

Cap a la garantia del dret a la venda directa de la pagesia i a l'accés de les consumidores a aliments sostenibles



Autoria: Sofia Alorda Fernández i Ariadna Rigau Castells



Disseny i execució d'entrevistes: Laia Fernández Susierra

Revisió: Irene Escorihuela Blasco, César Caparrós Lara, Adrià Gratacós Torras i Alexandra Rosell i Guardiola

Maquetació: Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona

Data de publicació: Novembre 2025

Amb el suport de:



** El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva de l'Observatori DESCA i la Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona i no reflecteix necessàriament l'opinió de l'Ajuntament de Barcelona.*

Índex

1

Introducció 4

2

Metodologia 6

3

Context: L'evolució de la
venda directa i els
mercats de pagès 8

4

Marc normatiu de la
venda directa i els
mercats de pagès 11

4.1

Normativa internacional

4.2

Normativa europea

4.3

Normativa estatal

4.4

Normativa catalana

4.5

Normativa local: Barcelona

5

Anàlisi comparada 17

5.1

Altres països de la Unió
Europea: Itàlia i França

5.2

Altres Comunitats Autònomes
de l'Estat Espanyol

5.2.1. A Aragó

5.2.2. A Navarra

5.2.3. Al País Valencià

5.2.4. A les Illes Balears

5.2.5. A les Illes Canàries

5.3

Amb altres municipis de
Catalunya

5.4

Resultats i anàlisi comparada

6

Entrevistes a
productores,
consumidores i entitats 33



7

Resultats i
conclusions 37

8

Proposta de regulació
jurídica de la venda
directa a Catalunya 44

9

Referències i
bibliografia 57

1. Introducció

La venda directa és la comercialització que fa la petita pagesia sense intermediaris, oferint els productes de la seva explotació directament a les persones consumidores. Actualment, aquesta venda directa es dona en mercats de pagès, un dels mecanismes claus per fer possible la viabilitat de petits projectes agrícoles, alhora que es facilita a la ciutadania a accedir a aliments de proximitat, de temporada, i, sovint, agroecològics.



A Catalunya, la venda directa està reconeguda com a part de l'activitat agrària. El Decret 44/2012, de 24 d'abril, pel qual es crea el sistema integrat de dades d'explotacions agràries de Catalunya (d'ara endavant, Decret 44/2012), estableix que la venda directa forma part dels treballs propis de l'explotació i es pot realitzar "a la finca, en mercats municipals o en altres llocs que no siguin establiments comercials permanents".

En tot cas, aquest dret no ha estat desplegat normativament. A diferència d'altres països europeus o d'algunes comunitats autònomes de l'Estat, Catalunya no disposa encara d'un règim jurídic específic que desplegui el dret a efectuar la venda directa per part de la pagesia, ni que garanteixi l'accés estable a espais públics. El Decret 24/2013 regula l'acreditació de la venda directa i en circuit curt i estableix en quins espais es pot efectuar, però no resol l'organització ni el reconeixement jurídic dels mercats de pagès.

Aquesta manca de desenvolupament normatiu fa que, en la pràctica, els mercats de pagès quedin subsumits dins la normativa de venda no sedentària i subjectes a ordenances municipals pensades per a la venda ambulants. El resultat és una forta dependència de la voluntat política local i un desenvolupament desigual al territori.

Barcelona n'és un cas paradigmàtic. La ciutat no disposa d'una ordenança de venda no sedentària i els mercats de pagès no tenen reconeixement propi dins la normativa municipal. Això obliga les productores a renovar anualment les autoritzacions d'acord amb l'Ordenança d'ús de l'espai públic i genera inseguretat jurídica, com va evidenciar-se el 2024 amb la denegació de la llicència del Mercat de Pagès de Sant Antoni i la suspensió del Mercat de Pagès de Vallcarca.

Aquest buit normatiu contrasta amb experiències consolidades en altres territoris -com els 'mercati contadini' italians o els Mercats de l'Horta i les Tires de Comptar a València- i genera desigualtats d'accés entre consumidores segons el municipi on viuen.

En aquest context, la futura Llei d'Alimentació de Catalunya ofereix una oportunitat decisiva per reconèixer i garantir el dret a la venda directa, establir un règim jurídic propi per als mercats de pagès i donar estabilitat institucional a aquests canals. La mesura és clau tant per a la pagesia -que necessita seguretat i suport- com per a la ciutadania -que ha de poder accedir a aliments sans, sostenibles i de proximitat.

Amb aquest informe, la Coordinadora de Mercats de Pagès (d'ara endavant, la Coordinadora) i l'Observatori DESCA volem contribuir a aquest horitzó amb una proposta jurídica que:

- Analitzi els buits i limitacions de l'ordenament jurídic actual en relació amb la venda directa i els mercats de pagès.
- Identifiqui bones pràctiques normatives que poden servir de referent per a una futura regulació catalana i/o a escala local.
- Proposi una definició jurídica pròpia dels mercats de venda directa agroalimentària, amb garanties de drets i reconeixement institucional.
- Ofereixi orientacions per a la incorporació d'aquesta regulació en el marc de la futura Llei d'Alimentació de Catalunya.

2. Metodologia

Aquest informe s'ha elaborat a partir d'una revisió bibliogràfica, una anàlisi jurídica comparada i entrevistes qualitatives, amb l'objectiu de fomentar propostes normatives concretes per al reconeixement de la venda directa com a pràctica diferenciada i com a dret col·lectiu de la pagesia.



Per a l'**anàlisi normativa i documental**, s'ha realitzat una revisió de la legislació vigent a diferents nivells territorials:

- Àmbit internacional
- Àmbit europeu
- Àmbit estatal
- Àmbit català
- Àmbit local (Barcelona)

Per a l'**anàlisi comparada**, amb l'objectiu d'identificar bones pràctiques i models de regulació existents, s'ha dut a terme un estudi comparatiu entre diversos territoris:

- En altres països de la Unió Europea: s'ha recollit informació sobre la regulació i impuls de la venda directa i els mercats de productores d'Itàlia i França, països amb un ampli recorregut en el reconeixement legal i institucionalització d'aquest tipus de cadenes de distribució alimentària.
- A altres comunitats autònomes de l'Estat espanyol, en concret, a Aragó, a Navarra, a les Illes Balears, el País Valencià i a les Illes Canàries.
- I, a un altre municipi de Catalunya, Gavà, que disposa d'una ordenança específica diferenciada per als mercats de pagès.

Per incorporar la veu de les persones protagonistes dels mercats de pagès, s'han realitzat **14 entrevistes qualitatives** amb agents que participen en mercats locals dels territoris analitzats, especialment a productores, consumidores i entitats vinculades amb:

- El Mercat Agrari de Ciutadella (2)
- Els mercats de pagès de Barcelona (5)
- La venda directa a Navarra (4)
- La venda directa a Aragó (2)
- La World Farmers Market Coalition (1)

Aquestes entrevistes han permès identificar contextos i necessitats reals, obstacles administratius i propostes de millora, així com contrastar la implementació pràctica de les normatives existents amb l'experiència quotidiana de la pagesia.

3. Context: L'evolució de la venda directa i els mercats de pagès

Per donar una visió genèrica i analitzar l'evolució de la venda directa i dels mercats de pagès -entenen els mercats com a l'expressió més visible d'aquesta modalitat de venda- seria imprescindible disposar de dades públiques que permetessin seguir i veure les tendències de la implantació, els volums de venda, el grau de participació de les consumidores, etc. En tot cas, no existeix avui dia un portal on es pugui consultar aquest tipus d'informació ni a Catalunya ni a escala estatal. Per aquest motiu, resulta difícil entendre les tendències reals d'aquesta modalitat de venda.



A escala estatal, els pocs estudis disponibles també ho adverteixen. D'una banda, Mauleón (2011) assenyala que les fonts oficials només registren dades generals de mercats de marxants i no diferencien entre venda directa i revenda; i l'estudi de Gómez Pascual (2001) mostra que, fins i tot a principis dels anys 2000, només el 23,5% de les persones que venien aliments als mercats eren productores, mentre que la resta (76,5%) eren intermediàries. Ambdós autors destaquen la problemàtica que sovint les persones consumidores no tenen manera d'identificar si compra a qui produeix o a qui revèn i, també, impedeix quantificar el paper real de la venda directa en el sistema agroalimentari.

A Catalunya, la situació és similar: els indicadors de sobirania alimentària desenvolupats per Arran de Terra (Pomar-León et. al., 2018) confirmen que no existeix cap registre previ de mercats de pagès i que, per elaborar un primer mapa, es va haver de reconstruir

la informació mitjançant fonts disperses, entrevistes i recerques municipals. La seva anàlisi conclou que al 2016 s'identifiquen 48 mercats de pagès en actiu, un augment del 246% des del 2009, coincidint amb el creixement de l'agroecologia i l'interès de la ciutadania pels productes de proximitat. La majoria d'aquests mercats són una realitat eminentment metropolitana: 3 de cada 4 mercats de pagès es troben a la província de Barcelona, i més de la meitat a l'Àrea Metropolitana. Pel que fa al tipus de producte, el 46% dels mercats de pagès de Catalunya promouen explícitament producte ecològic i de proximitat, mentre que un 43% fan referència únicament a la proximitat.

A la ciutat de Barcelona, l'expansió de mercats de pagès ha estat especialment ràpida tot i la tensió regulatòria i la incertesa jurídica:

- **2014:** Neix el Mercat de Pagès de Germanetes a l'Esquerra de l'Eixample
- **2015:** Neix el Mercat de Pagès de la Terra a Poble-Sec
- **2016:** Neixen els Mercats de Pagès de Fort Pienc i de Sants
- **2018:** Neix el Mercat de Pagès del Guinardó
- **2019:** Neix el Mercat de Pagès de La Sagrera i de Vallcarca
- **2022:** Neix el Mercat de Pagès de Sagrada Família i es crea la Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona
- **2023:** Neix el Mercat de Pagès de Sant Antoni
- **2024:** Tancament del Mercat de Pagès de Sant Antoni - la Coordinadora presenta recurs d'alçada; es suspèn el Mercat de Vallcarca arran de les al·legacions de competència de comerciants del barri
- **2025:** Reobertura del Mercat de Sant Antoni després que l'Ajuntament estimi el recurs d'alçada

Taula 1. Evolució dels Mercats de Pagès a Barcelona ciutat. Font: Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona, 2025

Avui dia, Barcelona compta amb 10 mercats de pagès a 10 barris diferents de la ciutat. En tot cas, aquest creixement no s'explica només per l'interès de la ciutadania en el producte local i ecològic, ni tampoc per una política municipal estructurada, sinó que el paper de les entitats gestores juga un rol imprescindible.

Les entitats que formen l'actual Coordinadora de Mercats de Pagès (la Xarxa de Consum Solidari, Slow Food Barcelona i XES Sant Andreu) porten des de 2014 impulsant el naixement i sostenint l'estabilitat dels mercats de pagès de Barcelona.

Aquestes entitats han actuat com a infraestructura cívica assumint la relació amb les productores, la dinamització comunitària, la gestió logística, la comunicació i difusió i la pedagogia alimentària que els mercats municipals fa temps que han deixat d'exercir. Els mercats de pagès, llavors, s'han d'entendre no només com un dels canals principals de la venda directa a la ciutat, sinó també com un mecanisme real d'aproximació entre el camp i la ciutat, la pagesia i la ciutadania, el teixit comunitari, la defensa i implementació pràctica de la sobirania alimentària, la lluita contra el canvi climàtic i la gestió dels territoris rurals i urbans.

Actualment, tots els mercats de pagès de la ciutat continuen funcionant sota l'ordenança d'ús de les vies i els espais públics, una norma que obliga a renovar les llicències any rere any. Aquest desajustament es fa evident en el cas del Mercat de Sant Antoni, al qual no es va renovar la llicència el 2024, i del Mercat de Vallcarca, llicència actualment suspesa arran de les queixes d'alguns comerciants de la zona que al·legaven excés de "competència".

Segons la Llei 18/2017, de l'1 d'agost, de comerç, serveis i fires de Catalunya, l'Ajuntament ha de crear una nova ordenança de venda no sedentària quan vencin els 15 anys de concessió dels mercats existents. Atès que els mercats de pagès no arriben encara a aquesta antiguitat, la manca d'un marc propi els ha deixat en una situació de limbo normatiu. Davant la decisió municipal de no renovar algunes llicències, la Coordinadora va presentar un recurs d'alçada el maig de 2024, reclamant la protecció d'aquests espais com a instrument de sobirania alimentària i dret a la ciutat.

Fins que una nova ordenança municipal no estigui aprovada, no es pot autoritzar cap nou mercat de pagès. Tot i això, la Coordinadora està treballant per obtenir els permisos per a dos nous mercats (a Can Batlló i al Gòtic) i per recuperar el Mercat de Vallcarca, que continua amb la llicència suspesa. Mentrestant, els 10 mercats actuals es mantenen en funcionament gràcies a una pròrroga excepcional acordada amb l'Ajuntament fins al 2029.

¹ El 2022 l'Ajuntament va iniciar el procediment per aprovar una nova ordenança de venda no sedentària -tal com exigeix la Llei 18/2017-, però el procés ha quedat paralitzat. Actualment, la venda no sedentària a Barcelona continua regulada per l'Ordenança d'Ús de les Vies i els Espais Públics (1998), que no recull les exigències ni els requisits de la normativa comercial vigent.
Font: Ajuntament de Barcelona (2022). Informació pública del projecte d'Ordenança de Venda Ambulant. Disponible a: <https://ajuntament.barcelona.cat/transparencia/ca/ordenanca-venda-no-sedentaria>

4. Marc normatiu de la venda directa

4.1. Normativa internacional

El dret internacional ha anat reconeixent, al llarg de les darreres dècades, que la venda directa pot ser un instrument fonamental per garantir el dret a l'alimentació.

Un primer punt de referència és el **Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals (PIDESC, 1966)**, on s'estableix que els Estats tenen l'obligació d'assegurar un nivell de vida adequat, inclosa l'alimentació. Posteriorment, el **Comitè DESC**, a l'Observació General número 12 (1999), va precisar que l'obligació es traduïa en garantir disponibilitat d'aliments culturalment i nutricionalment adequats, i també el seu accés físic i econòmic.

En la mateixa línia, la FAO el 2014 posa l'accent en el foment de canals curts i directes de comercialització a través de les **Directrius voluntàries sobre el dret a l'alimentació**, on es destacava que acostar productores i consumidores és clau per donar més estabilitat a la pagesia, però també reforça el dret a l'alimentació.

Amb l'arribada dels **Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS, 2016)**, aquesta idea se situa més al centre i es lliga amb la sostenibilitat de la producció d'aliments per fer front a la crisi climàtica. D'una banda, l'ODS 2 reclama garantir l'accés a aliments segurs, nutritius i sostenibles; i, l'ODS 12 subratlla la necessitat de fomentar models de consum i producció més sostenibles.

Aquest enfocament es va veure reforçat el 2018 amb la **Declaració de les Nacions Unides sobre els Drets de la Pagesia i altres persones que treballen en zones rurals (UNDROP)**. En aquest instrument de llenguatge encara més clar, l'article 15 reconeix el dret a l'alimentació i també la sobirania alimentària, i demana als Estats que elaborin polítiques públiques conjuntament amb la pagesia.



L'article 16, a més, posa l'accent en el dret de les productores a accedir als mercats locals, i en la responsabilitat dels Estats d'adoptar mesures que afavoreixin sobretot l'agroecologia i els circuits curts.

En qualsevol cas, encara que la normativa internacional assenyali el camí cap a una transformació dels circuits de subministrament alimentari, és fonamental que els marcs legals interns incorporin de manera clara l'accés i la venda directa productora–consumidora, o en circuit curt. Només d'aquesta manera es podrà assegurar que el reconeixement internacional es tradueixi en canvis reals i tangibles en l'organització de les cadenes alimentàries.

4.2. Normativa europea

Per la seva banda, la normativa comunitària ofereix diferents punts d'entrada per promoure i facilitar la venda directa, però sense existir un règim específic harmonitzat a escala europea.

D'entrada, el **Tractat de Funcionament de la UE** (TFUE, 2007) fixa en l'article 39 els objectius de la Política Agrària Comuna (d'ara endavant, PAC), incloent-hi també el paper dels Estats de garantir un nivell de vida equitatiu a la pagesia, mitjançant diferents eines, com podria ser l'augment de renda individual per a la pagesia i la garantia de subministrament estables i accessibles de cara a la ciutadania. Aquesta voluntat s'ha concretat en els diferents reglaments de desenvolupament rural: el **Reglament (UE) 1305/2013**, que va estar vigent fins al 2022 i substituït ara per la PAC 2023-2027, marcava com a prioritat de desenvolupament rural de la UE el reconeixement dels circuits curts de comercialització i els mercats locals com a àmbits de suport financer a través dels Plans de Desenvolupament Rurals (article 15). Actualment, el **Reglament (UE) 2021/2115**, que regula l'actual PAC 2023-2027, reforça aquesta línia i els seus objectius específics (article 6) i també dona flexibilitat als estats membres per tenir marge en la planificació d'intervencions dins els seus plans estratègics de la PAC, adaptant instruments segons condicions locals.

En matèria de seguretat alimentària, el **Reglament (CE) 852/2004** estableix les bases d'higiene obligatòries per a tota la cadena alimentària, però a l'article 13 dona flexibilitat als estats membres per adaptar els requisits sanitaris a les petites produccions, als circuits curts i a la venda directa, sempre que es garanteixi el mateix nivell de seguretat alimentària. De fet, hi ha exemples a països com França i Itàlia, on disposen de règims simplificats d'higiene de productes alimentaris per aquestes cadenes de subministrament. A l'Estat espanyol, el Reial Decret 1086/2020 introdueix certes flexibilitats per a petites explotacions que explicarem en el següent apartat.

En l'àmbit de polítiques ambientals i alimentàries, el **Pacte Verd Europeu** (2019) –marc general de la política climàtica i ambiental de la UE– reconeix el sistema alimentari com un pilar per assolir la neutralitat climàtica el 2050. Dins d'aquest paraigua, l'**Estratègia “De la Granja a la Taula”** (Farm to Fork, 2020) estableix un full de ruta per a les polítiques alimentàries que desenvolupin els estats membres i marca com a objectiu potenciar els circuits curts i directes per millorar la garantia d'accés a aliments sans i de proximitat, alhora que es redueixen emissions.

En tot cas, ara com ara no existeix cap directiva ni reglament específic que reguli els mercats de venda directa, així que la seva regulació queda en mans dels Estats membres.

4.3. Normativa estatal

A l'Estat espanyol, trobem diferents normatives que regulen alguns aspectes de la venda directa i els mercats locals i/o ambulants.

El **Reial Decret 1882/1978**, sobre canals de comercialització de productes agropecuaris i pesquers, és la norma més antiga que intenta donar marc als canals curts i directes mitjançant les cooperatives de consum i la venda directa. D'una banda, estableix que els productes que es subministrin mitjançant aquests canals no han de passar per mercats centrals (el que seria aquí, Mercabarna) i, de l'altra, assenyala el paper que tenen els ajuntaments d'assenyalar en els mercats de barri aquells espais destinats a productores i agrupacions de productores. En cas que això no fos possible, s'indica que els municipis hauran de disposar locals propers o espais lliures per aquests col·lectius per fer aquesta venda directa.

La **Llei 7/1996**, d'Ordenació del Comerç Minorista, regula en l'article 53 la venda ambulant (o no sedentària) i la defineix. I, de nou, estableix que correspon als ajuntaments atorgar les autoritzacions per l'exercici de la venda ambulant. Indica, en tot cas, que les autoritzacions no seran per temps indefinit i que tampoc s'assegura una renovació automàtica. De la mateixa manera, la **Llei 7/1985, Reguladora de les Bases de Règim Local**, estableix a l'article 25 que els ajuntaments són qui regulen els mercats i la venda ambulant.

La **Llei 12/2013**, de mesures per millorar el funcionament de la cadena alimentària, apunta en l'article article 27 la necessitat de fomentar la identificació i afavoriment del desenvolupament i implantació de nous canals de comercialització, així com la facilitació dels canals curts de comercialització que permetin una major repercussió del valor afegit a les productores i elaboradores.

En el marc de la seguretat alimentària, la **Llei 17/2011** estableix el marc general en tota la cadena alimentària de l'Estat i el Reial Decret 9/2015 transposa la normativa comunitària d'higiene alimentària. La flexibilitat en algunes mesures higièniques i/o el protocol de sacrifici per petites produccions de carn, llet crua i alguns altres aliments destinades a la venda directa al consumidor estan recollides al **Reial Decret 1086/2020**.

4.4. Normativa catalana

A Catalunya trobem diferents normes que afecten la venda directa, però cap d'elles configura encara un marc jurídic integral que articuli aquest dret de la pagesia ni que reguli els mercats de pagès com a canals específics de comercialització. El conjunt normatiu actual combina normes agràries, comercials i sanitàries que, tot i aportar elements parcials, no garanteixen a la pagesia l'accés estable a l'espai públic ni reconeixen la singularitat dels circuits curts dins del sistema alimentari de proximitat.

A Catalunya, la venda directa està reconeguda com a part de l'activitat agrària. El **Decret 44/2012**, de 24 d'abril, pel qual es crea el sistema integrat de dades d'explotacions agràries de Catalunya (d'ara endavant, Decret 44/2012), estableix que aquesta modalitat de venda forma part del conjunt de treballs propis de l'explotació. A més, reconeix que aquesta venda es pot efectuar "dins l'explotació, als mercats municipals o en llocs que no siguin establiments comercials permanents, considerant-se també activitat agrària la que implica la gestió o la direcció i gerència de l'explotació.". Es tracta, doncs, d'un reconeixement jurídic rellevant, però no ha estat desenvolupat amb un règim propi per als mercats de pagès ni per a l'accés a l'espai públic.

Per la seva banda, el **Decret 24/2013, d'acreditació de la venda de proximitat** contempla el marc definint i creant un sistema d'acreditació de la venda directa i els circuits curts. També defineix que aquesta venda directa es pot realitzar en la mateixa explotació, en agrobotigues d'agrupacions, en mercats locals, en fires, mercats o en altres llocs que no siguin establiments comercials permanents. No obstant això, el Decret no entra en regular la venda directa en espais públics, ni la seva relació amb els mercats de pagès o les competències municipals.

Tot i aquest reconeixement com a activitat agrària i la seva definició, la regulació operativa de la venda directa en espai públic es troba emparat per la **Llei 18/2017, de comerç, serveis i fires**.

Aquesta llei distingeix la venda directa de la venda ambulant, però tampoc desenvolupa cap règim específic. L'article 15 reconeix que la venda amb parades desmuntables s'ha de regir per aquesta llei "sens perjudici de la normativa específica de venda directa", tot insinuant que cal desenvolupar un règim propi. A més, fixa que les autoritzacions de venda no sedentària han de tenir una durada mínima de 15 anys, i que només poden ser revocades per incompliment normatiu o per reestructuració del mercat per interès públic.

Catalunya continua, avui dia, sense una regulació pròpia que diferenciï la venda directa del comerç no sedentari ni que garanteixi l'accés a la pagesia a espais de venda estables per fer-hi venda directa. La futura **Llei d'Alimentació de Catalunya** obre, per tant, una oportunitat clau per superar aquesta fragmentació i establir un règim jurídic específic que doni seguretat a la pagesia i garanteixi a la ciutadania l'accés a aliments sans, sostenibles i de proximitat.

En conjunt, a Catalunya trobem una normativa fragmentada, sense existir una regulació específica que reconegui la venda directa com a activitat diferenciada del comerç no sedentari; ni garanteix a la pagesia l'ocupació d'un espai públic per fer aquesta activitat.

4.5. Normativa local: Barcelona

Tot i que la normativa catalana defineix el marc general del comerç no sedentari, l'Ajuntament de Barcelona encara no disposa de l'ordenança municipal de venda no sedentària que la Llei 18/2017 obliga els municipis a desenvolupar i aprovar. Això vol dir que tampoc existeix, llavors, un règim local propi per regular els mercats de pagès i/o la venda directa o en circuit curt, que actualment operen en un escenari de provisionalitat legal.

Aquest buit normatiu contrasta amb compromisos polítics de la ciutat. Per exemple, Barcelona és signant del Pacte de Milà des del 2021, un acord internacional de municipis que promou sistemes alimentaris sostenibles i polítiques públiques en consonància amb una coordinació interdepartamental. De la mateixa manera, l'Estratègia Alimentària de Barcelona 2030 inclou la línia d'acció per "donar suport a l'existència de mercats de pagès en indrets on calgui complementar l'oferta alimentària sostenible del comerç de proximitat". Però com s'apuntava, malgrat tot aquest reconeixement polític, a la pràctica no s'ha traduït encara en una regulació específica.

Així, en absència d'una normativa específica, els mercats de pagès s'autoritzen avui dia mitjançant llicències anuals discrecionals,

basades en l'Ordenança sobre l'ús de les vies i els espais públics de Barcelona (1998), però manca una ordenança que reguli les condicions, requisits, durada o garanties. Alhora, contradient la Llei 18/2017, que estableix que les llicències de venda no sedentària han de tenir una durada mínima de 15 anys per facilitar a les paradistes la recuperació de la seva inversió.

Aquesta incertesa és la que ha fet que el Mercat de Pagès de Sant Antoni no veïés renovada la seva llicència el 2024, i que el Mercat de Pagès de Vallcarca quedés suspès arran de les queixes d'alguns comerciants de la zona que al·legaven excés de competència. En conseqüència, la manca d'un marc jurídic propi fa que la continuïtat d'aquests mercats quedi a mercè de decisions administratives puntuals.

Davant d'aquesta situació, la Coordinadora de Mercats de Pagès va presentar un recurs d'alçada el maig de 2024. El 10 de juliol de 2025, la Tinença d'Alcaldia el va estimar, considerant que la denegació de la llicència del mercat de Sant Antoni "no s'ajustava a dret". Això va obligar a revertir el tancament i a restituir-ne l'autorització.

Com a resposta a la pressió del sector, l'Ajuntament ha acordat mantenir els 10 mercats de pagès fins al 2029, any en què compliran els 15 anys de vida mínims que exigeix la Llei 18/2017, i desplegar definitivament una nova ordenança. Fins llavors, no es podran obrir nous mercats de pagès, malgrat que la Coordinadora treballa per crear-ne de nous a Can Batlló i el Gòtic i recuperar el de Vallcarca.

5. Anàlisi comparada

La situació de Catalunya, amb un marc normatiu de venda de proximitat fragmentat, sense desplegament legal clar de com efectuar la venda directa, no és una excepció inevitable.

Altres països i territoris han avançat molt més en el reconeixement jurídic, fiscal i institucional de la venda directa i en circuit curt, convertint-les en una eina estratègica per garantir preus justos a la pagesia, reduint intermediaris i apropant aliments sans i de proximitat a la ciutadania.

Per això, en aquesta secció recollim una anàlisi comparada de diferents experiències que poden servir de referència a l'hora de formular propostes per a Catalunya i Barcelona. En primer lloc, s'examinen els casos d'Itàlia i França. A continuació, es presenten diverses regulacions autonòmiques de l'Estat espanyol (Aragó, Navarra, País Valencià, Illes Balears i Illes Canàries), que han desenvolupat marcs específics per als canals curts i mercats de pagès. Finalment, s'analitzen algunes experiències municipals properes, com la de Gavà i els municipis propers al Parc Agrari del Baix Llobregat, que mostren fins a quin punt els Ajuntaments poden avançar, fins i tot amb l'actual marc autonòmic català fragmentat.

L'objectiu és identificar quins elements clau –definicions jurídiques, règims fiscals, registres i distintius, model de governança dels mercats, vinculació amb la compra pública i suport econòmic i institucional– ens poden resultar útils per construir una proposta de regulació de la venda directa a Catalunya i Barcelona que sigui ambiciosa, viable i alineada amb la sobirania alimentària.

5.1. Altres països de la Unió Europea: Itàlia i França

[La venda directa i els mercats de pagès a Itàlia](#)

A Itàlia, la venda directa de productes alimentaris per part de la pagesia i elaboradores es troba plenament integrada dins la definició d'activitat agrària i reconeguda com a part essencial de la seva



activitat. Aquesta integració s'articula a través del marc legal i fiscal agrari:

La base jurídica la trobem en el **Decret Legislatiu 228/2001**, que modifica l'article 2135 del Codi Civil per ampliar la definició d'empresari agrícola, incloent-hi les activitats de transformació, comercialització i venda directa de productes propis com a activitats connexes a la producció agroalimentària. Aquesta definició fa que no sigui necessari que la pagesia es registri com a comerciant o empresaris mercantils, a condició que venguin els seus productes de forma complementària i la seva activitat sigui principalment agrària (és a dir, que els productes que ven són de la seva pròpia explotació).

Posteriorment, amb la **Llei 145/2018** se simplifica i reforça aquest dret a la pagesia, posant en marxa mesures específiques de foment institucional i fiscal a aquella pagesia que realitzi venda directa de productes agraris propis, especialment en mercats locals, fires o en la mateixa finca. En concret, compten amb una base imposable simplificada on s'aplica un coeficient de rendibilitat fix del 25% sobre els ingressos totals i un impost substitutiu únic, ja que sobre aquesta base imposable s'aplica un impost únic del 15% (o el 5% en els primers 5 anys si és una activitat nova), en lloc de l'IRPF ordinari, l'IVA i altres tributs. Per accedir-hi, els empresaris agraris han de tenir ingressos anuals iguals o inferiors a 7.000€ derivats exclusivament de l'activitat agrària en règim de venda directa. Aquest règim és compatible amb altres ajudes de la Política Agrària Comuna de la UE, permet operar en mercats de pagès, circuits curts i venda d'origen de forma regularitzada i, a més, evita l'obligació de presentar declaracions trimestrals.

Exemple pràctic:

Un petit productor ven formatges elaborats a partir de la seva pròpia llet en un mercat de pagès i factura 6.000 € l'any. Amb aquest règim:

- No ha de declarar IVA.
- No ha de portar llibres comptables.
- Es considera que només ha generat 1.500 € de rendiment net (25% de 6.000 €).
- Només paga un 15% sobre aquests 1.500 €, és a dir, **225 € d'impostos anuals.**

Taula 2. Exemple pràctic del règim fiscal adaptat per la venda directa.
Font: Elaboració pròpia

Per aquelles productores que tinguin ingressos superiors a 7.000€, cauen sota el paraigua del règim ordinari agrari, però amb tractaments fiscals especials per a la pagesia i sense haver de tramitar llicències comercials addicionals, ja que la venda directa forma part de l'activitat agrícola pròpia.

Aquest reconeixement legal ha permès impulsar els 'mercati contadini' (mercats de pagès, en català) considerats com un fort suport institucional i social. Xarxes per la sobirania alimentària com Campagna Amica -la major xarxa de venda directa a escala europea, promoguda per la confederació nacional Coldiretti—o els 'mercati della terra' (mercats de la terra) de Slow Food han estat claus en la seva consolidació i expansió.

Més enllà de la seva funció proveïdora, aquests mercats són espais culturals i comunitaris, que promouen l'agroecologia, la biodiversitat i la relació directa entre pagesia i ciutadania. Segons Coldiretti, el 73% de la població italiana considera que comprar directament a la pagesia és la millor manera d'assegurar la qualitat i autenticitat dels aliments. També, el 86% de les persones enquestades per Coldiretti afirma que voldrien disposar d'un mercat de productores al seu entorn (Coldiretti, 2024).



El Mercat de Pagès Circo Massimo a Roma (Itàlia).

Alhora, l'impacte econòmic és igualment rellevant. Avui dia, la venda directa a Itàlia genera aproximadament 7.000 milions d'euros anuals en facturació directa i indirecta.

Actualment, Itàlia és el país líder europeu en aquest model, amb més de 1.200 'mercati contadini' i la participació activa de 15.000 productores i productors que hi fan venda directa.

A més, si es tenen en compte els mercats, els establiments d'agroturisme i punts de venda a la mateixa finca, Itàlia disposa de la xarxa organitzada de venda directa de productes agrícoles més gran de la Unió Europea. En total, es calcula que hi ha 20.000 punts de venda repartits entre explotacions agràries, mercats locals, restaurants, agroturismes i fins i tot horts urbans. Es tracta, per tant, d'un sistema ampli i diversificat que es fonamenta en la relació i reconeixement mutu camp-ciutat.

Un cas similar a França

A França, la venda directa està reconeguda de manera similar a com passa a Itàlia: no es tracta d'una activitat complementària, sinó d'una activitat agrària inherent. Això no es recull al Codi Civil, com en el cas italià, sinó al **Codi Rural i de Pesca Marítima**, que defineix les activitats de la pagesia incloent-hi la transformació, comercialització i venda directa com a part de la pròpia activitat agrícola. Aquesta concepció permet que la pagesia que ven productes propis no hagi d'assumir obligacions comercials alienes al règim agrari, sinó que quedi sota el mateix paraigua jurídic i fiscal agrícola que regula la producció.

A partir d'aquest marc, França ha desenvolupat un sistema molt diversificat i institucionalitzat de circuits curts i directes. Els 'Marchés de Producteurs de Pays' (mercats de pagès), impulsats per la xarxa de Cambres d'Agricultura, garanteixen que només hi participin productores venent productes propis. D'altra banda, des de 1988, el segell 'Bienvenue à la ferme' (benvinguts al camp, en català) agrupa més de 8.000 explotacions que practiquen circuits curts i venda directa en tot el país, donant visibilitat i reconeixement a aquesta opció de consum. Finalment, i cal destacar, França ha estat pionera a connectar la venda directa i els circuits curts amb la compra pública alimentària: la **Llei NOTRe** (2015) i la **Llei Egalim** (2018) estableixen que menjadors escolars, hospitals i altres serveis públics han d'adquirir almenys un 50% de productes de circuit curt, convertint la venda directa en una eina estructural per al dret a l'alimentació i la transició agroecològica.



5.2. A altres Comunitats Autònomes de l'Estat espanyol

L'exemple italià mostra que el reconeixement jurídic i el règim fiscal adaptat per a la venda directa és possible i, a més, estratègic per enfortir la pagesia, la sobirania alimentària i l'accés a aliments sostenibles i locals per part de les consumidores. Tot i que a l'estat espanyol aquest pas no s'ha fet, sí que hi ha marge i viabilitat per avançar en aquest sentit a través de lleis autonòmiques i forals.

Aquest exemple ens el mostren algunes comunitats autònomes que han desenvolupat normatives específiques per a la venda directa per diferents vies. A continuació, analitzem els casos d'Aragó, Navarra, el País Valencià, les Illes Balears i les Illes Canàries.

5.2.1. A Aragó

A Aragó trobem una de les normatives més interessants de l'Estat en matèria de venda directa i circuits de comercialització de productes agroalimentaris. La **Llei 7/2017**, de venda local de productes agroalimentaris, regula i fomenta la venda directa o de circuit curt de petites quantitats d'aliments, adapta la normativa europea d'higiene alimentària per aquests casos, i estableix el sistema d'identificació.

La norma distingeix entre dues modalitats principals:

- La venda directa, quan la persona productora ven directament a la consumidora final
- La venda en canal curt, quan hi ha un únic intermediari (un establiment local, una empresa de missatgeria o altres fórmules similars)

A més, s'autoritza la venda directa en diferents espais: a la pròpia explotació o finca, en altres establiments de titularitat de la productora o de l'agrupació on pertanyi, en fires i mercats locals o, fins i tot, al domicili de la persona consumidora o en locals de grups de consum.

Per poder-se acollir a aquesta modalitat, les agrupacions i les productores s'han d'inscriure a la base de dades de venda local que crea aquesta llei, tot mantenint un registre actualitzat dels productes venuts, les quantitats, la data i el lloc de venda.

També és interessant destacar com la llei preveu un paper actiu del Govern d'Aragó. Amb aquesta llei es compromet a promoure la

venda local a través de les polítiques de desenvolupament rural (fons de la Política Agrària Comuna), establint una línia d'ajuts per a aquestes modalitats, a impulsar programes d'informació i educació ciutadana sobre els circuits curts de comercialització, i també animen al fet que les administracions locals desenvolupin les seves pròpies mesures de foment. De fet, en els primers anys després de l'aprovació, això es va traduir en línies d'ajuts específiques per a l'acondicionament i equipament d'espais de venda directa, així com per facilitar la participació de la pagesia en mercats i fires locals.

Segons l'última actualització de la base de dades de venda local el 2024 (Gobierno de Aragón, 2024), el registre compta amb 122 productores inscrites. Tot i això, ni s'han trobat ni el govern aragonès tampoc disposa de dades oficials sobre el nombre exacte d'espais i mercats de venda directa existents al territori.

Finalment, cal assenyalar que, tot i aquest marc pioner, el 2025, el nou govern aragonès ha decidit suspendre la línia d'ajuts específics a la venda directa, posant de manifest la dependència de la voluntat política per mantenir el reconeixement i, sobretot, foment, d'aquests canals de distribució alimentària.

5.2.2. A Navarra

A Navarra, la regulació de la venda directa ha seguit diferents onades legislatives que han acabat configurant un marc estable i avançat. El punt clau és que la normativa ha traslladat la venda directa del sector comercial al sector agrari, amb efectes administratius, fiscals i sanitaris rellevants: es reconeix com una activitat pròpia de l'explotació agrària i, per tant, vinculada a les polítiques de foment del sector primari.

La **Llei Foral 8/2010** va ser una de les primeres fites. Aquesta regula la venda directa de productes lligats a l'explotació agrària i ramadera, i estableix finalitats com garantir rendes dignes a la pagesia, afavorir la incorporació de joves, fomentar l'agricultura familiar i generar valor afegit a les explotacions. En línia amb altres experiències europees, Navarra volia "posar en igualtat de condicions" la seva pagesia davant la competència d'altres territoris europeus que ja disposen d'aquestes regulacions. La norma obria la porta a la transformació i comercialització des de la mateixa finca o en mercats i fires locals, i establia tres modalitats de venda:

- **Venda directa** en la mateixa explotació, fires o mercats locals i fins i tot en comunitats autònomes limítrofes.
- **Venda directa amb part de la producció a través d'un intermediari**, en aquest cas eximida de registre sanitari.

- **Venda amb permís sanitari europeu**, que permet comercialitzar a tota la UE.

La llei reconeix explícitament que tota la producció es pot comercialitzar en venda directa sense límit quantitatiu, sempre complint amb la normativa higiènica. És especialment interessant la referència al Reglament (CE) 853/2004, que deixa clar que la venda directa al consumidor final no es considera “retail” (venda al detall) als efectes de la normativa europea.

El **Decret Foral 107/2014** va desenvolupar aquesta llei i va crear el cens públic d'operadors de venda directa, vinculat al registre d'explotacions agràries. A més, va consolidar que la transformació i la comercialització pròpia són activitats intrínsecament agràries, amb efectes en l'accés a ajudes. També va establir obligacions en matèria de facturació i mesures de foment, i va reforçar la idea que el Govern de Navarra havia d'incloure accions específiques de suport als canals curts.

El pas endavant més recent és la **Llei Foral 5/2023**, que regula específicament els canals curts de comercialització agroalimentària. Aquesta norma té un objecte ampli: fomentar la comercialització directa entre productores i consumidores, establir un sistema d'identificació propi i flexibilitzar els requisits sanitaris i d'higiene per petites quantitats, a través de guies de bones pràctiques que poden fins i tot substituir els requisits higiènic-sanitaris. La finalitat és múltiple: sostenir petites explotacions, millorar-ne la viabilitat, respondre a la demanda social de productes locals i de temporada, reduir la petjada ecològica i el malbaratament alimentari, i reforçar la relació amb el turisme rural i l'hostaleria local.

La llei distingeix dues modalitats: venda directa (sense intermediaris) i venda de proximitat en canal curt (amb un únic intermediari com a màxim). En tots dos casos, la venda ha de produir-se dins de Navarra o en un radi de 100 km de l'explotació, excepte en el comerç electrònic, on no hi ha límit territorial. Alhora, es crea el registre oficial de canals curts de comercialització agroalimentària de Navarra, públic i identificat amb un logotip distintiu. Segons dades del 2025, aquest registre compta amb 425 operadores inscrites (Nafarroako Gobernua, 2025).

Finalment cal comentar l'esforç que s'ha fet des de Navarra per vincular aquesta regulació amb la compra pública alimentària. Encara que no hi hagi una obligació legal, el registre i la regulació dels canals curts s'han utilitzat com a criteris d'adjudicació en contractes públics, especialment en menjadors escolars i altres centres públics.

Mercado de producto local y artesano Basotxo Bosquecillo (Pamplona).

El Mercat agroalimentari **Basotxo Bosquecillo**, situat als laterals de Casa Gurbindo dins l'àrea d'Aranzadi (Pamplona), és una iniciativa municipal pensada per recuperar la tradició del mercat de pagès, en el qual són els mateixos agricultors i agricultores qui venen directament els seus productes. Es celebra en jornades establertes per l'Ajuntament de Pamplona en horari de matí (de 7.30 a 14.30 h) i té com a objectius principals facilitar l'accés de la ciutadania al producte agrari navarrès i contribuir al manteniment de petites explotacions agràries i agroalimentàries.

Segons la Ordenanza municipal del comercio no sedentario de Pamplona, els llocs del mercat agroalimentari han de complir uns criteris clars:

- Poden participar-hi microempreses agràries, ramaderes o agroalimentàries registrades a Navarra, sempre que facin venda directa de productes propis (transformats o no).
- Els punts de venda han de ser estèticament homogenis i atesos directament per la persona agricultora o per un membre de la seva unitat familiar.
- A més de la venda, el mercat incorpora tallers vinculats a l'activitat agrària i de temporada, com ara tasts i elaboració de most, sembra, elaboració de formatge o activitats al voltant del pebrot i l'estable, amb l'objectiu de difondre els valors bàsics de l'agricultura i reforçar el vincle entre productores i consumidores.



5.2.3. Al País Valencià

Al País Valencià, el **Decret 201/2017**, de 15 de desembre, pel qual es regula la venda de proximitat de productes primaris i agroalimentaris, defineix la venda directa com la comercialització realitzada directament per productors primaris o petits elaboradors agroalimentaris al consumidor final, sense intermediaris i dins del territori valencià. Estableix els productes permesos i exclosos (no s'hi poden vendre llet crua, mol·luscs bivalves vius, determinades carns o productes de la pesca, entre d'altres), i permet la transformació en petites quantitats de productes vegetals, vins i licors, mel, oli o pa i rebosteria. Els productes aollits a aquest règim han de portar obligatòriament la menció "Venda de proximitat d'aliments locals", i la norma obliga la Generalitat a fomentar els circuits curts, amb mesures de suport i la seva incorporació als menjadors col·lectius públics.

Aquest marc autonòmic es complementa amb el **Decret 65/2012** de venda no sedentària, que atorga als municipis la competència d'ordenar els mercats de carrer i els permet reservar espais específics per a la pagesia. A la ciutat de València, aquesta arquitectura jurídica s'ha traduït en dues figures singulars: les Tires de Comptar i els Mercats de l'Horta.

Les Tires de Comptar, reconegudes a l'Ordenança dels mercats de districte: un dret consuetudinari que permet als llauradors i llauradores de l'Horta ocupar parades vacants als mercats municipals per vendre la seva collita fresca i de temporada. Actualment, unes 300 productores hi participen diàriament, sobretot a Mercavalència, des d'on distribueixen producte fresc a mercats de districte i petit comerç local (Mercavalència, s/d; Marzal, J., 2018).



José Luis Iniesta. Imatge del llibre *La tira de comptar*. Els actors de l'agricultura de proximitat.

La segona figura són els **Mercats de l'Horta**, iniciativa més recent impulsada pel Consell Agrari de València. Es tracta de mercats setmanals de venda directa situats en barris de la ciutat, com el Cabanyal (dijous a dissabte) o Mossén Sorell (dissabte al matí), que apropen la producció hortícola local a la ciutadania urbana i complementen l'oferta dels mercats municipals. L'Ordenança de Venda No Sedentària de València (2019) reconeix també la tipologia de mercats agroalimentaris de venda directa, on només poden participar productors i elaboradors que venguin collites pròpies, encara que es permeten de manera excepcional altres parades vinculades a activitats primàries (planter, eines, cosmètica natural, comerç just, etc.).



Mercat de l'Horta a Malilla, València. Font: Per L'Horta

Aquest sistema combina, així doncs, un decret autonòmic que regula la venda directa i de proximitat i ordenances municipals que protegeixen pràctiques tradicionals i obren nous canals urbans de comercialització. No obstant això, esdeveniments recents revelen la fragilitat del sistema: la retirada d'autoritzacions als Mercats de l'Horta el 2023 (Martínez, C., 2023), la pressió per limitar o suprimir les Tires de Comptar (Sanjuán, H., 2023) i la criminalització del petit productor sota l'argument de la "competència deslleial" han generat una situació d'inestabilitat per part del nou govern de la Generalitat. Tot i haver aconseguit reactivar aquests espais, tot plegat mostra que, malgrat el marc normatiu avançat, els circuits curts també depenen en gran part de la voluntat política.

5.2.4. A les Illes Balears

A les Illes Balears, la **Llei 3/2019, agrària de les Illes Balears**, contempla la venda directa com una part del conjunt de treballs necessaris per a dur l'activitat agrària. Alhora, reforça aquest enfocament reconeixent la venda directa com un dret dels titulars d'explotacions, lligat a objectius de renda digna, sostenibilitat, competitivitat i relleu generacional.

A nivell més tècnic, aquesta Llei defineix, empara i promou els canals directes i curts de comercialització establint tres figures:

- **Venda directa:** sense intermediaris i només amb productes propis de l'explotació.
- **Venda en circuit curt:** admet un únic intermediari dins l'àmbit autonòmic o un radi inferior a 90 km.
- **Venda de proximitat:** paraigües que inclou les dues anteriors i es fonamenta en relacions socioeconòmiques justes productor-consumidor.

També fixa condicions específiques per a la venda directa: inscripció prèvia al registre agrari, notificació de l'activitat i garanties de seguretat alimentària, traçabilitat i identificació. També estableix límits físics –per exemple, 110 m² de superfície màxima de venda dins l'explotació– i permet activitats complementàries (degustacions i promocions) a les explotacions preferents.

Un dels elements especialment rellevants és la connexió que fa la norma amb la **compra pública alimentària**. Tenint en compte criteris ambientals, la Llei menciona que als contractes públics de provisió agroalimentària s'han d'afavorir productes de venda de proximitat mitjançant mecanismes que facilitin la seva presència.

La Llei 3/2019 preveu, a més, línies de promoció i informació: campanyes de suport a la venda directa i als circuits curts; impuls de figures de qualitat diferenciada; foment de sistemes de comercialització que escurcin la cadena; i la possibilitat d'establir un logotip oficial de venda directa per identificar establiments i productes. L'article 19 demana als ajuntaments prioritzar l'adjudicació d'espais en mercats municipals i fires a persones inscrites al registre de venda directa, i desenvolupar polítiques locals de foment.

De fet, a Balears es troben una sèrie d'experiències consolidades de venda directa i circuits curts, com el Mercat Ecològic de Palma o el Mercat Agrari de Ciutadella:

Mercat Ecològic de Palma (des de 2010).

El **Mercat Ecològic de Palma**, popularment conegut com el “mercat dels patins”, va néixer el 2010 impulsat per APAEMA, l'Associació de Varietats Locals, Lligams i l'Ajuntament de Palma. Avui, és el mercat ecològic més important de l'Estat per nombre de parades (una trentena) i freqüència (dos cops per setmana). Funciona amb un model de cogovernança: la Comissió del Mercat -amb productores, entitats impulsores i consumidores- gestiona el dia a dia, mentre que l'Ajuntament i el CBPAE vetllen pel compliment de la normativa i l'ordenació de l'espai. Les bases reguladores exigeixen certificació ecològica, prioritzen agricultors/es a títol principal i producte fresc, i diferencien l'origen amb un sistema de colors que afavoreix la traçabilitat i la confiança.

Aquest mercat té com a objectiu enfortir la pagesia ecològica, promoure la venda directa i donar visibilitat a varietats autòctones, alhora que garanteix preus justos i acosta productores i consumidores. Malgrat els límits físics de l'espai i alguns reptes logístics, s'ha consolidat com una experiència d'èxit i un punt de trobada clau per a la sobirania alimentària a Mallorca, demostrant que la combinació de suport d'entitats gestores, institucional i autogestió pagesa pot donar estabilitat i projecció a la venda directa.



Mercat Ecològic de Palma. Font: APAEMA.

Mercat Agrari de Ciutadella (des de 2003).

Creat a Menorca inicialment per iniciativa municipal i consolidat amb el suport del GOB Menorca i institucions locals. Després del trasllat a la Plaça del Mercat, ha esdevingut un espai estable de producte fresc, local i –en bona part– ecològic, amb alta participació de dones (prop del 75%) i predomini de producció pròpia (al voltant del 87%). Les bases municipals específiques i la senyalització/visibilització són claus per dinamitzar el territori i enfortir el vincle pagesia–consum.

De les entrevistes que hem pogut fer a productores que participen en el mercat, des del punt de vista econòmic i logístic, el Mercat Agrari de Ciutadella presenta condicions relativament favorables. Les taxes d'ocupació de via pública són d'uns 150 € anuals per al mercat agrari setmanal, i 165 € per quatre mesos de mercats d'estiu, la qual cosa el fa assumible per a petites explotacions. L'Ajuntament assumeix la neteja, l'espai, les taules i part de l'equipament.

5.2.5. A les Illes Canàries

A les Illes Canàries, la venda directa de productes agroalimentaris es reconeix a la **Llei 4/2017**, del Sòl i dels Espais Naturals Protegits. L'article 66 estableix que la venda directa (sense intermediaris) és un ús complementari de l'activitat agrària, permès exclusivament a la pagesia titular de l'explotació. Aquesta previsió facilita que els productors i productores puguin comercialitzar els seus productes sense necessitat de requalificar el sòl, tant des de la mateixa finca com a mercats, sempre que compleixin amb les condicions sanitàries i de seguretat alimentària.

Més enllà d'aquest reconeixement, no hi ha una normativa autonòmica específica que reguli de manera detallada els canals curts o la venda de proximitat, com passa a altres territoris. Així i tot, a escala local s'han consolidat iniciatives pròpies de venda directa, de les quals destaca el Mercadillo del Agricultor de Tacoronte (Tenerife), considerat el primer mercadillo agrícola fundat a l'illa.

Mercadillo del Agricultor de Tacoronte

Aquest mercat es començà a iniciar el 1980, arran d'una iniciativa de l'Ajuntament per donar suport al sector agrari mitjançant la venda directa. Més endavant, el 1991, es va constituir l'Associació Mercadillo del Agricultor de Tacoronte (entitat privada sense ànim de lucre), que agrupa avui dia a 106 sòcies actives (agricultores, ramaderes, pescadores, artesanes i pastisseres, de les quals el 58% són dones). L'associació és qui gestiona de forma autònoma les instal·lacions i l'activitat, sense dependència orgànica de cap administració pública.

El Mercadillo de Tacoronte també compta amb uns estatuts i un reglament intern que fixen condicions per les participants:

- Només es poden vendre productes de producció pròpia, quedant prohibida la revenda o la compra a l'engròs.

- S'hi admeten productes agrícoles frescos (fruites, verdures, tubercles, llegums, flors), ramaders (ous, formatges, carn, mel), productes elaborats (conserves, rebosteria, vins) i artesanía rural feta amb intervenció manual.
- Es regulen també els criteris d'admissió, rotació de parades, etiquetatge i higiene.



Mercadillo del Agricultor de Tacoronte.

El mercat es coordina mitjançant una Assemblea General, que és el màxim òrgan de decisió, i una Junta Directiva que representa i gestiona l'associació.

A més, el seu funcionament combina l'autogestió comunitària amb el suport institucional. De fet, la seva viabilitat econòmica s'assegura mitjançant diferents canals:

- Les quotes i aportacions setmanals dels productors i les productores per l'ús de les parades.
- El suport municipal, que cedeix l'espai i les infraestructures bàsiques.
- Subvencions públiques del Govern de Canàries i del Cabildo de Tenerife per a la millora i promoció de mercats tradicionals i de productes agroalimentaris locals.

A banda, l'Associació del Mercadillo de Tacoronte també és considerada d'interès públic, consolidant-se aquest com un espai emblemàtic de venda directa i com un model de gestió col·lectiva que reforça la pagesia local, l'articulació comunitària i la proximitat entre persones productores i consumidores.

5.3. A altres municipis de Catalunya: El Parc Agrari del Baix Llobregat i el Mercat de Pagès de Gavà

A escala municipal, el Decret 24/2013 de venda de proximitat i la Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires, ofereixen un marc prou flexible, tot i que fluix, per tal que els Ajuntaments puguin desenvolupar una regulació específica per la venda directa i els circuits curts.

Per exemple, els municipis de l'entorn del Parc Agrari del Baix Llobregat han començat a treballar en ordenances específiques per mercats de pagès vinculats amb la producció agrària del territori. Gavà, per exemple, és un dels municipis que ha treballat en una ordenança pròpia.

L'Ajuntament de Gavà va posar en marxa el Mercat de Pagès l'any 2015 per oferir un espai estable de venda directa vinculat al Parc Agrari, i el 2020 va aprovar l'Ordenança Reguladora del Mercat de Pagès de Gavà, adaptant la normativa general de venda no sedentària.

Aquest Mercat es tracta d'un model de gestió pública (no compta amb entitats gestores) on l'Ajuntament s'encarrega de la gestió administrativa i operativa i dels criteris d'accés. L'Ordenança defineix el mercat de pagès com un espai exclusiu per a productes agraris de proximitat, prioritza el producte del Parc Agrari del Baix Llobregat mitjançant el distintiu "Producte Fresc" i de la xarxa de Productes de la Terra de la Diputació de Barcelona. L'adjudicació dels llocs es fa per concurrència competitiva, amb llicències de 15 anys prorrogables, per tal de garantir l'estabilitat i rendibilitat de la inversió per part de la pagesia. La venda dels productes de la pròpia explotació la pot fer la persona titular de l'explotació i, si no pot ser, per cònjuges, familiars directes o treballadores assalariades de la finca.

Avui dia, el mercat compta amb cinc productores participants, tot i que l'ordenança permetria fins a vuit parades, amb un total de 48 metres lineals de venda.

Altres municipis de l'entorn del Parc Agrari han iniciat processos similars, encara que amb models més recents i menys desenvolupats. Cornellà de Llobregat i Esplugues de Llobregat, per exemple, han regulat mercats de pagès a través d'ordenances adaptades de la

venda no sedentària, incorporant criteris de proximitat i restriccions a la revenda, a més de facilitar la introducció dels productes del Parc Agrari.



Mercat de Pagès de Gavà. Font: José Barbero

6. Entrevistes a productores, consumidoros i entitats

6.2. Mercats de pagès: espais d'intercanvi i de teixit comunitari

De les entrevistes extraïem la idea que els mercats de pagès són molt més que llocs de compra: funcionen com a espais comunitaris on es construeixen relacions de confiança, reciprocitat i suport mutu. Els productors expliquen que “es coneixen pràcticament el nom de totes les persones que compren” i que aquesta relació sosté emocionalment i econòmicament el projecte. En David, per exemple, destaca que el mercat li permet explicar la feina d'apicultor i fer pedagogia directa, “des del més petit al més gran”. També les consumidoros afirmen que el mercat és un espai on saben qui produeix, com i en quines condicions, i que això els genera confiança i fidelitat.

Aquest teixit comunitari es fa evident, especialment, quan el mercat està en risc. En Xavi recorda que, davant l'amenaça de desallotjament del Mercat de la Sagrera, “en unes hores vam aconseguir mil firmes” perquè les veïnes van percebre que el mercat era un espai essencial del barri. Aquests episodis mostren que els mercats de pagès actuen com a nodes socials que reactiven la vida comunitària, connecten món rural i urbà, i generen espais de trobada que difícilment podrien existir en canals de distribució convencionals. Són, en definitiva, una infraestructura comunitària imprescindible per sostenir projectes agrícoles petits i relacions alimentàries més justes.

6.3. Obstacles normatius, fiscals i jurídics

Una constant de les entrevistes és la sensació que la base normativa està pensada per a la gran indústria i després s'aplica, sense adaptar-la, a explotacions petites i circuits curts. S'identifica en tres aspectes:



- Les exigències **higienicosanitàries** que, en teoria, haurien d'aplicar la flexibilitat prevista a la normativa europea, però a la pràctica sovint es tradueixen en requisits desproporcionats per projectes petits (obrador propi caríssim, lavabos absurdament situats, instal·lacions i registres pensats per volums industrials).
- Les obligacions **fiscals i administratives** que converteixen qualsevol pas cap a la transformació (fer formatge, pa, embotits, mel envasada) en una escalada d'impostos, règims fiscals i paperassa pròpia d'una empresa industrial.
- La **indistinció jurídica** entre dimensions de projectes i entre modalitats de venda. Tant a escala europea –manca de definició de “mercat de pagès” a la PAC, invisibilització de la venda directa com a tal– com a escala autonòmica o municipal –no diferenciar entre una gran panificadora i un obrador artesà, o entre una macroempresa “artesana” i un pastor de raça autòctona–, es genera un greuge clar per als petits projectes agropecuaris.

Això es combina amb un altre element: la confusió deliberada que generen grans empreses que s'inscriuen com a “artesanes” o “locals” i ocupen espais pensats per a la venda directa. En mercats de Navarra, les productores mencionen que empreses industrials utilitzen etiquetes de “producte artesà” mentre competeixen en preu amb projectes que realment pasturen, transformen i venen.

Davant d'això, les propostes que emergeixen són clares: diferenciar normativament petites i grans produccions; simplificar la burocràcia per a projectes amb facturació acotada; aplicar de veritat la flexibilitat sanitària; regular els mercats perquè no s'omplin de revenda i fals producte local; i avançar cap a mecanismes de garantia participativa, on comunitats productores i consumidores tinguin un paper central en el control i el reconeixement, més enllà de segells comercials i inspeccions opaques.

6.4. Espai públic, infraestructures i governança

Les persones entrevistades identifiquen l'espai públic com un element central per a l'existència o desaparició dels mercats de pagès. És a dir, la ubicació dels mercats determina en gran manera la seva viabilitat. Quan el mercat és visible, central i disposa d'ombra, aigua, llum, lavabos i condicions bàsiques de logística, la venda directa floreix; mentre que, quan s'ubica en espais residuals, difícils d'accedir o sense vida de carrer, simplement no funciona.

Productores de zones rurals expliquen que sovint han de muntar punts de recollida improvisats perquè no existeixen infraestructures públiques pensades per al circuit curt, mentre que a l'entorn urbà les decisions de cada districte –més o menys hostils– poden determinar la continuïtat o el tancament del mercat.

Alhora, s'identifica com a necessari el paper de les entitats gestores dels mercats. Aquestes assumeixen tràmits, coordinació i incidència que l'administració no fa, i permeten que la pagesia pugui concentrar-se a produir i vendre. Les propostes que apareixen als relats són clares: espais públics cedits de manera estable, taxes simbòliques, mínimes condicions logístiques i models de governança compartida que reconeixin el mercat com un servei comunitari i no com una activitat ambulat puntual.

6.5. Dret a l'alimentació, desigualtats i accés real de la ciutadania

Tant productores com consumidores coincideixen en què l'accés a aliments de proximitat, agroecològics i de qualitat hauria de ser un dret. El problema és el "com". Les entrevistes deixen clar que, avui, l'accés real és desigual i limitat.

D'una banda, analitzem aspectes com la ubicació i temporalitat: mercats setmanals o mensuals, sovint en horaris i llocs que exigeixen temps, mobilitat i certa planificació. Persones amb jornades llargues, feines precàries o càrregues de cura difícilment poden adaptar-s'hi. En el cas de Pamplona, per exemple, més de la meitat de la població de Navarra viu en una ciutat sense mercats de venda directa amb pes regular: qui no està ja connectat al món rural no sap on anar, ni com identificar qui és productor real.

D'altra banda, un altre punt a tenir en compte és el preu. Les consumidores entrevistades matisen el tòpic del "mercat car", però no el desmenteixen del tot. Admeten que alguns productes concrets (confitures, determinats formatges...) són clarament més cars que les seves versions industrials, però insisteixen que la compra global pot no ser-ho tant si es deixen de comprar productes innecessaris que s'adquireixen als supermercats. Tot i això, reconeixen que persones amb molt pocs recursos difícilment escolliran un mercat de pagès si la seva experiència prèvia és la del preu com a única variable.

Aquí, els relats apunten a una tensió real: la venda directa permet millors marges per a la pagesia, però perquè sigui socialment justa caldria combinar-la amb polítiques que en facilitin l'accés per part de la ciutadania, de preus justos i de suport públic que no traslladi tota la càrrega a la consumidora.

Una part de les respostes apunten cap a models híbrids com les cooperatives de consum o supermercats cooperatius: espais sense ànim de lucre, amb compres col·lectives, logística compartida i capacitat de competir en preu sense renunciar a la proximitat ni a la qualitat. Altres respostes assenyalen la necessitat de repensar els mercats municipals com a autèntics espais de proveïment públic, gestionats per ajuntaments i comunitats veïnals, recuperant el seu paper original i no cedint-los a grans superfícies i franquícies.

7. Resultats i conclusions

7.1. De l'anàlisi normatiu

L'anàlisi del marc normatiu a diferents nivells territorials - internacional, europeu, estatal, català i municipal- mostra un escenari fragmentat. Per facilitar la lectura global d'aquest mosaic jurídic i identificar-ne els obstacles i oportunitats, presentem una taula de síntesi amb els principals instruments normatius relacionats amb la venda directa, els circuits curts i els mercats de venda de proximitat:

NORMATIVA INTERNACIONAL	Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals (1996)	Estableix que els Estats tenen l'obligació d'assegurar un nivell de vida adequat, incloent l'alimentació.
	Comitè DESC Observació General n°2 (1999)	Els Estats han de garantir disponibilitat d'aliments cultural i nutricionalment adequats, així com el seu accés físic i econòmic.
	Directrius voluntàries sobre el dret a l'alimentació. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)2014	Destaca que acostar productores i consumidores és clau per donar més estabilitat a la pagesia i reforça el dret a l'alimentació
	Objectius de Desenvolupament Sostenible 2030. Asamblea General de les Naciones Unides, 2015	L'ODS n°2 reclama garantir accés a aliments segurs, nutritius i sostenibles L'ODS n°12 subratlla la necessitat de fomentar models de consum i producció més sostenibles.
	Declaració de les Naciones Unides sobre els Drets dels Campesins i d'Altre Persones que Treballen en Zones Rurals (UNDROP). 17 de desembre de 2018	Reconeix el dret a l'alimentació i a la sobirania alimentària Demana l'elaboració de polítiques públiques alimentàries de forma conjunta amb la pagesia Declara el dret a accedir als mercats locals Declara als Estats responsables d'adoptar mesures que afavoreixin l'agroecologia i els circuits curts.



NORMATIVA EUROPEA	Tractat de Funcionament de la Unió Europea (2007).	<p>Fixa els objectius de la Política Agrària Comuna (PAC)</p> <p>Destaca el paper dels Estats en garantir un nivell de vida equitatiu a la pagesia</p>
	Reglament (UE) 1305/2013 del Parlament Europeu i del Consell, relatiu al suport al desenvolupament rural a través dels Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural.	<p>Vigent fins el 2022, ara s'aplica la PAC 2023-2027</p> <p>Marca com a prioritat de desenvolupament rural el reconeixement dels circuits curts de comercialització i els mercats locals com a àmbits de suport financer a través dels Plans de Desenvolupament Rural</p>
	Reglament (UE) 2021/2115 del Parlament Europeu i del Consell, pel qual s'estableixen normes relatives als plans estratègics de la Política Agrària Comuna	<p>Regula la PAC 2023-2027</p> <p>Reforça la idea de reconèixer els circuits curts</p> <p>Dóna flexibilitat als Estats membres per donar marge en la planificació dels seus plans estratègics de la PAC, adaptant instruments segons condicions locals</p>
	Reglament (CE) 853/2004 del Parlament Europeu i del Consell, relatiu a la higiene dels productes alimentaris	<p>Regula la seguretat alimentària, les bases higiènico-sanitàries per tota la cadena alimentària</p> <p>Dóna flexibilitat als Estats membres per adaptar els requisits sanitaris a petites produccions, circuits curts i directes</p>
	Pacte Verd Europeu (European Green Deal, 2019)	<p>Marc general de la política climàtica i ambiental de la UE</p> <p>Reconeix el sistema alimentari com un pilar per assolir la neutralitat climàtica al 2050</p>
	Estratègia «de la granja a la taula» per a un sistema alimentari just, saludable i respectuós amb el medi ambient (2020)	<p>Full de ruta per al desenvolupament de polítiques alimentàries dels Estats membres</p> <p>Marca com a objectiu potenciar els circuits curts per millorar la garantia d'aliments sans alhora que es redueixen les emissions.</p>

**NORMATIVA
ESTATAL**

<p>Reial Decret 1882/1978, del 26 de juliol. sobre canals de comercialització de productes agropequaris i pesquers</p>	<p>Norma més antiga que intenta donar marc als canals curts i directes</p> <p>Estableix que els productes de venda directa no han de passar per mercats centrals (com Mercabarna)</p> <p>Assenyala que els Ajuntaments han d'assenyalar en els mercats de barri aquells espais destinats a productores i agrupacions de productores.</p>
<p>Llei 7/1996, del 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Minorista</p>	<p>Regula la venda ambulat/no sedentària i la defineix</p> <p>Indica que correspon als ajuntaments atorgar les autoritzacions per l'exercici de la venda ambulat</p>
<p>Llei 7/1985, del 2 d'abril, Reguladora de les Bases de Règim Local</p>	<p>Estableix que els Ajuntaments són qui regulen els mercats i la venda ambulat</p>
<p>Llei 12/2013, del 2 d'agost, de mesures per millorar el funcionament de la cadena alimentària</p>	<p>Necessitat de fomentar la identificació i afavoriment de nous canals de comercialització</p> <p>Facilitar canals curts de comercialització que permetin una major repercussió del valor afegit a productores i elaboradores</p>
<p>Llei 17/2011, de 5 de juliol, de seguretat alimentària i nutrició</p>	<p>Estableix el marc higiènic-sanitari de seguretat alimentària en la cadena alimentària de l'Estat espanyol</p>
<p>Reial Decret 9/2015, de 16 de gener, pel que es regulen les condicions d'aplicació de la normativa comunitària en matèria d'higiene en la producció primària agrícola</p>	<p>Transposa la normativa comunitària d'higiene alimentària</p>
<p>Reial Decret 1086/2020, de 9 de desembre, pel que es regulen i flexibilitzen condicions d'aplicació de les disposicions de la UE en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris i es regulen activitats excloses del seu àmbit d'aplicació</p>	<p>Estableix flexibilitat en algunes mesures higièniques i/o el protocol de sacrifici per petites produccions de carn, llet crua i alguns altres aliments destinats a la venda directa</p>

NORMATIVA CATALANA	<p>Decret, 44/2012, de 24 d'abril, pel qual es crea el Sistema Integrat de Dades d'Explotacions Agràries de Catalunya</p>	<p>Al seu article 3, considera la venda directa com a part de l'activitat agrària de l'agricultor/a de la producció pròpia sense transformació, o la primera transformació d'aquests, sempre que el producte final estigui inclòs a l'annex I de l'article 38 del Tractat de funcionament de la Unió Europea, dins dels elements que integrin l'explotació, en mercats municipals o en llocs que no siguin establiments comercials permanents, considerant-se també activitat agrària la que implica la gestió o la direcció i gerència de l'explotació.</p>
	<p>Llei 18/2017, de l'1 d'agost, de comerç, serveis i fires.</p>	<p>La primera llei catalana que distingeix la venda directa de la venda ambulant no sedentària</p> <p>Dóna a entendre que hauria d'haver una normativa específica de venda directa (article 15) - remet a una normativa que encara no s'ha desenvolupat</p> <p>Estableix que les autoritzacions de venda no sedentària han de tenir una durada mínima de 15 anys per garantir l'amortització de les inversions de les paradistes</p> <p>Obliga als municipis a desenvolupar i aprovar les seves ordenances municipals de venda no sedentària</p>
	<p>Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris</p>	<p>Regula l'acreditació de venda directa i en circuit curt</p>
	<p>Llei 3/2019, de 17 de juny, dels espais agraris</p>	<p>Reconeix les infraestructures que comporten venda directa en els espais agraris com a vinculades a l'activitat agrària</p>
	<p>Decret 20/2007, de 23 de gener, pel qual es dicten normes específiques en matèria de seguretat i qualitat agroalimentària per als petits establiments en un entorn rural</p>	<p>Dicta normes per a l'elaboració de guies correctes d'higiene pels petits establiments agroalimentaris de l'entorn rural</p>

NORMATIVA LOCAL	Ordenança sobre l'ús de les vies i espais públics de Barcelona (1998)	És l'ordenança que s'aplica als mercats de pagès actualment
	Signatura de Barcelona del Pacte de Milà	Barcelona es compromet a promoure sistemes alimentaris sostenibles i elaborar polítiques públiques alimentàries en consonància
	Estratègia Alimentària Barcelona 2030	Inclou una línia d'acció per donar suport a l'existència de mercats de pagès en indrets on calgui complementar l'oferta alimentària sostenible del comerç de proximitat

7.2. De l'anàlisi comparada

L'anàlisi dels marcs jurídics de diversos països europeus (Itàlia i França), de diferents comunitats autònomes de l'Estat, i d'experiències municipals pròximes al territori català ens revela que el reconeixement i la regulació de la venda directa depenen d'en quin nivell territorial es facin i del grau de voluntat política. D'aquesta lectura, se'n deriven tres resultats:

(1) En l'àmbit estatal

Del cas d'Itàlia, aprenem que l'Estat pot crear lleis específiques per fomentar institucionalment i fiscalment la pagesia que fa venda directa i en circuits curts. La normativa italiana inclou règims simplificats i una base imposable reduïda, a més de mesures de foment dels **mercato contadini**. Gràcies a un ecosistema jurídic i social amb entitats com Campagna Amica i Slow Food, Itàlia compta avui amb la xarxa de venda directa més gran d'Europa: més de 1.200 mercats de pagès, 20.000 punts de venda i 15.000 productores participants. Del cas de França, aprenem que la venda directa i els circuits curts es poden impulsar des de les mateixes administracions públiques mitjançant la compra pública alimentària.

(2) En l'àmbit català és on trobem l'espai amb més marge d'acció

A Catalunya, les institucions disposen de marge per reforçar i ordenar la venda directa com a part essencial de l'activitat agrària i de la política pública alimentària:

- Es pot desenvolupar una normativa pròpia de desplegament de la venda directa i dels circuits curts, així com els seus mercats, seguint els passos de Navarra i el País Valencià, amb definicions clares, requisits adaptats i un règim específic diferenciat del comerç no sedentari.
- Es pot enllaçar la venda de proximitat amb la compra pública alimentària, tal com fa la Llei agrària de les Illes Balears, incloent-hi els canals curts i directes com a criteris ambientals i socials en els contractes públics.
- Es pot establir l'obligació dels ajuntaments a garantir espais públics per a la venda directa si es sol·liciten, inspirant-nos en models com les Tires de Comptar i els Mercats de l'Horta a València.
- Es pot elaborar un model d'ordenances municipals específiques per a mercats de pagès/de proximitat, per a facilitar als ajuntaments el desplegament normatiu als seus municipis.

En conjunt, totes aquestes mesures podrien integrar-se de manera coherent dins la futura Llei d'Alimentació de Catalunya, reconeixent la venda directa i els mercats de pagès com peces estructurals de la sobirania alimentària i el dret a l'alimentació.

(3) En l'àmbit local:

Els ajuntaments disposen d'un ampli marge per desenvolupar polítiques específiques de suport a la venda directa. Poden aprovar ordenances pròpies per a mercats de pagès, definir criteris d'accés vinculats a la proximitat i a la producció pròpia, i reservar espais públics per a la venda directa i els circuits curts. També poden atorgar llicències de llarga durada (mínim de 15 anys) tal com permet la Llei 18/2017, garantir la continuïtat de l'activitat amb taxes assumibles i reforçar-ne la viabilitat mitjançant suport institucional, tant logístic (infraestructures, senyalització, neteja) com comunitari (difusió, activitats culturals o educatives vinculades al mercat).

7.3. De les entrevistes qualitatives

De les entrevistes a productores i consumidores, n'extraiem els següents aprenentatges:

- **La venda directa i en circuit curt és clau per la viabilitat:** per a la majoria de petites explotacions, és l'únic canal que garanteix preus justos i continuïtat, i es viu com una resistència davant el model agroindustrial.
- **Els mercats de pagès actuen com a teixit comunitari:** productores i consumidores destaquen que són espais de confiança, aprenentatge, vincle i suport mutu.
- **Els obstacles normatius són sistèmics:** la falta de reconeixement del model, la inadaptació de la burocràcia administrativa, la rigidesa sanitària i fiscal i la manca de diferenciació entre petites explotacions i models agroindustrials.
- **L'accés a l'espai públic és determinant:** la ubicació, les infraestructures i el suport municipal poden fer viable o inviable un mercat; les entitats gestores faciliten la feina a administració i productores.
- **L'accés a aliments saludables, agroecològics i de proximitat és desigual:** horaris, ubicació i preus generen barreres reals, i les entrevistades apunten a la necessitat de polítiques públiques (preu, renda, compra pública) i models col·lectius que democratitza l'accés a productes sans i de proximitat.

8. Proposta de regulació jurídica de la venda directa a Catalunya



L'avantprojecte de la nova Llei d'Alimentació de Catalunya comença a reconèixer la necessitat de protegir i fomentar la presència de mercats de venda directa als municipis, amb l'objectiu d'apropar a la ciutadania productes saludables, de temporada, sostenibles i de proximitat. Juntament amb l'Observatori de la Cadena Agroalimentària, assenyala els mercats com a instruments clau per a la protecció de l'agricultura familiar.

Ara bé, malgrat aquests avenços, el text encara pot acabar de concretar alguns aspectes fonamentals que resten oberts per tal que la venda directa i els mercats de pagès tinguin un reconeixement jurídic efectiu i propi. No n'hi ha prou amb promoure'n la presència de forma genèrica, sinó que cal establir una definició legal clara, determinar qui té cada competència administrativa i, sobretot, diferenciar la venda directa i els mercats de pagès del règim de la venda ambulat.

A més, per garantir-ne la viabilitat i continuïtat, caldria desplegar mecanismes de governança dels mercats, la reserva d'espais públics per part dels Ajuntaments i, sobretot, la connexió amb la compra pública alimentària.

En aquest marc, presentem a continuació una proposta per aterrar jurídicament la regulació dels mercats de pagès a Catalunya:



Capítol X. Regulació dels mercats de pagès

Article 1. Objecte i naturalesa

1. Aquesta llei té per objecte regular específicament els mercats de pagès, consolidar la venda directa com una activitat intrínseca de l'explotació agrària, i garantir el dret de la pagesia a vendre directament els seus productes, d'acord amb el Decret 44/2012, de 24 d'abril, pel qual es crea el Sistema Integrat de Dades d'Explotacions Agràries de Catalunya.
2. Els mercats de pagès s'integren dins del sistema alimentari de Catalunya i resten sota la competència del departament competent en matèria d'agricultura i alimentació.
3. En desplegament de l'article 15.1 de la Llei 18/2017, de l'1 d'agost, de comerç, serveis i fires, aquesta llei desenvolupa el règim jurídic propi i específic de la venda directa de productes agroalimentaris, i configura els mercats de pagès com un dels canals més rellevants per fer-la efectiva. Per tant, aquest règim s'ha de distingir de la venda ambulat i de la venda no sedentària en mercats de marxants, que depenen del departament competent en matèria de comerç, i no contempnen totes les exigències ni s'adapten als requisits propis d'aquesta forma de comercialització agroalimentària.
4. Aquesta llei complementa el marc normatiu vigent en matèria de sistemes i canals de venda directa, d'acord amb l'article 6 del Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris.
5. Aquesta norma també es desenvolupa d'acord amb l'article quart del Reial Decret 1882/1978, de 26 de juliol, sobre canals de comercialització de productes agropecuaris i pesquers per a l'alimentació, que disposa que els ajuntaments han de facilitar espais adequats per a la venda directa de productes alimentaris pels productors als consumidors.

A aquest efecte, mitjançant ordenança municipal, els ajuntaments han d'aprovar una ordenança municipal que desenvolupi les disposicions d'aquesta llei i reguli l'establiment i funcionament dels mercats de pagès que s'autoritzin en el seu terme municipal.



L'ordenança municipal haurà de definir, sense caràcter exhaustiu i, com a mínim, els aspectes següents:

- a. Els dies de celebració, horaris i periodicitat dels mercats.
- b. Les característiques bàsiques dels llocs de venda i les condicions logístiques de l'espai públic: emplaçament, ubicació, imatge, senyalització, rotació de parades, etc.
- c. Les taxes, preus públics o altres contraprestacions aplicables.
- d. El procediment d'adjudicació dels llocs de venda i els criteris de selecció.
- e. El règim d'autoritzacions, incloent-hi la durada, renovació, transmissibilitat i causes d'extinció.
- f. Els drets i deures de les persones participants.
- g. El règim d'infraccions i sancions aplicable.
- h. Les mesures de foment, promoció i dinamització dels mercats.

Article 2. Definicions

1. Als efectes d'aquesta llei, s'estableixen les definicions següents:

- a. Per «mercat de pagès» s'entén l'espai de comercialització de caràcter no permanent destinat exclusivament a la venda directa de productes agroalimentaris de producció pròpia i d'elaboració pròpia, realitzada pels subjectes habilitats a l'article 3 d'aquesta Llei.
- b. S'apliquen les altres definicions establertes a l'article 2 del Decret 24/2013 i article 4 del Decret 85/2024, de 30 d'abril, sobre el sistema d'acreditació de l'artesanía alimentària.
- c. S'aplica la definició d'activitat agrària de l'article 3.b) del Decret 44/2012, de 24 d'abril, pel qual es crea el Sistema Integrat de Dades d'Explotacions Agràries de Catalunya.

D'aquesta manera, es considera com a activitat agrària la venda directa per part de l'agricultor/a de la producció pròpia sense transformació, o la primera transformació d'aquests, sempre que el producte final estigui inclòs en l'annex I de l'article 38 del Tractat de funcionament de la Unió Europea, dins dels elements que integren l'explotació, en mercats municipals o en llocs que no siguin establiments comercials permanents.

Article 3. Requisits per participar en els mercats de pagès

1. Poden participar en els mercats de pagès:

- a. Les persones físiques i/o jurídiques productores agràries. En el cas d'empreses, hauran de tenir la condició de petita o mitjana.
- b. Les agrupacions de productors agraris definides a l'article 2.d) del Decret 24/2013, així com altres agrupacions de productors agraris que disposin d'acords específics de participació en el mercat de pagès corresponent.

En tot cas, els subjectes indicats als apartats a) i b) han de realitzar la venda de productes agroalimentaris –procedents de la terra o de la ramaderia i/o resultat d'un procés d'elaboració o de transformació– directament en favor del consumidor o consumidora final, sense la intervenció de cap persona intermediària.

- c. Les persones físiques o empreses alimentàries amb acreditació d'artesania alimentària atorgada per la direcció general competent en matèria d'artesania alimentària de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb el Decret 85/2024, de 30 d'abril. Aquestes han d'utilitzar matèries primeres bàsiques produïdes per elles mateixes o procedents de productors o agrupacions de productors que compleixin els requisits de l'apartat anterior.
- d. Els establiments del sector de la restauració que ofereixin zona de degustació dels productes que elaborin i comercialitzin (venda de menjar per endur-se) en el mateix mercat de pagès, d'acord amb l'article 11 de la Llei 18/2017, de l'1 d'agost, de comerç, serveis i fires, i amb les ordenances municipals vigents. Així mateix, resten sotmesos al règim d'intervenció de comunicació previst a l'article 32 de la Llei 18/2020, del 28 de desembre, de facilitació de l'activitat econòmica. Per a l'elaboració i comercialització dels seus productes, aquests establiments només podran utilitzar exclusivament productes del mateix mercat i/o de les productores que hi participin.

2. Queden expressament exclosos d'aquests espais els intermediaris, revedadors i comerciants que no desenvolupin cap activitat productiva o d'elaboració pròpia de productes agroalimentaris.



Article 4. Productes objecte de venda en mercats de pagès

1. Els productes comercialitzats pels subjectes indicats als apartats a) i b) de l'article 3 han de ser de producció i/o elaboració pròpia, d'acord amb el que estableix el Decret 24/2013.
2. Es permet incorporar fins a un 30% de producte no propi sempre que procedeixi d'altres productors o agrupacions de productors agraris que compleixin els mateixos criteris establerts a l'article 3 d'aquesta llei.
3. Productes d'artesanía alimentària de persones artesanes o empreses artesanes alimentàries que compleixin els criteris de l'apartat c) de l'article 3 d'aquesta llei.
4. Precuinats d'empreses degudament acreditades sempre que compleixin els criteris establerts a l'apartat d) de l'article 3 d'aquesta llei.
5. Resta prohibida la comercialització de productes a l'engròs, així com qualsevol activitat de revenda.
6. En coordinació amb les entitats sense ànim de lucre dinamitzadores dels mercats de pagès i/o les agrupacions de productors que siguin titulars jurídics de la realització i gestió del mercat de pagès, els ajuntaments poden establir altres criteris per prioritzar determinades característiques dels productes comercialitzats, com ara la proximitat de les explotacions agràries amb el municipi o l'àmbit d'influència preferent de les explotacions agràries, criteris de temporalitat dels productes agroalimentaris, l'ús de pràctiques de producció com l'agroecologia, l'agricultura regenerativa, o projectes amb valors de l'economia social i solidària, entre d'altres.
7. Les persones identificades a l'article 3 d'aquesta llei que exerceixin la venda directa en mercats de pagès estan obligades a garantir:
 - a. La identificació i la traçabilitat dels productes que comercialitzen, d'acord amb els requisits de la normativa sectorial que els sigui aplicable.
 - b. El compliment de les condicions específiques de seguretat i d'higiene-sanitàries que estableix la normativa vigent per als productes objecte de venda directa.

Article 5. Concessions

1. El mercat de pagès s'entén com un espai col·lectiu i no com una mera suma de parades individuals. A tal efecte, la present llei reconeix el dret de les persones productores i les agrupacions de productors agraris a organitzar-se col·lectivament per a la creació, explotació i dinamització dels mercats de pagès. Per tant, la titularitat de la concessió d'un mercat de pagès pot ser:
 - a. De la pròpia administració municipal.
 - b. De les agrupacions de productors agraris que participen en el mercat.
 - c. D'entitats sense ànim de lucre dedicades a la justícia alimentària, la promoció de la sobirania alimentària o altres finalitats afins.
 - d. D'una agrupació específica conformada per productors agraris i entitats sense ànim de lucre.
2. La titularitat de la concessió d'un mercat serà per un termini mínim de 5 anys, entenent el mercat en si com un espai permanent.
3. El titular de la concessió d'un mercat de pagès ha de fer possible la garantia i el compliment de tots els compromisos que es requereixen en l'ús col·lectiu de l'espai públic:
 - a. Assegurances.
 - b. Disseny de l'espai d'acord amb les ordenances municipals.
 - c. Responsabilitat i permisos complementaris per a les activitats pròpies d'un mercat local, entenent-lo com un actor de sensibilització, d'enxarxament i de relació entre el món urbà i el rural, i no només com un espai de venda.



Article 6. Governança i gestió

1. Els mercats de pagès poden gestionar-se mitjançant models de gestió pública o de gestió comunitària entre les entitats participants en el mercat.
2. En qualsevol forma, s'ha de garantir que tots els paradistes compleixin els requisits per participar en els mercats de pagès que determina aquesta llei, així com que aportin la documentació que ho justifica a l'administració corresponent.
3. La quantitat i tipus de parades concedides al mercat s'haurà d'ajustar a la realitat dels petits productors i elaboradors del territori, reconeixent la seva inestabilitat i abordant una planificació complexa i sensible a la realitat dels projectes participants al mercat. A tal efecte, es tindrà en compte:
 - a. Contemplar la participació amb periodicitats diferents d'assistència per part dels diferents productors i elaboradors que formen part del mercat de pagès. A aquest efecte, es tindrà en compte la temporalitat de les seves produccions, la temporada, la dependència de fenòmens naturals que poden afectar a la seva producció i altres variables que puguin condicionar els seus compromisos amb el mercat.
 - b. Realitzar una planificació anual acordada entre els participants dels mercats de pagès i l'administració.
 - c. Contemplar el possible incompliment de la planificació anual i justificada per les variables contemplades a la lletra a). En aquest cas, l'entitat gestora del mercat de pagès haurà de notificar periòdicament a l'administració que hagi atorgat la concessió els eventuais incompliments de la planificació anual.
 - d. Si aquests imprevistos de participació afecten el funcionament del mercat, es contemplarà la substitució d'una plaça vacant amb un nou productor i/o elaborador que compleixi tots els requisits establerts en aquesta llei. En el cas que més d'un productor i/o elaborador opti per ocupar la plaça vacant, es prioritzarà aquella candidatura que s'ajusti més a les prioritats establertes pel propi mercat, com ara la proximitat amb el municipi i la producció ecològica. La proposta de substitució s'haurà de presentar i argumentar a l'administració pública per a la seva ratificació.

- e. La llarga durada de la concessió de la gestió del mercat (mínim 5 anys) a una comunitat viva com és un mercat de pagès pot fer que el disseny inicial es desajusti a les necessitats i possibilitats de creixement del mercat de pagès. En tal cas, l'entitat gestora del mercat podrà presentar una proposta d'ampliació del nombre de parades a l'administració municipal per a la seva aprovació. En aquesta proposta s'haurà d'argumentar els motius que justifiquen l'ampliació del mercat, i els tipus de parada que es proposen ampliar. Un cop ratificada l'ampliació, es recolliran propostes de possibles candidats que compleixin els requisits de la llei; en el cas que la demanda superi l'oferta, l'entitat gestora i l'administració municipal triaran aquelles candidatures que compleixin millor les prioritats de proximitat amb el municipi i producció ecològica.



- 4. Tant si el mercat de pagès és de gestió pública o comunitària, s'haurà de garantir un sistema de governança que possibiliti la participació dels productors i elaboradors i/o agrupacions de productors i elaboradors. En aquest sistema de governança s'haurà de considerar:

- a. El disseny dels criteris de participació prioritaris referents a:
 - i. Les característiques dels projectes.
 - ii. Els tipus de productes ofertats.
 - iii. Les normes de relacions del mercat
 - iv. Altres acords necessaris per al bon funcionament del mercat.
- b. Les línies centrals i els plans estratègics del mercat.
 - i. De comunicació i imatge del mercat de pagès
 - ii. De desenvolupament del propi mercat.

- 5. Els mercats de gestió comunitària requeriran l'existència d'una entitat capaç de gestionar el dia a dia del mercat segons les tipologies definides en els apartats 2b, 2c i 2d de l'article 5 del present capítol. En aquest cas, l'entitat gestora s'haurà d'encarregar de:

- a. La generació de la infraestructura cívica necessària per al funcionament del mercat.
- b. La gestió logística de la infraestructura del mercat i la seva relació quotidiana amb els productors i elaboradors participants, recollint i donant resposta a les flexibilitats que requereixen els seus projectes i el compliment de les normes i acordes generals del mercat.
- c. La dinamització del mercat pel que fa a la relació entre els consumidors i els paradistes.

- d. La dinamització comunitària de l'espai públic en relació amb el barri o municipi i les seves entitats.
- e. La comunicació, difusió i sensibilització alimentària dels valors del mercat i dels seus productes, posant especial èmfasi amb:
 - i. La proximitat
 - ii. La temporada
 - iii. La producció agroecològica i el respecte dels ecosistemes i els seus cicles
 - iv. Els preus dignes per als productors
 - v. El vincle entre món rural i món urbà.
 - vi. L'aproximació entre pagesia i ciutadania.
 - vii. La defensa i implementació pràctica de la sobirania alimentària.
- f. Garantir la viabilitat econòmica del funcionament del mercat de pagès. A tal efecte, es gestionaran acords econòmics amb els paradistes; sol·licitar i, eventualment, rebre, gestionar i justificar subvencions, ajuts o línies específiques per a la promoció, dinamització i consolidació d'aquests mercats.
- g. Donar compliment als acords econòmics existents amb el municipi, tant pel que fa a possibles despeses a assumir pel mercat com per gestionar i justificar possibles línies de suport.
- h. Es crearà una comissió de seguiment periòdica formada per l'entitat gestora i l'administració municipal on s'abordaran possibles canvis en el funcionament del mercat, proposades tant per l'administració com per l'entitat gestora.

Article 7. Requisits sanitaris

1. Les activitats de comercialització realitzades als mercats de pagès s'han d'ajustar a la normativa vigent en matèria d'higiene i seguretat alimentària.
2. El departament competent en matèria de salut, en coordinació amb el departament competent d'agricultura i alimentació, ha d'elaborar una Guia d'aplicació simplificada del sistema d'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crític (APPCC) per a la venda directa, incloent criteris específics pels mercats de pagès i orientacions per a l'adaptació dels requisits higiènics a petites explotacions.

Article 8. Creació del «Registre de mercats de pagès de Catalunya»

1. Amb la finalitat d'identificar, reconèixer i donar visibilitat als mercats de pagès, es crea el Registre de mercats de pagès de Catalunya, de caràcter oficial i públic, gestionat pel departament competent en matèria d'agricultura i alimentació.
2. La inscripció al Registre l'ha de practicar d'ofici el departament competent en matèria d'agricultura i alimentació, i la seva estructura, gestió i funcionament es desplegarà reglamentàriament.
3. En tot cas, el Registre ha de mantenir-se actualitzat per tal de garantir la disponibilitat d'informació oficial sobre els mercats, la seva ubicació, el temps d'activitat i la periodicitat.
4. El Registre és compatible amb altres registres, incloent-hi el Registre d'Artesania Alimentària de Catalunya establert pel Decret 85/2024.

Article 9. Sistemes d'acreditació

1. Mitjançant ordenança municipal, els ajuntaments podran regular la creació i ús de distintius o logotips propis dels mercats de pagès emplaçats als seus municipis.
2. Els distintius són compatibles amb altres marques o figures existents, incloent-hi el sistema d'acreditació i el logotip de la venda de proximitat establerts pel Decret 24/2013.

Article 10. Espais habilitats

1. D'acord amb l'article 6 del Decret 24/2013, la venda directa es pot realitzar en mercats locals, en fires mercats o en altres llocs que no siguin establiments comercials permanents.



2. La venda directa de productes agroalimentaris es pot dur a terme mitjançant estructures o parades desmuntables o vehicles botiga, en espais de titularitat pública o privada, en els termes previstos a l'article 15 de la Llei 18/2017. A aquests efectes, aquesta llei constitueix i desplega la normativa específica reguladora de la venda directa per part de productors o agrupacions de productors agraris.
3. En tot cas, els ajuntaments han de garantir la disponibilitat d'espais destinats a l'ús públic de titularitat municipal adequats per a la celebració dels mercats de pagès.
4. Mitjançant la corresponent ordenança municipal, els ajuntaments podran reservar espais públics de manera estable i determinar-ne les condicions necessàries per garantir la correcta implantació dels mercats.
5. Els ajuntaments han de garantir les condicions materials i administratives per al correcte funcionament dels mercats de pagès, d'acord amb el règim jurídic establert per aquesta llei i amb el que determinin les ordenances municipals. Això pot incloure la cessió d'espais, la neteja, l'accés a subministraments i altres serveis logístics essencials.

Article 11. Mesures de foment i suport

1. Les administracions públiques han de fomentar l'impuls de sistemes i canals de venda directa com a mecanisme estratègic per reforçar la viabilitat de la petita pagesia familiar catalana i promoure el consum d'aliments frescos, de temporada i de proximitat per part de la ciutadania.
2. En concret, les administracions públiques han de contribuir a la viabilitat econòmica dels mercats pagès establint programes de finançament, ajuts o línies específiques per a la promoció, dinamització i consolidació d'aquests mercats, així com a les persones productores i agrupacions de productors agraris que hi participin.

També podran establir instruments addicionals de foment, com ara programes d'alfabetització alimentària i accions de formació, tallers i campanyes de sensibilització sobre la venda directa en la comercialització agroalimentària.

3. Per la seva banda, les administracions locals han de promoure la implantació i continuïtat dels mercats de pagès i facilitar-ne l'autorització quan una agrupació de productors ho sol·liciti.

Així mateix, els ajuntaments hauran de prioritzar l'adjudicació d'espais destinats a l'ús públic de titularitat municipal per ubicar-hi els mercats de pagès com a mesura per garantir-ne la visibilitat i l'accés per part dels consumidors.

Article 12. Règim fiscal diferenciat

1. La venda de productes agroalimentaris realitzada en mercats de pagès té la consideració d'activitat agrària i no li és aplicable el règim propi de les activitats comercials o mercantils.

2. Les administracions públiques han de promoure les modificacions normatives necessàries per garantir un règim fiscal simplificat i adaptat a l'escala de les petites explotacions agràries que participen en mercats de venda directa, evitant l'aplicació de càrregues impositives i obligacions administratives excessives.



9. Referències i normativa

Referències bibliogràfiques

Ajuntament de Gavà (2025). Presentació a la jornada tècnica de l'Oficina Conjunta de l'Alimentació Sostenible “La venda directa en mercats de pagès: singularitat, models referents i principals aspectes rellevants”.

Coldiretti (2024). Salute: per 73% italiani contadini al top della sicurezza. Disponible a: <https://www.coldiretti.it/ambiente-e-sviluppo-sostenibile/salute-per-73-italiani-contadini-al-top-della-sicurezza>

Coordinadora de Mercats de Pagès (maig, 2025). Presentació a la jornada tècnica de l'Oficina Conjunta de l'Alimentació Sostenible “La venda directa en mercats de pagès: singularitat, models referents i principals aspectes rellevants”.

Departament d'Agricultura, Ramaderia i Alimentació del Govern d'Aragó (2024). Base de dades de venda local de productes agroalimentaris d'Aragó. Disponible a: https://www.aragon.es/documentos/d/guest/2024_base_de_datos_de_venta_local (consultat el 14 d'octubre de 2025).

Gobierno de Aragón (s/d). Subvencions per al foment i promoció de la venda local de productes agroalimentaris a Aragó. Disponible a: <https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/subvencion-para-el-fomento-y-promocion-de-la-venta-local-de-productos-agroalimentarios-en-aragon> (consultat el 10 d'octubre de 2025)

Gómez-Pascual, J. (2001). El comercio urbano y la distribución minorista: tendencias y políticas públicas. Ministerio de Economía - Secretaría de Estado de Comercio. Disponible a: <http://www.paeria.es/consum/novetats/SecretariaEstadoComercio>

Hernández-García, M. (maig, 2025). “El Mercadillo del Agricultor de Tacoronte y Legislación del Sector Primario en Canarias”. Presentació a la jornada tècnica de l'Oficina Conjunta de l'Alimentació Sostenible “La venda directa en mercats de pagès: singularitat, models referents i principals aspectes rellevants”.



Marzal, J. (2018). **La «tira de comptar»: mercado en resistencia**. Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas. Disponible a: <https://www.soberaniaalimentaria.info/numeros-publicados/63-numero-32/545-la-tira-de-comptar-mercado-en-resistencia>

Martínez, C. (2023). **El nou govern de València diu adéu als mercats de productes de l'horta als barris**. ValènciaExtra. Disponible a: https://www.valenciaextra.com/valencia/adeu-mercats-productes-horta-barris-valencia_523253_102.html

Mauleón, J.R. (2011). **Mercados de agricultores en España: diagnóstico y propuesta de actuación**. AGER - Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural, 13, 75-112. Disponible a: https://ruralager.org/wp-content/uploads/Ager-13_2.pdf

Nafarroako Gobernua (2025). **Registro de canales cortos de comercialización**. Disponible a: https://www.navarra.es/documents/48192/26482878/Registro_de_Canales_Cortos_de_Comercializaci%C3%B3n+30062025.pdf/de874b05-aafc-b50d-2445-48347230c138?t=1751283053027 (consultat el 3 de novembre de 2025)

Nafarroako Gobernua (s/d). **Ajudes a persones productores agroalimentàries que comercialitzin en canals curts**. Disponible a: <https://www.navarra.es/es/tramites/on/-/line/ayudas-a-personas-productoras-agroalimentarias-que-comercialicen-en-canales-cortos> (consultat el 3 de novembre de 2025)

Pomar-León, A., Duran-Gurnsey, N., Gamboa-Jiménez, G., Binimelis-Adell, R. i Tendero-Acin, G. (2018). **Arran de Terra II. Indicadors de Sobirania Alimentària a Catalunya. Actualització 2018**. Disponible a: <https://web.archive.org/web/20210914233951/http://indicadors.arranteterra.org/wp-content/uploads/2018/07/ArranDeTerrall.pdf>

Sanjuán, H. (2023). **Català finiquita las “tiras de comptar” de Valencia por “competencia desleal” a los mercados**. La Vanguardia. Disponible a: <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20230629/9076859/catala-finiquita-tiras-comptar-lado-mercados-valencia-competencia-desleal.html>

Normativa internacional

Comité DESC. Observación General N° 2, 1999. Disponible a: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r34177.pdf>

Declaració de les Nacions Unides sobre els Drets dels Campesins i d'Altres Persones que Treballen en Zones Rurals (UNDROP). 17 de desembre de 2018. Disponible a: <https://docs.un.org/es/a/res/73/165>

Directrius voluntàries sobre el dret a l'alimentació. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2014. Disponible a: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/c7373aa9-9937-432b-99e0-1c9c299d0375/content>

Objectius de Desenvolupament Sostenible 2030. Assembla General de les Nacions Unides, 2015.

Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. 16 de desembre de 1966. Disponible a: <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights>

Normativa europea

Estratègia «de la granja a la taula» per a un sistema alimentari just, saludable i respectuós amb el medi ambient (2020). Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/farm-to-fork-strategy-for-a-fair-healthy-and-environmentally-friendly-food-system.html>

Pacte Verd Europeu (European Green Deal) (2019). Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640>

Reglament (CE) 852/2004 del Parlament Europeu i del Consell, relatiu a la higiene dels productes alimentaris. Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex%3A32004R0852>

Reglament (UE) 1305/2013 del Parlament Europeu i del Consell, relatiu al suport al desenvolupament rural a través del Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural. Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/ALL/?uri=CELEX:32013R1305>

Reglament (UE) 2021/2115 del Parlament Europeu i del Consell, pel qual s'estableixen normes relatives als plans estratègics de la Política Agrària Comuna. Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32021R2115>

Tractat de Funcionament de la Unió Europea (2007). Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A12016ME%2FTXT>

Normativa estatal

Llei 7/1985, de 2 d'abril, Reguladora de les Bases del Règim Local. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-5392>

Llei 7/1996, del 15 de gener, d'Ordenació del Comerç Minorista. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072>

Llei 12/2013, del 2 d'agost, de mesures per millorar el funcionament de la cadena alimentària. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-8554>

Llei 17/2011, de 5 de juliol, de seguretat alimentària i nutrició. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-11604>

Reial Decret 9/2015, de 16 de gener, pel que es regulen les condicions d'aplicació de la normativa comunitària en matèria d'higiene en la producció primària agrícola. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-710>

Reial Decret 1086/2020, de 9 de desembre, pel que es regulen i flexibilitzen determinades condicions d'aplicació de les disposicions de la UE en matèria d'higiene de la producció i comercialització dels productes alimentaris i es regulen activitats excloses del seu àmbit d'aplicació. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-15872>

Reial Decret 1882/1978, del 26 de juliol, sobre canals de comercialització de productes agropequaris i pesquers. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-20828>

Normativa catalana

Decret 20/2007, de 23 de gener, pel qual es dicten normes específiques en matèria de seguretat i qualitat agroalimentària per als petits establiments en un entorn rural. Disponible a: <https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=404621>

Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la venda de proximitat de productes agroalimentaris. Disponible a: <https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=625113>

Decret 44/2012, de 24 d'abril, pel qual es crea el Sistema Integrat de Dades d'Explotacions Agràries de Catalunya. Disponible a: <https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=606286>

Llei 18/2017, de l'1 d'agost, de comerç, serveis i fires. Disponible a: <https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=794501>

Llei 3/2019, de 17 de juny, dels espais agraris. Disponible a: <https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=852192>

Normativa local

Estratègia d'Alimentació Saludable i Sostenible Barcelona 2030 (2022). Ajuntament de Barcelona. Disponible a: https://www.barcelona.cat/alimentaciosostenible/sites/default/files/2024-10/EstrategiadAlimentacioSostenible_bcn_CAS.pdf

Ordenança sobre l'ús de les vies i els espais públics. Ajuntament de Barcelona. Disponible a: https://cido.diba.cat/normativa_local/4123/ordenances-sobre-lus-de-les-vies-i-els-espais-publics-ajuntament-de-barcelona

Pacte de Milà de política alimentària urbana (2015). Disponible a: https://www.barcelona.cat/alimentaciosostenible/sites/default/files/2025-06/Milan-Urban-Food-Policy-Pact-and-Framework-for-Action_SPA.pdf

ANNEX 1. LLISTAT DE PERSONES ENTREVISTADES

Mercat Agrari de Ciutadella	Antoni Moll, productor de cereals autòctons i ecològics a La Marcona
	Núria Capó, productora d'hortalisses ecològiques a s'hort de Baix
Navarra	Juanma Intxaurreandieta i Fernando Ustarroz, consumidors de productes de venda de proximitat a Navarra
	Roberto Urrutia Atienza, productor de formatges artesans d'ovella latxa en pastoreig regeneratiu a Queseria Txantreako Gaztandegia
	Haizea Belarra Eneterreaga, productora de mel ecològica a Erlanki
Província de Barcelona	Ignasi Garnica i Josi Mirandes, consumidores de mercats de pagès a Barcelona
	Camil Armengol, productor a la cooperativa agroecològica La Magalla
	Xavi De la Serra, elaborador de pa a Mares Salvatges
	David Álvarez, productor de mel ecològica a Mel dels Erms
World Farmers Market Coalition	Viola Capirola, Grønt Marked (mercat de pagès a Copenhague, Dinamarca)
Aragó	Maria Gil Navarro, tècnica de Justícia Alimentària Aragó i consumidora de canals de venda de proximitat
	Santiago Lamora, productor a Ternera del Pirineo



Observatori Desca
observatoridesca.org



Coordinadora
de Mercats
de Pagès
de Barcelona

Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona
mercatsdepages.barcelona