



Universitat de Girona  
Facultat de Turisme

# Màster Tesi

---

***Proposta de turisme gastronòmic a la Província de Girona.***

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria: Setembre 2013.

Autora: Anna Presas Quintana.

Director/a: Sílvia Aulet Serrallonga.

Data de lliurament: 4 de setembre de 2013.

Agrair la col·laboració i el suport a totes aquelles persones  
que han fet possible la realització d'aquest treball.  
En especial a la Sílvia Aulet i a la meva família i amics.

## ÍNDEX

### Contenido

ÍNDEX.....	3
1.INTRODUCCIÓ .....	5
2-HIPÒTESI I OBJECTIU .....	6
2.1-Hipòtesi .....	6
2.2-Objectiu.....	6
3-METODOLOGIA .....	7
4-MARC TEÒRIC.....	9
4.1-El turisme cultural: el turisme gastronòmic.....	9
4.2-El procés de patrimonialització del patrimoni alimentari.....	12
4.3-La industrialització alimentària .....	15
4.4-El turisme gastronòmic com a generador de desenvolupament rural i/o local .....	17
4.5-Etiquetes de qualitat.....	19
4.6-El Turisme Gastronòmic a la província de Girona .....	21
5-ESTUDI DE LA SITUACIÓ .....	26
5.1-Inventari.....	26
5.2-Anàlisi DAFO: Debilitats Amenaces Fortaleses i Oportunitats.....	37
5.2.1-Comentari de l'anàlisi DAFO .....	38
6-PRESENTACIÓ DE LES ACCIONS.....	41
6.1-Acció 1: creació de l'ens de gestió. ....	43
6.2-Acció 2: creació del producte.....	46
6.3-Acció 3: accions de promoció. ....	54
7-CONCLUSIONS.....	61
8-BIBLIOGRAFIA.....	63
9.ANNEX .....	68
1.INVENTARI.....	69
1.1-Espais del patrimoni alimentari interpretat.....	69
1.2-Espais del patrimoni alimentari consumit .....	69
1.3-Espais del patrimoni alimentari menjat.....	78

## Índex de taules

<b>Figura 1.</b> Mapa dels museus dedicats a l'alimentació a la Província de Girona.....	28
<b>Figura 2.</b> Gràfica dels mesos que es celebren les fires de productes artesanals i monogràfiques.....	30
<b>Figura 3.</b> Mapa de les fires de productes artesanals i monogràfiques a la Província de Girona.....	31
<b>Figura 4.</b> Mapa dels restaurants amb estrella Michelin a la Província de Girona.....	33
<b>Figura 5.</b> Gràfica dels mesos que es celebren les Campanyes Gastronòmiques.....	34
<b>Figura 6.</b> Mapa de les Campanyes Gastronòmiques a la Província de Girona.....	35
<b>Figura 7.</b> Esquema de les accions de Turisme Gastronòmic a la província de Girona.....	42
<b>Figura 8.</b> Quadre resum de la creació del producte de Turisme Gastronòmic, acció 2.....	47

## 1.INTRODUCCIÓ

El Treball Final de Màster, és un estudi que culmina el Màster en Turisme Cultural de la Universitat de Girona de la Facultat de Turisme. En aquest treball, realitzat de forma individual per cada alumne, es pretén posar en pràctica els coneixements adquirits a les diverses assignatures cursades durant el curs.

Aquest projecte es va iniciar el mes de novembre escollint quina era la temàtica que es volia analitzar, a partir d'aquí i amb l'ajuda de la professora Sílvia Aulet, s'ha fet recerca de bibliografia per tal d'encaminar el tema d'estudi. L'objecte principal d'aquest estudi és crear un producte cohesionat de Turisme Gastronòmic entre tota l'oferta existent a la Província de Girona. El Turisme Gastronòmic, és una forma de fer turisme a on la gastronomia de l'espai visitat és una activitat important durant els seus dies de visita. Si mirem al nostre voltant podem observar com la gastronomia és un aspecte molt important a la nostra vida diària. Els aliments que ingerim ens determinen com som i a on vivim. Actualment degut a diversos canvis socials que s'han produït a la nostra societat, el temps per dedicar a la cuina s'ha reduït considerablement fet que ha comportat un increment de la seva posada en valor, i com a conseqüència la cuina a passat a ser un element important a destacar. A les comarques de Girona existeixen cuiners de renom internacional i gran quantitat de patrimoni alimentari, aquests són alguns dels motius que han portat a decidir centrar el treball en aquesta temàtica.

Aquest treball que porta per títol "Proposta de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona, està estructurat en diverses parts. En primer lloc les hipòtesis i els objectius, seguit de la metodologia, el marc teòric, els resultats de l'inventari. En segon lloc un cop feta la recerca es presenta un anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats), per tal d'identificar els punts forts i els punts febles dels recursos gastronòmics presents en el territori analitzat. En tercer lloc, es presenten tres propostes a desenvolupar de Turisme Gastronòmic. I en últim lloc un apartat de conclusions i l'apartat d'annexos a on s'inclouen les taules generades a l'inventari.

## 2-HIPÒTESI I OBJECTIU

### 2.1-Hipòtesi

Després d'haver realitzat una recerca exhaustiva dels atractius gastronòmics dins la Ruta Cicloturística Pirinexus, tinc la intuïció que a la Província de Girona existeix una important oferta de recursos gastronòmics, però es percep una manca de coordinació entre els diversos agents que ho gestionen i de jerarquia sobre quins són els elements que s'han de potenciar.

### 2.2-Objectiu

#### OBJECTIU GENERAL:

Desenvolupar una proposta de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona a partir de la recerca dels principals atractius i d' un anàlisi dels punts forts i dels punts febles observats.

#### OBJECTIUS CONCRETS:

1. Compendre el concepte i el desenvolupament del turisme gastronòmic a través de la revisió literària de publicacions relacionades amb la temàtica principal del treball.
2. Creació d'un inventari amb tots els recursos gastronòmics que es troben a la província de Girona. Dins d'aquest inventari es troben les següents categories: campanyes gastronòmiques, fires relacionades de productes artesans, productes típics de la zona, restaurants d'interès turístic que formen part de les associacions gastronòmiques més destacables, mercats setmanals, menjars populars, productes i rutes turístiques, i visites culturals relacionades amb la gastronomia. Es basa en una classificació proposada per Elena Espeitx, ampliada segons les necessitats sorgides.
3. Creació d'una proposta per promocionar el turisme gastronòmic a la província de Girona destacant els principals recursos per tal de crear un producte de Turisme Gastronòmic que englobi tota la regió.

### 3-METODOLOGIA

La metodologia emprada per a la realització d'aquest treball, s'ha anat construint d'acord amb les necessitats que anaven sorgint un cop es realitzava el treball i basant-se amb els punts que requereix un treball acadèmic.

En primer lloc dins el marc de l'assignatura de Turismologia es va fer una breu aproximació al tema, el qual cada alumne estava interessat a desenvolupar per el seu treball final de màster. En aquest cas el meu interès es centrava en conèixer més profundament com es desenvolupava el Turisme Gastronòmic a les comarques gironines i quins aspectes es podien analitzar per tal de millorar la seva aplicació i promoció.

Un cop escollida la temàtica del treball es va fer una tutoria amb la professora Saida Palou, on es va intentar afinar més el tema per tal de buscar el tutor especialista. En aquest cas es va decidir que el tutor qui dirigiria el treball seria la professora Sílvia Aulet.

Una vegada escollit la directora de la Màster Tesi es va iniciar el cicle de tutories. Una de les primeres tasques encomanades va ser la revisió de literatura referent al turisme gastronòmic per tal d'anar construint el marc teòric del treball. Aquesta part es basa en la lectura de diversos articles científics referents al tema en qüestió i extreure'n les idees principals.

A partir d'aquí, es va començar a treballar amb l'inventari de recursos gastronòmics. Aquest inventari no començava de zero, sinó que es basa en la recerca de recursos gastronòmics de la Ruta Cicloturística Pirinexus duta a terme durant l'estada de pràctiques al Consorci de les Vies Verdes de Girona. Aquesta es va ampliar per tal d'aplegar tota la província de Girona. En aquest inventari es varen crear diverses categories de recursos:

-Campanyes gastronòmiques.

-Fires de productes artesans.

-Productes de la terra.

-Restaurants que formen part de les principals associacions gastronòmiques de la regió

-Mercats setmanals

-Empreses alimentàries

-Productes i rutes turístiques.

-Visites culturals relacionades amb la gastronomia.

-Menjars populars.

-Associacions de Cuina

Un cop es va haver recollit tota la informació es va començar a analitzar tot el que es va havia recopilat a través d'un anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats). A partir d'aquest anàlisi es va començar a dissenyar la proposta final del treball, que consta de tres parts:

- 1.Creació d'un ens de gestió del Turisme Gastronòmic.
- 2.Creació d'un producte de Turisme Gastronòmic.
- 3.Accions de promoció del Turisme Gastronòmic.

En últim lloc es troba l'apartat de conclusions i els annexos a on s'inclouen les taules elaborades amb el llistat de patrimoni alimentari detectat durant la recerca.



## 4-MARC TEÒRIC

Des dels anys noranta, el món del turisme està vivint grans canvis, el més destacable és que el viatger està buscant conèixer espais diferents on poder experimentar noves sensacions descobrint de primera mà la cultura de l'espai visitat. Una de les branques del turisme amb més desenvolupament en aquests últims anys és el Turisme Cultural. Els turistes estan començant a demanar viatges on també es puguin involucrar més profundament altres sentits, i així es veu la necessitat d'apreciar l'atmosfera del lloc, de gaudir del menjar local, de conèixer els costums del lloc o de participar en un determinat esdeveniment. En aquesta línia de donar resposta a un major gaudi d'altres sentits, apareix l'enoturisme, el turisme culinari i l'oleoturisme (López i Sánchez; 2012).

Aquests canvis en el tipus de demanda del turista, també s'expliquen perquè en els últims anys dels destins de la mediterrània, tot i ser encara el primer destí turístic del món, s'està arribant a un sostre, on s'ha d'ampliar l'oferta més enllà del sol i la platja: hi ha la necessitat d'un gir cultural, i d'un turisme i d'un desenvolupament sostenible (Medina i Tresserras; 2005). Una de les principals conseqüències és el creixement del Turisme Cultural, centrat en el patrimoni material (històric-artístic) i el patrimoni immaterial o intangible, on l'alimentació ha agafat un paper molt important.

### 4.1-El turisme cultural: el turisme gastronòmic.

En primer lloc, cal presentar la definició de turisme segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT), la qual el 1985 defineix el turisme com "el conjunt d'activitats que realitzen les persones durant els seus viatges i les seves estades en espais diferents al seu espai habitual, per un període de temps inferior a un any, per motius d'oci, de negoci o altres motius que no estiguin vinculats amb una activitat remunerada". Dins la seva àmplia definició de turisme inclou, referint-se al turisme cultural "els moviments de persones amb motivacions bàsicament culturals, com circuits d'estudis, circuits culturals i d'arts de l'espectacle, viatges a festivals o altres esdeveniments culturals, visites a monuments, viatges per estudiar la natura, el folklore o l'art i els pelegrinatges". Per tant, segons aquesta definició, dins el turisme, sempre hi ha hagut una necessitat de viatjar i conèixer a través d'elements culturals.

El Turisme Cultural és un fenomen molt recent, una de les primeres definicions acceptada pel Consell Internacional de Monuments i Llocs Culturals (ICOMOS), data del 1976, any en què es va presentar la Carta de Turisme Cultural. El Turisme Cultural es defineix "aquella forma de

turisme l'objectiu del qual està, entre d'altres propòsits, en la descoberta i coneixença de nous monuments i llocs d'interès històricoartístic." El 1999, a l'Assemblea General que va celebrar l'ICOMOS a Mèxic, es va fer una reformulació de la definició: "aquella activitat que permet als visitants l'experiència de conèixer les formes de vida d'altres persones, mitjançant d'una banda un coneixement dels seus costums, les seves tradicions, el medi físic o les idees, i de l'altra l'accés a llocs de valor arquitectònic, històric, arqueològic o qualsevol altra significació cultural".

Segons l'associació ATLAS, el fundador de la qual és Greg Richards, presenta dos definicions de Turisme Cultural. Una és una definició conceptual, que ho defineix com "el moviment de persones cap a atraccions culturals, fora del seu lloc habitual de residència, amb la intenció d'aprendre nova informació i experiències per satisfer les necessitats culturals." Richards també fa una definició tècnica: "tots els moviments de persones cap a atraccions cultes específiques, com llocs del patrimoni, manifestacions cultes i artístiques, arts i drama, lluny del seu lloc habitual de residència."

Una de les aportacions més recents al món del turisme i més acceptades, és la de Donaire (2008), que distingeix sis significats del terme turisme cultural:

1. Turisme culte. Segons Donaire, l'actitud no s'aconsegueix mirant un objecte cultural, sinó mirant un objecte "culturalment". Per tant, l'objecte de la mirada turística no és tan important com l'actitud turística. L'element que diferencia és la capacitat d'interpretar el codi cultural de l'espai visitat.
2. Turisme monumental (o de la cultura). La condició de cultura s'atorga a l'element i no l'actitud, com feia amb el turisme culte.
3. Turisme del patrimoni. Segons Donaire, és un turisme que s'evoca al passat.
4. Turisme etnològic (o de les cultures). En aquest cas, el turista es vol acostar a les diverses manifestacions de la cultura local tant materials com immaterials.
5. La cultura "turistificada". En moltes ocasions s'ha dit que el turisme ha banalitzat la cultura i ha creat espais culturals artificialitzats per al consum de visitants. És a dir, tal com ho defineix l'autor s'ha fet una "mercantilització de la cultura".
6. El viatge extraordinari. En aquest cas, turisme i cultura comparteixen un element en comú: una experiència fora de la quotidianitat. El valor no recau en l'objecte o en l'escena sinó en tot el seu simbolisme.

Es pot observar com, amb el pas del temps, la definició de Turisme Cultural ha anat evolucionant, primer només parlant de la part de la cultura més tangible, com són els monuments, fins en els últims anys en què s'ha incorporat la part intangible de la cultura, aquí és on entra la gastronomia. Segons la classificació presentada per Donaire, la gastronomia es podria incloure en la tipologia de turisme anomenada *etnològic*, perquè és aquell tipus de turista que busca conèixer tots els aspectes d'una cultura i la gastronomia esdevé una part important de la cultura de l'espai visitat.

Avui, el Turisme Gastronòmic és un segment de turisme molt apreciat perquè satisfà les exigències de consum de la demanda de Turisme Cultural, on el turista immers a les noves tendències culturals, vol viure la cultura d'una forma més vivencial i participativa, i això el Turisme Gastronòmic ho permet. Segons Tresserras i Medina (2005), la gastronomia reuneix dos dels valors que busca el turista actual. Per una banda, allò "local" i que és diferent, inclús exòtic i, per altra banda, allò que no és turístic, és a dir, que en un inici no ha estat pensat exclusivament per turistes.

Segons Ascanió (2006), citat per Schülter, la gastronomia "permet un desenvolupament sostenible de l'activitat, perquè va dirigit a diferents nínxols de mercat i alhora els productes permeten incorporar actors de la mateixa comunitat". El terme gastronomia es defineix "com un valor cultural que es concedeix als aliments o a la forma de preparar-los per la seva identificació amb un territori o grup social" (Antò i Gomèz; 2004).

La gastronomia (i el vi) estableix una sinèrgia amb el turisme a través de quatre aspectes diferents (Tikkanem, 2007, citat per Schülter): com a atracció, fet que significa que el destí pot utilitzar aquest element per promocionar el lloc; com a component del producte, on el disseny de les rutes gastronòmiques (o enològiques) tenen un paper molt important; com experiència, abundant. L'existència d'un o varis llocs, en els quals la gastronomia adquireix un nivell diferent i es converteix en un reclam en si mateix, essent-ne un exemple la cuina realitzada per grans mestres; i com a fenomen cultural que se sustenta en l'existència de diferents festivals gastronòmics.

Per tant, es pot definir Turisme Gastronòmic, *com una tipologia de turisme cultural en què la gastronomia del país visitat és una de les activitats/motivacions principals. Inclou no només la*

*degustació dels diferents productes sinó també la visita i el coneixement dels mètodes de producció i elaboració dels diferents productes.*

Schülter, defineix les característiques del Turisme Gastronòmic. *“S’observa entre elles que qui participa realitza una despesa mitjana elevada per sobre dels turistes genèrics; presenten un alt nivell d’exigència sobre els productes oferts; i es localitzen en segments molt específics simplificant la seva captació la qual cosa incideix en la disminució de despesa per la seva captació (Torres Bernier 2003) Tampoc s’ha d’oblidar que el turisme també pot actuar com una activitat complementària dels turismes genèrics i d’altres turismes d’interès especial com el golf, neu o nàutic, de negocis, artístic monumental, esdeveniments, etc.”*

Així mateix, el Turisme Gastronòmic presenta grans similituds amb l’enoturisme, és a dir, aquell que es basa en l’experiència de visitar finques i bodegues relacionades amb la producció de vi, a l’igual que participar en festivals i espectacles relacionats amb el mateix. Hall et al. (2004), basant-se en l’assenyalat per Macionis, inclouen l’enoturisme en el turisme d’interès espacial, que compta amb tres aspectes: la visita pot estar motivada per el destí (regió del vi), per l’activitat (cata de vins) o per ambdós. (Schülter, 2006)

#### **4.2-El procés de patrimonialització del patrimoni alimentari.**

Segos Marcelo i Contreras, l’entrada de la gastronomia al turisme ha vingut acompanyada d’altres processos. En primer lloc, el de patrimonialització, en el qual la gastronomia es converteix en patrimoni com a element d’identitat. I en segon lloc, la inclusió progressiva a l’àmbit de les polítiques culturals i turístiques des del punt de vista de les institucions públiques i de les empreses privades. Com a conseqüència, es creen noves vies de desenvolupament i noves oportunitats, i es guanyen nous aliats i nous espais.

Cal destacar el procés de patrimonialització que ha patit l’alimentació. L’alimentació es defineix com “l’acte de proporcionar al cos humà les substàncies que hi són indispensables per la seva subsistència. És un procés conscient i voluntari, normalitzat a les diferents cultures i en la que l’ésser humà és socialitzat des del seu naixement. D’aquest mode, el concepte d’alimentació implica tan als processos nutritius, a la regulació i al control dietètic com el marc cultural i social en el que es localitzen aquests comportaments i pautes alimentàries” (Shülter, 2004).

Així, l'alimentació no és només un objecte nutritiu que permet passar la gana, sinó que també té un significat simbòlic a cada societat. Perquè cada cultura té una forma diferent de preparar els seus plats, que està condicionada pels valors culturals i els codis socials en els quals les persones es desenvolupen. Encara que l'alimentació és un tema individual, la selecció d'aliments depèn de cada cultura.

Per tant, segons Schülter, l'element cultural de l'alimentació d'alguna manera és la gastronomia: "L'home comença per transformar-lo, originant tradicions culinàries que només es modifiquen lentament amb el temps". Goyan Kittler i Sucher (1989), citat per Schülter, exposen el procés que utilitzen les persones respecte el que consideren aliments i distingeixen les següents categories. Segons els autors, aquests aspectes tenen una gran importància en dissenyar un producte turísticgastronòmic:

-Aliments comestibles

-Aliments comestibles pels humans però no de la meua cultura

-Aliments pels humans però no per mi

-Aliments comestibles per mi

Per tant "l'alimentació és un factor de diferenciació cultural que permet a tots els integrants d'una cultura manifestar la seva identitat" (Gonzàlex Turmo, 1999)

Es troben dues formes de classificar el patrimoni. En primer lloc segons si parlem de patrimoni natural o cultural (Ortega i Valcárel, 1998). Són molts els autors que introdueixen aquella part popular de la cultura en la definició de patrimoni cultural. Crespi & Planells (2003) assenyalen que "el patrimoni cultural engloba la literatura, l'art, els monuments, els museus, els ecomuseus, l'arquitectura religiosa, civil, militar, industrial o popular, la música, les danses, les celebracions festives, les costums, la gastronomia, les llegendes, els rituals, etc. és a dir, tot el conjunt d'elements simbòlics que ajuden a configurar la identitat cultural del territori en el que es troben una vegada legitimats socialment".

Dins els diversos tipus de patrimoni cultural que distingeix Schülter, la gastronomia es pot incloure en el patrimoni etnològic. Segons Carretero Pérez (1999), el patrimoni etnològic d'una societat és tota la seva cultura.

En segon lloc, es pot classificar el patrimoni en tangible i intangible, reconegut per la UNESCO. La gastronomia es pot incloure dins el patrimoni intangible, definit com “les pràctiques, representacions i expressions, els coneixements i les tècniques, que procuren a les comunitats, els grups i individus un sentiment d’identitat i continuïtat”. Aquest tipus de patrimoni és transmès de generació en generació i la seva protecció és garantia de sostenibilitat de la diversitat cultural.

Segons Poulain, el procés de patrimonialització es divideix en dues parts:

1. Totes les cultures seleccionen aquells aliments que són comestibles o incomedibles. Aquests productes seran els que es convertiran en aliments per aquestes cultures.

2. Menjar significa aplicar creences, estructures fonamentals de la imaginació. En l’àmbit fisiològic, el comensal es converteix en el que consumeix. Des d’una perspectiva subjectiva, el comensal creu o tem, mitjançant un mecanisme pertanyent a un pensament màgic: “em converteixo en el que menjo”. I en l’àmbit psicosociològic, el menjar, la cuina i els modals a taula integren al comensal a un univers social i a una ordre cultural ja que vénen degut determinats per la cultura.

Segons aquesta afirmació, es pot comprovar com gastronomia i cultura són dos conceptes que van lligats.

Els objectes patrimonials permeten interpretar la tradició, construir una certa relació amb la història i el territori, amb el temps i l’espai (Contreras). Contreras, entén l’actual “explosió” del patrimoni com una manifestació de nostàlgia, entesa com una manifestació de la modernitat, com per exemple la recuperació de les receptes de les àvies o dels aliments tradicionals. Aquest procés està lligat amb la globalització i homogeneïtzació, que ha suposat la desaparició de multitud de manifestacions i produccions de caràcter local.

Aquest procés de patrimonialització és una característica de les societats modernes que ens permet que avui en dia recordem aspectes de la vida quotidiana que teníem oblidats. Alguns d’aquests aspectes es converteixen en un motiu per viatjar. Explica que “estem assistint, a una eclosió de la gastronomia, caracteritzada per una valoració inèdita del fenomen culinari”. És un interès per l’aspecte hedonista del menjar, l’estètic, el creatiu, el valor dels productes en un territori i una cultura determinada (Contreras). Jean-Pierre Poulain afirma que l’acte

alimentari és un dels actes essencials del viatge que permeten entrar en contacte de primera mà amb la cultura i l'home autòctons, perquè és un acte quotidià.

Alguns experts, a partir de la idea que el patrimoni alimentari és un patrimoni viu, creuen que declarar-lo com a patrimoni és immobilitzar-lo, tal com afirma Montanari (2005): "les cuines són dinàmiques i fer d'elles una prescripció higiènica equivaldria a "immobilitzar-les" i considerar-les com una cosa simple, lligada a la "naturalesa" dels llocs, suposaria ignorar que són fruit d'una cultura antiga i profunda que els pobles de la Mediterrània han après a compartir, modificar i a recrear el dia a dia".

### 4.3-La industrialització alimentària

Aquest interès de la societat cap a la gastronomia està estretament lligat amb els canvis socioculturals que es comencen a percebre a la dècada dels vuitanta.

El caràcter simbòlic de la gastronomia actua com a identificador de pobles i territoris dins la societat globalitzada, que ha generat com a resposta un desig per allò autèntic i tradicionals. El que Ritzer i Moulin (2005), per Antò i Gòmez, anomenen el procés de MacDonalització o Coca-Colització de la societat.

Aquest fenomen té lloc al voltant dels anys noranta, quan la gastronomia comença a desaparèixer de les llars. Es caracteritza perquè es formes de producció del menjar del McDonald's, la previsió, l'eficiència, el control i el càlcul o l'accent són posats sovint en la quantitat en detriment de la qualitat.

McDonald's destaca entre els locals de menjar ràpid. És un lloc on la societat americana es sent a gust i en el que es troben, siguin o siguin, com a casa, perquè l'estratègia de l'empresa rau, en parat uniformitat associada a cada establiment: menjar, entorn, arquitectura, ambient, acte i paraules. D'ajustar-se s'hi suma que es pot menjar seguint l'horari habitual per alimentar-se sense haver condicionants d'ajustar-se, en algunes ocasions, als condicionants horaris imposats per cultures molt diferents. Però tal com assenyala Kottak (1997:266), el ritual de menjar al McDonald's està lligat a la vida quotidiana. Perquè els àpats familiars lligats amb festes religioses encara es fan a casa i la població no es desplaça a aquest tipus d'establiments.

Franco (2001:231), presenta els aspectes de la MacDonalització:

- Desritualització dels menjars
- Simplificació i homogeneïtzació dels processos culinaris i dels aliments servits
- Emfàtica referència al volum i la quantitat dels productes venuts però quasi mai a la qualitat  
Us freqüent dels adjectius com big i super en la nomenclatura dels productes.
- Atenció al client amb un mínim de comunicació verbal, amb formules despersonalitzades i estereotipades.
- Mà d'obra jove la capacitat dels quals es resumeix en aprendre gestos simplificats, repetitius i automàtics. Els restaurants de fast food no necessiten xefs.
- Alta rotació de personal com a conseqüència de la insuportable monotonia del treball tan altament racionalitzat.
- Deshumanització de les relacions entre els membres del staff i d'aquests amb la clientela. A les empreses McDonalitzades quasi no hi ha oportunitat per expressar emocions.
- Retirar dels menjars elements de ritual de comunicació i d'intercanvi humà.
- Generalització de models fast food al menjar casolà, inclòs en ocasions festives.
- Substitució dels tradicionals utensilis de taula pels seus equivalents descartables o simplement per la creació de modals que els reemplacin.
- Preferència per allò previsible d'un menjar en comptes de la sorpresa que aquest pot oferir.

El procés de transformació dels costums alimentaris en patrimoni, característic de les societats modernes, es basa en el temor de veure desaparèixer el que es distingeix com a signes o símbols d'un mode de vida passat.

Segons Poulain, cada vegada hi ha més identitats locals en perill. La idea que les formes a la taula, les formes de cocció o els productes que es consumeixen s'hagin de protegir, provoca la sensació més o menys certa que estan en perill i corren el risc de desaparèixer pròximament. El procés de transformació de les costums alimentaris i gastronòmics en patrimoni implica una situació de canvi en les pràctiques socials de l'espai alimentari i que aquests es percebin com una degradació i un risc de pèrdua d'identitat.



Una de les principals característiques de la industrialització és que talla el vincle entre l'aliment i la naturalesa ja que, al suprimir les funcions socials de la cuina, desconnecta parcialment el comensal del seu univers biocultural (Poulain; 2005).

Poulain assenyala diversos canvis socioeconòmics que han fet canviar alguns hàbits a la taula:

-en alguns llocs, com a França, s'ha passat de fer àpats amb tres plats (primer, segon, formatge, postres i cafè) a fer un plat i segon plat o un plat i postres.

-l'augment del número de vegades que es menja al dia: degut als productes amb efecte saciant, els "crakers", barretes i altres productes substitutius de menjar o per menjar entre hores.

-la baixada de pressió del grup i la pujada de l'individualisme. La reducció de la pressió de l'estructura familiar porta a una transformació del ritual alimentari quotidià.

#### **4.4-El turisme gastronòmic com a generador de desenvolupament rural i/o local**

Tot i que la mediterrània segueix sent el primer destí turístic del món, s'està arribant a un sostre on s'ha d'ampliar l'oferta més enllà del sol i la platja: hi ha la necessitat: necessitat d'un gir cultural i d'un turisme i un desenvolupament sostenibles.

La gastronomia té un paper molt important a l'hora de diversificar l'oferta de la nostra regió i sobretot pot ajudar a desestacionalitzar el turisme. A través de les campanyes o jornades gastronòmiques, es generen nous atractius turístics que es troben repartits al llarg de l'any i que, d'alguna manera, busquen omplir el gran nombre de llits oferts a la província, és a dir, a desestacionalitzar la gran concentració de turistes dels mesos d'estiu i oferir més productes la resta de l'any.

Un dels factors que caracteritza el Turisme Gastronòmic és que, en moltes ocasions, ha generat desenvolupament rural o local en espais amb l'economia poc diversificada i amb poques esperances de futur.

Un dels exemples més propers és el Priorat, que ens presenten Antón i Gómez a l'article "Productes alimentaris de qualitat, turisme i desenvolupament local: el cas del Priorat". Aquesta comarca destaca perquè a partir d'utilitzar els productes agroalimentaris com a recursos turísticogastronòmics, va facilitar el desenvolupament del turisme i, la vegada, el

turisme es va convertir en una eina de promoció i comercialització dels productes agroalimentaris de qualitat.

Es pot comprovar com la cultura popular o tradicional està en augment. Es tracta d'ofertes turístiques associades a recursos culturals i la gastronomia és un valor cultural que fàcilment s'associa amb els costums i el folklore dels territoris que tenen una base rural, és a dir, una producció agrària i pesquera pròpies de la comarca. Els programes Leader II i Leader Plus, treballen en el Turisme Cultural, sobretot en la seva vessant gastronòmica, que apareix com un dels dos pilars en els quals s'ha de fomentar el desenvolupament, juntament amb la valorització agrària.

Schülter apunta que el desenvolupament local o rural s'inicia durant el període d'entreguerres, quan apareix l'automòbil com a vehicle per recórrer Europa, visitar petits municipis i tenir contacte amb la gastronomia local. Aquests petits restaurants alimentaven a qui es desplaçava per aquests territoris, i a la vegada, feien accessibles preparacions locals que després van incidir en els plats oferts en els restaurants de les grans ciutats.

Els elements que expliquen el desenvolupament rural són la creixent globalització, l'augment de les possibilitats socioeconòmiques per l'ús del temps lliure, la tecnificació de l'agricultura que incideix en el treball, sumat a una major consciència ambiental, creixent interès en el patrimoni tant natural com cultural, i el desig d'un major contacte amb la naturalesa que ha portat a moltes persones a interessar-se per la vida al camp (Schülter, 2006).

Segons l'autora, perquè el turisme gastronòmic es converteixi en una opció per al desenvolupament, ha d'existir una bona articulació entre la producció de la matèria prima, els aliments que integren els plats i la indústria turística. *"El turisme rural ha provat de ser un instrument eficaç per revalorar les diverses manifestacions culturals especialment la gastronòmica i conseqüentment la dels aliments regionals. També es desenvolupen altres rutes temàtiques relacionades amb els recursos socials tals com els jaciments arqueològics, paleontològics, geològics, històrics, etc."*

Els principals beneficis del Turisme Rural segons Schülter (2006), són:

- Millora la comercialització de la producció primària i l'hi agrega valor.
- Fomenta la creació d'associacions.
- Amplia l'oferta turística.

### El cas de l'enoturisme

Quan es parla de Turisme Gastronòmic no es pot deixar de parlar de l'enoturisme, molt important a la zona de l'Empordà.

Segons Schülter, l'enoturisme “és aquell que es basa amb l'experiència de visitar finques i bodegues relacionades amb la producció del vi, així com participar de festivals i espectacles relacionats amb el mateix”.

De la mateixa manera que el Turisme Gastronòmic, el turisme del vi apareix als anys noranta i avui en dia, existeixen moltes regions que utilitzen el vi per promocionar-se. Hall i Michell (2002), assenyalen que la combinació del físic cultural i l'entorn natural, dóna a cada regió (lligada amb el vi) una distinció diferent.

Es té constància que les visites a les bodegues són molt més antigues i hi ha registres que ja hi havia viatges organitzats amb aquest propòsit a l'època del Gran Tour i inclús en èpoques de l'antiga Grècia i Roma. Però no va ser fins a mitjans del segle XIX quan el vi va sorgir com una forma de turisme d'interès especial (Hall, 2004). L'autor també apunta que les rutes del vi varen formar part del turisme alemany des de la dècada de 1920 i es van estendre fins altres països de l'Europa Central i després fins a Califòrnia als Estats Units.

Però, tal com succeeix amb el Turisme Gastronòmic, s'ha observat que el menjar i el vi són un complement a tota la resta d'oferta turística que té el país. Per tant, no és un segment de turisme que pugui anar sol. Un altre factor que coincideix amb el Turisme Gastronòmic és el perfil de turista, amb un alt nivell cultural i amb bona posició econòmica.

### **4.5-Etiquetes de qualitat**

La Unió Europea és el principal mercat agrícola del planeta, el primer com a exportador i el segon com a importador. Per aquest motiu, el 1962 la Unió Europea aprova la primera Política Agrària Comuna (PAC), que inicialment té com a objectiu incrementar la productivitat agrària mitjançant l'aplicació de progrés tècnic i racionalitzar els processos agroproductius per tal d'assegurar l'abastament alimentari, estabilitzar els mercats, garantir un nivell de vida i fer arribar els productes a preus raonables. La PAC és un sistema proteccionista de l'agricultura administrada pel Fons Europeu d'Orientació i Garantia Agrària (FEOGA).

Des de l'aplicació de la Política Agrària Comuna fins a l'actualitat aquesta ha patit diverses reformes. Una de les que té més incidència en el turisme gastronòmic és a partir dels anys vuitanta quan es comencen a implementar etiquetes de protecció. Les actuals es troben regulades per la Llei 14/2003. Les etiquetes que presenta aquest decret regulades pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, són:



La **Denominació d'Origen Protegida (DOP)** és la denominació emprada per designar els productes agroalimentaris que procedeixen d'un lloc o una zona geogràfica determinats, o excepcionalment d'un país, que deguin exclusivament i fonamentalment les seves característiques al medi geogràfic, tenint en compte els factors naturals i humans, i que siguin produïts, transformats i elaborats en el lloc o la zona geogràfica que dóna nom a la denominació. S'inclouen les denominacions tradicionals de productes agroalimentaris, geogràfiques o no. Productes amb DOP: arròs del Delta de l'Ebre, Avellanda de Reus, Formatge de l'Alt Urgell i la Cerdanya, Mantega de l'Alt Urgell i la Cerdanya, Mongeta del Ganxet, Oli de Terra Alta, Oli Les Garrigues, Oli Siurana, Oli del Baix Ebre-Montsià i Pera de Lleida.



La **Indicació Geogràfica Protegida (IGP)** és la denominació emprada per a designar els productes agroalimentaris que procedeixen d'un lloc, una zona geogràfica o, excepcionalment, un país que deguin la qualitat especial, la reputació o una altra característica concreta al seu origen geogràfic i que siguin produïts, transformats o elaborats en el lloc, la zona o el país que dóna nom a la indicació. S'inclouen les denominacions tradicionals de productes agroalimentaris, geogràfiques o no. Producte amb IGP: Calçot de Valls, Clementines de les Terres de l'Ebre, Llonganissa de Vic, Pa de pagès català, Patates de Prades, Pollastre i capó del Prat, Poma de Girona i Torró d'Agramunt.



L'**especialitat tradicional garantida (ETG)**, és una certificació de característiques específiques que reconeix, mitjançant la inscripció al registre comunitari, un producte agroalimentari que té una composició tradicional o que ha estat obtingut a partir de matèries primeres tradicionals o mitjançant un mètode de producció o transformació de tipus tradicional. Productes amb ETG: panellets i pernil serrà.



La **Marca Q** és una marca creada i registrada pel Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural que s'atorga als productes agroalimentaris de qualitat que presenten unes característiques diferencials respecte d'altres productes semblants. Tant les característiques com els controls a realitzar sobre aquests aliments estan reglats per la normativa. Productes distingits amb la Marca Q: bombons, capó, conill, formatge, galetes, mel, peix blau, pollastre, porc, vedella, xai i torrons de praliné i trufats de xocolata.



A nivell estatal, una de les etiquetes que més destaquen i que s'apliquen a establiments de restauració és la "Q de qualitat turística". És la marca que representa la qualitat en el sector turístic espanyol i està promoguda per la Secretaria d'Estat de Turisme i les Comunitats Autònomes. Per un establiment tenir la *Q de qualitat* representa: prestigi, diferenciació, fiabilitat, rigor i promoció. Abans que un establiment turístic obtingui aquesta Q, ha de passar per un seguit d'auditories on es té en compte que el servei sigui garantia de qualitat, seguretat i professionalitat.

#### 4.6-El Turisme Gastronòmic a la província de Girona.

En el territori analitzat trobem diversitat d'agents que promocionen la gastronomia. Tot seguit es presentaran quines són les diverses institucions que gestionen el turisme i quina és la oferta que presenten a la seva pàgina web sobre turisme gastronòmic.

A nivell estatal ens trobem amb Tourespanya, organisme nacional de turisme responsable del màrqueting d'Espanya al món i de crear valor pel seu sector turístic impulsant la sostenibilitat econòmica, social i mediambiental dels destins nacionals. Els trets distintius que destaquen de la cuina del país són: les cuines regionals, els pinxos, el vi i la cuina d'avantguarda.

Tourespanya presenta 23 destins gastronòmics, dissenyats per l'associació "*Saborea España, la escapada gastronómica*", format per la Federació Espanyola d'Hostelaria (FEHR), l'Associació Espanyola de Destins per la Promoció del Turisme Gastronòmics, Euro-Toques, Organització Europea de Cuiners, composta pels xefs de major prestigi; i l'Associació de Cuiners i Pastissers d'Espanya (Facyre). El seu objectiu és transformar els productes gastronòmics en experiències turístiques de gran valor, úniques i especialitzades. Dels 23 destins gastronòmics que presenta, no n'apareix cap que formi part de la Província de Girona, encara que de Catalunya apareix Cambrils, Lleida i Sant Carles de la Ràpita.

En el conjunt d'Espanya cal destacar com a notícia d'actualitat la proclamació de Burgos com a Capital Espanyola de la Gastronomia 2013, on es fa difusió de la oferta gastronòmica de Burgos i la seva província. També l'any 2005-2006 a Barcelona es va celebrar "L'any de l'Alimentació, la Cuina i la Gastronomia". A través de la celebració d'aquets esdeveniments es pot observar com la gastronomia està despertant molt d'interès en els diversos ens de promoció, com una forma de promocionar la cultura.

Dins l'apartat de gastronomia, es dedica un apartat específic a les Rutes del vi, on no apareix cap menció als vins de l'Empordà. També es descriu la cuina catalana, on es destaquen les seves característiques: "cuina de gran personalitat, amb un caràcter mediterrani molt accentuat i amb diverses influències que s'han anat introduint al llarg de la història: el pas dels grecs, romans i les posteriors influències italianes i la francesa que ha donat lloc a una cuina d'arrels complexes que ha sabut absorbir el millor de cada una i crear un bagatge culinari que forma part de la saviesa popular". Tourespanya també presenta una classificació dels principals productes de cada regió. Província de Girona se'n destaca l'Anxova de l'Escala, el Formatge de l'Alt Urgell i la Cerdanya i la Ratafia Catalana.

A nivell de Catalunya ens trobem amb l'Agència Catalana de Turisme, encarregada de promocionar la marca Catalunya. Les accions dedicades a promocionar la gastronomia es troben dins del Club Turisme Gastronòmic, la qual aplega productors i restauradors.

A nivell de Província de Girona trobem el Patronat Turisme Costa Brava Girona, fundat el 1976 per la Diputació de Girona amb l'objectiu de planificar, gestionar i promocionar el turisme a les comarques gironines.

Pel que fa al Turisme Gastronòmic, el Patronat presenta un calendari gastronòmic de les principals fires, mercats i jornades gastronòmiques de la província, el contacte dels restaurants de la regió i les receptes més destacades de la gastronomia gironina: Ànec amb naps, Arròs

negre, Bunyols, filet de cérvol amb pastanaga, albergínia i grosella, Pollastre amb escamarlans, Suquet de peix, Suquet de sardines amb patates i pèsols, Terrina de sardines amb tòfona al cava i Trinxat. A diferència de les institucions citades anteriorment, es pot observar com des del Patronat no es proposa cap ruta gastronòmica.

Dins la Província de Girona trobem set Consells Comarcals, cada un d'ells te un organisme encarregat de la promoció turística de cada territori.

En el cas de l'Alt Empordà, sota el nom d'Empordà Turisme una de les principals activitats que proposen relacionada amb la gastronomia són els "Empordà camins de vins", on es proposa una ruta que mostra els principals cellers de la comarca. A l'Alt Empordà els restauradors i hotelers s'agrupen sota l'Associació d'Empresaris d'Activitats d'Hostaleria de l'Alt Empordà.

A la comarca del Baix Empordà, el turisme està gestionat sota el nom d'Empordà Costa Brava on la gastronomia hi te dedicat un apartat específic. En primer lloc es presenta descripció de la cuina empordanesa, seguit de les diverses campanyes gastronòmiques que es celebren al llarg de l'any, l'Aula Gastronòmica gestionada pel Grup Costa Brava Centre, la qual aglutina els hotels, restaurants i bars de la comarca del Baix Empordà. En tercer lloc es presenta la oferta de restaurants de la comarca, i en quart i últim lloc la marca Productes de l'Empordà, "és una marca de garantia gestionada pels consells de l'Alt i Baix Empordà i te la funció d'individualitzar, personalitzar i reconèixer els productes típics de l'Empordà. Els productes registrats sota aquesta marca són: l'arròs de Pals, la botifarra dolça, els *brunyols* de l'Empordà, la ceba de Figueres, la poma de *relleno* de Vilabertran, el recuit i la gamba de Palamós. Aquesta última es troba en procés de certificació. També es presenta la ruta gastronòmica "Josep Pla, cuina i paisatge".

Pel que fa a la comarca de la Cerdanya, l'encarregat de gestionar el turisme és el Patronat Comarcal de Turisme de la Cerdanya. En gastronomia es destaquen els productes de la terra i els seus productors, l'oferta de restauració de la comarca, un calendari amb les principals jornades gastronòmiques i les receptes dels plats típics de la zona

A la comarca de la Garrotxa el turisme és gestionat per Turisme Garrotxa, és una comarca molt activa en termes gastronòmics, compta amb tres associacions gastronòmiques, de les quals destaca el col·lectiu de Cuina Volcànica. A la pàgina web en forma de calendari s'hi presenten els principals esdeveniments.

A la comarca del Gironès, sota el nom de Turisme Gironès s'aglutinen els restaurants i productors (Club Gastronomia del Gironès) i els serveis de càtering. De la cuina de la comarca se'n destaca "la cuina tradicional casolana, arrelada als productes de la terra fins a degustar els plats més elaborats a l'entorn de la cuina creativa d'autor".

A la oficina de turisme situada a Sarrià de Ter (Centre de Visitants del Gironès), on es poden adquirir productes de la terra. En destaca "l'Espai Gastronomia", on es pot gaudir d'un servei de cafeteria-restaurant: "Aquest espai esdevé un punt estratègic per descobrir el producte local i la gastronomia casolana, arrelada a la filosofia de cuina de proximitat, cuina Km0 (*Slow Food*)". També s'hi acullen les activitats com programes de formació del sector, activitats de show cooking..."

Al Gironès els restauradors i hotelers es troben agrupats sota l'Associació d'Hostaleria de Girona i Radial. A la ciutat de Girona també trobem l'Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona.

A la comarca del Pla de l'Estany, el turisme està gestionat per l'Oficina de Turisme emplaçada a Banyoles. A la seva pàgina web, es dedica un apartat específic a la gastronomia on es presenten els principals restaurants i productors de la comarca, els productes típics i els productors de la comarca. Una de les característiques que s'atribueix a la gastronomia d'aquesta comarca són "les influències de l'Empordà i la proximitat amb el mar que confereixen una gran varietat i riquesa als plats".

En el portal turístic de la comarca del Ripollès, es presenta un llistat dels restaurants de la comarca i de les rutes gastronòmiques: Ruta de la Vall de Camprodon, Ruta per la Vall de Ribes i Ruta pel Baix Ripollès.

Defineixen la cuina ripollesa com "l'autèntic cor de la casa de muntanya, que ha estat refugi d'un magnífic receptari basat en els bolets, els embotits de porc, els formatges, la caça i la carn de vedella i xai". La comarca, igual que l'Empordà té una marca de reconeixement de la qualitat anomenada "Productes del Ripollès" on es destaca: la vedella del Ripollès, el xai i el cabrit del Ripollès, el poltre del Ripollès, la trumfa de la Vall de Camprodon, els làctics i les galetes i dolços tradicionals. Els restauradors s'agrupen a l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès, per altre banda al municipi de Ripoll es troba "L'Aula d'Hostaleria del Ripollès" amb l'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.

I per últim a la comarca de la Selva, a on l'encarregat de gestionar el turisme és l'Associació de Turisme. *La Selva comarca de l'aigua*, segons aquest defineix la gastronomia de



la zona de la següent forma: “la comarca es troba en una zona de gran dinamisme culinari i gaudeix d’una posició geogràfica excel·lent que li permet disposar d’una gran varietat gastronomia des de la zona de muntanya del Montseny i les Guillaries fins a la Costa Brava”. Presenten les principals fires i festes relacionades amb la gastronomia, les jornades gastronòmiques i es proposen un seguit de rutes: la Ruta del Salsafí, La Ruta més dolça, La Ruta de la Botifarra de la Selva i la Ruta “Suca-mulla”.

Dins la comarca es troben diversos col·lectius gastronòmics: Gremi de Restauradors i Hotelers d’Arbúcies, La Cuina Tradicional Tossenca, Gremi d’Hostaleria de Lloret de Mar, La Selva Gastronòmica i el Gremi d’Hostaleria de Blanes.

A l’escala jurídico-administrativa més petita, trobem els ajuntaments alguns dels quals organitzen esdeveniments de tipus gastronòmic, sobretot en aquells municipis on el turisme hi té un pes important. Cal destacar el cas de Palamós i Sant Antoni de Calonge, els quals s’han unificat alhora de crear esdeveniments gastronòmics.

A nivell de província cal destacar el fenomen de les estrelles a la bona taula atorgades per la Guia Michelin. Però sobretot els dos restaurants que han portat la cuina gironina arreu del món. En primer lloc cal parlar del xef Ferran Adrià, qui el 1983 va obrir les portes del restaurant El Bulli situat al municipi de Roses, el qual va aconseguir es va posicionar com a millor restaurant del món, distinció que en l’actualitat gaudeix el Cellar de Can Roca, situat a la ciutat de Girona.

Avui en dia el Bulli té les portes tancades, però amb nous projectes en ment. En poc temps s’iniciarà el projecte anomenat *Bulli foundation*, que té com a objectius guardar els coneixements generats durant l’etapa del Bulli, a partir dels quals es crearà un espai a on durant a terme activitats que giraran al voltant del món culinari. I en segon lloc, la creació de la *BulliPedia*, un arxiu que ordenarà tots els coneixements de la història de la cuina i que pretén ajudar a crear a tots els cuiners del món.

Tan els germans Roca com Adrià, han portat la cuina gironina arreu del món, fet que ajuda a situar la província en el mercat internacional.

Després d’aquesta recerca per les pàgines web dels diversos agents encarregats de promocionar la gastronomia a la Província de Girona, es pot observar com es troben gran diversitat d’agents i propostes que promocionen el turisme gastronòmic.

## 5-ESTUDI DE LA SITUACIÓ

### 5.1-Inventari

Segons el Diccionari de llengua catalana, un inventari es tracta d'una *“Enumeració dels béns, dels mobles i de totes les altres coses pertanyents a una persona, a una empresa o a una comunitat, de les mercaderies, dels crèdits, dels deutes, etc., d'un negociant, dels objectes que componen un conjunt, una col·lecció, que es troben a un indret”*.

Amb la creació d'aquest inventari, es vol mostrar aquells elements que formen part de la oferta gastronòmica de la Província de Girona i destacar aquells més importants per crear una proposta de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona.

Els elements que s'han escollit s'han fet d'acord amb l'article de l'Elena Espeitx *“Els espais turístics del patrimoni alimentari”* publicat al llibre de *“Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo”* de Jordi Tresserras i Francesc Xavier Medina.

Segons Elena Espeitx es troben diverses formes de patrimoni alimentari, que tenen a veure amb les vies que s'utilitzen per patrimonialitzar productes i plats. Espeitx els anomena *“els espais del patrimoni alimentari”*, dels quals n'existeixen tres tipus: espais del patrimoni alimentari interpretat, espais del patrimoni alimentari consumit i espais del patrimoni alimentari menjat.

Tot seguit es farà una descripció del tipus de patrimoni que es concentra a cada un dels tres espais i els resultats obtinguts de l'inventari creat presentat a l'apartat d'annexos.

#### ***5.1.1-Els espais del patrimoni alimentari interpretat.***

Dins aquest grup el patrimoni alimentari es converteix en objecte d'interpretació en espais com museus, centres d'interpretació, exposicions, rutes culturals, parcs culturals, entre d'altres. En el cas de la província de Girona s'han destacat els museus que el seu tema central gira al voltant de la gastronomia.

Segons el Consell Internacional de Museus (ICOM), a la Carta de Principis sobre Museus i Turisme Cultural, se'n destaca el primer principi on s'expressa que *“els museus, donada la seva*

prioritat com a mediadors culturals i la seva diversitat tipològica en quan a col·lecció, naturalesa pública o privada, nacional, regional o local, les seves condicions de pluralitat, singularitat, llibertat, flexibilitat i potencialitat creativa, constitueixen un important recurs pel Turisme Cultural". Per tan, es pot observar com el patrimoni etnològic ha entrat als museus i participa de la dinàmica i desenvolupament del Turisme Cultural. Encara que segons Espeitx en els espais de patrimoni alimentari consumit i els de patrimoni alimentari menjat, és a on el patrimoni alimentari adquireix més rellevància.

### RESULTATS OBTINGUTS

D'aquests tipus d'espais, s'han inventariat els museus que la seva temàtica gira al voltant de l'alimentació. Se'n han detectat nou, tal i com es poden observar en el següent mapa estan repartits pel territori amb una concentració a l'Alt Empordà i un altre al Baix Empordà, propers a la línia de costa. La temàtica que més importància té és la relacionada amb el món del vi i també el del blat, dos aliments molt importants en l'anomenada Dieta Mediterrània. Per altra banda no es dediquen museus lligats en aquesta temàtica a comarques com el Gironès, el Pla de l'Estany o la Garrotxa, encara que possiblement acullen exposicions temporals que parlen de la temàtica o tenen altres espais del patrimoni alimentari que hi són presents.

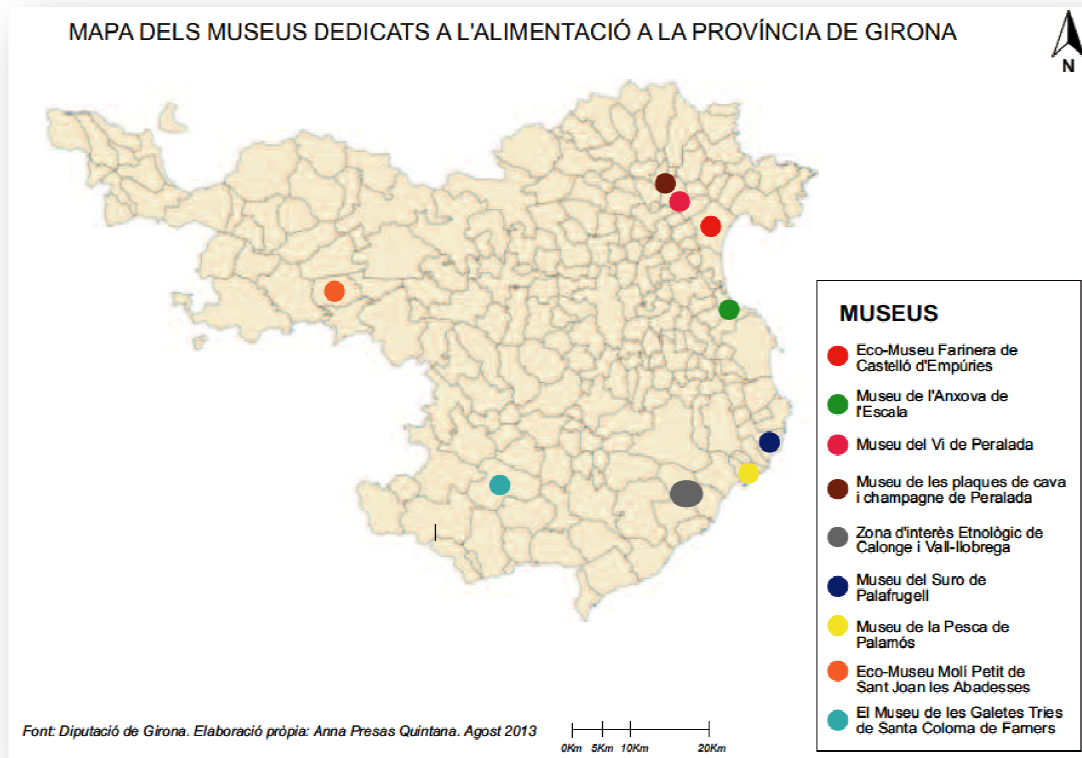


Fig1. Mapa dels museus dedicats a l'alimentació a la Província de Girona.

### 5.1.2-Els espais del patrimoni consumit.

En aquest grup s'inclouen tots aquells espais i esdeveniments on es poden adquirir productes alimentaris i un llistat amb el que Espeitx anomena els *Productes de la Terra*.

Espeitx presenta dos tipus de fires, per una banda les Fires de productes artesans, on s'inclouen les agroalimentàries. Aquestes han proliferat en els últims anys, i s'han presentat com un aparador de primer ordre per les produccions "patrimonials". Poden exercir una gran força d'atracció de visitants, encara que el seu èxit ha sigut desigual, només les que han sabut mantenir el seu caràcter distintiu es mantenen i aconsegueixen assentar-se i incrementar el seu èxit. Cal destacar que les fires artesanes més aconseguides, són aquelles que es basen en productes alimentaris patrimonialitzats. En alguns casos, les fires giren al voltant d'un producte o "emblema", encara que després es complementen amb la oferta de productes alimentaris artesans. I en segon lloc el que anomena les Fires Monogràfiques, dedicades a un producte concret, que acostuma a tenir poder de convocatòria i que s'associen sempre a un determinat territori. Alguns fires especialitzades es celebren anualment i es converteixen en

centres de peregrinació d'experts i coneixedors. S'hi organitzen activitats paral·leles, com cursos, cates o demostracions.

En aquest registre no s'ha fet distinció entre els dos tipus de fires, perquè de les fires observades ha sigut difícil trobar la barrera que distingeix els dos tipus.

Dins el patrimoni alimentari consumit també s'inclouen els espais de venda directe en el lloc de producció. Representa la màxima expressió de relació directe entre productor i client, d'establiment d'una confiança basada en el contacte personal, que permet una valoració immediata del producte. Dins aquests tipus d'espais s'hi ha incorporat els mercats setmanals, aquells establiments amb anys de trajectòria que elaboren un tipus de producte artesanal molt valorat pel client i les agrobotigues. Encara que a l'article s'hi afegeixen les cases de turisme rural on la recepció de visitants és una activitat complementària a l'activitat agrícola ramadera i en aquelles petites fàbriques de productes "típics", on arriben els autocars carregats de turistes per veure com s'elaboren. Els espais de venda directe, segons Espeitx és un espai plenament lligat al turisme.

I la última categoria que trobem en aquest grup, són els *productes de la terra*. Es tracta de productes alimentaris que es compren per menjar, perquè una vegada consumits s'han de tornar a produir, a vendre i tornar-los a comprar. Dins aquest grup destaquen aquells que han aconseguit una patrimonialització amb èxit i gaudeixen d'un estatus diferent a altres aliments considerats més banals. Quan es compren, no es compren per menjar sinó per regalar o recordar, es poden convertir en "records" turístics.

S'ha comprovat que arreu de la província els mercats setmanals són molt importants, cada setmana se'n celebren a moltes poblacions. A nivell turístic és interessant perquè és una manera d'aproximar el productor al client final i de mostrar com el producte de la terra és present en l'alimentació diària local.

Durant els últims anys han aparegut diversos mercats ecològics, on només es venen aquells productes que des d'un moment inicial de la seva producció s'ha sigut respectuós amb el medi ambient. Aquests mercats tenen lloc en petits pobles que són atractius turísticament, com és el cas de Sant Martí Vell, un petit poble medieval situat a la comarca del Gironès camí a la Costa Brava.

Pel què fa als productes de la terra, dels quaranta quatre que componen el llistat n'hi ha alguns que destaquen per sobre els altres ja sigui perquè tenen etiquetes de qualitat alimentària, perquè se'n celebren fires o campanyes gastronòmiques o són més coneguts per a la població.

Cal esmentar el cas de l'Oli DOP Empordà, el qual la seva etiqueta Denominació d'Origen avui està en modificacions perquè degut als canvis de normativa europea, s'ha d'adaptar a la nova normativa i als nous requisits.

Després d'analitzar quins productes eren presents a més comarques i quins generaven més productes lligats a la gastronomia s'han escollit onze productes que s'han observat que poden atraure més als turistes que visiten les comarques gironines, perquè destaquen per les seves característiques. Els productes són: l'arròs de Pals, l'avellana de la Selva, els *brunyols* de l'Empordà, l'escarola de cabell d'àngel, el formatge DOP de l'Alt Urgell i la Cerdanya, la gamba de Palamós, l'Oli DOP Empordà, l'Ovella ripollesa, la poma IGP de Girona, la vedella IGP dels Pirineus Catalans i el vi DOP Empordà.

### RESULTATS OBTINGUTS

Pel que fa a les fires de producte artesanals i monogràfiques se'n han detectat gran quantitat repartides pel tot el territori de la província, tal i com es pot observar en el mapa. És un aspecte molt positiu a destacar perquè no passa amb altres productes turístics, com per exemple els museus que es concentren en dos comarques.

Un altre aspecte a destacar i que es pot observar en la següent gràfica, és que les fires es celebren durant tot l'any, un punt a destacar és que quan menys es celebren són els mesos d'estiu, temporada de més afluència de turistes hi ha. Per tan potenciar la visita d'aquestes fires, pot ajudar a una desestacionalització del turisme.

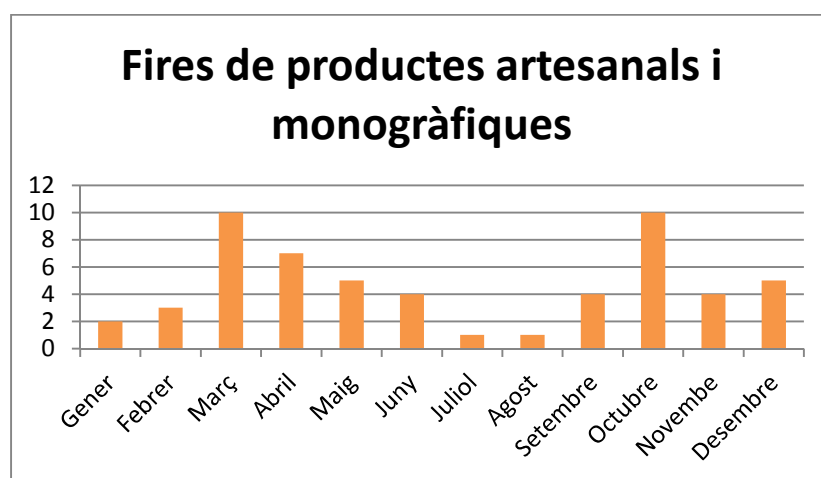


Fig2. Gràfica dels mesos que es celebren les fires de productes artesanals i monogràfiques.

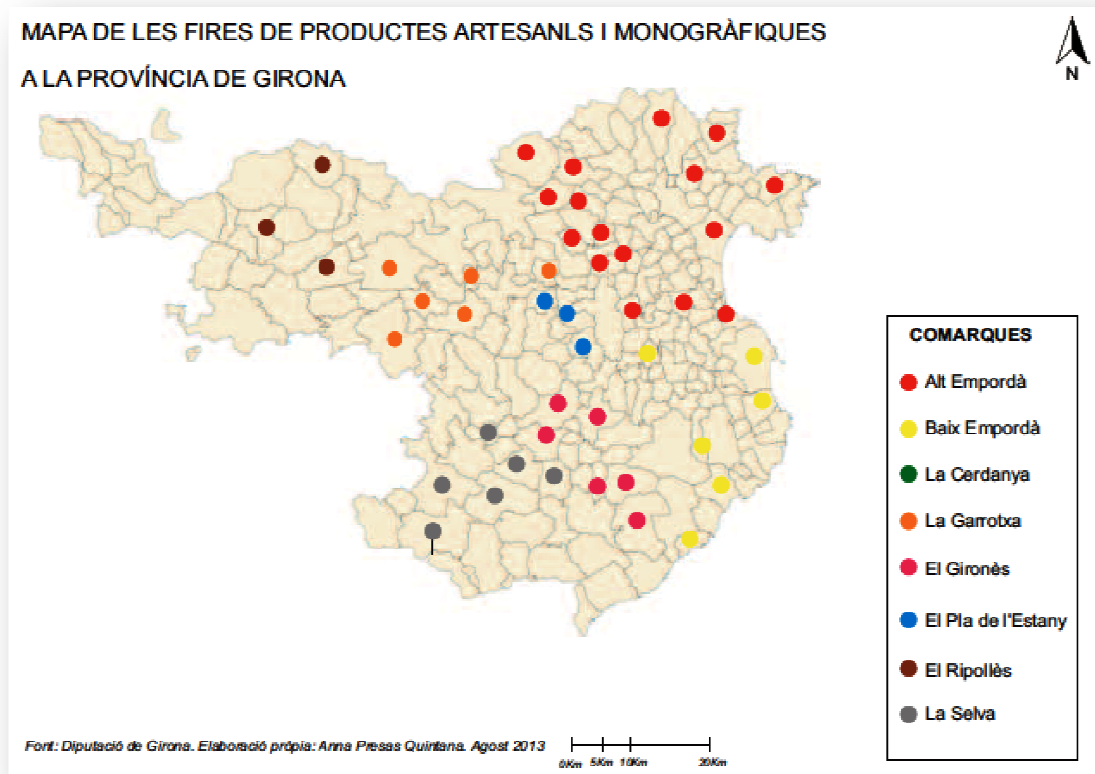


Fig3. Mapa de les fires de productes artesanals i monogràfiques a la Província de Girona.

Pel que fa al comerç, en primer lloc s'han destacat aquells comerços que tenen un recorregut històric important, és a dir que tenen més de cent anys de vida i que fan un tipus de producte conegut popularment i que en alguns casos aquest producte es converteix en *souvenir*, com és el cas de les Galetes Birba de Camprodon. En segon lloc s'han enumerat algunes de les principals *agrobotigues* que es troben a la província. S'han cregut que eren importants de destacar perquè venen productes locals i ecològics, dos valors molt importants per aquell turista interessat en la gastronomia local. I en tercer i últim lloc, s'han enumerat les vinoteques d'acord amb la selecció que ha fet Lluís Tolosar a la seva Guia d'Enoturisme per l'Empordà, com a espai on poder comprar vins lligats amb l'etiqueta de Denominació d'Origen Empordà.

S'ha dedicat un petit apartat als menjars populars, destacant aquells esdeveniments que tenen un pes important a la província durant la seva celebració i que són importants a la cultura popular del país. Per altre banda també s'han inclòs aquelles associacions de cuina formades majoritàriament per dones que tenen com a objectiu recopilar aquelles receptes de cuina que s'han transmès de generació en generació per tal de no perdre la tradició en un moment en què semblava que la cuina estava començant a desaparèixer de les llars i s'opta per elaborar

plats més ràpids i en algunes ocasions ja preparats. Per tant, tan els menjars populars com les associacions de cuina que trobem als municipis de Salt i de Sils són part important de la cultura popular gironina.

### *5.1.3-Els espais del patrimoni alimentari menjat.*

Són aquells espais on el patrimoni no es contempla, no s'interpreta per transmetre coneixements, no s'adquireix en un acte de compra, sinó que es menja. Estem parlant de bars, cafeteries, establiments de menú restaurants de cuina tradicional, restaurants de cuina de mercat, restaurants de cuina creativa, restaurants "típics", establiments hotelers especialitzats (paradors nacionals), campanyes gastronòmiques, rutes gastronòmiques, rutes artesanes, festes i menjars populars, etc. Segons Espeitx és "l'espai natural" del patrimoni alimentari.

Els elements que s'inclouen dins l'inventari, són en primer lloc els restaurants. Degut a la gran quantitat d'oferta que es troba al territori s'han escollit aquells que formen part dels col·lectius de cuina, perquè es considera que els restaurants que formen part d'aquests, elaboren un tipus de cuina que es distingeix de la que es podria trobar a altres tipus d'establiments.

En segon lloc les *Rutes gastronòmiques*, on s'integren els diferents espais del patrimoni (interpretació, consum i menjar). El seu objectiu consisteix en oferir coneixement organitzatiu d'un territori, mitjançant uns recorreguts estructurats, l'eix dels quals són productes i plats locals. Encara que també s'inclouen al patrimoni material i immaterial. Habitualment les rutes inclouen: menjar als restaurants locals, visitar museus i centres d'interpretació d'algun producte, participar en celebracions locals a on productes i plats adquireixin una certa rellevància, visitar productors i elaboradors per mostrar tècniques i sabers, i adquirir productes i degustar-los.

Un altre element que s'inclou són les *Campanyes gastronòmiques*. S'entén per Campanya Gastronòmica un esdeveniment que es celebra durant una sèrie de dies, on els restaurants adherits ofereixen a la carta dels seus establiments, l'opció de degustar un menú especial format per plats elaborats amb el producte que es promociona durant la campanya amb una gran varietat de receptes i un ampli ventall de preus.

En quart i últim lloc, es troben els Menjars Populars, que es celebren en dates assenyalades arreu de la província. I les associacions de cuina, formades de forma voluntària i amb l'interès



de preservar la cuina tradicional s'agrupen per elaborar tot un seguit de receptes que s'han anat traspasant de generació en generació amb la voluntat de preservar-les.

### RESULTATS OBTINGUTS

En primer lloc s'han recopilat tots els col·lectius de cuina repartits per tota la província que agrupen a diversos restaurants amb l'objectiu de potenciar un tipus de cuina lligada amb la zona a on es troben. En total se'n han detectat tretze. Molts d'ells agrupen restaurants de diversos municipis, encara que n'existeix algun a nivell local com és el cas de Besalú o d'intramunicipal com a Palamós i Sant Antoni de Calonge.

Pel que fa a nivell de restaurants cal destacar la gran quantitat d'Estrelles Michelin que aglutina la província, un total de 14 restaurants gaudeixen d'aquesta distinció. És un fet que cal destacar degut a que no passa en gaires més territoris i és sinònim que la cuina és un fet important a la zona d'estudi.

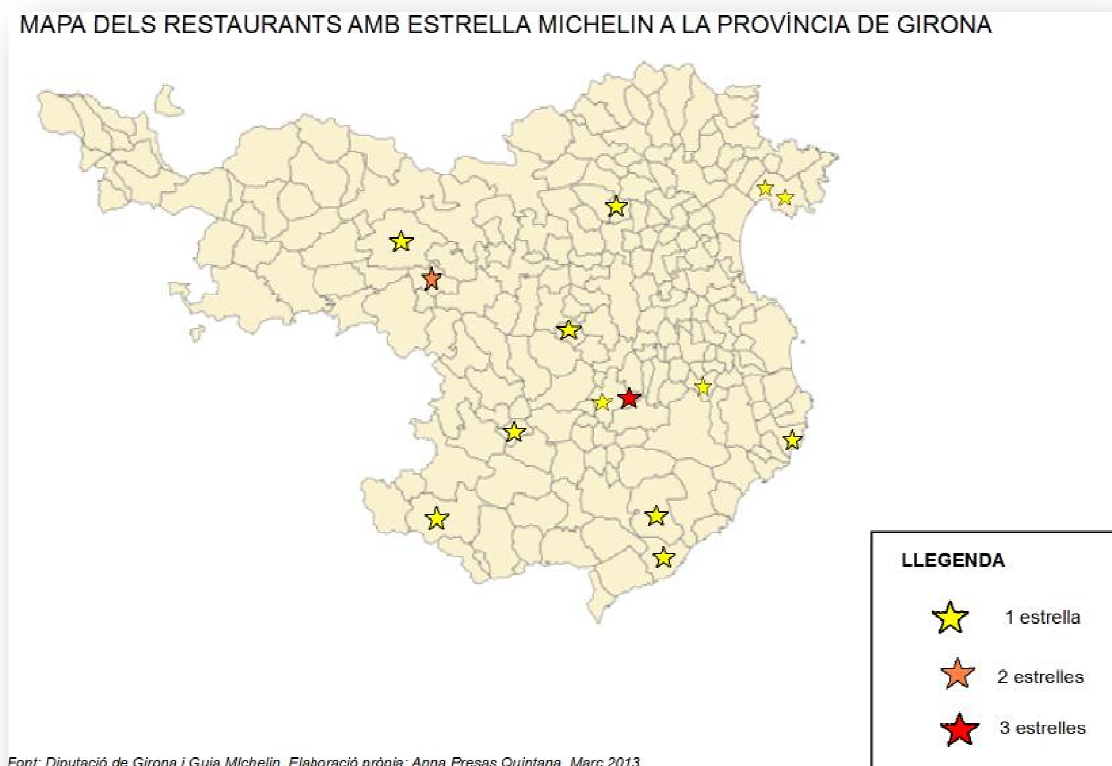


Fig4. Mapa dels restaurants amb Estrella Michelin a la Província de Girona.

Tal i com succeeix amb les fires, les Campanyes Gastronòmiques també es troben repartides al llarg de l'any. Els mesos que més se'n celebren són els mesos de maig, juny i octubre, per tan els mesos que no trobem una alta concentració de turistes. Cal destacar que algunes campanyes es duen a terme durant tot l'any, com succeeix amb la Cuina Tradicional Tossenca. A la següent gràfica es pot observar aquest fenomen:

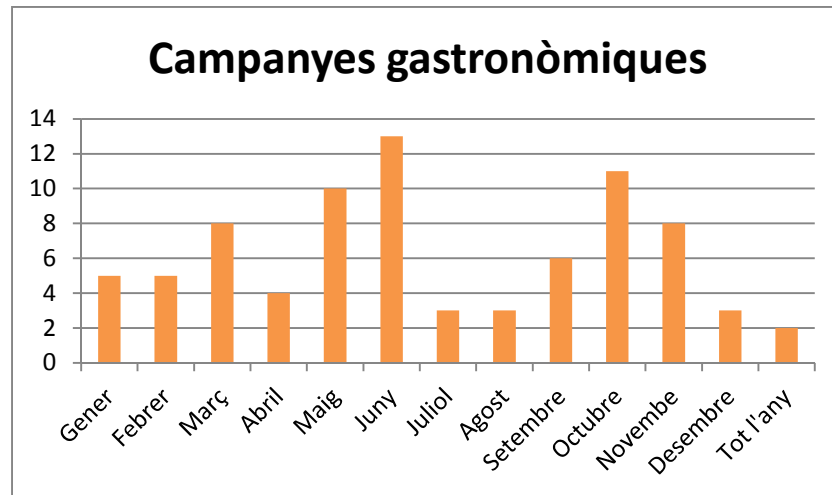


Fig.5 Gràfica dels mesos que es celebren les Campanyes Gastronòmiques.

En el mapa que es presenta a continuació, es pot contemplar com moltes campanyes gastronòmiques són organitzades a nivell local, menys a les comarques del Pla de l'Estany, la Garrotxa i el Ripollès a on la seva celebració té lloc en diferents municipis de la comarca. O el cas de Palamós i Sant Antoni de Calonge, on aquest tipus d'esdeveniments s'organitzen conjuntament.

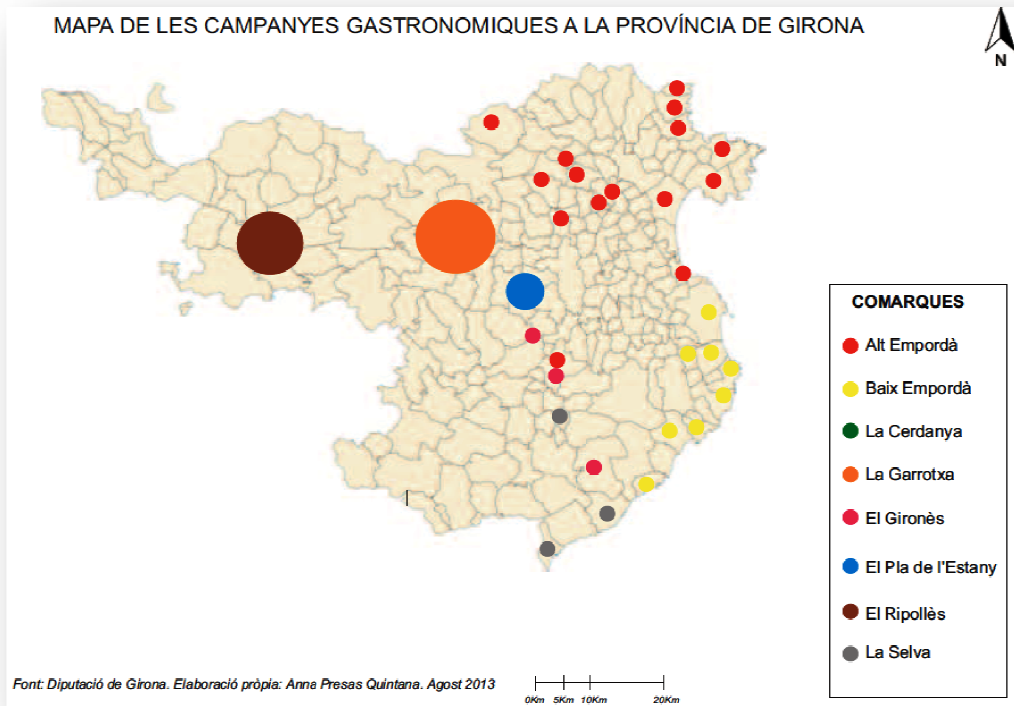


Fig.6 Mapa de les Campanyes Gastronòmiques a la Província de Girona.

S'han localitzat diverses rutes gastronòmiques repartides a totes les comarques, menys al Gironès, a la Garrotxa i el Pla de l'Estany. Totes estan lligades amb els productes esmentats a llista de productes de la terra, com són el vi, el salsafí o la botifarra dolça. Cal destacar la ruta vinculada a l'escriptor Josep Pla, el qual la gastronomia és un fil molt important a la seva obra per tal d'explicar el territori, bàsicament l'Empordà. És una ruta guiada que es fa en temporada d'estiu a diferents espais importants dins l'obra de Pla com és Calella de Palafrugell, on es llegeixen textos i es conclou la jornada amb un sopar basat en els aliments que Pla esmenta.

En aquest apartat també s'inclouen les aules gastronòmiques, com un espai on el turista pot aprendre a cuinar els plats més típics de la regió. Es creu important d'incloure-les, perquè en ciutats com Barcelona existeixen espais on als turistes van aprendre a cuinar els plats típics del país.

No es podia deixar de banda alguns dels esdeveniments que es celebren lligats a la Gastronomia. Un d'ells és el Fòrum Gastronòmic, que ja s'ha convertit en un esdeveniment de referència. Es tracta d'una fira per a professionals a on establir contacte directe amb els clients o establir relacions entre professionals. Durant els dies de fira es duen a terme diverses activitats com són les conferències o les demostracions de cuina.

Un esdeveniment molt recent però amb un impacte molt positiu entre el públic és el Girona 10, a on amb el mòdic preu de deu euros el client pot accedir a una àmplia oferta de restaurants de Girona i rodalies i provar un menú degustació. No es tracta només d'un esdeveniment gastronòmic sinó que s'hi inclouen l'allotjament i l'oferta cultural.

En últim lloc s'ha elaborat una llista destacant les bodegues del DO Empordà repartides entre l'Alt i el Baix Empordà i alguns a la comarca del Gironès.

## 5.2-Anàlisi DAFO: Debilitats Amenaces Fortaleses i Oportunitats.

	FORTALESES	DEBILITATS
ANÀLISI INTERN	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La comarca de l'Alt Empordà està especialitzada en Enoturisme</li> <li>-Existeixen diversitat de propostes relacionades amb la gastronomia que es celebren al llarg de l'any.</li> <li>-Alguns dels esdeveniments gastronòmics són productes consolidats entre el públic visitant.</li> <li>-A la comarca de la Garrotxa els ens de promoció turística treballen conjuntament i això permet crear un producte de qualitat i unificat.</li> <li>-La cuina d'avantguarda gironina és reconeguda a nivell internacional sota de noms com Ferran Adrià o els Germans Roca.</li> <li>-Existeixen molts productors, per tan es pot trobar un gran ventall de productes de proximitat.</li> <li>-Els esdeveniments gastronòmics es troben repartits al llarg de l'any, per tan permeten la desestacionalització del turisme.</li> <li>-La Província de Girona rep cada any un nombre important de turisme a qui poder oferir un nou producte.</li> <li>-La província de Girona es configura per un mosaic de paisatges diversos que generen productes alimentaris molt variats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trobem diversitat d'agents que gestionen les diverses propostes de Turisme Gastronòmic.</li> <li>-Gran diversitat d'esdeveniments, alguns d'ells repeteixen la temàtica en diversos municipis. Són els casos de les fires i les campanyes gastronòmiques.</li> <li>-Algunes de les zones de la província no queden definides dins de cap associació d'hostaleria i per altre banda n'hi ha que abracen punts iguals en el territori. És a dir, les unitats de gestió no queden clares.</li> <li>-El Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona, presenta un calendari poc acurat de les fires i campanyes gastronòmiques.</li> <li>-Per el Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona, la gastronomia no sembla ser un aspecte prioritari dins les estratègies de promoció del turisme de la regió.</li> <li>-La diversitat de paisatges pot fer difícil la construcció d'un nou producte.</li> </ul>
ANÀLISI EXTERN	OPORTUNITATS	AMENACES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El desenvolupament de noves propostes pot atraure nou públic o augmentar el que ja existeix.</li> <li>-Posicionar Girona com a destí de Turisme Gastronòmic.</li> <li>-Permetre l'arribada de turistes que busquen experimentar un altre tipus de sensacions més enllà del sol i pla platja.</li> <li>-La recent menció al Cellar de Can Roca com a millor restaurant del món.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existeixen destinacions a altres parts del territori, amb una oferta de turisme gastronòmic més consolidada.</li> <li>-El perfil del turista interessat per la gastronomia és molt concret i no és majoritari.</li> <li>-El mercat nacional, que és qui més s'interessa per la gastronomia, avui en dia està estancat degut a la crisi econòmica.</li> </ul>

### 5.2.1-Comentari de l'anàlisi DAFO

A l'anàlisi DAFO es presenten les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats que s'han detectat en la creació de l'inventari i en la revisió literària que s'ha fet sobre Turisme Gastronòmic. El DAFO es divideix en dos parts per una banda el que s'anomena anàlisi intern, es tracta de les fortaleses i les debilitats que mostra el Turisme Gastronòmic dins la Província de Girona, i per altre banda l'anàlisi extern compost per les oportunitats i les amenaces a on s'analitzen les conseqüències i les adversitats que poden arribar des de fora de l'àmbit d'estudi.

Pel que fa a les fortaleses, cal destacar la zona de l'Empordà, sobretot la comarca de l'Alt Empordà, on el Turisme del Vi està agafant molta força sota la marca registrada DO Empordà. Ens trobem amb un nombre important de bodegues i vinoteques repartides pel territori, a on en alguns espais s'ofereixen visites guiades. És una qüestió que no es pot deixar de banda perquè vi i gastronomia van agafats de la mà. Una de les altres comarques que destaca en termes gastronòmics és la Garrotxa, on trobem col·lectius molt arrelats al territori i a diferència d'altres punts de la província s'acostuma a treballar conjuntament entre tots els agents implicats.

També cal destacar la gran quantitat d'esdeveniments gastronòmics que es celebren al llarg de l'any arreu del territori, alguns d'ells són productes consolidats com la Fira-tast de Girona o la Mostra de Vi de Figueres. Es tracta de propostes molt diverses i que poden interessar a públics diferents.

Un dels fets més recents a les comarques de Girona, són l'existència de dos dels millors restaurants del món, un és el Celler de Can Roca a Girona i l'altre, avui amb les portes tancades però amb nous projectes de futur, el Bulli a Roses. És un fet molt important a destacar, perquè porta a la província persones interessades amb la gastronomia les quals es poden interessar per la resta de productes que s'ofereixen relacionats amb la temàtica, i per altre banda situa la cuina gironina a un rang molt elevat.

Una altres de les fortaleses a destacar, és l'alt nombre de productors que trobem a la província. Aquest fet ens permet crear una cuina lligada a la terra, molt atractiva per aquell tipus de turista interessat en conèixer la cultura local.

Un dels punts més positius del Turisme Gastronòmic és que pot ajudar a la desestacionalització del turisme, un dels handicaps que el sector del turisme intenta solucionar creant nous productes fora de temporada. S'ha pogut observar que molts dels esdeveniments es celebren fora dels mesos d'estiu. Encara que aquest fet també es pot contemplar com una debilitat pel fet que si es celebren quan arriben menys turistes es fa més difícil arribar al públic objectiu.

Les comarques de Girona es configuren per paisatges molt diferents. Amb pocs quilometres de distància es passa d'un paisatge de litoral a un d'alta muntanya. Tal com expressa Josep Pla, això ha configurat una cuina entre mar i muntanya, degut a que els productes base de la cuina es cultiven en condicions climàtiques diverses i generen sabors amb grans contrastos.

Pel que fa a les debilitats, la primera que cal destacar és que trobem diversitat d'agents que gestionen els esdeveniments lligats a la gastronomia, fet que en algunes ocasions genera missatges molt diferents i també productes molt similars. Si anteriorment hem destacat com a fortalesa la gran quantitat d'esdeveniments que es celebren al llarg de l'any, cal dir que alguns d'ells tenen una temàtica molt similar, per exemple es troben diverses fires monogràfiques dedicades al bolet o al *brunyol*.

Existeixen diverses associacions d'hostaleria repartides per les comarques, es troben casos de restaurants que en pertanyen a dos o algunes com l'Associació d'Hostaleria de Girona i Radial, a on a les seves campanyes gastronòmiques bàsicament hi participen els restaurants de la capital gironina deixant al marge alguns restaurants de les comarques del Gironès, la Selva i el Pla de l'Estany. Per tan seria important establir diàleg entre les diverses associacions per tal de marcar uns límits.

Gran part de la informació per elaborar l'inventari s'ha extret del calendari gastronòmic que el Patronat de Turisme de Girona Costa Brava presenta a la seva pàgina web, alguns dels esdeveniments indicats ja no es celebren o bé en falten molts d'importants que s'han trobat per altres fonts d'informació. És important revisar aquest calendari per oferir una informació veritable al turista que ens visita.

El que anteriorment s'havia apuntat com una fortalesa, la diversitat de paisatges, es pot convertir en un problema alhora de crear un producte cohesionat entre tota la província.

A l'anàlisi extern, en primer lloc trobem les oportunitats, de fer veure al turista estranger que existeixen moltes activitats més enllà de les costaneres. També pot ajudar a posicionar Girona com a destí de Turisme Gastronòmic, a través de la potenciació de les seves fortaleses.

Recentment la distinció del Cellar de Can Roca com a millor restaurant del món, ha tornat a situar Girona en el mapa de la cuina d'avantguarda mundial, després que anys anteriors Ferran Adrià també tingues el seu reconeixement amb el seu restaurant el Bulli. Adrià, presenta projectes de futur, el Bulli Foundation que poden ajudar a consolidar la marca de Girona com a destí gastronòmic.

Per altre banda, la gastronomia fora dels noms més importants com són Roca i Adrià són poc coneguts internacionalment, i es troben altres destins a on la gastronomia té un pes més important i consolidada.

Un dels altres problemes és que el perfil del turista interessat en gastronomia té un perfil molt peculiar i que per tan fa que no sigui generalitzat. Estem parlant d'un tipus de turista amb renda alta i amb inquietuds culturals, que busca un tipus de producte molt concret.

I per últim cal destacar que les dificultats econòmiques per les que està travessant el país, dificulta l'arribada del turista nacional a qui segurament és més fàcil d'arribar a través de la gastronomia i que també està més interessat en aquest tipus de qüestions, perquè la proximitat fa que tinguis més informació a priori sobre l'espai visitat.



## 6-PRESENTACIÓ DE LES ACCIONS

En aquest apartat es desenvolupen les accions que configuren la proposta final de Turisme Gastronòmic a la província de Girona, principal objectiu del treball final.

Per tal de desenvolupar les accions s'ha tingut en compte tota la recerca realitzada tan en el marc teòric com a l'inventari, s'han valorat a través de l'anàlisi DAFO i s'ha vist quins són els punts que s'han de potenciar. Tot seguit es presenta l'esquema que s'ha seguit per desenvolupar cada una de les accions:

- a) Títol de l'acció: anunciat de l'acció que es vol implementar.
- b) Actuació: descripció de l'acció que es vol portar a terme.
- c) Descripció: explicació del què es vol aconseguir amb aquesta acció.
- d) Objectiu: descripció de quins són els reptes que es volen aconseguir a través de l'acció.
- e) Termini: definir una escenari de referència temporal.
- f) Prioritat: indicar què passaria sinó es realitza aquesta acció, quina és la seva importància dins el conjunt de la proposta final. Es valora dins una escala de baix, mitja i alt.
- g) Agents: què cal implicar-hi per fer efectiva l'acció.
- h) Subaccions: si s'escau
- i) Referències: (si s'escau) si existeix un projecte similar en un altre territori.

A continuació es presenten en forma d'esquema les accions proposades. El resultat són tres accions i cinc subaccions:

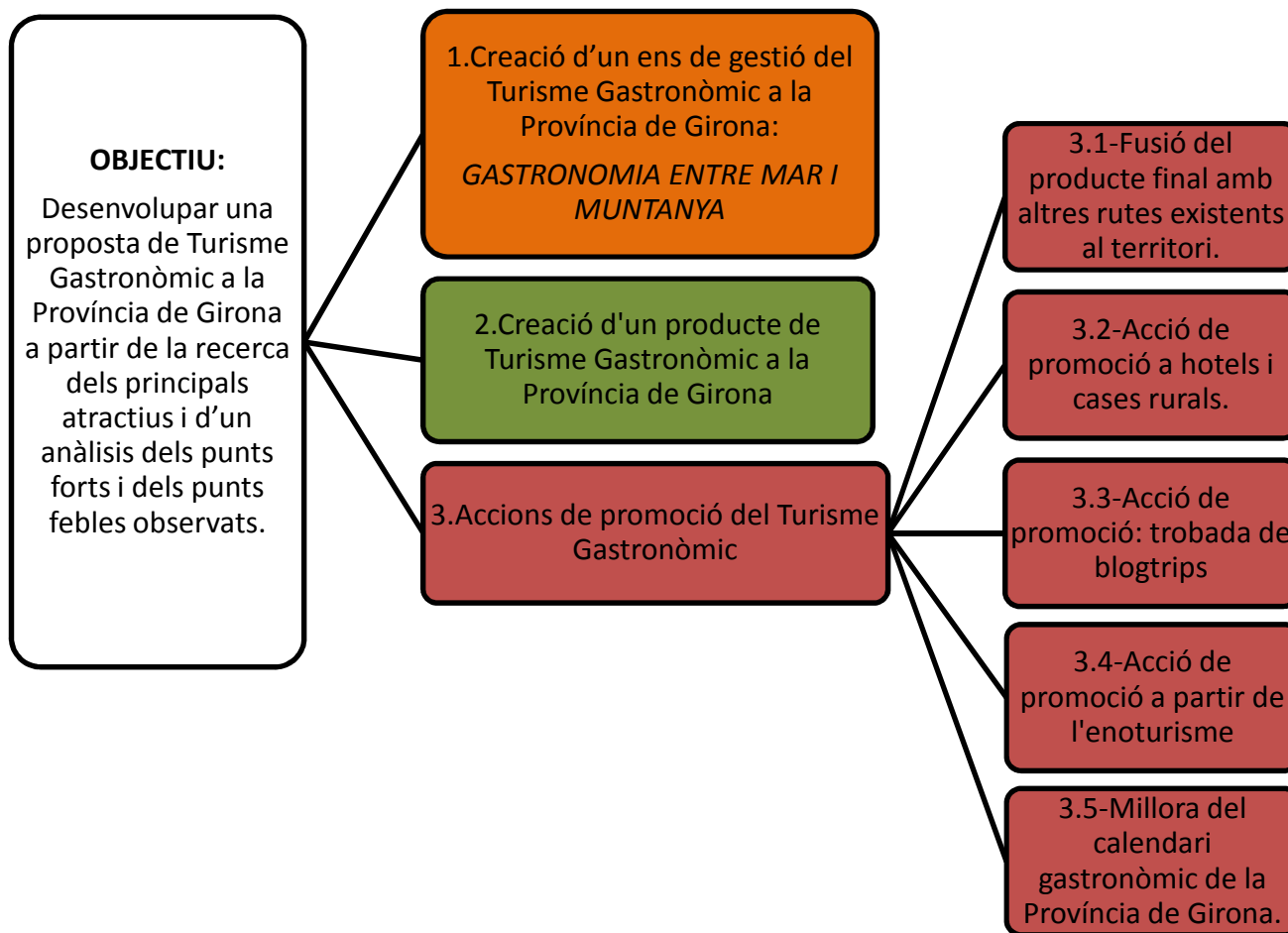


Figura 7. Esquema de les accions de Turisme Gastronòmic a la província de Girona.

## 6.1-Acció 1: creació de l'ens de gestió.

### 1.Creació d'un ens de gestió del Turisme Gastronòmic a la Província de Girona:

#### **GASTRONOMIA ENTRE MAR I MUNTANYA**

##### **A) ACTUACIÓ.**

Creació d'un ens de gestió, *Gastronomia entre mar i muntanya*, que reguli tota la oferta de Turisme Gastronòmic existent a la Província de Girona i que agrupi les associacions gastronòmiques de cada comarca, els col·lectius de cuina i els productors. També es pretén que convidi al diàleg i generi relacions entre els agents implicats. Aquest ens de gestió estaria vinculat al Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona.

##### **B) DESCRIPCIÓ.**

Després d'analitzar la situació del Turisme Gastronòmic a la Província de Girona, s'ha detectat que hi ha una gran quantitat d'oferta relacionada i molts agents que intervenen i creen nou producte. Per una banda es valora positivament la existència de diversitat d'agents, perquè es creen productes molt diferents i en ocasions molt arrelats en el territori. És a dir, el fet que el producte sigui pensat per un local fa que es tinguin en compte totes les possibilitats, però per altre banda pot ser que es promocionin productes que descriguin poc la zona a on es celebren, com per exemple fires de productes on possiblement per la temàtica s'adaptarien millor a una altre part del territori i per això no acaben de tenir acceptació entre el públic. A més a més, existeixen parts de la província que no queden ben definides dins de cap ens de gestió i en ocasions es fa difícil formar part d'alguna de les campanyes gastronòmiques que les associacions proposen. També cal esmentar que entre els agents dedicats a la gastronomia en algunes ocasions existeix poca comunicació i provoca que es generin esdeveniments de tipus similar.

Per altre banda es creu molt important crear un ens de gestió perquè a les comarques de Girona existeix un important patrimoni alimentari que cal potenciar i cuiners amb renom internacional que han portat la cuina gironina arreu del món. Amb la creació d'un producte conjunt i de qualitat es podria explicar els orígens de la cuina que ha arribat tan lluny.

La funció de l'ens *Gastronomia entre mar i muntanya*<sup>1</sup>, té com a reptes principals:

1. Creació d'una institució que sigui el punt de trobada de tots els agents involucrats en gastronomia de la Província de Girona, format per la Diputació de Girona, els municipis involucrats, les associacions i els col·lectius de restauradors i els productors d'aliments de proximitat/Km0 o productes amb l'etiqueta de "típics".
2. Gestió de la oferta gastronòmica de la província.
3. Promoció del Turisme Gastronòmic de la Província de Girona, a les diverses accions de promoció que ja realitza el Patronat de Turisme, a més de les accions que es creguin necessàries.
4. Generació o increment d'activitat econòmica lligat a la gastronomia.

Per a poder portar a terme aquests reptes cal:

1. Aglutinar totes les associacions d'hostaleria d'arreu de la Província.
2. Aglutinar tots els col·lectius i associacions gastronòmiques de la província.
3. Aglutinar tots aquells productors que ofereixen un producte Km0, tots ells anomenats a la guia *Compra a pagès*, editada per la Generalitat amb l'intenció de fer que els restauradors comprassin productes de la terra per elaborar els seus plats. També aquells productors que destaquen per la seva trajectòria, que són reconeguts per la població i que alguns d'aquests productes es venen a les botigues de *souvenirs*.
4. Creació d'una reunió per tal que tots els agents s'impliquin amb el projecte des del seu punt inicial.

### **C) TERMINI**

Es creu que el termini per iniciar el funcionament d'aquest nou ens de gestió en turisme ha de ser d'aquí d'un any, quan s'hagi creat el producte i tots els agents implicats ja participin del desenvolupament del projecte i s'hagin fet les valoracions necessàries per saber que el producte s'identifica amb el territori i que la seva promoció funcionarà.

---

<sup>1</sup> El nom pensat per aquesta institució prové de la descripció que Josep Pla fa quan parla de la gastronomia de l'Empordà a les seves obres. La principal obra és "El què hem menjat" (1972).

#### **D) PRIORITAT**

Dins l'escala proposada, la prioritat per a la creació d'aquest ens és **alta**. Es creu que és l'organisme necessari per tal de crear un producte cohesionat i fer que tots els agents implicats comencin a crear sinèrgies entre ells.

#### **E) AGENTS IMPLICATS**

-Diputació de Girona: Patronat de Turisme Girona Costa Brava-Pirineu.

-Consells comarcals de les comarques gironines: Alt Empordà, Baix Empordà, La Cerdanya, La Garrotxa, El Gironès, El Pla de l'Estany, El Ripollès i la Selva.

-Ajuntaments que estiguin interessats en potenciar el Turisme Gastronòmic: per exemple aquells que tenen vocació turística.

-Associacions i col·lectius gastronòmics de la província: Associació d'Empresaris d'Activitats d'Hostaleria de l'Alt Empordà, Grup Costa Brava Centre al Baix Empordà, Associació d'Hostaleria Bars i Restaurants de la Cerdanya, Associació d'Hostalatge de la Garrotxa, Associació d'Hostaleria de Girona i Radial, Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès, Gremi de Restauradors i Hotels d'Arbúcies, Gremi d'Hostaleria de Blanes i Associació d'Hostaleria de La Selva. I com a col·lectius: Joves Cuiners de Girona, Besalú Gastronòmica, Cuina Remença, Cuina Volcànica, Cuina Pirinenca de la Cerdanya, Els Fogons de la Vall de Ribes, Associació de Cuines de la Vall de Camprodon, Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany, Girona Bons Fogons, La Cuina de les Carboneres de la Vall del Llémena, Cuina de l'Empordanet, Associació de Restaurants de la Badia. El Plat Blau i La Cuina del Vent.

-Productors de la província.

#### **F) REFERÈNCIES**

Com a referències s'ha escollit el Consorci de les Vies Verdes de Girona, el qual actua com a ens de gestió de tots els municipis implicats en la xarxa de Vies Verdes de la província. Es tracta de dos productes turístics peculiars que interessin a un tipus de públic específic.

## 6.2-Acció 2: creació del producte.

### 2.Creació d'un producte de Turisme Gastronòmic

#### A) ACTUACIÓ.

Després d'inventariar aquells elements més representatius de la gastronomia de la Província de Girona i a partir dels resultats obtinguts es crea un producte, on es destaquen els elements més representatius de la gastronomia gironina.

#### B) DESCRIPCIÓ.

Segons l'inventari generat en aquest estudi es crea un producte per tal de millorar i/o ampliar la oferta de Turisme Gastronòmic ja existent a la Província de Girona. Com s'ha esmentat anteriorment existeix una gran varietat d'oferta relacionada amb la gastronomia.

Tot seguit es presenta una taula a on s'indiquen aquells elements que es destaquen de cada categoria, els motius per els quals s'han escollit i el producte que es pot crear amb cada un d'ells.

	ELEMENTS ESCOLLITS	JUSTIFICACIÓ	CREACIÓ DE PRODUCTE
<b>Espais del patrimoni alimentari interpretat</b>	<p>1.Eco-Museu Farinera de Castelló d'Empúries.</p> <p>2.Museu de l'Anxova de l'Escala.</p> <p>3.Museu del Vi de Peralada.</p> <p>4.El Museu de Plaques de cava i champagne de Peralada.</p> <p>5.Zona d'interès Etnològic de Calonge i Vall-llobrega</p> <p>6.Museu del Suro de Palafrugell.</p> <p>7.Museu de la Pesca de Palamós.</p> <p>8.Eco-Museu el Molí Petit de Sant Joan les Abadesses.</p> <p>9.El Museu Trias de les Galetes de Santa Coloma de Farners.</p>	<p>En aquest cas s'han seleccionat els nous museus lligats amb la gastronomia que s'han detectat a la Província. Es troben pocs museus dedicats en aquesta temàtica i es creu important destacar-los per què expliquen una part important del patrimoni alimentari: la seva història. És l'únic tipus d'espai alimentari a on es pot adquirir aquest tipus d'informació.</p>	<p>-Incloure'ls en la informació distribuïda de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona.</p>
<b>Espais del patrimoni alimentari consumit</b>	<p><b>MERCATS SETMANALS</b></p> <p>-Trobem 75 mercats setmanals que es celebren a diferents municipis de la província. Els municipis amb més habitants es celebren dos o més cops per setmana.</p> <p>-Existeixen mercats on només es venen productes ecològics i d'altres que es celebren en els mesos on hi ha més afluència de turistes.</p>	<p>S'han seleccionat tots els mercats perquè són esdeveniments molt característics de la vida quotidiana del territori i és en els pocs casos que es posa en contacte productor i client final.</p>	<p>-Incloure'ls al calendari gastronòmic de la Província.</p>

	<p><b>PRODUCTES DE LA TERRA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Arròs de Pals.</li> <li>2. Avellana de la Selva.</li> <li>3. <i>Bunyols</i> de l'Empordà.</li> <li>4. Escarola de Cabell d'àngel.</li> <li>5. Formatge DOP de l'Alt Urgell i la Cerdanya.</li> <li>6. Gamba de Palamós.</li> <li>7. Oli DOP Empordà.</li> <li>8. Ovella Ripollesa.</li> <li>9. Poma IGP Girona.</li> <li>10. Vedella IGP dels Pirineus Catalans.</li> <li>11. Vi DO Empordà.</li> </ol>	<p>S'han seleccionat aquests onze productes per la seva representativitat en el territori, és a dir, si es considera un element arrelat en el territori i si genera activitat com podrien ser campanyes o fires gastronòmiques. I en segon i últim lloc, per si tenen alguna etiqueta que els distingeixi.</p>	<p>-Apareixeran a diverses accions promocionals com una manera d'acostar el turista a la gastronomia gironina.</p>
	<p><b>FIRES DE PRODUCTES ARTESANALS I FIRES MONOGRÀFIQUES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fira del Pa, la Farina i el Blat de Castelló d'Empúries.</li> <li>2. Mostra del Vi de l'Alt Empordà a Figueres.</li> <li>3. Fira de la Garnatxa i el Brunyol a Garriguella</li> <li>4. Fira-Mercat de la Cirera a Llers</li> <li>5. Fira de l'oli. Fira gastronòmica i productes d'artesanía a Ventalló.</li> <li>6. Fira de vins i caves de Catalunya i tast de</li> </ol>	<p>De les 58 fires presentades a l'inventari se'n destaquen quinze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Per la seva trajectòria, són fires consolidades entre el públic.</li> <li>-Per la seva representativitat en el territori. La fira gira al voltant d'un producte arrelat en el territori.</li> </ul>	<p>-Destacar-los en el calendari d'esdeveniments gastronòmics de la província.</p>



	<p>formatges de Pals.</p> <p>7.Fira de la cervesa de Platja d'Aro.</p> <p>8.Fira de Sant Antoni de Santa Pau.</p> <p>9.Fira-tast de Girona.</p> <p>10.Fira de l'all a Cornellà de Terri.</p> <p>11.Fira de la Mel a Crespià</p> <p>12.Fira de Formatges de la Vall de Ribes a Ribes de Freser.</p> <p>13.Fira de l'avellana a Brunyola.</p> <p>14.Fira de la Ratafia a Santa Coloma de Farners.</p> <p>15.Fira del bolet i la micologia a Sant Hilari Sacalm.</p>		
	<p><b>PRODUCTORS I COMERÇ</b></p> <p>-Producció amb història</p> <p>-Agrobotigues</p> <p>-Vinoteques dels vins DO Empodà</p>	<p>Tal com succeeix amb els mercats, no es fa una tria dels elements inventariats perquè pel sol fet d'aparèixer a l'inventari ja són importants entre la resta de comerços i produccions que no hi apareixen.</p>	<p>-Incloure'ls en la informació distribuïda de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona.</p>
	<p><b>MENJARS POPULARS I ASSOCIACIONS DE CUINA</b></p> <p>-L'arròs d'Albons</p> <p>-El Ranxo de Capmany</p> <p>-La Sopa de Verges</p> <p>-El Ranxo de Vidreres</p> <p>-Les cuineres de Salt</p> <p>-Les cuineres de Sils</p>	<p>En aquest cas també s'inclouen tots els elements inventariats.</p>	<p>Tan els menjars populars com les associacions de cuina són una part important de la cultura gastronòmica de la província. Per tal de crear el producte es poden assenyalar com a parts importants de la nostra cultura i en el cas dels menjars populars indicar-los en el calendari gastronòmic.</p>

<p><b>Espais del patrimoni alimentari menjat.</b></p>	<p><b>RESTAURANTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Joves cuiners de Girona</li> <li>-Besalú Gastronòmica</li> <li>-Cuina Remença</li> <li>-Cuina Volcànica</li> <li>-Cuina Pirinenca de la Cerdanya</li> <li>-Els Fogons de la Vall de Ribes</li> <li>-Associació de Cuiners de la Vall de Camprodon</li> <li>-Grup Gastronòmic del Pla de l'Estany</li> <li>-Girona Bons Fogons</li> <li>-La cuina de les carboneres de la Vall del Llémena</li> <li>-Cuina de l'Empordanet</li> <li>-Associació de restaurants de la badia. El Plat Blau.</li> <li>-La Cuina del Vent.</li>   <li>-Restaurants amb la distinció de l'estrella a la bona taula (Estrella Michellin): 13 restaurants.</li> </ul>	<p>En aquest cas s'han escollit totes les associacions gastronòmiques que es localitzen a la província per raó que cada una d'elles presenta un tipus de cuina molt característica que representa el territori en qüestió. Junts sumen un total de 137 restaurants.</p> <p>Un altre reclam gastronòmic que existeix a la província són els restaurants amb la distinció atorgada per la Guia Michelin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Incloure'ls en la informació distribuïda de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona.</li> <li>-Promocionar els esdeveniments creats per aquestes associacions.</li> </ul>
	<p><b>CAMPANYES GASTRONÒMIQUES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.La Cuina dels Grecs i els Romans. Triumvirat a l'Escala.</li> <li>2.Jornades Gastronòmiques del Peix de Palangre a Llançà</li> <li>3.Jornades Gastronòmiques de la Gamba i</li> </ol>	<p>S'han comptabilitzat un total de 52 campanyes gastronòmiques. D'aquestes se'n han escollit aquelles que es creuen que són més representatives pel tipus de producte que promocionen o bé per la seva importància en la seva trajectòria. Un altre criteri que es te en compte és que les fires escollides</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Destacar-les en el calendari d'esdeveniments gastronòmics de la província.</li> </ul>

<p>l'Escamarlà al Port de la Selva.</p> <p>4.Campanya Gastronòmica del Suquet de Peix a Roses.</p> <p>5.Campanya gastronòmica del Peix de Roca a Begur.</p> <p>6.La cuina de l'arròs a Pals.</p> <p>7.La cuina del peix blau ganxó a Sant Feliu de Guíxols.</p> <p>8.Jornades gastronòmiques de la poma a Torroella de Montgrí-L'Estartit.</p> <p>9.Jornades gastronòmiques de l'Olla de Peix a Sant Antoni de Calonge i Palamós.</p> <p>10. El menú de la gamba a a Sant Antoni de Calonge i Palamós.</p> <p>11.Mostra gastronòmica de la Garrotxa.</p> <p>12.Jornades gastronòmiques del farro a la Garrotxa</p> <p>13.Jornades gastronòmiques del fesol a Santa Pau.</p> <p>14.Setmana Gastronòmica Gironina a Girona.</p> <p>15.La cuina de festa major a Llagostera</p> <p>16.Cuina de la remença a la Vall del Llémena.</p> <p>17.Jornades gastronòmiques del Xai i el Bolet del Ripollès.</p> <p>18.La temporada del poltre al Ripollès.</p> <p>19.Suquet de peix de Sa Palomera a Blanes.</p>	<p>estiguin repartides pel territori.</p>	
---	---	--

	20.La Cuina Tradicional Tossenca a Tossa de Mar.		
	<b>RUTES I PROPOSTES GASTRONÒMIQUES</b> 1.Camí del Vi a l'Empordà. 2.Camí del Suro a l'Empordà. 3.Aula Gastronòmica de l'Empordà. 4.Fòrum Gastronòmic.	-S'han destacat les rutes que estan més arrelades al territori. -De les tres aules gastronòmiques existents s'ha destacat la de l'Empordà perquè és la més activa. -Dels esdeveniments s'ha destacat el Fòrum Gastronòmic per la seva importància més enllà de les fronteres de la província i per la activitat que genera a la ciutat durant la seva celebració	-Incloure'ls en la informació distribuïda de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona. -Potenciar el seu ús a partir de la fusió amb altres tipus de rutes que trobem distribuïdes al territori.
	<b>L'ENOTURISME A L'EMPORDÀ</b> Selecció de tots aquells cellers destacats per l'autor Lluís Tolossar a la seva "Guia d'Enoturisme de l'Empordà. 180 llocs per gaudir del turisme del vi i més de 200 vins recomanats".	S'han destacat els cellers visitables de la Guia Gastronòmica publicada pel Patronat de Turisme Costa Brava Pirineus.	-Incloure'ls en la informació distribuïda de Turisme Gastronòmic a la Província de Girona. -Aprofitar que l'enoturisme ja té un públic consolidat per incloure en les seves accions de promoció altres elements que configuren la oferta gastronòmica gironina.

Figura 8. Quadre resum de la creació del producte de Turisme Gastronòmic, acció 2.

**A) TERMINI.**

La proposta de turisme gastronòmic s'hauria de configurar un cop creat l'ens de gestió proposat a l'acció anterior. Estem parlant entre un i dos anys.

**B) PRIORITAT.**

**Mitjana-alta.** La creació d'un producte compacte entre tota la Província de Girona és important per generar un producte que funcioni i que es pugui utilitzar per atraure un perfil de turista interessat en aquestes qüestions.

**C) AGENTS IMPLICATS.**

-Ens de gestió: *Gastronomia entre mar i muntanya*. Tots els agents involucrats en aquest ens: ajuntaments, restauradors i productors.

### 6.3-Acció 3: accions de promoció.

#### 3.Accions de promoció del Turisme Gastronòmic

##### A) ACTUACIÓ.

Accions de promoció per tal de fer arribar el producte creat basat en Turisme Gastronòmic al públic final, el turista. Es presenten diferents subaccions per així poder arribar a un ampli ventall de públic:

3.1-Fusió del producte final de Turisme Gastronòmic amb altres rutes existents al territori.

3.2-Acció de promoció a hotels i cases rurals.

3.3-Acció de promoció: trobada de blocaires.

3.4-Acció de promoció a partir de l'enoturisme.

3.5-Millora del calendari gastronòmic de la Província de Girona.

Per cada una d'aquestes accions es seguiran els mateixos passos que s'utilitzen per descriure una acció.

3.1-Fusió del producte final de Turisme Gastronòmic amb altres rutes existents al territori.

##### a) Actuació.

Aprofitar les rutes ja existents a les comarques de Girona per promocionar el Turisme Gastronòmic, a través de les accions de promoció que presenten aquestes rutes.

##### b) Descripció.

A les comarques gironines existeixen xarxes de camins, alguns d'ells amb molta afluència, i que coincideixen amb punts en el territori a on es troben atractius gastronòmics d'interès. A la descripció de totes aquestes rutes sempre apareix un apartat de gastronomia, però en moltes ocasions es limiten a explicar que la gastronomia és molt important en el nostre territori i no donen cap informació de com poder experimentar-la.

Les rutes que destaquem són:

-La Ruta Cicloturística Pirinexus: el seu traçat transcorre per les comarques del Ripollès, la Garrotxa, la Selva, el Gironès, el Baix Empordà i l'Alt Empordà.

-Itinerària: és una xarxa de senders de més de 2.500km que transcorre per les comarques del Ripollès, la Garrotxa i l'Alt Empordà.

-El camí de Sant Jaume: és una gran ruta cultural que permet anar d'extrem a extrem de la península ibèrica, des del Cap de Creus fins al Cap de Finisterre. Les comarques gironines per les quals passa són: l'Alt Empordà, el Pla de l'Estany, el Gironès, la Selva i la Garrotxa.

El què es pretén amb aquesta acció és incloure la gastronomia gironina com un dels atractius a gaudir dins d'aquestes rutes, tot i que algunes d'elles ja ho fan com és Pirinexus i el Camí de Sant Jaume, la voluntat és que tots ofereixen un producte coherent amb la resta d'oferta gastronòmica de la província.

### **c) Termini**

Entre dos i tres anys. Un cop posat en funcionament l'ens de gestió del Turisme Gastronòmic i d'aplicació del producte creat es pot començar a treballar conjuntament amb les altres institucions responsables de les rutes en qüestió.

### **d) Prioritat**

**Baix.** De les diverses accions proposades no és indispensable desenvolupar-la un cop començat a promocionar la gastronomia, però si que és interessant començar a treballar-hi per anar fent el producte present a tots als agents de turisme de la Província.

### **e) Agents implicats**

-Gestor del turisme gastronòmic a la Província de Girona: *Gastronomia entre mar i muntanya*.

-Agència Catalana de Turisme.

-Consorci de les Vies Verdes de Girona.

-Consell Comarcal de l'Alt Empordà.

- Consell Comarcal de la Garrotxa.

- Consell Comarcal del Ripollès.

-Consorci Ripollès Desenvolupament.

-Turisme Garrotxa.

-Alt Empordà Turisme.

### 3.2-Acció de promoció a hotels i cases rurals.

#### a) Actuació.

Acostar els productes de la terra, que apareixen a l'inventari, als turistes que pernocten a un dels molts hotels i cases rurals que es troben arreu de la província.

#### b) Descripció.

En tots els allotjaments s'ofereixen àpats als clients, una manera d'acostar la gastronomia gironina seria que els hotelers introduïssin alguns dels productes destacats en el producte final de Turisme Gastronòmic, per així donar a conèixer aquests productes d'una manera molt directa com és tastant-lo. A més a més es podria oferir informació sobre a on es pot adquirir el producte o oferir-lo en el mateix allotjament.

Un requisit que s'hauria de complir és el que s'oferís aquell producte que es produeix a la zona a on es troba l'allotjament, per tal d'oferir un producte Km0.

#### c) Termini

En un any un cop posada en marxa l'ens de gestió, es pot portar a terme aquesta acció.

#### d) Prioritat

**Mitjana.** No hi ha millor manera que tastar la gastronomia i a través d'aquesta acció es pot fer de forma molt senzilla i amb pocs recursos de promoció.

#### e) Agents implicats

-Gestor del turisme gastronòmic a la Província de Girona: *Gastronomia entre mar i muntanya*.

-Associació de Turisme Rural de Girona.

-Associació d'hostaleria de Girona i Radial.

-Associació d'hotels i càmpings de la Cerdanya.

- Associació d'hostaleria de la Selva.

- Associació d'hostaleria del Pla de l'Estany.



-Grup Costa Brava Centre.

-Associació Alt Empordà Turisme.

### 3.3-Acció de promoció: trobada de blocaires.

#### a) Actuació.

Creació d'una trobada de blocaires provinents de diversos punts del món per tal de mostrar la gastronomia de la regió.

#### b) Descripció.

El Patronat de Turisme Costa Brava-Pirineu de Girona, en diverses ocasions ha organitzat trobades on es troben persones d'arreu del món que tenen un bloc a Internet a on exposen la seva experiència en la visita de destins turístics. Aquests blocs reben milions de visites durant l'any i en poc temps s'han convertit en una bona eina pel viatger per aconseguir informació sobre el destí que es vol visitar.

Degut aquest allau de visites, els destins han vist com els blocs es poden convertir en un bon recurs per vendre el destí.

El que es proposa a través d'aquesta acció és dins de la creació d'una trobada de blocaires organitzada pel Patronat de Turisme, crear un esdeveniment dedicat a la gastronomia a on els blocaires poguessin assistir a una fira de productes artesans, tastar un dels menús que s'ofereixen a un de les moltes campanyes gastronòmiques que s'ofereixen a la província i obsequiar-los amb un lot que contingui alguns dels principals productes de la terra de la zona.

A través d'aquesta promoció es creu que incentivaria a començar a fer veure el públic visitant Girona com una destinació gastronòmica.

#### c) Termini

En un període de dos anys, un cop constituïda la institució encarregada de gestionar el Turisme Gastronòmic.

#### d) Prioritat

**Mitjana.** La creació d'aquesta acció de promoció és important per desenvolupar el Turisme Gastronòmic i a més a més és fàcil de portar a terme perquè la organització de l'esdeveniment la desenvolupa una altre institució.

**e) Agents implicats**

-Patronat de Turisme Girona Costa Brava.

-*Gastronomia entre mar i muntanya.*

-La participació dels agents del territori involucrats en presentar la seva proposta de turisme als blocs visitants.

**f) Referències.**

El passat mes de setembre el Patronat de Turisme de Girona va organitzar un Congrés “TBEX (Travel Blog Exchange) Europa Costa Brava”, on es van mostrar els principals atractius de la província, entre ells la gastronomia amb un àpat preparat pel celler de Can Roca i amb la degustació d’alguns dels vins de la DO Empordà.

**3.4-Acció de promoció a partir de l’enoturisme.****a) Actuació.**

Promoció del Turisme Gastronòmic a través de l’enoturisme al voltant de la marca registrada DO Empordà.

**b) Descripció.**

S’ha observat com l’enoturisme a l’Empordà és un producte consolidat i amb força a créixer en els propers anys. La gastronomia i el món del vi són dos conceptes que van lligats, és per aquest motiu que es vol aprofitar la tirada de la que ja gaudeix el Turisme del Vi per lligar-hi el Turisme Gastronòmic.

El que es proposa a través d’aquesta acció és:

-Aprofitar les accions de promoció de l’enoturisme per introduir el producte de Turisme Gastronòmic.

-Crear esdeveniments conjunts per promocionar els dos tipus de turisme

-Vendre productes de la terra a les diverses bodegues que es troben en diversos punts de la província.

-Posicionar-se com a destí turístic gastronòmic en el marc dels diversos destins a on existeix aquest tipus de distinció.

**c) Termini**

En un període de dos anys, un cop constituïda la institució encarregada de gestionar el Turisme Gastronòmic.

**d) Prioritat**

**Mitjana.**

**e) Agents implicats**

-Patronat de Turisme Gironaa-Costa Brava.

-*Gastronomia entre mar i muntanya.*

-Consell regulador de la Denominació d'Origen Empordà.

-Tourespaña: "Saborea España".

**3.5-Millora del calendari gastronòmic a la Província de Girona.****a) Actuació.**

A través del calendari existent present a la web del Patronat de Turisme Girona Costa Brava, millorar l'oferta presentada.

**b) Descripció.**

Tal i com s'ha esmentat anteriorment, construint l'inventari per a l'elaboració d'aquest treball, s'ha comprovat com en el calendari gastronòmic present a la pàgina web del Patronat de Turisme Girona Costa Brava, hi manquen municipis i esdeveniments (fires artesanes, campanyes gastronòmiques, mercats setmanals i esdeveniments puntuals) que s'han detectat en altres pàgines web com la dels consells comarcals.

El que es proposa a través d'aquesta subacció, és per una banda incloure tots els esdeveniments gastronòmics que li manquen, incloure una descripció de cada un i poder-los situar en un mapa interactiu per tal que les celebracions es trobin de forma més visual.

**c) Termini**

En un o dos anys, perquè és un calendari ja existent i no es necessiten recursos per tal de tirar-ho endavant.

**d) Prioritat**

**Alta.** És important que a nivell de província existeixi una font a on poder trobar tota la informació necessària.

**e) Agents implicats**

-Patronat de Turisme Girona Costa Brava.

-*Gastronomia entre mar i muntanya.*

-La col·laboració dels municipis per tal de conèixer tots els esdeveniments presents a la província.

## 7-CONCLUSIONS

Durant el procés d'elaboració d'aquest treball s'ha analitzat com es desenvolupa i quina presència té el Turisme Gastronòmic a les comarques gironines. A través de la recerca bibliogràfica i dels recursos gastronòmics de la regió s'han elaborat tres accions per tal de millorar l'oferta gastronòmica present. Aquestes accions s'han fet pensant quins eren els punts forts i els punts dèbils de la zona d'estudi tenia i què es podia fer per tal de crear un producte de qualitat, mirant d'aprofitar al màxim els recursos ja existents.

En primer lloc, a través de la recerca bibliogràfica s'ha comprovat com el Turisme Gastronòmic és un segment de turisme en auge, no només perquè existeixi molta literatura científica al respecte, sinó perquè és un tema d'actualitat i que respon a les noves tendències turístiques. El viatger busca experimentar **noves sensacions**, una d'elles és acostar-se a la cultura local de l'espai visitat, i la gastronomia és una eina que permet de forma molt senzilla satisfer aquesta necessitat.

En segon lloc, en el transcurs d'aquest treball s'ha pogut comprovar que a les comarques gironines existeix un **ampli ventall de recursos gastronòmics**. Molts dels actes culturals i festius que es celebren durant l'any són relacionats amb l'alimentació i existeixen quantitat de productes artesans de qualitat, per tan es pot afirmar que el Turisme Gastronòmic té prous recursos com per crear un producte de qualitat que pugui ser competent amb altres destins que estiguin posicionats dins aquest tipus de turisme. Tot i que la creació d'aquest inventari ha tingut diverses dificultats, una d'elles ha sigut la recerca d'informació. Existeixen gran diversitat de fons a on fer recerca i això ha generat dificultat alhora de conèixer quins eren els recursos més importants a destacar.

En tercer lloc i lligat amb el segon punt, s'ha observat la **gran quantitat d'agents turístics que gestionen el territori**. Vist des d'una escala a nivell de província, pot semblar que són pocs, però observat des d'una escala més elevada es pot comprovar com es poden minimitzar els recursos i fer una gestió més homogènia entre tots els agents implicats. És per aquest motiu que una de les principals accions presentades en aquest treball ha estat la

creació d'una institució que realitzi una gestió transversal a nivell de província. Es creu que amb aquest tipus de gestió es podrà crear una oferta més ordenada, generar un diàleg més actiu que l'existent entre tots els agents implicats i saber distingir quin són els recursos que s'han de potenciar entre tots els recursos detectats.

En quart lloc, les accions de promoció proposades intenten **potenciar aquells recursos que s'han percebut que podrien ser d'interès turístic** i que per tan eren importants de destacar. Les accions s'han fet pensant quins eren els recursos i eines existents i com es podien potenciar, en uns temps en què les dificultats econòmiques dificulten l'inici de nous projectes, sobretot a nivell públic.

En cinquè i últim lloc, cal destacar els beneficis que s'ha percebut que pot aportar el Turisme Gastronòmic. Per una banda pot ajudar a **desestacionalitzar el turisme**, un dels principals problemes que pateix el nostre país. Moltes de les celebracions lligades a la gastronomia com són les fires artesanals o les campanyes gastronòmiques es celebren fora de la temporada estival, època en què més turistes es concentren a la província. Per altre banda, desenvolupar amb més força una nova branca del turisme pot portar un tipus de turista més interessat amb la oferta cultural existent, tot i ser conscient que el tipus de turista que busca aquest tipus d'experiència és un públic molt concret. A més a més, a Girona es reuneixen una gran quantitat de restaurants que gaudeixen de la distinció de les estrelles atorgades per la Guia Michelin. Aquest fet posa Girona al mapa internacional i crea la possibilitat de convidar a un tipus de públic interessat en qüestions culinàries.

Es pot comprovar com potenciar el Turisme Gastronòmic pot portar beneficis a província de Girona a nivell turístic. Principalment són recursos que a existeixen i que alguns d'ells ja gaudeixen d'un públic consolidat, només cal treballar per tal de millorar el producte que s'ofereix.

## 8-BIBLIOGRAFIA

### LLIBRES, ARTICLES, REVISTES I DOCUMENTS.

-Alumnes Escola Hosteleria-Girona (1989). *“Recorregut gastronòmic per la Costa Brava”*. Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

-Guerra, Diana. (2003). *“Los actores del Turismo Cultural: Una introducción a los avances y prespectivas en su estudio y aplicación.”* Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

-Richards, Greg (2003). *“Nous camins per al turisme cultural?”*. Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).

-Schlüter, R. (2006) *“Turismo y Patrimonio Gastronómico”*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET).

-Moragues, Damian (2003). *“Turismo, cultura y desarrollo. Nuevas prespectivas en la relación entre turismo, cultura y desarrollo.”* Agència Espanyola de Cooperació Internacional.

-Donaire, José Antonio (2008). *Turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel-la.

-Contreras, J. (2007). *El patrimonio alimentario en el area mediterránea. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR-Turismo Cultural, 17-35. Barcelona.

-Poulain, J. (2007). *Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR-Turismo Cultural, 39-71. Barcelona.

-Álvarez, M. (2007). *Los Recursos Alimentarios entre la Cultura y el Turismo: Poniendo en Perspectiva las nuevas formas de intervención sobre el Patrimonio. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR-Turismo Cultural, 95-123.

-Espeitx, E. (2007). *Los espacios turísticos del patrimonio alimentario. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR-Turismo Cultural, 153-176.

-Tresserras,J.; Medina,X. i Matamala, J. *El patrimonio gastronómico como recurso en las políticas culturales y turísticas en España: el caso de Cataluña. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR-Turismo Cultural, 217-239.

-Armesto López, X. i Gómez Martín, B. (2004). Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat. *Cuadernos Geogràfics*, 34 (2004-1), 83-94.

-López-Guzman, T. I Sánchez Cañizares, S.M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. *Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba*. Universitat de Cordoba. Revista Pasos, *Revista de Turisme i Patrimoni Cultural*, 575-584.

-Hoon Kim, Y.; Kim, M. I Goh, B. K. (2010). An examination of food tourist's behavior: Using the modified theory of reasoned action. *Tourism Management*, 1159-1165.

-Tresserras, J. i Medina, F. X. (2007). Reseñas de publicaciones: Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo. *Revista Pasos, Revista de Turisme i Patrimoni Cultural*. 381-384. Barcelona.

-Conway, D. (2012). Slow Tourism: experiences and mobilities. Simobe Fullagar, Kevin Markwell i Erica Wilson. *Annals of Tourism Research*. Indiana.

-Getz, D. i Brown, G. (2004). Critical succes factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 146-158. Calgary.

-Bernard, A. i Dominguez, P. (2001). Rutas de arte y gastronomía. Una propuesta inexplorada. *Estudios y Prespectivas en Turismo*, 76-90. Puebla.

-Robinon, R. i Clifford, C. (2011). Authenticity and festival foodservice experiences. *Annals of Tourism Reserarch*, 571-600. Queensland.

-Brent Ritchie, J.R. i Zins, M. (1978). Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. *Annals of Tourism Reserarch*, 252-267. Laval.

-Departament d'innovació, Universitats i Empresa. Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (2010). Compra a pagès. Generalitat de Catalunya.

#### PÀGINES WEB.

-Associació de la Garrotxa Terra d'Acolliment (2013), recuperat el 15 de juliol 2013, des de [www.turismegarrotxa.com](http://www.turismegarrotxa.com)

-Associació gastronòmica Cuina Volcànica (2013), recuperat el 15 de juliol 2013, des de [www.cuinavolcanica.com](http://www.cuinavolcanica.com)



-Ajuntament de la Vall d'en Bas (2013), recuperat el 15 de juliol 2013, des de [http://webspobles.ddgi.cat/sites/vall\\_den\\_bas](http://webspobles.ddgi.cat/sites/vall_den_bas)

-La Gastroteca (2013), recuperat el 16 de juliol 2013, des de [www.gastroteca.cat](http://www.gastroteca.cat).

-Agència Catalana de Turisme (2013), recuperat el 16 de juliol 2013, des de <http://gastronomia.catalunya.com/>

-Portal turístic de la Cerdanya (2013), recuperat el 16 de juliol 2013, des de [www.cerdanya.org](http://www.cerdanya.org).

-Portal turístic de la comarca del Ripollès (2013), recuperat el 17 de juliol 2013, des de [www.elripolles.com](http://www.elripolles.com).

-Associació de cuina de la Vall de Camprodon: Cuines de la Vall de Camprodon (2013), recuperat l'1 d'agost de 2013, des de <http://cuinesvalldecamprodon.blogspot.com.es/>

-Oficina de Turisme del Pla de l'Estany (2013), recuperat el 2 d'agost de 2013, des de <http://turisme.plaestany.cat>.

-Centre de Visitants del Gironès (2013), recuperat el 2 d'agost de 2013, des de [www.turismegirones.cat](http://www.turismegirones.cat).

-Revista Cuina (2013), recuperat el 2 d'agost de 2013, des de [www.cuina.cat](http://www.cuina.cat).

-Associació de Cuina de l'Empordanet (2013), recuperat el 5 d'agost de 2013, des de [www.cuinadelempordanet.net](http://www.cuinadelempordanet.net)

-Associació de Cuina del Vent (2013), recuperat el 5 d'agost de 2013, des de [www.lacuinaalvelvent.com](http://www.lacuinaalvelvent.com)

-Grup Costa Brava Centre (2013), recuperat el 2 de juliol de 2013, des de [www.costabravacentre.org](http://www.costabravacentre.org)

-Associació de Restaurants de la Badia El Plat Blau (2013), recuperat el 5 de juliol de 2013, des de [www.elplatblau.cat](http://www.elplatblau.cat)

-Mercats Setmanals de Catalunya (2013), recuperat 21 de maig de 2013, des de [www.mercatsetmanal.cat](http://www.mercatsetmanal.cat)

-Patronat de Turisme Girona Costa Brava (2013), recuperat l'11 de juny de 2013, des de [www.costabrava.org](http://www.costabrava.org)

-Associació de Turisme de la Selva (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.laselvaturisme.org](http://www.laselvaturisme.org)

-Oficina de Turisme de Roses (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.visit.roses.cat](http://www.visit.roses.cat)

-Alt Empordà Turisme (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.empordaturisme.com](http://www.empordaturisme.com)

-Oficina de Turisme de Castelló d'Empúries (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.castello.cat](http://www.castello.cat)

-Oficina de Turisme de Llançà (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.llanca.cat](http://www.llanca.cat)

-Oficina de Turisme de Figueres (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.figueres.cat](http://www.figueres.cat)

-Oficina de Turisme de Peralada (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.peralada.cat](http://www.peralada.cat)

-Oficina de Turisme de Sant Pere Pescador (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.santpere.cat](http://www.santpere.cat)

-Oficina de Turisme de Cadaqués (2013), recuperat el 8 d'agost de 2013, des de [www.visitcadaques.org](http://www.visitcadaques.org)

-Festa Catalunya (2013), recuperat el 9 d'agost de 2013, des de [www.festacatalunya.cat](http://www.festacatalunya.cat)

-Gourmet Catalunya (2013), recuperat el 9 d'agost de 2013, des de [www.gourmetcatalunya.com](http://www.gourmetcatalunya.com)

-Oficina de Turisme del Port de la Selva (2013), recuperat el 20 d'agost de 2013, des de <http://ca.elportdelaselva.cat>

-Any de la Capital Espanyola de la Gastronomia a Burgos (2013), recuperat el 28 d'agost, des de [www.capitalespanoladelagastronomia.es](http://www.capitalespanoladelagastronomia.es)

-Turisme d'Espanya: Tourspain (2013), recuperat el 5 de juliol, des de [www.spaininfo.com](http://www.spaininfo.com)

-Saborea España (2013), recuperat el 5 de juliol, des de <http://tastingspain.es>

- Generalitat de Catalunya, Cultura (2013), recuperat el 15 de juny, des de [www.gencat.cat/patrimoni](http://www.gencat.cat/patrimoni)
- Candidatura de la Cuina Catalana com a Patrimoni de la Humanitat (2013), recuperat el 23 d'agost, des de [www.cuinacatalana.eu](http://www.cuinacatalana.eu)
- Consorci de les Vies Verdes de Girona (2013), recuperat el 3 d'abril de 2013, des de [www.viesverdes.org](http://www.viesverdes.org)
- Xarxa de senders Itinerannia (2013), recuperat el 23 d'agost de 2013, des de [www.itinerannia.net](http://www.itinerannia.net)
- Camí de Sant Jaume (2013), recuperat el 23 d'agost de 2013, des de [www.camidesantjaume.cat](http://www.camidesantjaume.cat)
- Associació de Turisme Rural de Girona (2013), recuperat el 23 d'agost de 2013, des de [www.gironarural.org](http://www.gironarural.org)
- Denominació d'Origen Empordà (2013), recuperat el 23 d'agost de 2013, des de [www.doemporda.cat](http://www.doemporda.cat)
- El Celler de Can Roca (2013), recuperat el 24 d'agost de 2013, des de [www.cellercanroca.com](http://www.cellercanroca.com)
- El Bulli (2013), recuperat el 24 d'agost de 2013, des de [www.elbulli.com](http://www.elbulli.com)

# 9.ANNEX

---

## 1. INVENTARI

### 1.1-Espais del patrimoni alimentari interpretat

COMARCA	MUNICIPI	MUSEU
Alt Empordà	Castelló d'Empúries	Eco-Museu Farinera de Castelló d'Empúries
	L'Escala	Museu de l'Anxova
	Peralada	Museu del Vi de Peralada
Baix Empordà		El Museu de Plaques de cava i champagne de Peralada
	Calonge	Zona d'Interès Etnològic de Calonge i Vall-llobrega
	Palafrugell	Museu del Suro
El Ripollès	Palamós	Museu de la Pesca
	Sant Joan de les Abadesses	Ecomuseu El Molí Petit
La Selva	Santa Coloma de Farners	El Museu Trias de les Galetes-Museu de la Galeta

### 1.2-Espais del patrimoni alimentari consumit

#### 1.2.1-Mercats setmanals

			DI	Dm	Dc	Dj	Dv	Ds	Dg
Alt Empordà	1	Bàscara	■						■
	2	Cadaqués	■						
	3	Castelló d'Empúries			■			■	
	4	Colera	■						
	5	Darnius					■		
	6	El Port de la Selva					■		
	7	Figueres				■			
	8	Garrigàs					■		
	9	L'Escala							■
	10	La Jonquera							■
	11	Llançà			■				
	12	Maçanet de Cabrenys			■				
	13	Portbou					■		









		ALT EMPORDÀ	BAIX EMPORDÀ	LA Cerdanya	LA GARROTXA	EL PLA DE L'ESTANY	LA SELVA	
1.	Albergínia bonica	x	x					2
2.	All de Banyoles					x		1
3.	Arròs de Pals	X	X					2
4.	Avellana de la Selva						x	1
5.	Bitxo de Girona	X	X					2
6.	Botifarra dolça	X	X		x		x	4
7.	Bull de fetge			x				1
8.	Bunyols de l'Empordà	X	X					2
9.	Cansalades					x		1
10.	Carlet				x		x	1
11.	Castanya				x	x	x	3
12.	Ceba de Figueres	X	X					2
13.	Col d'hivern de la Cerdanya			x				1
14.	Escamarlà	X	X				x	3
15.	Escarola de Cabell d'àngel	x	X		x	x	x	5
16.	Fajol				x	x		2
17.	Farro				x			1
18.	Fesol de l'ull ros	X	X			x		3
19.	Flaones	X	x					2
20.	Formatge de tupí			x				1
21.	Formatge DOP de l'Alt Urgell i la Cerdanya			x				1
22.	Gamba de Palamós		x					1
23.	Garoina	X	x					2
24.	Mantega DOP de l'Alt Urgell i la Cerdanya			x				1
25.	Nap de Tallendre			x				1
26.	Nap negre de muntanya	X	x		X	x		4
27.	Nectarina de Producció Integrada	X						1
28.	Oli DOP Empordà	X	x					2
29.	Ovella ripollesa		x	x	X	x	x	5
30.	Ovella Xisqueta			x				1
31.	Pa de fetge			x				1

32.	Patata de la Vall d'en Bas				X			1
33.	Poma IGP de Girona	X	x		X	x	x	5
34.	Piumoc				X			1
35.	Recuit	X						1
36.	Recuit de drap	X	x					2
37.	Salsafí de Girona	X	x		x	x	x	5
38.	Tellerina de Roses	X						1
39.	Tomàquet de la pera	X	x					2
40.	Tortada d'ametlla de Banyoles					x		1
41.	Tortell de Rams	X	x		x		x	4
42.	Tupi de confitat de porc			x				1
43.	Vedella IGP dels Pirineus Catalans	X			x			3
44.	Vi DO Empordà	X						2

## 4.2.3-Fires monogràfiques i fires de productes artesanals

COMARCA	MUNICIPI	FIRA	DATA
Alt Empordà	Bàsca	Mercat del Tortell	Març-Abril
	Castelló d'Empúries	Fira del Pa, la Farina i el Blat	Últim cap de setmana de maig
	Colera	Fira de la Mel Novella	Juny
	Darnius	Fira del Brunyol i l'Artesania	Març-Abril
	Espolla	Fira de l'oli i l'olivera	Gener
	Figueres	Fira del Brunyol de l'Empordà	Març
		Firagri	
		Mostra de Vi de l'Alt Empordà	Setembre
	Garriguella	Fira de la Garnatxa i el Brunyol	Abril
	L'Escala	Fira Grecoromana. Triumvirat Mediterrani	Maig
	Lladó	Fira del Formatge	Setembre
	Llers	Fira-Mercat de la Cirera	Juny
	Maçanet de Cabrenys	Fira de la Castanya	Octubre
	Peralada	Mostra gastronòmica Empordanesa	12 d'octubre
	Port de la Selva	Fira de l'espàrrec	Març
	Terrades	Fira-Mercat de la Cirera	Juny
	Sant Llorenç de la Muga	Fira de la Mongeta	Març
	Ventalló	Fira de l'oli. Fira gastronòmica i productes d'artesanía	Setembre
	Vilabertran	Fira de l'horta	Setembre
	Baix Empordà	La Bisbal d'Empordà	Fira dolça
		Fira-Mercat al carrer	1 de maig
Jafre		Fira de la cervesa artesana de Jafre	Juliol
Pals		Fira de vins i caves de Catalunya i tast de formatges	Agost
Platja d'aro		Fira de la cervesa	Octubre
Sant Feliu de Guíxols		Mercat del brunyol i productes artesanals	Març-Abril (Setmana Santa)
Torroella de Montgrí-L'Estartit		Fira de Sant Andreu Mediterrània Mar obert: sabors de la mediterrània	Desembre Maig
La Garrotxa	Besalú	Besalú ciutat jueva	Març
		Fira de la ratafia	Desembre
	La Vall d'en Bas	Fira de Sant Nicolau	Desembre
	La Vall de Bianya	Fira del Farro	Febrer
	Olot	Fira de l'embotit	Març
		Fira de Sant Lluc	Octubre
	Santa Pau	Fira de Sant Antoni	Gener
Tortellà	Fira de la Quaresma	Març	
El Gironès	Bescanó	Fira de l'embotit	Març
	Campllong	Fira Comarcal de Primavera	Abril

El Pla de l'Estany	Cassà de la Selva	Fira Gavarres, Caça, Pesca i Mostra Gastronòmica	Març
	Girona	Fira de Nadal	Desembre
		Fira tast	Novembre-Desembre
		Eco-Sí, la fira de la cultura ecològica	Juny
	Llagostera	Festa del bolet	Octubre
	Sant Gregori	Fira del pa amb xocolata	Novembre
El Ripollès	Cornellà de Terri	Fira de l'all	Octubre
	Crespità	Fira de la Mel	Febrer
	Esponellà	Fira de la Carbassa	Octubre
	Ribes de Freser	Festa de la Mel de la Vall de Ribes	Setembre
La Selva		Festa del bolet i Mostra Artesana	Octubre
		Fira de Formatges de la Vall de Ribes	Abril
	Sant Joan de les Abadesses	Fira de Sant Isidre	Abril
	Setcases	Fira Mercat d'Herbes i Productes	Maig
	Arbúcies	Fira de Tardor	Octubre
	Amer	Fira de Sant Martí i Concurs de Torradors de Castanyes	Novembre
	Brunyola	La Fira de l'avellana	Octubre
	Santa Coloma de Farners	Fira de la Ratafia	Novembre
		Fira del pa amb tomàquet	Juny
	Sant Hilari Sacalm	Fira del bolet i la micologia	Octubre
Vilobí d'Onyar	Festa de la botifarra dolça	Febrer	

### 1.2.4-Productors i comerç

#### Comerç amb història

COMARCA	MUNICIPI	BOTIGA
Baix Empordà	La Bisbal d'Empordà	Galetes Graupera (establiment centenari)
	Pals	Arròs. El Molí de Pals (1425)
El Gironès	Campllong	Xarcuteria La Selva (1917)
	Girona	Carns Boades 1880
El Pla de l'Estany	Cornellà de Terri	Xocolates Torras (1890)
El Ripollès	Camprodon	Galetes Birba (1910)
La Selva	Santa Coloma de Farners	Galetes Trias (1908)

#### Agrobotigues

COMARCA	MUNICIPI	BOTIGA
Alt Empordà La Garrotxa	Pau i Vilajuïga	Cooperativa empordàlia
	Olot	Agrobotiga Verntallat
		El Teu Celler
		5 titus. Celler i Rebost
El Pla de l'Estany El Ripollès	Banyoles	Morera agrocomerç
	Molló	Cooperativa Agrícola de Banyoles
		Cooperativa agroalimentària: Ramadera de Molló, SCCL

### *Vinoteques dels vins DO Empordà*

COMARCA	MUNICIPI	VINOTECA
Alt Empordà	Figueres, Roses, Castelló d'Empúries, L'Escala, Torroella de Montgrí, Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols i Lloret de Mar	Wine Place
	El Port de la Selva	Bodega Aurora
	Figueres	El Celler de Can Nou
	Sant Pere Pescador	Mas Gusó
Baix Empordà	Sant Martí d'Empúries	El Celler Petit
	Torroella de Montgrí	Celler del Tast
	La Bisbal d'Empordà	Bisbalvins
	Palafrugell	Vins i Licors Grau
El Gironès		Pastisseria Celler Serra
	Sant Feliu de Guíxols	Ca l'Àngel
	Palamós	Bodega Xarel·lo
	Girona	Viniteca La Fundició
		The Baccus Store
		El Magatzem del Pont
	El Petit Paradís	
	Setdevins	

### *1.2.5-Menjars populars i associacions de cuina*

#### *Menjars populars*

COMARCA	MUNICIPI	MENJAR POPULAR	DIA DE CELEBRACIÓ
Alt Empordà	Albons	L'arròs	Carnaval
	Capmany	El Ranxo	Carnaval
Baix Empordà La Cerdanya	Verges	La Sopa de Verges	Carnaval
	Puigcerdà	Festa del Trinxat	Febrer
La Selva	Ger	Mostra de cuina popular amb naps	Octubre
	Vidreres	El Ranxo	Carnaval

## Associacions de cuina

COMARCA	MUNICIPI	ASSOCIACIÓ
El Gironès	Salt	Les cuineres de Salt
La Selva	Sils	Les cuineres de Sils

### 1.3-Espais del patrimoni alimentari menjat

#### 1.3.1-Restaurants associats als col·lectius de cuina.

JOVES CUINERS DE GIRONA	
Objectiu	Associació creada el 1999, formada per un grup de cuiners de les comarques gironines. La majoria d'ells han realitzat estades de formació al restaurant El Bulli d'Adrià, o bé han estat guardonats amb diferents premis gastronòmics. Té com a objectiu principal promoure la cuina amb personalitat pròpia lligant la tradició amb les noves tendències, i sempre posant una especial atenció a la matèria primera. La seva filosofia és fer una cuina jove, fresca i d'autor. Pretén modernitzar els conceptes de la cuina catalana.
Restaurants associats	<ul style="list-style-type: none"> <li>-<u>Figueres</u>: Càtering Montserrat.</li> <li>-<u>L'Escala</u>: El Molí de l'Escala, El Roser 2 i La Gruta.</li> <li>-<u>Palol de Revardit</u>: La Banyeta.</li> <li>-<u>Tossa de Mar</u>: Can Simon.</li> <li>-<u>Llagostera</u>: Els Tinars i Ca la Maria.</li> <li>-<u>Madremanya</u>: La Plaça de Madremanya.</li> <li>-<u>Girona</u>: La Llarga.</li> <li>-<u>Besalú</u>: Oliveres.</li> </ul>

### Alt Empordà

LA CUINA DEL VENT	
Objectiu	Neix de la inquietud d'un col·lectiu de professionals que creuen en la gastronomia com a eina d'expressió i com a portadora del saber popular acumulat a través de la història, d'un clima i d'un paisatge comú: l'Alt Empordà.
Restaurants associats	<ul style="list-style-type: none"> <li>-<u>Avinyonet de Puigventós</u>: Hotel Restaurant Mas Pau.</li> <li>-<u>Cadaqués</u>: Can Pelayo.</li> <li>-<u>Castelló d'Empúries</u>: Hotel Emporium</li> <li>-<u>Espinavessa</u>: La Rectoria</li> <li>-<u>Figueres</u>: Restaurant Antaviana, Restaurant Can Jeroni i Restaurant l'Ou d'Or.</li> <li>-<u>Llançà</u>: Els Pescadors i Restaurant el Vaixell</li> <li>-<u>Maçanet de Cabrenys</u>: Restaurant La Quadra.</li> <li>-<u>Navata</u>: L'Oca Pintada</li> <li>-<u>Pont de Molins</u>: Restaurant Hotel el Molí.</li> <li>-<u>Roses</u>: Hotel Montecarlo i Hotel Terraza.</li> <li>-<u>Terrades</u>: Restaurant-Hotel la Fornal dels Terrers.</li> </ul>

### Baix Empordà

CUINA DE L'EMPORDANET (Costa Brava Centre)	
Objectiu	El 1995 els setze restaurants de la comarca es constitueixen formalment com a col·lectiu gastronòmic amb el nom de Cuina de l'Empordanet, amb l'objectiu de promocionar la qualitat gastronòmica del territori entre el públic consumidor, el sector periodístic i també entre turoperadors internacionals, i identificar l'Empordà com una destinació gastronòmica de primera magnitud.
Restaurants associats	<ul style="list-style-type: none"> <li>-<u>L'Escala</u>: El Roser 2.</li> <li>-<u>Madremanya</u>: La Plaça.</li> <li>-<u>Pals</u>: La Costa (Platja de Pals), Portal de Mar i Sa Punta.</li> <li>-<u>Ullastret</u>: El Fort.</li> <li>-<u>Torrent</u>: Mas de Torrent.</li> <li>-<u>Palafrugell</u>: La Xicra.</li> <li>-<u>Begur</u>: Aigua Blava.</li> <li>-<u>Llafranc</u>: Casamar i Llevant.</li> <li>-<u>Palamós</u>: La Gamba i Mas dels Arcs.</li> <li>-<u>Platja d'aro</u>: Aradi i Sa Cova.</li> <li>-<u>Santa Cristina d'Aro</u>: Les Panolles.</li> <li>-<u>Llagostera</u>: Els Tinars.</li> </ul>

ASSOCIACIÓ DE RESTAURANTS DE LA BADIA. EL PLAT BLAU	
Objectiu	Associació de restaurants de Sant Antoni de Calonge-Calonge i Palamós, els quals duen a terme diverses campanyes gastronòmiques al llarg de l'any com per exemple el Menú de la Gamba.
Restaurants associats	<ul style="list-style-type: none"> <li>-<u>Calonge-Sant Antoni</u>: Costa Brava, Guillermo, Kubansky, Refugi de Pescadors, Simon, Traginyol.</li> <li>-<u>Palamós</u>: Bell Port, Ca l'Amadeu, Caleta Blava, Hotel Àncora, Hotel Trias, La Salinera, L'Ona, Mar Bonic, Maria de Cadaqués, Mas dels Arcs, Vaixell Restaurant-Pasajes Costa Brava.</li> </ul>

### La Cerdanya

CUINA PIRINENCA DE LA Cerdanya	
Objectiu	Pretén promoure una cuina de qualitat i feta amb productes autòctons, com les trufes de la Cerdanya, els naps de tallendre i les peres de Puigcerdà.
Restaurants associats	<ul style="list-style-type: none"> <li>-<u>Llívia</u>: Can Ventura, La Formatgeria de Llívia i Cal Torru-</li> <li>-<u>Urús</u>: Fonda Cobadona</li> <li>-<u>Aransa</u>: Fonda de Cal Fuxet</li> <li>-<u>Puigcerdà</u>: La Taverna del Call, Hotel del Prado i Hotel Park Puigcerdà.</li> <li>-<u>Bolvir</u>: Cal Sabater i El Xalet de Golf.</li> <li>-<u>Fontanals de Cerdanya</u>: El Paller de Queixns, Estació de Queixans i Restaurant Ondarribia-Hotel Golf Fontanals.</li> <li>-<u>Ger</u>: El Rebost de Ger.</li> <li>-<u>Das</u>: Restaurant Club Esportiu la Cerdanya.</li> </ul>

### La Garrotxa

BESALÚ GASTRONÒMICA	
Objectiu	Aquesta associació pretén posar en valor productes tradicionals de la Vila i, sobretot, recuperar el lligam històric entre el pas del temps i el bon menjar.

Restaurants associats	-Restaurant Can Quei -Restaurant Pont Vell -Restaurant "Cal Parent"	-Restaurant Oliveras -Restaurant Cúria Reial
-----------------------	---	---

#### CUINA REMENÇA

Objectiu	<p>Agrupa tots els establiments de restauració del municipi de la Vall d'en Bas i pretén que els identifiqui, sense posar restriccions en aquells establiments com poden ser cases rurals que també elaboren menjar o altres.</p> <p>El nom de Remença s'ha escollit per la història del municipi, o sigui, pel fet de ser feu de les revoltes remences a l'Edat Mitjana per ser la terra originària de Francesc de Verntallat cabdill remença i per tenir ja el nom relacionat amb el municipi.</p> <p>La Cuina Remença és productes del camp, de l'horta i del bosc. El seu lema és "De la terra als fogons".</p>	
Restaurants associats	<p>-<u>Sant Esteve d'en Bas</u>: Restaurant Sant Miquel Mas Colomer.</p> <p>-<u>Els hostalets d'en Bas</u>: Restaurant Can Llonga, Restaurant l'Hostalet i Braseria Font.</p> <p>-<u>Sant Privat d'en Bas</u>: Fonda Restaurant Carmelita i Restaurant Can Turó.</p> <p>-<u>El Mallol</u>: Can Morera</p>	

#### CUINA VOLCÀNICA

Objectiu	<p>Neix el 1994 amb la necessitat de representar, defensar i promocionar el territori i tota la seva àrea agroalimentària, que utilitzaran en la seva cuina els productes conreats, criats i elaborats de forma artesanal a la Garrotxa. Una cuina basada en un receptari tradicional, creatiu i atrevit.</p>	
Restaurants associats	<p>-<u>Batet de la Serra</u>: Restaurant Hostal dels Ossos</p> <p>-<u>Besalú</u>: Restaurant Cúria Reial</p> <p>-<u>Hostalet d'en Bas</u>: Restaurant l'Hostalet</p> <p>-<u>Joanetes</u>: Fonda Barris</p> <p>-<u>La Cot-Santa Pau</u>: Cal Xel</p> <p>-<u>Olot</u>: Restaurant Font Moixina, Restaurant La Deu, Restaurant La Quinta Justa i Restaurant Self-La Garrotxa</p> <p>-<u>Sant Esteve d'en Bas</u>: Restaurant Sant Miquel</p> <p>-<u>Sant Feliu de Pallerols</u>: Restaurant Ca la Matilde</p> <p>-<u>Santa Pau</u>: Restaurant La Francesa</p>	

### El Gironès

#### GIRONA BONS FOGONS

Objectiu	<p>Agremiats a l'Associació d'Hostelaria de Girona i Radial, nascut per promocionar Girona i el seu entorn com a destinació gastronòmica. Potenciar la cuina amb aquells productes que arribaven al mercat de Girona fa molts segles, donar coneixement del receptari i productes propis, així com recuperar antics plats posant-los al dia amb la filosofia gastronòmica de cada establiment.</p>	
Restaurants associats	<p>-<u>Girona</u>: Cal Ros, El Celler de Can Roca, La Calèndula, la Massana, Occi i Tapes 23.</p> <p>-<u>Palol de Revardit</u>: la Banyeta.</p> <p>-<u>Bonmatí</u>: Duc de l'Obac.</p>	



LA CUINA DE LES CARBONERES DE LA VALL DEL LLÉMENA	
Objectiu	Pretén donar a conèixer la cuina i els atractius naturals de la zona.
Restaurants associats	-Canet d'Adri: Can Joan d'Adri, El Cellar de l'Adroher i La Sala de Canet. -Granollers de Rocacorba: Can Perot. -Cartellà: Can Xifra -Sant Gregori: El Racó d'en Pep, Maràngels i els Ocells Perduts. -Domeny (Girona): La Masia del Cabrit.

### *El Pla de l'Estany*

GRUP GASTRONÒMIC DEL PLA DE L'ESTANY	
Objectiu	Aplega una selecció de restaurants que treballen amb productes naturals de la comarca.
Restaurants associats	- <u>Esponellà</u> : Can Roca - <u>Palol de Revardit</u> : La Banyeta - <u>Orfes</u> : La Barretina - <u>Porqueres</u> : La Formiga i La Masia - <u>Banyoles</u> : Mirallac

### *El Ripollès*

ELS FOGONS DE LA VALL DE RIBES	
Objectiu	Te l'objectiu de cercar i divulgar els fonaments de la cuina tradicional pirinenca i investigar-ne els orígens i les característiques que la defineixen, recopilar antigues receptes i velles tècniques en la preparació de plats.
Restaurants associats	- <u>Ribes de Freser</u> : Els Caçadors, Hotel Prats, Hotel Rural Spa Resguard dels Vents, Can Sart i La Perdiu Blanca. - <u>Ventolà</u> : Restaurant Anna. - <u>Campelles</u> : El Llac

ASSOCIACIÓ DE CUINES DE LA VALL DE CAMPRODON	
Objectiu	L'associació treballa per la promoció de productes locals del nostre territori.
Restaurants associats	- <u>Camprodon</u> : El Pont 9, - <u>Molló</u> : Les Planes, Hotel Calitxó, El Costabona. - <u>Llanars</u> : Hotel Grèvol-Spa - <u>Setcases</u> : Can Jepet, Pirine i Can Trianda. - <u>Tregurà (Vilallonga de Ter)</u> : Fonda Rigà. - <u>Veinat d'Espinavell</u> : Can Jordi. - <u>Beget</u> : El Sunyer

### Restaurants amb estrella Michelin

RESTAURANTS AMB ESTRELLA MICHELLIN	
1 estrella	- <u>Girona</u> : la Massana. - <u>Anglès</u> : l'Aliança. - <u>Banyoles</u> : Ca l'Arpa - <u>Corçà</u> : Bo.tic. - <u>Llagostera</u> : els Tinars. - <u>Avinyonet de Puigventós</u> : Mas Pau. - <u>Tossa de Mar</u> : la Cuina de Can Simón. - <u>Arbúcies</u> : Les Magnòlies. - <u>Llafranc</u> : Casamar. - <u>Roses</u> : la Llar i els Brancs. - <u>La Vall de Bianya</u> : Ca l'Enric.
2 estrelles	- <u>Olot</u> : Les Cols.
3 estrelles	- <u>Girona</u> : El Celler de Can Roca.

### 1.3.2-Rutes i propostes gastronòmiques

#### Rutes gastronòmiques

COMARCA	MUNICIPIS	RUTA
Alt Empordà	Calonge, Palamós, Vall-llobrega, Fonteta, Forallac, Torrent, Cruïlles, Monells i Sant Sadurní de l'Heura.	Camí del Vi de l'Empordà*
Baix Empordà	Cadaquès, Palau-Saverdera, Pau, Vilajuïga, Selva de Mar, Garriguella, Peralada, Rabós d'Empordà, Masarac, Sant Climent Sescebes, Mollet de Peralada, Capmany, Vilamaniscle, Espolla, Cantallops i Cistella.	Camí del Vi de l'Empordà*
El Ripollès	Calella de Palafrugell	Josep Pla, cuina i paisatge
	Camprodon, Vilallonga de Ter, Setcases i Molló	Ruta per la Vall de Camprodon
La Selva	Ribes de Freser i Toses	Ruta per la Vall de Ribes
	Ripoll, Gombrèn i Ogassa.	Ruta pel Baix Ripollès
		Ruta del Salsafí
		La ruta més dolça
		La ruta de la botifarra de la Selva
		Ruta "Suca-mulla"

\*La ruta Camí del vi del Suro i la ruta Camí del Vi de l'Empordà, formen conjuntament una única ruta anomenada *Empordà camins de vins*.

*Aules gastronòmiques*

COMARCA	MUNICIPIIS	AULA
Baix Empordà	Vall-llobrega	Aula Gastronòmica de l'Empordà
El Gironès	Girona	Aula Gastronòmica del Mercat del Lleó
El Ripollès	Ripoll	Aula d'Hostaleria del Ripollès

*Esdeveniments gastronòmics*

COMARCA	MUNICIPIIS	ESDEVENIMENT
El Gironès	Girona	Fòrum Gastronòmic Girona 10

*1.3.3-Campanyes gastronòmiques*

COMARCA	MUNICIPI	CAMPANYA GASTRONÒMICA	DATA
Alt Empordà	L'Escala	La Cuina dels Grecs i els Romans. Triumvirat	Maig
		Ruta Tapa de l'Anxova	Setembre i Octubre
		Jornades Gastronòmiques del Suquet	Abril-Maig
	Llançà	Mostra de la Cuina de Nadal	Desembre
		Jornades Gastronòmiques del Peix de Palangre	Juny
	Maçanet de Cabrenys	Jornades Gastronòmiques de la Castanya als restaurants locals	Octubre-Novembre
	Port de la Selva	Jornades Gastronòmiques de la Gamba i l'Escamarlà	Maig i juny
	Roses	Campanya Gastronòmica del Suquet de Peix	Tot l'any
	Llançà, Colera i Portbou	Jornades Gastronòmiques de l'Escamarlà de Llançà	Juny
	Baix Empordà	Avinyonet de Puigventós, Castelló d'Empúries, Cistella, Espinavessa, Figueres, Llers, Girona, Llançà, Maçanet de Cabrenys, Navata, Ponts de Molins, Roses i Terrades.	Remena'm la cirera
Begur		Campanya gastronòmica del Peix de Roca.	Maig-Juny
Palafrugell		La Garoinada	Gener-Març
		Jornada del Niu	Octubre-Novembre
Pals		La cuina de l'arròs	Març-Abril
Peratallada		La cuina de l'aviram	Setembre-October
Sant Feliu de Guíxols		La cuina del peix blau ganxó	Maig-Juny

La Garrotxa	Santa Cristina d'Aro	La cuina del bolet	Octubre-Novembre
	Torroella de Montgrí	Jornades gastronòmiques de la clova	Juny
	Torroella de Montgrí-L'Estartit	Jornades gastronòmiques de la poma	Octubre
	Sant Antoni de Calonge i Palamós	Jornades gastronòmiques de l'Olla de Peix	Febrer-Abril
		El menú de la gamba	Maig-juliol
		Jornades gastronòmiques de l'escamarlà	Octubre-Desembre
		Mostra gastronòmica de la Garrotxa	Novembre-Desembre
		Cuina de l'horta	Juny-Agost
		Menú de l'embotit	Març
		Jornada de la patata mora	Novembre
		Jornades gastronòmiques de Primavera	Maig-Juny
		Jornades del Bou a la Garrotxa	Maig
		Jornades gastronòmiques del fajol	Febrer
		Jornades gastronòmiques del farro	Gener-Febrer
El Gironès	Olot	Ruta de les Tapes	Juny
	Santa Pau	Jornades gastronòmiques del fesol	Gener-Febrer
	Girona	Jornades de l'arròs	Juny-Juliol
		Setmana Gastronòmica Gironina	Març
	Llagostera	La Cuina de Festa Major	Maig
		La Cuina dels manaies	Març-Abril
	La Vall del Llémena	Cuina de la cassola	Gener
		Cuina de la múrgula i la Tòfona	Març
		Cuina de la remença	Maig-Juny
		Cuina de les carboneres	Juliol-Setembre
El Pla de l'Estany		Cuina de la xocolata	Octubre
		Jornades gastronòmiques de la Carbassa i l'all	Setembre-octubre
		Jornades gastronòmiques del Pla de l'Estany	Maig-Juny
El Ripollès		Cuina de la matança del Ripollès	Gener
		Jornades gastronòmiques del Xai i del Bolet del Ripollès	Octubre
		Temporada del poltre	Mesos de tardor
		Temporada gastronòmica de la Trumfa	Mesos de tardor
		Temporada gastronòmica de la Matança i la Quaresma	Febrer-Març
		Alimentem el mite	Agost
La Selva	Sant Joan de les Abadesses		
	Blanes	Suquet de peix de Sa Palomera de Blanes	Juny-Juliol
	La Cellera de Ter	La cuina del porc	Març
	Tossa de Mar	La Cuina Tradicional Tossenca	Tot l'any

## 1.3.4-L'Enoturisme a l'Empordà: DO Empordà

COMARCA	MUNICIPI	CELLER	
Alt Empordà	Capmany	Oliveda	
		Pere Guardiola	
		Oliver Conti	
		Arché Pagès	
		Cellers Santa Maria. Gran Recosind	
		Castillo Capmany	
		Celler Marià Pagès	
		Vinyes d'Olivardots	
		Sant Climent Sescebes	Celler Martí Fabra
			Terra Remota
	Espolla	Celler Cooperatiu d'Espolla	
		Terrer d'en Tassis	
		Setzevins	
	Rabós d'Empordà	Cellers d'en Guilla	
	Mollet de Peralada	La Vinyeta	
		Roig Parals	
		Vínicola del Nordest	
	Peralada	Castell de Peralada	
	Vilamaniscle	Mas Pòlit	
		AV Bodeguers	
		Cooperativa Agrícola de Garriguella	
	Garriguella	Mas Llunes	
		Bodegas Trobat	
		Masetplana	
		Vilajuïga	Espelt
	Gelamà		
	Empordàlia		
	Colera	Hugas de Batlle	
	Selva de Mar	Mas Estela	
	Cadaqués	Martín Faixó Perafita	
	Cistella	Bodegas Mas Vida	
	Vilamalla	Vins de Taller	
	Baix Empordà	La Bisbal d'Empordà	Sota els Àngels
Fonteta		Celler Mas Patiràs. Jardins de l'Empordà. Jardí Botànic	
Torrent		Mas Oller	
Palafrugell		Celler Mas Cap de Gall	
Vall-llobrega		Can Sais	
Palamós		Celler Brugarol	
Calonge		Mas Gil. Clos d'Agon	
		Mas Molla	
		Mas Ponsjoan	
Blanes		Mas Eugeni	
		Mont-Ferrant	
		Ses Vernes	
Gironès		Sant Jordi Desvalls	Pago Diana
		Sant Martí Vell	Eccoci