Professionals de la gastronomia i el turisme debaten sobre el futur del turisme a la Costa Brava

Turisme | 15/09/2017

Professionals de la gastronomia i el turisme han debatut avui sobre el present i el futur del sector en un acte organitzat per la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme al Castell de Calonge

Professionals de la gastronomia i el turisme han debatut avui sobre el present i el futur del sector en un acte organitzat per la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme al Castell de Calonge.

Marc Gascons ha explicat que la seva cuina, al restaurant Els Tinars de Llagostera (1 estrella Michelin) "té com a base la cuina catalana i empordanesa tradicionals i els nostres productes són majoritàriament d'aquí i de temporada, tenim un grandíssim producte i nosaltres el remarquem de manera que el client es situï allà on es troba". Gascons és del parer que "cal potenciar més els productes tradicionals d'aquí per davant de la paella i la sangria, hem d'aconseguir passar-los al davant".

Paco Pérez assegura que al Miramar de Llançà (2 estrelles Michelin) el que més els importa són els sabors i que, "encara que sortim de la cuina més tradicional, el que és clau és que als nostres plats sapiguem reflectir qui som, com pensem i quin és el nostre territori als nostres clients". Segons el xef, "en aquest país som pioners en això, hi ha molta gent creativa i posem tota l'ànima a reflectir allò que volem".

Les màster tesis

La taula rodona s'ha celebrat per debatre sobre els temes proposats pels set alumnes becats per la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge-Sant Antoni, a les seves tesis de final de màster que han presentat prèviament.

Laura Coris ha presentat una "Proposta per donar valor afegit a la Ruta del Vi DO Empordà": partint d'una anàlisi dels recursos turístics que ofereixen les tres rutes del vi catalanes adherides a "Rutas del Vino de España" de l'Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN).

Dan Zhu ha elaborat un estudi sobre "El enoturismo para el mercado chino. Propuesta de promoción de la Costa Brava", on traça una estratègia a través de l'enoturisme per atraure el turisme xinès, partint de la idea que les rutes que se centren en el vi són les més populars entre els xinesos.

Lluïsa Jordà, amb "Calendari d'advent en viu: una proposta gastronòmica i cultural a Girona" planteja enfortir la imatge de la ciutat Girona com a destinació cultural i gastronòmica a través del muntatge d'un calendari d'advent nadalenc en viu en què cadascun dels 24 dies de desembre s'obri i s'il·lumini una finestra d'un edifici d'un barri diferent de la ciutat i s'hi faci una representació cultural, i en què cada finestra haurà estat escollida estratègicament fixant-se en el fet que hi hagi botigues, bars o restaurants ben a prop per aprofitar el flux de gent que s'hi acosti. La proposta es basa en dos models que funcionen amb èxit a Suècia i Anglaterra, però afegeix com a element diferenciador la idea de promocionar a través d'aquests actes els productes gastronòmics de Girona Excel·lent.

Carlota Artieda ha volgut abordar la preocupació que està generant a molts indrets el creixement exponencial del turisme urbà en el seu treball "Modelos de gestión de destinaciones en turismo urbano. El caso de Oporto", en què exposa el cas de la ciutat portuguesa, que està experimentant un creixement molt accentuat d'aquest tipus de turisme en els darrers tres anys.

Pablo de Vicente, amb "Turisme, gastronomia i xarxes socials: un estudi de la importància de l'entorn digital pel turisme gastronòmic", fa una anàlisi de l'impacte de les xarxes socials en la gastronomia, presenta textos acadèmics que subratllen la rellevància de l'ús de les noves tecnologies en l'àmbit gastronòmic i conclou que actualment la xarxa social de la gastronomia per excel·lència és Instagram.

Andrea Morales exposa en la seva tesi "El perfum a la gastronomia. Estada a la Masia (I+R) dels

Germans Roca", l'experiència adquirida amb les aromes en una estada de pràctiques a la Masia d'El Celler de Can Roca i en ressalta les virtuts aplicades a la gastronomia.

I Yungie Gong, a "La gastronomia como producto turístico para el mercado chino", planteja propostes per promocionar i adaptar la gastronomia de la Costa Brava al mercat xinès amb l'objectiu de captar-ne turistes, partint d'un estudi del turisme xinès que hi ha actualment a la Costa Brava, d'una diagnosi dels productes gastronòmics i turístics que se'ls ofereix, i veient casos d'èxit d'altres països que s'estan promocionant a la Xina. La proposta planteja relacionar la gastronomia amb el patrimoni històric de Girona.

La Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge-Sant Antoni convoca cada curs set ajuts d'un import màxim de 3.000 euros cadascun, destinats a estudis de màster de la Universitat de Girona relacionats amb l'àmbit de la gastronomia i l'alimentació. L'ajut es destina a cobrir totalment o parcialment l'import dels preus públics de la matrícula de 60 crèdits d'un màster oficial cursat a la Universitat de Girona. La Càtedra, conjuntament amb l'Ajuntament de Calonge i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, elaboren un llistat de temes d'investigació d'importància pel territori, entre els quals els alumnes trien la temàtica del seu projecte final de màster.

Autor: Redacció