

INDÚSTRIA AGROALIMENTÀRIA I TURISME ENOGASTRONÒMIC

Pep Palau

Tot i que no es pot generalitzar, en la diversificació i segmentació del perfil de turistes del segle XXI, s'observa un interès i una sensibilització creixent vers certs valors, encarnats en la sostenibilitat i la conservació de la biodiversitat, però també en la diversitat cultural i en la descoberta dels territoris a partir de productes amb un caràcter marcadament identitari. D'altra banda, l'oferta turística destinada a captar el segment de la qualitat, en un món globalitzat, condicionat per la pràctica generalitzada del low cost, necessita proposar productes orientats a emocionar el visitant. L'experiència personal, vinculada al viatge i l'estada en el lloc escollit, és, probablement, l'ingredient indispensable. Les emocions que hem d'aconseguir motivar en el turista que ens confia el seu temps de lleure són la clau de l'èxit. En aquest sentit, ha adquirit una importància estratègica la posada en valor dels productes agroalimentaris locals, que actuen d'icones del territori, de fars que guien el viatge i de motors d'experiències i emocions, identificant-se clarament amb els usos i costums del lloc d'on són originaris.

Fins no fa massa anys, fer turisme significava o bé anar a la platja o bé visitar recursos patrimonials basats generalment en la monumentalitat (edificis històrics, monuments, etc.). En canvi actualment molts dels atractius de les destinacions turístiques són recursos tan poc monumentals com poden ser la gastronomia o els vins (en tot cas, entorn aquests atributs hi apareixen construccions lligades que permeten millorar-ne la descoberta: museus, centres d'interpretació, etc. Menció a part mereixerien els cellers de caràcter monumental –en alguns casos faraònic- realitzades de dues dècades ençà en plena bonança econòmica). Parèntesi a banda, els productes agroalimentaris poden tenir un important potencial com a recurs principal en un desplaçament amb finalitats turístiques, convertint-se en mans del visitant en un perfecte ambaixador del territori.

Els restauradors, conscients d'aquest canvi de "tendència" en la demanda (i davant l'emergència amb força del que podem anomenar consumidors responsables), estan començant a elaborar propostes gastronòmiques que neixen com un complement d'interès i atractiu a l'oferta convencional, per acabar, sovint, constituint l'eix estratègic de l'oferta principal.

Així és com els noms d'origen dels productes s'han introduït a les cartes dels restaurants, perquè saber l'origen del producte tranquil·litza als consumidors. La figura del proveïdor en molts casos ha passat a ser un productor agroalimentari totalment implicat en l'oferta del restaurant. Alguns restauradors anoten el nom del productor al costat del producte en l'enunciat del plat, d'altres l'anoten al capdavant de la carta i els més compromesos l'assenyalen inequívocament com un element nuclear de la seva cuina.

Un dels artífex d'aquesta tendència és l'Associació enogastronòmica Slow Food, moviment internacional nascut a Itàlia el 1989 que es contraposa a l'estandardització del gust en la gastronomia, al fast food i a la fast life, i promou la difusió d'una nova filosofia que combina plaer i coneixement.

Més recentment, i vinculat al moviment Slow, ha nascut també a Itàlia el concepte "km 0", amb l'objectiu d'incentivar als restaurants el consum de productes que provinguin de distàncies curtes entre el productor i el consumidor.

L'un i l'altre han anat fent forat a Catalunya i, actualment, hi ha a tot el territori més d'una setantena de restaurants que llueixen la placa "km0" a l'entrada de l'establiment i en fan una etiqueta de garantia, un label de qualitat, que amb l'ajut de la guia de referència, atrau un públic fidel al concepte esmentat.

A més, a casa nostra el moviment dels col·lectius de cuina ha contribuït també a la vinculació entre producte, cuina i territori, essent els restaurants que en formen part uns grans ambaixadors del producte de la seva zona i del territori on es conrea o cria.

El Fòrum Gastronòmic i la seva relació amb el turisme

Des de la seva primera edició el 1999, el **Fòrum Gastronòmic** (el primer congrés de gastronomia existent a l'estat espanyol) s'ha convertit en un punt de trobada imprescindible per als professionals de la restauració i les empreses del sector agroalimentari. El Fòrum és una experiència única que inclou, entre d'altres, sessions de cuina en directe realitzades per grans cuiners, tallers, tastos, debats, etc. i que té com a principal objectiu proporcionar les millors eines de formació. Es tracta d'una aposta clara per la creativitat i la innovació, amb una fira que s'ha convertit en l'aparador ideal on les empreses poden mostrar les seves novetats i productes més destacats a un públic professional i als amants de la cuina. Sens dubte, el **Fòrum Gastronòmic** actua com un autèntic aparador de cuiners i productes.

El Fòrum ha tingut tradicionalment una estreta relació amb el món del turisme:

- Amb la celebració, en el marc del Fòrum, del Congrés de Col·lectius de Cuina de Catalunya (en dues edicions a Girona).
- Amb la implicació l'any 2009 en la celebració del centenari de la Costa Brava (dedicant la gala inaugural del Fòrum i una sessió de cuina a aquest aniversari).
- A través de la figura del territori convidat, creada el 2007.
- Amb la celebració, en el marc del Fòrum Gastronòmic 2013, del Congrés de Turisme Rural de Catalunya.
- A través de l'organització de press-trips nacionals i internacionals durant els dies de celebració de l'esdeveniment.
- A través del patrocini de l'Agència Catalana de Turisme.
- Contribuint a augmentar l'ocupació hotelera de la ciutats en les que s'ha celebrat durant els dies en que dura l'esdeveniment, així com dinamitzant l'oferta de restauració.

Ciutats on s'ha celebrat el Fòrum Gastronòmic:



Algunes reflexions a tall de conclusió

Sembla obvi però la realitat ens demostra que no ho és, per això val la pena recordar-ho: una cosa és un producte agroalimentari i una altra un producte turístic. La indústria agroalimentària fabrica i ven aliments; el sector turístic genera i comercialitza productes (i paquets turístics). Creure que tenim una oferta turística perquè posem un punt de venda a les portes del centre de producció (o del municipi on s'ubica) és una equivocació.

1. Viatgem per aprendre, fem turisme per plaer. I allò que aspirem a posar al cabàs del viatge no és el producte inert (que pot ser un vi, un fuet o una conserva de mar), sinó el producte viu que ens ha proporcionat allò que cerquem quan viatgem: plaer, aprenentatge i valor social.
2. Som curiosos de mena i en un món on "tot se sap" volem escoltar llocs que parlin. Missatges gastronòmics que tinguin sentit. Relats que entusiasmin. Històries que ens parlin d'arrels, que continguin elements que evoquin. Necessitem elements de singularització. "Si tens de tot, no tens de res".
3. Menjar (i beure) vol dir entendre el lloc on anem. Hem de ser capaços de construir un relat culinari (enogastronòmic) creïble i seductor. Els tòpics són, sovint, d'una ineficiència palmària (la copa parlant de vi, la paella parlant de peix,...). Els patrons estandarditzats poden provocar un efecte rebuig.
4. El turista aspira a viure una experiència memorable. Que el relacioni íntimament al territori, que l'apropi als agents que en viuen. Demana participar, ser-ne actor. I només és memorable allò que és singular (els aplecs i festes



El Dolcet
Crt. de sant Hipòlit a Manlleu, s/n
08560 Manlleu
Apt. Corr. 64
T. 93 883 30 45
info@forumgastronomic.com
www.produccionsgastronomiques.com

majors...i jornades gastronòmiques....s'assemblen totes). És memorable allò que fem nosaltres.....si no ho fan, també, tots els altres.

5. Els valors. Seria una error pensar que la transmissió de valors a través dels missatges de la nostra oferta enogastronòmica requereix grans aprioris; no cal que el turista militi en cap opció verda, ni ecològica, ni que formi part de cap ONG, ni que tingui cap adscripció espiritual, ideològica o política, perquè senti admiració, respecte i emoció envers aquells valors socials universalment reconeguts: el respecte al medi natural, les bones pràctiques agrícoles, la figura del productor local, la preservació d'oficis ancestrals, la paritat de sexes, i, al capdamunt de l'altar.....el culte al cos, la salut.

Salut!



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Ocupació**

SOC

Servei d'Ocupació de Catalunya

Unió Europea
Fons social europeu
L'FSE inverteix en el teu futur



Pep Palau

Director del Fòrum Gastronòmic

Gastrònom. Més de 25 anys d'experiència professional en el sector de l'hostaleria. Impulsor de diversos Col·lectius de Cuina i Associacions de Productors (Osona Cuina, Cuina Vallès, Cuines del Vendrell, Lanzarote Cocina, Osona Terra). Sommelier i especialista en productes agroalimentaris entre els que destaquen els formatges, pans i embotits. Com a activitat docent, imparteix classes a la Universitat de Vic, cursos i conferències. Expert en turisme gastronòmic. Ha publicat guies de restaurants, llibres de cuina i de productes. Col·labora habitualment en mitjans de comunicació audiovisuals i escrits. Assessor gastronòmic per a institucions i empreses. Presentador de premis, concursos, gales i festivals gastronòmics. El 1999 va crear, juntament amb Jaume von Arend, el Fòrum Gastronòmic. Podeu seguir-lo a: www.peppalaublogspot.com o bé a www.twitter.com/peppalau