



## **Màster Tesi**



# **Girona candidata a Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia?**

**MÀSTER EN TURISME CULTURAL**

**Itinerari Gastronòmic**

**Convocatòria Juny 2016**

**Autora: M<sup>a</sup> Àngela Pujals Vilà**

**Tutora : Dra. Silvia Aulet Serrallonga**

índex de taules .....	3
índex d'imatges .....	4
<b>AGRAÏMENTS .....</b>	<b>5</b>
<b>1.INTRODUCCIÓ .....</b>	<b>7</b>
1.1 <i>Hipòtesi i objectius</i> .....	8
1.1.1 Hipòtesi .....	8
1.1.2.Objectius .....	8
1.2. <i>Metodologia i estructura</i> .....	9
<b>2.MARC TEÒRIC.....</b>	<b>13</b>
2.1. <i>UNESCO i la gastronomia com a patrimoni cultural immaterial</i> .....	13
2.2 <i>Ciutats creatives UNESCO</i> .....	15
2.3 <i>Turisme i gastronomia</i> .....	16
<b>3.ANÀLISI DE LES CIUTATS CREATIVES DE LA UNESCO .....</b>	<b>19</b>
3.1. <i>Ciutats Creatives UNESCO</i> .....	19
3.2. <i>Ciutats Creatives en Gastronomia.</i> .....	25
3.3. <i>El cas de Popayán –Colòmbia</i> .....	31
<b>4.ESTUDI DEL CAS DE GIRONA .....</b>	<b>34</b>
4.1 <i>Context: Catalunya i el seu territori Girona.</i> .....	34
4.2 <i>Les vuit directrius segons UNESCO per a Ciutats creatives de la Gastronomia com a requisits..</i> 40	
4.2.1 <i>Directriu 1: Gastronomia desenvolupada i característica del centre urbà o de la regió.</i> .....	43
4.2.2 <i>Directriu 2: Comunitat activa de la gastronomia i presència de xefs i restaurants de la cuina tradicional.</i> .....	45
4.2.3 <i>Directriu 3: Ingredients endògens utilitzats en la cuina tradicional.</i> .....	47
4.2.4 <i>Directriu 4: Pràctiques culinàries tradicionals i mètodes de cuina que hagin sobreviscut a l'avanç industrial i tecnològic.</i> .....	53
4.2.5 <i>Directriu 5: Presència d'un mercat i d'una indústria de l'alimentació tradicional.</i> .....	55
4.2.6 <i>Directriu 6: Experiència en l'organització de festivals gastronòmics, premis, concursos i altres mitjans de reconeixement gastronòmic.</i> .....	57
4.2.7 <i>Directriu 7: Respecte pel medi ambient i suport als productes autòctons.</i> .....	63
4.2.8 <i>Directriu 8: Estímuls de la valoració pública, promoció d'una alimentació sana a les escoles i la introducció del tema de la biodiversitat a les escoles de cuina.</i> .....	65
4.3 <i>Identificació dels principals agents polítics, socials, econòmics i culturals de la ciutat.</i> .....	67
<b>5.PREPARACIÓ DE LA CANDIDATURA : passos a seguir.....</b>	<b>76</b>
<b>6.CONCLUSIONS .....</b>	<b>80</b>
<b>7.BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>84</b>

## ÍNDEX DE TAULES

- [Taula 1: Relació de persones que han participat en les entrevistes.](#)
- [Taula 2: Nombre de ciutats per cadascun dels àmbits i per països \(segons la classificació d'UNESCO\) dades en valors absoluts.](#)
- [Taula 3: La classificació de les ciutats creatives segon els seus 7 àmbits i per països \(segons classificació l'UNESCO\). Inclou l'any d'incorporació de cadascuna de les ciutats.](#)
- [Taula 4: Importància de les ciutats creatives UNESCO segons classificació UNESCO per països.](#)
- [Taula 5: Quin valor representen segons àmbits respecte el total de ciutats creatives certificades.](#)
- [Taula 6: Ciutats creatives certificades en Gastronomia. Classificació per països \(criteri UNESCO\) i any de certificació.](#)
- [Taula 7: Les ciutats creatives en la Gastronomia certificades fins l'any 2014.](#)
- [Taula 8: Ciutats creatives per la gastronomia certificades l'any 2015.](#)
- [Taula 9: La província de Girona i les seves comarques vers la gastronomia.](#)
- [Taula 10: Les 8 Directrius UNESCO utilitzades.](#)
- [Taula 11: Resum informació entrevistes respecte les Directrius.](#)
- [Taula 12: Membres de Girona Bons Fogons.](#)
- [Taula 13: Llista de productes de la Província de Girona.](#)
- [Taula 14: Poblacions on trobem mercats sedentaris.](#)
- [Taula 15: Sectors del segell de Qualitat Girona Excel·lent 2014-2015.](#)
- [Taula 16: Categories i sectors del segell Qualitat Girona Excel·lent 2016-2017.](#)
- [Taula 17: Restaurants de la província de Girona amb Estrelles Michelin.](#)
- [Taula 18: Altres productes autòctons i sectors productius de la província.](#)
- [Taula 19: Hotels Gastronòmics a la província de Girona.](#)
- [Taula 20: Accions i cronograma. Passos a seguir.](#)

## ÍNDEX D'IMATGES

[Imatge 1: Les Ciutats Creatives de la UNESCO \(UCCN\) en els set àmbits](#)

[Imatge 2: Mapa de les Ciutats Creatives UNESCO – Gastronomia](#)

[Imatge 3: Logotip Marca Cuina Catalana](#)

[Imatge 4: Logotip ACT \(Agència Catalana de Turisme\)](#)

[Imatge 5: Logotip Catalunya Regió Europea de la Gastronomia](#)

[Imatge 6: Mapa província de Girona](#)

[Imatge 7: Girona, turisme i gastronomia](#)

[Imatge 8: Tipus de producte. Gastroteca](#)

[Imatge 9: Revista milfulls](#)

## AGRAÏMENTS

Voldria agrair el recolzament, l'ajuda i el suport a totes aquelles persones que han fet possible la realització d'aquest treball.

En especial a la Dra. Sílvia Aulet Serrallonga com a tutora del treball, a les persones que han respòs per poder fer les entrevistes, als tècnics dels Consells Comarcals i a tots aquells que m'han ajudat ja que sense la seva col·laboració, aquest treball no hauria estat possible elaborar-lo.

A la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme de Calonge-Sant Antoni per donar-me l'oportunitat d'estudiar el Màster de Turisme, gràcies a la beca, així com donar les gràcies a tot l'equip d'INSETUR per poder realitzar les pràctiques del Màster amb ells. Per descomptat, també a tots els professor del màster.

El meu especial agraïment a la meva família i molt especialment als amics de veritat.

“Catalunya, com té una llengua, un dret, uns costums, una història pròpia i un ideal polític, té una cuina.”

**Ferran Agulló (1928)** *El Llibre de la cuina catalana*

## 1. INTRODUCCIÓ

El present treball de recerca s'ha enfocat principalment en la identificació de les actuals Ciutats Creatives UNESCO, especialment les de la Gastronomia. La investigació de les vuit Directrius necessàries per presentar la candidatura de Girona com a Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia. Així com en detectar els principals agents vinculats en aquest projecte i els passos a seguir per presentar la candidatura. Partint de la idea que el turisme gastronòmic és un tema que en l'actualitat pot ser una oportunitat per a Girona i a la vegada requereix d'aportació pública, privada i acadèmica, per entendre el seu funcionament, es proposa aquesta investigació.

L'autora del document és una estudiant gironina concretament de Tossa de Mar, becada per la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme de Calonge-Sant Antoni de la Universitat de Girona. Amb el propòsit de realitzar una investigació que es tradueixi en un estudi de Girona i el seu territori per saber si compleix els requisits per ser candidata a Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia.

Parlar de gastronomia és referir-se a turisme cultural, a patrimoni cultural immaterial i per això la proposta de plantejar l'estudi de recerca per poder plantejar una candidatura per fer de Girona una Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia.

Recentment s'està donant atenció a la governança d'una destinació gràcies al creixent interès en els avantatges i desavantatges d'utilitzar destinacions turístiques en forma de networking (xarxes de treball).

La rellevància del tema a tractar bé donada per un factor clau, en què el viatjar i la gastronomia estan més units que mai. Avui hi ha poques destinacions turístiques que no estiguin intentant donar-se a conèixer per la seva oferta culinària d'una manera o una altra. A la província de Girona tenim bons exemples en cadascuna de les seves comarques: Alt Empordà, Baix Empordà, Cerdanya, Garrotxa, Gironès, Pla de l'Estany, el Ripollès i la Selva tant interior com marítima.

L'experiència gastronòmica d'una destinació no només està representada pels seus restaurants. Darrerament, hi ha una tendència d'experiència en la gastronomia on es vol saber com es preparen els àpats o d'on vénen. Es busquen experiències personals. L'objectiu no només és menjar bé sinó aprendre sobre un producte en particular o de la cultura gastronòmica d'una regió. Actualment existeix una nova generació d'experiències gastronòmiques: des de fa temps es vénen creant experiències de degustació basades en un aliment o un tema que busquen involucrar el consumidor implicant els seus cinc sentits.

## 1.1 HIPÒTESI I OBJECTIUS

### 1.1.1 HIPÒTESI

Per a l'estudi de recerca s'ha plantejat la següent pregunta:

Girona compleix els requisits necessaris per esdevenir una Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia ?

### 1.1.2.OBJECTIUS

Els objectius que es plantegen amb aquesta recerca d'investigació són quatre:

1. Identificar les Ciutats Creatives UNESCO i concretament les de la gastronomia.
2. Investigar els elements existents a Girona segons les 8 Directrius de la UNESCO per ser candidata a Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia.
3. Detectar els principals agents existents i quins podrien estar interessats en la proposta.
4. Determinar els passos a seguir per a preparar la candidatura per Girona Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia.



## 1.2. METODOLOGIA I ESTRUCTURA

El treball s'estructura en quatre parts.

La primera part és el marc teòric i per a la seva elaboració s'han fet servir fonts secundàries: recerca a través de la biblioteca de l'UdG tant en el catàleg com en les bases de dades, i la cerca de pàgines web a internet.

La segona part consisteix en identificar i diferenciar les Ciutats Creatives UNESCO segons el seu àmbit i fer-ne un anàlisi quantitatiu, centrant-nos específicament en les de la gastronomia.

S'utilitzen per la cerca els recursos on-line de la UNESCO a través de consultes web (<https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>), les pàgines de les ciutats que ja tenen el label de "ciutat creativa per la Gastronomia" i s'analitza especialment la primera ciutat certificada en gastronomia Popayán a Colòmbia (2005) fent un anàlisi de la candidatura.

La tercera part és l'estudi del cas de Girona on i trobem tres apartats:

- El context
- Les 8 Directrius
- La identificació dels agents implicats

Per a la realització del context s'han utilitzat fonts primàries i secundàries: recerca i anàlisi d'informació a partir de les pàgines web d'organismes i institucions públiques vinculades amb la gastronomia i la informació facilitada pels Consells Comarcals de la província de Girona.

Per a l'anàlisi de les Directrius s'han fet entrevistes, converses informals amb personatges locals i professionals dels sectors vinculats, directa o indirectament, amb la gastronomia de Girona. S'ha pogut fer les entrevistes, semi-estructurades, a un total de 16 persones. Cadascuna d'elles ha servit per a poder conèixer de primera mà l'experiència dels entrevistats com a professionals del sector o persones vinculants en el tema de la gastronomia, l'alimentació o el turisme. Part de les conclusions de la investigació s'han després de la informació extreta de les entrevistes.

Cal dir que la mostra està triada segons el rol de cada entrevistat per tal de poder obtenir informació directament relacionada amb les directrius UNESCO, fent una anàlisi prèvia de les directrius UNESCO. Les entrevistes estan ordenades segons la data de realització, el nom de la persona entrevistada i el rol pel que se'ls va fer l'entrevista. En la Taula 1 (pàgina 11) es mostra tota aquesta informació.

El guió d'aquestes entrevistes semi estructurades inclou un total de deu preguntes. Dues preguntes tancades, una al inici i l'altra al final, i vuit preguntes obertes que corresponen a les vuit Directrius de la UNESCO per ser Ciutat Creativa de la gastronomia.

La primera pregunta era si coneixien les Ciutats Creatives de la UNESCO i la última pregunta, si creien que per Girona seria una bona opció el poder ser-ne candidata i obtenir la certificació.

Per a les preguntes obertes es van fer servir les vuit Directrius de la UNESCO per a unir-se a la xarxa com a Ciutat Creativa de la Gastronomia, que són les següents:







1. Gastronomia desenvolupada i característica del centre urbà o de la regió.
2. Comunitat activa de la gastronomia i presència de xefs i restaurants de cuina tradicional.
3. Ingredients endògens utilitzats en la cuina tradicional.
4. Saber fer local, pràctiques culinàries tradicionals i mètodes de cuina que hagin sobreviscut a l'avanç industrial i tecnològic.
5. Presència d'un mercat i d'una indústria de l'alimentació tradicional.
6. Experiència en l'organització de festivals gastronòmics, premis, concursos i altres mitjans de reconeixement gastronòmic.
7. Respecte pel medi ambient i suport als productes autòctons.
8. Estímuls de la valoració pública, promoció d'una alimentació sana a les escoles i la introducció del tema de la biodiversitat a les escoles de cuina.

Per l'anàlisi dels agents implicats en el projecte s'han identificat les principals institucions públiques i/o privades i els agents polítics, econòmics i culturals de la ciutat de Girona. Per això es fan servir fonts secundàries, i treball de camp observant les tasques que desenvolupen aquests agents vinculats a la gastronomia. La selecció s'ha realitzat en funció del nivell d'implicació que podrien tenir en el projecte segons els rol que desenvolupen en el territori.

La quarta part són els passos a seguir, tant la documentació com la feina necessària per a la presentació de la proposta de candidatura segons els requisits de la UNESCO. En aquesta part la cerca s'ha fet a través de consultes a pàgines web i la lectura de la sol·licitud UNESCO.

Taula 1. Relació de persones que han participat en les entrevistes.

	Data	Contacte	Rol
1	15-3-16	 Salvador Garcia-Arbós	Periodista, escriptor i foodie.
2	31-3-16	 Josep Mª Matamala Alzina	INCATIS Empresa especialitzada en l'organització de fires de producte i de gastronomia.
3	11-4-16	 Toni Vallory Subirà	Xef Girona Bons Fogons –Col·lectiu cuiners-
4	13-4-16	 Joaquim Majó Fernandez	Degà Facultat de Turisme UdG
5	15-4-16	 Martí Sabrià Deulofeu	Gestor Empreses turístiques i col·lectius de cuina. La Cuina de l'Empordanet
6	15-4-16	 Lluís Barnés Tarrés	Regidor promoció econòmica Ajuntament Riudellots i responsable polític del Food Lab
7	19-4-16	 Carles Benítez Portillo	Servei de Promoció Econòmica -Diplab, Coordinador Girona Excel·lent i revista Milfuls
8	22-4-16	 Anna Cuadrat Mestres	Responsable del Club EnoGastronomia del Patronat de Turisme Girona Costa Brava

9	26-4-16		Montse Viñals Compta	Cap de secció d'educació-escoles bressol Ajuntament de Girona
10	26-4-16		Gonzalo Herrero Arroyo	Director EHTG Institut Escola d'hostaleria i Turisme de Girona
11	2-5-16		Carmen Carretero Romay	Directora científica del Campus de l'alimentació i Gastronomia UdG
12	2-5-16		Jaume Marín Rabiol	Cap de Màrqueting del Patronat de Turisme Girona Costa Brava
13	2-5-16		Glòria Plana Yanes	Ajuntament de Girona. Regidora i tinenta d'alcalde de l'àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme
14	7-5-16		Josep (Pitu) Roca Fontané	Celler de Can Roca – Sommelier i cap de sala.
15	7-5-16		Joan Roca Fontané	Xef del Celler de Can Roca
16	16-5-16		Josep Carreras Espígol	President de l'Associació d'Hostaleria de Girona

Font: elaboració pròpia

## 2.MARC TEÒRIC

En aquest apartat és desenvoluparan tres idees per al marc teòric. La primera és la UNESCO i la seva relació amb el patrimoni cultural immaterial; la segona és el concepte de les Ciutats Creatives de la UNESCO; i la tercera, la relació entre el turisme i la gastronomia.

### 2.1. UNESCO I LA GASTRONOMIA COM A PATRIMONI CULTURAL IMMATERIAL

L'Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura (UNESCO) es va fundar el 16 de novembre de 1945. La UNESCO treballa per crear condicions propícies per a un diàleg entre les civilitzacions, les cultures i els pobles basant-se en el respecte dels valors comuns. És a través d'aquest diàleg que el món podrà forjar les concepcions d'un desenvolupament sostenible que suposin l'observança dels drets humans, el respecte mutu i la reducció de la pobresa, objectius que es troben al centre mateix de la missió i les activitats de la UNESCO.

La UNESCO com a organisme especialitzat de les Nacions Unides, contribueix a la consolidació de la pau, l'alleujament de la pobresa, el desenvolupament sostenible i el diàleg intercultural a través de l'educació, la ciència, la cultura, la comunicació i la informació.

Focalitzant-nos en l'àmbit de la cultura, la UNESCO treballa per preservar la insubstituïble riquesa del patrimoni natural i cultural, tant material com immaterial. Per això, s'han adoptat un conjunt de convencions per garantir la protecció i salvaguarda del patrimoni comú de la humanitat en totes les seves formes.

Si es parla del patrimoni cultural material, es pren com a exemple la Convenció per a la Protecció del Patrimoni Mundial Cultural i Natural. Aquesta va ser aprovada el 1972 i va conduir a la creació de la Llista del Patrimoni Mundial que, actualment comprèn 1031 llocs del patrimoni cultural i natural de valor universal excepcional.

En el cas de patrimoni cultural immaterial, la Convenció per a la Salvaguarda del Patrimoni Cultural Immaterial, aprovada el 2003, n'és una mostra. Tracta de les expressions culturals que es transmeten en el si de les comunitats, sobretot de manera oral. A la Llista Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat, establerta per aquesta Convenció, figuren dotzenes d'exemples de cultura tradicional i folklore.

Segons l'article 2.1 d'aquesta convenció (2003) es va definir el patrimoni cultural immaterial com "els usos, les representacions, les expressions, els coneixements i les tècniques - juntament amb els instruments, els objectes, els artefactes i els espais culturals que en són inherents - que les comunitats, els grups i en alguns casos els individus reconeixin com a part integrant del seu patrimoni cultural".

Aquesta definició inclou pràctiques socials com ara les representacions, les tradicions, les festes i els ritus, les arts escèniques, l'artesanía i, més en general, aquells coneixements i habilitats que, transmesos de generació en generació, serveixen per donar a la comunitat un sentit d'identitat i continuïtat com és el cas de la gastronomia.

La Llista Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat es compon d'aquells elements que il·lustren la diversitat del patrimoni cultural immaterial i contribueixen a una major consciència de la seva importància. Des de l'any 2008 fins ara compta amb 391 manifestacions inscrites, sumant les inscrites anteriorment.

El 16 de novembre del 2010 es va incloure en la llista del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat de la UNESCO la dieta mediterrània sota la denominació "La dieta mediterrània" incloent Espanya, Itàlia, Grècia i Marroc i, l'any 2013, es va estendre a Xipre, Portugal i Croàcia. El mateix any s'inscriu la cuina mexicana i el menjar tradicional dels francesos a la llista dos exemples que relacionen patrimoni immaterial i gastronomia.

Cellini (2011) es pregunta "si la inclusió d'un lloc a la Llista del Patrimoni Mundial de la UNESCO és eficaç per atreure fluxos turístics i, per tant, pot fomentar el creixement econòmic local". Del seu estudi es desprèn que sí, que la marca UNESCO implica una reconeixement i prestigi a nivell internacional.

A nivell Europeu hi ha altres iniciatives per posar en valor el patrimoni. Existeixen els Itineraris Culturals Europeus promoguts pel Consell d'Europa que, entre d'altres, inclouen iniciatives relacionades amb escapades culinàries. A tall d'exemple es poden mencionar la Ruta de l'Oli o els Camins del Vi que inclouen el patrimoni gastronòmic com un element transversal.

Per a reforçar el patrimoni gastronòmic trobem la promoció de la gastronomia com una categoria més en la xarxa de Ciutats Creatives en l'àmbit de la gastronomia.

## 2.2 CIUTATS CREATIVES UNESCO

El concepte de les Ciutats Creatives es basa en la idea que la cultura pot tenir un paper important en la renovació urbana i que els governs haurien de tenir cada vegada més en compte la creativitat a l'hora de desenvolupar noves estratègies de promoció econòmica.

Les indústries creatives contribueixen a millorar l'estructura social d'una ciutat, la seva diversitat cultural i la millora de la vida diària. Al mateix temps reforcen també les seves comunitats i ajuden a la definició d'una identitat comuna.

La Ciutat Creativa és un concepte desenvolupat per Landry (1980) i des de llavors s'ha convertit en un moviment global que reflecteix un paradigma de la planificació de noves ciutats .

Bianchini i Landry (2000) afirmen que els recursos culturals són la matèria primera de la ciutat i la seva base de valor, els seus actius reemplacen el carbó, l'acer o l'or. La creativitat és el mètode d'explotació d'aquests recursos i els ajuda a créixer.

L'entorn innovador i creatiu pot definir-se com un àmbit territorial en què les interaccions entre els agents econòmics i culturals es desenvolupen a través d'un aprenentatge mutu i la gestió comuna dels recursos.

Segons el concepte de la UNESCO de Ciutats Creatives, són aquelles ciutats que reconeixen el seu compromís de compartir les millors pràctiques, el desenvolupament de les associacions que promouen la creativitat i les indústries culturals, l'enfortiment de la participació en la vida cultural i la integració de la cultura en els plans de desenvolupament urbà.

La Xarxa de Ciutats Creatives, creada per la UNESCO el 2004, busca fomentar l'aprofitament del potencial creatiu, social i econòmic de les col·lectivitats locals amb l'objectiu de promoure la diversitat cultural. Aquesta xarxa està formada actualment per 116 membres de 54 països que cobreixen set àmbits de creació: Artesania i Art Popular, Disseny, Cinema, Gastronomia, Literatura, Música i Arts dels mitjans.

La intenció de la Xarxa és posar en contacte a ciutats que donen suport a l'economia creativa, amb la finalitat que puguin compartir coneixements, experiència, habilitats directives i tecnologia. Les ciutats que sol·liciten l'admissió a la Xarxa pretenen convertir-se en centres d'excel·lència creativa que ajudin a altres ciutats, especialment aquelles que pertanyen a països en desenvolupament, a conrear la seva pròpia economia creativa basada, especialment, en el turisme creatiu.

Per la UNESCO és fonamental que en aquesta àrea es treballi amb el focus en les ciutats, ja que les indústries creatives contribueixen a l'estructura social de la ciutat, la diversitat cultural i la millora de la vida diària, reforcen també les seves comunitats i ajuden a la definició d'una identitat comuna.

La certificació de Ciutat Creativa en l'àmbit de la gastronomia és útil per aquells destins que volen especialitzar-se en turisme gastronòmic.

### 2.3 TURISME I GASTRONOMIA

La gastronomia, entesa com a valor cultural que es concedeix als aliments o la forma de preparar-los per la seva identificació amb un territori o grup social (Calabuig i Ministrals, 1994), és un element incorporat recentment al concepte de patrimoni cultural i es configura com un dels recursos turístics més importants en els últims anys gràcies a la capacitat de satisfer noves exigències de consum de la demanda de turisme cultural.

Podem definir el turisme gastronòmic com el que practiquen aquelles persones que durant els seus viatges i estades realitzen activitats fonamentades en el patrimoni cultural gastronòmic material i immaterial, en llocs diferents als del seu entorn habitual, per un període de temps consecutiu inferior a un any, amb la finalitat de consumir i gaudir de productes, serveis, experiències o inspiracions gastronòmiques de manera prioritària i complementària (Cáceres, J y Espeitx, E 2010).

El turisme gastronòmic comporta diferents beneficis per a la societat receptora. Arrel d'aquest fenomen s'estan posant en marxa nombroses i importants accions de recuperació, conservació i valorització del patrimoni gastronòmic. Aquestes accions passen per la posada en comú i la transmissió de les receptes, la creació de tallers, la conservació de les formes d'agricultura tradicional i/o l'establiment de figures de protecció dels aliments (Armesto i Gómez, 2004).

Per la seva banda, Tikkanen (2007) assenyala que la relació que pot existir entre la gastronomia, el turisme i la motivació es podria agrupar en quatre aspectes:

1. Atracció
2. Component del producte
3. Experiència
4. Fenomen cultural

La gastronomia com atracció vol dir que el destí pot utilitzar aquest element per promocionar-se. Com a component del producte implica un major treball en el disseny de rutes gastronòmiques (o enològiques).



Com a experiència, s'aborda l'existència d'un o diversos llocs on la gastronomia adquireix un nivell diferent i es converteix en un reclam en si mateixa, sent un exemple d'això la cuina realitzada pels grans mestres cuiners. I, finalment, com a fenomen cultural la gastronomia pot donar lloc a l'existència de diferents festivals i esdeveniments.

Això implica que aquesta tipologia de turisme tindria un major o menor grau de desenvolupament d'acord amb el nivell de connexió que la cuina tingui amb la cultura del lloc on es troba situat (Riley, 2005), ja que la cuina juga un paper clau en la satisfacció de l'experiència del turista i com a part de l'herència cultural de la destinació (Ignatov i Smith, 2006).

Per tant, aquesta tipologia de turisme reforça la importància dels ingredients locals, l'aprenentatge i l'apreciació del seu propi consum, i la importància dels recursos culinaris.

En relació amb la motivació, i seguint a Fields (2002), podem assenyalar quatre categories diferents:

1. Motivacions físiques.
2. Motivacions culturals.
3. Motivacions interpersonals.
4. Motivacions d'estatus i prestigi.

Les motivacions físiques són aquelles que procedeixen de la necessitat de menjar que tenen les persones; les motivacions culturals són aquelles que se centren en la necessitat de conèixer millor una determinada àrea geogràfica o cultural; les motivacions interpersonals són la resposta a la funció social que té la gastronomia com element d'interrelació amb altres persones; i les motivacions d'estatus i prestigi són aquelles que deriven de la distinció social que es busca.

Per desenvolupar el turisme gastronòmic és necessari articular una sèrie de recursos turístics en la destinació. Per això, posicionar la gastronomia com a element clau de singularització i com un dels principals eixos definidors de Girona i el seu patrimoni intangible seria parlar de turisme gastronòmic i del seu desenvolupament.

El turisme es converteix, doncs, en una plataforma de promoció de productes i marques alimentàries locals. Segons Espeitx (2010) el turisme gastronòmic es pot desenvolupar en diferents espais, tots ells complementaris, d'interpretació, de producció i de degustació. El que és important és que aquests espais estiguin vinculats amb el territori, la tradició i la població local.

La gastronomia és un factor decisiu en la planificació i el desenvolupament del viatge. Els turistes tenen en l'alimentació una de les seves principals despeses: consum in situ, compra de souvenirs i participació en rutes i/o fires i festes gastronòmiques. Per això el turisme constitueix una plataforma excepcional per a la promoció dels productes locals i les marques alimentàries i/o culinàries.

L'oferta gastronòmica s'està convertint en un element essencial per a l'enriquiment de les destinacions turístiques, a través de la recerca de noves experiències per part del turista i es converteix en un dels principals elements identificadors i diferenciadors d'un lloc (Montoya, 2003).

Si parlem de turisme gastronòmic podem dir que és aquell que engloba la gastronomia en general, incloent-li menjar i beure, i si parlem de turisme enogastronòmic fem referència a aquell que engloba i emfatitza el paper del vi i de la seva cultura.

Dins de les activitats del turisme gastronòmic sovint s'inclouen activitats participatives que s'emmarquen en l'anomenat turisme creatiu.

Segons Greg Richards (2011) és aquell turisme que ofereix als visitants l'oportunitat de desenvolupar el seu potencial creatiu a través de la participació activa en cursos i experiències d'aprenentatge, que són característics del destí de vacances.

El turisme creatiu sovint és vist com una eina per al desenvolupament del turisme cultural i cada vegada està agafant més pes en aquest segment de mercat.

La ironia és que el turisme creatiu, pel que sembla, ofereix una alternativa al turisme cultural de masses, i pot ser molt més eficaç en l'avantguarda de les noves formes de mercantilització. L'objecte de mercantilització passa de llarg el patrimoni material valorat a través del turisme cultural cap a la cultura intangible de la vida quotidiana, la qual cosa porta a una "colonització cultural" (Lengkeek, 1996). També sembla que les nocions "d'autenticitat" estan canviant en els models de turisme creatiu.

Els agents implicats en el turisme creatiu no es limiten a un sol actor, com són els propis turistes, sinó que implica la interacció creativa dels productors, els consumidors, els polítics i els paisatges per desenvolupar la creativitat incorporada en les experiències de turisme.

L'evolució de la relació entre la creativitat i el turisme, per tant, pot obligar-nos a repensar alguns dels aspectes més rellevants del turisme contemporani.

### 3. ANALISI DE LES CIUTATS CREATIVES DE LA UNESCO

En aquest apartat s'analitzaran, quantitativament, les Ciutats Creatives de la UNESCO amb especial interès en les de gastronomia i, en concret, el cas de Popayán (Colòmbia), amb la seva proposta de candidatura, com a primera ciutat certificada en aquest àmbit.

#### 3.1. CIUTATS CREATIVES UNESCO

La Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO (UCCN per les seves sigles en anglès), creada l'any 2004, pretén enfortir la cooperació internacional entre aquelles ciutats que han identificat la creativitat com un factor estratègic per aconseguir un desenvolupament sostenible, buscant la cooperació públic-privada, així com la implicació de la societat civil i de les institucions culturals.

Les ciutats d'aquesta xarxa treballen conjuntament envers un objectiu comú, situar la creativitat i les indústries culturals al cor dels seus plans de desenvolupament a nivell local, i per això cooperen activament a nivell internacional.

La Xarxa cobreix set àmbits creatius:

- |                              |                |
|------------------------------|----------------|
| 1. Artesania i arts populars | 5. Gastronomia |
| 2. Arts digitals             | 6. Literatura  |
| 3. Cinematogràfic            | 7. Música      |
| 4. Disseny                   |                |

Els objectius de les ciutats creatives els podem identificar en:

1. Reforçar la cooperació internacional entre les ciutats que han reconegut la creativitat com un factor estratègic del seu desenvolupament sostenible.
2. Estimular i millorar les iniciatives liderades per les ciutats membres, per fer de la creativitat un element essencial i un component del desenvolupament urbà, especialment a través d'associacions i de la participació del públic, dels sectors privats i de la societat civil.
3. Enfortir la creació, la producció, la distribució i la difusió d'activitats, béns i serveis.
4. El desenvolupament de centres de creativitat i innovació i ampliar les oportunitats per als creadors i els professionals del sector cultural .
5. Millorar l'accés i la participació en la vida cultural, així com el gaudi dels béns culturals i serveis, en particular per als grups i individus marginats o vulnerables.
6. Integrar plenament la cultura i la creativitat en les estratègies i plans de desenvolupament local.

La xarxa de Ciutats Creatives està formada actualment per 116 membres de 54 països que cobreixen els set àmbits, mencionats anteriorment.

Per tal d'entrar a formar part de la Xarxa de Ciutats Creatives, les ciutats han de ser designades prèviament com a Ciutat Creativa de la UNESCO.

En la Imatge 1 podem veure el mapa de les Ciutats Creatives on cadascuna d'elles està representada amb un color diferent segons l'àmbit creatiu que representa.

Mapa de les Ciutats Creatives de la UNESCO (UCCN) en els seus set àmbits.



Imatge 1 Font: <http://en.unesco.org/creative-cities>

La propera reunió anual de la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO serà del 14 al 16 de setembre de 2016 a Östersund, a la regió de Jämtland Härjedalen, Suècia. La reunió anual vol ser un diàleg clau de la plataforma entre les ciutats creatives i la UNESCO, que cobreixi els objectius i les operacions estratègiques de la UCCN i fomenti l'intercanvi d'informació entre les ciutats membres.

Més específicament, els principals objectius de la reunió anual seran:

- Donar informació actualitzada sobre les activitats dutes a terme per les ciutats, per tal d'executar els objectius de la Xarxa, tant a nivell local com internacional, i formular noves iniciatives d'associació entre ciutats.

- Determinar l'estratègia i les operacions de la xarxa, i posar-se d'acord sobre assumptes importants relacionats amb els desenvolupaments futurs, incloent les prioritats de la Xarxa per a l'any següent.

- Oferir una plataforma clau per al diàleg entre les ciutats creatives i la UNESCO, en relació amb les prioritats de l'Organització sobre la cultura i el desenvolupament i altres qüestions d'interès mutu.

El turisme gastronòmic (incloent el turisme enogastronòmic) és un subsector turístic en vies de consolidació dins d'aquesta xarxa.

La presentació de candidatures ha de prioritzar un dels set dominis de creativitat, si bé s'anima als candidats a posar en relleu les sinèrgies potencials o actuals amb els altres dominis. El nombre de designacions pot dependre de consideracions sobre equilibris territorials o temàtics. Les ciutats designades seran sotmeses a una avaluació periòdica per tal de garantir el seu compromís i la seva contribució activa en el compliment dels objectius de la Xarxa.

Del total de 116 ciutats, segons la classificació d'UNESCO, podem veure quin pes tenen cadascuna d'elles respecte el total en la Taula 2.

Taula 2. Nombre de ciutats per cadascun dels àmbits i geogràficament, segons la classificació d'UNESCO (dades en valors absoluts).

Ciutats Creatives UNESCO	Àfrica	Estats àrabs	Àsia i el Pacífic	Europa i Amèrica Nord	Amèrica Llatina i el Carib	TOTALS
Artesania i arts populars	1	3	9	3	4	22
Arts Digitals	1	0	2	6	0	9
Cinematogràfic	0	0	2	5	1	8
Disseny	0	0	8	11	3	22
Gastronomia	0	1	7	6	4	18
Literatura	0	1	2	16	1	20
Música	2	0	4	9	4	19
<b>TOTALS</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>34</b>	<b>56</b>	<b>17</b>	<b>116</b>

Font: elaboració pròpia

Tal com veiem en la Taula anterior, els àmbits en els que hi ha més Ciutats Creatives certificades són el d'Artesania i arts populars i el de Disseny, seguits de la Literatura, la Música i la Gastronomia.

Els àmbits geogràfics que s'han utilitzat en la taula són els mateixos que utilitza UNESCO.

En la següent taula es fa la classificació de les Ciutats Creatives només en sis dels seus set àmbits, ja que el de gastronomia s'analitzarà en l'apartat següent. També es mostra en aquesta taula la classificació geogràfica, segons criteri de la UNESCO, amb l'any d'incorporació de cadascuna de les ciutats.

Taula 3. Any d'incorporació de cadascuna de les Ciutats Creatives.

<b>Àmbits ciutats creatives</b>	<b>Àfrica</b>	<b>Estats Àrabs</b>	<b>Àsia i Pacífic</b>	<b>Europa i amèrica del nord</b>	<b>Amèrica llatina i el carib</b>
Artesania i arts populars	Lubumbashi 2015	Al-Ahsa 2015 Aswan 2005 Isfahan 2015	Icheon 2010 Bamiyan 2015 Jaipur 2015 Pekalongan 2014 Hangzhou 2012 Jingdezhen 2014 Sasayama 2015 Suzhou 2014 Kanazawa 2009	Fabriano 2013 Santa Fe 2005 Paducach 2013	Sant Cristobal de las Casas 2015 Nassau 2014 Jacmel 2014 Duran 2015
Arts Digitals	Dakar 2014		Sapporo 2013 Gwangju 2014	Lyon 2008 Tel Aviv-Yafo 2014 Austin 2015 Linz 2014 Enghiein-les-Bains 2013 York 2014	
Cinematogràfic			Sydney 2010 Busan 2014	Bitola 2015 Bradford 2012 Sofia 2014 Rome 2015 Galway 2014	Santos 2015

Disseny			Bandung 2015 Seoul 2010 Singapore 2015 Beijing 2012 Shenzhen 2010 Nagoya 2008 Shanghai 2010 Kobe 2008	Kaunas 2015 Montreal 2006 Dundee 2014 Berlin 2005 Detroit 2015 Bilbao 2014 Graz 2011 Helsinki 2014 Torino 2014 Budapest 2015 Saint – Étienne 2010	Curitiba 2014 Buenos Aires 2005 Puebla 2015
Literatura		Baghdad 2015	Dunedin 2014 Melbourne 2008	Ljubljana 2015 Edinburg 2004 Norwich 2012 Tartu 2015 Dublin 2010 Prague 2014 Iowa City 2008 Barcelona 2015 Ulyanovsk 2015 Nottingham 2015 Heidelberg 2014 Lviv 2015 Granada 2014 Krakow 2013 Reykjavik 2011 Óbidos 2015	Motevideo 2015
Música	Brazzaville 2013 Kinshasa 2015		Hamamatsu 2014 Tongyeong 2015 Adelaide 2015 Varanasi 2015	Hannover 2014 Ghent 2009 Liverpool 2015 Katowice 2015 Seville 2006 Mannheim 2014 Glasgow 2008 Bologna 2006 Idanha-a-Nova 2015	Medellin 2015 Salvador 2015 Kingston 2015 Bogota 2012

Font: elaboració pròpia

Tal com veiem en aquesta taula no hi ha correlació entre l'any de certificació, l'àmbit i la regió. En l'àmbit cinematogràfic podem veure que la seva incorporació en totes les regions és a partir de l'any 2010.

S'observa que en els darrers anys hi ha hagut un creixement substancial en el nombre de ciutats certificades que pot ser degut a dues causes:

- La certificació en la majoria de les ciutats pot ser un procés llarg que s'inicia amb la preparació de la candidatura però que fins que finalment s'aconsegueix la certificació poden passar anys.
- La xarxa s'ha anat consolidat i ha augmentat el nombre de sol·licituds.

Taula 4. Importància de les Ciutats Creatives UNESCO segons classificació UNESCO per àmbits geogràfics.

Ciutats Creatives UNESCO	%
Àfrica	4 %
Estats Àrabs	4 %
Àsia i pacífic	29%
Europa i Amèrica de nord	48 %
Amèrica llatina i el carib	15 %

Font: elaboració pròpia

Tal com ja s'intuïa en la Taula 2 veiem que la majoria de les Ciutats Creatives pertanyent a la regió d'Europa i Amèrica del nord, representant quasi la meitat de les 116 ciutats (48%).

Taula 5. Importància de les Ciutats Creatives UNESCO segons àmbits.

Ciutats Creatives UNESCO	%
Artesania i arts populars	18%
Arts digitals	8%
Cinematogràfic	7%
Disseny	18%
Gastronomia	16%
Literatura	17%
Música	16%

Font: elaboració pròpia

Veient el pes en percentatge de cadascun dels àmbits es pot apreciar que les Arts digitals i el Cinema estan relativament per sota dels altres cinc àmbits. També podem apreciar que en els altres àmbits la seva representació percentual és bastant equitativa.

Un cop analitzada quantitativament la situació actual de les Ciutats Creatives, a continuació s'analitzarà l'àmbit específic de la gastronomia.



### 3.2. CIUTATS CREATIVES EN GASTRONOMIA.

Per l'anàlisi de les Ciutats Creatives en Gastronomia es comença representant-les en el següent mapa.

Mapa de les Ciutats Creatives de la UNESCO en Gastronomia



Imatge 2 . Font: <http://en.unesco.org/creative-cities>

La primera en certificar-se va ser Popoyán i així seguidament les altres (Östersund, Chengdu, Jeonju, Zahlé, Florianópolis, Shunde, Tsuruoka) fins l'any 2014 que arriba a un total de vuit ciutats. L'any 2015 es van certificar deu ciutats més (Belém, Bergen, Burgos, Dènica, Ensenada, Gaziantep, Parma, Phuket, Rasht, Tucson) fent un total de divuit .

L'any 2005 es va produir la inscripció de Popayán com a Ciutat Creativa de la UNESCO per la gastronomia i s'obria així la possibilitat per establir una xarxa temàtica en l'àmbit però no es fins l'any 2010 que es crea.

Taula 6. Ciutats creatives certificades en Gastronomia. Classificació geogràfica, criteri UNESCO i any de certificació.

Ciutat creativa	Àfrica	Estats Àrabs	Àsia i Pacífic	Europa i amèrica del nord	Amèrica llatina i el carib
Gastronomia		Zahlé 2013	Jeonju 2012 Tsuruoka 2014 Chengdu 2010 Shunde 2014 Rasht 2015 Gaziantep 2015 Phuket 2015	Tucson 2015 Dénia 2015 Bergen 2015 Östersund 2010 Burgos 2015 Parma 2015	Ensenada 2015 Florianopolis 2014 Belém 2015 Popayán 2005



Font: elaboració pròpia

El 2010 es crea el Grup de Ciutats Creatives per la Gastronomia amb la inscripció de noves ciutats en aquesta categoria coordinada per la ciutat xinesa de Chengdu (Sichuan). El 2014 es va incorporar Florianópolis (Brasil) i el 2015 Belém do Pará (Brasil), Burgos i Dénia (Espanya) i Ensenada (Mèxic); amb el que el grup de ciutats iberoamericanes és de sis respecte al total de divuit existents.

Altres ciutats iberoamericanes estan elaborant candidatures per a la nova convocatòria prevista per a juliol de 2017.

La Taula 7 inclou les ciutats certificades fins l'any 2014. A part de l'any de la certificació hi trobem el logotip que s'ha fet servir i un resum d'alguns trets a tenir en compte per identificar la Ciutat Creativa .

Taula 7. Les ciutat creatives en la Gastronomia certificades fins l'any 2014

Any certificada	Ciutat Creativa Gastronomia	Elements
2005	<p>Popayán (Colòmbia)</p> 	<p>Des de 2003 s'organitza un congrés gastronòmic en què els amants de l'art culinari poden reunir-se per debatre sobre les pràctiques gastronòmiques nacionals i internacionals.</p> <p>La rellevància que va aconseguir l'esdeveniment, que compta cada any amb els més importants acadèmics i mestres de l'art culinari, va permetre que Popayán fos nomenada l'any 2005 com a primera Ciutat Creativa en gastronomia.</p>
2010	<p>Östersund (Suècia)</p> 	<p>La base gastronòmica d'aquesta localitat sueca de la regió Jämtland és l'alimentació sostenible de producció local.</p> <p>Granges de tota la regió estan involucrades en la producció artesanal dels ingredients, que destaquen pel seu caràcter i sabor especial.</p>
2010	<p>Chengdu (Xina)</p> 	<p>El pebre de Sichuan i altres chiles formen part de cada plat de la cuina d'aquesta ciutat xinesa. Una de les especialitats locals és el hotpot o caldera, literalment, "olla de foc". Diversos tipus de carn i verdures tallades finament que es couen per preparar sopa de color vermell brillant amb chiles, all, cebes i el pebre de Sichuan.</p>
2012	<p>Jeonju (Corea del Sud)</p> 	<p>La cultura del menjar està profundament arrelada en una ciutat poblada de restaurants tradicionals, coneguda pels seus mercats d'aliments tradicionals i amb diversos festivals relacionats amb el menjar. Entre els seus plats és famós, principalment, el Jeonju Bibimbap, reconegut internacionalment com una de les mostres més representatives de la cuina coreana.</p>

2013	Zahlé (Liban) 	Situada al centre del país, als peus de la empinada vessant d'una muntanya envoltada de vinyes, la cultura de la ciutat ha girat sempre al voltant de la collita del raïm i els seus productes derivats, com el vi i l'arak. És també el lloc ideal per degustar la famosa meze libanesa en restaurants a l'aire lliure.
2014	Florianópolis (Brasil) 	La ciutat és coneguda al Brasil com "la capital de l'ostra", ja que allà es concentra el 95% de la producció d'aquest marisc. El mar és el principal rebost dels restaurants de la ciutat que, a més d'ostres, serveixen gambes, barbut cuinat a la graella i altres peixos fregits, fumats, rostits sobre teules o embolicats en fulles de plàtan.
2014	Shunde (Xina) 	Els millors xefs del país provenen d'aquesta ciutat cantonesa en la qual, entre d'altres ingredients de les muntanyes, planes i mar que l'envolten, es consumeix i cuina amb llet de búfal.  Un formatge de fulla en salmorra amb una textura molt similar a la del formatge feta grec és un dels seus productes més populars.
2014	Tsuruoka (Japó) 	Aquesta localitat de la província de Yamagata nomenada al desembre 2014 concentra el millor de la gastronomia japonesa. Tres dels seus cuiners van visitar Hondarribia en un acte d'agermanament en què van exhibir la seva destresa en el tall de peix i les seves saboroses sopes.

Font: elaboració pròpia

Un cop vistes les ciutats certificades fins l'any 2014 tenim que l'any 2015 van ser un total de deu ciutats aquelles que van rebre la certificació.

Taula 8. Ciutats creatives per la gastronomia certificades l'any 2015.

Ciutat	País	Enllaç web
Belém	Brasil	<a href="http://www.veropesodacozinhaparaense.com.br">http://www.veropesodacozinhaparaense.com.br</a>
Bergen	Noruega	<a href="https://bergengastronomy.com">https://bergengastronomy.com</a>
Burgos	Espanya	<a href="http://burgoslab.com/?lang=en">http://burgoslab.com/?lang=en</a>
Dènia	Espanya	<a href="http://deniacreative.city">http://deniacreative.city</a>
Ensenada	Mèxic	<a href="http://en.unesco.org/creative-cities/ensenada">http://en.unesco.org/creative-cities/ensenada</a>
Gaziantep	Turquia	<a href="https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep">https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep</a>
Parma	Itàlia	<a href="http://www.parmacityofgastronomy.it">http://www.parmacityofgastronomy.it</a>
Phuket	Tailàndia	<a href="http://en.unesco.org/creative-cities/phuket">http://en.unesco.org/creative-cities/phuket</a>
Rasht	Iran	<a href="http://en.unesco.org/creative-cities//node/378">http://en.unesco.org/creative-cities//node/378</a>
Tucson	Estats Units	<a href="http://ediblebajaarizona.com/tucson-designated-unesco-world-city-of-gastronomy">http://ediblebajaarizona.com/tucson-designated-unesco-world-city-of-gastronomy</a>

Font: elaboració pròpia

De les 18 Ciutats Creatives de la UNESCO en gastronomia en trobem dues d'espanyoles: Burgos i Dènia.

**Burgos**, a través del seu projecte anomenat “Motors Humans” i com a Laboratori Mundial de l'Evolució Gastronòmica, vol aportar solució a un dels principals reptes de la humanitat en aquest segle com és la millora de la salut a través de l'alimentació. Aquests projecte té com objectiu entendre com l'alimentació ha marcat l'evolució de l'home i el que ens espera en el futur més immediat. Segons els responsables del projecte només coneixent el passat podrem escriure el futur com a espècie gastronòmica.

Els investigadors dels Jaciments d'Atapuerca seran els que estableixin la base científica amb la posada en marxa dels estudis d'energètica experimental, que permeten conèixer el consum calòric en repòs i en activitat. Dissenyaran diferents motors humans, depenent del perfil de les persones, la seva edat, la seva constitució física o la pràctica esportiva que realitzen. D'aquesta manera es coneixerà l'aportació energètica recomanable per a la seva salut.

A partir d'aquí, seran els cuiners, amb l'ajuda del departament de tecnologia dels aliments i de nutrició de la universitat de Burgos i els metges, els que dissenyin els plats que millor s'adaptin a un o altre motor utilitzant la matèria primera de la zona.

A **Dénia** el projecte s'anomena Dénia i la Marina Alta "tasting life" (Tastant Vida).

És el programa de Dénia Local Food, l'ens que proposa compartir amb la Xarxa de Ciutats Creatives els coneixements i les experiències en base a un model d'alimentació local, sostenible i respectuós amb el medi ambient. Dénia i la seva regió, composta per 33 poblacions, reuneix en els seus 759 km<sup>2</sup> un total de 185.567 habitants, dels quals 42.016 es concentren a la capital comarcal. Va ser el dia 11 de desembre 2015, que va ser declarada ciutat creativa UNESCO .

El Decàleg de "Dénia Food Ecosystem" és:

1. La comarca com a laboratori creatiu i d'innovació. Un clúster d'indústries culturals relacionades amb la gastronomia i l'alimentació.
2. Més governança i participació de la comunitat en la protecció de la seva biodiversitat.
3. Creixement sostenible (beneficis socials, econòmics i mediambientals ) de la comunitat basat en l'agricultura i la pesca tradicional.
4. Noves oportunitats i noves iniciatives per a una economia local basada en el desenvolupament de la seva indústria agroalimentària i gastronòmica.
5. Col·laboració publico-privada; nous partenariats per als nous desafiaments del desenvolupament urbà sostenible.
6. Una alimentació més sana, vinculada als productes autòctons, i respectuosa amb l'entorn.
7. Una gastronomia creativa i imaginativa entesa com a l'expressió de la identitat del territori i del paisatge.
8. Custòdia dels coneixements agrícoles i pesquers tradicionals, autèntiques "reserves" de sabers per al futur.
9. Reconectar a la gent amb l'origen dels aliments, buscant canvis positius d'actitud en el comportament de tots els actors (consumidors, escoles, cuiners, ciutadans, entre d'altres)
10. Millora de la qualitat de vida de la ciutadania de Dénia i la Marina Alta. Prosperitat, respecte a la diversitat i diàleg intercultural.

Aquests serien, actualment, els dos projectes de les Ciutats Creatives UNESCO a l'estat espanyol.

Un cop identificades les 18 Ciutats Creatives UNESCO en la gastronomia analitzarem la primera certificada Popayán (Colòmbia) nomenada l'11 d'agost del 2005.

### 3.3. EL CAS DE POPAYÁN –COLÒMBIA

La participació de la Corporació Gastronòmica de Popayán en col·laboració amb la ciutat per desenvolupar la seva indústria gastronòmica ha sigut un gran èxit i la notable oferta gastronòmica de la ciutat s'ha convertit en un actiu molt valuós per a la Xarxa.

No només ha inclòs al sector públic en les seves iniciatives per conscienciar la gent del gran potencial gastronòmic de la ciutat sinó que també ha mobilitzat al sector privat i la societat civil.

Els rics plats i ingredients tradicionals de Popayán fan d'ella una ciutat única amb importants recursos en el camp gastronòmic, que li han permès organitzar diversos festivals i esdeveniments gastronòmics des de l'any 2003.

Al mateix temps, també compta amb una tradició gastronòmica que abasta diversos segles. Aquesta tradició inclou sopes i barreja de la massa, amanides, truites i coques de blat de moro i també el chicha (beguda de blat de moro fermentat). També inclou els aliments tradicionals que encara s'utilitzen diàriament com les patates, el blat de moro, l'arròs, la carn de pollastre i la del porc.

Aquesta cultura s'ha transmès per tradició oral durant moltes generacions i és només recentment que els llibres d'aquest patrimoni s'han començat a publicar (per exemple, plats de la cuina de les àvies).

Avui les pràctiques culinàries tradicionals estan protegides a Popayán. Per exemple, certs mètodes de cocció tradicionals com desamargados (fruites i almívars) han sobreviscut a la industrialització dels processos de cocció.

Hi ha un fort respecte per la cuina tradicional a Popayán, especialment durant la Setmana Santa i el Nadal, quan certs aliments són preparats exclusivament per a aquests dies de festa (per exemple sopes de dejuni, sopa de vigília, plats de nit de Nadal).

Un dels actius importants en la gastronomia de Popayán és el clima favorable per a l'agricultura, que va donar lloc al naixement de la seva cuina tradicional (verdures, blat de moro, patates, etc. ). Al mateix temps, amb el pas de la història, algunes influències europees ja s'han integrat en les receptes (menta, ceba, bròquil, etc.).



Les institucions per a la gastronomia són:

- Llibreries, arxius, associacions, centres de recerca.
- Escola de cuina (SENA) dedicada a l'ensenyament de les tècniques de cocció i les indústries de serveis.
- La Corporació Gastronòmica de Popayán responsable de l'organització del congrés nacional de la gastronomia, sinó que també ofereix formació en gestió d'esdeveniments i serveis de taula.

L'any 2003 es va dur a terme el primer congrés de gastronomia nacional en el qual van participar cuiners, professionals de la gastronomia, periodistes, historiadors, antropòlegs, biòlegs i ecologistes. Aquest és un esdeveniment internacional que també incorpora les delegacions dels països veïns (Perú, Veneçuela, Mèxic, Argentina) i va ser el primer esdeveniment acadèmic dedicat a la gastronomia a Colòmbia.

Els restaurants d'alta cuina ofereixen també cuina internacional; al mateix temps trobem restaurants populars especialitzats en la fabricació i venda de plats tradicionals. La preparació tradicional dels plats no s'ha canviat des del segle passat. Els menjars "a porta tancada" consisteixen en oferir menjar tradicional en els menjadors de la família en un context diferent al dels restaurants.

El mercat de menjar tradicional a Popayán compta amb quatre espais que ofereixen una gran varietat d'aliments: la Galeria del Barri Bolívar, la Galeria de l'Esmeralda, la Galeria del Tretze i La Galeria de Las Palmas.

L'any 2003, durant el congrés gastronòmic internacional que es va celebrar a la Ciutat de Poblà, es va crear la Xarxa Llatinoamericana de Ciutats Gastronòmiques, que va integrar Poblà, Popayán i Lima. Aquesta col·laboració internacional té com a objectiu ampliar la cultura gastronòmica dels participants i obrir noves formes de cooperació en les indústries d'aliments i el turisme en la regió Llatinoamericana.

En relació als centres d'educació i formació, la Universitat del Cauca, una de les més antigues d'Amèrica, es va associar amb l'empresa gastronòmica de Popayán mitjançant l'establiment d'un curs d'investigació antropològica sobre el patrimoni gastronòmic de Popayán i la cuina Cauca. Popayán vol sensibilitzar els antropòlegs sobre els diversos aspectes suggerits per la cuina Cauca. La proposta de la ciutat de Burgos com a Ciutat Creativa s'inspira en part en aquestes idees, tal com hem vist després d'analitzar els dos projectes.

L'impacte econòmic es pot valorar a través de la indústria alimentària tradicional. L'elaboració domèstica de plats tradicionals per als alumnes que estudien a la ciutat ha estat una tradició familiar des de fa 150 anys i una de les fonts més comunes d'ingressos per a les famílies més modestes de Popayán.



Altres àmbits de desenvolupament de negoci relacionats en l'àmbit de la gastronomia són el menjar, la fabricació de mobles, l'artesanía i l'edició de llibres de cuina.

La societat gastronòmica de Popayán organitza tallers per tal de capacitar les persones procedents dels entorns més desfavorit en els camps relacionats amb la gastronomia i servei de taula. És una línia molt similar a la que desenvolupa Gastón Acurio al Perú. Aquests tallers són part integral de les polítiques locals per reduir la desocupació i millorar les habilitats de les persones que treballen als restaurants locals.

La xarxa de ciutats gastronòmiques d'Amèrica Llatina està interessada en l'impacte econòmic de la gastronomia com a font d'ocupació i un component privilegiat de desenvolupament turístic. D'aquesta manera la ciutat ofereix la infraestructura necessària per a experiències de viatge alternatives com el turisme gastronòmic. Popayán s'ha convertit en la primera destinació de turisme gastronòmic al sud-oest de Colòmbia gràcies, en part, a la certificació de Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia.

## 4. ESTUDI DEL CAS DE GIRONA

Aquest capítol està format per 3 subapartats. En primer lloc es fa referència al context territorial per emmarcar Girona en el seu àmbit a nivell de gastronomia. En segon lloc, l'estudi de les vuit Directrius UNESCO per esdevenir Ciutat Creativa en l'àmbit de gastronomia i, finalment, es fa una proposta dels possibles agents implicats en el projecte.

### 4.1 CONTEXT: CATALUNYA I EL SEU TERRITORI GIRONA.

En el context es fa referència en primer lloc a Catalunya, parlant de la marca Cuina Catalana, de l'ACT (Agència Catalana de Turisme) i de la Regió Europea de la Gastronomia 2016. En segon lloc, s'introdueix la província de Girona i les seves comarques.

- **La marca Cuina Catalana**

El projecte Marca Cuina Catalana va néixer l'any 2001 des de l'Institut Català de la Cuina i la Fundació Viure el Mediterrani emmarcat en un procés més ampli d'estudi, reflexió i promoció de la cuina catalana, marcat, entre d'altres, pels dos congressos que van tenir lloc els anys 1981-1982 i 1994-1995.

La marca Cuina Catalana disposa d'un logotip propi, d'un segell de qualitat dels plats i d'un llistat de productes que conformen la cuina catalana.

La Marca Cuina Catalana es constitueix com una eina per preservar la cuina catalana i promoure el consum dels productes alimentaris de qualitat del territori català. Valorització, manteniment i protecció del patrimoni natural i cultural català.



Imatge 3 Font: <http://www.cuinacatalana.eu>

La primera fase es va centrar en la recopilació, la validació i l'homologació del receptari de Catalunya i va culminar amb la publicació del Corpus de la Cuina Catalana el novembre de 2006.

El juny de 2009 es va presentar el projecte a París durant la conferència "Comment mettre en valeur notre Patrimoine Gastronomique et le transmettre aux générations futures". El novembre del mateix any, el Corpus de la Cuina Catalana es va presentar a la conferència sobre Inventaris del Patrimoni

Alimentari organitzades per l'IEHCA (Institut Européen d'Histoire et des cultures de l'Alimentation) a Tours.

Durant les jornades es va constatar que Catalunya és un dels pocs països que compten amb un inventari de receptes tradicionals, fet que va despertar l'admiració de països com França, Suïssa o Itàlia, entre d'altres.

El maig de 2011 es publica una edició revisada i ampliada, titulada *Corpus del patrimoni culinari català*, que el març de 2012 ha rebut el primer premi dels prestigiosos Gourmand World Cookbooks, en la modalitat cuina mediterrània.

La Marca Cuina Catalana s'expandeix en els sectors dels menjadors escolars i col·lectius. Existeix la certificació també per a restaurants amb el distintiu de MCC (marca cuina catalana).

- **Pla de Gastronomia de l'ACT (Agència Catalana de Turisme)**

L'ACT desplegarà tot un seguit d'accions per reivindicar la gastronomia com a element identitari del territori català.

L'objectiu d'aquestes accions és posicionar Catalunya com a destinació enogastronòmica de referència als mercats internacionals i donar a conèixer entre el públic català l'enorme varietat i qualitat de les propostes de turisme enogastronòmic de Catalunya.



Imatge 4 Font: <http://act.gencat.cat/?lang=es>

La finalitat de la creació d'un Pla de Gastronomia és articular una proposta global i transversal, definir les línies i les accions estratègiques per consolidar i enfortir el sector en els propers anys i establir un marc d'indicadors mesurables del i pel sector. Aquest Pla tractarà sobre la vessant gastronòmica en els àmbits d'economia, patrimoni, turisme, sostenibilitat, salut, formació, innovació, comunicació i internacionalització.

Una de les accions programades, del 17 al 19 de juny, és "Benvinguts a Pagès" un cap de setmana amb activitats per a donar a conèixer l'oferta de productes alimentaris, allotjaments rurals i menús dels restaurants que ofereixen plats cuinats amb productes de temporada i del territori.

Les conclusions d'aquest pla es volen presentar per part de l'ACT al Fòrum Gastronòmic de Barcelona que tindrà lloc l'octubre 2016.

- **Catalunya Regió Europea de la Gastronomia 2016**

La gastronomia catalana forma part de la identitat de Catalunya i és un element de diferenciació i de gran interès turístic.



Imatge 5 Font: <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2015/11/CREG-2016.pdf>

Catalunya ha obtingut el títol de Regió Europea de la Gastronomia 2016, després que el departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM) i el departament d'Empresa i Ocupació (DEMO), a través de l'Agència Catalana de Turisme, conjuntament amb entitats, agents i personalitats del país, presentessin la candidatura catalana per poder optar a aquest reconeixement.

La Regió Europea de la Gastronomia és una iniciativa impulsada per una plataforma de regions europees i administrada per l'Institut Internacional de Gastronomia, Cultura, Arts i Turisme (IGCAT), que compta amb el suport de les institucions europees. Aquesta iniciativa pretén estimular, recopilar i difondre el coneixement per contribuir a una millor qualitat de vida en les regions europees mitjançant la promoció de les cultures alimentàries i l'estímul de la innovació gastronòmica.

El títol de Regió Europea de la Gastronomia s'atorga a dues o tres regions de la xarxa cada any, les quals, conjuntament o per separat, desenvoluparan un sòlid programa d'esdeveniments i col·laboracions, cosa que ajudarà a les regions a assolir visibilitat, viabilitat, cohesió social i sostenibilitat.

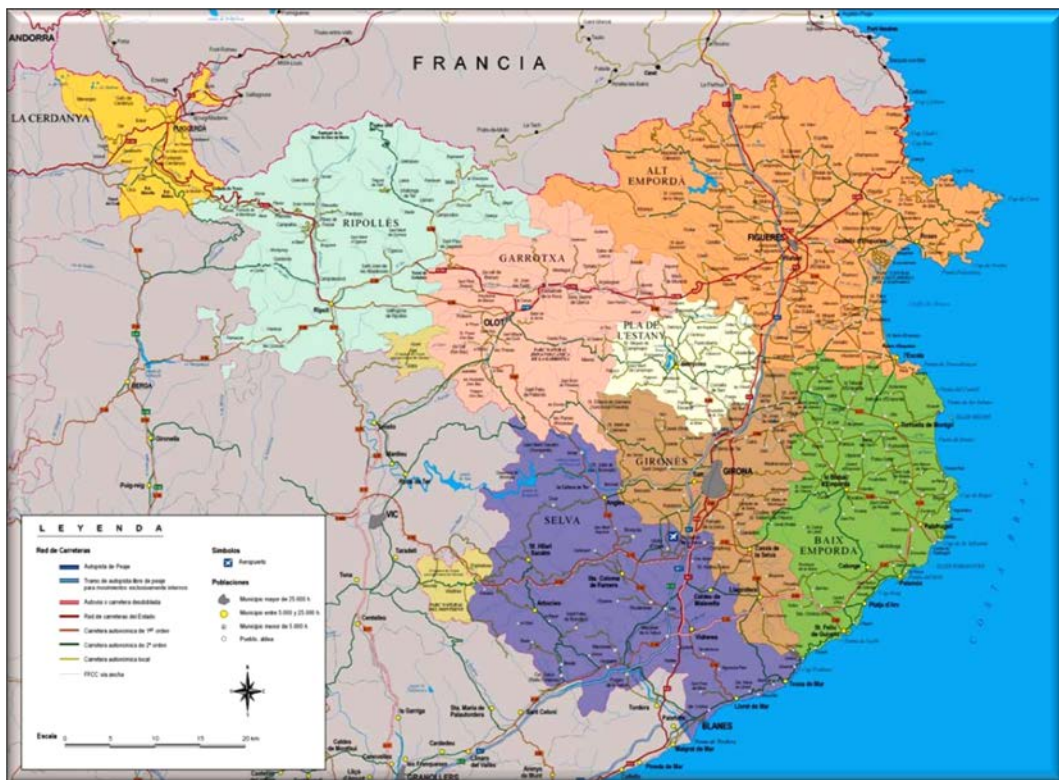
Aquesta distinció té com a objectiu contribuir a una millor qualitat de vida en les regions europees, destacar les diferents cultures alimentàries, estendre l'educació per a una millor salut i sostenibilitat, i fomentar la innovació gastronòmica. Això es vol aconseguir organitzant esdeveniments i mitjançant una plataforma d'intercanvi de coneixements amb el suport de les institucions europees, coordinades per un organisme independent que pot ajudar a recopilar i difondre el coneixement que es genera mitjançant l'activitat de les regions participants.

L'objectiu de Catalunya és promoure els productes alimentaris i la gastronomia catalanes com elements essencials de la identitat del país així com agents clau en la promoció turística. Amb el lema Som Terra, som mar, som gastronomia .

- **Girona i la seva província**

Girona com a capital de província engloba, segons dades de l'IDESCAT de l'any 2015, una població de 97.586 empadronats i uns 120.000 habitants reals; però és el centre d'un sistema urbà molt més ampli que compta amb 300.000 habitants en tota la província de Girona.

Les seves funcions de capital administrativa, la presència de la Universitat, els centres hospitalaris de referència, i la seva activitat comercial i turística, configuren una àrea d'elevada mobilitat en les relacions quotidianes respecte un entorn immediat.



Imatge 6 Font: <http://www.digiatlas.com/mapas/esp/mapa-de-la-provincia-de-girona.html>

En relació a la gastronomia s'ha fet una recollida d'informació de les vuit comarques que integren la província de Girona i el més rellevant de cadascuna d'elles s'incorpora en la Taula 9.

Taula 9. La província de Girona i les seves comarques vers la gastronomia.

<b>ALT EMPORDÀ</b>
<p>Comarca frontera entre França, la Mediterrània, el Baix Empordà, el Gironès, el Pla de l'Estany i la Garrotxa, l'Alt Empordà té una gastronomia rica en productes del mar i de la muntanya, dels quals ha sabut fer una brillant síntesi.</p> <p>És una terra feraç, que genera una primera matèria de gran qualitat, des dels peixos que es venen a Roses o les anxoves de l'Escala, fins a les botifarres dolces, els ànecs i les oques.</p> <p>La bondat de la seva horta, amb les cebes de Figueres, els naps negres de Capmany i les pomes de Sant Pere Pescador, contribueix definitivament a l'exquisidesa dels seus plats.</p> <p>Els vins de la DO Empordà, blancs, caves, negres i vins novells són bones alternatives per acompanyar suquets, botifarres dolces, platillos d'ànec i bunyols de l'Empordà (Brunyols).</p>
<b>BAIX EMPORDÀ</b>
<p>Situada al sud de l'Alt Empordà, aquesta comarca ocupa un extens altiplà que arriba fins a les Gavarres i la Selva i té característiques climàtiques pròpies.</p> <p>La Mediterrània el limita de punta a punta. El secret més gran de la seva gastronomia és la utilització de productes autòctons i de bona qualitat. Com a productes podem destacar: l'arròs de Pals, la gamba de Palamós i el peix blau ganxó, així com les verdures i hortalisses fresques o cuites.</p>
<b>CERDANYA</b>
<p>Amb un paisatge muntanyenc de gran impacte estètic, la Cerdanya ha sabut exportar el plat emblemàtic de la seva cuina, el trinxat de la Cerdanya, que és la suma dels millors ingredients de la comarca. El trinxat és un plat senzill que conserva la puresa dels sabors de l'antiga cuina de muntanya.</p> <p>És una comarca rica en boscos i prats, amb una producció de carn de vedella emparada per una Denominació de Qualitat, productora de mantegues i formatges controlats per la mateixa denominació.</p>
<b>GARROTXA</b>
<p>Regió volcànica per excel·lència, la Garrotxa produeix llegums d'una qualitat excepcional.</p> <p>Un exemple són els fesolets de Santa Pau, important atractiu d'aquesta antiga població, que ha conservat el seu caràcter Medieval.</p> <p>La cuina volcànica és un actiu molt important amb elements com els fesols i el farro (blat integral) que de vegades substituïa la pasta o l'arròs. També destaquen els plats de cacera.</p>

<b>GIRONÈS</b>
<p>És una de les comarques més riques de Catalunya. Configura un triangle amb les terres de la Garrotxa, el Pla de l'Estany, l'Alt i el Baix Empordà i la Selva.</p> <p>La indústria càrnica del Gironès és de gran importància, la seva cuina és rica en platillos de vedella, d'ànec i de xai. També els embotits configuren una oferta de gran importància gastronòmica juntament amb la vedella i la poma del Gironès.</p>
<b>EL PLA DE L'ESTANY</b>
<p>La comarca del Pla de l'Estany està encerclada per la Garrotxa, l'Alt Empordà i el Gironès.</p> <p>L'agricultura determina una part important de la seva economia, atès el seu clima adient per al creixement de farratges. Una ramaderia potent, bovina i porcina, i un aviram de qualitat, amb ànecs productors de foie gras, integren l'oferta gastronòmica. També cal mencionar les Farinetes de Fajol i la Mel de Crespià.</p>
<b>RIPOLLÈS</b>
<p>La comarca del Ripollès s'estén entre cims, plans cultivats i bancals oberts a les faldes de les muntanyes, la part superior de les quals està coberta de boscos de pins, avets, roures i fagedes. És una terra de bolets, propiciats per la humitat i la massa arbòria.</p> <p>La gran quantitat de terres no cultivades fa que hi hagi caça abundant i trobem les perdius i les becades del Ripollès que tenen gran reputació gastronòmica.</p> <p>Es tracta d'una cuina de muntanya, pirinenca, abundosa en formatges i derivats de la llet.</p>
<b>LA SELVA</b>
<p>La Selva està emmarcada per les terres de la Garrotxa, el Gironès, Osona, el Vallès Oriental i el Maresme i s'obre a la Mediterrània.</p> <p>La riquesa de la terra i la tradició de la cuina marinera determinen una gran varietat de plats així com també de productes elaborats com són els embotits. Les fonts de Caldes de Malavella, Sant Hilari Sacalm, Arbúcies i Amer proporcionen bones aigües, d'efectes saludables.</p> <p>A la Selva podem descobrir la gastronomia selvatana, amb representació de la cuina del mar (peix, marisc, etc.), de la muntanya (caça, bolets, etc.) i de la plana (hortalisses, fruiters, etc.).</p>

Segons aquesta taula podem veure el potencial de la província de Girona pel que fa la gastronomia de la regió i que, necessàriament, caldrà que molts d'aquests elements formin part de la proposta de candidatura.



## 4.2 LES VUIT DIRECTRIUS SEGONS UNESCO PER A LES CIUTATS CREATIVES DE LA GASTRONOMIA COM A REQUISITS.

Tal i com s'ha mencionat en la metodologia, per a la realització d'aquest apartat s'han fet una sèrie d'entrevistes. Del total dels 16 entrevistats cap d'ells coneixia el concepte de Ciutat Creativa i menys en l'àmbit de la Gastronomia.

Seguint la metodologia proposada, i amb l'ajuda d'una presentació power point, s'explicava el concepte de Ciutats Creatives de la UNESCO en els seus set àmbits.

L'entrevista seguia un guió semi-estructurat per detectar quina informació podien aportar els entrevistats en relació a les vuit Directrius, això ha permès construir aquest apartat en base al coneixement i l'experiència de personalitats destacades i/o vinculades a la gastronomia.

En la taula següent es mostren les vuit directrius que seran analitzades en aquest apartat.

Taula 10. Les vuit Directrius UNESCO

GIRONA	
①	Gastronomia desenvolupada i característica del centre urbà o de la regió (Província de Girona)
②	Comunitat activa de la gastronomia i presència de xefs i restaurants de cuina tradicional
③	Ingredients endògens utilitzats en la cuina tradicional
④	Pràctiques culinàries tradicionals i mètodes de cuina que hagin sobreviscut a l'avanç industrial i tecnològic
⑤	Presència d'un mercat i d'una indústria de l'alimentació tradicional
⑥	Experiència en l'organització de festivals gastronòmics, premis, concursos i altres mitjans de reconeixement gastronòmic
⑦	Respecte del medi ambient i suport als productes autòctons
⑧	Estímuls de la valoració pública, promoció d'una alimentació sana a les escoles i la introducció del tema de la biodiversitat a les escoles de cuina

Font: elaboració pròpia

Per tal de facilitar la lectura del resultat de les entrevistes s'ha fet una taula sintetitzant la informació obtinguda.



En aquesta taula, a més de les vuit Directrius, s'hi ha incorporat una nova columna que correspon als equipaments que ja existeixen vinculats a la gastronomia, a la cuina i/o indústria alimentària que aporten un valor afegit al territori.

A la província de Girona el equipaments detectats a partir de les entrevistes han estat:

- El FoodLab que és un centre d'innovació en gastronomia industrial situat a Riudellots de la Selva. El Sr. Lluís Barnés en la seva entrevista va reflexionar sobre la importància dels embotits i del tractament del porc com a producte especialment a la població de Riudellots de la Selva.
- El Centre Domus Sent Soví d'Hostalric que és una Centre d'experimentació gastronòmica on gaudir i conèixer el Patrimoni Gastronòmic Català, posant en relleu la seva personalitat pròpia i diferenciada. De l'entrevista feta amb en Sr. Salvador García-Arbós es va despendre la la importància que tenen els equipaments a la província de Girona.

La darrera pregunta que es feia era "creu que seria un bon label per Girona ser Ciutat Creativa UNESCO de la gastronomia?". Tots els entrevistats van contestar que sí. Alguns més efusivament que d'altres, però majoritàriament tots van creure podria ser una bona opció tant per la ciutat com per tota la província de Girona.

Treballar el posicionament de Girona i la gastronomia va ser valorat positivament per tots els entrevistats.

Taula 11. Quadre resum amb la informació extreta de les entrevistes.

DIRECTRIUS UNESCO	1	2	3	4	5	6	7	8	Altres
	Gastronomia desenvolupada i característica del centre urbà o del la regió.	Comunitat activa de la gastronomia i presència de xefs i restaurants de la cuina tradicional.	Ingredients endògens utilitzats en la cuina tradicional.	Pràctiques culinàries tradicionals i mètodes de cuina que hagin sobreviscut a l'avanç industrial i tecnològic.	Presència d'un mercat i d'una indústria de l'alimentació tradicional.	Experiència en l'organització de festivals gastronòmics, premis, concursos i altres mitjans de reconeixement gastronòmic.	Respecte pel medi ambient i suport als productes autòctons.	Estímuls de la valoració pública, promoció d'una alimentació sana a les escoles i la introducció del tema de la biodiversitat a les escoles de cuina.	Equipaments vinculats a la gastronomia i/o indústria alimentària
Salvador Garcia-Arbós	*	*			*	*	*		*
Josep M <sup>a</sup> Matamala Alzina	*	*			*	*			*
Toni Vallory Subirà	*	*	*	*	*	*	*		
Joaquim Majó Fernandez	*		*		*	*	*	*	*
Martí Sabrià Deulofeu	*	*	*	*	*	*			
Lluís Barnés Tarrés	*				*		*		*
Carles Benítez Portillo	*		*		*				*
Anna Cuadrat Mestres	*	*	*		*	*			
Montse Viñals Compta	*				*			*	
Gonzalo Herrero Arroyo	*	*	*	*	*	*	*		*
Carmen Carretero	*	*	*	*	*	*			
Jaume Marín Rabiol	*				*	*			
Glòria Plana Yanes	*				*	*			
Josep Roca Fontané	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Joan Roca Fontané	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Josep Carreras Espígol	*	*		*	*	*	*	*	

Font: elaboració pròpia

#### 4.2.1 DIRECTRIU 1: GASTRONOMIA DESENVOLUPADA I CARACTERÍSTICA DEL CENTRE URBÀ O DE LA REGIÓ.

La ciutat de Girona destaca per un gran dinamisme culinari, caracteritzat per la combinació de la cuina tradicional i d'avantguarda, sense oblidar les seves arrels i el producte autòcton del territori.

Tant Girona com tota la seva província compten amb una extensa oferta de restaurants i amb una gran varietat de cuines: catalana, mediterrània, de mercat, d'autor.... No podem deixar-nos els orígens de la cuina gironina tant la cuina de les àvies, com la cuina de pagès, la cuina dels pescadors o la cuina dels carboners.

Per exemple, tot el receptari de la cuina marinera de la Costa Brava està recollit en un llibre d'en Jaume Fàbrega on hi han receptes tradicionals dels pescadors i on també s'explica la cuina dels pescadors de la Costa Brava.

La gastronomia gironina ha esdevingut un referent internacional gràcies al Celler de Can Roca, als xefs amb estrella Michelin, als productes i productors de la província de Girona. En la següent imatge podem veure quins són els productes destacats segons l'àrea de Turisme de l'Ajuntament de Girona.



Imatge 7 Font: <http://www.girona.cat/turisme/cat/gastronomia.php>

Segons el Sr. Joan Roca "tenim un pòsit", una història pròpia on el territori, el producte i el saber fer de les generacions anteriors demostren que tenim una gastronomia desenvolupada i característica de la província de Girona.

La cuina parteix d'un territori, ja ho deia Josep Pla o el geògraf francès Pierre de Fontaine, i d'una història gastronòmica que és la més antiga d'Europa juntament amb la italiana.

El primer llibre europeu de receptes és català, el *Llibre de Sent Soví*, de 1324. Cal remarcar l'existència d'una continuïtat bibliogràfica en la cuina catalana des del segle XIV fins l'actualitat que ha donat grans títols com els del mateix Pla on a la província de Girona n'és protagonista.

No podem deixar de mencionar el *Llibre de la cuina catalana*, publicat el 1924 per Ferran Agulló, periodista, polític i escriptor nascut a Girona que, en aquest llibre, inclou nombroses receptes i informació sobre aquest territori i la seva cuina.

L'escriptor català Josep Pla tenia amistat amb diversos pagesos i pescadors i amb alguns grans cuiners empordanesos. Entre tots aquells cuiners amb qui Pla tenia un cert lligam destaca Josep Mercader, fundador de l'Hotel Empordà, el 'Mòtel', a Figueres, i pare de la cuina catalana moderna. Mai va renunciar a la tradició però la va canviar, inspirat en la "nouvelle cuisine". Alguns dels plats més destacats van ser la sopa de farigola, les favetes a la menta, els naps amb rocafort, el sorbet de flor de farigola, el gelat de regalèssia, l'orella de porc confitada amb patates saltades i el bacallà a la mussolina d'all. La seva influència ha estat tan important que totes les seves receptes han estat copiades i, fins i tot, molts pensen que aquella manera de fer tan refinada forma part del receptari tradicional, no tan sols català.

En l'entrevista feta amb el Sr. Josep Carreras s'ha pogut valorar el paper que els empresaris d'hostaleria haurien de tenir en aquest projecte de candidatura de Girona Ciutat Creativa de la gastronomia. S'ha detectat una greu debilitat en la manca de finançament d'aquest col·lectiu tot i que valoren positivament el projecte.

De l'entrevista feta amb el Sr. Joaquim Majó, Degà de la Facultat de Turisme de l'UdG, es va poder arribar a la conclusió de que si la pròpia facultat tenia una Càtedra de gastronomia era per posar en valor allò que ja existeix en el territori. El principal objectiu de la Càtedra de gastronomia, cultura i turisme de Calonge-Sant Antoni és vincular la universitat amb el territori a través de la gastronomia, la cultura i el turisme. Un altre objectiu és la promoció d'estudis que s'encavalquin sobre els tres eixos, així com la difusió d'aquest coneixement.

Amb el Sr. Gonzalo Herrero, director EHTG, es va detectar que aquesta gastronomia tant desenvolupada la podíem trobar fins i tot a les aules de l'escola d'hostaleria, que des de fa 50 anys treballa per la formació i la conservació de la gastronomia de la zona.

Finalment, amb l'entrevista al Sr. Jaume Marín, cap de màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava, també es va poder valorar la gastronomia de la província de Girona com un element d'identitat i de promoció tant dels productes com de la gastronomia en l'àmbit turístic.

#### 4.2.2 DIRECTRIU 2: COMUNITAT ACTIVA DE LA GASTRONOMIA I PRESÈNCIA DE XEFS I RESTAURANTS DE LA CUINA TRADICIONAL.

A Girona trobem molts restaurants on s'hi pot degustar tot un ventall de cuines: catalana, d'autor, mediterrània, oriental, de mercat, vegetariana, basca, de fusió... A més, la ciutat es troba en una zona amb un gran dinamisme culinari i gaudeix d'una posició geogràfica que li permet disposar d'una gran varietat d'ingredients i de productes de molta qualitat arribats del mar i de la muntanya.

Girona esdevé una ciutat receptora i emissora de professionals, de noves tècniques, de nous plats, d'idees i conceptes gràcies, en part, al Fòrum Gastronòmic, segons el Sr. Josep Maria Matamala (INCATIS).

Segons aquesta Directriu un dels elements que ajuda a posicionar una candidatura és l'existència de col·lectius de cuina tradicional i aquests existeixen a la província de Girona. L'any 2007, es va crear l'actual col·lectiu de cuina Girona Bons Fogons, agafant el nom i relleu del que van intentar crear vint-i-cinc anys abans un petit grup de cuiners gironins liderats pel visionari Juli Lara i Bosch. Aquest col·lectiu està format per un grup de cuiners-amics de restaurants del Gironès, el Pla de l'Estany i la Selva, units pel desig compartit de recuperar, mantenir, actualitzar i promoure els coneixements, costums i productes de la cultura gastronòmica gironina així com el seu extens receptari tradicional.

Taula 12 . Membres de Girona Bons Fogons.

 <b>Cuiner/a</b>	<b>Restaurant</b>	<b>Municipi</b>
Christian Castillo	Cal Ros	Girona
Josep Sabrià	Duc de l'Obac	Bonmatí
Toni Vallory	Egg gastronomia	Girona
Joan Roca	El Cellar de Can Roca	Girona
Jaume Vila	La Banyeta	Palol de Revardit
Jimena Apellaniz	La Riera	Sant Martí Vell
Sergi Ballús	Occi	Girona
Pere Massana	Massana	Girona
Rodrigo Palet	Umai	Girona

Font: elaboració pròpia

Amb l'entrevista feta al Sr. Toni Vallory es va poder conèixer de primera mà la feina feta per aquest col·lectiu.

En l'entrevista amb el Sr. Martí Sabrià es va poder valorar la importància d'aquests col·lectius així com la feina feta durant tants d'anys que ha portat a obtenir els resultats actuals.

Altres exemples destacables de col·lectius serien:

- La cuina de l'Empordanet que depèn de l'Associació d'Empresaris de Restaurants de la Costa Brava Centre. L'any 1995 setze restaurants de la comarca del Baix Empordà es constitueixen formalment com a col·lectiu gastronòmic amb el nom Cuina de l'Empordanet i amb l'objectiu de promocionar la qualitat gastronòmica del territori entre el públic consumidor, el sector periodístic i també entre els *touropersadors* internacionals, i identificar l'Empordà com una destinació gastronòmica de primera magnitud.

Aquest grup realitza, al llarg de tot l'any, campanyes gastronòmiques dedicades a productes com ara la garoina (garota), la gamba o l'arròs.

- Cuina volcànica és la marca que identifica els plats confeccionats amb productes que es consideren propis de la terra volcànica de la Garrotxa. L'any 1994 neix aquest grup que està format per un conjunt de restaurants que han consolidat una cuina apassionada, basada en els usos gastronòmics més arrelats a la comarca. Creuen en la necessitat de representar, defensar i promocionar el territori i tota la seva àrea agroalimentària, utilitzant en la seva cuina els productes conreats, criats i elaborats de forma artesanal a la pròpia comarca de la Garrotxa.

Es tracta d'una cuina de comarca, a l'abast de tots els paladars, basada en un receptari tradicional, creatiu i atrevit, que fa créixer les inquietuds i les curiositats culinàries pròpies de la zona.

- Cuina Pirinenca de la Cerdanya neix de la inquietud de l'Associació Gastronòmica Pirineus Cerdanya, d'un grup de restauradors que formen part de l'Associació de Bars i Restaurants i de l'Associació d'Hotels i Càmpings de la Cerdanya amb l'objectiu d'impulsar una nova entitat sota la qual s'hi han acollit els restaurants que fan una aposta decidida per la qualitat, el producte local i el turisme culinari de la comarca. Aquesta comarca, a més, disposa d'una rica tradició gastronòmica i turística.

Podem concloure que existeix una comunitat activa, la mostra en són els col·lectius de cuina. El Sr. Jaume Marin va destacar la importància d'aquests col·lectius a la Costa Brava com a dinamitzadors tant del producte com del territori. A Girona també tenim el millor xef del món 2016 el Sr. Joan Roca.



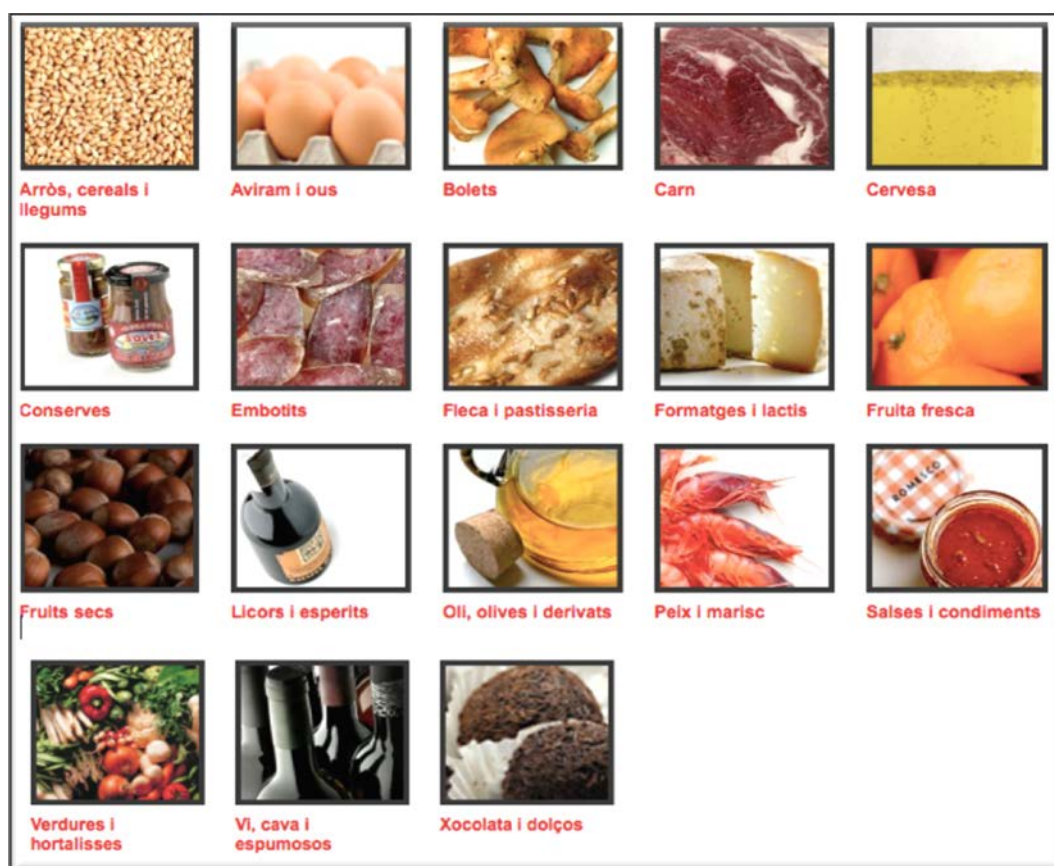
### 4.2.3 DIRECTRIU 3: INGREDIENTS ENDÒGENS UTILITZATS EN LA CUINA TRADICIONAL.

La Gerunda romana va acceptar el sistema alimentari aportat per grecs i romans: pa de blat i farinetes, blat consumit en gra i llegums (potser portats des d'Àfrica) i fruites seques com les ametlles aportades pels romans. Aquest era el sistema alimentari de les classes populars, fonamentalment vegetarià, a base de pa, coques, farinetes, bullits i sopes, tot en un plat únic.

Els rics, a més, disposaven de tota mena de carns, començant pel porc, i acabant amb les peces de cacera més exòtica, tota classe de peixos i mariscs, i fins i tot, de fruites, de verdures i d'espècies llunyanes.

En l'època del Renaixement i el Barroc els nous productes americans, com són les trufes o patates, els tomàquets o tomates i les mongetes o fesols s'introdueixen en aquesta gastronomia.

Si parlem d'ingredients cal parlar dels productes. La classificació dels productes podem fer-la segons territori, distintiu, tipus de producte o per temporada. En la següent Imatge podem trobar la classificació per producte segons la Gastroteca.



Imatge 8 Font: <http://www.gastroteca.cat/ca/productes-per-tipus-de-producte/>





La Gastroteca.cat és una eina de suport a la comercialització dels productes agroalimentaris locals; un canal interactiu i dinàmic al servei dels professionals del sector (distribuidors, cuiners, productors, elaboradors, artesans alimentaris, gastrònoms, promotors del turisme gastronòmic, entre d'altres) consumidors i entitats que treballen en l'entorn dels productes agroalimentaris locals.

En la taula següent trobem la llista dels 60 productes de Girona inscrits en la Gastroteca.





Taula 13. Llista de productes de la Província de Girona

Llista de productes de la Província de Girona	
 Arròs, cereals i llegums	Arròs de Pals Fajol Farro Fesol de Santa Pau Mongeta de Collsacabra
 Aviram	Pollastre de l'Empordà
 Bolets	Escarlet o Carlet Ou de Reig Tòfona Rossinyol Rovelló



 <p>Carns</p>	<p>Ovella ripollesa</p> <p>Porc</p> <p>Senglar</p> <p>Vedella amb Marca Q</p> <p>Vedella IGP dels Pirineus Catalans</p> <p>Xai amb marca Q</p>
 <p>Cervesa</p>	<p>Keks, cervesa de fajol</p>
 <p>Conserves</p>	<p>Anxova de l'escala</p>
 <p>Embotits</p>	<p>Botifarra blanca</p> <p>Botifarra crua</p> <p>Botifarra d'ou</p> <p>Botifarra de perol</p> <p>Botifarra dolça</p> <p>Botifarra negra</p>

 <p>Fleca i pastisseria</p>	<p>Carquinyolis</p> <p>Galetes de Santa Coloma de Farners</p> <p>Jaumets de Sant Hilari</p> <p>Pa de pagès</p> <p>Taps de Cadaquès</p> <p>Tortada d'ametlla de Banyoles</p> <p>Tortell d'Olot</p> <p>Brunyols de l'Empordà</p> <p>Xuixo de Girona</p>
 <p>Formatge i lactis</p>	<p>Formatge fresc</p> <p>Formatge Garrotxa ( formatge de cabra)</p> <p>Iogurt</p> <p>Mató</p> <p>Recuit</p>
 <p>Fruita fresca</p>	<p>Poma IGP de Girona</p>
 <p>Fruits secs</p>	<p>Avellana de la Selva</p> <p>Castanya</p>

 <p>Licors i esperits</p>	<p>Ratafia Selva DG Ratafia Catalana</p>
 <p>Olis, olives i derivats</p>	<p>Oli DOP Empordà</p>
 <p>Peix i Marisc</p>	<p>Escamarlà  Gamba de Palamós  Garoina  Tellerina de Roses</p>
 <p>Verdures i hortalisses</p>	<p>All de Banyoles  Bitxo de Girona  Ceba de Figueres  Col d'hivern de la Cerdanya  Escarola de cabell d'àngel  Nap negre de muntanya  Patata de la Vall d'en Bas i de Camprodon  Salsafí de Girona i la Selva  Tomàquet de pera</p>

 <p>Xocolata i dolços</p>	<p>Mel Crespià</p> <p>Confitura</p> <p>(Museu de la Confitura a Torrent )</p>
 <p>Vi, cava i espumosos</p>	<p>Vi DO Empordà DO Empordà</p>

Font: <http://www.gastroteca.cat/ca/productes-per-tipus-de-producte/>

De l'entrevista amb el Sr. Josep Roca es va poder entendre una mica més la rellevància del món del vi, que és tota una cultura i tradició present a Girona.

Si parlem de vins cal mencionar els de la DO Empordà. La peculiar orografia de l'Empordà, que combina mar i muntanya, i el clima mediterrani defineixen la personalitat dels vins d'aquesta DO. La insolació és elevada i la pluviositat és notable; els terrenys àcids afavoreixen el naixement de vins de qualitat; les vinyes, per evitar quedar malmeses per la tramuntana, creixen a pocs centímetres del terra i en garanteixen un bon estat sanitari.

Els vins rosats d'aquesta DO es fan amb les varietats de raïm *carinyena*, *garnatxa negra* i *lledoner*, i són afruitats, moderats i molt saborosos. Els negres es fan amb varietats recomanades com la *garnatxa negra* i són afruitats i lleugers. Els blancs es fan amb *macabeu* i *garnatxa blanca*, i són frescos i saborosos. També s'hi fa la Garnatxa de l'Empordà, un vi dolç elaborat a partir d'aquesta varietat de raïm blanc, i el moscatell.

Els vins ecològics, les misteles, els vins de raïm sobre madurat i els vins escumosos completen l'oferta vitivinícola de la DO Empordà, que comprèn 2.000 ha de vinya i té una producció anual de 52.148 hl, amb 423 viticultors i 45 cellers.

A Calonge-Sant Antoni podem trobar un exemple de vins ecològics fets a pagès.

#### 4.2.4 DIRECTRIU 4: PRÀCTIQUES CULINÀRIES TRADICIONALS I MÈTODES DE CUINA QUE HAGIN SOBREVISCUT A L'AVANÇ INDUSTRIAL I TECNOLÒGIC.

Els primers llibres escrits en català sobre la nostra cuina són *El Llibre de Sent Soví* (1324), un manual anònim amb un centenar de receptes, i el *Llibre de Coch* (1520) escrit per Robert de Nola; ambdós autèntics tresors per a amants de la cuina.

Josep Pla va escriure que "la gastronomia d'una terra és el seu paisatge dins d'una cassola". La passió pels mariscs, els productes agrícoles i de muntanya, i la riquesa i originalitat de la cuina tradicional són la raó per la qual la cuina catalana s'ha convertit en una de les més admirades en el món.

La cuina és territori, història i cultura. El receptari tradicional català constitueix una mostra de l'enorme rebost i del variat paisatge de la mediterrània. El mar i la muntanya, la pesca, la caça, els productes de l'horta, els làctics i els vins reflecteixen la riquesa gastronòmica de la província de Girona.

Els llibres de receptes inclouen els mètodes de tradicionals de com fer els plats, moltes d'aquestes receptes tradicionals encara és continuen fent com el mar i muntanya, la vedella amb bolets, entre d'altres. Com ja s'ha mencionat en el context, el *Corpus de la Cuina Catalana* recull les principals receptes tradicionals, també les de la província de Girona.

Els sistemes de cocció són els sistemes de transformació culinària que tenen com a base l'escalfament i que comporten la variació de les característiques fisicoquímiques dels aliments. La presència del tractament per escalfor és clarament dominant en la preparació dels peixos i de les carns, i ineludible en l'elaboració de llegums, cereals i bona part de les verdures.

Segons el Sr. Joan Roca els principals sistemes de cocció podrien ser: el bullit, el vapor, el saltat, el sofregit, el confitat, el rostit, a la brasa, l'escalivat, a la planxa o llosa, el gratinat, el guisat o el rostit a la cassola.

Les confitures i les melmelades, la fruita en almívar, la fruita confitada són productes que resulten de tècniques de conservació de la fruita basades en el sucre.

Dins de les pràctiques o tècniques tradicionals també cal citar els sofregits i les picades.

El sofregit és una de les salses bàsiques de la cuina catalana. Es considera la base culinària per excel·lència de la nostra gastronomia. Els ingredients bàsics del sofregit són la ceba, l'oli i el tomàquet, si bé també se n'hi poden incorporar d'altres com l'all, el julivert o el pebrot i, fins i tot, ametlles, herbes, espècies i farina.

La picada és l'altre gran component dels plats tradicionals. Comprèn ingredients com els fruits secs, l'all i el pa torrat, entre d'altres, que, després de fer-los passar per un morter i esmicolar-los, s'afegeixen a una gran diversitat de guisats, tant en plats de peix, de verdura o de carn.

La presència de la picada compleix fonamentalment quatre objectius:

- Dóna més sabor als guisats
- Permet generar un color més intens
- Serveix per espessir
- Genera textures interessants

Les salaons de peix, com les tradicionals anxoves que encara conserven la manera de preparar-les, és un altre dels elements a destacar. Tenim l'exemple de les anxoves de l'Escala que encara conserven els mètodes tradicionals d'elaboració adaptats a les normatives sanitàries vigents.

Tant el Sr. Toni Vallory com el Sr. Joan Roca identifiquen l'existència d'unes pràctiques culinàries tradicionals i que algunes d'elles han sobreviscut a l'avanç industrial i tecnològic com són les conserves. En definitiva, tant la tradició com la modernitat es fusionen.

De l'entrevista amb la Sra. Carme Carretero es va poder arribar a la conclusió que la cuina del "xup xup" encara existeix i que la recerca en l'alimentació és un factor clau, tot i que els mètodes tradicionals de cuina encara existeixen i es conserven.

Un exemple d'aquesta cuina la podem observar a través de l'experiència de les Cuineres de Sils que posen en valor el saber fer de la cuina de les àvies. Són el record vivent que encara es practica en certes cases i famílies.

#### 4.2.5 DIRECTRIU 5: PRESÈNCIA D'UN MERCAT I D'UNA INDÚSTRIA DE L'ALIMENTACIÓ TRADICIONAL.

A Girona existeix una Xarxa de Mercats Municipals. Quan entrem al mercat municipal és com si estiguéssim al rebost de casa, un espai on els productes s'endrecen i es disposen acuradament per triar cada dia els ingredients dels àpats quotidians o dels plats elaborats per les festes assenyalades. El mercat forma part de la vida quotidiana i ens explica la història dels nostres pobles.

Existeixen els mercats setmanals en els diferents municipis de la província on hi trobem productes frescos (en la majoria d'ells) i, també, els mercats de productes ecològics.

També hi han els mercats municipals sedentaris de les comarques gironines, en total són nou i els trobem a diferents poblacions tal i com es mostra en la Taula 14.

Taula 14. Poblacions on trobem mercats sedentaris.

<b>Xarxa de mercats sedentaris</b>
Lloret de Mar
Olot
Palafrugell
Girona - Plaça del Lleó
Palamós
Portbou
Roses
Salt
Sant Feliu de Guíxols

Font: elaboració pròpia

La xarxa de Mercats Municipals va organitzar la 1<sup>a</sup> jornada de Mercats Municipals Gironins el passat 6 d'octubre de 2015. El comerç de proximitat és un tipus d'activitat econòmica que vertebrava i cohesiona els municipis, i els mercats municipals actuen com a element dinamitzador i vital per a ells.

El mercat és parada obligatòria de molts cuiners de la ciutat per abastir els seus restaurants, i el punt de trobada de les compres diàries dels gironins i gironines.

El Mercat de la plaça del Lleó a Girona és el centre de distribució de producte fresc de la ciutat. Acull un total de 60 parades de diversa tipologia: carn, peix, fruites, verdures i queviures entre d'altres.

Existeix una revista que s'anomena Milfulls que és una eina de difusió gastronòmica per donar a conèixer els mercats municipals i una cuina basada en plats elaborats amb productes locals i de temporada.



Imatge 9 Font: <http://www.ddgi.cat/milfulls/faces/index.xhtml>

D'una manera visual i entretinguda, aquesta revista posa a l'abast de tothom la possibilitat de conèixer els aliments que dóna la terra, i mostra a quins mercats es poden trobar. En aquest sentit també inclou consells dels millors xefs de les comarques gironines que comparteixen els seus secrets de cuina.

A través de l'entrevista feta amb el Sr. Carles Benítez (DipLab Diputació de Girona) es va constatar quin és el paper dels mercats sedentaris i es van descobrir iniciatives com la revista Milfulls.

Un altre exemple de mercat és Mercagirona. El 14 de maig de 1984 s'inaugura aquest mercat majorista de fruites i verdures. A finals del segle XIX els primers assentadors majoristes es van instal·lar a la ciutat de Girona, a la plaça de la Independència. El primer assentador del qual es té referència és l'avi Foixà, que es va instal·lar com a majorista, receptor i distribuïdor de les verdures als distints venedors del mercat gironí. De mica en mica, nous assentadors es van anar instal·lant.

L'activitat comercial cada cop va augmentar més i l'indret es va fer petit. Passada la Guerra Civil, els majoristes es van traslladar als carrers adjacents del nou mercat d'abastaments. L'activitat i dinàmica que desenvolupa en si mateix el mercat a l'engròs va fer que, a iniciativa de l'Ajuntament i amb el recolzament dels majoristes, es construís Mercagirona dins del pla d'abastaments de la ciutat, el 1984.

De l'entrevista feta a la Sra. Glòria Plana (regidora Turisme Ajuntament de Girona) es va parlar tant de turisme com de comerç amb temes com el Mercat municipal d'abastaments, els mercats i fires al carrer, Mercagirona, les associacions de comerciants i la promoció i la dinamització del comerç .



#### 4.2.6 DIRECTRIU 6: EXPERIÈNCIA EN L'ORGANITZACIÓ DE FESTIVALS GASTRONÒMICS, PREMIS, CONCURSOS I ALTRES MITJANS DE RECONeixEMENT GASTRONÒMIC.

En aquest apartat trobem diverses accions. Els restaurants de la ciutat organitzen mostres gastronòmiques amb els productes locals propis de cada temporada: Jornades de la Tòfona, mostra de cuina d'estiu, Rambleja i Tasta, Gastroflors per Girona per Temps de Flors, Cicle de Cinema i Gastronomia...

L'Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona (AHTRG) engega la 36a edició de la Setmana Gastronòmica Gironina (SGG), la mostra culinària més antiga de tot Catalunya, del divendres 15 al diumenge 24 d'abril de 2016.

La Setmana Gastronòmica Gironina és una referència a les comarques de Girona, ja que va ser la primera mostra d'aquestes característiques que es va desenvolupar a la demarcació i, a més, ha aconseguit mantenir un alt nivell de participació. La mostra està destinada a promoure la cuina gironina entre els visitants i entre els clients habituals dels diferents establiments. Durant aquests dies s'ofereixen plats i menús fora del que acostuma a ser la línia habitual.

Gastroflors 2016 es va celebrar del 7 al 15 maig, paral·lelament a la ja tradicional exposició floral de "Girona, Temps de Flors". En aquesta ocasió els restauradors de Girona elaboren un menú especial utilitzant arrels, flors i plantes silvestres, combinades amb ingredients convencionals o bé decoren els plats dels seus menús.

A Girona també trobem com esdeveniment vinculat a la gastronomia el Fòrum Gastronòmic. El Fòrum Gastronòmic va néixer l'any 1999 com a successor dels congressos de cuina de l'any 1995 a Figueres. És el primer congrés de gastronomia amb fira bianual a la ciutat de Girona.

Els organitzadors de l'esdeveniment són Pep PalaunVonArend&Associats, Incatis i Trevisani. El Fòrum és un espai de formació, reflexió i debat amb un programa d'activitats dissenyat exclusivament per oferir les millors eines als professionals; un gran mercat de productes amb una fira dinàmica i participativa i un veritable punt de trobada.

La ciutat de Girona durant aquests dies reuneix grans cuiners i reconeguts professionals al Palau de Congressos i Palau de Fires de Girona.

L'edició 2015 va ser la cinquena edició celebrada a la ciutat de Girona i va tenir un cartell de luxe que va recollir el millor del panorama gastronòmic. En aquella edició va comptar amb 15.000 m<sup>2</sup> de fira i 160 expositors que van representar més de 500 marques. El programa d'activitats va incloure 86 sessions de cuina en directe a càrrec de 62 ponents.

El protagonista principal d'aquesta edició va ser l'arròs. Aquest producte, tan bàsic com sorprenent, a més de ser el fil conductor de moltes de les ponències del programa com les de Sergio i Javier Torres, Fina Puigdevall, Quim Casellas, Carles Tejedor, Kiko Moya, Nandu Jubany o Xavier Pellicer, també va disposar d'una zona pròpia: l'Espai Arròs. Una zona de restauració amb activitats contínues on els assistents van poder degustar una gran varietat d'arrossos amb la firma dels millors especialistes.

Un nou conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Girona i el Fòrum Gastronòmic, signat el 23 de desembre de 2015, permetrà que l'esdeveniment torni a celebrar-se a la ciutat de Girona l'any 2017.

A través de l'entrevista feta amb el Sr. Josep M<sup>a</sup> Matamala es va poder conèixer de primera mà la gestió d'una empresa especialitzada en fires de producte i gastronomia i també com col·laboren en l'organització del Fòrum Gastronòmic a Girona.

Girona Excel·lent és un segell de qualitat agroalimentària que promouen la Diputació de Girona i la Cambra de Comerç amb l'objectiu d'impulsar, fomentar i difondre en l'àmbit estatal i internacional els productes agroalimentaris gironins de la més alta qualitat, així com el foment de la dinamització econòmica i la potenciació i difusió d'aquests productes.

Perquè un producte pugui optar a aquesta distinció és condició indispensable que s'elabori al 100 % a les comarques gironines i que les empreses i artesans estiguin establerts a la província de Girona.

El procés per obtenir el segell s'iniciarà amb un concurs que premiarà els productes excel·lents de les diferents empreses elaboradores del sector agroalimentari.

Els productes guanyadors es promocionaran nacionalment i internacionalment a través del distintiu de qualitat agroalimentària Girona Excel·lent, que els guardonats podran lluir en la seva etiqueta.

En la Taula 15 podem trobem el sectors del segell 2014-2015.

Taula 15. Sectors del segell de Qualitat Girona Excel·lent 2014-2015.

Galetes				
Oli de la DO Empordà				
Anxoves de l'escala				
Vi de la DO Empordà				
Arròs de Pals				
Poma de Girona				
Foie gras				
Fesols de santa pau				

Font : [www.gironaexcellent.cat](http://www.gironaexcellent.cat) i elaboració pròpia

La Diputació de Girona a través del Servei de Promoció Econòmica - Diplab convoca la segona edició per poder optar a la marca Girona Excel·lent - Segell de Qualitat Agroalimentària (2016-2017).

Les empreses responsables dels productes seleccionats podran participar de les accions de promoció, difusió i comunicació, així com accedir a diversos serveis de consolidació empresarial.

Girona Excel·lent Segell de Qualitat Agroalimentària (2016-2017) també es constitueix com un nou espai de treball d'empreses que permet aprofitar les sinèrgies i complementaritats de les entitats amb la voluntat d'establir un espai de relació estable entre la Diputació de Girona i les diferents empreses del sector agroalimentari del territori gironí.

El Servei de Promoció Econòmica de la Diputació de Girona (Diplab) dóna assistència a projectes que contribueixen a millorar les condicions econòmiques del territori i la competitivitat del seu teixit productiu.

Aquest servei amplia i impulsa les polítiques de dinamització de l'activitat econòmica al voltant dels productes alimentaris locals i de qualitat. Les empreses participants poden presentar al concurs un producte per sector i categoria del seu àmbit tal com es mostra en la Taula 16.

Taula 16. Categories i sectors segell de Qualitat Girona Excel·lent 2016-17

<p><b>Anxoves</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Salades</li> <li>2. Amb oli</li> <li>3. Especialitats(anxoves) singulars*</li> </ol> <p><b>Arròs</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rodó</li> <li>2. Semillarg</li> <li>3. Integral</li> </ol> <p><b>Begudes locals</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Licors</li> <li>2. Cervesa</li> <li>3. Especialitats (begudes locals) singulars*</li> </ol> <p><b>Conserves de fruita i almívars</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mermelades i confitures</li> <li>2. Fruta en almívar</li> <li>3. Gelees</li> <li>4. Especialitats (conserves de fruita i almívars) singulars*</li> </ol> <p><b>Foie Gras</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cru</li> <li>2. Semicuit</li> <li>3. Celler</li> <li>4. Especialitats (foie gras) singulars*</li> </ol>	<p><b>Làctics</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llet animal</li> <li>2. Iogurts i quefir</li> <li>3. Formatges frescos</li> <li>4. Mató</li> <li>5. Recuit de drap</li> <li>6. Recuit d'olleta</li> <li>7. Formatges tendres</li> <li>8. Formatges curats</li> <li>9. Especialitat (làctics) singulars*</li> </ol> <p><b>Oli</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oli d'oliva verge extra DOP Empordà 100 % argudell o varietat autòctona</li> <li>2. Oli d'oliva verge extra DOP Empordà, arbequina</li> <li>3. Oli d'oliva verge gironí extra sense DOP</li> </ol> <p><b>Vi i vi dolç</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vi blanc jove</li> <li>2. Vi blanc envellit</li> <li>3. Vi rosat</li> <li>4. Vi negre jove</li> <li>5. Vi negre envellit</li> <li>6. Vi escumós</li> <li>7. Especialitats (vins) singulars*</li> <li>8. Garnatxa</li> <li>9. Especialitats (vins dolços) singulars*</li> </ol>
--	---

\*Especialitats singulars: Productes que destaquin per les seves característiques excel·lents, diferenciades i úniques, que no es puguin presentar a cap de les categories establertes al sector corresponent. Aquesta categoria especial només s'utilitzarà en els casos en què la comissió qualificadora - jurat determini la idoneïtat de la selecció. La comissió qualificadora - jurat de cada sector estarà formada per un jurat tècnic compost per especialistes de cada àmbit i un jurat gastronòmic constituït per cuiners reconeguts de la demarcació de Girona. La metodologia de tast i les valoracions seran específiques per a cada sector i categoria.

Font: elaboració pròpia del web Girona Excel·lent. Categories 2016-2017

La comissió qualificadora (jurat) tindrà la composició següent:

- 2 cuiners o sommeliers d'establiments reconeguts en l'àmbit de l'hostaleria de les comarques gironines.
- 2 tècnics gastronòmics reconeguts en cada sector de producte.
- 1 tècnic vinculat a escoles d'hostaleria o instituts de recerca de les comarques gironines.

El jurat estarà presidit per un assessor tècnic del programa Girona Excel·lent i per un tècnic que actuarà com a secretari, amb veu i sense vot. La condició de membre del jurat serà incompatible amb la de concursant a títol personal o amb la pertinença a una empresa.

Les empreses responsables dels productes seleccionats en aquesta convocatòria podran beneficiar-se de la promoció, difusió i serveis específics durant vint-i-quatre mesos.

El programa Girona Excel·lent (2016-2017) permet utilitzar la marca Girona Excel·lent - Segell de Qualitat Agroalimentària (2016-2017) a tots els suports gràfics i comercials dels productes seleccionats, així com l'ús de la marca dels productes per part de Girona Excel·lent. Aquesta distinció no té dotació econòmica.

Un altre element de reconeixement són les Estrelles Michelin. Els restaurants amb estrelles Michelin a la província de Girona formen el col·lectiu Girona Territori d'Estrelles, aquests restaurants han volgut unir-se per difondre l'alta qualitat de la cuina del territori. Girona Territori d'Estrelles és una iniciativa que té per objectiu promocionar la gastronomia del territori gironí i oferir experiències exclusives d'alta gastronomia

La iniciativa està liderada per Top Gastronomia, empresa gironina formada a partir de la unió de l'empresa INCATIS, especialitzada en la creació d'esdeveniments enogastronòmics i amb una trajectòria de més de 20 anys en el sector, i NovaGroup, empresa especialitzada en màrqueting estratègic ubicada al Parc Tecnològic de la Universitat de Girona amb més de 10 anys d'experiència en la gestió de projectes d'innovació.

El col·lectiu està integrat per 12 establiments amb un total del 16 estrelles Michelin, tal com apreciem en la Taula 17.

Taula 17. Restaurants de la província de Girona amb Estrelles Michelin

Estrelles Michelin	Establiment	Població	Xefs
3	El Celler de Can Roca	Girona	Germans Roca
2	Miramar	Llançà	Paco Pérez
2	Les Cols	Olot	Fina Puigdevall
1	Els Brancs	Roses	Xavier Cabrera
1	Casamar	Llafranc	Quim Casellas
1	Els Tinars	Llagostera	Marc Gascons
1	Ca l'Enric	La Vall de Bianya	Jordi Juncà
1	La Cuina de Can Simón	Tossa de Mar	Xavier Lores
1	Massana	Girona	Pere Massana
1	Fonda Xesc	Gombrèn	Francesc Rovira
1	Bo.Tic	Corçà	Albert Sastregener
1	Les Magnòlies	Arbúcies	Xavier Franco

Font: elaboració pròpia dades a maig 2016

El passaport "Girona Territori d'Estrelles" és una iniciativa que convida als amants de la gastronomia a realitzar un recorregut per conèixer tots els establiments amb estrella Michelin i gaudir d'experiències úniques. El passaport únicament es pot aconseguir en els establiments amb estrella Michelin de la província de Girona. Cada vegada que visiti un nou restaurant del Territori, el xef segellarà el passaport i li oferiran la promoció exclusiva per als membres de la comunitat Girona Territori d'Estrelles.

#### 4.2.7 DIRECTRIU 7: RESPECTE PEL MEDI AMBIENT I SUPORT ALS PRODUCTES AUTÒCTONS.

Dins de l'EHTG (Escola d'Hostaleria de Girona) existeix un Equip de Millora de Medi Ambient que es va crear durant el curs 2014-2015. L'objectiu principal és, amb la participació de tota la comunitat educativa, aconseguir que l'institut funcioni amb criteris de sostenibilitat. No oblidem que el comportament ambiental no tan sols té repercussions directes sobre l'entorn més immediat (l'institut) sinó que va més enllà. Per exemple, el consum d'energia (elèctrica i altres) contribueix al canvi climàtic.

Els objectius concrets són: reduir la despesa energètica del centre, conscienciar l'alumnat de la importància de reduir, reciclar i reutilitzar, planificar la gestió ambiental al centre i procurar que l'esperit mediambiental sigui present a totes les activitats de la EHTG, ja siguin estructurals o bé de formació.

També cal tenir en compte que els germans Roca del Celler de Can Roca de Girona són des del gener 2016 ambaixadors de bona voluntat per al Programa per al Desenvolupament de l'ONU (PNUD). Aquesta institució s'ha fixat en els artífexs del millor restaurant del món perquè defensen els productors locals, usen pràctiques alimentàries que protegeixen el medi ambient i promouen una dieta saludable.

Els tres germans aportaran la seva visió per aconseguir els objectius que la institució s'ha fixat per a 2030: acabar amb la fam, l'atur, la desigualtat i el canvi climàtic. El Sr. Joan Roca va dir: "hem d'assegurar una cadena empresarial alimentària que sigui mediambientalment sostenible, socialment justa i econòmicament inclusiva, que asseguri l'accés al menjar per a tothom".

Com a suport als productes autòctons tenim l'exemple del segell de qualitat agroalimentari "Girona Excel·lent", mencionat en la Directriu 6, i d'altres productes com els que podem veure en la Taula 18.

Taula 18. Altres productes autòctons i sectors productius de la província de Girona

Làctics	Pollastre	Xai	Fruita Seca
Pastisseria	Vedella	Conserves de fruita i almívar	Pa
Aigua	Poltre	Embotits	Cafè
Cervesa i Licor	Conill	Verdures i Hortalisses	Mel

Font: elaboració pròpia

Per la seva banda, el Patronat de Turisme Costa Brava inclou en la seva web la secció de Gastronomia promocionant:

- Restaurants
- Restaurants amb estrella Michelin
- Productes
- Esdeveniments gastronòmics
- Ruta del Vi DO Empordà
- Aules de cuina i espais d'interès gastronòmic

Segons la Sra. Anna Cuadrat la feina feta i el potencial de la Costa Brava en l'àmbit gastronòmic culminen en la creació del Club d'enogastronomia del Patronat. La gastronomia i l'enologia gironines prenen dimensió turística amb la creació d'aquest Club de Màrqueting d'enogastronomia, amb el qual s'aglutinaran, s'estructuraran i es comercialitzaran ofertes i productes turístics específics per incrementar la qualitat, la competitivitat i el prestigi de la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona. Aquest club neix a finals de l'any 2015.

El Club d'enogastronomia de la Costa Brava i el Pirineu de Girona es converteix en el vuitè club de màrqueting que impulsa la màxima entitat de promoció turística de la demarcació de Girona.



#### 4.2.8 DIRECTRIU 8: ESTÍMULS DE LA VALORACIÓ PÚBLICA, PROMOCIÓ D'UNA ALIMENTACIÓ SANA A LES ESCOLES I LA INTRODUCCIÓ DEL TEMA DE LA BIODIVERSITAT A LES ESCOLES DE CUINA.

Tal com s'ha vist, l'oferta gastronòmica de Girona es pot qualificar d'excel·lent. La qualitat dels productes, els bons vins de la DO Empordà, el tracte i el servei són els trets més diferencials de la província. La gran riquesa gastronòmica de la zona permet combinar la cuina creativa i innovadora amb la més tradicional.

La cuina és un llenguatge mitjançant el qual es poden expressar molts sentiments, emocions, olors, sabors, entre d'altres. També és una eina per educar i promoure hàbits saludables.

L'any 2006 a Girona va fer-se la jornada "L'alimentació: reflexions des de l'educació" del Consell Municipal d'Educació de Girona, un espai per reflexionar sobre l'alimentació i les implicacions que té dins els espais i processos educatius.

La Sra. Montse Viñals va exposar la tasca realitzada en les escoles bressol municipals de Girona per promoure una alimentació sana. Els menús es poden trobar penjats a la web i s'hi pot observar tant la varietat de productes com les tècniques culinàries utilitzades.

Existeixen altres iniciatives. Dipsalut és l'Organisme Autònom de la Diputació de Girona responsable de prestar serveis d'assistència tècnica als municipis de la demarcació en l'àmbit de la salut pública i la millora de la qualitat de vida dels seus ciutadans. L'any 2010 va participar en la jornada "Alimentació amb productes locals a les escoles" organitzada per la Fundació del Món Rural amb l'objectiu de transmetre hàbits de vida saludables basats en una alimentació equilibrada i l'activitat física diària.

Un altre projecte que s'inicià fa uns set anys arran de la iniciativa de l'Ajuntament de Girona i l'escola Eiximenis és el projecte "Hort". El projecte ha anat evolucionant de manera creixent i abraçant cada vegada més àmbits d'alumnat, de professorat, de la comunitat educativa del centre i de la societat més propera. L'Escola està situada al centre de la ciutat de Girona i per motius de manca d'espai van crear un hort urbà amb tres taules d'hort i molts testos en la seva terrassa. L'hort de l'Escola Eiximenis sempre ha estat un hort basat en el conreu ecològic i ha defensat, per sobre de tot, el producte ecològic i la defensa d'un món sostenible en totes les seves actuacions.

El projecte s'obre a les iniciatives dels alumnes, potencia la innovació i s'eixampla al món de la producció, així neix HortambCor. És una "empresa" que parteix del treball de l'hort i les plantes i s'endinsa en el món de la petita empresa del sector agrícola.

S'estudien els planters, les llavors, els preus del mercat, es mira quina plantació es pot treure al mercat i es culmina el procés muntant una parada al Mercat Municipal a la plaça del Lleó amb els productes seleccionats.

El projecte de l'hort s'obre també al món de la meteorologia per millorar la collita a través del Projecte Mirant el cel. Tenen una estació meteorològica que els permet registrar cada dia les dades, interpretar-les i valorar quina actuació han de fer en el seu hort. El projecte forma part de la Programació General Anual de l'Escola Eiximenis, del Programa Pedagògic d'Educació Democràtica i en concret de la Programació de la Comissió de Natura.

En l'agricultura orgànica, l'ús de productes agroquímics està fortament restringit. En el cas dels productes ramaders, aquests han de ser criats sense l'ús rutinari d'antibiòtics i sense hormones de creixement (somatropines) juntament amb altres obligacions com és la de menjar aliments fabricats en el sistema d'agricultura ecològica.

El Sr. Josep Roca ha assegurat que "la gastronomia té des de sempre un diàleg amb la ciència, clau per a l'èxit de la gastronomia, i ens ha de portar a preguntar-nos què hi ha fet fins ara, què hi ha per a fer i què cal seguir aprenent perquè l'evolució i la innovació són la base del futur" i aquest és un element clau en les escoles de cuina.

El director de l'Escola d'Hostaleria, el Sr. Gonzalo Herrero, va donar molta importància a la formació en les escoles de cuina tant al personal de sala com el de cuina. La valoració pública de la feina de cuiner els darrers anys fa que la promoció d'una alimentació sana sigui una feina de tots i és molt important el fet d'introduir el tema de la biodiversitat en els programes educatius de les escoles de cuina. Les pràctiques de respecte pel medi ambient i la biodiversitat per tant s'inclouen en els aprenentatges de l'Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona.

També es pot citar l'Aula d'Hostaleria del Ripollès, situada a Ripoll. Aquesta es va crear amb la intenció de donar una formació que no s'impartia a les comarques veïnes i alhora volia donar valor afegit al sector de l'hostaleria i la restauració.

En aquest sentit, l'alta gastronomia i la cuina creativa de les comarques gironines fan molt bé la seva feina i contribueixen decisivament a que es vinculi la destinació amb la gastronomia. El Patronat de Turisme de la Costa Brava ha sabut també integrar el fet gastronòmic a l'oferta turística.

### 4.3 IDENTIFICACIÓ DELS PRINCIPALS AGENTS POLÍTICS, SOCIALS, ECONÒMICS I CULTURALS DE LA CIUTAT.

La UNESCO recomana seguir un procés obert a l'hora d'elaborar la candidatura, és a dir, en col·laboració amb els principals agents polítics, socials, econòmics i culturals de la ciutat.

En aquesta part del treball cal identificar aquells agents que, es creu, serien claus per a la candidatura. Si estiguéssim parlant a nivell empresarial diríem que són *els stakeholders*.

Una primera classificació segons la naturalesa dels agents podria ser:

- Institucions públiques
- Institucions i/o empreses privades
- Recerca i innovació
- Col·lectius relacionats amb la gastronomia
- Empreses d'esdeveniments gastronòmics
- Projectes de creativitat i innovació
- Altres agents

Segons aquesta classificació els agents identificats són els següents:

1. Institucions públiques:
  - Ajuntament de Girona: alcaldia i regidoria de Turisme
  - Els vuit Consells comarcals de la província de Girona: Alt Empordà, Baix Empordà, Cerdanya, Garrotxa, Gironès, Pla de l'Estany, Ripollès i la Selva
  - Diputació de Girona
2. Institucions i/associacions privades:
  - Cambra de Comerç
  - Patronat de Turisme Costa Brava
  - Associacions d'Empresaris d'Hostaleria (AHTRG)
3. Recerca i innovació:
  - Universitat de Girona (UdG)
    - Facultat de Turisme
    - Campus Turisme UdG
    - Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge-Sant Antoni
    - El Campus Alimentació i Gastronomia de la Universitat de Girona
  - Institut Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona (EHTG)
  - IRTA - Institut d'investigació de la Generalitat de Catalunya a fi de contribuir en la millora del sectors agrari, alimentari, forestal i pesquer.

#### 4. Col·lectius:

- Xefs estrella Michelin-Girona Territori d'estrelles.
- Girona Bons Fogons
- Hotels Gastronòmics
- Mercat del lleó-Aula gastronòmica

#### 5. Empreses d'esdeveniments gastronòmics:

- INCATIS
- Fòrum Gastronòmic

#### 6. Creativitat i innovació:

- El Cellar de Can Roca -La Masia
- Ferran Adrià - El Bulli Foundation

#### 7. Altres agents (caldrà identificar-ne més per la redacció final de la candidatura)

- La Fundació La ciutat Invisible

A continuació analitzarem cadascun d'aquests agents i/o institucions com a part del projecte de Girona Ciutat Creativa de la UNESCO per la Gastronomia.

#### 1. Institucions públiques:

- Ajuntament de Girona

L'àrea de Promoció Econòmica, Desenvolupament Local i Turisme centralitza les principals activitats i serveis que han de promoure la reactivació econòmica i que alhora són eixos estratègics de la ciutat com el turisme, el comerç i l'empresa. Actualment la seva alcaldessa és la Sra. Marta Madrenas i Mir i la regidora de Turisme, la Sra. Glòria Plana i Yanes.

Amb la candidatura de Girona Ciutat Creativa per la gastronomia la província podria potenciar i millorar la planificació estratègica de Girona, fomentar el sector de la indústria alimentària, promocionant l'empresariat i potenciar l'economia de proximitat, el sector comercial, el mercat municipal d'abastaments i MercaGirona. Una planificació i gestió estratègica del turisme gastronòmic ajudaria a millorar la promoció turística i facilitaria la creació de producte turístic.

- Consells Comarcals

Cada comarca ha desenvolupat una gastronomia pròpia i característica en funció de la seva situació geogràfica i dels productes que té a l'abast.

La informació recollida dels consells comarcals, via correu electrònic, on els tècnics responsables van enviar les dades que van servir per tenir més informació i detectar alguns elements importants per aquesta investigació ha servit per valorar en quin grau de desenvolupament està cadascun dels vuit consells comarcals a la província de Girona pel que fa a productes, col·lectius, esdeveniments i turisme gastronòmic.

- Diputació de Girona

La Diputació de Girona és una institució que forma part de l'administració local i està dotada de certes competències administratives per al govern i l'administració de la província de Girona. Actualment el Sr. Pere Vila i Fulcarà n'és el President.

En aquest cas seria l'àrea de Promoció Econòmica de la Diputació, a través del DipLab, qui podria col·laborar en aquest projecte.

## 2. Institucions i/o empreses privades:

- Cambra de comerç de Girona

La Cambra de Comerç de Girona treballa per millorar la competitivitat del teixit empresarial i econòmic de les nostres comarques. Posa a disposició de les empreses recursos per a la millora continuada de la seva gestió, reuneix els representants empresarials escollits a les urnes en el Ple i crea opinió a favor de l'empresa.

- Patronat de Turisme Costa Brava

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, fundat l'any 1976 per la Diputació de Girona, és un organisme mixt (sector públic i privat) que té per objectiu la definició i elaboració de línies estratègiques per al desenvolupament turístic de les comarques gironines.

En aquest sentit, la seva funció prioritària és promocionar les marques turístiques Costa Brava i Pirineu de Girona en els mercats emissors, i prioritzar-los en funció de la seva importància per a la destinació.

Així mateix, pretén fomentar la recerca turística per millorar el coneixement del sector, fent-ho repercutir en la presa de decisions, i fomentar també la qualitat en la prestació dels serveis turístics i en el conjunt de la destinació.

- Associació d'hostaleria, turisme i restauració de Girona (AHTRG)

L'Associació d'Hostaleria Girona agrupa establiments hotelers, bars i restaurants de la ciutat de Girona i d'un territori que abraça des de Banyoles fins a Caldes de Malavella.

A mitjans dels anys 60 un grup d'empresaris turístics de la ciutat de Girona, amb noms tant insignes com el Sr. Juli Lara, el Sr. Xavier Teixidor, el Sr. Josep Carreras i el Sr. Narcís Agustí, van assumir el cost i, perquè no dir-ho, el risc de la fundació i gestió de la que es pot considerar la primera oficina de Turisme de la ciutat de Girona, anomenada "Hotel-inform".

L'entrevista feta al Sr. Josep Carreras posa en valor l'experiència dels anys que els ha ensenyat que la promoció és un element important en el sector turístic. Per aquest motiu, des de l'Associació treballen en esdeveniments promocionals propis tant importants com ara el Girona10, la Setmana Gastronòmica de Girona, el Destapa't, i nous projectes en els que estan treballant, així com també recolzen aquelles iniciatives, tant públiques com privades, que considerin interessants des de l'Associació.

### 3. Recerca i innovació:

- Universitat de Girona

Dins la UdG i trobem la facultat de Turisme. La facultat té els seus orígens en l'Escola Oficial de turisme de la Generalitat de Catalunya, creada l'any 1989 a la ciutat de Girona. L'Escola està integrada des del curs 2001-2002 a la Universitat de Girona i, amb la incorporació dels estudis de Publicitat i Relacions Públiques, el 4 de desembre de 2007 es transforma en Facultat de Turisme, convertint-se en la primera facultat de Turisme de l'estat espanyol. Actualment té la seu a l'edifici de Sant Domènec de la ciutat de Girona i s'hi imparteixen els estudis del grau en Turisme, el grau en Publicitat i Relacions Públiques, el màster en Direcció i Planificació del Turisme, el màster en Turisme Cultural i l'European Master in Tourism Management (Erasmus Mundus).

La recerca es vehicula mitjançant l'Institut Superior d'Estudis Turístics (INSETUR), els objectius del qual són fomentar la recerca fonamental i aplicada, el tercer cicle i la formació contínua. Pretén ser un punt de referència en la recerca turística del país.

Dins de la UdG també hi ha altres organismes que treballen vinculats al turisme i la gastronomia.

El Campus Turisme és la plataforma que la Universitat de Girona posa a disposició del sector turístic i la societat per facilitar la comunicació i el treball conjunt. És un únic punt d'accés, per tractar totes les qüestions relacionades amb la recerca i la docència en el camp del turisme amb l'objectiu d'orientar l'activitat de la UdG a les necessitats reals de la societat.

El Campus Turisme pretén connectar el dinamisme del turisme català amb els processos de canvi internacionals. La competitivitat del turisme del país només serà possible amb una aportació massiva d'R+D+i. Només des d'una connexió entre la recerca i la innovació de la Universitat i les iniciatives innovadores empresarials serà possible reforçar l'aposta competitiva del turisme català. La persona responsable del campus és el Sr. Jaume Guia.

La Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge-Sant Antoni, citada anteriorment, es crea l'any 2014 entre l'UdG i l'Ajuntament de Calonge. L'objectiu és desenvolupar el vincle entre gastronomia, cultura i turisme. Com a president honorífic de la càtedra hi ha el Sr. Josep Roca i l'actual directora és la Sra. Dolors Vidal.

El Campus Alimentació i Gastronomia de la UdG és dirigit per la catedràtica de Tecnologia dels Aliments al Departament d'EQATA de l'Escola Politècnica Superior de la UdG la Sra. Carme Carretero. El Campus Alimentació i Gastronomia de la UdG es basa en la promoció i el manteniment d'una relació continuada amb les empreses i institucions del sector, amb una clara orientació cap a les necessitats de l'entorn, per tal de detectar i satisfer les necessitats d'R+D+I, de formació especialitzada i de prestació de serveis.

- Institut Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona (EHTG)

En la societat actual, la cultura del lleure, els viatges, els mitjans de transport i l'allotjament, la gastronomia i els vins, el coneixement d'altres cultures i d'altres formes de vida es troben totalment integrats en els nostres hàbits de vida. Això ha estat així de manera creixent i progressiva des dels incipients viatges en tren organitzats per Thomas Cook al Londres del segle XIX.

La dècada dels anys 50 del segle XX comporta l'inici d'una activitat turística, hotelera i gastronòmica al nostre país que s'ha anat desenvolupant a mesura que augmentava la demanda de visitants i que es multiplicava la complexitat de la gestió d'un sector econòmic emergent, que s'anava organitzant i consolidant any rere any amb l'interès creixent dels turistes i visitants estrangers i del país.

En aquest context l'EHTG ha jugat un paper fonamental en la formació professional del personal en l'àmbit turístic a la província, arribant als 50 anys de vida en aquest curs acadèmic.

- IRTA - Institut d'investigació de la Generalitat de Catalunya a fi de contribuir en la millora del sectors agrari, alimentari, forestal i pesquer

L'IRTA és un institut d'investigació de la Generalitat de Catalunya, adscrit al Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural. La finalitat de l'IRTA és contribuir a la modernització, a la millora i a l'impuls de la competitivitat; al desenvolupament sostenible dels sectors agrari, alimentari, agroforestal, aquícola i pesquer, i també dels directament o indirectament relacionats amb el proveïment d'aliments sans i de qualitat als consumidors finals; a la seguretat alimentària i a la transformació dels aliments, i, en general, a la millora del benestar i la salut de la població està situat a Monells i el dirigeix el Sr. Josep M<sup>a</sup> Montfort.

#### 4.Col.lectius:

- Girona Territori d'estrelles (explicat en el punt 4.2.6)
- Girona Bons Fogons (explicat el en punt 4.2.2)
- Hotels Gastronòmics

Els hotels gastronòmics són establiments hotelers de petites dimensions que disposen de restaurant amb una proposta gastronòmica de proximitat, de km.0. En l'oferta gastronòmica es pot trobar una gran presència de plats de cuina catalana elaborats amb productes del territori i un bon servei. Alguns dels Hotels Gastronòmics ofereixen antigues receptes de la cuina catalana i recuperen velles tècniques d'elaboració dels plats.

El segell d'hotel gastronòmic està vinculat a la marca Cuina Catalana, és a dir aquells establiments que tinguin la distinció d'hotel gastronòmic obtindran també la distinció de Cuina Catalana.

La gestió familiar i el tracte personal són dos dels eixos sobre els quals gira aquest distintiu, que llueixen per tot el territori català des d'hotels de cinc estrelles fins a hostals o pensions (màxim 60 habitacions o 120 places).

[En la taula següent trobem els hotels que tenen aquesta distinció a la província de Girona.](#)



Taula 19: Hotels Gastronòmics a la província de Girona

Nom de l'hotel gastronòmic	Comarca	Població
Sant Pere del Bosc Hotel&SPA	Selva	Lloret de Mar
Boutique Hotel Casa Granados	Selva	Tossa de Mar
Hotel La Plaça de Madremanya	Gironès	Madremanya
Ca L'Arpa	Pla de l'Estany	Banyoles
El Far Hotel Restaurant	Baix Empordà	Llafranc
Es Portal Hotel	Baix Empordà	Pals
Hotel Llevant	Baix Empordà	Llafranc
Hotel Casamar	Baix Empordà	Llafranc
Hotel Empordà	Alt Empordà	Figueres
Mas Ses Vinyes	Alt Empordà	Begur
Hostal Sa Tuna	Alt Empordà	Begur
Hotel El Molí	Alt Empordà	Ponts Molins
Hotel Rural Niu de Sol	Alt Empordà	Palau Saverdera
La Quadra Restaurant Hotel	Alt Empordà	Maçanet de Cabrenys
Hotel Els Caçadors de Maçanet	Alt Empordà	Maçanet de Cabrenys
Hotel Restaurant Empòrium	Alt Empordà	Castelló d'Empúries
Masia La Palma	Alt Empordà	Espinavessa
Hotel Restaurant Els Caçadors	Ripollès	Ribes de Freser
Hotel Prats	Ripollès	Puigcerdà
Fonda Xesc	Ripollès	Gombrèn

Font: elaboració pròpia

- Mercat del Lleó – Aula gastronòmica

El Mercat Municipal d'abastaments és el centre de distribució de producte fresc de la ciutat (carn, peix, fruites i verdures i queviures), tal com s'ha vist anteriorment.

El mercat, que es troba situat a la popularment coneguda plaça del Lleó, destaca per l'excel·lent qualitat dels seus productes i el tracte personal al client.

5. Empreses d'esdeveniments gastronòmics:

- INCATIS

INCATIS és una empresa especialitzada en l'organització de fires, congressos, accions promocionals, relacions públiques, patrocinis, esponsoritzacions, incentius, fidelitzacions, inauguracions, convencions i actes protocol·laris amb una trajectòria de més de 18 anys que els avala. Per la seva trajectòria, INCATIS s'ha especialitzat en l'organització de fires de producte i de gastronomia.

INCATIS té com a àmbit d'actuació més proper la demarcació de Girona, i tot el territori català, però en els darrers anys ha ampliat les seves fronteres organitzant esdeveniments a diverses ciutats europees així com també a països de l'Amèrica Llatina, com la República Dominicana.

6. Creativitat i innovació:

- El Cellar de Can Roca " La Masia "

El Cellar de Can Roca és un restaurant gironí. Té tres estrelles de la Guia Michelin i segons la publicació britànica The Restaurant Magazine ha estat el cinquè millor restaurant del món el 2009, quart el 2010, segon el 2011, 2012 i 2014, i primer el 2013 i el 2015.

El restaurant el porten els tres germans Roca i Fontané, Joan, Josep (Pitu) i Jordi, que s'encarreguen respectivament dels plats (xef), del vins (sommelier) i de les postres (reboster).

El restaurant va ser fundat el 1986 per Joan i Josep Roca. L'any 1996 entra a treballar-hi en Jordi, el germà menor, i s'encarrega dels dolços.

El 2007 es va traslladar a un edifici més modern, on està ubicat actualment, dissenyat específicament pel restaurant, a només cent metres de l'anterior.

L'estil de cuina és el dit "tecno-emocional", emocional perquè busquen recuperar aromes i gustos perduts en la memòria del comensal i a través de l'inconscient com quan escoltem una vella cançó que ens recorda vivències personals passades. Això seguint les tècniques culinàries tradicionals però també de noves, si aquestes permeten afegir millores, sobretot pel que fa a una acurada presentació dels plats.

Un exemple de "nova" tecnologia que empren és la destil·lació de la terra per a incorporar el seu gust i aroma en alguns dels seus plats.

A partir de les entrevistes fetes als dos germans Roca (Josep i Joan) es van poder captar moltes sensacions vinculades a la seva professionalitat, naturalitat i valors, en primera persona, en la feina que fan.

El Sr. Josep Roca (Pitu) coneix els vins i tot allò que fa referència a ells com a sommelier i cap de sala del Celler de Can Roca, i va identificar clarament la majoria de les vuit Directrius UNESCO.

El Sr. Joan Roca com a xef ,del millor restaurant del món (2013 i 2015), va ser molt resolutiu, pràctic i realista al contestar els continguts de les vuit Directrius. Amb la seva experiència i coneixements va valorar molt positivament la iniciativa de poder presentar la candidatura.

La Masia és un espai dels germans Roca i el seu equip per repensar, recrear, renovar, reactivar, reajustar idees i projectes. Un altre dels elements a destacar és la seva fascinació per la botànica, en la qual els ajuda el gastrobotànic Evarist March, de l'empresa NaturalWalks.

Els Germans Roca anuncien (juny 2016) la creació d'una fundació per canalitzar els projectes socials, d'innovació i de formació.

- Ferran Adrià - El Bulli Foundation

El Bulli va ser un restaurant propietat del xef Ferran Adrià i del director de sala Juli Soler situat a la Cala Montjoi, a Roses (Alt Empordà). Tenia tres estrelles de la Guia Michelin i va ser considerat cinc vegades (2002, 2006, 2007, 2008 i 2009) el millor restaurant del món al Top 50 de la prestigiosa publicació britànica The Restaurant Magazine.

La publicació britànica Time ha inclòs el seu xef, Ferran Adrià, a la llista de les cent persones més influents del món. El restaurant tenia una estació limitada d'abril a setembre. Els plats que s'hi servien combinaven ingredients inusuals amb sofisticades tècniques científiques i innovadores. El Bulli va tancar les portes el 31 de juliol de 2011 per reobrir el 2014 sota un nou concepte de laboratori, el Bulli Foundation, pendent d'obrir a data d'avui (juny 2016).

7. Altres agents:

- La Fundació La ciutat Invisible

La Fundació La Ciutat Invisible neix de la voluntat d'institucionalitzar el punt de contacte entre el sector privat i l'accés públic a la cultura. Vol esdevenir el cristal·litzador de totes les energies mogudes al voltant de les arts escèniques i la cultura a Girona, per tant, amb una clara relació amb el món de la creativitat.

Aquesta és una possible proposta d'agents implicats, però, com que la UNESCO recomana que el procés sigui obert i participatiu en la redacció del projecte de la candidatura potser caldria identificar-ne més.

## 5. PREPARACIÓ DE LA CANDIDATURA: PASSOS A SEGUIR.

Per tal de preparar la candidatura caldria fer un seguit de passos i preparar certa documentació. Són processos llargs durant els que cal definir un projecte, tot i que a Girona ja hi ha molta feina feta.

En la taula següent es mostren de manera esquemàtica els passos a seguir i el cronograma proposat.

Taula 20: Accions i cronograma. Passos a seguir.

Creació GRUP DE TREBALL PÚBLIC I PRIVAT	PROJECTE PLA D'ACCIONS	SOL·LICITUD CIUTAT CREATIVA UNESCO
2n Semestre 2016 1r Semestre 2017	Any 2017	1r semestre 2018 i 2n semestre Convocatòria 2018

Font: elaboració pròpia

D'acord amb la taula anterior cal realitzar tres accions: la creació del grup de treball, la redacció del projecte (inclou el pla d'accions) i la presentació de la sol·licitud a la UNESCO.

Acció 1. Creació del grup de treball.

El primer pas és la creació d'un grup de treball públic i privat anomenat Consell Promotor de Girona, Ciutat Creativa UNESCO per la Gastronomia, per garantir la participació d'entitats públiques i privades (incloent-hi associacions professionals, universitats, productors, institucions o centres de recerca, xefs, escoles d'hostaleria, col·lectius de cuina, tècnics de consells comarcals i altres membres) prioritzant els agents indicats anteriorment.

Totes les iniciatives que sumen en una concepció de la gastronomia Gironina com un factor de progrés i creativitat s'haurien de cohesionar en una iniciativa impulsada per l'Ajuntament de Girona.

Acció 2. Redacció del Projecte.

La segona acció és la preparació del projecte per part d'un equip redactor, per a definir-lo. En les conclusions d'aquest TFM es fa una proposta inicial

Caldrà definir els conceptes bàsics del projecte de la mateixa manera que han fet les altres Ciutats Creatives ja certificades.

Aquest projecte hauria d'incloure:

- Pla d'accions per a 4 anys
- Indicadors i cronograma
- Pressupost
- Estratègia de recursos financers per a finançar el projecte.
- Actors involucrats
- Proposta de valor per la Xarxa

Durant la preparació de la candidatura caldria difondre els continguts i la importància de formar part de la Xarxa de Ciutats Creatives UNESCO a través de la participació de la ciutat en esdeveniments gastronòmics, i també caldria fer aliances amb els altres actors de la ciutat, que s'han materialitzat en activitats gastronòmiques en la línia dels objectius de la UNESCO.

Es podria aprofitar el Fòrum Gastronòmic 2017 per buscar sinèrgies amb altres ciutats creatives de la Gastronomia amb l'objectiu de fer visible el pas de cuiners internacionals per la ciutat de Girona i buscar aquests sinèrgies.

Proposta per tal de fer difusió de la candidatura, caldria fer:

- Una web en quatre idiomes (com a mínim català, castellà, anglès i francès) com a suport d'informació del procés de candidatura
- Creació d'un logotip
- Un vídeo de la candidatura
- Crear perfils a xarxes socials com a candidata (.almenys una pàgina de Facebook i un perfil d'Instagram)

La participació de la societat és un pilar important de la candidatura. Durant els mesos de preparació, caldrà revisar iniciatives particulars per a la seva inclusió (en el cas de presentar-se'n). El procés participatiu conclou amb una sèrie d'accions, a través d'esdeveniments adreçats als gironins, siguin foodies o no, i una campanya per la recollida de propostes i idees oberta a tothom, així com la dinamització de les xarxes socials.

Un altre dels elements a tenir en compte en la redacció del Projecte és buscar sinèrgies amb altres camps creatius per a buscar sinèrgies amb altres Ciutats Creatives. Girona no només destaca en el terreny de la gastronomia, sinó també en altres disciplines:

- Disseny: marc per a creadors, artistes i artesans. La Volta és una iniciativa del Bòlit, Centre d'Art Contemporani i de l'Ajuntament de Girona que compta amb el suport inicial del SOC i del Fons Social Europeu i que està coordinada per l'Associació Cultural Fang.
- Música: el mes de maig de 2006 va obrir les portes l'Auditori de Girona. Des del primer moment s'ha volgut convertir en un referent de l'activitat musical, no només a la ciutat de Girona, sinó a nivell català.

L'Auditori de Girona té una programació amb personalitat pròpia, que la conformen tres eixos bàsics: l'excel·lència i la qualitat de les seves temporades, la internacionalitat, a través dels noms més destacats en el panorama musical internacional, i la catalanitat, a través del treball conjunt amb agents de casa nostra, la promoció dels artistes locals i la programació dels compositors del nostre país.

- Cinema: el Museu del Cinema fou inaugurat a Girona el 8 d'abril de 1998, i va ser el primer de la seva especialitat a l'Estat Espanyol, comparable pel que fa a la qualitat de la col·lecció i del projecte expositiu amb els principals museus de cinema d'Europa. Té per objectiu esdevenir un centre de dinamització del món del cinema i dels espectacles visuals, en base a una programació continuada d'activitats i serveis, adreçats a un públic potencial molt ampli, que en garanteix el reconeixement local, nacional i internacional. També existeix un col·lectiu de Crítics de Cinema de Girona.
- Literatura: existeix el MOT, que és un festival literari organitzat conjuntament per l'Ajuntament de Girona i l'Ajuntament d'Olot. Es porta a terme cada any durant el mes d'abril i té com a tret identitari l'excel·lència en els ponents i les propostes.

El festival cada any escull un àmbit temàtic que serveix de fil conductor de l'edició i ofereix una programació d'actes literaris de la mà d'escriptors i intel·lectuals de referència.

- Artesania i arts folklòriques: la cultura popular i tradicional és una part integrant de la vida de la ciutat. Girona acull al llarg de l'any una gran varietat de fires i mercats al carrer, activitats que esdevenen un atractiu més per a molts dels seus visitants, i que la converteixen en una ciutat activa i plena de vida. Existeix l'Associació d'Artesans Pont de Pedra.

A part, la ciutat compta amb un ric i divers patrimoni cultural amb els sis museus gironins que formen part de GironaMuseus: el museu d'arqueologia, el d'art, el del cinema, el d'història de la ciutat, el de la Catedral i el d'història dels jueus.

També s'organitzen festivals de música, teatre, cinema, entre d'altres que permeten gaudir de Girona durant les quatre estacions de l'any i posicionar la ciutat com a Girona Ciutat de Festivals. En teatre trobem Temporada Alta, el festival d'arts escèniques que se celebra a les ciutats de Girona i Salt durant els mesos d'octubre, novembre i desembre.

### Acció 3. Presentació de la sol·licitud.

Pel que fa a la documentació necessària per presentar la candidatura caldria emplenar el formulari de sol·licitud (UNESCO) i adjuntar els següents documents:

- Una carta oficial de l'alcalde de Girona sol·licitant la presentació de la candidatura a Ciutat Creativa UNESCO per la gastronomia.
- Una carta formal de suport a la candidatura de la Comissió Nacional per la UNESCO del país.
- Dues cartes formals de suport dels membres en l'àmbit creatiu de la gastronomia.
- Tres fotos de la ciutat relacionades amb el camp creatiu i la cessió de drets corresponent.

Al mateix temps, s'haurà de buscar la implicació de la societat civil i si la designació fos positiva, el Consell Promotor seria la garantia del compliment del Projecte i del seu Pla d'accions.

La responsabilitat de la designació rau en el/la Director/a General de la UNESCO prèvia consulta interna i consultes externes amb determinats experts independents, organitzacions no governamentals i/o institucions independents, incloses universitats, que, o bé estiguin especialitzats en els set camps de creativitat establerts o bé en el paper de la creativitat en el desenvolupament urbà.

## 6. CONCLUSIONS

El Treball Final de Màster (TFM) ha de tenir les característiques d'un projecte professional o de recerca propi de la titulació, en aquest cas el màster de Turisme Cultural en l'itinerari de gastronomia. Aquest treball m'ha permès poder investigar i analitzar la gastronomia de Girona.

L'objectiu principal (hipòtesi) d'aquest treball és determinar si Girona compleix les Directrius necessàries per esdevenir una Ciutat Creativa UNESCO de la gastronomia. Un cop finalitzat l'estudi podem concloure que sí. Caldria redactar un projecte de candidatura amb un pla d'accions (tal com s'ha explicat en l'apartat dels passos a seguir) per tal d'articular tota la candidatura.

La tasca de fer les entrevistes i quadrar les agendes ha servit per conèixer professionals del sector i valorar la feina que fan, i és un valor afegit d'aquesta investigació.

En el cas de Girona, la gastronomia configura diverses dimensions complementàries que fan de la ciutat un territori gastronòmic complert.

A Girona hi conflueixen els productes, els productors, els professionals de la gastronomia (xefs, amb el reconeixement del Sr. Joan Roca com a millor xef del món 2016) i totes les institucions dedicades a connectar la gastronomia des del nivell més popular i tradicional fins a les seves manifestacions més innovadores.

És per aquest motiu que s'afirma que Girona viu la gastronomia, perquè la gaudeix de diverses maneres i perquè compta amb un sòlid sector professional que la situa com un referent internacional amb productes bons i variats.

Aconseguir una projecció d'àmbit internacional de tota la província de Girona que, a banda de promoure un impuls al turisme, obri unes àmplies possibilitats d'establir relacions comercials amb altres regions per part de tot el sector agroalimentari de Girona és fonamental. Així doncs, pot ser una eina d'impuls extraordinària per divulgar el territori i per impulsar la internacionalització del teixit productiu de Girona.

Ser ciutat UNESCO de la Gastronomia aportaria reconeixement internacional, prestigi i visibilitat al territori tant entre els membres de la Xarxa com a nivell turístic.

La presentació de la candidatura de Girona inclouria tota la província. Significaria un reconeixement de tot el patrimoni que es mou entorn a la gastronomia de Girona pel que fa l'alimentació, la pagesia, els xefs i restauradors, els comerços d'alimentació, la indústria agroalimentària i el turisme gastronòmic.



Un valor afegit a la candidatura serien els reconeixements que té Girona i la seva província a nivell gastronòmic, així com la seva aposta per la innovació des de l'àmbit universitari. Podem dir que Girona viu de la seva tradició i aposta per la innovació.

Ser Ciutat UNESCO suposaria nombrosos beneficis per a tot l'entorn. D'una banda significaria convertir-se en una ciutat culturalment valorada a nivell gastronòmic, en un node d'atracció per al turisme i per a les relacions comercials al voltant del sector de l'alimentació.

Un cop certificada, també representaria entrar a formar part de la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO, creada l'any 2004, i en la que fins al moment, en l'àmbit de la gastronomia només hi ha 18 ciutats a tot el món, i només 2 de les quals són espanyoles (Burgos i Dènia) .

Per al desenvolupament de la proposta, no obstant, caldria la captació de recursos per donar suport al projecte i coordinar-se amb les ciutats europees per generar treball i captar fons de la UE (Unió Europea).

*Per la redacció del Projecte la proposta serien els 3 eixos següents :*

- Els professionals del sector (persones)
- Els productes del Mar i la Muntanya per posar en valor els productes excel·lents de la zona (productes)
- Els equipaments gastronòmics amb l'objectiu de potenciar-los, tant a nivell de recerca com a nivell turístic, ja siguin públics o privats (equipaments)

Els elements que reforcen el fet que Girona pugui esdevenir Ciutat Creativa de la Gastronomia són: la revalidació del Cellar de Can Roca com a primer restaurant en el rànquing dels cinquanta millors restaurants del món (any 2015 i 2013) i segon (any 2016 i 2014); el renaixement dels vins empordanesos, produïts amb més qualitat i en progressiu creixement en exportacions; la creació del club de la Ruta del Vi DO Empordà, que potencia l'enoturisme a la Costa Brava; la designació de Catalunya "Regió Europea de la gastronomia 2016"; la qualitat dels productes agroalimentaris de la província de Girona, molts d'ells distingits amb segells i certificats protegits; els esdeveniments temàtics, com ara fires, campanyes i jornades vinculats amb la gastronomia; el foment de la recerca i la innovació gastronòmica amb exemple com "El Bulli Foundation" de Ferran Adrià o el projecte "La Masia" dels germans Roca; l'associacionisme dels col·lectius de restauració i hostaleria que treballen per divulgar i protegir la cuina local; l'educació per a una alimentació saludable i sostenible i els equipaments vinculats amb la gastronomia.

Tot i que molts d'aquests elements formen part de les Directrius UNESCO seria una primera llista per a poder començar a valorar les accions fetes que podrien formar part del projecte de candidatura i servirien per a programar el pla d'accions futures.

Girona té molt per oferir i alhora molt per aprendre d'altres Ciutats Creatives de la Xarxa.

Feta aquesta investigació, *la proposta del que Girona podria aportar a la Xarxa seria: ser Territori de Formació, Territori de Mar i Muntanya i Territori d'Estrelles Michelin.*

- Territori de Formació. Oferir formació específica als professionals del món de la gastronomia i l'alimentació aprofitant tant l'escola d'hostaleria com la Universitat de Girona.
- Territori de Mar i Muntanya. Treballar el concepte d'excel·lència en la varietat de productes sense oblidar-nos de la DO Empordà.
- Territori d'Estrelles Michelin. Posar en valor la metodologia de treball i de negoci d'aquests tipus d'establiments com a model per aplicar en altres països.

El fet que les experiències en turisme gastronòmic són, cada vegada més, una part important de les experiències del turisme creatiu, i que la cultura i l'aliment estan sent interrelacionades en noves i exigents demandes, la proposta de Girona com a Ciutat Creativa de la UNESCO respondria a aquestes demandes.

El fet de treballar en Xarxa posa en valor les cultures gastronòmiques al voltant del món com a recurs de diversitat cultural, econòmica i social.

Vist tots els elements analitzats en els apartats anteriors i revisada la documentació necessària per a una possible candidatura de Girona com a Ciutat Creativa UNESCO de la Gastronomia, *s'afirma que Girona podria ser-ne candidata pel fet que compleix amb les Directrius UNESCO.*

I molts potser encara es podrien preguntar: per què seria important formar part de la Xarxa de Ciutats Creatives UNESCO com a Ciutat de la Gastronomia?

Resposta fàcil, un cop feta tota la investigació, Girona és una ciutat creativa per excel·lència i són múltiples els sectors creatius actius a la ciutat, però precisament la gastronomia és un element fonamental en la seva expansió durant el segle XXI i en la concepció de la ciutat actual.

Es podria reflexionar juntament amb altres ciutats sobre els reptes de la gastronomia, l'enoturisme, la indústria alimentària, i expandir el rol de consolidar Girona com a punt de trobada d'esdeveniments gastronòmics internacionals tant en formació com en noves pràctiques culinàries.

Seria interessant poder tenir l'oportunitat d'unir forces amb ciutats de la Xarxa amb l'objectiu de fer de la Gastronomia un estímul creatiu i sostenible per al progrés social, cultural i econòmic de la província de Girona. Una ciutat Gastronòmica té la gastronomia com un eix fonamental del seu patrimoni, del seu imaginari i de les seva indústria alimentària.

Aquestes serien les conclusions que m'han servit per ampliar els meus coneixements, per a conèixer professionals vinculats amb la gastronomia, donar a conèixer el concepte de Ciutat Creativa de la UNESCO i, més concretament, en gastronomia, així com poder valorar el moment més àlgid de la gastronomia gironina en termes d'excel·lència.

## 7. BIBLIOGRAFIA:

Agulló i Vidal, F. (1999). *Llibre de la cuina catalana* (9a ed.; 1a ed. 1928). Barcelona: Altafulla.

Ajuntament de Dénia. (2015). Dénia Ciutat creativa gastronomia. Recuperat de <http://deniacreative.city/ciudades-gastronomicas/>

Ajuntament de Girona. (s.d.-a). Equip de govern. Recuperat 2 maig 2016, de [http://www2.girona.cat/ca/ajuntament\\_equip\\_govern](http://www2.girona.cat/ca/ajuntament_equip_govern)

Ajuntament de Girona. (s.d.-b). Sabors de Girona. Recuperat de <http://www.girona.cat/turisme/cat/gastronomia.php>

Armesto López, X. A., & Gómez Martín, B. (2004). Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso de Priorat. *Cuadernos Geográficos de La Universidad de Granada*, 34(34), 83–94.

Associació de comerciants del mercat del LLeó. (2016). Benvinguda, història i productes. Recuperat 1 març 2016, de <http://www.mercatlleo.cat/>

B Grbac, A Milohanovic, V. G. (2008). Contribution of food products in creating cultural identity of tourist destination. En *WSEAS International Conference on CULTURAL HERITAGE AND TOURISM (CUHT'08), Heraklion, Crete Island, Greece* (p. 84-88).

BurgosLab. Asociación Plan Estratégico de Burgos. (2015). BurgosLab. Recuperat 30 març 2016, de <http://burgoslab.com/>

Calabuig i Tomas, J., & Ministral i Masgrau, M. (1994). *Manual de geografía turística de España*. Madrid: Síntesis.

Cambra de Comerç. (2015). Cambra de comerç Girona. Recuperat de <http://www.cambragirona.cat/la-cambra/presentacio-la-cambra/>

Catalunya, G. de. (2009). IRTA. Recuperat de <http://www.irta.cat/es-ES/LIrtta/Paginas/default.aspx>

Cellini, R. (2011). Is UNESCO recognition effective in fostering tourism? A comment on Yang, Lin and Han. *Tourism Management*, 32, 452-454.

DARPA Generalitat de Catalunya. (s.d.). Fires i mercats de Catalunya. Recuperat de <http://goo.gl/MPJIZt>

Diputació de Girona. (s.d.). DipLab Promoció econòmica. Recuperat de <http://goo.gl/djjYxR>

Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona. (2016). EHTG Medi Ambient. Recuperat de [http://www.ehtg.cat/?page\\_id=8256](http://www.ehtg.cat/?page_id=8256)

- Espeitx, E. (2004). Patrimoni alimentari i turisme: una relació singular, 2, 193–213.
- Fàbrega, Jaume. "Alimentació de cuina a Girona. Miscel·lània d'aculturacions i intercanvis." *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins* [en línia], 2001, Vol. 42, p. 45. <http://raco.cat/index.php/AnnalsGironins/article/view/54433> [Consulta: 14-03-16]
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. In G. Hjalager, A.M., Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 37–50). London: Routledge.
- Generalitat de Catalunya. (s.d.-a). Ferran Agulló y Ignasi Domènech s. XIX d. C. - s. XX d. C. Recuperat de <http://goo.gl/HWXd9f>
- Generalitat de Catalunya. (s.d.-b). Llibres de cuina i publicacions. Recuperat 20 abril 2016, de <http://goo.gl/3Yu5a7>
- IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, A. and T. (2016). Regió Europea de Gastronomia. Recuperat de <http://europeanregionofgastronomy.org/>
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235–255.
- Iordacche, M. C. (2013). UNESCO LABEL – PROMOTER A CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT. *Annals of the «Constantin Brâncuși» University of Târgu Jiu, Economy Series*, 3, 64–70.
- Jorofon.SL. (s.d.). El Cellar de Can Roca. Recuperat de <http://cellercanroca.com/menu/menu.html>
- La Cuina de Sils. (s.d.). Cuineres de Sils. Recuperat de <http://www.lacuinaasils.com/cat/index.php>
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Comedia/Earthscan.
- Landry, C. (2006). Lineages of the creative city. *Research Journal for Creative Cities*, 1(1), 15–23.
- Landry, C., & Bianchini, F. (2000). *La Ciutat creativa*. [Barcelona]: Diputació de Barcelona.
- Lengkeek, J. (1996). *Vakantie van het leven. Over het belang van recreatie en toerisme*. Amsterdam: Boom.
- Lladonosa i Giró, J., & Fàbrega, J. (2001). *El Gran llibre de la cuina catalana*. Barcelona: Empúries. Recuperat de [http://cataleg.udg.edu/record=b1258432~S10\\*cat](http://cataleg.udg.edu/record=b1258432~S10*cat)
- Luis Fernando Molina Prieto, Juan José Martí Noguera, Eleonora Herrera Medina, M. del P. M. S. (2013). *Impacto socioeconómico y cultural de la inclusión de Popayán (Colombia) en la Red de Ciudades*. València. Recuperat de <https://goo.gl/R5i6Ea>

Manito, F. (2009). *Ciudades creativas*. Barcelona : Fundación Kreanta.

Montecinos, A. (2012). *Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible: servicios, rutas, productos y destinos*. México: Centro Empresarial Gastronómico Hotelero.

Montoya, T. (2003). La gastronomía tradicional en el turismo rural. In J. Martínez (Ed.), *Historia de la alimentación rural y tradicional: recetario de Almería, Almería* (pp. 159–161). Almería: Instituto de Estudios Almerienses.

Richard, L. F. (2009). *Les Ciutats creatives : com l'economia està convertint la tria de l'indret on viure en la decisió més important de la teva vida*. Barcelona : Pòrtic.  
Recuperat de [http://cataleg.udg.edu/record=b1272451~S10\\*cat](http://cataleg.udg.edu/record=b1272451~S10*cat)

Richards, G. (2011). Creativity and tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

Riley, M. (2005). Food on beverage management. A review of change. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(1), 88–93.

Sainaghi, R. (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*, 27, 1053–1063  
doi:10.1016/j.tourman.2005.09.010

Tikannen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourist in Finland: five cases. *British Food Journal*, 109(9), 721–734.

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-a). Belém. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/bel%C3%A9m>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-b). Bergen. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/bergen>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-c). Burgos. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/burgos>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-d). Chengdu. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/chengdu>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-e). Dénia. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/d%C3%A9nia>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-f). Ensenada. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/parma>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-g). Florianopolis. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/florianopolis>

UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-h). Gaziantep. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep>

- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-i). Jeonju. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/jeonju>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-j). Parma. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/parma>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-k). Phuket. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/phuket>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-l). Popayán. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/popay%C3%A1n>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-m). Rasht. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/rasht>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-n). Shunde. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/shunde>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-o). Tsuruoka. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/tsuruoka>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-p). Tucson. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/tucson>
- UNESCO Creative Cities Network Division on Creativity. (s.d.-q). Zahlé. Recuperat de <https://en.unesco.org/creative-cities/zahl%C3%A9>
- UNESCO Creative Cities Network. (s.d.-a). Mapa Creative Cities. Recuperat de <http://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>
- UNESCO Creative Cities Network. (s.d.-b). Popayán Ciudad de la Gastronomía de la UNESCO. Recuperat de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-cities-network/gastronomy/popayan/>
- UNESCO Creative Networks. (s.d.-a). Creative Cities. Recuperat de <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>
- UNESCO Creative Networks. (s.d.-b). What is the Creative Cities Network? Recuperat de <https://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us>
- UNESCO. (2003). Convenció per a la Salvaguarda del Patrimoni Cultural Immaterial. Recuperat de <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-CA-PDF.pdf>
- UNESCO. (2014). *Conclusions of the VIII Annual Meeting of the UCCN*. Cheng Du. Recuperat de [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Conclusions\\_of\\_the\\_VIII\\_Annual\\_Meeting\\_of\\_the\\_UCCN\\_Cheng.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Conclusions_of_the_VIII_Annual_Meeting_of_the_UCCN_Cheng.pdf)

UNESCO. (2015). *Working document: MEMBERSHIP MONITORING GUIDELINES*. Kanazawa, Japan. Recuperat de [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Working\\_Document\\_Monitoring\\_Guidelines.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Working_Document_Monitoring_Guidelines.pdf)

UNESCO. (2016). *UNESCO Creative Cities Network 10th Annual Meeting*. Östersund City, Sweden. Recuperat de <http://creativegastronomy.com/uccn2016/wp-content/uploads/2015/11/Agenda-uptaded-March-1.pdf>

UNESCO. (s.d.-a). *La dieta Mediterránea*. Recuperat de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/RL/la-dieta-mediterranea-00884>

UNESCO. (s.d.-b). *Llistes de patrimoni, cercador*. Recuperat de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/listas>