

Sostenibilitat

Més de 150 productes ebrencs ja formen part de la marca 'Reserva de la Biosfera'

S'ha constituït una taula de treball amb tots els sectors implicats per impulsar definitivament el segell de qualitat i donar-lo a conèixer tant en l'àmbit local, com nacional i internacional

MARIBEL MILLAN LÓPEZ
TORTOSA

Les Terres de l'Ebre van ser reconegudes com a Reserva de la Biosfera per la Unesco l'any 2013. Vuit anys després, 156 productes i serveis agroalimentaris i turístics de les quatre comarques s'han adherit a la marca creada per posar en valor el que suposa aquesta distinció: la bona harmonització de l'activitat humana i econòmica amb la conservació d'espais naturals de gran interès ambiental. Arrossos, vins, olis, cítrics, però també artesanía o productes turístics compten amb un segell de valor afegit que sovint, però, és més reconegut fora que dins de les nostres fronteres.

«Les Terres de l'Ebre som un territori sensible als potencials efectes del canvi climàtic i el despoblament rural, i per això és fonamental coordinar accions i es-

tràtegues que ens permetin incrementar la resiliència i revertir tendències negatives. I això no només implica gestionar i conservar els espais i béns naturals, o posar en valor la matriu agroforestal a través de polítiques alineades amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides, sinó que cal donar valor afegit als productes i serveis característics de les Terres de l'Ebre, dotant-los d'una major projecció tant a nivell local, com als mercats nacionals i internacionals», remarquen des del Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (Copate), ens gestor de la Reserva.

La marca «Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera» va ser creada i registrada a l'Oficina Espanyola de Patents i Marques (OEPM) al 2015. Està regulada per un reglament d'ús que fixa els estàndards de qualitat que cal que els pro-



ductes i serveis compleixin en les seves fases de producció i comercialització.

A més, es requereix que les empreses es comprometin en qüestions de responsabilitat social a través de millores ambientals i propostes de desenvolupament local, per garantir «una transmissió dels valors i compromisos amb la sostenibilitat mediambiental, econòmica i social».

A dia d'avui hi han acreditats un total de 156 productes i serveis dels sectors agroalimentaris i turístics d'arreu del territori. El Baix Ebre és on hi ha més productes adherits, seguit de la Terra Alta, el Montsià i la Ribera d'Ebre (part d'aquesta comarca queda fora de la Reserva). Així, es treballa per continuar sumant productors agroalimentaris, restauradors, allotjaments, empreses de serveis turístics i de serveis d'educació ambiental.

La marca possibilita que productes i serveis siguin escollits per allò que representen implícitament: sostenibilitat, qualitat i compromís mediambiental, localisme i identitat. «També estimula processos de millora continuada que estan contribuint a un canvi en el comportament dels sectors productius de Terres de l'Ebre», afirmen els seus impulsors.

En aquest context, és actualment l'única marca catalana multi-producte de qualitat i proximitat, «el que la converteix en un element estratègic per a les Terres de l'Ebre en particular i per al país en general, dins del Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya».

Amb tot, cal millorar la seva projecció, penetració i posició en els mercats i en segments de consum sensibles als valors que representa. Així, des del Copate i de manera co-participada amb els integrants de la taula intersectori-

On hi ha més empreses adherides és al Baix Ebre, seguit de la Terra Alta

al constituïda al febrer del 2021, estan dissenyant un programa que doni un impuls definitiu a la marca. També es proposen incrementar la visibilitat de la marca i dels productes i serveis en els llocs de consum (agrobotigues, supermercats, agències de viatge, etc.); potenciar la web ebrebiosfera.org incloent un dossier digital de productes i serveis acreditats; i organitzar mercats o fires itinerants per fomentar el treball en xarxa.

'Lo Nostre Arròs', des del camp fins al plat sense intermediaris

MONTSIÀ

Lo Nostre Arròs és una empresa familiar d'Amposta, constituïda per Tomàs Margalef, Inma Jornet, Jordi Margalef i Eva Casanova, quarta generació dedicada al cultiu de l'arròs al Delta de l'Ebre. Després de tota una vida de treball al camp, fa 12 anys van decidir anar un pas més enllà, crear un molí i comercialitzar l'arròs que produeixen. Així, la seva feina va des dels treballs al camp, la sembra, la sega, fins al secatge de l'arròs, la molturació, l'envasament i la comercialització. «Ho

fem tot nosaltres. Treballem sense intermediari: fem arribar les nostres varietats al consumidor final. Això ens genera molta feina, però al mateix temps, molta satisfacció ja que els clients són de Lo Nostre Arròs», comenta Eva Casanova al Diari.

Així, proposen una varietat d'arròs diferent depenent de la recepta que es vulgui cuinar: «el bomba per els arrossos secs, el marisma per als caldosos i paella, la nostra varietat estrella, el carnaroli per als risotto i el hoshi per el sushi o



Eva Casanova i Jordi Margalef. FOTO: JOAN REVILLAS

poke. El marisma també el tenim ecològic i integral», detallen. També han generat subproductes, com és la farina d'arròs, fideus d'arròs i la cervesa artesana d'arròs amb el marisma.

Estan adherits al segell de la Reserva de la Biosfera des del principi, com a garantia de proximitat i de qualitat. «Sense dubte, l'ús del segell sempre ajuda a identificar un territori i suposa

una garantia sobre l'elaboració i la proximitat». «Un producte amb una marca o segell com aquest, també és un bon indicador per al consumidor, perquè pot veure que hi ha interès per part de l'elaborador per transmetre que ens agrada gestionar el producte correctament i identificar d'on som», re-

Remarquen que l'ús del segell és una garantia sobre l'elaboració i la proximitat'

marca.

Així, des d'aquesta empresa familiar animen a més productors locals perquè s'uneixin a la marca i «així generar més sinergia entre tots». «Això ajudarà a posicionar més els productes de les Terres de l'Ebre, com més extensa sigui la marca, millor», assegura Casanova.