



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Memòria d'avaluació d'impacte de les mesures proposades:

1. Anàlisi del context i identificació de les opcions de regulació
 - A) Identificació del problema.
 - B) Establiment dels objectius.
 - C) Identificació de les opcions de regulació

2. Anàlisi de l'impacte de les opcions considerades
 - A) Informe d'impacte pressupostari.
 - B) Informe d'impacte econòmic i social.
 - C) Informe d'impacte normatiu en termes de simplificació i reducció de càrregues administratives.
 - D) Informe d'impacte de gènere.

3. Comparació de les opcions de regulació considerades

4. Implementació, seguiment i avaluació de la norma

5. Annexos
 - A) Llista de càrregues administratives de la Llei 18/2015
 - B) Quadre de comparació de les opcions
 - C) Test de pimes
 - D) Full de càlcul Excel per a la quantificació de càrregues administratives mitjançant el sistema dels costos unitaris estàndards



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

D'acord amb el que s'estableix a l'article 64.3 de la Llei 26/2010, de 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques a Catalunya, les propostes de disposicions de caràcter general i d'avantprojectes de llei que elaborin els departaments de l'Administració de la Generalitat de Catalunya, a més de la documentació preceptiva que determinen la legislació sobre el procediment i règim jurídic de l'Administració de la Generalitat i la legislació sectorial que sigui d'aplicació, han d'anar acompanyades amb un informe d'avaluació d'impacte de les mesures proposades, que ha de formar part de l'expedient de tramitació de la proposta.

L'informe d'avaluació de l'impacte de les mesures proposades es concep com un document únic que ha de recollir l'avaluació efectuada durant l'elaboració de la norma dels diferents tipus d'impacte que pot generar i, en tot cas, d'aquells que preveu l'article 64.3 de la Llei 26/2010, de 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques a Catalunya.

En aquest sentit, d'acord amb el contingut de la memòria d'avaluació de l'impacte establert en l'article 36.3.b) de la Llei 13/2008, de 5 de novembre, de la presidència de la Generalitat i del Govern, s'ha elaborat el present informe que està integrat pels següents apartats:

1 Anàlisi del context i identificació de les opcions de regulació

La introducció de l'avaluació d'impacte normatiu en el procediment d'elaboració de disposicions generals implica que la seva adopció vagi precedida d'una anàlisi "ex ante" amb una sèrie de passos lògics que es concreten en els següents apartats:

A) Identificació del problema.

Com ja s'ha dit, l'acreditació de la venda de proximitat és un instrument d'identificació pròpia d'aquests productes agroalimentaris i contribueix a la promoció d'aquests productes agroalimentaris que compleixin les condicions establertes. D'aquesta manera es facilita al consumidor la identificació, en un mercat globalitzat, d'aquest tipus de productes que representen el valor afegit de ser productes produïts, elaborats i venuts pels propis productors o productors i elaboradors, o amb la intervenció d'un únic intermediari.

Degut a l'experiència obtinguda durant aquets 5 anys de vigència del Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat, tant per part del departament com per part dels agents del sector, es fa necessari l'adaptació del decret a la realitat vigent i a les diferents necessitats sorgides. Bàsicament hi ha un seguit de concrecions que cal actualitzar a la realitat còpsada i a les necessitats per part del sector.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Principalment es detecten els següents punts problemàtics:

1. El fet que l'aplicació del Decret sigui únicament respecte els productes agroalimentaris, tal i com diu el mateix títol: "Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris". Per tant es deixen de banda altres produccions catalanes amb una certa demanda per tal de poder ser identificades com a tals davant del consumidor: flor tallada i planta ornamental, productes forestals, etc.
2. El fet que moltes vegades la venda del producte es fa mitjançant una persona jurídica en la qual participa el productor titular de l'explotació agrària, juntament amb d'altres persones físiques, i degut normalment a temes fiscals i comptables. Aquest fet impossibilita que aquest tipus d'empresa agrària pugui participar de la Venda de Proximitat. Article 2.b).
3. De la mateixa manera, en el cas de l'elaboració, ens trobem en la situació que es fa mitjançant una persona jurídica en la qual participa el productor titular de l'explotació agrària, juntament amb d'altres persones físiques, i degut normalment a temes fiscals i comptables. Per tant també cal donar resposta a aquesta situació excloent innecessària. Article 2.f).
4. En molts casos el procés d'obtenció del producte final requereix un seguit de processos tecnològics que no poden ser realitzats pel propi productor agrari, degut a motius d'inversió econòmica, i que per tan han de ser contractats a tercers. Aquesta contractació de serveis actualment no es possible i s'exigeix que tant la obtenció de la matèria primera com el processament d'aquesta sigui fet pel mateix productor agrari. Article 2.f).
5. El sector pesquer està exclòs pel fet que les seves explotacions no fan la DUN degut a motius tècnics, i pel fet que les seves activitats extractives es realitzen com una recol·lecció al medi natural, equiparables a la caça. Per tal de donar recolzament a aquest sector tant concret que ofereix un ventall de productes agroalimentaris d'alt valor, caldria replantejar la normativa actual. Article 3.3).
6. Els productes que siguin comercialitzats sota el distintiu de Venda de Proximitat, hauran de tenir el logo de forma clara i que no indueixi a error al consumidor, i complir tota la normativa reguladora d'etiquetatge. Cal fer algun retoc en el redactat dels articles que fan referència (8.2) i 10.b), i també cal especificar que el logo no pot aparèixer de forma genèrica dins dels punts de venda, sinó exclusivament emparant les produccions que realment compleixin els requisits normatius del Decret 24/2013.
7. L'actual sistema d'adhesió permet que hi hagi una permanència indefinida per part del productor, amb la conseqüent falta d'implicació que en molts casos detectem. Es calcula que del nombre actual d'inscrits únicament un terç fan un ús conscient de logo, i fins i tot en alguns casos hi ha un desconeixement del fet d'estar adherit. Això



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

creiem que constitueix un greu problema a l'hora de tenir una informació fiable sobre el nombre d'adherits.

En general les modificacions també permetran, de retruc, facilitar la feina a l'administració i poder així vetllar pel bon ús del logo en els diversos productes emparats.

B) Establiment dels objectius.

Tot i que en un primer moment es va decidir fer un nou decret que regulés la venda de proximitat a Catalunya, la situació actual i la necessitat de tocar només alguns aspectes puntuals, va fer recomanables fer una modificació de la normativa reguladora.

Així doncs, els articles modificats donen resposta a les necessitats detectades per tal de millorar i facilitar l'ús als adherits i el control a l'administració, i mantenen intacte la resta del concepte de venda de proximitat.

Davant d'aquesta problemàtica detectada, caldria poder donar resposta, incorporant el major nombre d'interessats que compleixin els requisits per mantenir la coherència amb el concepte de Venda de Proximitat. Aquesta modificació creiem que faria créixer de forma notable el nombre d'adherits, sense suposar una major despesa administrativa significativa.

D'altra banda, ser més estrictes en l'ús del logo, mitjançant una major concreció en els articles que fan referència a aquest, podria servir per tal d'evitar situacions anòmales que desvirtuen el valor del mateix.

De la mateixa manera, donar un període de validesa a l'acreditació d'un període DUN (1 any) també ha de servir per tal que realment el nombre d'adherits sigui el més semblant al nombre de persones que en fan ús del logo, tenint present que l'ús del mateix no és obligatori i sempre ha constituït una opció.

C) Identificació de les opcions de regulació.

Fins a la data actual, les diverses puntualitzacions que han anat apareixen sobre qüestions interpretatives del Decret 24/2013, s'han anat resolent de manera no normativa, mitjançant notes tècniques i notes interpretatives internes. Aquesta situació de provisionalitat ha fet que passat un temps prudencial on s'han detectat les principals mancances, es decideixi optar per una via normativa.

Tot i que en un primer moment es va decidir fer un nou decret que regulés la venda de proximitat a Catalunya, on es replantegessin temes de fons i conceptuals (el concepte proximitat, la diferenciació entre directe i circuit curt, la obligatorietat de fer ús del logo, el



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

paper de les associacions de productors de VdP, etc). Però reflexions posteriors i valoracions fetes entre els diversos agents que intervenen van fer pensar que el millor seria modificar aspectes concrets i puntuals i valorar posteriorment la resposta donada.

Una de les raons fonamentals per no realitzar un canvi dràstic en la regulació del logo, va ser el fet de suposar una forta despesa per a l'administració, tant a nivell promocional i de difusió, com tecnològic i de gestió. Per aquest motiu, la promoció continua sent la habitual que es ve programant des de fa anys i la gestió simplement modifica aspectes informàtics que es resolen amb el pressupost habitual dirigit als aplicatius informàtics del propi departament i les seves adaptacions i millores.

La situació actual, després de 5 anys de regulació, ens obliga a prendre accions per tal de no perllongar més el buit legal existent i deixar pales de forma clara els conceptes normatius a aplicar .

Les modificacions proposades són les següents:

1. Afegir el concepte "productes/productors agraris", al llarg de l'articulat del decret s'ha modificat l'expressió "productes/productors agroalimentaris" per l'expressió: "productes/productors agroalimentaris i agraris".
2. Modificar l'article 2.b) que fa referència a la definició de venda directa.
3. Modificar l'article 2.f) que fa referència a la definició d'elaboració pròpia i s'afegeix el concepte de serveis per part de tercers.
4. Fer un nou redactat de l'article 3.3) de l'apartat àmbit d'aplicació i que únicament farà referència a la remissió a la normativa sectorial específica dels productes pesquers.
5. Modificar l'article 7.1.b) que fa referència als requisits per obtenir l'acreditació en la venda de proximitat.
6. Crear un nou punt 7.1.c) a l'article 7 de requisits per obtenir l'acreditació en la venda de proximitat i que farà referència als requisits de la carn de xai.
7. Modificar l'article 8.2) que fa referència a l'adhesió al sistema d'acreditació de la venda de proximitat.
8. Modificar l'article 10.b) que fa referència a les normes d'utilització de l'acreditació.
9. Modificar l'article 10.d) que fa referència a les normes d'utilització del logo identificatiu.
10. Modificar l'article 11) que fa referència a la vigència i revocació de l'acreditació.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

2 Anàlisi de l'impacte de les opcions de regulació considerades

La Llei 26/2010 i la Llei 13/2008 estableixen el contingut mínim de la memòria d'avaluació, que ha d'incloure: un informe d'impacte pressupostari, un informe d'impacte econòmic i social, un informe d'impacte normatiu en termes de simplificació administrativa i reducció de càrregues administratives, així com un informe d'impacte de gènere. En aquesta estructura predeterminada s'ha encabir l'anàlisi de tots els efectes o impactes significatius que es determinin en aquests àmbits.

La finalitat és identificar els impactes negatius (costos) i positius (beneficis) de les opcions considerades més rellevants.

En aquest sentit, s'ha elaborat el present anàlisi de l'impacte de les opcions de regulació considerades que està integrat pels següents apartats:

A) Informe d'impacte pressupostari.

En aquest apartat, s'avalua la repercussió del projecte de decret en els recursos personals i materials i en els pressupostos de la Generalitat i en concret del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, i Alimentació, i també les fonts de finançament, si s'escau.

Aquest projecte de decret no suposa cap increment pressupostari ja que de les modificacions de la regulació de la venda de proximitat no se'n deriva cap canvi que pugui incidir en una incidència sobre el pressupost.

L'únic increment pressupostari va lligat al fet que la principal finalitat és incrementar el nombre d'adherits de forma destacable. Aquesta progressió natural experimentada al llarg dels anys de vigència del Decret 24/2013, s'ha de veure accelerada al prendre tot un deguit de mesures inclusives.

Les principals són:

1. Incloure productes agraris procedents d'explotacions catalanes: flor tallada i planta ornamental, productes forestals, etc.
2. Incloure com acreditats les persones jurídiques en les quals participa el productor titular de l'explotació agrària, juntament amb d'altres persones físiques, degut normalment a temes fiscals i comptables.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

3. De la mateixa manera, incloure en el cas de l'elaboració, la que es fa mitjançant una persona jurídica en la qual participa el productor titular de l'explotació agrària, juntament amb d'altres persones físiques, i degut normalment a temes fiscals i comptables.
4. Incloure com a venda de proximitat productes que requereixen un seguit de processos tecnològics que no poden ser realitzats pel propi productor agrari, degut a motius d'inversió econòmica, i que per tan han de ser contractats a tercers.
5. Incloure els productes pesquers.

Aquest increment no ha de suposar una despesa addicional destacable, ja que la gestió habitual està totalment recolzada per l'aplicatiu informàtic creat, i que implementarà les millores oportunes pel que fa a aquestes noves propostes. L'únic punt destacable on podria quedar reflectit un cert increment seria en els controls a posteriori, però ara per ara resulta de difícil avaluació. No obstant als quadres de quantificació es veu reflectit aquest petit increment totalment justificable i proporcional.

D'altra banda hi ha que tenir present que aquest tipus d'explotacions adherides, així com els productes oferts, tenen un sostre límit natural regulat per la pròpia demanda, i a grans trets no deixen de ser un petit nínxol de mercat. Seguidament podem veure perquè.

El darrer estudi fet per al projecte Interreg POCTEFA Tr3s Local, mitjançant el suport de L'Economat, al llarg dels darrers cinc anys 2.809 productors/es registrats/des (individuals i agrupacions de productors) declaren 5.434 productes comercialitzats sota el segell Venda de Proximitat, representant el 6 % del la producció sense transformar censada a Catalunya. Això representa: el 5% de la producció cerealística de Catalunya (1.103 productors/es), el 5 % dels cítrics catalans, el 10 % de la fruita dolça, el 4 % de la fruita de closca, el 15% de la producció hortícola, el 17 % de les lleguminoses, el 4 % de l'oliverar i el 5 % de la vinya. Analitzant el pes que té cadascun dels productes comercialitzats sota el segell, destaquen les hortalisses amb el 15% del total, en segon lloc apareixen els cereals (14%), en tercer lloc l'oliverar (12%) i en quart la carn (9%). Les produccions que tenen menys impacte dins el segell de Venda de Proximitat són la llet, els formatges, els suc, les plantes aromàtiques, els ous, les conserves vegetals i les oleaginoses.

És interessant posar aquestes dades en relació amb el total de producció per producte a Catalunya, doncs ens dóna una idea de la importància relativa d'aquests percentatges. Així, les lleguminoses representen el 4% de la producció sota el segell de Venda de Proximitat, malgrat signifiquin el 17% en el total d'explotacions catalanes. El mateix passa amb els cítrics, que representen només un 2% en la Venda de Proximitat, però els produeixen el 5% del total d'explotacions (Idescat, 2018).



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

De tots els elaborats registrats sota el segell Venda de Proximitat, el que té més presència és la carn, que assoleix el 30% de la producció d'elaborats, possiblement degut a la necessitat creixent per diferenciar la carn de proximitat de la carn del circuit global industrialitzat. Els olis ocupen la segona posició, amb un 14% i a continuació, amb un 9% hi trobem les conserves vegetals i els embotits. Les farines, els cargols i la llet són els productes que menys es comercialitzen sota la venda de proximitat. Referent als canals de comercialització, el més usat és la venda directa en la pròpia explotació que arriba al 26% en el cas dels vins caves i vinagres, i baixa fins a un 17% en els productes que menys l'utilitzen. El segon canal és el circuit curt en establiment minorista (entre el 8 i el 15%), i el menys usat és el circuit curt en allotjament rural, excepte en el cas dels cargols que ocupa la sisena posició.

D'altra banda, hi ha un parell de qüestions més que tampoc no suposen cap sobrecost i que cal que quedin prou aclarides a la normativa reguladora:

1. Els productes que siguin comercialitzats sota el distintiu de Venda de Proximitat, hauran de tenir el logo de forma clara i que no indueixi a error al consumidor, i complir tota la normativa reguladora d'etiquetatge.
2. La vigència de l'acreditació cal que sigui d'1 període DUN (equivalent a 1 any).

B) Informe d'impacte econòmic i social.

En aquest apartat, s'avaluen els costos i els beneficis que implica aquest Decret per als seus destinataris i per a la realitat social i econòmica.

El sector agroalimentari té un important valor estratègic per l'economia de Catalunya, tal i com ho reflecteixen les magnituds econòmiques sobre la seva participació al PIB, la balança comercial, el nombre d'empreses, el valor de la producció final agrària i alimentària, i les persones ocupades, amb una clara vocació internacional en molts dels seus productes. Catalunya, en el context de la Unió Europea, representa una regió agroalimentària de primer ordre.

El desenvolupament del sector agroalimentari a Catalunya, amb la necessitat de millora i adaptació en les relacions dels operadors de la cadena alimentària a les condicions del mercat, requereix disposar de nous mecanismes intersectorials per dotar-se de mitjans de vertebració en les seves estructures interprofessionals privades que permetin la seva organització, cohesió i col·laboració en els seus objectius de modernització, desenvolupament, competitivitat i internalització.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

La indústria agroalimentària es posiciona com a líder del complex industrial català. Amb unes vendes netes, l'any 2014, de 21.261 milions d'euros, que representen un 21,3% del total de la indústria catalana, i 75.723 ocupats en plantilla, un 17,9% del total, es posiciona com el primer sector industrial en vendes netes i en generació d'ocupació. Pel que fa al nombre d'establiments amb assalariats es situa en tercer lloc, amb un total de 3.713 establiments, que representen un 10,4% del total.

Encara que en menor importància i com en tots els sectors també hi ha una tendència a la concentració. Un factor que contribueix a afavorir aquesta tendència és el fet que, encara que les economies d'escala són sovint poc rellevants en els processos de producció, han guanyat, una gran importància les funcions de logística, distribució i màrqueting. La capacitat d'accedir a mercats amplis ve sovint condicionada per la possibilitat d'operar amb xarxes de comercialització extenses i d'efectuar una despesa publicitària elevada. Un altre element que actua en el mateix sentit és la notable força negociadora de què disposen les grans cadenes de distribució, que potencien la penetració en el mercat dels productes amb més imatge de marca i amb marques de distribuïdor –marca blanca o marca pròpia–, mentre que tendeixen a marginar els que són menys coneguts pels consumidors a causa de les seves limitacions per desenvolupar una estratègia publicitària d'ampli abast.

En aquestes condicions, als petits productors els és molt difícil accedir a aquests canals de comercialització –bàsics per arribar a la gran massa de consumidors– i, en cas d'aconseguir-ho, ho fan en unes condicions que comporten una considerable pressió sobre els preus de venda. La dinàmica perceptible a Catalunya en els darrers anys va en el sentit d'una reducció en el nombre total d'unitats de producció del sector, mentre que aquelles que tenen 10 o més treballadors tendeixen a augmentar, cosa que té com a conseqüència un increment del nombre mitjà de treballadors per empresa, encara que sigui molt moderat. Actualment el 78% de les indústries alimentàries tenen menys de 10 treballadors, representen el 25% dels ocupats i prop del 20% de la producció.

D'altra banda, cal fer un anàlisi de la demanda del consumidor mitjançant recerca bibliogràfica dels darrers estudis sobre consum: Mites i realitats sobre el consum de productes ecològics. Estudi de mercat elaborat per Joan Riera, i editat per Kantar Worldpanel i la Fundació Catalunya La Pedrera (2017), Informe Hàbits de consum i compra de la província de Barcelona, per la Diputació de Barcelona (2017); Estudi de la Restauració a Catalunya. Hàbits de comportament i tendències, realitzada per la consultora Hamilton al desembre de 2017, i el Baròmetre 2015 de Percepció i Consum dels Aliments Ecològics, realitzat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, en conveni amb el Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya. Destaca el fet que els estudis sobre consum analitzats, estan relacionats també amb l'agricultura ecològica,



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

reforçant la relació entre els productes de proximitat i ecològic, que s'ha identificat al llarg de la recerca.

Segons l'informe Mites i realitats sobre el consum d'aliments ecològics, el 77% de les persones prefereixen el producte de proximitat davant de l'ecològic (Riera, 2017). L'assimilació al producte sense intermediaris es redueix al 22% de la població enquestada per Riera (2017). Els resultats són més ajustats segons el Baròmetre de percepció dels aliments ecològics (CEO, 2015), que situa a un que 47% de persones que prioritzen la proximitat davant del fet que sigui ecològic, davant del 43% que prefereix donar més valor als aliments ecològics que als de proximitat (Gràfic 16). Segons l'anàlisi d'hàbits de consum i compra de la província de Barcelona (Diputació de Barcelona, 2017), el que més es valora és que els comerços tinguin productes de venda directa, seguit de la proximitat geogràfica (100km), davant de la producció ecològica. Respecte als aliments no ecològics, els estudis de consum situen com a primera prioritat que siguin productes de temporada i en segon lloc, que estiguin produïts a prop. Dins dels aliments ecològics, l'origen dels productes és la segona opció més valorada després de la informació de l'etiqueta.

És per tot l'exposat, que creiem convenient reforçar el distintiu d'empara de la Venda de Proximitat, amb l'adequació de la normativa vigent. La finalitat es donar resposta a una demanda tant del sector productiu com del consumidor i que poden convergir perfectament en aquest distintiu creat per la Generalitat.

C) Informe d'impacte normatiu en termes de simplificació i reducció de càrregues administratives.

En aquest apartat, s'avalua la incidència de les mesures proposades en aquest projecte de Decret en termes d'opcions de regulació, de simplificació administrativa i de reducció de càrregues administratives per als ciutadans i les empreses.

Amb aquesta finalitat el Govern ha aprovat una Guia de bones pràctiques per a l'elaboració i revisió de la normativa (Acord GOV/63/2010, de 13 d'abril), en la qual s'especifiquen els criteris i les recomanacions que cal seguir per tal de garantir que no s'estableixen obligacions o càrregues administratives que no estiguin prou justificades.

Segons indica el Decret 106/2008, de 6 de maig, aquest nou informe d'impacte regulador ha d'especificar detalladament en quin sentit l'elaboració de la norma ha seguit els principis, criteris i recomanacions que la Guia estableix, i ha de quantificar les càrregues administratives que la norma genera als ciutadans, utilitzant metodologies de referència.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Cal assenyalar que aquest projecte de modificació del decret 24/2013 no preveu la derogació de cap norma. Tanmateix si que suposa una vinculació amb altres normatives actuals:

1. El Decret 163/2018, de 17 de juliol, de venda directa de llet crua de vaca, mitjançant el qual es deroga aquesta prohibició expressa de l'antic Decret 24/2013.
2. El futur decret de comercialització dels productes pesquers, el qual permetrà gestionar la comercialització d'aquests productes sota l'empара del distintiu de Venda de Proximitat.

Com el projecte normatiu preveu unes mínimes càrregues administratives que es valoren a continuació, per tal de facilitar la tasca de quantificació.

1. Seguiment dels principis, els criteris i les recomanacions de la Guia

A. Necessitat de regulació

L'objecte d'aquest decret de modificació és adequar la normativa reguladora existent, el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris.

La proposta de decret ha tingut en compte els criteris establerts en la Guia a l'hora de valorar les opcions de regulació possible. S'ha considerat la necessitat de regulació no normativa (no regular o no intervenir, incentivar l'autoregulació del sector, adoptar mesures de correulació, programar campanyes informatives, establir incentius financers, o preveure instruments econòmics) o de regulació normativa.

Cap de les opcions de regulació no normativa s'adequa, a la finalitat ja que precisament la necessitat d'aquesta normativa reguladora ve justificada per la demanda del sector, de manera especialment activa, per adequar-se millor a la realitat actual de la venda de proximitat, la qual cosa implicava una normativa pròpia d'aquest model de comercialització.

Aquesta modificació és imprescindible per poder donar resposta a les necessitats detectades els darrers 5 anys.

Per aquestes raons, s'ha optat per una regulació normativa.

Per últim cal destacar que aquest Departament, ha intentat buscar el major consens possible en la confecció del text d'aquest projecte, per aquesta raó ha buscat insistentment la complicitat del sector, fomentant la seva participació activa.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

B. Valoració global de les opcions de regulació i de les mesures d'intervenció administrativa previstes

D'acord amb el ja exposat en l'apartat anterior, es considera que aquesta modificació del Decret 24/2013, és la fórmula més adequada per tal de donar resposta a les necessitats del sector i també per facilitar certes actuacions de control per part de l'administració.

C. Impacte de les mesures proposades sobre les pimes, des del punt de vista de la simplificació de procediments i tràmits

L'activitat econòmica afectada és la producció, la transformació, la comercialització i la distribució dels sectors o productes agroalimentaris i forestals la circumscripció o circumscripcions econòmiques de les quals no supera l'àmbit territorial de Catalunya, tal i com així ho preveu l'article 1.2 de la Llei 18/2015. Es tracta d'aquelles persones físiques o jurídiques titulars d'una explotació agrària inscrita al registre o sistema integrat de dades d'explotacions agràries de Catalunya que gestiona el DAAM i de les agrupacions de productors agraris que desitgin voluntàriament veure reconeguda oficialment la seva activitat de venda de proximitat.

La població afectada està constituïda precisament per totes aquelles persones físiques o jurídiques titulars d'una explotació agrària inscrita al registre o sistema integrat de dades d'explotacions agràries de Catalunya que gestiona el DAAM, i de les agrupacions de productors agraris que voluntàriament vulguin veure reconeguda oficialment la seva activitat de venda directa. Actualment el nombre d'explotacions acreditades sota el distintiu del Venda de Proximitat és de més de 2900, juntament amb quasi 100 agrupacions de productors adherides. Aquesta xifra ha anat augmentant exponencialment al llarg d'aquests 5 darrers anys, degut fonamentalment al cada cop major coneixement que es té del distintiu.

En relació a les càrregues administratives vinculades a les actuals modificacions, cal dir que no són rellevants respecte a les ja existents. La gestió es realitza mitjançant personal del DARP que ja realitza aquestes tasques, i l'eina emprada és la DUN amb la qual es fa un bolcat de dades a l'aplicatiu informàtic Mòdul VPPAC. Únicament és en aquest aplicatiu on ha sigut necessari fer alguna modificació, sempre dins de les peticions habituals d'adequació i millora que fem anualment des de la unitat gestora.

Tanmateix, cal remarcar el fet que utilitzar sol·licitar l'acreditació de venda directa té **caràcter voluntari** i, per tant, aquestes càrregues afecten **exclusivament** a aquells/aquelles titulars que **desitgin** fer-ho i així ho comuniquin a les autoritats competents.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Els tràmits necessaris actuals consisteixen en el fet que únicament les persones interessades han de presentar una comunicació al respecte en el moment de fer la DUN obligatòria a totes les explotacions. Per tant es considera que l'impacte a nivell dels tràmits administratius és mínim.

2. Identificació, quantificació i justificació de les càrregues administratives

a) Obligacions d'informació identificades que generen càrregues administratives a les empreses

A continuació es detallen les càrregues administratives identificades ja existents en la tramitació i gestió diària de la venda de proximitat:

1. *Comunicació a l'autoritat competent informant de la voluntat d'adherir-se al sistema de venda de proximitat de productes agroalimentaris i d'obtenir la corresponent acreditació (fent-se una renovació anual de la voluntat de continuar dins del sistema de venda de proximitat).*

Aquesta comunicació es fa en el marc de la Declaració Agrària Única, el termini per presentar la sol·licitud d'adhesió al sistema de venda de proximitat, el procediment de presentació d'aquesta sol·licitud i el seu contingut s'estableix cada any mitjançant la corresponent Ordre d'actualització de la DUN, però si es pot avançar que es podrà fer en qualsevol moment de l'any, i ha de contenir les dades mínimes següents:

- a) Les dades d'identificació de les explotacions agràries, de les agrupacions de productors agraris i de les persones que en són titulars o de les persones que ostenten la seva representació legal.
- b) La relació de productes agroalimentaris que s'ofereixen en la venda de proximitat, diferenciant els que es destinen a la venda directa dels que es destinen a la venda en circuit curt.
- c) Una declaració responsable en la que es declari que es compleix amb el que estableix l'article 5 d'aquest Decret i la resta de normativa específica que els sigui aplicable.

Com a novetat destacable cal dir que la comunicació de l'adhesió a la Venda de Proximitat passa a ser de caràcter anual, amb la finalitat de disposar d'unes dades actualitzades del nombre d'acreditats, i evitar així fer valoracions errònies del què aquest segell representa a Catalunya. Tot i que per a l'article 7 de la Llei



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

17/2009 s'estableix que amb caràcter general les comunicacions són indefinides, en aquest context particular cal tenir en compte les implicacions negatives que això comporta.

D'una banda la vigència indefinida comporta que el nombre de baixes sigui inexistent, tot i que el mecanisme corresponent existeix. Això comporta un nombre sempre creixent d'acreditats, sense fluctuacions i que escapa a la lògica de qualsevol activitat econòmica. Això es veu incrementat pel fet que l'adhesió no comporta cap sobrecost i per tant no suposa cap greuge per qui està adherit sense fer-ne ús.

D'altra banda, cal tenir en compte que el portal d'accés per a sol·licitar l'acreditació és mitjançant la DUN. Aquesta comporta de forma inherent que s'hagi de sol·licitar obligatòriament cada any per totes les explotacions agràries. Aprofitant aquest fet i tenint en compte que no suposa cap sobrecost per l'administració, es vincula al fet d'haver de sol·licitar juntament l'adhesió a la venda de proximitat.

Així doncs ens trobem davant una problemàtica de manca de fonts fiables del nombre d'acreditats, i la possibilitat de poder donar resposta d'una forma coherent com és el fet que la DUN té caràcter anual i és obligatòria per a tothom. Per tant la solució proposada sense que sigui un greuge econòmic per als titulars d'explotacions ramaderes, i un sobrecost per a l'administració, és fer obligatori la declaració anual d'adhesió.

També es reescriu el procediment administratiu en cas d'incompliment o utilització indeguda, per tal que sigui més clar i entenedor. Això es degut a les actualitzacions que experimenta el propi procediment administratiu i les seves corresponents actualitzacions normatives. Simplement s'assegura així una millor garantia de la defensa dels interessos del propi administrat.

2. Obligació de comunicar a l'autoritat competent qualsevol canvi produït en els requisits que van determinar inicialment l'adhesió i posterior acreditació de venda de proximitat.

La persona que obté l'adhesió i l'acreditació de venda de proximitat té l'obligació de comunicar a l'autoritat competent qualsevol canvi produït en els requisits que han determinat la seva obtenció i també la renúncia a la seva utilització, d'acord amb l'article 8 del Decret 24/2013, de 8 de gener.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

3. Obligació de comunicar a l'autoritat competent la renúncia a la utilització de l'acreditació de venda directa

La persona que obté l'acreditació de venda de proximitat té l'obligació de comunicar a l'autoritat competent la renúncia a la seva utilització, d'acord amb l'article 9 del Decret 24/2013, de 8 de gener.

4. Obligació d'exhibir el logo, l'acreditació en el punt de venda de proximitat, i l'etiquetatge dels productes

La persona adherida al sistema de venda de proximitat en la modalitat de venda directa, ha d'exhibir el logo i l'acreditació en el lloc de venda, però no té l'obligació de etiquetar els productes de forma individual, ja que en el moment de la compra, el consumidor pot identificar que està comprant un producte produït pel mateix productor.

En canvi, en el cas de la venda en circuit curt, en que el producte surt de l'explotació on ha estat produït, cal que el producte surti etiquetat per a que el consumidor que el comprarà en una altre establiment, pugui saber que aquell producte en concret, ha estat venut només mitjançant d'un sol intermediari, i així evitar possibles usos indeguts . Per tant, en aquest cas, és obligatori posar el logo en l'etiqueta del producte (ja sigui un producte individual o bé per exemple una caixa de cartró o de fusta on hi hagi més unitats del mateix producte).

Si es comercialitzen altres tipus de productes juntament amb els de venda de proximitat, els productes acreditats com de venda de proximitat s'han d'identificar amb el logo i separar-se de la resta.

Aquest logo es pot descarregar del web www.gencat.cat/alimentació/vendadeproximitat.

L'exhibició del logo en el punt de venda, no comportarà cap càrrega per a l'usuari del logo.

5. Obligació de fer constar una reproducció de l'acreditació i del logo ens tota la documentació contractual i en el web, si existeix, en el cas de la venda a distància.

En el cas que el producte es vengui a distància, el producte ha de ser identificat amb l'acreditació i amb el logo, en tots els documents utilitzats per a la venda (formularis, etc.) com en el web si se'n disposa.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

b) Acarament de les obligacions d'informació identificades amb aquelles que preveu la normativa vigent

Les obligacions d'informació que estableix l'acreditació de nova creació són mínimes i encara que s'han de fer expressament per sol·licitar l'acreditació esmentada, aquestes es fan en el marc de la DUN.

A més s'ha de tenir present que és un procediment absolutament voluntari.

c) Quantificació de les obligacions d'informació identificades

A continuació es detalla la valoració econòmica de les càrregues administratives identificades en l'apartat 2.A del present informe del nombre actual d'adherits (uns 3000, entre productors i agrupacions).

Cal precisar que d'acord amb una anàlisi individual de l'impacte del segell en els 5 anys de l'aplicació del Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes alimentaris, elaborat per PROCTEFA Tr3s Local, s'arriba a la conclusió (pàgina 15 de la anàlisi) de que a Catalunya el 59% dels canals de comercialització que s'utilitzen són de venda directa i el 41% de venda en circuit curt.

Cal tenir en compte que només s'avalua el cost addicional al que té fer la DUN, que en aquest cas entenem que no cal avaluar, ja que no és l'objecte del Decret.

El preu per hora utilitzat en la quantificació és l'establert en la Guia de bones pràctiques (GOV/63/2010 de 13 d'abril actualitzat a data 2016), actualment calculat a partir de les hores de treball efectives i agafant els valors de l'enquesta anual d'estructura salarial (EAES). Aquests nous valors es mostren en la taula següent:

Tipus d'ocupació		Preu (€)
Empleats administratius	A	21,82
Tècnics i professionals de suport	B	30,09
Tècnics i professionals científics	C	36,58
Directrius administració i empreses	D	58,21



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

1. Comunicació prèvia i comunicació anual d'adhesió al sistema d'acreditació de la venda de proximitat

Es tracta de dades de tipus formal i administratiu que ha d'aportar el sol·licitant. Amb la present modificació, la vigència de l'acreditació de venda de proximitat passa a ser anual, fins a la obertura del següent període de presentació de la DUN, sempre que es compleixin les condicions que donen lloc a la seva obtenció i les obligacions exigides en aquest Decret. Això és degut principalment al fet que l'actual vigència indefinida de l'adhesió, unit al fet que es tracta d'una opció voluntària i que no implica cap cost per al titular, fa que la xifra del nombre d'adherits i totes les altres dades que se'n deriven, no reflecteixin la realitat de l'ús del logo. La millor opció per tal que el nombre d'adherits sigui el més aproximat a la xifra real d'agents interessats a fer-ne ús al territori, és la declaració de renovació anual de l'acreditació. Mitjançant aquest senzill sistema s'assegura que no hi ha acreditacions en alta on el titular no és conscient de la seva existència. Això s'emmarca dins del fet que la declaració única agrària (DUN) consisteix en una declaració anual que de forma obligatòria ha de fer la persona titular de l'explotació agrària, tant si vol sol·licitar determinats ajuts com si no. Per tant, l'obligatorietat de renovar l'acreditació de venda de proximitat cada any no suposa cap sobrecost per a l'administrat, doncs ja ha de fer-ho, ni per a l'administració, doncs el bolcat de dades de la DUN a l'aplicatiu informàtic de la venda de proximitat (mòdul PPAC) fa un cribratge automàtic pel qual únicament arriben aquelles que tenen alguna diferència substancial respecte a la presentada mitjançant l'anterior DUN.

Es calcula el cost per $n=350$ que és el nombre d'explotacions que s'estima que cada any fan una nova adhesió a venda de proximitat. Al 2017 es van adherir 291 noves explotacions, al 2016 van ser 510, al 2015 van ser 228, i al 2014 van ser 409. No es tenen en compte les 1300 adhesions del 2013, doncs es tractava del primer any i les dades no són representatives de la realitat diària un cop s'ha consolidat el logotip de la Venda de Proximitat. Per tant, la mitja anual de nous adherits seria d'uns 350 productors.

Temps necessari: 30 minuts (0,5 A+1 B)

Cost per cada sol·licitant: $(0,5 \cdot 21,82) + (1 \cdot 30,09) = 41 \text{ €}$

Freqüència: 1 vegada cada any des del moment de la primera inscripció al sistema d'acreditació de la venda de proximitat

Cost total ($n=350$): $41 \cdot 350 \cdot 1 = 14.350 \text{ €}$ cada any

Cost venda directa ($n= 350 \cdot 59\% = 207$) $41 \cdot 207 \cdot 1 = 8.487 \text{ €}$ cada any

Cost circuit curt ($n= 350 \cdot 41\% = 143$) $41 \cdot 143 \cdot 1 = 5.863 \text{ €}$ cada any



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Aquest és la major diferència respecte a la normativa anterior atès que aquest cos només es donava una vegada que era en la inscripció, amb l'aprovació de la modificació aquest cos és anual.

2. Comunicació dels canvis

Es tracta de dades de tipus formal i administratiu necessàries. S'estima que anualment el 5% (150) dels adherits (uns 3.000) que utilitzen la marca comuniquen canvis de dades.

Temps necessari: 1 hora (1A)
Freqüència: quan s'escaigui.
Cost per cada empresa sol·licitant: $1 * 21,82 = 21,82€$

Cost total (n= 150 comunicacions): $21,82 * 150 = 3.273 €$
Cost venda directa (n= $150 * 59\% = 89$) $21,82 * 89 = 1.941,98 €$
Cost circuit curt (n= $150 * 41\% = 61$) $21,82 * 61 = 1.331,02€$

És un cos mot similar al que ja s'efectua amb l'aplicació del Decret 24/2013, de 8 de gener, per tant no suposa una nova càrrega.

3. Comunicació de la renúncia

Es tracta de dades de tipus formal i administratiu necessàries. Es fa difícil establir un percentatge de comunicacions de renúncia, doncs fins al moment la vigència tenia durada indefinida i això ha fet que el nombre de renúncies hagi estat irrellevant.

Però amb el nou plantejament, tenint sempre en compte que el seu manteniment no suposa un cost a l'adherit, és d'esperar que segueixi sent mínima i per tant estimem en un 1% (30) el nombre de comunicacions de renúncia.

Temps necessari: 1 hora (1A)
Freqüència: quan s'escaigui (1 vegada o mai)
Cost per cada empresa sol·licitant: $1 * 21,82 = 21,82€$
Cost total (n=30): $21,82 * 30 = 654,6 €$
Cost venda directa (n= $30 * 59\% = 18$) $21,82 * 18 = 392,76 €$
Cost circuit curt (n= $30 * 41\% = 12$) $21,82 * 12 = 261,84€$

És un cos mot similar al que ja s'efectua amb l'aplicació del Decret 24/2013, de 8 de gener, per tant no suposa una nova càrrega.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

4. Obligació d'exhibir el logo, l'acreditació en el punt de venda de proximitat, i l'etiquetatge dels productes

Com ja s'ha comprovat amb els darrers 5 anys, l'exhibició del logo i de l'acreditació no comporten cap càrrega per a l'usuari del distintiu.

Pel que fa al cost material, l'etiquetatge dels productes només és obligatori en el cas de la venda en circuit curt. Atès que aquesta etiqueta ja és obligatori per normativa per identificar el producte, només cal tenir en compte el cost d'afegir el logo, i com s'ha explicat abans, el cost pot variar molt depenent de si s'encarrega de forma externa o bé si ho fa el propi productor. també variarà del número d'etiquetes que s'imprimeixin, de la mida, dels colors, etc., i com a conseqüència fer una valoració d'aquest cost és difícilment avaluable.

Tot i així s'ha fet el càlcul partint del supòsit de que 1 sola vegada en la vida de l'empresa serà necessari que es descarregui el logo del web, per a incorporar-lo. Atès que la vida mitja d'una empresa a l'Estat Espanyol és de 10 anys, seria el càlcul següent:

Temps necessari:	0,5 hora (1A)
Freqüència:	1 vegada/empresa/10 anys
Cost per cada empresa sol·licitant:	$0,5 * 21,82 = 10,91 \text{ €}$
Cost total (n=350):	$10,91 \times 0,1 \times 350 = 381,85 \text{ €}$
Cost venda directa (n= 350*59% = 207)	$10,91 \times 0,1 \times 207 = 225,837 \text{ €}$
Cost circuit curt (n= 350*41% = 143)	$10,91 \times 0,1 \times 143 = 156,013 \text{ €}$

És un cos mot similar al que ja s'efectua amb l'aplicació del Decret 24/2013, de 8 de gener, per tant no suposa una nova càrrega.

5. Obligació de fer constar una reproducció de l'acreditació i del logo en els documents i en el web, si existeix, en el cas de la venda a distància.

La incorporació del logo en les documents de venda dels productes, i en el web si se'n disposa comportarà una despesa inicial la primera vegada, que s'incorpori.

El cost dependrà molt de si es tracta de formularis a descarregar del web o si es tracta de formularis en paper. En el primer cas, el cost serà pràcticament nul i en el segon cas, ja dependrà del número d'exemplars que s'imprimeixin, de la mida, dels colors, etc, i és difícilment avaluable.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

És un cos mot similar al que ja s'efectua amb l'aplicació del Decret 24/2013, de 8 de gener, per tant no suposa una nova càrrega.

Tot i així, s'ha fet el càlcul partint del supòsit de que 1 sola vegada en la vida de l'empresa serà necessari que es descarregui el logo del web, per a incorporar-lo. Atès que la vida mitja d'una empresa a l'Estat Espanyol és de 10 anys, seria el càlcul següent:

Temps necessari: 0,5 hora (1A)
Freqüència: 1 vegada/empresa/10 anys
Cost per cada empresa sol·licitant: $0,5 * 21,82 = 10,91 \text{ €}$
Cost total (n=350): $10,91 \times 0,1 \times 350 = 381,85 \text{ €}$
Cost venda directa (n= $350 * 59\% = 207$): $10,91 \times 0,1 \times 207 = 225,837 \text{ €}$
Cost circuit curt (n= $350 * 41\% = 143$): $10,91 \times 0,1 \times 143 = 156,013 \text{ €}$

6. Col·laborar amb les tasques de control i inspecció

Aquest deure de col·laboració en les tasques de control i inspecció no és un deure nou per les entitats ja que tenen aquesta obligació per a qualsevol control o inspecció.

d) Valoració de l'impacte sobre les pimes respecte empreses de major dimensió

Les càrregues administratives establertes són mínimes i per tant assumibles per tots els adherits i la majoria són càrregues que ja es tenien del Decret 24/2013, de 8 de gener, per tant, no suposen de noves.

e) Resultat global

Aquesta acreditació, serveix per tal de reconèixer oficialment una pràctica que es duu a terme, i no hi ha cap experiència semblant que des de la unitat gestora ens permeti establir cap comparativa, per aquest motiu no és possible establir paral·lelismes amb les normes actualment vigents.

Malgrat tot és important tornar a destacar que aquesta disposició no crea cap obligació i el fet que els/les titulars de explotacions agràries l'utilitzin és completament voluntari. A més, a l'hora d'elaborar la norma un dels objectius en el seu plantejament ha estat que el nombre de tràmits fos el més reduït possible inclús per les empreses ja dedicades a la venda directa que ho vulguin sol·licitar. I és per això que la sol·licitud es fa en règim de comunicació en el marc de la Declaració Única Agrària (DUN) ja existent.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

En relació a les càrregues identificades en aquest informe, es pot inferir el següent:

a) En relació a la càrrega consistent en presentar a l'autoritat competent la comunicació de sol·licitud per adherir-se i obtenir l'acreditació de venda de proximitat es regeix per un règim de comunicació on els operadors interessats s'han de limitar a comunicar el compliment dels requisits per obtenir l'acreditació en el marc de la DUN que ja fan de manera voluntària per altres finalitats i es fa majoritàriament de forma telemàtica. Com ja s'ha explicat detalladament, la vigència de l'acreditació de venda de proximitat passa a ser anual, fins a la obertura del següent període de presentació de la DUN, doncs tècnicament és la millor opció per tal que el nombre d'adherits sigui el més aproximat a la xifra real d'agents interessats a fer-ne ús al territori. Mitjançant aquest senzill sistema s'assegura que no hi ha acreditacions en alta on el titular no és conscient de la seva existència. Cal remarcar que l'obligatorietat de renovar l'acreditació de venda de proximitat cada any no suposa cap sobrecost per a l'administrat, doncs ja ha de fer-ho pel simple fet que la DUN consisteix en una declaració anual que de forma obligatòria, ni per a l'administració, doncs el bolcat de dades de la DUN a l'aplicatiu informàtic de la venda de proximitat (mòdul PPAC) fa un cribratge automàtic pel qual únicament arriben aquelles que tenen alguna diferència substancial respecte a la presentada mitjançant l'anterior DUN.

b) La càrrega administrativa consistent en la comunicació de dades en cas de variació és necessària per a poder mantenir actualitzades i per assegurar que les condicions exigides per poder utilitzar la marca es mantenen.

c) La càrrega administrativa consistent en la comunicació de renúncia és necessària per a poder mantenir actualitzades totes les dades.

CONCLUSIONS

Per tant, es considera que el present Decret compleix els criteris de simplificació administrativa del Decret 106/2008, de 6 de maig, de mesures per a l'eliminació de tràmits i simplificació de procediments per facilitar l'activitat econòmica i de la Directiva 2006/123 CE, de 12 de desembre. Es considera que les càrregues que s'estableixen no són desproporcionades per que voluntàriament vulguin obtenir l'acreditació de venda directa com s'ha vist en llur valoració econòmica.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

D) INFORME D'IMPACTE DE GÈNERE

El Decret 162/2002, de 28 de maig, de modificació del Decret 107/1987, de 13 de març, pel qual es regula l'ús de les llengües oficials, per part de l'Administració de la Generalitat de Catalunya, amb l'objecte de promoure l'ús d'un llenguatge simplificat i no discriminatori i de la terminologia catalana normalitzada, obliga a l'ús no androcèntric ni sexista del llenguatge i a la utilització de termes que no suposin una discriminació per raó de sexe.

Per aquesta raó, la Llei 26/2010, de 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques a Catalunya, estableix, que dins de l'informe d'avaluació de l'impacte de les mesures proposades, regulat per l'article 64.3, ha de contenir un apartat que informi sobre l'impacte de gènere respecte a la disposició de caràcter general que elabori qualsevol departament de l'Administració de la Generalitat de Catalunya.

En aquest sentit podem destacar el fet que tot i què el sector agrícola està fortament masculinitzat, el tipus d'empresa familiar fa que moltes vegades la dona aparegui com a sòcia juntament amb el titular de l'explotació agrària. És aquest model de societats familiars, que constitueixen persones jurídiques, les que amb la modificació d'aquests articles, podran incorporar-se com a adherits al distintiu de Venda de Proximitat.

En tot cas la voluntat d'aquesta modificació és donar la major cabuda possible al màxim nombre d'agents interessats a vendre els seus productes agraris i agroalimentaris dins d'aquesta modalitat de venda.

Complint amb aquests preceptes, el text d'aquesta proposta va ser enviat al Servei d'Organització en data de 14 de maig de 2018, que va realitzar un informe de valoració en data 15 de maig de 2018 amb el contingut següent pel que fa al Pla de polítiques de dones a Catalunya:

En aquest sentit i d'acord amb l'informe del Servei d'Organització de la Direcció de Serveis del departament on es conclou que no hi ha cap observació a fer i per tant s'ha elaborat la norma seguint els criteris esmentats.

Aquest avantprojecte també s'ha de sotmetre a informe de l'Institut Català de les Dones.

Per tant en conclusió, s'ha de dir que l'actual text d'aquest avantprojecte de llei compleix amb la perspectiva d'igualtat de gènere i de simplificació administrativa i documental.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

3 Comparació de les opcions de regulació considerades

Una vegada fetes les valoracions pertinents, inclosa l'anàlisi dels costos i beneficis de les diferents opcions, especialment comparant l'opció de la proposta de projecte de decret amb l'opció de "no fer res", és considera que l'única opció més convenient per al sector, i per al propi interès general, és la tramitació d'aquest projecte de decret.

Les opcions de regulació considerades són dues:

1. No fer res, i per tant, excloure un seguit de possibles interessats a acollir-se al distintiu de Venda de Proximitat, sense adaptacions.
2. Modificar l'articulat per tal que persones interessades en poder emparar les seves produccions, i així fer més visible i potent el logo creat. De la mateixa manera garantir que el fet d'estar acreditat implica un coneixement mínim per part dels interessats, i assegurar de forma indirecta que les dades existents es corresponen amb les declaracions anuals. Finalment es vol transmetre una idea identitària, assegurant que només els productes procedents d'explotacions adherides al logo, són els que poden anar acompanyats d'aquest.

La opció de no fer res implica que el nombre d'adherits seguirà un increment lent, marcat per un sostre establert per la demanda d'aquest tipus de cadena de comercialització, però deixa fora un nombre (creiem que important) de possibles interessats a participar-hi. D'altra banda, la qüestió de la correcta identificació del logo als productes emparats, així com de la conscienciació del fet d'estar voluntàriament adherits, haurà d'anar lligada als controls fets per la unitat gestora i caldrà reorientar alguns plantejaments.

En el cas de modificar l'articulat, amb un petit cost el nombre d'adherits a la Venda de Proximitat es pot veure incrementat notablement. Aquest seria el principal objectiu a assolir. I també destacaria el fet d'establir uns requisits legals a la normativa reguladora que vagin encaminats a aconseguir una major rigor en l'ús del logo.

Per tot l'exposat, aquesta unitat promotora ha decidit que l'opció més adequada és l'opció de regular per normativa aquesta iniciativa per poder aconseguir els objectius identificats.

A l'annex B), s'inclou un quadre comparatiu dels efectes entre l'opció de "no fer res" i l'opció proposada.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

4 Implementació, seguiment, i avaluació de la norma

Pel fet de tractar-se d'una petita modificació d'alguns punts concrets de l'articulat, i haver sigut resultat d'una demanda per part dels mateixos possibles adherits, no resulta necessària l'aplicació d'un seguit de mesures d'execució. Tot es manté dins de la mateixa dinàmica d'adhesió voluntària mitjançant comunicació, i per tant creiem que no resulta necessari.

D'altra banda, els indicadors directes pel que fa a l'objectiu d'incrementar el nombre d'adherits, es podrà comprovar fàcilment mitjançant el nombre d'acreditats que estiguin directament relacionats amb la inclusió de nous productes, els serveis tecnològics per part de tercers, i les persones jurídiques on el titular de l'explotació agrària tingui un paper destacat.

Pel que fa a l'ús del logo de manera més adequada, simplement pot servir per reforçar el control fet per part de la unitat de gestió. Així que resulta de difícil avaluació posterior.

I finalment, el fet que les acreditacions tinguin una validesa d'un any, podria ser que repercutís en un lleuger descens en el nombre d'adherits, però que en tot cas s'assimila a una major transparència en les dades sobre el nombre d'inscrits.

5 Annexos

A. Llista de càrregues administratives de la Decret 24/2013

En l'apartat 2.c.2) d'aquesta mateixa memòria d'impacte ja s'ha determinat i quantificat les càrregues administratives que estableix el desplegament de la Llei 18/2015 i la pròpia Llei 18/2015. En aquest apartat s'adjunta el llistat de càrregues administratives de la Llei 18/2015:

1. Població afectada: titulars d'explotacions agràries i agrupacions de productors - Modalitat venda directa.

- 1.** Comunicar la voluntat d'adhesió al sistema de venda de proximitat de productes agroalimentaris mitjançant la Declaració Agrària Única (DUN) (*article 7.8 del Decret 24/2013*)
- 2.** Comunicar al departament qualsevol modificació en l'acreditació a través de la DUN (*article 11.2 del Decret 24/2013*)
- 3.** Comunicar la renúncia a la utilització de l'acreditació de venda directa (*article 11.4 del Decret 24/2013*)



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

- 4.A. Exhibir el logo i l'acreditació en els punts de venda directa (*article 10.a del Decret 24/2013*)
- 4.B. Identificar els productes elaborats abans de la seva comercialització amb el logo i també si existeixen altres productes que no siguin de venda de proximitat en el mateix lloc de venda (*article 10.b i d del Decret 24/2013*)
- 5.A. Exhibir una reproducció de l'acreditació a tota la informació precontractual documentada (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
- 5.B. Exhibir el logo a tota la informació precontractual documentada (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
- 5.C. Exhibir una reproducció de l'acreditació i el logo al web corresponent (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
6. Col·laborar amb les tasques de control i inspecció (*article 13.2 del Decret 24/2013*)

2. Població afectada: titulars d'explotacions agràries i agrupacions de productors - Modalitat venda en circuit curt.

1. Comunicar la voluntat d'adhesió al sistema de venda de proximitat de productes agroalimentaris mitjançant la Declaració Agrària Única (DUN) (*article 7.8 del Decret 24/2013*)
2. Comunicar al departament qualsevol modificació en l'acreditació a través de la DUN (*article 11.2 del Decret 24/2013*)
3. Comunicar la renúncia a la utilització de l'acreditació de venda directa (*article 11.4 del Decret 24/2013*)
4. Identificar els productes abans de la seva comercialització amb el logo o si existeixen altres productes que no siguin de venda de proximitat en el mateix lloc de venda (*article 10.b i d del Decret 24/2013*)
- 5.A. Exhibir una reproducció de l'acreditació a tota la informació precontractual documentada (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
- 5.B. Exhibir el logo a tota la informació precontractual documentada (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
- 5.C. Exhibir una reproducció de l'acreditació i el logo al web corresponent (*articles 6.3 i 10.c del Decret 24/2013*)
6. Col·laborar amb les tasques de control i inspecció (*article 13.2 del Decret 24/2013*)

B. Quadre de comparació de les opcions

A continuació s'inclou un quadre comparatiu dels efectes entre l'opció de "no fer res" i l'opció proposada.



Generalitat de Catalunya
 Departament d'Agricultura,
 Ramaderia, Pesca i Alimentació
**Direcció General d'Alimentació,
 Qualitat i Indústries Agroalimentàries**

Versió del 13/12/2018

PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

IMPACTES	OPCIÓ 1: "NO FER RES"		OPCIÓ 2: OPCIÓ PROPOSADA	
	COSTOS	BENEFICIS	COSTOS	BENEFICIS
<i>Impacte pressupostari</i>	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	L'únic increment de costos d'elaboració i actualització, així com els de gestió i control, serien els inherents a un major nombre de sol·licitants d'adhesió a la Venda de Proximitat, malgrat que fer una valoració ajustada del mateix resulta molt difícil, i també pel fet que alguns d'aquests criteris ja s'apliquen mitjançant notes tècniques i interpretatives internes. A més, els productes pesquers seran gestionats per la DG corresponent. El fet que el logo sigui tingui una vigència anual, no implica cap sobrecost, doncs es gestiona mitjançant l'aplicatiu informàtic dissenyat per a la Venda de Proximitat. Les seves adaptacions són implementades amb els pressupostos de millora previstos per als serveis informàtics del DARP.	Els resultats econòmics i socials són alts en relació a la poca despesa efectuada per part de l'administració. D'una banda s'incrementa el nombre d'adherits, i s'assegura que aquests adherits són conscients d'haver optat lliurement per aquesta opció de venda, i distingir clarament les seves produccions als punts de venda.
<i>Impacte econòmic i social</i>	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	Els resultats econòmics i socials són alts en relació a la poca despesa efectuada per part de l'administració. D'una banda s'incrementa el nombre d'adherits, i s'assegura que aquests adherits són conscients d'haver optat lliurement per aquesta opció de venda, malgrat que això a priori pugui suposar una lleugera disminució de gent realment no interessada a seguir tenint l'acreditació, i distingir clarament les seves produccions als punts de venda.
<i>Impacte normatiu</i>	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	Tot i que no té una incidència rellevant, pel que fa a les càrregues administratives, l'increment del nombre d'adherits pot implicar en certa manera un increment d'aquest concepte, malgrat que és de difícil valoració.	No té una incidència rellevant
<i>Impacte de gènere</i>	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	No té una incidència rellevant	La inclusió d'empreses familiars agràries suposa un increment del nombre de dones implicades dins del logo de Venda de Proximitat
VALORACIÓ SOBRE L'ASSOLIMENT DELS OBJECTIUS	El nombre d'adherits seguirà un increment lent, marcat per un sostre establert per la demanda d'aquest tipus de cadena de comercialització, però deixa fora un nombre (creiem que important) de possibles interessats a participar-hi. La qüestió de la correcta identificació del logo als productes emparats, així com de la conscienciació del fet d'estar voluntàriament adherits, haurà d'anar lligada als controls fets per la unitat gestora		Amb un petit cost el nombre d'adherits a la Venda de Proximitat es pot veure incrementat notablement. Aquest seria el principal objectiu a assolir. També buscar criteris que vagin encaminats a aconseguir una major rigorositat en l'ús del logo seria molt interessant.	



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

En conclusió, i una vegada fetes les valoracions pertinents, inclosa l'anàlisi dels costos i beneficis de les diferents opcions, especialment comparant l'opció de la proposta de projecte de decret amb l'opció de "no fer res", és considera que l'única opció més convenient per al sector, i per al propi interès general, és la tramitació d'aquest projecte de decret.

C. Test de pimes

A fi de reforçar l'aplicació del principi "pensar primer a petita escala" en l'elaboració de les disposicions normatives, seguint les recomanacions de la Comissió Europea, es considera convenient completar les pautes de la Guia de Bones Pràctiques mitjançant la formalització d'una prova específica o Test de pimes, amb un abast més ampli que inclogui tots els costos de la regulació.

Amb aquesta finalitat, l'Acord del Govern d'11 de febrer de 2014, pel qual s'aprova el Test de pimes, estableix que aquest test de pimes es d'aplicació a les iniciatives normatives que promoguin tots els departaments de l'Administració de la Generalitat i, en concret, a aquelles que afectin de forma directa o indirecta l'activitat econòmica.

Mitjançant l'adopció del Test de pimes es pretén reforçar els mecanismes existents en aquesta Administració per a l'avaluació de l'impacte de les iniciatives normatives, amb la finalitat de reduir els costos que la regulació genera a les microempreses, petites i mitjanes empreses.

En aquest apartat, s'avalua de forma específica els efectes i l'impacte d'aquest projecte normatiu sobre les pimes i assegurar que es prenen en consideració mesures alternatives per adequar el disseny de la regulació a les seves característiques.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Títol de la iniciativa: Projecte de Decret pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris

Identificació de la població d'empreses afectades

1. Estimació del nombre d'empreses del sector afectat i del seu volum de negoci, diferenciades segons la seva dimensió:

Microempreses: 3.452 empreses – Màxim 2.000.000€

Petites: 1.367 empreses – Màxim 10.000.000€

Mitjanes: 256 Empreses – Màxim 50.000.000€

Grans: 24 empreses – Més de 50.000.000€

2. Estimació del nombre de treballadors ocupats a les pimes del sector:

Observacions:

Aquesta informació es refereix només a les indústries de 1a i de 2a transformació que hi ha a l'aplicació GIA.

A banda de les indústries agràries i agroalimentàries, l'Ordre també va dirigida a empreses agràries, agroalimentàries, cooperatives agràries, comunitats de regants, artesans alimentaris i gremis i altres sectors no productius. En aquests casos no es disposa de la informació corresponent.

Consulta al sector afectat

3. S'ha consultat les pimes del sector afectat o les associacions empresarials que les representen sobre el disseny de la norma i les opcions de regulació abans de començar la tramitació?

Sí No

4. En el tràmit d'audiència es consultarà almenys aquelles associacions empresarials que representin la major part de les pimes del sector afectat?

Observacions:



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

Mesurament de l'impacte sobre pimes

- | | Sí | No |
|---|-------------------------------------|--------------------------|
| 5. S'ha quantificat les càrregues administratives que es deriven del compliment de les mesures proposades? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. S'ha quantificat els costos financers o els costos substantius més rellevants de la proposta normativa? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Es garanteix que els costos que es generen per a les pimes no impliquen desavantatges competitius en relació amb les empreses de major dimensió? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Es garanteix que les pimes poden operar en condicions de lliure competència en el mercat? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Observacions:

Valoració de mesures específiques per a les pimes

- | | Sí | No |
|--|--------------------------|-------------------------------------|
| 9. S'ha avaluat alguna opció que impliqui o flexibilitzi el compliment de la regulació per a les empreses més petites i, alhora, permeti assolir els objectius públics perseguits? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Alguns exemples són:



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

- a) Exempcions temporals o períodes transitoris més llargs.
 - b) Exempcions totals o parcials.
 - c) Reduccions o bonificacions de quotes i ajudes financeres directes.
 - d) Simplificació d'obligacions d'informació.
 - e) Campanyes informatives, guies d'usuari, formació específica, atenció a l'usuari o altres mesures per millorar l'accés a la informació.
 - f) Altres mesures que beneficiïn especialment les pimes.
10. S'ha adoptat alguna d'aquestes opcions de regulació més flexibles per a les pimes a la proposta normativa?
11. S'ha redactat la proposta normativa en un llenguatge senzill i comprensible per a una persona sense formació específica en dret?
12. Es contribueix a simplificar el marc regulador del sector per tal de fer-lo més accessible?

Observacions:

En totes les convocatòries anteriors de la mesura, corresponents a l'anterior PDR 2007-2013, els beneficiaris principals han estat PIMES i no hem detectat cap dificultat que justifiqui realitzar mesures específiques per a ells.

D. Annex Full de càlcul Excel per a la quantificació de càrregues administratives

A aquesta memòria s'adjunta el full de càlcul Excel que té com a objectiu facilitar a les unitats departamentals la quantificació de les obligacions d'informació d'un projecte normatiu o d'una norma –el compliment de les quals genera càrregues administratives a les empreses–, utilitzant els costos unitaris estàndard elaborats per l'Oficina del Govern.

- S'han inclòs els 6 tràmits/procediments descrits anteriorment, i a la 1a columna de l'Excel s'ha posat el número que corresponent d'acord amb la numeració següent:



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

1. Comunicació prèvia i comunicació anual d'adhesió al sistema d'acreditació de la venda de proximitat. Aquesta comunicació es fa en el marc de la Declaració Agrària Única (DUN), el termini per presentar la sol·licitud d'adhesió al sistema de venda de proximitat, el procediment de presentació d'aquesta sol·licitud i el seu contingut s'estableix cada any mitjançant la corresponent Ordre d'actualització de la DUN. Com ja s'ha explicat detalladament, la vigència de l'acreditació de venda de proximitat passa a ser anual, fins a la obertura del següent període de presentació de la DUN, doncs tècnicament és la millor opció per tal que el nombre d'adherits sigui el més aproximat a la xifra real d'agents interessats a fer-ne ús al territori. Mitjançant aquest senzill sistema s'assegura que no hi ha acreditacions en alta on el titular no és conscient de la seva existència. Cal remarcar que l'obligatorietat de renovar l'acreditació de venda de proximitat cada any no suposa cap sobrecost per a l'administrat, doncs ja ha de fer-ho pel simple fet que la DUN consisteix en una declaració anual que de forma obligatòria, ni per a l'administració, doncs el bolcat de dades de la DUN a l'aplicatiu informàtic de la venda de proximitat (mòdul PPAC) fa un cribratge automàtic pel qual únicament arriben aquelles que tenen alguna diferència substancial respecte a la presentada mitjançant l'anterior DUN.

Per aquesta càrrega, per diferenciar la normativa vigent, en la que les entitats només tenen que fer-lo una vegada amb la inscripció, i la modificació d'aquest projecte, que serà anual, la freqüència de la normativa actual marcat amb 0,10 i per la modificació s'ha posat 1 anual.

2. Obligació de comunicar a l'autoritat competent qualsevol canvi produït en els requisits que van determinar inicialment l'adhesió i posterior acreditació de venda de proximitat.
3. Obligació de comunicar a l'autoritat competent la renúncia a la utilització de l'acreditació de venda directa.
4. Obligació d'exhibir el logo, l'acreditació, i l'etiquetatge en els punts de venda directa.
5. Obligació d'exhibir una reproducció de l'acreditació a tota la informació precontractual documentada. Es desglossa en:
 - a. Obligació d'exhibir una reproducció de l'acreditació a tota la informació precontractual documentada.
 - b. Obligació d'exhibir el logo a tota la informació precontractual documentada
 - c. Obligació d'exhibir una reproducció de l'acreditació i el logo al web corresponent.



PROJECTE DE DECRET..... /2018, de de..... de 2018, pel qual es modifica el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris i agraris.

Elaborat per la Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries

6. Col·laborar amb les tasques de control i inspecció.

Aquests tràmits/procediments són pràcticament idèntics tant en els cas de que es faci la modalitat de Venda Directa o de Circuit Curt. Només hi ha una diferència en el punt 4, en el que als establiments de venda en circuit curt no cal exhibir una reproducció del logo i l'acreditació en el punt de venda i en els establiment de venda directa no cal identificar els productes amb el logo (exceptuant els productes elaborats o si existeixen productes que no siguin de venda de proximitat, que a llavors si hi ha aquesta obligació d'identificar-los amb el logo) .

Podeu veure el quadre en el full Excel adjunt.

Vist-i-plau

Albert Almela Azor
Col·laborador tècnic

Carmel Mòdol i Bresolí
Director General d'Alimentació, Qualitat i
Indústries Agroalimentàries

Barcelona, desembre de 2018