

## Neix el Clúster de Productes Típics de Muntanya

*El Clúster està format per 36 empreses berguedanes, tot i que l'objectiu és ampliar-lo fins a les 400 en els propers anys*

*Presentació del Clúster de Productes Típics de Muntanya Foto: Aida Morales*

Un total de 36 empreses s'han organitzat conjuntament en el primer **Clúster de Productes Típics de Muntanya** de Catalunya, una nova associació d'empreses agroalimentàries del Berguedà que busca promoure, fomentar i contribuir a la competitivitat d'aquest sector.

La idea de crear un clúster va sorgir de la necessitat del sector agroalimentari berguedà de treballar conjuntament i posicionar-se al món com un referent de qualitat i autenticitat. Segons ha explicat el president de l' Agència de Desenvolupament del Berguedà (<http://www.adbergueda.cat/inici.php>), Sergi Roca, aquest projecte es va començar a coure fa gairebé dos anys, quan es va realitzar un estudi per veure les necessitats del sector. Malgrat això, no va ser fins a principis d'aquest estiu quan les empreses van apostar-hi i es va constituir el Clúster.

¿Ens va costar arrencar; però és normal, al principi costa?, ha opinat el president del Clúster, Ignasi Guitart, que ha remarcat que és la primera vegada que s'ajunten 36 empreses de la comarca amb un objectiu comú. Guitart s'ha mostrat convençut de l'eficàcia de la nova associació que, segons ha dit, ¿no té frenada? i ¿només suma i multiplica?.

En aquest sentit, l'alcalde de Berga i delegat de la Catalunya Central, Juli Gendrau, ha afirmat que un dels objectius de l'associació és esdevenir un referent agroalimentari clau, no només a la comarca del Berguedà, sinó també ¿arreu del país?. Per això, el nom del Clúster parla de muntanya i no de Berguedà, un àmbit territorial que és extensible.

### L'organització

El director del Clúster, Manel Rovira, ha destacat que una de les claus de l'èxit d'aquesta nova organització és l'estructura. Segons ha dit, és necessari que les empreses facin l'aposta per entrar dins l'organització, però encara més que treballin coordinades, per guanyar agilitat i reduir costos.

Rovira ha parlat d'alguns desavantatges que tenen les empreses petites pel que fa al cost de l'energia o al negoci de compra a l'engròs. Per això, ha afirmat que des del Clúster s'intentarà negociar amb les empreses elèctriques, es potenciarà la marca ecològica, natural i gourmet, es fomentaran compres conjuntes i, sobretot, es vendrà una imatge de producte sa i natural. Tot això, però, després d'aconseguir que el Clúster de Productes de Muntanya pugui esdevenir oficial i s'aconsegueixin prou ingressos per a poder realitzar projectes concrets.

## **Un projecte ambiciós més enllà del Berguedà**

En els propers cinc anys, el Clúster vol esdevenir el referent en l'àmbit territorial de muntanya, amb una marca consolidada de prestigi i destacada. Per això, l'objectiu és atreure noves empreses productores de fora del Berguedà, així com proveïdors, distribuïdors i altres actors. En total, s'espera agrupar unes 400 empreses que generin entre 800 i 1000 milions d'euros l'any.

Per això, i segons ha remarcat Roca, és important la implicació público-privada en aquesta nova associació, per tirar endavant projectes conjunts i fomentar sinèrgies de les quals les empreses se'n veuran beneficiades?.