellers ofereixen activitats relacionades amb el turisme o l'oci i, en segon terme, activitats educatives. Les explotacions de flor tallada i de planta ornamental entrevistades tenen, de mitjana, més de cinquanta anys de funcionament i no ofereixen activitats educatives ni lúdiques.

Els dos sectors agrícoles periurbans estudiats aprofiten la seva situació a prop de les ciutats, si bé de dues maneres diferents. Per un costat, el del vi es diversifica oferint activitats lúdiques i turístiques, mentre que els productors de planta ornamental aprofiten les infraestructures metropolitanes per a comercialitzar la producció.

**PARAULES CLAU:** agricultura urbana, agricultura periurbana, DO Alella, Maresme, planta ornamental.

## Agriculture in the Barcelona Metropolitan Region. The cases of wine and ornamental plants

---

### ABSTRACT

---

Urban agriculture is agriculture that takes place within or around cities. While agriculture within cities is carried out mostly by non-professional farmers, urban-fringe agriculture is carried out by professional farmers.

In this paper we study two peri-urban agricultural sectors within the Barcelona Metropolitan Region: on the one hand, the wine sector within Alella's Protected Designation of Origin (PDO), and on the other, the flower and ornamental plant sector in the Maresme region. The success or failure of these peri-urban farms depends on the strategy adopted to adapt their business models to the proximity of cities.

From the semi-structured interviews conducted with producers, it is concluded that most of the wineries have been in existence for less than 30 years, despite being one of the first PDOs of the Iberian Peninsula. The wineries offer activities connected with tourism or leisure and, to a lesser extent, education. The cut-flower and ornamental-plant farms which were interviewed have been in existence, on average, for more than 50 years. They do not offer educational or recreational activities.

The two peri-urban agricultural sectors studied take advantage of their location near

cities, but in two different ways. On the one hand, the wine sector diversifies its strategy by offering recreational and tourist activities, while the producers of ornamental plants take advantage of the metropolitan infrastructures to market their production.

**KEYWORDS:** urban agriculture, urban-fringe agriculture, PDO Alella, Maresme region, ornamental plants.

## La agricultura en la Región Metropolitana de Barcelona. Los casos del vino y de la planta ornamental

---

### RESUMEN

---

La agricultura urbana es la agricultura que se lleva a cabo dentro de las ciudades o en sus alrededores. La agricultura de dentro de las ciudades la realizan, mayoritariamente, agricultores y agricultoras no profesionales, mientras que de la agricultura periurbana se encargan agricultores y agricultoras profesionales.

En este trabajo estudiamos dos sectores agrícolas periurbanos de la Región Metropolitana de Barcelona: el sector del vino de la Denominación de Origen (DO) Alella y el sector de la flor y de la planta ornamental de la comarca del Maresme. El éxito o el fracaso de estas explotaciones agrícolas periurbanas dependen de la estrategia adoptada para adaptarse a la proximidad de las ciudades.

De las entrevistas semiestructuradas realizadas a productores se concluye que la mayoría de las bodegas entrevistadas tienen menos de treinta años de existencia, aun siendo una de las primeras DO de la Península. Las bodegas ofrecen actividades relacionadas con el turismo o el ocio y, en menor medida, actividades educativas. Las explotaciones de flor cortada y de planta ornamental entrevistadas tienen, de media, más de cincuenta años de funcionamiento y no ofrecen actividades educativas ni lúdicas.

Los dos sectores agrícolas periurbanos estudiados aprovechan su situación cercana a las ciudades, si bien de dos formas distintas. Por un lado, el del vino se diversifica ofreciendo actividades lúdicas y turísticas, mientras que los productores de planta ornamental aprovechan las infraestructuras metropolitanas para comercializar su producción.

**PALABRAS CLAVE:** agricultura urbana, agricultura periurbana, DO Alella, Maresme, planta ornamental.

## 1. Introducció

Al voltant de les ciutats hi ha zones periurbanes o suburbanes el desenvolupament urbanístic de les quals encara no s'ha produït. Aquestes zones són, sovint, espais que estan a l'espera de canvis en el planejament urbanístic, en els quals es duen a terme activitats que la ciutat no vol o no regula (Eizaguirre, 1987).

De la perspectiva en què l'especulació urbanística era el principal interès dels espais periurbans s'ha passat a la visió més positiva d'autors com Koomen, Dekkers i Dijk (2008), segons la qual els espais oberts periurbans tenen una dimensió mediambiental o es poden usar per a implantar noves activitats relacionades amb l'agricultura i el bosc (Scott *et al.*, 2013). Per a d'altres, també són espais essencials per a la sostenibilitat de les ciutats (Yokohari i Bolthouse, 2011). Aquestes zones periurbanes, habitualment, són fàcilment accessibles a peu, en bicicleta, amb vehicle privat o amb transport públic. La ciutadania percep que els espais periurbans ofereixen zones per a l'oci —passejar, córrer, anar amb bicicleta, etc.—, per a gaudir del paisatge i per a altres serveis ecosistèmics, com la purificació de l'aire de les ciutats (Casado-Arzuaga, Madariaga i Onaindia, 2013). Mantenir o recuperar les activitats agrícoles o ramaderes en aquests espais periurbans són mesures que poden servir per a gestionar-los i preservar-los, així com per a donar un dinamisme econòmic.

### 1.1. Agricultura urbana i periurbana

El terme *urban agriculture* ('agricultura urbana') es refereix tant a l'agricultura que es localitza al voltant de les ciutats, com a l'agricultura de dins de les ciutats (McClintock, 2014). Aquesta breu definició es pot ampliar o matisar.

Per a Verje *et al.* (2016), l'agricultura urbana ha d'estar inclosa en el teixit urbà i ha d'integrar-se en la vida social, cultural, econòmica i metabòlica de la ciutat. D'acord amb l'Organització de les Nacions Unides per a l'Agricultura i l'Alimentació (FAO, 1999), l'agricultura urbana no només inclou l'agricultura, sinó també la ramaderia, la pesca i la silvicultura, i els serveis ecosistèmics relacionats. Aquesta definició aporta un matís important en incloure la pesca, els boscos i els serveis que es presten a la societat més enllà de la producció agrícola, com ara la mitigació del canvi climàtic, els canvis en el paisatge, la reducció de les bombolles de calor o el manteniment de la fertilitat del sòl, entre d'altres. Sovint l'agricultura urbana s'associa a una agricultura no professional, que persegueix altres objectius, mentre que l'agricultura periurbana s'associa a una agricultura productiva amb finalitats més comercials.

## 1.2. Agricultura periurbana

Tot i que la finalitat principal de l'agricultura professional és l'econòmica, la producció agrícola periurbana ha de tenir en compte també la proximitat de la ciutat a l'hora de prendre decisions (Wästfelt i Zhang, 2016). Per a Beauchesne i Bryant (1999), els espais agrícoles periurbans són idonis per a produccions alternatives, com ara els productes exòtics. Per a Heimlich i Barnard (1992), les explotacions que adapten el model de negoci a la proximitat a la ciutat són les que obtenen un valor afegit més gran. Un estudi dut a terme a la conca del Ruhr (Pölling, Sroka i Mergenthaler, 2017) conclou que les explotacions agrícoles que s'han adaptat a les demandes de la ciutadania que viu als voltants tenen més èxit empresarial que les explotacions que no ho han fet. Aquest èxit es tradueix en uns millors resultats econòmics, en una visió positiva del futur i en la successió de l'explotació per la generació següent.

En el marc del projecte europeu COST - Action Urban Agriculture Europe (2012-2016) (Pölling *et al.*, 2017), es van identificar les estratègies que hauria de seguir l'agricultura periurbana per a adaptar-se a la proximitat de la ciutat: la diferenciació, la diversificació, el cost baix, el vessant comunitari i l'experiència pagesa.

### a) La diferenciació

Es basa a crear distincions dels productes habituals. La proximitat dels agricultors amb el mercat de consum permet que s'estableixin relacions de confiança. I la demanda de productes ètnics, de nous aliments (flors) i de productes locals o regionals suposen una oportunitat.

La diferenciació també afecta la distribució i la comercialització. Tal com indica un estudi del Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació de l'Estat espanyol sobre els canals curts de comercialització, hi ha un interès creixent per part dels consumidors a adquirir productes locals (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2013). Conceptes com *sa* i *net* són associats als productes agrícoles locals (Aubry i Kebir, 2013; Grebitus, Printezis i Printezis, 2017). Per aquest motiu, les explotacions agrícoles periurbanes han de produir productes regionals o locals i de qualitat (Zasada, 2011; Wästfelt i Zhang, 2016) (figura 1).

La diferenciació també es pot fer incorporant un esglaó més a la cadena productiva, com pot ser la transformació de la producció agrícola (Schans *et al.*, 2016). En aquest cas, el producte final és el producte elaborat (farina, derivats lactis, vins, salses, melmelades o embotits).

FIGURA 1

Producte diferenciat en un mercat de pagès de Montgat



FONT: Fotografia de Xavier Recasens (2014).

*b) La diversificació*

La diversificació permet obtenir ingressos d'altres béns i serveis més enllà de l'activitat econòmica principal. Es pot dur a terme per dues vies (Schans *et al.*, 2016):

— Des de l'explotació agrícola, ampliant el negoci amb activitats relacionades, o no, amb l'activitat agrícola.

— Des d'altres activitats, ampliant el negoci cap a l'agricultura.

Hi ha diversos exemples d'explotacions agrícoles que han diversificat el model de negoci aprofitant la proximitat de la ciutat. S'ha registrat l'augment d'explotacions agrícoles o ramaderes que inclouen cavalls per a la pràctica de l'hípica a prop de les ciutats (Zasada *et al.*, 2013); aquest fenomen és especialment important en països com Alemanya. Hi ha explotacions vitivinícoles en àrees periurbanes, com la DO Alella i altres DO, que ofereixen un gran ventall d'activitats relacionades amb el món del vi i de la vinya (Recasens, Alfranca i Maldonado, 2016; Figueras-Torruella, 2020), com ara visites culturals, la pràctica d'esports o concerts (figura 2). D'altra banda, hi ha associacions que tenen cura de persones amb alguna mena de minusvalidesa que aprofiten l'agricultura per a donar-los ocupació i teràpia (Pölling *et al.*, 2017; Tulla *et al.*, 2018).

FIGURA 2

Enoturisme en una explotació vitivinícola de la DO Alella (Tiana, Maresme)



FONT: Fotografia de Xavier Recasens (2017).

c) *El cost baix*

L'agricultura periurbana es caracteritza perquè obté productes d'alt valor afegit, que a les zones urbanes troben els canals idonis de distribució i comercialització. Es tracta de clústers d'hortalisses i verdures i de planta ornamental, produccions amb un valor elevat per unitat de superfície (Heimlich i Barnard, 1992; Hernández *et al.*, 2014), els quals es caracteritzen per una tecnificació intensiva (figura 3) i una competitivitat elevada. La ciutat no tan sols proporciona un nombre elevat de consumidors a prop, també disposa d'un entramat d'infraestructures (autopistes, ferrocarril, ports, aeroports) que faciliten la importació de materials i l'exportació dels productes.

FIGURA 3

Exemple de tecnificació digital d'un viver: etiquetes amb codi QR en el planter (Premià de Dalt, Maresme)



FONT: Fotografia de Xavier Recasens (2017).

#### d) *El vessant comunitari*

Hi ha un interès creixent a comprar productes alimentaris al marge dels canals de distribució i de les corporacions agroindustrials principals (Renting, Marsden i Banks, 2003; Donald i Blay-Palmer, 2006). De retruc, sorgeixen iniciatives que intenten reconnectar la ciutadania amb l'agricultura i establir xarxes de comerç (Jarosz, 2008). Aquests movi-



ments s'emmarquen en les anomenades *xarxes alternatives de distribució de menjar* (Paül i McKenzie, 2013), o també en les anomenades *cadena curta de subministrament d'aliments* (Renting, Marsden i Banks, 2003). Un dels factors clau és la relació que s'estableix entre consumidors i productors (Renting, Marsden i Banks, 2003; Lagane, 2014; Francès-Tudel, 2018).

#### e) *L'experiència pagesa*

Una altra característica de l'agricultura periurbana és que permet afegir nous valors al producte. Aquest valor afegit prové més de l'experiència en l'elaboració del producte que no pas del producte en si. Es tracta de vendre una història, cosa que és més atractiva que vendre el producte.

## 2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest article és analitzar com les explotacions agràries aprofiten la proximitat a les ciutats com una oportunitat de negoci i actuen amb estratègies que afavoreixen característiques agronòmiques diferencials amb sistemes de comercialització alternatius. S'estudien el sector del vi i el sector de la flor tallada i de la planta ornamental. Aquests dos sectors s'han triat per la proximitat a la trama urbana i al nucli urbà de la ciutat de Barcelona.

El sector vitivinícola és interessant perquè inclou diferents estadis de la cadena agroalimentària. Es tracta d'un sector dinàmic que s'adapta als requeriments del mercat i que pot convertir-se en un exemple per a altres activitats que combinin la producció agrícola amb la petita indústria agroalimentària. El sector de la flor tallada i de la planta ornamental té interès pel seu dinamisme empresarial i per la utilització intensiva de tecnologia, cosa que permet una producció més eficient.

## 3. Material i mètodes

### 3.1. Àrea d'estudi

L'àrea d'estudi es troba dins la Regió Metropolitana de Barcelona (RMB), que l'any 2017 té una població de 4.793.592 habitants i una superfície de 2.350,9 km<sup>2</sup>, amb una densitat de 1.955 h./km<sup>2</sup> (Idescat, 2017).

La Denominació d'Origen (DO) Alella es va crear oficialment l'any 1955 (BOE, 1956), tot i que el conreu de la vinya a la zona data de l'època romana (Martínez Ferreras, 2008).

Està formada per trenta-un municipis,<sup>1</sup> i, malgrat que es troba dins una regió vinícola, la vinya és un conreu minoritari amb 313,37 ha, que representen només el 7,98 % de la superfície agrícola dels municipis que integren la DO (figura 4).

Segons dades del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya (2015), a la RMB hi ha 534 ha dedicades al conreu de planta ornamental i de flor tallada, de les quals més del 50 % (371 ha) s'ubiquen a la comarca del Maresme. El conreu de la planta ornamental i de la flor tallada del Maresme data de 1832; ara bé, la seva forta expansió té lloc als anys vint del segle xx (Llobet, 1955). Continua sent una comarca representativa, atès que les 151 explotacions dedicades a aquest conreu representen el 52 % de Catalunya, i el 4 % de tot l'Estat espanyol (INE, 2009).

## 3.2. Entrevistes

Per a analitzar les explotacions, es va dur a terme una enquesta semiestructurada, el 2015 per al sector del vi i el 2017 per al sector de la planta ornamental. Es va seguir un guió, encara que aquesta mena d'enquestes permeten expressar l'opinió i matisar les respostes a les persones entrevistades.

El qüestionari es va elaborar durant les reunions del projecte europeu COST - Action Urban Agriculture Europe, TD 1106, en el marc del Grup de Treball de Models Empresarials de l'Agricultura Urbana (Pölling *et al.*, 2016). Aquest model d'enquesta ha estat creat específicament per a explotacions agrícoles urbanes i periurbanes. Permet representar un ampli ventall d'explotacions periurbanes, des de granges que només persegueixen objectius socials fins a aquelles centrades en objectius empresarials. Un altre avantatge és que estableix un model europeu per a fer el seguiment de l'agricultura urbana.

Totes les entrevistes es van fer personalment amb cita prèvia. Abans de l'entrevista, es va descriure breument l'estudi. La durada de l'entrevista va ser d'entre 25 i 60 minuts, segons la disponibilitat de la persona entrevistada.

L'enquesta inclou quaranta-nou preguntes i es divideix en deu seccions:

1. Descripció breu de l'explotació (nom, superfície, lloc, any d'establiment, cultius i gestió dels cultius).

---

1. Alella, Arenys de Mar, Arenys de Munt, Argentona, Badalona, Cabrera de Mar, Cabriels, Calella, Granollers, Llinars del Vallès, Martorelles, el Masnou, Mataró, Montgat, Montornès del Vallès, Òrrius, Premià de Dalt, Premià de Mar, la Roca del Vallès, Sant Cebrià de Vallalta, Sant Fost de Campsentelles, Sant Iscle de Vallalta, Sant Pol de Mar, Santa Coloma de Gramenet, Santa Maria de Martorelles, Teià, Tiana, Vallromanes, Vilanova del Vallès, Vilassar de Dalt i Vilassar de Mar.

2. Objectius de l'activitat (comercials, d'autoconsum, mitjà de subsistència, educació, medi ambient, socials, oci/benestar, manteniment de terres conreades, recerca i desenvolupament).

3. Descripció breu de la finca (municipi, distància al sòl urbà, qualificació urbanística).

4. Mercats i màrqueting (productes comercialitzats, tipus i localització dels clients, canals de comercialització, diferenciació del producte...).

5. Entorn institucional (subvencions o ajuts percebuts, relació entre productors, necessitats de suport...).

6. Factors d'èxit de l'activitat.

7. Principals problemes als quals s'enfronten.

8. Beneficis econòmics i socials (valor de la producció, ocupació, voluntariat educatiu i social, preservació del sòl agrícola, de l'agrobiodiversitat i del paisatge cultural).

9. Patrimoni natural i cultural.

10. Perfil dels responsables (edat, nivell d'educació, nivell de participació de la família en el projecte i com van decidir entrar en la producció agrícola periurbana).

A partir de les respostes obtingudes, es va confeccionar un conjunt d'indicadors (valorats en una escala del 0 al 5) dels beneficis econòmics i socials (taula 1).

**TAULA 1**

**Valors assignats als indicadors dels beneficis econòmics i socials**

Indicador	Valor de l'indicador					
	0	1	2	3	4	5
Valor de la producció (€/any)	< 1.000	1.000-5.000	5.001-20.000	20.001-100.000	100.001-500.000	> 500.000
Llocs de treball a temps complet / any	0	< 0,25	0,26-1	2-5	6-10	> 10
Llocs de treball a temps complet sense sou / any	0	< 0,25	0,26-1	2-5	6-10	> 10
Activitats educatives: hores visitant / any	0	< 100	100-1.000	1.001-5.000	5.001-10.000	> 10.000
Activitats socials: hores visitant / any	0	< 100	100-1.000	1.000-5.000	5.001-10.000	> 10.000
Gestió de l'espai obert (ha)	0	< 0,1	0,1-1,0	1,1-10,0	10,1-50,0	> 50
Agrobiodiversitat: nombre de varietats conreades	1	2-5	6-10	11-20	21-30	> 30
Paisatge cultural: cost de mantenir els edificis històrics (€/any)	0	< 5.000	5.001-20.000	20.001-50.000	50.001-100.000	> 100.000

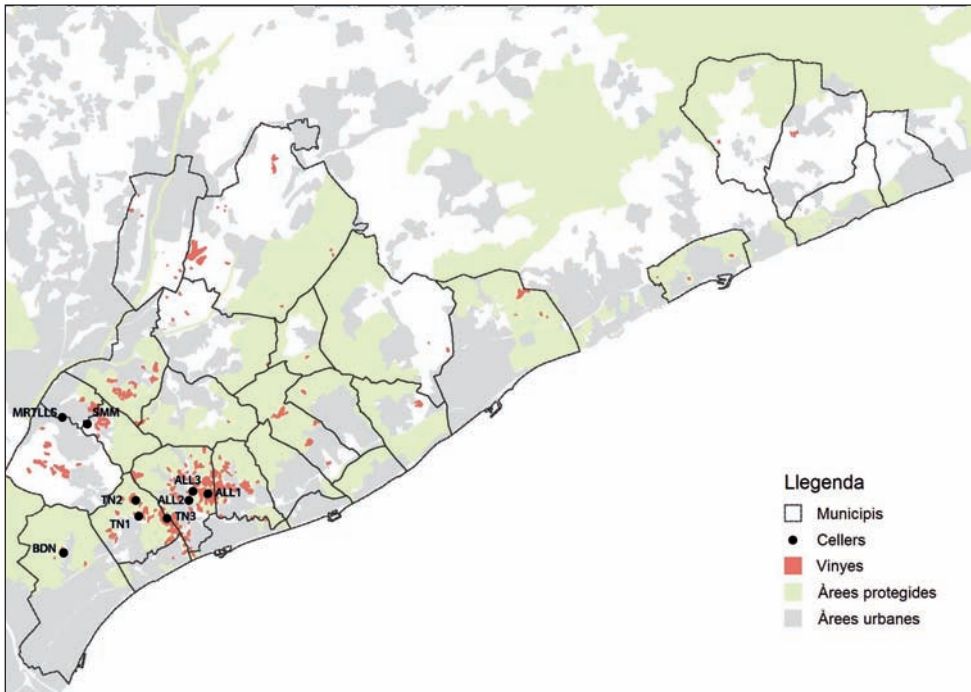
FONT: Elaboració pròpia a partir de Pölling *et al.* (2016).

### 3.3. Cellers de la DO Alella entrevistats

L'any 2015 hi havia deu cellers de la DO Alella, dels quals nou van accedir a respondre l'enquesta. La seva ubicació es mostra a la figura 4.

**FIGURA 4**

**Ubicació de les vinyes de la DO Alella (any 2015) i dels cellers entrevistats**



FONT: Elaboració pròpia amb dades del Sistema d'Informació Geogràfica de la Política Agrària Comuna (SIGPAC), del Registre Urbanístic de Catalunya i de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya.

### 3.4. Explotacions de flor tallada i de planta ornamental entrevistades

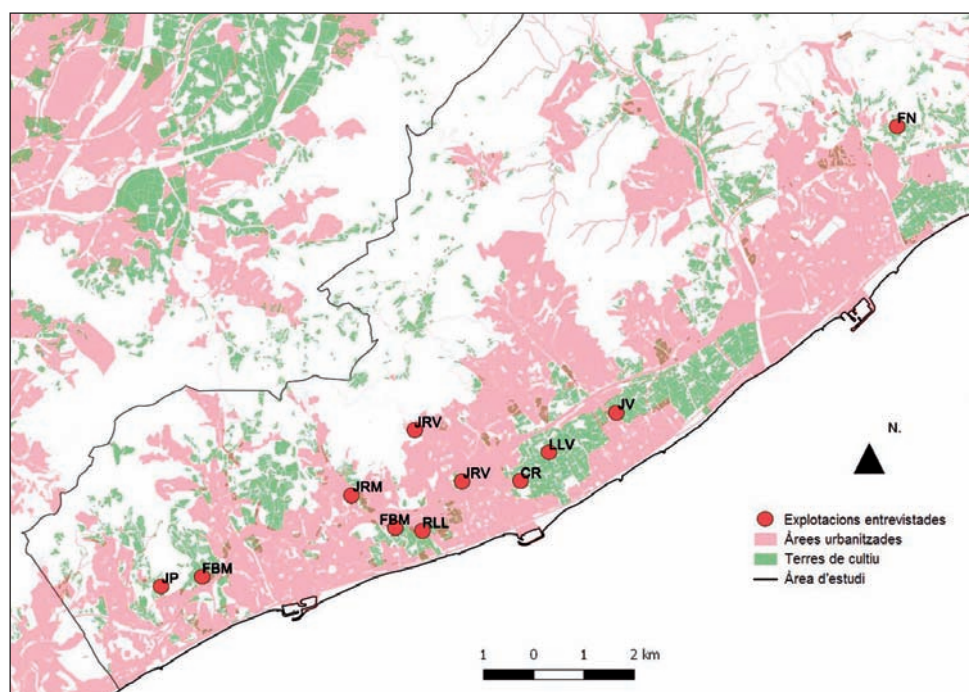
Del conjunt d'explotacions dedicades a la flor tallada i a la planta ornamental del Maresme (151 el 2009), se'n van entrevistar nou. La mostra es va escollir de manera que fos representativa del sector, és a dir, amb explotacions productores de flor tallada, de planta

en test, de flor tallada combinada amb planta en test o verd de tall, de plançons, de plançons combinats amb flors i plantes comestibles, i de flors comestibles.

Les explotacions entrevistades (la ubicació de les quals es mostra a la figura 5) representen el 6,0% de les explotacions del Maresme i el 6,5% de la superfície destinada a conreus ornamentals. Es va considerar que la mostra era prou representativa del sector atenent el nombre d'explotacions i la possibilitat de fer entrevistes directes.

**FIGURA 5**

**Ubicació de les explotacions de flor tallada i de planta ornamental entrevistades**



NOTA: L'explotació identificada com FBM té dues ubicacions.

FONT: Elaboració pròpia amb dades del SIGPAC, del Registre Urbanístic de Catalunya i de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya.

## 4. Resultats

### 4.1. Cellers de la DO Alella

La majoria dels cellers entrevistats tenen menys de trenta anys. El més antic és Alella Vinícola, amb més de cent anys —fundat el 1906—, i el més recent és de l'any 2013. La superfície de vinya es mou entre 1 ha (microexplotacions) i 55 ha (explotacions mitjanes). La mostra està formada per empreses familiars i, tot i tractar-se d'establiments relativament nous, l'edat dels responsables (propietaris, gerents) és elevada. El rang d'edats va dels trenta-vuit anys (gerent del celler ALL2) als setanta-nou (TN1), si bé la majoria tenen més de cinquanta anys (taula 2).

**TAULA 2**

#### Perfil de la finca i dels responsables dels cellers entrevistats

Cellers	Any de creació	Superfície de vinya (ha)	Superfície de la finca (ha)	Responsables		
				Edat (anys)	Gènere	Nivell de formació
ALL1	1985	23,0	25,0	70	Home	Universitari
ALL2	1906	55,0	55,0	38	Home	Universitari
ALL3	2010	13,0	50,0	45/40	Dona/home	Universitari / formació professional
BDN	2004	1,0	3,0	64	Home	Universitari
MRTLLS	2000	3,0	3,0	54	Home	Formació professional
SMM	2009	6,0	40,0	52	Dona	Universitari
TN1	1992	1,5	5,0	79	Home	Universitari
TN2	1998	2,3	3,0	59	Home	Universitari
TN3	1991	16,0	17,0	60	Home	Universitari
<b>Mitjana</b>		<b>13,1</b>	<b>23,3</b>	<b>58</b>		

FONT: Elaboració pròpia.

De mitjana, el valor de la producció se situa entre els 20.000 i 100.000 € anuals, tot i que hi ha tres cellers (ALL1, ALL2 i TN3) que superen els 500.000 €. Els cellers ocupen entre dos i cinc treballadors a temps complet de mitjana; dos cellers (ALL1 i TN3), però, n'ocupen més de sis. No hi ha tradició de treballadors voluntaris en els cellers entrevistats, llevat d'ajuts puntuals en les èpoques de més feina, com és la verema. Aquestes ajudes provenen de familiars i amics.

Els cellers entrevistats no destaquen en les activitats educatives (visites d'escoles o instituts); de mitjana no ofereixen més de 100 hores visitant / any. D'activitats socials

(oci, enologia, cultura, gastronomia...), de mitjana, n'ofereixen entre 100 i 1.000 hores visitant / any, i tres cellers (ALL2, ALL3 i TN3) destaquen perquè n'ofereixen més de 1.000. El TN3 és el celler entrevistat que ofereix més activitats educatives i socials. La taula 3 mostra un resum d'aquests resultats.

**TAULA 3****Valoració (0-5) dels indicadors principals dels beneficis econòmics i socials dels cellers entrevistats**

Cellers	Valor anual de la producció	Llocs de treball a temps complet	Llocs de treball a temps complet sense sou	Activitats educatives	Activitats socials
ALL1	5	4	0	2	2
ALL2	5	3	0	2	3
ALL3	3	3	0	0	3
BDN	2	2	1	1	1
MRTLLS	3	3	0	0	2
SMM	2	3	2	0	1
TN1	1	2	2	0	0
TN2	2	3	1	1	2
TN3	5	5	2	3	4
<b>Mitjana</b>	<b>3,11</b>	<b>3,11</b>	<b>0,89</b>	<b>1,00</b>	<b>2,00</b>

FONT: Elaboració pròpia.

**TAULA 4****Nombre de productes oferts i de varietats conreades i àmbits de comercialització (%) dels cellers entrevistats**

Cellers	Nombre de productes oferts pels cellers	Nombre de varietats conreades	Vendes al mercat local (municipis propers i Catalunya) (%)	Vendes al mercat no local (Espanya i estranger) (%)
ALL1	13	6	70	30
ALL2	18	8	70	30
ALL3	5	8	100	0
BDN	2	3	95	5
MRTLLS	7	2	90	10
SMM	8	4	100	0
TN1	2	4	100	0
TN2	3	3	80	20
TN3	26	15	60	40

FONT: Elaboració pròpia.

Els cellers entrevistats ofereixen una gran varietat de productes (taula 4): vi blanc, vi negre, vi rosat, monovarietals (xarel·lo i pansa blanca), vins escumosos, vins naturals, vins aromatitzats i vermut. Observant les dades, s'intueix una relació positiva, lògica, entre el nombre de varietats conreades i el nombre de productes oferts.

Pel que fa a l'àmbit de comercialització, en opinió dels cellers entrevistats, els principals consumidors de la DO Alella es troben als municipis de l'entorn, seguits pels de la resta de Catalunya, l'estranger i la resta de l'Estat espanyol. En quatre cellers (ALL1, ALL2, TN2 i TN3) les vendes fora de Catalunya representen més del 20%, i arriben al 40% en un dels cellers entrevistats (taula 4).

## 4.2. Explotacions de flor tallada i de planta ornamental

Pel que fa a l'antiguitat de les explotacions de flor tallada i de planta ornamental entrevistades, sis superen els quaranta anys. La superfície total mitjana és de 3,81 ha, i la superfície conreada mitjana, de 2,67 ha. L'edat mitjana dels responsables (propietaris, gerents o directors) és de quaranta-vuit anys (taula 5).

Les explotacions entrevistades es dediquen a quasi tota la gamma de conreus ornamentals, des de verd de tall fins a esqueixos per a altres agricultors, incloent-hi les flors i plantes aromàtiques comestibles (taula 6). Reben ben poques visites amb fins educatius o relacionats amb l'oci i el lleure; la mitjana del conjunt no arriba a les 100 hores visitant / any, només unes quantes (FN, JRV i CR) superen aquestes hores (taula 6). Ara bé, aquestes visites no s'han d'interpretar com una diversificació de l'activitat, atès que no en perceben cap remuneració econòmica, sinó que responen, més aviat, a un interès d'obrir-se a centres de recerca, universitats, instituts o centres de formació agrícola, o de fer jornades de portes obertes per a clients i proveïdors.

Com que la demanda està molt associada a tendències o modes, els productors es troben amb la necessitat d'haver d'oferir una àmplia gamma de productes. Són empreses amb força mà d'obra —més de sis llocs de treball equivalent a temps complet la majoria— i que obtenen una producció d'elevat valor, per sobre dels 100.000 € anuals de mitjana, amb quatre explotacions per sobre dels 500.000 € anuals. Una de les explotacions entrevistades (CR) és l'empresa més important del municipi on està ubicada, amb cent llocs de treball equivalent. La taula 6 mostra un resum d'aquests resultats.

Es poden distingir dos grups d'explotacions: les que venen producte no acabat (planter) a altres productors (JRV i CR) i les que el venen acabat. Els canals de comercialització del producte acabat són variats. Empren el tracte directe amb floristes o majoristes, ja



TAULA 5

## Perfil de la finca i dels responsables de les explotacions de planta ornamental entrevistades

Productor	Any de creació	Superfície conreada (ha)	Superfície finca (ha)	Responsables		
				Edat (anys)	Gènere	Nivell de formació
FBM	1996	2,00	6,00	46	Home	Formació professional
JRM	2007	0,12	0,12	47	Home	Universitari
JV	1940	3,00	3,00	61	Home	Formació professional
FN	1970	5,00	5,00	48	Home	Universitari
RLL	1917	2,00	2,00	45	Home	Universitari
JP	1939	2,70	2,70	45	Home	Formació professional
JRV	1972	2,00	6,00	51	Home	Universitari
CR	1985	3,50	4,50	53	Home	Universitari
LLV	1906	3,70	5,00	40	Home	Formació professional
<b>Mitjana</b>		<b>2,67</b>	<b>3,81</b>	<b>48</b>		

FONT: Elaboració pròpia.

TAULA 6

## Tipus de producció i nombre de varietats conreades, i valoració (0-5) dels indicadors principals dels beneficis econòmics i socials de les explotacions de planta ornamental entrevistades

Productor	Producció	Nombre de varietats conreades	Beneficis econòmics i socials			
			Valor anual de la producció	Llocs de treball a temps complet	Activitats educatives	Activitats socials
FBM	Flor tallada	8	4	4	0	1
JRM	Flors comestibles	30	2	1	0	0
JV	Flor tallada	25	4	5	1	1
FN	Flor tallada / planta en test	8	5	5	2	1
RLL	Flor tallada / verd de tall	14	3	3	0	0
JP	Planta en test	50	5	4	0	1
JRV	Planter de planta aromàtica / plantes i flors comestibles	20	5	5	1	2
CR	Planter de planta ornamental	100	5	5	2	1
LLV	Planta en test	20	5	4	1	0
<b>Mitjana</b>	—	—	<b>4,22</b>	<b>4,00</b>	<b>0,78</b>	<b>0,78</b>

FONT: Elaboració pròpia.

TAULA 7

## Àmbits de comercialització (%) de les explotacions de planta ornamental entrevistades

Productor	Vendes a Catalunya (%)	Vendes a Espanya (%)	Vendes a l'estranger (%)	Canals de comercialització
FBM	100	0	0	Mercats de la flor* Directament a floristes
JRM	100	0	0	Venda directa a restaurants
JV	50	30	20	Mercats de la flor* Directament a floristes i a majoristes de flor
FN	Flor tallada: 50 Planta en test: 30	—	Flor tallada: 50 Planta en test: 70	Mercats de la flor* Directament a floristes Comercialitzadora compartida amb altres productors
RLL	70	10	20 (França)	Mercats de la flor*
JP	40	30	30 (França)	Cooperativa comercialitzadora
JRV	Planter: 25 Flors comestibles: 100	Planter: 20	Planter: 55 (França, Portugal)	Planter: directament al productor i xarxa comercial Flors comestibles: supermercats, botigues especialitzades, restaurants
CR	13	57	30 (Portugal, França, Dinamarca)	Directament al productor Xarxa comercial
LLV	40	10	50 (França, Alemanya, Bèlgica, Àustria, Suïssa)	Directament a floristes Xarxa comercial compartida amb altres productors

\*: Mercat de la Flor i Planta Ornamental de Vilassar de Mar i Mercat de la Flor de Mercabarna.

FONT: Elaboració pròpia.

sigui als mercats de la flor<sup>2</sup> o a la mateixa finca. Hi ha explotacions (FN, JP i LLV), però, que fan servir una empresa comercialitzadora, que pot ser una societat de productors o una cooperativa. Alguns productors (JP) venen tota la producció a través de cooperativa, que és la que els planifica la producció al llarg de l'any. Les explotacions de flors comestibles venen directament a restaurants, a botigues especialitzades o a supermercats.

Pel que fa a l'àmbit de comercialització, no hi ha un patró únic. Alguns productors (FBM, JRM i JRV per a les flors comestibles) venen tota la producció a Catalunya. Per a dos productors, les vendes al mercat local són força importants (70% del volum de vendes per a RLL i 50%, per a JV). També venen a la resta de l'Estat espanyol i a l'estranger,

2. A Catalunya hi ha dos mercats: el Mercat de la Flor i Planta Ornamental de Vilassar de Mar i el Mercat de la Flor de Mercabarna.

unes vendes que poden arribar al 50% (FN per a la flor tallada i LLV) o superar-lo (FN per a la planta en test i JRV per al planter). Es pot donar el cas que floristes o majoristes de planta i de flor ornamental estrangers, o de regions pròximes a Catalunya, es desplaçin als mercats de la flor o a les explotacions, cosa que significa que els productors no tenen un xarxa comercial per a exportar la producció. Alguns productors (FN, JP, JRV, CR i LLV) tenen, o comparteixen amb altres productors, una xarxa comercial que els permet vendre fora de l'àmbit nacional o local. Les explotacions FN i LLV comparteixen la mateixa xarxa comercial (taula 7).

## 5. Discussió

La majoria de les explotacions entrevistades d'ambdós sectors tenen poca base territorial si es compara amb les altres comarques de la RMB. Aquest fet condiona les estratègies per a mantenir-ne la viabilitat econòmica.

La reducció de la superfície agrícola del Maresme es deu, en bona part, al creixement de l'espai urbà, fruit de l'increment de la població provinent de la ciutat de Barcelona dels últims trenta-cinc anys. Segons Rubiales Pérez, Bayona-i-Carrasco i Rúbies (2012), a la RMB hi ha un desplaçament de població de les grans ciutats (Barcelona, Badalona, l'Hospitalet de Llobregat, etc.) als municipis menys densos, com els del Maresme, amb més qualitat ambiental i menys proporció de població de classes mitjanes baixes i classes baixes.

Cal destacar que alguns productors de raïm s'han transformat en petits cellers, cosa que els permet comercialitzar la producció. Això explicaria l'elevat nombre de cellers a la DO Alella amb menys de quaranta anys, tot i ser una de les primeres DO de la Península.

Si ho comparem amb la vinya, els conreus de plantes ornamentals han experimentat una disminució més petita de la superfície. L'explicació rau en l'elevat valor de la producció, fet que comporta un grau inferior d'abandonament de l'activitat.

Al contrari del que diuen Pölling, Mergenthaler i Lorleberg (2016) i Zasada (2011), les explotacions de plantes ornamentals entrevistades no ofereixen activitats educatives o socials, tal com passa en el món del vi (Recasens, Alfranca i Maldonado, 2016). Totes reben visites, però no es tracta d'una diversificació del model de negoci, atès que són visites no remunerades ofertes a universitats, escoles de captació agrària, clients i proveïdors.

Quant als cellers, les visites són essencials per a donar a conèixer el producte. En la DO Alella el nombre de visites és dispar entre ells; la dimensió del celler és un factor que condiona l'oferta d'enoturisme. La proximitat amb la ciutat de Barcelona, i el seu potencial turístic, hauria de ser determinant per als cellers entrevistats per a donar a conèixer

xer el seu producte i exportar-lo. Es dona el cas que el celler amb més visites relacionades amb l'oci és el celler amb un percentatge més elevat de vendes a l'exterior.

La situació recent de crisi sanitària, ocasionada pel virus SARS-CoV-2, ha provocat una reducció de la mobilitat de la gent, que, de ben segur, ha incidit en el nombre de visites rebudes pels cellers entrevistats. Ara bé, també ha provocat un redescobriments dels espais periurbans, sobretot durant les fases de confinament municipal, que ha permès donar a conèixer l'agricultura i les explotacions agrícoles periurbanes.

Quant a la planta ornamental, tot i que la zona d'estudi està densament poblada, només tres productors (un de flor tallada i dos de flors comestibles) venen tota la producció a Catalunya. La forta davallada del consum de planta ornamental i de flor tallada dels últims anys a conseqüència de la crisi ha provocat que moltes explotacions exportin part de la producció.

## 6. Conclusions

Els dos sectors agrícoles periurbans estudiats aprofiten la seva localització al voltant de les ciutats, si bé de dues maneres diferents. Per un costat, el sector del vi ha diversificat el model de negoci incloent-hi activitats lúdiques i recreatives que l'ajuden a difondre el producte a la població local o forana, tot aprofitant la proximitat a un pol d'atracció turística com la ciutat de Barcelona. També s'han diversificat els processos productius per tal de satisfer una demanda cada cop més àmplia i fonamentada en un nombre de varietats més elevat. Per l'altre, el sector de la planta ornamental fa servir, en canvi, l'estratègia de cost baix (*low cost*), molt intensiva, en l'ús de noves tecnologies per tal de ser més competitiu.

Els dos sectors estudiats aprofiten la xarxa d'infraestructures metropolitanes. Les comunicacions s'aprofiten tant per a rebre material com per a vendre la producció ja sigui a escala local, estatal o internacional.

La situació sanitària recent ha ocasionat, durant la fase de confinament municipal, un ús intensiu dels espais periurbans per part de la ciutadania. Aquest ús ha donat a conèixer la importància de l'agricultura i la ramaderia en aquests espais, tant per al manteniment del paisatge, el subministrament de menjar, com per al manteniment del mosaic agroforestal.

## Bibliografia

- AUBRY, C.; KEBIR, L. (2013). «Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris». *Food Policy*, 41, p. 85-93.
- BEAUCHESNE, A.; BRYANT, C. (1999). «Agriculture and innovation in the urban fringe: The case of organic farming in Quebec, Canada». *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 90 (3), p. 320-328.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE) (1956). «Orden, de 22 de diciembre de 1955, por la que se aprueba el Reglamento del Consejo Regulador para la aplicación, inspección y vigilancia de la Denominación de Origen "Alella"». *Boletín Oficial del Estado*, 6 (6 gener), p. 175-178.
- CASADO-ARZUAGA, I.; MADARIAGA, I.; ONAINDIA, M. (2013). «Perception, demand and user contribution to ecosystem services in the Bilbao Metropolitan Greenbelt». *Journal of Environmental Management*, 129, p. 33-43.
- DEPARTAMENT D'ACCIÓ CLIMÀTICA, ALIMENTACIÓ I AGENDA RURAL (2015). *Estadístiques definitives de conreus* [en línia]. <<http://agricultura.gencat.cat/ca/departament/estadistiques/agricultura/estadistiques-definitives-conreus/>> [Consulta: octubre 2019].
- DONALD, B.; BLAY-PALMER, A. (2006). «The urban creative-food economy: Producing food for the urban elite or social inclusion opportunity?». *Environment and Planning*, 38 (10), p. 1901-1920.
- EIZAGUIRRE, X. (1987). *L'espai rural*. Barcelona: Corporació Metropolitana de Barcelona.
- FIGUERAS-TORRUELLA, A. (2020). «Els espais del vi: reflexions al voltant del Priorat [en línia]». *Quaderns Agraris*, 48, p. 75-89. <<https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000289/00000039.pdf>> [Consulta: desembre 2021].
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO) (1999). *Urban and peri-urban agriculture* [en línia]. <<http://www.fao.org/unfao/bodies/COag/cOAG15/X0076e.htm>> [Consulta: octubre 2019].
- FRANCÈS-TUDEL, G. (2018). «Circuits curts de comercialització per a l'agricultura metropolitana i ecològica: el cas del Parc Agrari del Baix Llobregat». *Quaderns Agraris*, 44, p. 69-91.
- GREBITUS, C.; PRINTEZIS, I.; PRINTEZIS, A. (2017). «Relationship between consumer behavior and success of urban agriculture». *Ecological Economics*, 136, p. 189-200.
- HEIMLICH, R. E.; BARNARD, C. H. (1992). «Agricultural adaptation to urbanization: Farm types in northeast metropolitan areas». *Northeastern Journal of Agricultural and Resource Economics*, 21 (1), p. 50-60.
- HERNÁNDEZ, M. [et al.] (2014). «Ornamental plants and the production of nature(s) in the Spanish real estate boom and bust: The case of Alicante». *Urban Geography*, 35 (1), p. 71-85.

- INSTITUT CARTOGRÀFIC I GEOLÒGIC DE CATALUNYA (2017). *Mapes municipals* [en línia]. <<https://www.icgc.cat/Administracio-i-empresa/Descarregues/Capes-de-geoinformacio/Mapes-municipals>> [Consulta: octubre 2019].
- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (IDESCAT) (2017). *Temes amb informació disponible per municipis* [en línia]. <<https://www.idescat.cat/territori/?geo=mun>> [Consulta: octubre 2019].
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2009). «Censo Agrario 2009» [en línia]. <[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176851&menu=ultiDatos&idp=1254735727106](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176851&menu=ultiDatos&idp=1254735727106)> [Consulta: octubre 2019].
- JAROSZ, L. (2008). «The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas». *Journal of Rural Studies*, 24 (3), p. 231-244.
- KOOMEN, E.; DEKKERS, J.; DIJK, T. van (2008). «Open-space preservation in the Netherlands: Planning, practice and prospects». *Land Use Policy*, 25 (3), p. 361-377.
- LAGANE, J. (2014). «Introduction to the symposium: Towards cross-cultural views on community supported agriculture». *Agriculture and Human Values*, 32 (1), p. 119-120.
- LLOBET, S. (1955). «De geografia agraria de la comarca del Maresme (Barcelona)». *Estudios Geográficos*, 58 (16), p. 23-71.
- MARTÍNEZ FERRERAS, V. (2008). *Estudi arqueomètic de la producció i difusió d'àmfores de la zona central i sud de la costa catalana durant els s. I aC - I dC*. Tesi doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona. 560 p.
- MCCLINTOCK, N. (2014). «Radical, reformist, and garden-variety neoliberal: Coming to terms with urban agriculture's contradictions». *Local Environment*, 19 (2), p. 147-171.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2013). *Canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario* [en línia]. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. <[https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/observatorio-cadena/estudioccc\\_tcm7-272187\\_tcm30-128590.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/observatorio-cadena/estudioccc_tcm7-272187_tcm30-128590.pdf)> [Consulta: octubre 2019].
- PAÜL, V.; MCKENZIE, F. H. (2013). «Peri-urban farmland conservation and development of alternative food networks: Insights from a case-study area in metropolitan Barcelona (Catalonia, Spain)». *Land Use Policy*, 1, p. 94-105.
- PÖLLING, B. [et al.] (2016). «Creating the added value-social benefits of urban agriculture». A: LOHRBERG, F. [et al.] (ed.). *Urban agriculture Europe*. Berlín: Jovis Verlag GmbH, p. 9-105.
- (2017). «Business models in urban farming: A comparative analysis of cases studies from Spain, Italy and Germany». *Moravian Geographical Reports* [Czech Academy of Sciences], 25 (3), p. 166-180.
- PÖLLING, B.; MERGENTHALER, M.; LORLEBERG, W. (2016). «Professional urban agriculture and its characteristic business models in Metropolis Ruhr, Germany». *Land Use Policy*, 58, p. 366-379.

- PÖLLING, B.; SROKA, W.; MERGENTHALER, M. (2017). «Success of urban farming's city-adjustments and business models—Findings from a survey among farmers in Ruhr Metropolis, Germany». *Land Use Policy*, 69, p. 372-385.
- RECASENS, X.; ALFRANCA, O.; MALDONADO, L. (2016). «The adaptation of urban farms to cities: The case of the Alella wine region within the Barcelona Metropolitan Region». *Land Use Policy*, 56, p. 158-168.
- REGISTRE DE PLANEJAMENT URBANÍSTIC DE CATALUNYA (2017). *Mapa urbanístic* [en línia]. <<https://dtes.gencat.cat/rpucportal/AppJava/cercaMapaUrbanistic.do?reqCode=initMunicipisBasica>> [Consulta: octubre 2019].
- RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. (2003). «Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development». *Environment and Planning*, 35 (3), p. 393-411.
- RUBIALES PÉREZ, M.; BAYONA-I-CARRASCO, J.; RÚBIAS, I. P. (2012). «Patrones espaciales de la segregación residencial en la Región Metropolitana de Barcelona: Pautas de segregación de los grupos altos». *Scripta Nova*, 16, p. 741-798.
- SCHANS, J. W. van der [et al.] (2016). «It is a business! Business models in urban agriculture». A: LOHRBERG, F. [et al.] (ed.). *Urban agriculture Europe*. Berlín: Jovis Verlag GmbH, p. 82-91.
- SCOTT, A. J. [et al.] (2013). «Disintegrated development at the rural-urban fringe: Reconnecting spatial planning theory and practice». *Progress in Planning*, 83, p. 1-52.
- TULLA, A. F. [et al.] (2018). «L'agricultura social, una activitat que retorna a la societat més del que inverteix. Aplicació del mètode del retorn social de les inversions». *Quaderns Agraris*, 45, p. 7-39.
- VERJE, H. [et al.] (2016). «Can agriculture be urban?». A: LOHRBERG, F. [et al.] (ed.). *Urban Agriculture Europe*. Berlín: Jovis Verlag GmbH, p. 18-21.
- WÄSTFELT, A.; ZHANG, Q. (2016). «Reclaiming localisation for revitalising agriculture: A case study of peri-urban agricultural change in Gothenburg, Sweden». *Journal of Rural Studies*, 47, p. 172-185.
- YOKOHARI, M.; BOLTHOUSE, J. (2011). «Planning for the slow lane: The need to restore working greenspaces in maturing contexts». *Landscape and Urban Planning*, 100 (4), p. 421-424.
- ZASADA, I. (2011). «Multifunctional peri-urban agriculture: A review of societal demands and the provision of goods and services by farming». *Land Use Policy*, 28 (4), p. 639-648.
- ZASADA, I. [et al.] (2013). «Horsekeeping and the peri-urban development in the Berlin Metropolitan Region». *Journal of Land Use Science*, 8 (2), p. 199-214.