



L'OFERTA RESTAURADORA DE PEIX A LA COMARCA DEL BAIX EMPORDÀ: *IMPLICACIONS PER A LA INDÚSTRIA TURÍSTICA I EL SECTOR PESQUER*

MEMÒRIA DE RECERCA

Miquel Martí Llambrich
Joan Lluís Alegret Tejero
Alfons Garrido Escobar
Carles Ramírez i López

L'oferta restauradora de peix a la comarca del Baix Empordà: implicacions per a la indústria turística i el sector pesquer
Memòria de recerca

Autors:

Miquel Martí Llambrich
Joan Lluís Alegret Tejero
Alfons Garrido Escobar
Carles Ramírez i López

Fundació Promediterrània per a la conservació, l'estudi i la difusió del patrimoni marítim
Documare: Centre de Documentació de la Pesca i el Mar

Aquest projecte ha estat possible gràcies al programa d'Ajuts a Projecte d'Abast Local o Comarcal (2009ACOM00086) de l'Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca del Departament d'Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Girona i el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana.



Sumari

Sumari.....	3
Índex de taules i gràfics	6
1. Introducció	7
2. Hipòtesi i objectius	9
2.1. Hipòtesi de partida	9
2.2. Àmbit d'estudi	10
2.3. Fonts i mètodes	13
3. Anàlisi de context	15
3.1. El consum de peix a Espanya i Catalunya	15
3.2. Context actual del consum de peix als restaurants.....	16
3.3. Indústria pesquera.....	17
4. Anàlisi dels establiments.....	20
4.1. Informe sobre l'estat de la restauració al Baix Empordà, 1999	20
4.2. Importància de la localització.....	21
4.3. Trajectòria empresarial	22
4.4. Estructura de preus	23
4.5. Promoció i publicitat	24
4.6. Associacionisme.....	24
5. Anàlisi dels estils culinaris	26
5.1. Línia culinària dels restaurants	26
5.2. Origen del receptari: tradició i innovació	28
5.3. Elaboració del peix als restaurants.....	29
5.4. Presentació dels plats.....	32
6. Identificació i anàlisi de les espècies	34
6.1. Peix	35
6.2. Marisc	37
7. Elaboracions de les principals espècies	40
7.1. Els plats de la la " <i>Cuina Empordanesa</i> "	40
7.1.1. Bacallà.....	41

7.1.2.	Rap.....	42
7.1.3.	Llenguado	43
7.1.4.	Llobarro	44
7.1.5.	Anxova	45
7.1.6.	Sardina.....	46
7.1.7.	Tonyina	47
7.1.8.	Gamba i gamba de Palamós	47
7.1.9.	Escamarlà.....	50
7.1.10.	Calamar.....	51
7.1.11.	Sípia	51
7.1.12.	Musclo	52
7.2.	Distribució geogràfica de l'oferta	53
7.2.1.	Distribució geogràfica del peix	53
7.2.2.	Distribució geogràfica del marisc	54
7.3.	Espècies en menús i menjars de grup	55
8.	Comercialització i distribució de la matèria primera.....	57
8.1.	La procedència del peix	57
8.2.	Peix salvatge i peix de piscifactoria	58
8.3.	Peix fresc i peix congelat	62
8.4.	Distribuïdors	63
8.5.	Pèrdues de valor i augment de prestigi.....	64
9.	Cuiners i personal. Estudis i Experiència.....	67
10.	El client.....	69
10.1.	Perfil del client.....	69
10.2.	Freqüència	71
10.3.	Coneixement del producte	72
11.	La cuina del peix i el turisme gastronòmic	75
11.1.	El paper del turisme.....	75
11.2.	El comportament del turisme.....	77
11.3.	La patrimonialització de la cuina marinera	79
11.4.	El retorn a les receptes tradicionals	81
11.5.	Les Campanyes Gastronòmiques.....	82
12.	Implicacions de la restauració en el sector pesquer	87
12.1.	El preu del peix	87

12.2.	La incidència de l'hostaleria i la restauració sobre el sector pesquer.....	90
12.3.	La relació amb la hostaleria.....	91
12.4.	Peix fora llotja.....	93
13.	Conclusions.....	95
14.	Bibliografia	98

Índex de taules i gràfics

1.	Relació de restaurants inclosos a la mostra	10
2.	Localització dels establiments subjectes a entrevista	11
3.	Detalls de la localització dels restaurants de la zona de Palamós-Sant Antoni de Calonge.....	12
4.	Consum i despesa en pesca a Espanya, 2009 (Milions Kg Milions €)	16
5.	Facturació de les principals llotges catalanes, en percentatge del total. 2008.....	17
6.	Flota pesquera de Palamós	18
7.	Indústria pesquera. Comparativa de factura 2008-2009, per sectors	18
8.	Llotja de Palamós. Principals espècies 2009	18
9.	Distribució dels restaurants al Baix Empordà, 1999.....	20
10.	Tipus de cuines, per categories (1999).....	20
11.	Inauguració dels establiments, per períodes	22
12.	Perfil empresarial	23
13.	Tendències culinàries al Baix Empordà, per segments.....	27
14.	Elaboracions del peix, per categories.....	29
15.	Productes pesquers identificats	34
16.	10 principals espècies de peix. Referències totals	35
17.	10 principals espècies. Preu mig de carta (€)	36
18.	Principals espècies de marisc	38
19.	Preu mig de les referències de marisc a carta (€)	38
20.	Evolució de captures i preu mig de la Gamba de Palamós, 1979-2008	49
21.	Distribució geogràfica de l'oferta de peix, per referències de carta	53
22.	Distribució geogràfica de l'oferta de marisc, per referències de carta	54
23.	Comparativa de preus d'origen. Mercabarna i Llotja de Palamós. (€/Kg.)	60
24.	Evolució del turisme a la Costa Brava, 1999-2009	75
25.	Allotjaments turístics al Baix Empordà, 2006.....	76
26.	Campanyes gastronòmiques de productes pesquers al Baix Empordà	82
27.	Sector pesquer. Ingrés total i preu mig mensuals (2009)	87
28.	Peix de Sant Pere (<i>Zeus faber</i>). Evolució del preu mig 2008-2009.....	88
29.	Corball (<i>Sciaena umbra</i>). Evolució del preu mig 2008-2009	89
30.	Sardina (<i>Sardina pilchardus</i>). Evolució del preu mig 2008-2009.....	89
31.	Anxova (<i>Engraulis encrasicolus</i>). Evolució del preu mig 2008-2009	90
32.	Preu mig de les espècies més cotitzades a la llotja de Palamós (2008)	90

1. Introducció

La celebració del centenari de la Costa Brava coincideix a escala global amb un canvi de tendència en el model turístic de “sol i platja”, característic d’aquesta regió durant dècades. La resposta als plantejaments de nous models turístics busca dotar els destins de valor afegit, qualitat i singularitat en un mercat cada cop més competitiu, mimètic i global. A la Costa Brava, aquesta oferta es fonamenta en la promoció dels valors paisatgístics i culturals (rutes, fires, museus...) del territori. S’inclouen elements com el patrimoni natural, arquitectònic i cultural, festes i tradicions o la gastronomia, entre altres. (Calabruig, 2005)

Diversos estudis posen de relleu que la cultura culinària i gastronòmica i la indústria de la hostaleria i la restauració estan cridades a jugar un paper cabdal en el relleu dels destins turístics (Hjalager i Richards, G., 2002. Fao Parrondo, 2005). Les “cuines regionals”, la gastronomia vinculada a les manifestacions culturals del territori s’han convertit en generadores d’identitat en les societats postmodernes. La força de la globalització i de l’homogeneïtzació de moltes pràctiques culinàries i de consum té com a resposta la valorització de la gastronomia local (Contreras, 2009). Alhora, la “moda per la cuina”, l’impacte de les noves tendències del món gastronòmic (tecnologia aplicada a la cuina, *slow food*, producció ecològica, etc.) i un progressiu redescobrimt del bagatge culinari per part d’amplis estrats socials influeixen en un major reconeixement dels productes locals, dels mètodes de producció ecològics o de comercialització directa del productor al consumidor final.

Entre els diversos ingredients que configuren l’oferta gastronòmica dels municipis de la Costa Brava sobresurten els productes pesquers. Històricament, la societat empordanesa ha estat una gran ictiòfaga. El peix forma part de la seva herència alimentària, culinària i gastronòmica. El primer turisme, a inicis de segle XX, ja va valorar-lo de forma notable. Hotels, restaurants i nombrosos particulars s’aliaren durant dècades amb el sector pesquer local per proveir-se de la primera matèria. Avui dia, la *gastronomia del peix* cerca l’excel·lència i la innovació en la preparació. En l’era post-moderna els cuiners treballen per sorprendre els sentits dels comensals (olfacte, gust, tacte, vista), creen emocions i sentiments, introdueixen noves espècies en cartes i menús i juguen amb la tradició.

El caràcter autèntic del ranxo i de la cuina a bord està en l’origen d’una oferta paral·lela de peix, més popular, lligada a la tradició marítima i pesquera de la Costa Brava i que configura en bona mesura la seva identitat culinària. L’elaboració poc refinada, directa, primigènia, quasi instintiva, econòmica, fonamentada en la frescor dels productes ha atret l’atenció de restauradors i clients, atorgant a aquesta cuina nous valors simbòlics. L’oferta de suquets, fideuàs o rossejats, plats convertits en gènere dins del sistema de mercat, vincula directament la cuina i la tradició amb el territori i amb un dels sectors econòmics més rellevants des d’un punt de vista econòmic, social i cultural de la comarca: el pesquer.

La indústria pesquera compta amb una llarga tradició i es manté avui com una de les més dinàmiques del Baix Empordà. Palamós i Sant Feliu de Guíxols, per ordre d’importància, en són els seus ports. El paisatge de les barques, els pescadors i el peix cada cop és més emprat i explotat pels agents turístics en els seves campanyes de promoció i difusió, a la recerca de l’autenticitat i la singularitat de manifestacions considerades “tradicionals”. Un visitant cada vegada més conscient i compromès amb el destí que escull mostra també una major atenció per l’activitat pesquera, bastant desconeguda per la societat però amb fortes arrels socioculturals, que vol descobrir. L’esforç del sector pesquer per ésser conegut, l’obertura de les llotges i les subhastes del peix als visitants, és un bon exemple de l’acostament d’ambdós sectors. El Museu de la Pesca, a Palamós, fa prop d’una dècada de treballa en aquesta línia, com a motor de coneixement i reconeixement del sector pesquer a través d’un extens programa d’activitats i accions.

L'oferta restauradora és un observatori per mesurar les tendències en l'apreciació i valoració del peix local vinculat al territori i a la gastronomia local. El Baix Empordà compta amb una extensa xarxa de restaurants especialitzats en la cuina del peix. Les seves cartes i menús subratllen el caràcter marítime-pesquer de la regió en forma de productes, plats i presentacions que combinen els mètodes tradicionals amb elaboracions més innovadores i sofisticades. Josep Pla, un dels primers observadors de l'auge de la gastronomia, explicitava aquesta idea afirmant que a l'Empordanet

"...no solament hi ha hagut sempre bons cuiners i cuineres i persones que han tingut interès per les coses dels fogons, sinó que s'han produït novetats sorprenents. Treballant sobre fórmules antiquíssimes, la gent del país ha creat determinades innovacions, de gran originalitat, que són dignes d'ésser subratllades i valorades com es mereixen..."

La qualitat culinària del Baix Empordà s'ha lloat des de diversos àmbits. Vázquez Moltalban ja deia que *"El viajero de paladar no se equivoca casi nunca en el Ampurdán..."*. El 1981 La Vanguardia dedicava un article a les rutes gastronòmiques per la Costa Brava, posant de manifest la importància del bon menjar en la idiosincràsia dels seus habitants:

"Tiene la costa su gastronomía propia, como resultante de las materias que la naturaleza le ha dado, desde que nuestros antepasados se dedicaran a la caza y pesca para subsistir, que los griegos convirtieron en arte, donde el pescado sigue siendo plato favorito, con el suquet de peix o es niu, frituras, sopa de pescado, arroz a la marinera, "peix al forn", "mar a terra", y crustáceos capitaneados por la langosta que, si es del país, dicen es la mejor que hay, por los fondos marinos de la costa"

El territori potencia aquestes virtuts tot cercant elements definidors que permetin diferenciar la destinació. La singularització per mitjà de la promoció dels referents d'identitat vinculats al menjar és una estratègia cada vegada més emprada a per governs i organitzacions empresarials locals i regionals.

L'objectiu principal d'aquest estudi és fer una radiografia a l'oferta gastronòmica vinculada als productes pesquers en l'hostaleria i la restauració: els establiments, els tipus de cuines, les tècniques culinàries, les espècies, la distribució i la comercialització, la formació dels professionals i el perfil dels clients. Per aconseguir-ho s'ha donat la paraula al propi sector de la restauració, als seus responsables, perquè a través d'un qüestionari, valorin la situació i donin la seva opinió sobre l'estat actual i les tendències de futur de la cuina del peix. Finalment, s'estudien les relacions entre la gastronomia marinera i dos sectors claus en el seu desenvolupament: les tendències del turisme a la comarca i la seva relació amb el sector pesquer.

La voluntat és aportar un instrument d'anàlisi útil que contribueixi a encarar el procés de presa de decisions estratègiques sobre el futur de la indústria turística del Baix Empordà.

2. Hipòtesi i objectius

2.1. Hipòtesi de partida

La cuina dels productes del mar està cridada a ser un motor de l'oferta gastronòmica comarcal, en el marc d'una estratègia de posicionament de la indústria en els mercats turístics globals. En aquesta aposta, el referent tradicional juga un paper molt rellevant perquè li atorga al destí turístic atributs d'autenticitat i singularitat, elements que busca incorporar també la restauració perquè són molt apreciats pels consumidors.

Els objectius genèrics de l'estudi són:

- Radiografiar l'oferta gastronòmica d'arrel marinera a la comarca del Baix Empordà.
- Valorar l'estat i les característiques de la cuina del peix associada a aquesta oferta: ingredients, formes culinàries, tècniques, tendències
- Recollir l'opinió del sector sobre el producte, l'origen i la seva comercialització
- Estudiar el perfil del consumidor de peix
- Trobar vincles entre l'oferta restauradora de peix i el sector pesquer productor de la matèria primera, identificar i estudiar les variables que s'hi relacionen.
- Disposar d'una eina d'anàlisi del paper que juga el peix i la seva gastronomia en la promoció turística de la comarca

Objectius operacionals

- Identificar els establiments que ofereixen cuina marinera i estudiar les característiques del negoci de la restauració.
- Buidatge exhaustiu de les receptes que inclouen peix o marisc, estudiant molt especialment les principals espècies i les relacions que s'estableixen entre elles.
- Veure els orígens del peix emprat en la cuina empordanesa i introduir la problemàtica associada amb el frau i l'engany.
- Valorar el paper dels cuiners en la configuració dels plats i les presentacions.
- Mesurar el coneixement que el consumidor té del producte peix i relacionar-lo amb l'oferta restauradora.

L'objectiu general és revisar al paper del peix i els productes marins en la gastronomia comarcal, utilitzant com a base l'oferta i la demanda del sector de la restauració al Baix Empordà. Això ens ha permès observar l'impacte del peix i la seva cuina en la indústria turística i el sector pesquer actual, així com les repercussions que pot tenir en el futur.

El resultat de les entrevistes dirigides ens mostren les motivacions, característiques i diferències en el consum de peix, tot comparant les poblacions costaneres i d'interior. Finalment s'apunten unes línies sobre quines són les tendències de futur del sector.

2.2. Àmbit d'estudi

L'estudi té un caràcter comarcal. S'ha creat una mostra de 75 establiments a partir del creuament de les dades facilitades per La Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya, el Consell Comarcal del Baix Empordà i l'Associació d'Hostaleria Costa Brava Centre.

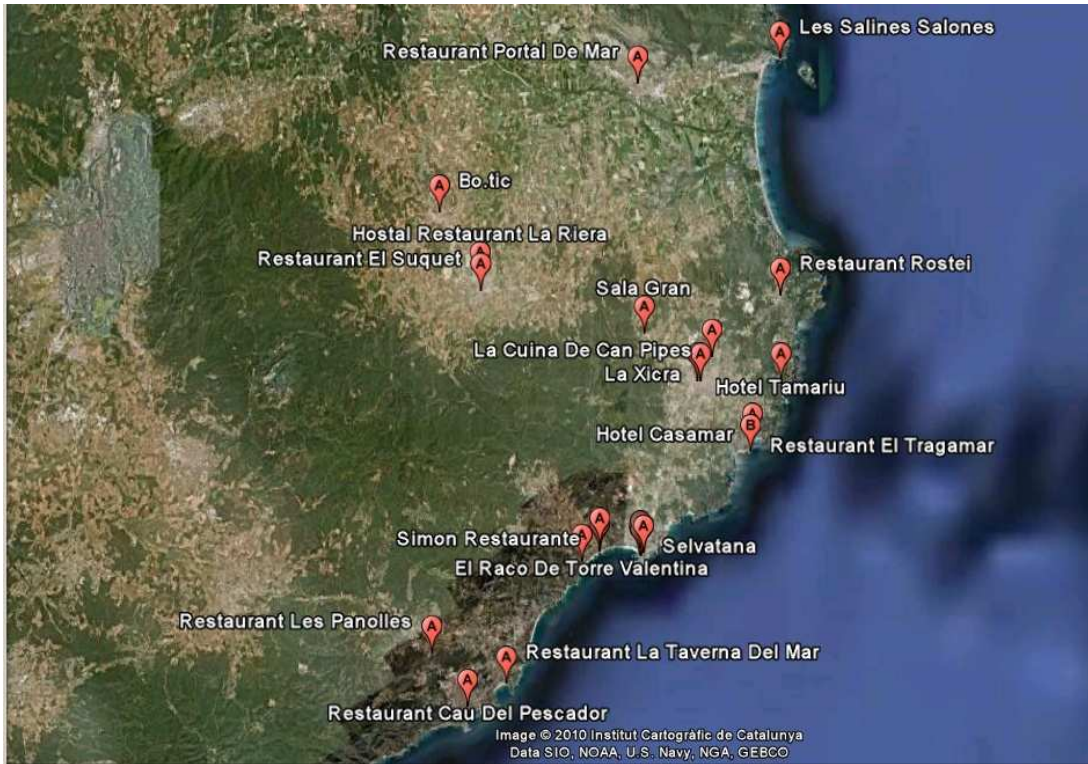
1. Relació de restaurants inclosos a la mostra

Nom restaurant	Població
LA PIZZETA	BEGUR
SA JAMBINA	CALELLA DE PALAFRUGELL
EL TRAGAMAR	CALELLA DE PALAFRUGELL
CAN JELPÍ	CALELLA DE PALAFRUGELL
EL FAR	CALELLA DE PALAFRUGELL
LA GAVINA	CALELLA DE PALAFRUGELL
TONY'S	CALELLA DE PALAFRUGELL
TOC DE SOL	CASTELL D'ARO
BO.TIC	CORÇA
CAN DALFÓ	L'ESTARTIT
ROSAMAR	L'ESTARTIT
EL VOLANTÍ	L'ESTARTIT
FELIX	L'ESTARTIT
LES SALINES	L'ESTARTIT
CAN CERVERA	L'ESTARTIT
BRAVO	L'ESTARTIT
LLEVANT, Hotel	LLAFRANC
CASAMAR	LLAFRANC
BELLA COSTA	LLAFRANC
EL TOC	LLAFRANC
SALA GRAN	LLOFRIU
LA XICRA	PALAFRUGELL
PA I RAÏM	PALAFRUGELL
SIMBOL	PALAFRUGELL
LA GALERA	PALAMÓS
VAIXELL PASAJES PALAMÓS	PALAMÓS
EL CELLER DE LA PLANASSA	PALAMÓS
MARIA DE CADAQUÉS	PALAMÓS
L'ARCADA	PALAMÓS
CAN BLAU	PALAMÓS
CLUB NÀUTIC COSTA BRAVA	PALAMÓS
CAN PER'X PEIX	PALAMÓS
LA FOSCA, Hostal	PALAMÓS
LA GALERA	PALAMÓS
GAMA'S	PALAMÓS
LA GAMBA	PALAMÓS
LA CATIFA	PALAMÓS
LA SALINERA	PALAMÓS
EL CELLER DEL BARRI VELL	PALAMÓS
LA TERRASSA DELS PESCADORS	PALAMÓS
XIVARRI	PALAMÓS

PETIT BAR	PALAMÓS
L'ONA	PALAMÓS
LA SELVATANA	PALAMÓS
MAS ROIG	PALS
SOL BLANC	PALS
SA PUNTA	PALS
EL CAU DEL PAPIBOU	PERATALLADA
LA PAÏSSA D'EN CARDINA	PERATALLADA
LA RIERA	PERATALLADA
XACO	PLATJA D'ARO
ARADI	PLATJA D'ARO
VILLA ELENA	PLATJA D'ARO
LA TAVERNA DEL MAR	S'AGARÓ
L'ENCIAM (Can Nitus)	SANT ANTONI DE CALONGE
SIMÓN	SANT ANTONI DE CALONGE
SERRANO	SANT ANTONI DE CALONGE
EL REFUGI DELS PESCADORS	SANT ANTONI DE CALONGE
GUILLERMO	SANT ANTONI DE CALONGE
KUBANSKY	SANT ANTONI DE CALONGE
EL DORADO MAR	SANT FELIU DE GUIXOLS
CAN SALVI	SANT FELIU DE GUIXOLS
CAU DEL PESCADOR	SANT FELIU DE GUIXOLS
MARABÚ	SANT FELIU DE GUIXOLS
BAHIA	SANT FELIU DE GUIXOLS
MURLÀ PARK	SANT FELIU DE GUIXOLS
ACUARIO	SANT FELIU DE GUIXOLS
MAS CALVET	SANTA CRISTINA D'ARO
LES PANOLLES	SANTA CRISTINA D'ARO
TAMARIU, Hotel	TAMARIU
EL PALANQUI	TAMARIU
MAS DE TORRENT	TORRENT
PORTAL DE MAR	TORROELLA DE MONTGRÍ
LA GOLA (Hostal)	TORROELLA DE MONTGRÍ
TER-MAR	TORROELLA DE MONTGRÍ

D'aquest conjunt, s'han escollit 33 establiments d'alt grau d'especialització per a ser objecte d'un estudi amb més profunditat. Com a criteri per a la selecció de restaurants, hotels, bars, tavernes o marisqueries s'ha valorat el número de referències de peix o marisc a les seves cartes aquells, o bé que haguessin demostrat una llarga trajectòria en l'àmbit de la restauració – restaurants de referència locals o comarcals.

2. Localització dels establiments subjectes a entrevista



3. Detalls de la localització dels restaurants de la zona de Palamós-Sant Antoni de Calonge





2.3. Fonts i mètodes

L'anàlisi del sector s'ha dut a terme en diferents fases a partir de la recollida i l'elaboració d'informació primària i l'orientació bibliogràfica. En primer lloc, l'entrevista semidirigida a propietaris, caps de cuina o caps de sala dels establiments seleccionats ha permès obtenir un valuós volum d'informació primària. El qüestionari utilitzat en les entrevistes es divideix en sis blocs: establiment, cuina, espècies pesqueres, cuiner, clients i turisme. També s'han entrevistat professionals distingits del sector, tant en actiu i com retirats. En total s'han enregistrat i transcrit 36 entrevistes per al seu posterior tractament i ús. Una part de les dades s'han utilitzat estadísticament per mesurar diversos paràmetres. L'altra part, formada de les respostes dels entrevistats a una sèrie de preguntes formulades, és utilitzada per exemplificar idees o hipòtesis que s'apunten al llarg de l'estudi.

Paral·lelament, des de l'1 de febrer al 15 de juny de 2010, s'ha dut a terme un buidatge exhaustiu de les referències de carta dels 75 restaurants, de les quals s'han identificat 2.300 referències que contenen peix o marisc. Una selecció posterior més acurada, eliminant duplicitats, ha limitat aquesta llista a 690 referències úniques. Els resultats obtinguts permeten mesurar i crear una sèrie de variables per identificar i analitzar l'oferta de les diferents espècies de peix i marisc del conjunt dels establiments de la comarca.

Pocs restaurants han facilitat material gràfic antic, de forma que l'anàlisi diacrònic és tractat de forma secundària.

Com a resultat de la investigació, l'informe s'estructura en 10 apartats:

- Context general
- Anàlisi dels establiments
- Estils culinaris
- Identificació i anàlisi de les espècies
- Comercialització del peix
- Cuiners

- Perfil dels clients
- Indústria turística
- Sector pesquer
- Conclusions

3. Anàlisi de context

3.1. El consum de peix a Espanya i Catalunya

La societat espanyola és una gran ictiòfaga. El 2009 els espanyols es van gastar 11.000 milions d'euros en productes pesquers. Aquest hàbit es relaciona positivament amb la localització geogràfica de la península – 7.880 km de costa –, amb aspectes històrics, econòmics i socials, i amb el pes de la seva flota pesquera, una de les més importants del món. Però la taxa de cobertura de la pesca espanyola només arriba al 40% del consum total de peix. Les importacions de productes pesquers tenen un valor de 6.300 milions de \$ USA.

El peix a Espanya es consumeix de forma majoritària a casa: el 80%. Cada espanyol menja 27,6 quilograms de peix a la llar, dels quals el 44% és peix fresc. Les espècies més comprades van ser el lluç, la sardina i l'anxova, tonyina i bonítol, truita, llenguado, bacallà i verat. Es compra principalment al supermercats, per davant de les peixateries i els hipermercats.

Estudis del FROM (FROM, 2009) revelen que el consumidor de peix actual:

- Està d'acord que "*consumir peix i marisc 2-3 vegades a la setmana és necessari per portar una dieta sana*". El peix és un dels elements essencials en una dieta saludable.
- Té una visió "positiva" de quasi totes les espècies, incloses les conegudes com "*espècies pobres*".
- És més exigent amb el compliment de les normes de traçabilitat, etiquetatge i seguretat alimentària. En canvi, la informació més rellevant per motivar la compra és el preu.
- El peix no agrada als nens i joves. Encara que no tingués espines no consumiria més peix. Tampoc saben identificar la frescor del producte.
- Opina que el fresc té millor sabor que el congelat, però el consum de congelats guanya terreny en detriment del fresc.
- En general, a la societat catalana agrada més la carn que el peix.
- El peix fresc no es considera un aliment reservat per a ocasions especials; en canvi, el marisc sí.
- La varietat de peix congelat al mercat és inferior a la de peix fresc. El consumidor demana productes pesquers saludables, atractius i fàcils de preparar, elaborats o semielaborats.

La quantitat i característica de les espècies consumides varia molt entre llars. Variables com la condició econòmica de la família, la presència i número de nens, la situació al mercat laboral, l'edat, la mida de la unitat familiar, la mida del municipi de residència o la comunitat autònoma influeixen un major o menor consum de peix.

En resum, el consum de peix a Espanya gaudeix de "bona salut". Institucions públiques com el FROM continuen promocionant campanyes de consum per fomentar els hàbits alimentaris saludables, sobretot entre els més joves.

4. Consum i despesa en pesca a Espanya, 2009 (Milions Kg | Milions €)

	Llars		Restauració comercial		Restauració col·lectiva y social		Total	
	Consum	Despesa	Consum	Despesa	Consum	Despesa	Consum	Despesa
Total productes pesquers	1261,7	8765	251,3	1834,6	67,1	367,2	1580,2	109668
Peix fresc	558,5	3660,8	48,8	408,8	20	100,9	627,3	4170,5
Peix congelat	141	883,5	103,4	537,2	34,4	192,9	278,8	1613,6
Marisc fresc	221,6	1441,3	29,2	350,2	1,3	10,7	252	1802,2
Marisc congelat i cuit	157,3	1239,3	38,1	280,9	3,3	19,2	198,7	1539,4
Conserves de peix	183,4	1540	31,9	257,6	8,1	43,5	223,4	1841,2

Font: Martín, 2010. MAMRM

3.2. Context actual del consum de peix als restaurants

La demanda extradomèstica de peix va generar un negoci de 2.200 milions d'euros. A la restauració comercial representa entre el 9 i el 10% de la despesa total. Segons les dades del MAMRM, el consum de peix als restaurants es distribueix entre congelat (41%) i fresc (19%). Les espècies més utilitzades en fresc són la tonyina i el bonítol i el lluç i el llucet.

Estudis sobre hàbits de consum alimentari a la restauració catalana posen de manifest que el peix fresc es concentra als restaurants (53,5%), mentre que a les cafeteries i bars (29,2%) i menjadors d'hotel (16,6%) és menor. Els restaurants també utilitzen la major quantitat de peix congelat comercialitzat (44,7%), però també són importants les compres de cafeteries i bars (33,3%) i de menjadors d'hotels (20,4%). La demanda de peix en conserva i es concentra fonamentalment en bars i cafeteries (45,1%), encara que els restaurants també compren un 33,4% del total comercialitzat en aquesta varietat de peix.

Algunes de les principals tendències que es poden destacar del consum de peix en establiments de restauració comercial són les següents:

- La demanda de plats elaborats amb peix és de prop del 10% del total de comandes. Només en el 1,6% de les visites es menja marisc.
- Els principals àpats pel consum de peix són el dinar i sopar. En altres moments del dia (esmorzar, aperitiu, berenar,..) la presència de plats de peix és insignificant.
- El restaurant a la carta és el lloc preferit pel consumidor per demanar peix fora de la llar.
- El consum de peix fora de la llar es realitza principalment a diari (53% enfront del 47% en els caps de setmana). La demanda de mariscs en canvi és al contrari (48% a diari, enfront del 52% en caps de setmana).
- Els homes mengen més peix fora de la llar que les dones: 6 de cada 10 consumidors són homes.
- El major consum de plats principals basats en peix s'associen a persones de classe mitja. Les llars de classe baixa són les que menys peix consumeixen en establiments de restauració.

Els principals motius, per ordre d'importància, plantejats per justificar el consum de peix fora de la llar són sortir amb els nens, sortir amb els amics, plaer o caprici i llunyania de la llar.

La contracció provocada per la recessió econòmica a partir de 2008 s'ha notat també en el món de la restauració. Diferents anàlisis assenyalen una caiguda del número de clients i una progressiva reducció de la freqüència d'anada als restaurants, una caiguda de les vendes manifestada en l'augment dels plats compartits, de serveis d'un sol plat i una reducció general de la factura final. Alhora el client és més exigent i espera una major rendibilitat dels diners invertits (Hostaler 2010). Darrers estudis quantifiquen el descens del consum de menjar i beguda als restaurants entorn al 8,8% a nivell de l'estat espanyol (MARM, 2010). El de peix, en concret, ha descendit entre 2009 i 2010 un 14,8%, un dels més forts entre tots els productes. (MARM, 2010)

La crisi genera també oportunitats, com és la potenciació de noves formes de negoci més adaptades als nous usos socials del menjar (*take away*, menjar per emportar), l'atenció a segments socials amb necessitats especials, noves formes de promoció i màrqueting a internet i el creixement del consum d'aliments saludables. Per això es recomana:

- Establiments orientats al confort dels clients, bon tracte i valor afegit.
- Una cuina més preocupada per la dieta, els aliments saludables en uns menús més equilibrats i preocupada per la responsabilitat mediambiental.
- Retorn a la naturalitat dels sabors tradicionals i les cocccions més exactes.

3.3. Indústria pesquera

L'oferta de peix necessita d'una indústria pesquera que la recolzi i la proveeixi de productes del mar. El Baix Empordà compta amb dos ports pesquers d'importància: Palamós i Sant Feliu de Guíxols. El 2009 van facturar 11,9 milions €, el que representa el 19 % del sector primari del Baix Empordà.

5. Facturació de les principals llotges catalanes, en percentatge del total. 2008

Vilanova	11,8
Sant Carles de la Ràpita	11,3
Roses	10,7
Tarragona	9,8
Blanes	8,8
Palamós	8,1
Arenys de Mar	7,3
L'Ametlla de Mar	6,6
Cambrils	4,7
Llança	4,5
Barcelona	4,0
Port de la Selva	3,6
L'Escala	3,1
Sant Feliu	1,2
Deltebre	1,1
Les Cases d'Alcanar	1,0
L'Ampolla	0,8
Mataró	0,8
Torredembarra	0,6

Font: Elaboració pròpia amb dades de Gencat.cat

Bona part dels establiments de restauració analitzats diuen proveir-se de peix procedent de la llotja de Palamós per mitjà d'intermediaris o a través de la venda directa al restaurador. Sant Feliu s'ha especialitzat en la subhasta de peix blau i el pes d'aquest en l'oferta global és molt menor.

6. Flota pesquera de Palamós

Arrossegament	33
Encerclament	4
Palangre de fons	11
Arts menors	25
Mariscadors	5
Corallers	6

La flota d'arrossegament és una de les més importants del litoral català. En les darreres dècades el número d'embarcacions d'encerclament a Palamós s'ha reduït dràsticament, seguint la tònica general a la Mediterrània. En canvi, es manté l'artesanal com un dels subsectors més estables i amb projecció de futur: captures selectives, alts preus al mercat, major rendibilitat de les explotacions, Darrerament ha augmentat la flota de palangre de fons gràcies a la revalorització d'algunes espècies de pesca més selectiva.

7. Indústria pesquera. Comparativa de factura 2008-2009, per sectors

	2008	2009	Evolució
Arrossegament	8668	8400	-3,1%
Cèrcol	789	780	-1,2%
Armelladers	864	879	1,7%
Forasters (tots els sectors)	611	415	-32,0%
TOTAL	10932	10475	-4,2%

Si s'analitzen sèries temporals més llargues s'observa una tendència a la reducció de la facturació i de la rendibilitat de la flota. El sector pesquer a Palamós va facturar el 2009 10,47 milions d'euros, un 4,2% menys que l'any 2008.

8. Llotja de Palamós. Principals espècies 2009

IMPORT			PES				
	%	€		%	€		
1	Gamba	50,47	4.134.768	1	Sardina	14,88	183.133
2	Escamarlà	13,17	1.078.494	2	Anxova	14,10	173.614
3	Lluç	8,29	679.306	3	Maira	13,86	170.582
4	Rap	5,98	489.909	4	Sorell	13,72	168.887
5	Sardina	5,33	436.278	5	Gamba	12,82	157.791
6	Anxova	4,93	403.653	6	Lluç	9,55	117.551
7	Pops	3,49	285.887	7	Sonsos	7,98	98.230
8	Maira	3,09	252.868	8	Pops	7,88	97.024
9	Calamars	2,80	229.107	9	Escamarlà	5,22	64.327
10	Roger	2,46	201.534	10	Rap	4,58	56.375
	TOTAL	100,00	8.191.804		100,00	1.231.137	

Com es pot comprovar, la captura de gamba vermella (*Aristeus antennatus*), reporta al sector gairebé el 40% del total d'ingressos. Aquest recurs ha estat objecte de diverses campanyes de promoció i avui està regulada a través d'un segell de garantia i auditories de qualitat. Però també s'estableix una forta dependència, el que provoca que durant els episodis d'escassetat – provocats pel fenomen de les cascades submarines – es generin greus problemes de rendibilitat del sector i conflictes entre flotes.

Avui el sector pesquer s'enfronta a una sèrie de reptes econòmics i d'organització que comprometen el futur de l'activitat. Entre els més importants es troben l'exhauriment dels recursos i la contaminació marina, l'augment dels costos d'explotació derivats de l'encariment dels combustibles, l'estabilització del preu del peix en origen i la incapacitat d'articular mecanismes alternatius de comercialització més profitosos pels pescadors.

Darrerament s'ha apostat per potenciar el vessant cultural i patrimonial de l'activitat com a estratègia de valoració del producte. Institucions com el Museu de la Pesca, la Càtedra d'Estudis Marítims o Documare: Centre de Documentació de la Pesca i el Mar, treballen per recuperar i posar en valor el sector pesquer a través de l'estudi i la difusió de la seva història, costums i tradicions. En aquesta estratègia el producte peix i el seu consum han de jugar un paper fonamental a través de la futura obertura de l'Espai del Peix, equipament cultural d'interpretació del món pesquer local, aula gastronòmica i taller de degustació.

4. Anàlisi dels establiments

El projecte ha analitzat 74 establiments dedicats a la gastronomia marinera, peix i marisc, 39 dels quals són objectiu d'un anàlisi més exhaustiva. En aquest apartat s'analitzen variables com la localització, projecte i trajectòria empresarial, estructura de preus, promoció i màrqueting i associacionisme.

4.1. Informe sobre l'estat de la restauració al Baix Empordà, 1999

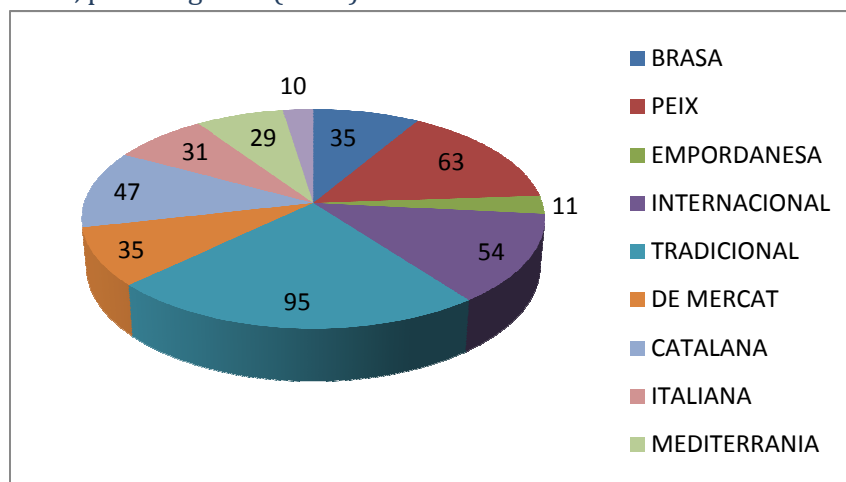
L'informe elaborat per la *Cuina de l'Empordanet* incorporava una anàlisi de la situació de la restauració a la comarca del Baix Empordà i de les característiques dels establiments. Es van identificar 613 establiments. L'estudi posava l'accent en la concentració de l'oferta restauradora als municipis litorals en detriment del seu rerepaís.

9. Distribució dels restaurants al Baix Empordà, 1999

Interior	200
L'Estartit	75
Pals (Platja)	10
Begur	34
Tamarit	15
Llafranc	23
Calella de Palafrugell	32
Palamós	50
Sant Antoni de Calonge	39
Platja d'Aro	89
Sant Feliu de Guíxols	46

Destacava que, en relació a la tipologia culinària, només el 3% dels establiments deia oferir "cuina empordanesa". Sobre la resta, la deficient categorització de la cuina, segons l'estudi, "comporta que es produeixi una important dispersió pel que fa a la denominació del tipus de cuina que els restaurants ofereixen, i s'acaba confonent al consumidor donant noms diferents a ofertes culinàries molt semblants, atomitzant d'aquesta manera l'oferta i evitant que es crei una marca pròpia."

10. Tipus de cuines, per categories (1999)



Cuina de l'Empordanet, 1999

En termes de preus la majoria es situaven a la gamma mitja, entre les 2.500 i les 4.000 pts. (entre els 15 i els 24€). Per últim, analitzava la temporada d'obertura, indicant que el 38% eren "restaurants de temporada", que només obrien de 4 a 6 mesos a l'any.

Aquestes dades serveixen per comparar l'estat de l'oferta 10 anys després del primer informe.

4.2. Importància de la localització

Des d'un punt de vista de la distribució geogràfica, les poblacions costaneres i especialment la primera línia de mar concentren la majoria d'establiments especialitzats en cuina del peix. El 1999, el 68% de tots els establiments, sense distingir-ne l'especialitat, es situaven a poblacions de costa. Dels 79 restaurants objecte d'aquest estudi, 58 estan situats en poblacions costaneres i 21 en poblacions d'interior, una percentatge molt similar. La seva densitat disminueix en relació a la distància de la costa. Segons el propis restauradors i sobretot els de poblacions d'interior, es manté vigent la lògica de relacionar producte amb territori. La psicologia col·lectiva relaciona peix amb mar – si el pot visualitzar des de la taula és un valor afegit pel consumidor -, igual que relaciona muntanya amb vedella, o Berga amb els bolets. Josep Pla ja ho exemplificava en els seus escrits:

*"La qualitat del peix perd en proporció directa a la distància del seu desplaçament. No es pot tenir una idea precisa del sabor d'un peix si no es menja dins dels límits en què transcorregué la seva vida, (...) El peix agrada certament a la ciutadania que habita l'interior del país, lluny del litoral; als pagesos, naturalment, pel contrast de complement que en l'alimentació representa. (...) Si voleu menjar un bon peix, mengeu-lo vora mar i acabat de pescar. Si us diguéss el contrari us enganyaria."*¹

Els sector veu que la primera línia, amb "vistes al mar", potencia la proposta de peix a la carta i ajuda a definir el tipus de cuina del restaurant. No obstant, en la percepció de l'espai intervenen altres variables.

"Se'ns dubte que no es pot descriure la qualitat d'un peix acabat de pescar amb la imatge idíl·lica de postal de consumir-lo a la vora del mar, però també avui dia la conservació i el transport de les mercaderies ha canviat molt. El nostre subconscient continua relacionant peix fresc amb restaurants de vora mar, i no té perquè ser així."

"L'especialitat en peix del nostre restaurant ve donada perquè és el propi client qui t'especialitza en el producte, segons la demanda. (...) La gent busca menjar peix en les poblacions costaneres. L'entorn és bàsic."

Rosteï

"Si tingués el restaurant davant de mar el tindria més encarat exclusivament al peix, en funció de la demanda; l'entorn de costa ajuda a vendre aquest tipus de producte, tot i que no crec que sigui definitiu."

Pa i Raïm

"Continuem inconscientment pensant que a la costa es menja el millor peix i a la muntanya la millor carn, quan no necessàriament és així..."

¹ Pla, J. "La substància". Dins *El Meu País*. Barcelona: Destino 1997, p. 288-289

“Continua el tòpic de menjar peix a la costa i carn a l’interior. El turista de Barcelona i la gent d’interior ve expressament aquí a menjar el peix de la costa.”.

Xaco

La situació a Palamós ens ajuda perquè la gent ve amb la il·lusió de menjar-se un peix a la planxa... si hi ha un port pesquer i hi ha una flota pesquera, lo més atractiu aquí és això.

La Galera

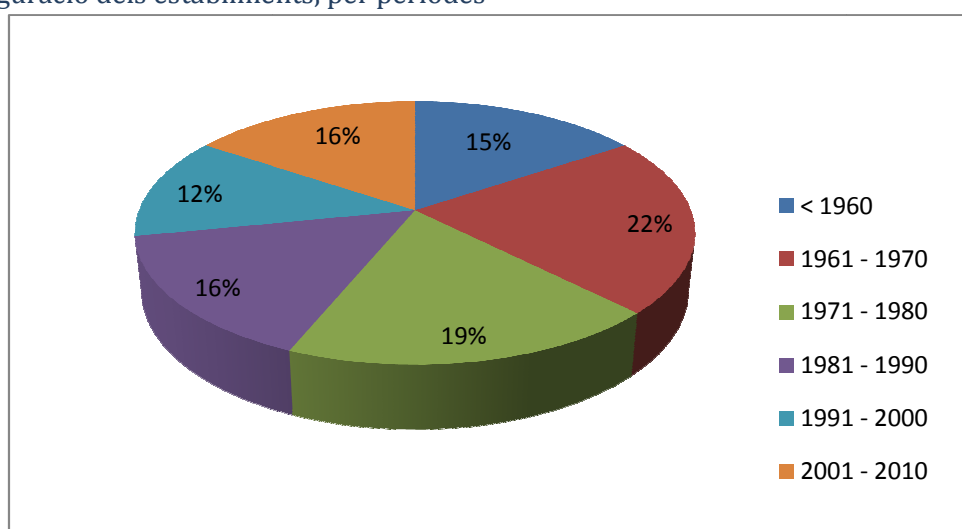
S’ha constatat diferències en els estils culinaris entre restaurants de primera línia i d’interior. Així, a l’interior els cuiners es distancien més clarament de la cuina tradicional marinera i aposten per la innovació. Volen així diferenciar-se de la cuina del peix clàssica i oferir un estil propi que atregui un segment de consumidors diferent a l’habitual de primera línia de mar.

4.3. Trajectòria empresarial

El 63% dels establiments estudiats són restaurants; el 17% són bars-restaurants, 16% hotels-restaurants i només 1% marisqueries. En general, les dimensions dels establiments són més reduïdes que els dedicats a una cuina més genèrica. S’ha calculat una mitjana de 80 comensals per restaurant (66,3 de mitjana a Espanya), si bé s’obre un ventall que abasta des dels locals més petits, de 30 comensals, fins a restaurants amb capacitat per a 200.

Aquesta variable es tradueix en el personal ocupat: 5-7 treballadors per restaurant. A nivell de gerència, sol tenir un marcat caràcter familiar. Sovint cuiner, caps de sala i cambrers pertanyen a un mateix nucli familiar (pares, mares, fills, cosins...). Quant a personal no vinculat familiarment, hom pot distingir entre la temporada alta d’estiu i la resta de l’any. Subjecte a l’estacionalitat de la demanda, aquest augmenta en els mesos de bon temps en 3-4 treballadors. Els mes grans restaurants poden ocupar fins a 50 empleats.

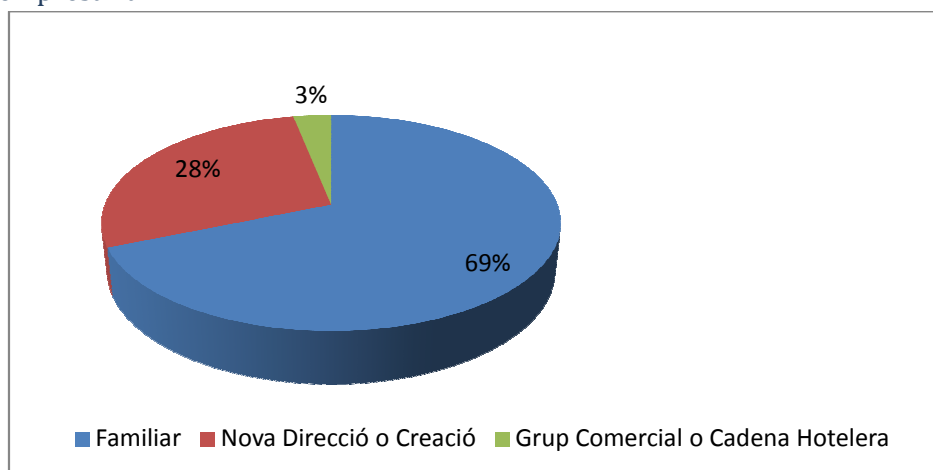
11. Inauguració dels establiments, per períodes



En general, es tracta d’una oferta madura i consolidada, molt vinculada al territori i a la seva història. Dels 32 establiments, el 15% tenen 50 anys o més. Els més antics de tots són l’Hotel Restaurant Tamariu, de Tamariu

(1930) i el Maria de Cadaqués, de Palamós (1936). S'observa una obertura progressiva d'establiments durant el període del boom turístic de la Costa Brava, entre els anys 60 i 80, que sumen el 41% del total. Entre 1981 i el 2000 la tendència es frena. Només el 16% dels establiments tenen menys de 10 anys. Cal subratllar que el 77% dels establiments no disposa d'un accés condicionat per a minusvàlids, i que el 30% disposa d'una terrassa.

12. Perfil empresarial



La majoria tenen un perfil familiar o de gerència independent. Molts pocs pertanyen a grups, cadenes o franquícies. Dels 32 establiments visitats, un 69% mantenen una trajectòria familiar. En alguns casos estan regentats per la 4ª generació de la mateixa família. El 28% són de nova direcció o nova creació (tot i que també alguns d'aquests ja tenen a punt el relleu generacional) i només el 3% pertanyen a algun grup comercial o cadena hotelera i de restauració.

4.4. Estructura de preus

S'ha preguntat el preu mig de carta dels restaurants i el preu del menú. De mitjana es situen entre els 42 € el cobert si es demana carta (beure inclòs) i quelcom més barat si s'escull el menú. Molts ofereixen un menú degustació a preus superiors a la mitjana de la carta, entre els 55 i els 60€, en els que es combinen productes d'alta qualitat (gambes, llongs, escamarlans...) amb acompanyament i vins.

La majoria de restauradors assenyalen el preu com una de les principals variables que té en compte el consumidor a l'hora d'escollir el restaurant i fins i tot el plat. Darrerament la crisi econòmica ha fet variar el comportament del client vers una actitud més cauta i comparativa entre els diferents restaurants, i una reducció del consum d'espècies de preu més elevat. La majoria coincideixen en que no poden oferir peix que té un preu d'origen a llotja molt elevat perquè no tindria sortida, i que això condiona substancialment les espècies que s'inclouen a la carta i als menús. En general, apunten que menjar peix "és car" en relació a altres tipus de cuina de la zona perquè el producte és de qualitat i té un cost en origen també elevat.

"La gent que menja peix ja sap que se'n va a un pressupost més elevat que no pas aquell que menja un pica-pica i després un arròs; aquest és potser el client que ve més als migdies i el de peix més a les nits."

Xaco

“Selecciono les espècies segons el preu que tenen, per exemple avui m’ha entrat un caproig a 32 € el kg. A l’estiu és una espècie que no compro, perquè no em dona la gana de pagar el mateix peix a 45 € el kg., a quin preu l’haig de vendre jo després? No em surt rentable.”.

El Racó de Torre Valentina

“El client que no coneix la casa, actualment dóna moltes voltes i s’informa del producte i preus que ofereixen tots els restaurants abans d’entrar.”

Guillermo

4.5. Promoció i publicitat

Les plataformes digitals són una de les principals eines de comunicació i marketing de tots els establiments. Dos de cada tres tenen una web amb informació bàsica de la cuina, localització, contacte, imatges, etc. En alguns casos també s’hi pengen la carta i els preus. No s’han detectat perfils de restaurants en xarxes socials com Facebook o Twitter.

La majoria, en canvi, no inverteix en publicitat “tradicional” (premsa, ràdio i televisió), perquè és una promoció cara i de rendiments escassos. Pel mateix motiu, el sector tampoc és partidari de figurar a les guies de restauració, principalment en les que s’ha de pagar per aparèixer, ja que les consideren poc imparcials ni serioses. Aquest fet pot significar un pas enrere en el mercat global a causa de la menor projecció dels restaurants de la zona sobre el turisme estranger.

En canvi, un segment a l’alça són els directors especialitzats del domini internet, molts dels quals, a través de l’aportació dels propis clients i des d’una òptica comparativa (2.0), ofereixen informació de l’establiment que la web del restaurant no inclou, com són preus mitjos, capacitat de sala, valoracions dels usuaris, comentaris, etc.

Una estratègia de comunicació i màrqueting a l’alça és la vinculada als dispositius mòbils (webs adaptades a mòbils, SMS, localització GPS), que permeten una interacció molt més directa, instantània, amb el potencial client que cerca un restaurant per la zona on es mou o visita. Malgrat això, un percentatge reduït de restaurants tenen plantejades aquestes plataformes en la seva estratègia per donar-se a conèixer.

4.6. Associacionisme

La gran majoria dels restaurants entrevistats formen part de l’*Associació Costa Brava Centre*. La *Unió d’Empresaris d’Hostaleria i Turisme de la Costa Brava Centre* es va crear l’any 2002 resultat de la fusió pràctica de les associacions d’hotels, de restaurants i de bars de la comarca del Baix Empordà nascudes entre els anys 1977 al 1979. Es tracta d’una entitat gremial sense ànim de lucre, que treballa per a la defensa dels interessos de les empreses del sector de l’hostaleria i en el camp de la formació dels professionals. En l’actualitat agrupa a més de 450 empreses del sector de l’hostaleria i el turisme, majoritàriament de la comarca del Baix Empordà. L’associació actua, principalment, en els àmbits de promoció col·lectiva i gestió de diversos serveis (jurídics, comercials,..) dels restauradors i establiments associats.

Altres associacions privades engloben diversos restaurants amb finalitats culinàries, logístiques i de promoció. L’*Associació Plat Blau* (Restaurants de la Badia de Palamós i Calonge – Sant Antoni), es defineix com un segell de qualitat i servei i té per objectiu impulsar i promocionar totes les campanyes gastronòmiques de la zona. Per la seva banda, La *Cuina de l’Empordanet*, segons es defineix, té per objectiu

“promocionar la qualitat gastronòmica del territori entre el públic consumidor, el sector periodístic i també entre els turoperadors internacionals, i identificar l’Empordà com una destinació gastronòmica de primera magnitud”. Duu a terme campanyes i actes promocionals a Catalunya, Espanya, Europa i a altres regions del món.



Actes promocionals de les associacions de restauradors del Baix Empordà: Acció gastronòmica a Toronto i Nova York (2007) i promoció de la cuina de la gamba (2010)

5. Anàlisi dels estils culinaris

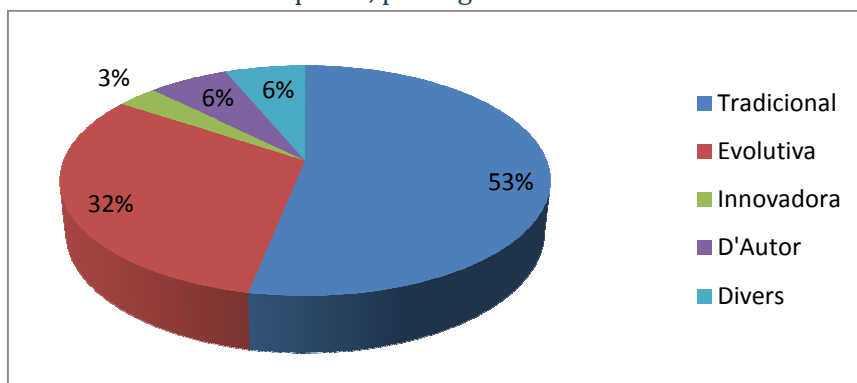
5.1. Línia culinària dels restaurants

Per estil culinari entenem la conjugació de productes, receptes, coccions i presentacions que configuren un marc de treball i consum. Els diferents estils culinaris no es defineixen amb termes precisos ni aproximacions científiques. Per Jaume Fàbrega, quan un restaurant s'identifica amb un determinat estil culinari, "*intenta donar pistes al client.*" (Fàbrega, 2007). No hi ha un concepte únic per definir la cuina que empra el peix i el marisc com a ingredient principal del seu receptari. A Catalunya, generalment s'inclou dins de la més genèrica "cuina catalana tradicional", malgrat que no sempre ho sigui. En les obres i guies de referències s'utilitzen principalment els termes "cuina marinera" i "cuina de peix i marisc".

A partir de la informació proporcionada pels restaurants s'han identificat 5 línies culinàries amb entitat pròpia en el marc de la gastronomia marinera:

1. **Tradicional o Clàssica:** cuina que conserva íntegrament els ingredients i la metodologia culinària transmesa generacionalment, pròpia del territori. Tindria els seus orígens en l'antiga cuina dels pescadors, el "ranxo" a bord de la barca.
2. **Evolutiva:** Transformació i actualització de les receptes tradicionals amb la introducció de noves tècniques culinàries (preparacions, coccions, presentacions...) que ajuden a millorar els plats i potenciar-ne els seus gustos, sabors i textures, però mantenint l'essència principal del producte i del plat.
3. **Mercat:** Utilitza només productes frescs de temporada, sense seleccionar els aliments segons la seva tipologia: carn, peix, verdures, bolets o fruites, vinculats al moment de l'any en que s'han de consumir. La cuina de mercat tracta i elabora el producte per tal que conservi el major nombre de propietats naturals.
4. **Innovadora o creativa:** Cerca l'espectacle i la teatralitat gastronòmica, despertant noves sensacions al consumidor. Aplica tecnologia avançada i utilitza tècniques culinàries modernes per transformar i combinar certs productes, dotant els plats de noves formes, aromes, textures i gustos.
5. **Autor:** És l'elevació de la gastronomia al més alt nivell artístic i creatiu. És una línia culinària on el xef és el creador de plats i receptes personals que busquen constantment l'originalitat i l'autenticitat marcant un estil propi o re interpretant una cuina ja existent, fusionant receptes i ingredients. La cuina d'autor, no està lligada a cap línia culinària concreta si no a un estil determinat de creació, que pot incloure Innovació, Evolució i Tradició.

13. Tendències culinàries al Baix Empordà, per segments



La cuina de mercat és present en la majoria de restaurants de la comarca, sigui la línia culinària de l'estil que sigui, ja que tots utilitzen productes de temporada en les seves cartes i n'ofereixen alguns plats com a suggeriments o plats del dia en les diferents èpoques de l'any.

Dels 32 restaurants entrevistats un 53% està especialitzat en cuina tradicional i/o tradicional marinera; un 32% en cuina evolutiva, actualitzant el receptari i les tècniques culinàries sobre la base de les receptes tradicionals; només un 3% és defineix exclusivament com a cuina innovadora o creativa i un 6 % es defineix com a cuina d'autor. Els restaurants restants (un 6 %) combinen i ofereixen als seus clients diversos estils de cuina: tradicional i evolutiva, evolutiva i innovadora o tradicional i innovadora.

Així, la gastronomia marinera del Baix Empordà es defineix principalment com a tradicional, o que té les seves arrels en la tradició. A partir d'aquest substrat s'adapten els ingredients, les tècniques i les coccions a un gust més actual, es modernitzen els noms comercials dels plats, es fan presentacions més o menys arriscades, però intenta mantenir "l'essència" de la tradició. El concepte de "tradició" és, en aquest sentit, un dels principals reclams de molts restaurants. Per això utilitzen termes com "pescadors" o "mar" en el nom de l'establiment.

La cuina del peix s'ha ampliat molt. Antigament es feien poques varietats culinàries (suquet amb patates, al forn, a la planxa,..), i avui dia amb el peix es fa més de tot. Es proven moltes més coses i de maneres molt més diverses."

Tragamar

"El nostre estil de cuina és el tradicional, planxa i suquets, i les receptes que utilitzem són les que hem après de la meva mare, de la família. El peix en sí només té all, tomàquet, ceba i julivert, i espècies com pebre, sal i llorer,.. no té cap secret."

Xaco

"Nosaltres fem cuina tradicional d'arrel empordanesa adaptada a la innovació. Agafem receptes de tota la vida amb base de cuina tradicional adaptada al plat i al context del peix o marisc que vulguis. Intentem fusionar i reversionar diverses receptes per arribar al punt perfecte que busquem."

Bo.tic

"Les receptes utilitzades són de la cuina tradicional i innovem en quan al respecte a la textura del producte, a la cocció més curta i en la substitució del que és la salsa afegida per el suc que deixa anar el propi producte. Quan innovem utilitzem productes propis del país."

La Taverna del Mar

“Sense la cuina d’abans no es pot fer la cuina d’avui dia. Es tracta d’evolució de la recepta tradicional per refinar aquell plat o aquella cassola i modernitzar-los: es juga amb els aromes, amb els contrastos, ...”

Tamariu

5.2. Origen del receptari: tradició i innovació

Els receptaris són instruments intel·lectuals per recuperar, fixar i transmetre la tradició culinària d’un territori. Segons els propis informants, quasi bé tota la restauració de peix empordanesa prové del receptari tradicional català. Els cuiners apel·len a l’antiga cuina dels pescadors com a origen de la seva proposta gastronòmica. No obstant això, són pocs els restaurants que mantenen intactes aquestes receptes, potser perquè mai, mentre la cuina de bord no va traspasar la frontera dels ponts, les cobertes i les ribelles cap als restaurants, van ser objecte d’una codificació conscient. La majoria afirmen que han evolucionat el receptari tradicional atorgant un segell més personal a la seva cuina. Es troba per exemple varis restaurants que ofereixen suquets de peix als seus clients, però cuinats de diferents maneres i amb ingredients diversos.

“Intento introduir cuina tradicional dels pescadors i receptes antigues familiars adaptant-les a les noves tendències culinàries d’ara”.

La Terrassa dels Pescadors

Nosaltres intentem fer receptes tradicionals amb unes presentacions adequades i unes coccions diferents de les habituals. Antigament les coccions de peix eren molt més llargues que les actuals. (...) Utilitzem un receptari tradicional però evolucionat.”

Pa i Raïm

Les receptes com els Mar i Muntanya, ja són plats que feia la meva mare i recordo el meu avi cuinant els suquets, tot i que eren molt diferents als ranxos de pescadors que es feien a la barca, perquè allà es feien sense patata. Nosaltres hem intentat mantenir-nos en la línia de plats molt tradicionals sense canviar res, no innovem. Innovem potser a l’hora d’introduir algun peix diferent a la carta depenent del que et portin, però pel que fa a la manipulació de l’aliment no ho fem.”

Salines

Les receptes d’herència familiar són molt presents en restaurants de llarga trajectòria, tot i que amb les mateixes diferències puntuals i personals de cada cuiner. Alguns cuiners solen emprar receptes llegades de pares a fills, sovint durant generacions. Per l’elaboració d’aquests plats, s’utilitzen principalment ingredients i matèria primera de la regió, tot i que si no se’n troba o els preus són massa elevats, com acostuma a passar en èpoques d’augment poblacional (temporada turística), es busca en d’altres indrets intentant cercar una semblança qualitativa a un preu raonable, encara que s’hagi de variar-ne les espècies.

“Nosaltres treballem pagre, corball, déntol, rom, galls, i ocasionalment si n’hi ha, orada de costa, tot i que sempre has de defensar la seva procedència. (...) Escollim aquestes espècies principalment per tema de qualitat i pensant en la manera de cuinar-les,... quan vaig a mercat a comprar penso sempre com si hagués de ser per mi (...) les variacions que puguin haver per temporada a carta sempre són en base a mercat.”

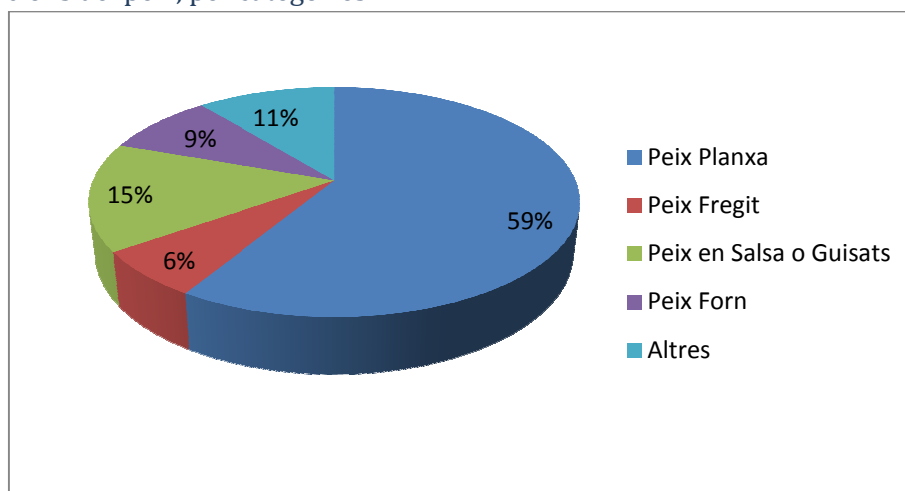
Cau dels Pescadors

Els restaurants que es defineixen més en la línia de cuina innovadora o d'autor, en tant que són una cuina més inquieta i en constant evolució, busquen altres referents, noves tècniques i formes d'aplicació a les seves receptes. Dins d'aquest segment, per exemple, s'inclouria tota l'oferta de peix cru. S'utilitzen productes locals i altres més exòtics, com fruites tropicals o verdures especials, bàsicament per combinar o acompanyar, amb la finalitat de sorprendre al consumidor.

5.3. Elaboració del peix als restaurants

Independentment de l'estil o línia culinària de cada restaurant (tradicional, evolutiva, d'autor...) l'estudi de les elaboracions de peix permet copsar les tendències culinàries actuals.

14. Elaboracions del peix, per categories



Es subratlla el predomini de les referències culinàries basades en cocccions ràpides, senzilles i lleugeres. Un 59 % ofereix majoritàriament peix a la planxa o a la brasa. La major part de cuiners i caps de sala es justifiquen perquè ho consideren més adequat als gustos del client d'avui dia:

“Avui dia ha canviat molt el sistema de menjar de les persones, no es volen plats amb moltes salses ni molt elaborats, ens demanen més el peix cuinat de manera natural, a la planxa,... sense disfressar els sabors. La gent surt més sovint i plats com Sarsueles,... que eren més de festa, actualment no es demanen.”

L'Arcada

“La cuina amb moltes salses i molt elaborades la gent en passa més, es prefereix més la planxa, per exemple, la sarsuela la hem hagut de treure de carta. Es tendeix cada cop més a la cuina natural de planxa, oli i sal”.

Refugi de pescadors

“La gent menja peix als Restaurants perquè són plats més lleugers, més frescs, més digeribles, i els acompanyaments acostumen a ser igualment lleugers com verduretes, cremes...”

Bo.tic

S'ha constatat que la planxa ha guanyat molt mercat a la comarca durant els darrers anys. La comparació amb les cartes dels restaurants dels anys 70-80 revela que fa 30 anys predominaven els plats guisats, amb més salses i amb elaboracions més llargues i treballades (caldos, sofregits, salses..). Aquest canvi de

tendència pot estar motivat pels canvis d'hàbits del client. L'augment d'informació en l'àmbit alimentari, mèdic i el major coneixement sobre els productes consumits implica una major atenció de la dieta diària. A molts restaurants, plats elaborats i alhora tradicionals de la comarca, com la Sarsuela o la Bullabessa, només s'elaboren sota encàrrec previ.

Altres motius que impliquen una reducció de l'elaboració dels plats de peix són:

- L'elevat cost de producció (matèria primera, hores de treball...) dispara el preu final més enllà del preu mig habitual de l'establiment. L'increment de preus en origen dels peixos que s'han utilitzat habitualment en la confecció d'aquests plats (Lluç, Nero, Gambes, Escamarlans, Llagosta).
- L'elaboració és molt ferragosa, llarga i refinada. La progressiva disminució de la mà d'obra a les cuines que es ve donant des dels anys 90 i en diversos casos l'escassa formació dels cuiners i ajudants de cuina fa que en moltes ocasions sigui inviable l'elaboració d'aquests plats.
- La neteja i preparació dels peixos que s'utilitzen produeix molta merma en el producte i si a aquest fet s'hi afegeix una baixa demanda o inferior a la prevista, les pèrdues pels restauradors són considerables.

Cal considerar també que Palamós va ser pioner en l'oferta de peix a la planxa a través del restaurant la Galera.

A partir del buidatge de les referències de les cartes, s'han identificat i agrupat en categories els principals mètodes de cuina del peix:

Planxa, Graella o Saltats: La denominació “a la planxa” prové de la tècnica de cuina que utilitza la distribució de calor sobre els aliments a través de la conductivitat d'una planxa de metall calenta. Aquesta tècnica es distingeix de la “Graella” en que els aliments no toquen el foc i per tant no reben els aromes a fum que allibera el foc. El “saltat” és el mètode utilitzat per cuinar aliments amb petita quantitat de greix en una paella i utilitzant una font de calor relativament alta.

Com dèiem, les referències de planxa són les més habituals entre els restaurants de la regió, fet que indica una progressiva transició cap a una cuina més senzilla i econòmica. Dins aquesta categoria s'ubiquen exemplars de peixos i mariscs sols, amb algun tipus d'acompanyament i assaonats. El peixos es presenten sencers o filetejats: tonyina, llobarro, orada, bacallà, pagell, rap, gall de Sant Pere, turbot i déntol. La major part del marisc també es cuinen a la planxa: gambes, escamarlans, llagosta, llobregant, sípies, calamars, tallarines, escopinyes, espardenyas i cloïsses.

Vam pensar que lo que s'havia de potenciar era que la gent pogués menjar un peix acabat de pescar i menjat de la manera més senzilla: a la planxa. Fer un peix a la planxa vol dir que només li has de posar sal i s'ha acabat, ni patates, ni salses, ni olis ni aditius, ni adornos, ni el que sigui. La gent ha de notar que cada peix té el seu gust: si és un calamar, una sepiona, si és un rom, un pagell, un rap... simplement a la planxa. Una dona guapa amb qualsevol cosa que es posi queda bé, no l'has de disfressar, i el peix és igual.

La Galera

Suquets o Caldosos: el terme “suquet” prové de la salsa típica de sabor intens a base de picada i sofregit utilitzada originàriament pels pescadors en la cuina d'alguns peixos. Per “caldosos” s'entenen aquells plats o cassoles que per la seva composició utilitzen caldo, fumet o salses molt líquides.

S'han identificat 228 receptes diferents, la majoria de les quals formen part de l'eix central del receptari meriner català. Els ingredients d'acompanyament més freqüents són l'arròs en forma d'arròs a la banda, arròs caldós, arròs a la cassola, arròs negre i sobretot paella; i els fideus en forma de fideuàs, fideus rossejats i fideus negres. Entre les presentacions també abunden les calderetes de llagosta o llamàntol, les sarsueles, la sopa de peix i especialment el suquet, amb 26 receptes diferents.

“El senyor Calloll era partidari, no del suquet de peix unilateral o unitari, fet a base d'una sola espècie, sinó del suquet múltiple. Sobre la base del sofregit preconitzava una superposició de pisos de peix. L'ordre, de baix a dalt, solia ser aquest: sofregit a peu pla; entresol, de rascassa, o sia d'escórpora roja; principal, de llobarro; primer pis de déntol; segon pis, de llenguado o de rom, indistintament, però amb una lleugera preferència pel llenguado; tercer pis de corball. Tot això és una mica difícil de realitzar en les actuals circumstàncies presents i cada dia ho serà més; però quan el senyor Callol hi arribava el resultat era literalment sublim.”

Josep Pla

Forn: Cocció del peix a una determinada temperatura dins d'aquests electrodomèstics. Les referències són relativament menors. Aquí s'utilitzen exemplars de grans dimensions, amb acompanyaments lleugers. Tècniques molt emprades són “a la sal” o el gratinat.

Elaborat: S'inclouen les receptes que mitjançant mètodes mecànics o calorífics transformen substancialment la matèria prima de peix. També s'engloben aquelles receptes que requereixen una elevada manipulació.

Dins d'aquesta categoria s'han englobat 146 referències, que conformen un conjunt heterogeni en el que s'usen gran varietat d'espècies sense un denominador comú. Aquí s'inclourien, per exemple, molts elaborats amb bacallà, llenguado o tonyina; canelons i pastissos de peix i marisc, i algunes formes de “mar i muntanya” o la pasta acompanyada de peix o marisc.

Fregit: Tècnica de cocció en la qual l'aliment es submergeix en un recipient ple de greix (oli) a elevada temperatura. L'aliment queda cuit a l'interior amb el propi suc i sec i cruixent a la superfície.

S'han identificat 207 referències. En aquesta categoria s'inclouen sobretot entrants o acompanyaments. Entre els més habituals es troben les coccions “a la romana” i “a l'andalusa” (calamars, calamarsets, lluç...), els bunyols de bacallà, la genèrica friture de peix o peix fregit o reballa, i alguns invents com les croquetes de gamba de Palamós. També és habitual el llenguado a la Meunière, i molt especialment el sonsos fregits, que darrerament han experimentat un renovat interès, probablement la seva abundància i baix preu als mercats.

Marinat o Adobat: És la immersió d'un peix cru en un preparat de forma caldosa que es pot compondre de diversos ingredients, que es destinen principalment a conservar i realçar el gust i sabor de l'aliment.

La maceració amb oli i vinagre és una tècnica de conservació del “peix blau”. Les 157 referències a base d'aquest tipus de peixos es presenten soles o en forma d'amanida. Al Baix Empordà destaca sobretot l'oferta d'anxoves, especialment de l'Escala, a l'amanida, amb escalivada, amb pa amb tomàquet o pa de coca. També s'inclou l'esqueixada de bacallà, el salmó marinat, sardines en escabetx i seitons en vinagre.

Cru: Incloem en aquest grup aquells plats de peixos que es serveixen crus, sense haver passat per cap tècnica de cocció. Es solen però, acompanyar de senzills marinats o de salses exòtiques.

L'elaboració de plats amb peix cru està molt poc estesa a la cuina baix empordanesa. Destaquen només els carpaccios de bacallà, salmó i tonyina, principalment, així com les ostres, que també es mengen crues.

Bullit / Vapor: Mètode de cocció que utilitza únicament amb aigua o vapor d'aigua. Els aliments cuinats al vapor perden menys nutrients que els bullits.

Al vapor s'ofereix sobretot marisc: musclos, principalment, a més de bou, cabra i cargol de mar, escopinyes i percebes.

Fred: Inclou plats que no es poden vincular a una sola tècnica culinària i que habitualment formen part dels primers plats o entrants freds, com les amanides o els carpaccios.

Els carpaccios han proliferat darrerament a moltes cartes per la facilitat de la seva preparació. Són plats freds preparats amb filets de peix tallats molt fins, crus, amanit amb oli d'oliva, suc de llimona i altres ingredients. Els peixos més comuns són el bacallà, el salmó i la tonyina.

5.4. Presentació dels plats

En el marc d'una tendència culinària que juga amb els cinc sentits del consumidor, la disposició i presentació final dels plats és important. Aquesta actitud, impulsada en origen pel segment de cuina més innovadora, s'ha estès considerablement. Actualment tots els restaurants objecte d'aquest informe, tant els més tradicionals com els de cuina més moderna, reconeixen que cuiden les presentacions dels plats molt més que abans: la disposició dels aliments, els acompanyaments, tocs de colors amb ingredients inusuals, la forma i el color de la vaixel·la escollida... A ulls del client el menjar ha de ser més atractiu i apetitós. Es podria dir que es tendeix cap a una cuina més estètica, on en ocasions es prioritza més la imatge, la primera impressió, que el contingut del plat.

“La presentació dels plats és molt important avui dia, perquè els clients s'han tornat molt més exigents i la primera imatge del plat és molt important. El client menja per la vista. Ha evolucionat molt la cuina en aquest sentit. Tot i això si la presentació és molt maca, però la qualitat del peix no és l'adequada, el client no és tonto, i ja t'ho diuen.”

Tragamar

“La gent avui dia menja molt mirant les presentacions dels plats, la gent s'ha tornat més gourmet en aquest sentit; encara que es mengin uns gatets, has de fer una bona presentació i fins i tot afegir productes que donin vistositat al plat. Tots mengem una mica més per la vista.”

Petit Bar

En la mateixa línia, els acompanyaments es tenen més en compte i són més elaborats, tal i com succeeix des de fa anys en d'altres països. Això també ve propiciat per la senzillesa amb la que es cuina el peix en els darrers anys: una gran majoria d'aquest es prepara a la planxa o al forn, i això fa que sigui necessari “vestir-lo” en major mesura.

“Entenc que les presentacions de plats no es poden considerar com innovacions en la cuina actual: Són diferents interpretacions que es fan dels plats tradicionals. La cuina no és un fet exacte de laboratori si no que hi conflueixen gustos, olors i sensibilitats diferents que la fan molt personal allà on es prepara.”.

El Celler de la Planassa

Per últim cal indicar que les diferències culturals entre els nacionals i estrangers es traslladen també a les presentacions i a la manera com se serveix el peix. A molts països del nord tenen costums gastronòmiques a les que sovint el restaurant s’ha d’adaptar.

“Nosaltres treballem amb el peix net i filetejat. A la gent, però sobretot encara més al client estranger, els agrada molt servit d’aquesta manera. No els agrada que els portis els caps del peix a la taula o inclòs les gambes sense pelar, fet que no entenc, però suposo que deu ser un tema cultural. Tot i això potser el client d’aquí agrairia més que l’hi portessis el peix sencer, perquè és al que estan habituats, encara que això els representi més feina alhora de menjar-lo.”.

Tragamar

6. Identificació i anàlisi de les espècies

L'estudi de la Cuina de l'Empordanet de 1999 posava de manifest la diversitat i qualitat dels productes originaris de la comarca.

“Això permet configurar una cuina pròpia amb gran varietat de gusts, olors i textures, amb un producte sempre fresc, sense transports que els puguin malmetre, no cal cercar res a fora, prescindir dels productes forans, molt poc presents a la nostra cuina si exceptuem el bacallà. Cereals, arròs, hortalisses, fruiters, vinya, olivera; boví, porquí, oví, cabrum, llet, formatges, recuits; peix de roca, peix blau, marisc, llongos, angules, proporcionen tota la varietat que una cuina pugui desitjar. Produccions reduïdes, explotacions familiars en la majoria dels casos, que proporcionen uns productes de gran qualitat.”

En relació al peix, quasi tots els cuiners encara coincideixen a dir que és un dels millors del món:

El peix que s'agafa en aquesta costa és el millor de tot el món. Un lluç que s'agafa amb palangre aquí no té res a envejar al lluç del nord. A l'hora de comprar-lo has de mirar que sigui uniforme, que faci poc rato que s'ha pescat, i aquell lluç el fas obert a la planxa i no té res a envejar a cap lluç del món. Allà tel faran al pil-pil, a la salsa verda, però a la planxa és sensacional.

La Galera

Un dels objectius del present projecte és identificar i analitzar la presència i ús de les espècies marines que configuren l'oferta restauradora. Per aconseguir-ho s'ha fet un buidatge exhaustiu de les cartes de 74 restaurants i s'han aïllat les espècies presents a cada una de les referències. En total s'han identificat 65 espècies, entre peix i marisc, si bé amb una mateixa espècie es pot confeccionar més d'un producte aplicable a la cuina.

15. Productes pesquers identificats

Nom comú	Nom científic	Nom comú	Nom científic	Nom comú	Nom científic
Anèmona	<i>Anemonia viridis</i>	Galera	<i>Squilla mantis</i>	Pelaia	<i>Citharus linguatula</i>
Angula i anguila	<i>Anguilla anguilla</i>	Gall o Peix de Sant Pere	<i>Zeus faber</i>	Pellerida	
Anxova	<i>Engraulis encrasicolus</i>	Gamba	<i>Aristeus antennatus</i>	Percebe	<i>Pollicipes pollicipes</i>
Bacallà	<i>Gadus morrhua</i>	Garoina	<i>Paracentrotus lividus</i>	Pop	<i>Octopus vulgaris</i>
Besug	<i>Pagellus acarne</i>	Gat	<i>Scyllorhinus canicula</i>	Rap	<i>Lophius sp.</i>
Bonítol	<i>Sarda sarda</i>	Llagosta	<i>Palinurus elephas</i>	Rascassa	<i>Scorpaena porcus</i>
Bou de Mar	<i>Cancer pagurus</i>	Llagostí	<i>Melicertus kerathurus</i>	Rèmol o turbot	<i>Psetta maxima maxima</i>
Cabra de Mar	<i>Maja squinado</i>	Llenguado	<i>Solea vulgaris</i>	Roger	<i>Mullus surmuletus</i>
Calamar	<i>Loligo vulgaris</i>	Llobarro	<i>Dicentrarchus labrax</i>	Rom	<i>Scophthalmus rhombus</i>
Cap Roig	<i>Scorpaena scrofa</i>	Llobregant	<i>Homarus gammarus</i>	Sabre	<i>Lepidopus caudatus</i>
Cargol de Mar	<i>Murex brandaris</i>	Lluç	<i>Merluccius merluccius</i>	Salmó	<i>Salmo salar</i>
		Lluerna	<i>Trigla lucerna</i>	Sardina	<i>Sardina pilchardus</i>
Cloïssa	<i>Ruditapes philippinarum</i>	Musclo	<i>Mytilus galloprovincialis</i>	Sarg Imperial	<i>Diplodus cervinus cervinus</i>
Congre	<i>Conger conger</i>	Navalla	<i>Ensis arcuatus</i>	Sípia	<i>Sepia officinalis</i>
Corball	<i>Sciaena umbra</i>	Nècora	<i>Necora puber</i>	Sonso	<i>Gymnammodytes cicereus</i>
Cranc Reial	<i>Calappa granulata</i>	Nero	<i>Epinephelus marginatus</i>	Tellerina	<i>Donax trunculus</i>
Dàtil de Mar	<i>Lithophaga lithophaga</i>	Orada	<i>Sparus aurata</i>	Tonyina	<i>Thunnus thynnus</i>
Déntol	<i>Dentex dentex</i>	Ostra	<i>Ostrea edulis</i>	Verat	<i>Scomber scombrus</i>
Escamarlà	<i>Nephrops norvegicus</i>	Pagell	<i>Pagellus erythrinus</i>	Vieira	<i>Pecten maximus</i>
Escopinya	<i>Cerastoderma glaucum</i>	Pagre	<i>Pagrus pagrus</i>	Xanguet	<i>Aphia minuta</i>
Escòrpora	<i>Scorpaena sp.</i>	Penegal	<i>Helicolenus dactylopterus</i>		
Espardenya (Llongo)	<i>Stichopus regalis</i>	Peix Espasa	<i>Xiphias gladius</i>		

En la categorització dels diferents productes del mar que s'ofereix s'ha utilitzat una classificació estàndard segons el seu hàbitat i propietats organolèptiques: peix blanc, que inclou peix pla, peix de roca i el peix d'escata; peix blau i el marisc.

6.1. Peix

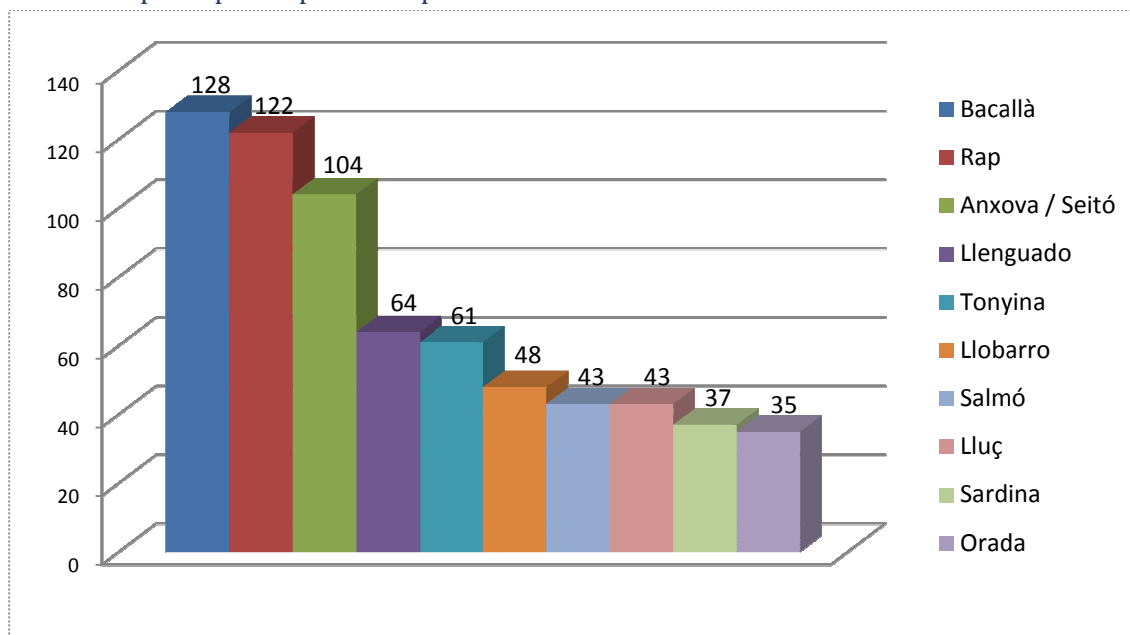
Per peix s'entén qualsevol animal vertebrat o invertebrat que viu exclusivament a l'aigua. Hom distingeix diferents tipologies de peixos segons la seves característiques morfològiques, etològiques, organolèptiques o nutricionals. En aquest sentit, s'han identificat les diferents categories i subcategories:

Peix blanc: Comportament bentònic, carn de color blanquinós, poc consistent, baixa quantitat de greixos (<5%) i un gust suau i delicat. Dins d'aquesta categoria s'ubiquen els **peixos plans**, com el llenguado, el turbot, el rom,... el **peixos d'escata**, anomenats així pels pescadors i transmès a la restauració de diverses poblacions costaneres principalment, com el sarg, l'orada, el déntol,... i el **peix de roca**, de carn més dura i ideal per suquets i brous, com el cap-roig, la lluernia, l'aranya,...

Peix blau: Comportament pelàgic. Es caracteritza pel seu alt contingut en greixos (>5%): sardina, seitó, tonyina, verats, peix espasa, castanyoles...

S'han analitzat la freqüència i el preu de les espècies de peix identificades en l'oferta restauradora, i s'han analitzat les variables que indueixen al seu consum.

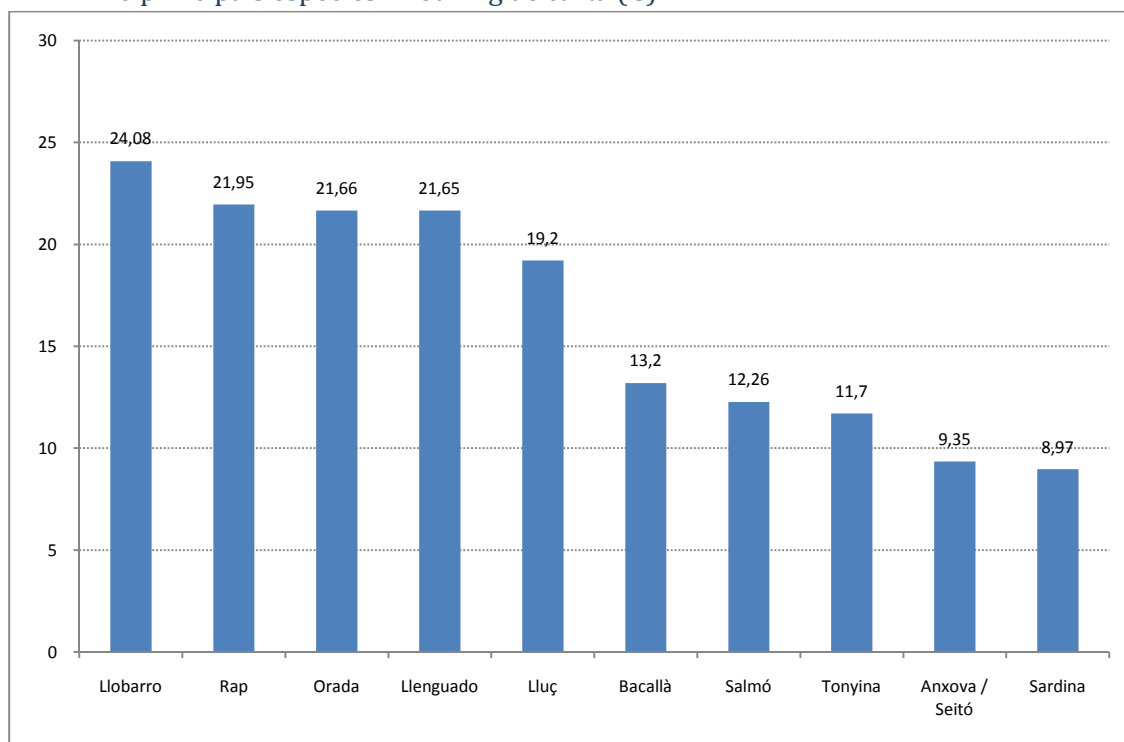
16. 10 principals espècies de peix. Referències totals



Com s'observa a la gràfica 12, les tres espècies més ofertades per número de referències són el bacallà, el rap i l'anxova. En menor mesura s'ofereix llenguado i tonyina i per últim en proporcions molt similars llobarro, salmó, lluç, sardina i orada. Per sota d'aquest rang principal es trobarien el turbot, gall o peix de Sant Pere, el déntol o el cap-roig.

El bacallà és un peix d'importació, el consum del qual, però, té una llarga tradició a la Península Ibèrica i a Catalunya en particular. Receptaris del segle XVII i XVIII ja l'inclouen com un producte imprescindible en la cuina del peix catalana. La resta de peixos són capturats habitualment per les flotes de Palamós i Sant Feliu de Guíxols. Malgrat això, com veurem, sovint són productes també d'importació. La seva procedència i frescor determinen en última instància el seu preu a carta.

17. 10 principals espècies. Preu mig de carta (€)



Pel que fa als preus de venda al públic en un plat de restaurant, encapçala aquest rànquing, de més car a més barat, el llobarro, seguit del rap, l'orada, el llenguado, el bacallà, el salmó i els tres peixos blaus la tonyina, l'anxova o seitó i la sardina. Val a dir que s'han relacionat només els preus especificats a les cartes, perquè el preu d'algunes altres espècies està subjecte a les condicions del mercat – normalment especificat com s/m -, canviant d'un dia per l'altre.

Observant els gràfics i aquests resultats, s'apunten les següents idees:

- Les espècies són a bastament conegudes pel consumidor, freqüents a les llars i en altres contextos de consum extradomèstics.
- Les cinc espècies més ofertades responen a un criteri pràctic de consum: absència d'espines, facilitat de neteja i preparació a les cuines, ingesta agradable per a tots els públics. Són peixos que es serveixen habitualment sense les espines o pràcticament nets.
- L'elecció de les espècies principals no respon necessàriament a un criteri de preus baixos. El rap és molt consumit però és també el més car de la relació, després del llobarro.
- Els restauradors tenen un assortiment regular d'aquestes espècies al llarg de tot l'any a preus força lineals i estables, fet que els ajuda a mantenir l'oferta de carta del seu establiment. No estan subjectes a les fluctuacions de la captura, els preus de la llotja i el mercat.

Algunes de les opinions dels restauradors conflueixen en aquest punt:

“Les espècies que treballem a la carta les tenim perquè són valors segurs quant a sortida cares a client. A la carta setmanal utilitzo també el salmó i la tonyina. Són peixos que són més estàtics en el preu i n’hi ha sempre durant tot l’any, tot i que darrerament de Tonyina no n’hi ha sempre. Sempre treballem les mateixes espècies al llarg de l’any i amb el que tenim juguem bastant.”

Tragamar

“Treballem amb llenguado, orada, llobarro, cap-roig,... fresc i d’aquí (...) Tenim aquestes espècies per la facilitat alhora de cuinar-les i perquè sempre disposem de matèria primera, si un dia no tenim d’una classe en podem oferir d’alguna altra, com passa en les temporades que no hi ha llenguados, per exemple”

Club Nàutic Costa Brava

“Treballem molt amb lluç i rap, i d’escata llobarro i orada. Treballem molt amb el lluç i el rap perquè tenen una regularitat en el mercat, sempre en trobes i s’ajusten a una línia de preu. Jo personalment utilitzo el lluç del Cantàbric, per textura i sabor, i considero que és molt millor que el d’aquí.”

Pa i Raïm

Algunes espècies tenen molt poca sortida, bé perquè no són conegudes i el client no les demana, bé perquè no se’n troba al llarg de tot l’any o perquè d’origen són molt cares.

“Intentem sempre comprar i tenir a carta els peixos que la gent més coneix, perquè les altres espècies moltes vegades no tenen sortida i ens els hem d’acabar menjant nosaltres.

La Salinera

“A carta sempre tenim les espècies més conegudes per assegurar-nos la sortida del producte. Quan he intentat vendre al client alguna altra cosa que no coneix tant, no ho acaba agafant...”

Guillermo

“A la carta ens limitem bastant a incloure les espècies conegudes pel gran públic per assegurar-ne la seva sortida, però tot i això en moltes ocasions comprem alguna coseta diferent en menor quantitat que ja venem igualment, com aquesta setmana passada que vam fer congre amb pèsols.”

El Suquet

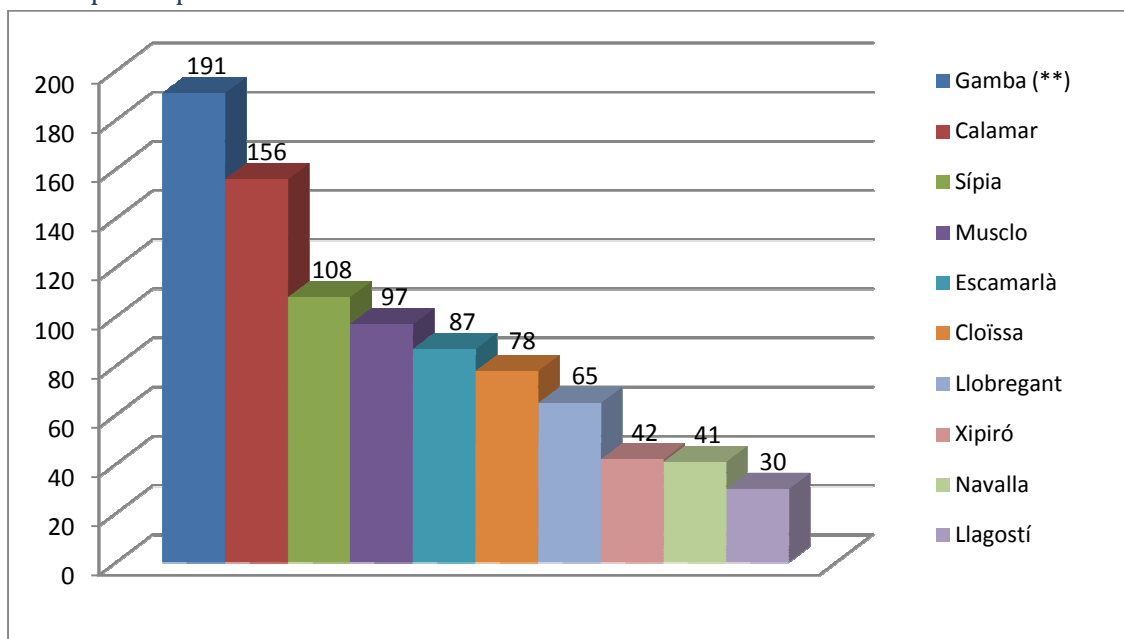
“...el cap-roig no el puc tenir a carta ja que té molta merma i encareix molt el producte final al client; únicament el cuinem si és per encàrrec, tot i que ja s’avisa al client del seu alt cost”

Xivarri

6.2. Marisc

Marisc no és un concepte científic, sinó gastronòmic. S’entén *“qualsevol animal marí invertebrat proveït d’exoesquelet”*. Aquesta categoria inclou espècies de mol·luscs, crustacis i cefal·lòpodes, i conforma l’altre subgrup d’espècies de la cuina marinera. Per Jaume Fàbrega el marisc admet un ampli ventall culinari i tota mena de coccions: a la graella, bullit, al vapor, fregit, guisat o al forn. Els seus valors nutritius són similars als del peix.

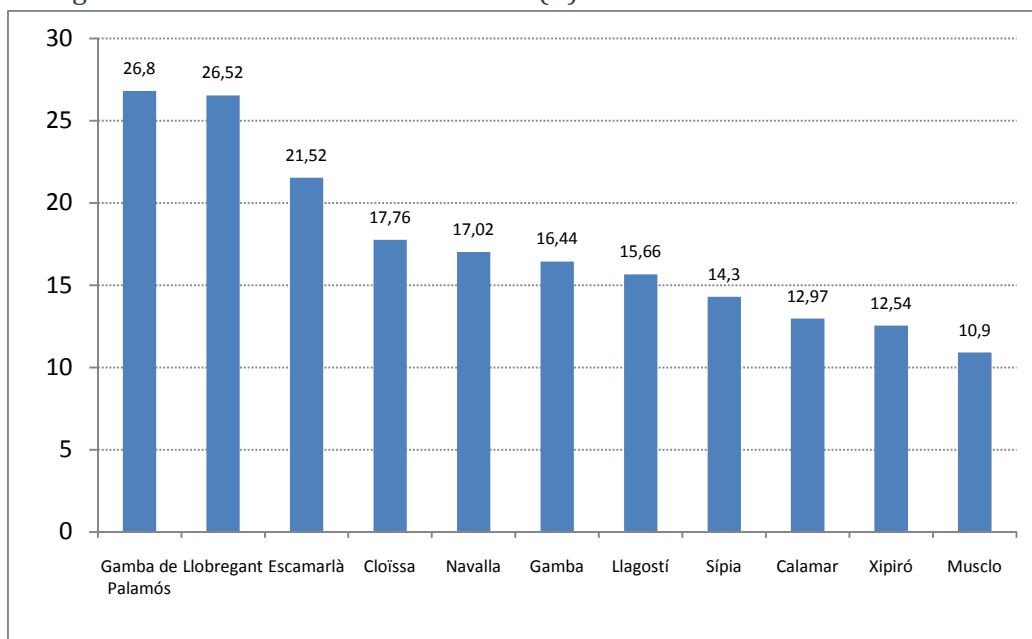
18. Principals espècies de marisc



(**) El concepte “gamba” inclou totes les referències de plats amb gamba i gamba de Palamós.

Les principals són la gamba el calamar, la sípia, el musclo, l’escamarlà, la cloïssa, el llobregant, el calamaret, la navalla i el llagostí. Segueixen la llista, en aquest ordre, l’escopinya, el cargol de mar i la llagosta, i en menor mesura, trobem espècies com la vieira, la garoina, l’ostra o les tellerines. Només s’han comptabilitzat quan esdevenen plat o ració principal. En realitat, el número de referències de gamba, calamar, sípia, musclo o escamarlà és més elevat, degut a que moltes d’aquestes espècies s’utilitzen en l’elaboració de les diverses varietats d’arrossos i cassoles de peix que en moltes ocasions no s’especifica per escrit en les cartes com a ingredient d’aquell plat, tot i que en formi part.

19. Preu mig de les referències de marisc a carta (€)



Al Baix Empordà encapçala la llista de preus la gamba de Palamós, seguida del llobregant, l'escamarlà, la cloïssa, la navalla, la gamba sense origen específic, el llagostí, la sípia, el calamar, el calamaret (o xipiró) i el musclo. Una espècie poc present a l'oferta però amb un alt preu és el llongo o espardenya, referències que solen pagar-se entorn al 79-90€ el plat. Les garoines són un altre espècie que s'està revaloritzant al mercat baix empordanès. Són molt de temporada i tenen un preu elevat.

Observant els gràfics, podem observar que:

- La gamba i el calamar, les dues primeres espècies del rànquing, i molt diferenciades de la resta, són productes reconeguts a la regió i són considerats uns clàssics en el receptari popular de la cuina baixempordanesa.
- La diferència de preus en el cas de la gamba és molt acusada en el moment en que s'especifica la seva procedència.
- La tria i consum de marisc per part del client no respon necessàriament a un criteri de preus baixos ni uniformes (gamba, a 26,80€ i a 16,44€ de mitjana segons la seva procedència i calamar a 12,97€).
- Actualment els restauradors poden disposar del producte al llarg de tot l'any (fresc o congelat i en diverses espècies de cultiu) d'una forma regular i amb preus força estables i lineals, fet que els ajuda a mantenir l'oferta de carta del seu establiment.
- Observant el cas del calamaret es pot deduir que la majoria d'establiments no ofereix el calamaret fresc i autòcton a les seves cartes.

"Peix i Marisc, però sobretot marisc, s'associa amb diner i a una categoria social alta. Quan es vol celebrar algun fet important o alguna data assenyalada, sempre es tendeix a fer-ho amb una bona mariscada, com a fet excepcional".

La Taverna del Mar

"Hi ha moltes classes de marisc que, personalment, no en pagaria el preu que val i en canvi, altres que són molt més econòmiques, els pagaria a preu d'or per la seva qualitat i sabor intens, com el musclo de roca, per exemple".

Bo.tic

7. Elaboracions de les principals espècies

7.1. Els plats de la la “Cuina Empordanesa”

Un dels objectius de l'estudi elaborat per la *Cuina de l'Empordanet* era descriure i categoritzar una cuina típicament “empordanesa” amb la que poder diferenciar i singularitzar l'oferta comarcal. Per això es proposaven un seguit de plats “típicament empordanesos” que “qualsevol restaurant que pretén oferir cuina empordanesa ha d'incloure a la seva carta”, una tria feta a partir d'un buidatge bibliogràfic i “el criteri de diferents cuiners consultats.” El resultats de la tria van ser:

Entremesos

Anxoves de l'Escala amb pa amb tomata.
Torrada amb arengada

Sopes

Escudella i carn d'olla.
Sopa de caldo.
Sopa de farigola.
Sopa de peix.

Verdures

Bolets a la brasa.
Pèsols i faves ofegades.
Trinxat de col i patata amb cansalada.

Arrossos

Arròs a la Cassola.
Arròs de bacallà
Arròs de colomí
Arròs negre.

Pasta

Canelons.
Fideus a la Cassola.

Peixos

“Sarsuela” de peix.
Congre amb pèsols.
Espardenyes amb tomata i all i julivert
Olla de peix.
Popets amb ceba
Sèpia amb pèsols.
Suquet d'anguiles
Suquet de peix.
Suquet de sardines.

Bacallà

Bacallà amb panses i ou dur.
Bacallà amb samfaina.

Mar i Muntanya

Cabra amb cargols.
Calamars farcits.
Gambes amb salsitxes.
Llagosta amb cargols.

Llagosta amb pollastre.
Niu.
Pollastre amb escamarlans.

Platillos

“Platillo” de menuts
“Platillo” de xai amb pèsols
Sèpia amb mandonguilles
Xai amb pebrot i tomata

Carns

Conill amb cargols
Oca o ànec amb naps o amb peres.
Peus de porc amb cargols.
Pollastre rostit.
Porc, vedella o xai rostit.
Vedella amb bolets.
Vedella amb pèsols.

Caça

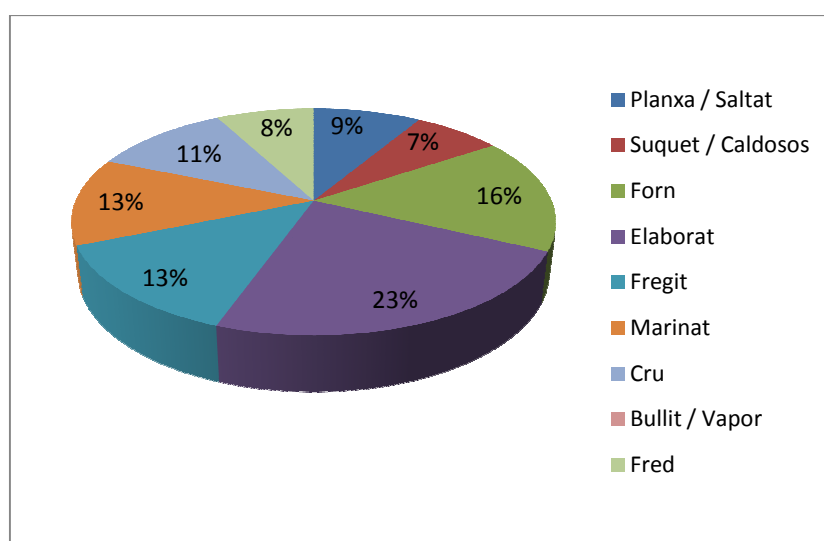
Estofat de llebre o conill
Perdiu a la col o amb ceba
Estofat de senglar
Tords rostits

Postres

Bunyols.
Botifarra dolça.
Pomes de "relleno"
Crema cremada.

A partir d'aquí es compara la relació proposada per la *Cuina de l'Empordanet* amb les principals espècies identificades a les cartes i menús de l'estudi.

7.1.1. Bacallà



La polivalència de bacallà es relaciona directament amb la versatilitat de la seva cuina. El bacallà s'ofereix en 55 dels 79 restaurants estudiats, presentats de formes prou diferents, tant fred com calent, com a primer o segon plat: 23% cuinat de forma elaborada, un 16% fet al forn (ex. brandada, gratinat,..), un 13% marinat

(ex. esqueixat,..) i un 13% fregit (ex. bunyols,..), un 11% cru (ex. carpaccios,..), un 9% a la planxa, un 8% fred (ex. en amanides) i un 7% en suquets o caldosos (en cassoles i arrossos).

“El bacallà actualment crec que s’està convertint en un peix de nivell, s’està revaloritzant molt i això també repercuteix en el seu preu.”

Tragamar

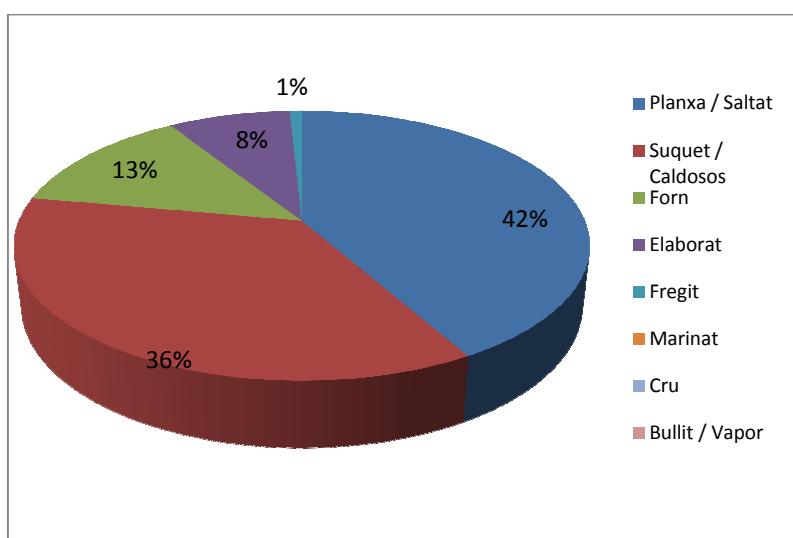
“El bacallà potser seria dels peixos que han perdut un xic de valor perquè es tenia com un peix que no faltava enlloc, inclòs arran de mar, i ara potser es dona prioritat a d’altres espècies més d’aquí. Tot i això torna a ressorgir una mica amb les diverses variants modernes amb les que es pot cuinar aquest peix; les receptes tradicionals, com pugui ser amb samfaina, ja no tenen tanta sortida com abans.”

Hotel Tamariu

El bacallà s’elabora de formes molt variades, a preu mig de 13,5€ el plat. Alguns suggeriments són:

- l’amanida de bacallà
- arròs amb bacallà
- bacallà a la crema d’all
- bacallà al pil-pil
- bacallà amb samfaina
- bacallà confitat
- brandada de bacallà
- bunyols de bacallà
- carpaccio o esqueixada de bacallà
- llom i tripa de bacallà

7.1.2. Rap



S’ofereix a 58 restaurants i es presenta cuinat de dues maneres principals: a la planxa (42%) i en suquets (36%). El 13% de les referències de plats de rap són preparades al forn i el 8% de forma elaborada. Només l’1% el presenta fregit. No es presenta de cap altre manera. El preu mig d’un plat amb rap és de 22€.

“El Rap és el peix que té més sortida, perquè no té espines, a tothom li agrada i té un gust característic molt bo, en el cas d'aquí de Palamós. Potser als que els hi agrada més el peix prefereixen un déntol, un nero,...”.

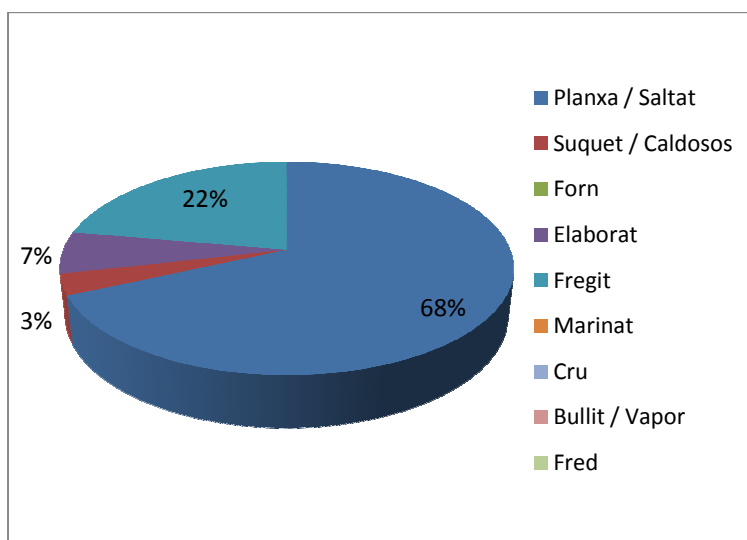
Sala Gran

Segons el buidatge documental es presenta en forma de:

- Suquet de rap
- Rap a la marinera
- Rap a la planxa
- Rap al forn

També permet altres elaboracions. A la planxa i al forn solen portar acompanyament.

7.1.3. Llenguado



El llenguado és un peix molt apreciat pel consumidor per la carn fina que té. S'ofereix a 42 restaurants, bàsicament a la planxa (68%) o fregit (22%). Només el 7% el cuina de forma elaborada, filetejat i amb receptes més innovadores, i el 3% en caldosos. És un peix que gaudeix d'un reconeixement internacional, i una les espècies més cares de quantes s'ofereixen als restaurants del Baix Empordà: 21,6€ per plat.

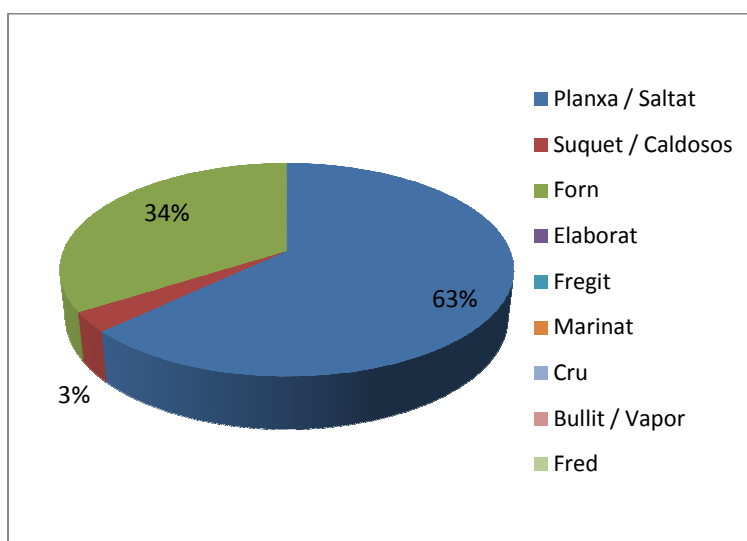
“El Llenguado potser ha perdut una mica de valor perquè fa uns anys el van “prostituir” ja que tothom en venia, però no es sabia realment d'on era. Alguns restaurants feien la picaresca de comprar llenguados d'Holanda o de ves a saber on i el venien al preu de llotja que sortia d'aquí, i el client no és tonto i acaba adonant-se d'aquestes coses.”

Pa i Raïm

Al Baix Empordà es presenta de dues formes bàsiques:

- Llenguado a la Meunière
- Llenguado a la planxa

7.1.4. Llobarro



El llobarro és un dels peixos amb més prestigi de la Costa Brava i de tota la Mediterrània. Josep Pla el considerava un dels millors peixos, darrera del corball. És per això un dels més sol·licitats pels consumidors. S'associa generalment a peixos com el turbot, l'orada, el cap roig, el déntol... dins d'una oferta genèrica de "peixos de la costa". S'ofereix a 26 restaurants a un preu mig de 24,6€. La seva carn recomana que sigui cuinat a la planxa (63%) o al forn (34%).

- Llobarro a la planxa
- Llobarro al forn
- Suprema de llobarro

La seva reproducció en captivitat amb tècniques d'aqüicultura provoca que avui romanguí sota sospita per alguns clients, i que hagi decaïgut la demanda. Genera posicions enfrontades entre els restauradors. Uns reneguen del llobarro; altres desconfien de l'origen de les peces que els porten els majoristes; uns altres, en canvi, afirmen obertament que el serveixen "de cultiu" i que la seva qualitat és bona.

"Ofereim el llobarro de piscifactoria ja que les peces salvatges acostumen a ser molt grans i ens és molt difícil controlar-ne el preu establert a carta, i també l'utilitzem per al nostre menú diari."

La Salinera

"Hi ha espècies que actualment han baixat la demanda com el turbot, l'orada i el llobarro, perquè la gent els fa por l'engany de si és peix salvatge o de piscifactoria. Els preus d'aquestes espècies, gràcies a això però, s'està mantenint igual que fa 5 anys, i per això cal transmetre la confiança del producte que està venent al client. (...) La gent et pregunta de qualsevol espècie si són de piscifactoria."

L'Arcada

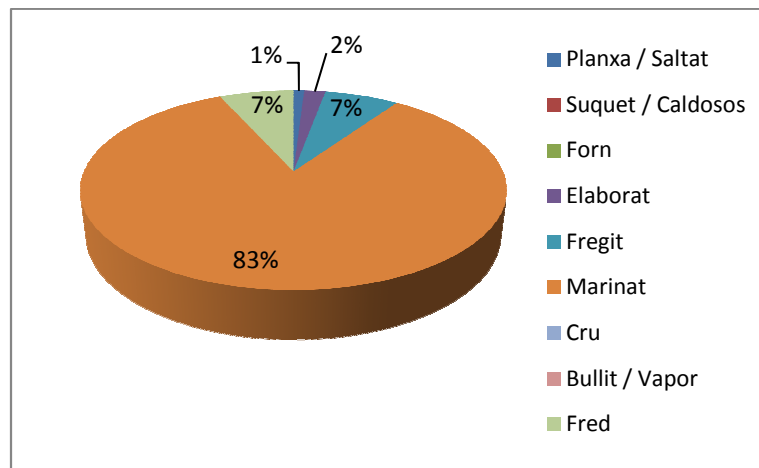
"Treballem molt amb cloïsses, navalles, calamars,.. (...) i també amb diverses espècies de piscifactoria, com el turbot o el llobarro, ja que no sempre les pots trobar salvatges i si hi ha èpoques que s'agafen una o dues peces a la setmana, estan a un preu desorbitat amb el que tampoc podries vendre'l al Restaurant."

Guillermo

“Estic completament en contra del peix de piscifactoria: s'utilitzen tones i tones de sardines i sonsos per fer farines i fabricar el pinso per alimentar els llobarros. Es necessiten molts quilos d'aquests peixos per alimentar una sola peça de llobarro. (...) A més és un peix que no té gust de res.”

La Taverna del Mar

7.1.5. Anxova



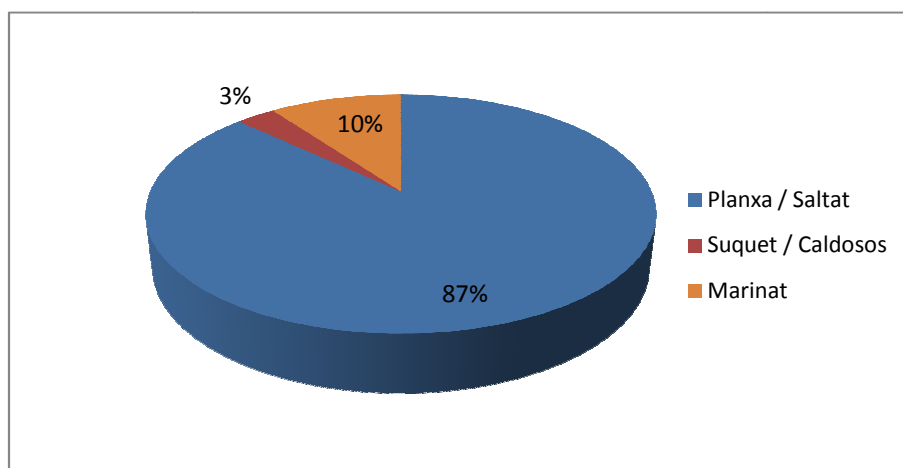
L'anxova o seitó s'ofereix en 56 restaurants, i es serveix majoritàriament marinada en oli i desespina (83%). El 7% es serveix en plats freds, formant part d'amanides o entrants, i també un 7% serveix el seitó fregit. Un 2% el prepara de forma elaborada i només l'1% a la planxa.

El peix blau (sardina, anxova, verat) torna a entrar amb força a l'oferta restauradora. Hom el considera un peix injustament apartat de la "alta cuina" i la majoria en destaca les seves virtuts culinàries i nutricionals. A més, és una espècie relativament abundant i assequible. El preu mig d'un plat amb anxoves és de 9,3€.

Al Baix Empordà, hom distingeix entre anxoves de l'Escala, de Palamós i de Sant Feliu. Entre les referències, es troben:

- Amanida d'anxoves
- Anxoves amb pa amb tomata
- Torrades amb anxoves
- Escalivada amb anxoves

7.1.6. Sardina



La sardina és menys freqüent que l'anxova. Només s'ofereix a 23 establiment i es presenta en un 90% com "sardines a la planxa". El preu mig de 9,2€. El consum de sardina presenta alguns inconvenients, com el fort olor que desprèn i les espines de la carn. Això resta potencial de consum, malgrat que hom la reconegui com una de les espècies més saludables de la gastronomia catalana.

"Les campanyes sobre una alimentació més saludable fan augmentar el consum de determinades espècies de peix, no de tot el peix en general: per exemple, es veu un augment en el consum de peix blau, que és dels peixos més saludables que hi ha, i a més coincideix també amb que és dels més econòmics. (...) A l'igual que el consum de determinades espècies també va molt lligat a modes, tot i que normalment els hi agrada anar variant."

Xaco

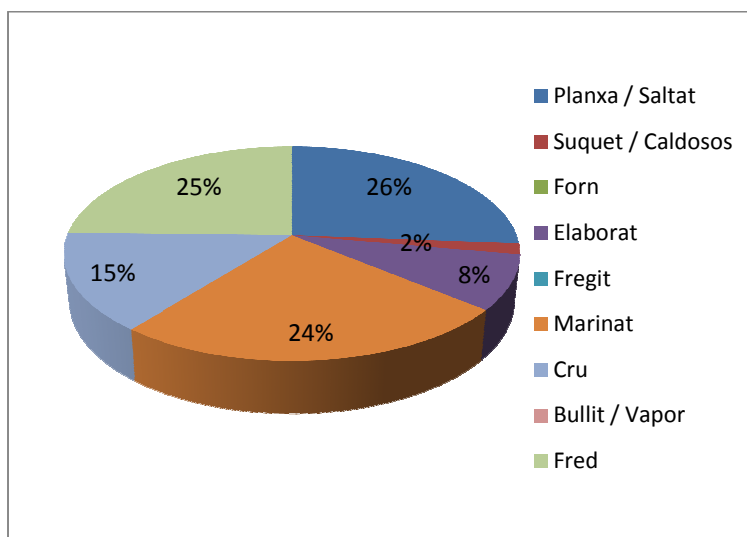
"La sardina o el verat són peixos que abans no se'ls donava valor i avui dia s'utilitzen en la preparació de plats molt sofisticats. Han guanyat molt valor en els darrers anys."

Hotel Tamariu

"Els clients valoren més el preu que la qualitat d'allò que mengen (...) potser ara es menjaran més sardines i verats!!"

La Terrassa dels Pescadors

7.1.7. Tonyina



És una espècie que s'enfronta a un greu problema de sobrepesca motivada per l'alt preu que obté als mercats internacionals, sobretot al japonès. A Catalunya la tradició de menjar tonyina és antiquíssima. Els restauradors coincideixen que la tonyina ha entrat amb força a les cuines de la comarca en els últims anys per les possibilitats culinàries i l'amplitud de plats. El fet que les cocccions d'aquest peix són fàcils i curtes, en el marc d'una cuina més pràctica, hi pot ajudar; també, la diversitat de conserves que se'n fan. El 26% dels restaurants la fa a la planxa, el 25% la prepara i serveix com a plat fred, el 24% la serveix marinada, el 15% crua, el 8% elaborada i només el 2% en suquets o caldosos. És un plat relativament barat: 10,9€ de mitjana.

La versatilitat de la carn de la tonyina permet la diversificació en el seu ús a la cuina:

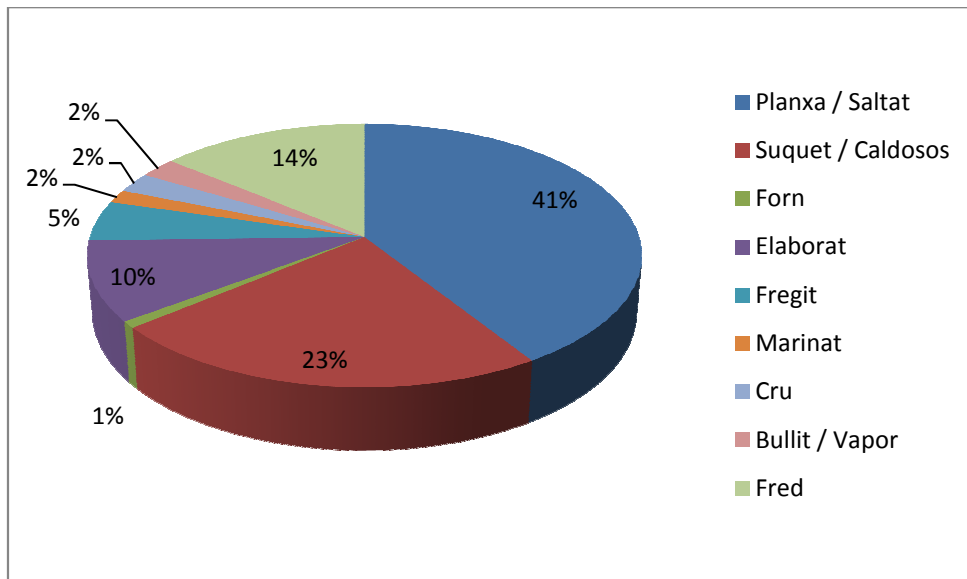
- Amanida de tonyina
- Carpaccio de tonyina
- Daus de tonyina marinats
- Filet de tonyina a la planxa o a la brasa
- Tàrtar de tonyina

També s'utilitza com a complement o ingredient secundari en molts altres plats.

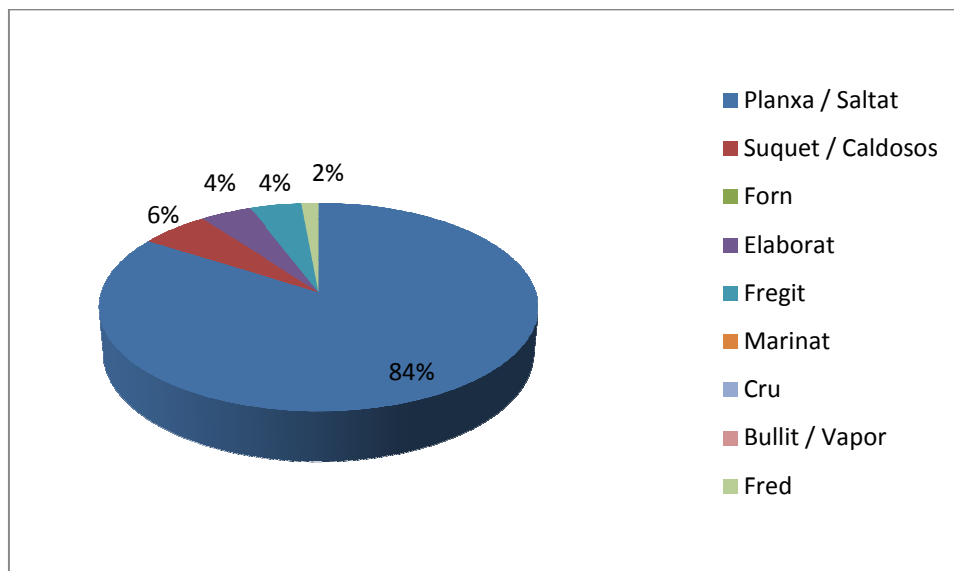
7.1.8. Gamba i gamba de Palamós

S'ha diferenciat la gamba genèrica de la gamba de Palamós per la especial incidència que té aquesta darrera en l'oferta, tant en termes de freqüències com en relació a la variable prestigi, reconeixement i preu. Les cartes acostumen a especificar clarament que la gamba que vénen és de Palamós; si no ho indica, és molt probable que no ho sigui. Hom pot considerar-les, doncs, com dos productes diferenciat, atès que també tenen aplicacions diferents a la cuina.

Gamba genèrica



Gamba de Palamós



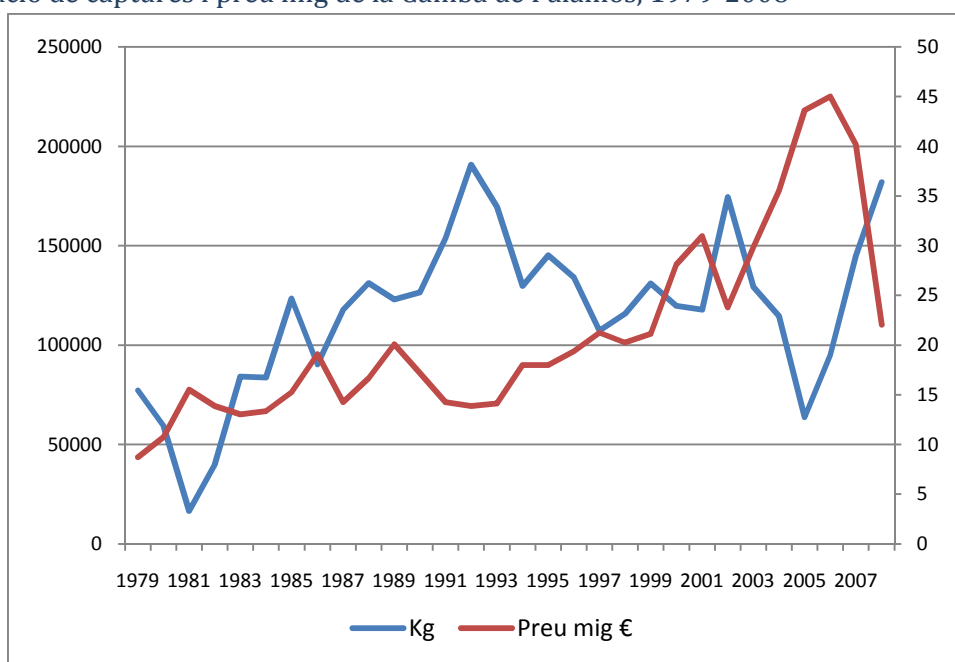
La gamba genèrica ofereix moltes possibilitats a la cuina. Majoritàriament es serveix a la planxa (41%) i en suquets, caldosos i arrossos (23%). La resta, un 14% es serveix freda, acompanyant o formant part de diversos entrants, moltes vegades en forma de gambeta pelada. En un 10% es cuina de forma elaborada. Un 5% es cuina fregida, i un 2% bullida, 2% crua i 2% marinada. L'1% es prepara al forn. En aquest sentit, es tracta d'un producte sense certificació d'origen, de menor qualitat. El preu mig és de 16,7€ el plat. A banda de la seva inclusió a la graellada de peix, hom la pot servir:

- Amanida de gambes
- Arròs amb gambes
- Còctel de gambes
- Fideus a la cassola amb gambes
- Gamba a la planxa
- Gambes a l'all
- Suquet

- Gambes saltades

Molt diferent és el cas de la Gamba de Palamós. S'ha convertit en una icona de la cuina marinera de la comarca i en un tot referent culinari dels productes de qualitat. L'increment del seu prestigi provoca que sigui una gamba cobejada als mercats i que el seu preu mig hagi augmentat. La seva explotació també ha anat creixent progressivament en els darrers anys, conformant al port de Palamós una flota especialitzada en la captura de *Aristeus antennatus*.

20. Evolució de captures i preu mig de la Gamba de Palamós, 1979-2008



La gamba genèrica és molt menys versàtil des d'un punt de vista culinari. El 84% es serveix a la planxa o saltada. El 6% es prepara en suquets, caldosos i arrossos. Un 4% es cuina de forma elaborada i un altre 4% fregida, i un imperceptible 2% es serveix freda, com a complement d'algun entrant. Segons comenten els restauradors, es disfressa el menys possible un producte que ja és d'excel·lent qualitat, sabor i textura per sí sòl. A la carta es sol especificar també la mida: gran o mitjana. El preu també és superior al de la gamba genèrica: 26,2€ la ració. Hom denuncia que per aquest motiu la comercialització de la gamba està subjecte a algunes pràctiques fraudulentes.

“El problema no és si piscifactoria sí o no, el problema és que es cobri una cosa per l'altra, a l'igual que, Gamba de Palamós, si no ho és,... primera, enganyen amb el preu i segona, afecta a la imatge del producte.”

Vaixell Pasajes Costa Brava

“Un 20% dels clients sabria distingir un peix de piscifactoria a d'un salvatge, el 80% no (...) conec restaurants que serveixen gamba de Palamós sense ser-ho”.

La Terrassa dels Pescadors

“La gent no es tonta, i moltes vegades cobren barbaritats per productes de molt dubtosa qualitat. Coneixem un local de Palamós que dona Gamba de Huelva per Gamba de Palamós i inclòs hi posa el certificat al costat del plat.”

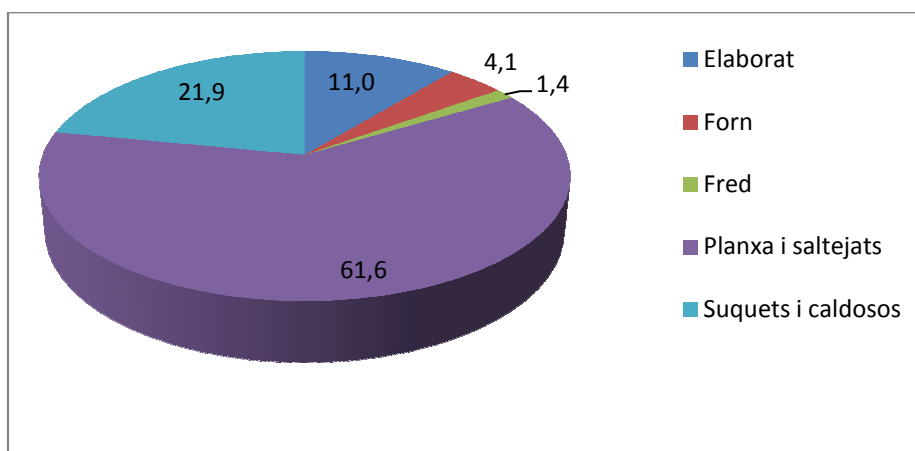
El Suquet

Els restauradors també comenten que la valoració de la gamba depèn molt del context cultural i gastronòmic del consumidor. Per exemple, els clients estrangers demanen que la gamba es serveixi sense el seu cap i pelada, fet que sorprèn al consumidor local, que prefereix “xuclar el cap”.

La gamba de Palamós té fama, no perquè la de fora sigui dolenta, sinó perquè a l'arrastrar, a l'agafar-la, ve amb millor qualitat. Té un tacte que quan la toques sembla que té brillantina. En canvi l'altra quan la toques sembla rebregada, han arrastrat massa estona, ha entrat fang a la corona i el tacte està diferent, i la fas a la planxa i es nota.

La Galera

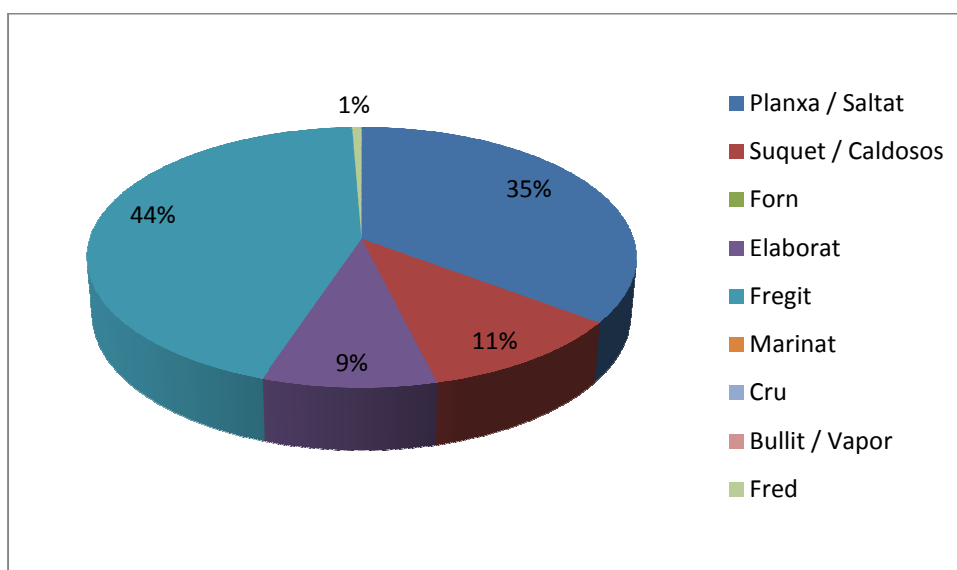
7.1.9. Escamarlà



L'escamarlà, juntament amb les gambes, és el crustaci més freqüent a la cuina baixempordanesa, sigui sol o formant part de plats tradicionals. Alguns restauradors afirmen que els escamarlans són més bons que les gambes. És un aliment altament versàtil que ofereixen 39 establiments, principalment a la planxa (62%). El preu mig d'una ració d'escamarlans a la planxa és de 22€.

- Arròs a la cassola amb escamarlans
- Escamarlans a la planxa
- Mar i muntanya
- Suquet de rap amb escamarlans

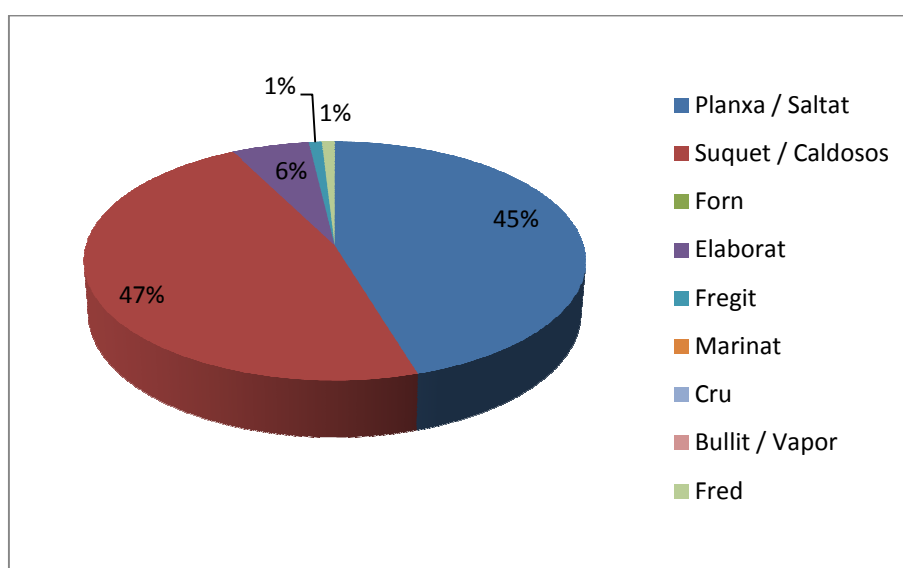
7.1.10. Calamar



El calamar és un cefalòpode habitual a la cuina catalana; en altres països, en canvi, és menys freqüents i fins i tot crea rebuig en algunes societats i cultures culinàries. Al mercat es troben de mides diferents: des dels calamars grans fins als calamarsets. Un consumidor no acostumat pot confondre el calamar amb la canana, de carn més dura i menor qualitat. Al Baix Empordà el calamar es serveix de dues maneres: fregit a la romana i a l'andalusa (44%), i a la planxa (35%). També s'inclou en suquets i arrossos i un 9% es prepara de forma elaborada, com els calamars farcits. En altres casos és un ingredient complementari de plats més elaborats. La resta es serveix fred o acompanyant algun entrant. Es pot trobar en forma de:

- Calamars a la romana
- Calamars a la andalusa
- Calamars a la planxa
- Calamars farcits
- Arròs amb calamar

7.1.11. Sípia



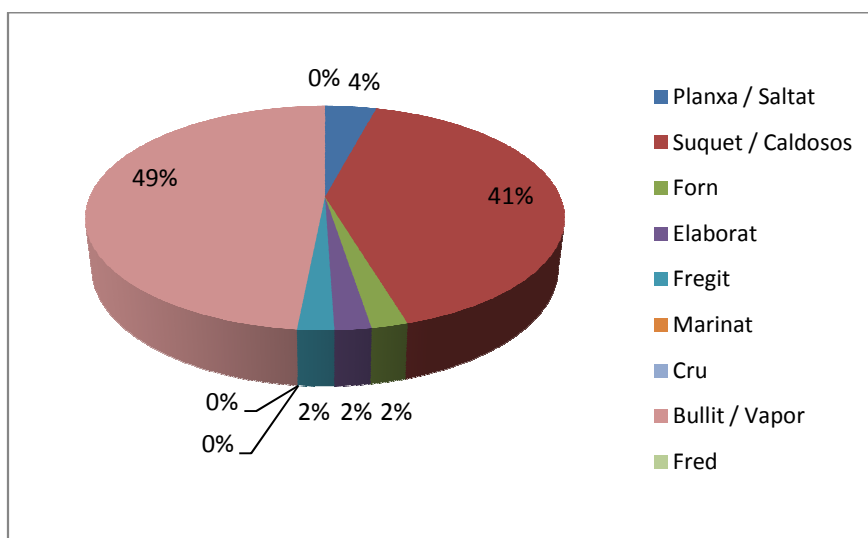
L'oferta de sípia és abundant i diversa. 49 restaurants de la mostra la inclouen a la seva carta. La sípia també es cuina de dues maneres principals: en suquets, arrossos i caldosos en un 47% (les més grans) i a la planxa en un 45% (mitjanes o més petites, anomenades sepiones). El 6% es prepara de forma elaborada i un 1% fred, en entrants, i un altre 1% fregida. El preu mig és de 14,5€.

- Arròs negre amb sípia
- Arròs a la cassola
- Fideuà
- Paella
- Sepiones saltades
- Sepiones a la planxa
- Sípia amb pèsols

“Des del punt de vista culinari, l'ús de la sèpia és antiquíssim entre els catalans. El Llibre de Sent Soví ja dona un ofegat de sèpia i calamar. Mestre Robert li dedica un parell de receptes i La cuynera catalana també. Però cap no s'atreveix al celestial connubi amb pèsols”.

Narcís Comadira.

7.1.12. Musclo



Els musclos són referències habituals a les cartes, generalment sota l'epígraf de “musclos de roca” per diferenciar-los dels procedents dels cultiu en batees. 45 restaurants n'ofereixen, sols o com a ingredient d'algun plat. El 49% dels musclos es serveixen al vapor i el 41% en suquets i arrossos o acompanyats de salses, com la salsa marinera. Un 4% es preparen saltats i un 2% fregit en tempura, un 2% al forn i un altre 2% elaborat.

- Musclos a la marinera
- Musclos al vapor
- Musclos a la vinagreta

“El caviar, les ostres i el foie gras són, a més elements exòtics, tot i que l'esnobisme, en països d'imitació com aquest, sigui tant important. Al meu entendre, però, posseïm una cosa que es pot comparar, des de tots els punts de vista, a les mercaderies esmentades: són els musclos de roca de la

part nord del nostre litoral. [...] Són cars, és clar; però, ¿Què és el que no té un preu desorbitat quan es tracta de coses indiscutibles?"

Josep Pla

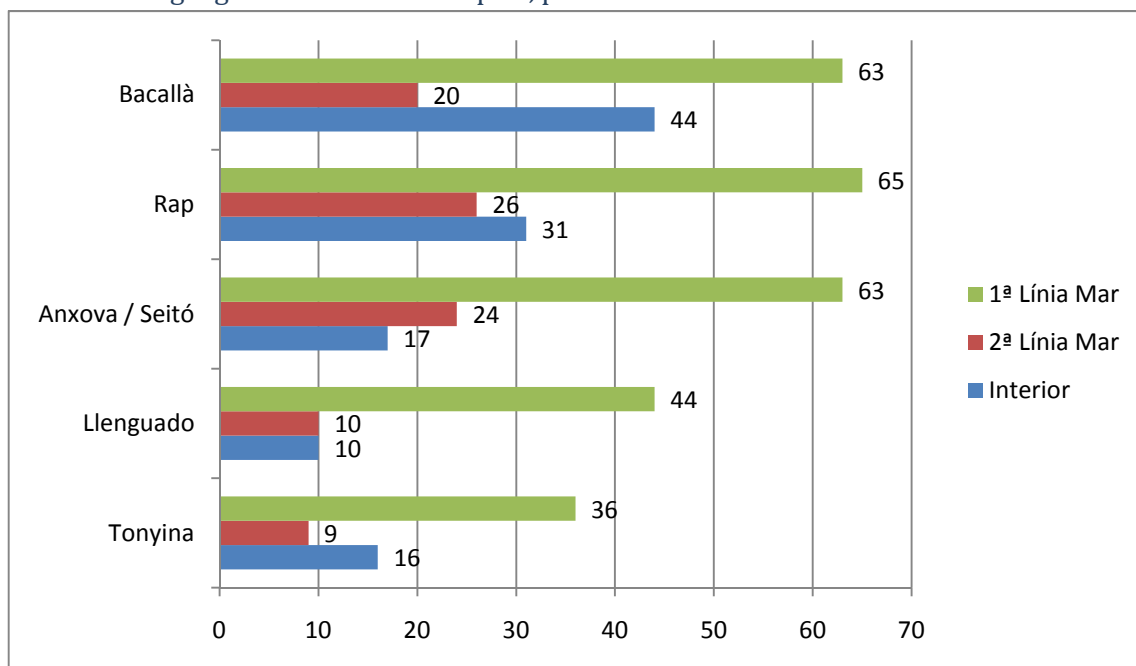
7.2. Distribució geogràfica de l'oferta

Ja hem comentat que la situació del restaurant en relació al mar és una variable rellevant per entendre l'oferta culinària que ofereixen. Hom considera que la proximitat del mar està directament relacionada amb l'orientació dels seus establiments. Ara bé, si es divideix aquesta oferta entre primera línia (just davant del mar, sobre els passeigs marítims o la platja); segona línia (interior de municipis litorals) i interior (poblacions sense mar), cal fer-se la pregunta si l'oferta és la mateixa o canvia substancialment els tipus de plats i productes que s'ofereix a les cartes. En aquest sentit s'ha cregut convenient distingir entre l'oferta de peix i la de marisc.

7.2.1. Distribució geogràfica del peix

Si distribuïm els establiments per la comarca en restaurants de primera línia de mar, segona línia i interior, veiem que algunes diferències en l'oferta de peix. Les cinc primeres espècies de peix més sol·licitades es distribueixen de la següent manera:

21. Distribució geogràfica de l'oferta de peix, per referències de carta



A primera línia de mar, s'observa que les espècies més oferides són, d'una manera molt igualitària, el rap, l'anxova i el bacallà, seguit del llenguado i la tonyina. Es constata també que els restaurants de primera línia ofereixen una major varietat de peix que els restaurants d'interior. Espècies com el déntol, el corball, el cap-roig o el peix de Sant Pere són ofertades a quasi tots els establiments de primera línia de mar, però difícilment es troben en poblacions d'interior de comarca. A segona línia de mar, les tres espècies principals són les

mateixes que a primera, però varien les següents, ja que el llobarro ocupa la quarta posició i el llenguado la cinquena. La tonyina ocupa el sisè lloc.

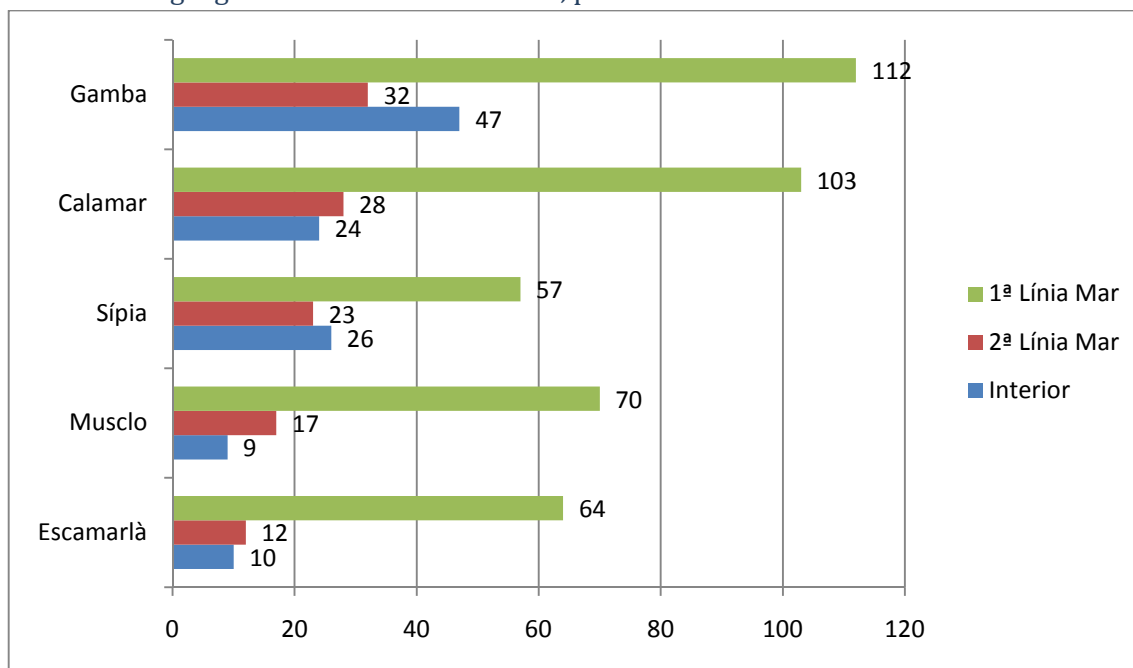
A diferència de primera i segona línia de mar, a l'interior el bacallà ocupa la primera posició, a força distància respecte al rap, l'anxova, la tonyina i el llenguado.

El número d'entrades de peix varia segons la ubicació del restaurant, però no les espècies cuinades. A primera línia de mar augmenta la diversitat de cuina per a una mateixa espècie i augmenta també la varietat d'espècies a les cartes. A l'interior, majoritàriament, es serveixen les espècies més clàssiques i les que menys risc de sortida i conservació comporten pel restaurador (rap, bacallà, llenguado,...).

7.2.2. Distribució geogràfica del marisc

Seguint aquesta mateixa divisió dels establiments de la comarca en zones, les cinc primeres espècies de marisc més sol·licitades es distribueixen de la següent manera

22. Distribució geogràfica de l'oferta de marisc, per referències de carta



Entre els restaurants d'aquest estudi ubicats a primera línia de mar, la gamba i el calamar són les espècies de marisc més habituals. Els segueixen el musclo, l'escamarlà i la sípia. En els locals de segona línia de mar les dues primeres espècies de marisc són les mateixes, però en el tercer lloc apareix la sípia seguida del musclo i l'escamarlà.

Als locals d'interior, la gamba és la protagonista indiscutible. Segueix a distància la sípia i el calamar, en diferents posicions que als establiments de primera i segona línia de mar. En quarta i cinquena posició apareix el llobregant i la cloïssa. L'escamarlà i el musclo, es situarien en setena i vuitena posició, ja que a l'interior, la sisena l'ocupa el llagostí.

Podem dir, per tant, que en relació a la composició de l'oferta de marisc no hi ha una diferència accentuada entre primera i segona línia. En canvi, a l'interior són més importants. En general, les espècies de marisc es

troben amb facilitat als distribuïdors (de viver o congelats) i amb preus de cost estables. El producte fresc d'aquestes espècies està subjecte a mercat, i per tant, no garanteix l'oferta de carta de l'establiment.

7.3. Espècies en menús i menjars de grup

En els menús diaris s'utilitzen les espècies millor al perfil de l'establiment. Si bé es troben espècies procedents de l'extracció, com la sardina, el verat o tots els peixos que formen la reballa – molls, cintes, pelaies, llucets, etc. –, les espècies d'aqüicultura dominen a la majoria de menús dels establiments de la comarca, com l'orada i el llobarro. Aquests menús oscil·len entre els 10 i el 20 euros.

Les espècies incloses als àpats de grup solen ser les més pràctiques alhora cuinar i de servir al client. El control per assegurar que el producte arriba al client en condicions òptimes – temperatura de cocció, temps, etc. – és de vital importància i això no es pot garantir amb totes les espècies de peix ni amb totes les formes de cuina. Per això, s'opta en aquests casos per suquets i caldosos que poden mantenir la temperatura i la textura durant un més temps que a la planxa, per exemple, que s'ha de controlar molt més.

Es trien les espècies amb un gust suau i de composició poc complexa, sense espines i de fàcil treballar, que poden agradar a la majoria dels clients, com per exemple el rap. La maquinària disponible i la distribució de cuina també marca la tria d'uns plats o altres, segons el número de persones que conformin el grup al que s'ha de servir.

“Quan faig àpats de grup sempre cuinem amb salsa, perquè és molt més còmode per servir. No podem fer peixos a la planxa per 70 persones, perquè no tinc el material necessari per fer-ho. La planxa ha de ser cuinat i menjat.”

El Racó de Torre Valentina

“Amb els menús variem les espècies de peix, fresc igual que el de carta, però acostumo a fer servir anxova, sardina, reballa, ... i l'arròs que me'l demanen molt. En grups fem servir més el rapet, que tens menys complicació a l'hora de fer gran quantitat o suquets.”

Cau dels Pescadors

“En àpats de grup habitualment s'utilitzen els peixos més coneguts per tothom i que no se'ns dispara en preu, per això són de piscifactoria: llobarro, orada, salmó,.. (...) Si busquen alguna altre classe de peix aleshores han d'ajustar-se al preu de mercat.”

Hotel Tamariu

El preu de les diferents espècies també marca molt al restaurador a l'hora d'escollir la procedència del peix i ajustar-se al pressupost del client. Per això, aquells restaurants que ofereixen menús entre setmana i inclouen peix – no tots ho fan –, molt sovint s'opta per productes menors o de piscifactoria.

“Les espècies de peix que utilitzem en el menú són més tipus reballa.”

La Selvatana

“Treballem en el menú diari amb l'orada de piscifactoria per poder-nos ajustar més al preu; a carta, tots son peixos salvatges.”

Pa i Raim

“Les espècies que s'utilitzen per a l'elaboració dels menús varien de les utilitzades a carta, ja que es busquen espècies més econòmiques per ajustar-les al preu de venda.”

Sala Gran

“Al menú no hi treballa peix perquè no puc oferir peix fresc de Palamós, però sí que en faig un el cap de setmana en que utilitzo Rom gros de piscifactoria”

Torre Valentina

8. Comercialització i distribució de la matèria primera

S'ha constatat que un dels factors principals que determinen la qualitat de l'oferta gastronòmica de peix té a veure amb els actors i processos vinculats a la comercialització i distribució de la matèria primera. I entre les variables que determinen triar un establiment o el consum d'una espècie es troba el grau de confiança del consumidor amb el producte. Per això s'analitzen aspectes com la procedència del peix, les dicotomies salvatge-piscifactoria i fresc-congelat, el paper dels distribuïdors o els canvis en les valoracions de les espècies.

8.1. La procedència del peix

En l'oferta restauradora del Baix Empordà, un element que atorga distinció i valor afegit al producte és la variable origen. Després d'un període de consolidació del peix d'importació, en els darrers anys s'aposta de nou pel "producte local". El consumidor valora especialment que la procedència del peix i el marisc coincideixi amb el lloc de consum, atenent a la idea que d'aquesta manera s'assegura la frescor i qualitat del producte. En alguns casos fins i tot s'atorguen suposades "proprietats" a productes locals per millorar-ne l'apreciació del consumidor.

Segons els testimonis del sector, el peix fresc prové principalment dels ports de Palamós, Port de la Selva i Blanes. També afirmen proveir-se amb peix i marisc foraster, d'altres regions espanyoles (Cantàbric, Galícia, etc.), països europeus comunitaris (França, Irlanda, Holanda, Itàlia), així com extracomunitaris (Marroc, Canadà).

"La procedència del peix sempre intento que sigui de Palamós, però si he necessitat alguna cosa que no he aconseguit aquí, ho he buscat en d'altres localitats properes. Utilitzo poc marisc de Galícia, bàsicament les navalles."

Petit Bar

"El marisc majoritàriament ens ve de Galícia i sud de França, i el Peix de Palamós i en certes ocasions del Cantàbric."

Refugi de Pescadors

"Gestiono personalment les compres del peix. Vaig cada dia a Mercat i al Moll de Sant Feliu, però tot i això, tinc un parell de peixaters que compren a Palamós, Port de la Selva i Blanes. El marisc com les ostres, cloïsses, escopinyes i navalles ens ve de Galícia, i les garoines i els musclos de roca, quan n'hi ha, m'ho porta un mariscador d'aquí de Sant Feliu."

Cau dels Pescadors

"Les espècies amb les que treballem ens depèn també una mica segons el peix que surt a la Llotja. Hem d'adaptar la carta al peix que es disposa a mercat. (...) Tot el peix prové de la Llotja d'aquí, exceptuant les ocasions en que tinc banquets grans en les que a vegades no es disposa de la quantitat que necessitem i m'han de portar el lluç del cantàbric."

Sala Gran

"La procedència del peix que servim majoritàriament és de Palamós, Port de la Selva, Llançà, Blanes, alguna cosa d'Arenys, de la Barceloneta, de Tarragona, de Sant Carles de la Ràpita, ... i el marisc principalment de Galícia."

Quan una de les principals variables de valor és l'origen, apareixen conflictes entorn a la certificació de la procedència dels productes pesquers. Sovint és difícil per a un restaurador que rep una comanda conèixer el circuit que ha seguit el peix des de la captura, la seva traçabilitat. Hom denuncia la picaresca, l'engany i el frau a l'hora d'assegurar l'origen d'alguns productes dels mar. Algunes opinions de restauradors de la comarca així ho manifesten:

“He arribat a desconfiar del material que em porten i certifiquen els propis distribuïdors. La mateixa guerra de preus i desconfiança que tenen els restaurants la tenen els distribuïdors. El propi peix que en teoria ve de Palamós, qui et diu que no ve de Mercabarna.”

La Terrassa dels Pescadors

“A Palamós hi ha molts restaurants de peix, però que donin peix de Palamós no n'hi ha tants.”

L'Arcada

“Tots els peixaters d'aquí compren a les llotges d'aquí, però també a mercabarna i no sempre saps realment si la procedència del peix és d'un lloc o un altre. És bàsic la confiança amb el teu proveïdor.”

Pa i Raim

“Jo he vist personalment veure arribar gamba de Huelva en camions al port de Palamós i que torna a passar per cinta al pòsit i venuda com si fos gamba d'aquí (...) No hi ha solució en aquest sentit. S'ha de treballar amb peixaters de confiança, que ja n'hi ha,.. No et venen coses dolentes, simplement et venen el producte que no és i al preu que no correspon.”

La Cuina de Can Pipes

8.2. Peix salvatge i peix de piscifactoria

Un element de discussió dins del sector és el paper del peix de piscifactoria, anomenat també “de cultiu” o darrerament “de criança”. L'any 2008 Espanya 44.000 tones de peixos marins de criança. El mateix any es descarregaven 441.000 tones de peix fresc per a consum humà procedents de la pesca extractiva, 105.000 de les quals del calador mediterrani (APROMAR, 2009. MARM, 2009). Malgrat aquesta desproporció, l'oferta de peix fresc de la costa, especialment del de més valor (peix d'escata, peixos plans...), es barreja cada vegada més amb l'oferta del peix de piscifactoria. En general, hom valora el peix de cultiu positivament, com un bon substitut per algunes espècies sobreexplotades, pel preu d'origen i per tal d'assegurar l'estabilitat de les cartes, fent possible menjar peix a preus assequibles, com s'ha vist per exemple amb els menús.

“Treballem molt amb cloïsses, navalles, calamars,.. (...) i també amb diverses espècies de piscifactoria, com el turbot o el llobarro, ja que no sempre les pots trobar salvatges i si hi ha èpoques que s'agafen una o dues peces a la setmana, estan a un preu desorbitat amb el que tampoc podries vendre'l al restaurant.”

Guillermo

“Té molt bon preu i dóna la possibilitat de tenir diverses classes de peix tot l'any (...) Si el client està ben informat del que menja i en paga el preu just, el peix de piscifactoria tindrà una acceptació plena.”

La Gamba

“Crec que el peix de criança, quan s’estudii una mica més, serà el futur, ja que tens regularitat amb les captures i els preus, i permet malmenar molt menys el mar, donant un servei per a l’alimentació de les persones.”

El Celler de la Planassa

“La gent coneix el preu de mercat dels peixos i sap veure el que és de piscifactoria o el que és salvatge. La qualitat d’aquests productes és molt i molt correcte, tot i que també hi ha de tot. La relació qualitat – preu està molt aconseguida. Si no existís la piscifactoria, el consum de peix baixaria i es limitaria molt. Per aquest motiu creiem molt que el futur del peix en la restauració passa per la piscifactoria. (...) Els restaurants que treballen exclusivament amb peix fresc salvatge, econòmicament s’escanyen més, perquè han de tenir una clientela més fidel, amb un poder adquisitiu més elevat, han de ser locals més petits i han de tenir una altre filosofia de treball... Redueixen més el ventall de possibles clients que puguin anar-hi a menjar. Nosaltres fem 50.000 persones a l’any, i si ens dediquéssim a aquest segment de restauració possiblement en faríem 20.000 i amb un marge de benefici molt inferior. Hauria d’adequar els preus i llavors molts clients que actualment venen, potser no podrien venir perquè no s’ho podrien permetre.”

Tragamar

“Els peixos de piscifactoria seran el futur. Arribarem a la piscifactoria com a únic sistema d’extracció de peix per al consum, i jo encara no he trobat cap peix de piscifactoria que mínimament s’assembla d’una manera correcte al peix salvatge. La piscifactoria ha de millorar molt encara en molts aspectes: alimentació, espais d’hàbitat,.. Crec que s’ha d’investigar més en qualitat del producte que no pas en el preu final d’aquest. Es preferible menjar un producte de més bona qualitat i pagar una mica més, que no pas rebentar preus i menjar malament. (...) La piscifactoria sí és cert que ha fet arribar a l’abast de tothom el consum de peix, però les massificacions tampoc són bones.”

Oriol Blanes

La principal repte es troba en la necessitat d’especificar l’origen de cultiu del producte consumit. Si a la carta no queda clara la procedència els clients acaba confonen el peix salvatge amb el de cultiu i tot el sector se’n ressent. Per això hi ha restauradors que hi estan totalment en contra.

“...de la mateixa manera classifico els peixos com els de veritat i els de mentida. Els de veritat són els frescos i els de mentida són els de piscifactoria, tot i que d’aquests últims també hi ha de dues classes: els alimentats amb pinso i els criats en granges de mar.(...) Molta gent no sap el que està menjant avui dia”

La Terrassa dels Pescadors

“Nosaltres treballem amb rap, llobarro, turbot, déntol, ... i tots salvatges, no treballem amb espècies de piscifactoria, realment fan molta pudor, igual que si obres un pollastre.”

Simón

“El peix de granja és un peix de laboratori que no lliga amb el sistema tradicional. El peix de granja a la planxa no es pot menjar de lo dolent que és, ni el turbot, ni el llobarro, ni la dorada, no es poden coure, queda cru. Fins i tot una persona que hi entén no t’ho voldrà. És un peix que s’ha de cuinar amb un altre sistema.”

La Galera

“Estic completament en contra del peix de piscifactoria: s’utilitzen tones i tones de sardines i sonsos per fer farines i fabricar el pinso per alimentar els llobarros. Es necessiten molts quilos d’aquests peixos per alimentar una sola peça de Llobarro. (...) A més és un peix que no té gust de res.”

La Taverna del Mar

“No treballem amb cap de piscifactoria, perquè personalment no puc, la carn es més fluixa, més farinosa i no té gaire gust a res.”

Sala Gran

Segons conclou la FAO al seu estudi SOFIA sobre l'estat de la pesca al món, la proliferació de l'aqüicultura i de la globalització dels mercats de productes marins ha aguditzat els efectes de la confusió sobre el seu origen. A Catalunya aquesta es dona especialment en l'orada, el turbot i el llobarro. Només anàlisis genètics poden distingir una espècie de l'altra. La importació de productes també fa més difícil assegurar la qualitat i la seguretat alimentària necessàries.

“...el que sí m'he vist obligat és a treure de carta les espècies com l'orada, el llobarro o el turbot, ja que pot confondre's en el restaurant amb peixos de piscifactoria i produeix molta desconfiança als clients. Venc molt de rom, que no és el mateix que el turbot, per aquest mateix motiu.”

Xivarri

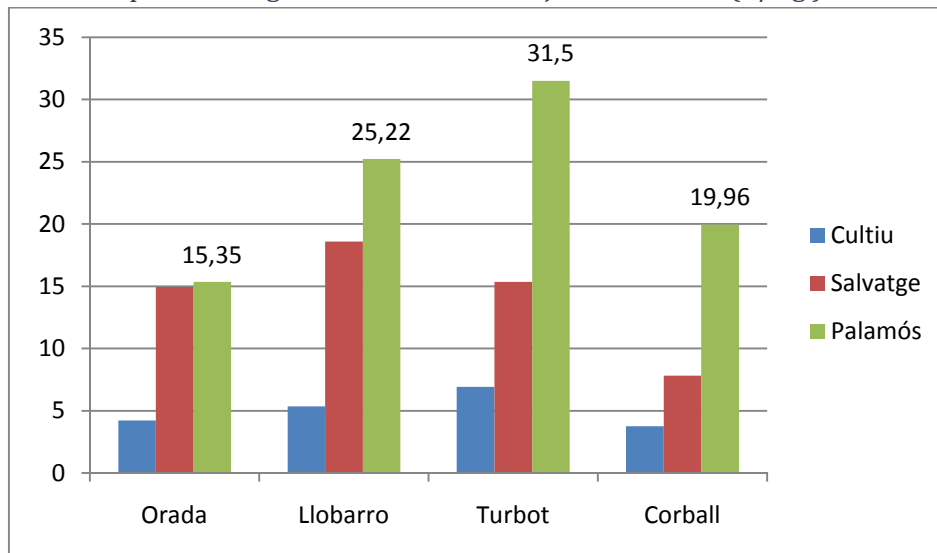
“L'orada, els llobarros petits i els llenguados els hem hagut de treure de carta perquè el client no els demana al ser majoritàriament a tot arreu de piscifactoria. El client no se'n refia, encara que l'hi expliquis que son salvatges, (...) i ens els hem d'acabar menjant nosaltres”

Maria de Cadaqués

“L'orada l'hem hagut de treure de carta perquè ha perdut molt valor ja que molta és de piscifactoria i la gent no se'n refia”.

La Salinera

23. Comparativa de preus d'origen. Mercabarna i Llotja de Palamós. (€/Kg.)



Font: Mercat Central del Peix. Informació estadística 2009. Per Palamós: Generalitat de Catalunya, 2009.

El principal problema rau en la venda de peix de cultiu a preu de salvatge, una pràctica fraudulenta denunciada per les organitzacions de consumidors. Les diferència de preu entre una i altra arriba a ser molt important. Prenent com a referència el mercat central de Mercabarna, el diferencial entre els preus d'origen de cultiu i salvatge d'espècies com l'orada, el llobarro, el besuc o el corball es situen entre el 100 i el 250%.

Aquesta diferència augmenta encara més si es compara el peix de cultiu amb la subhasta de la llotja de Palamós: les diferències es situen entre els 370 i el 430%.

És impossible identificar ni mesurar l'abast d'aquest tipus de pràctiques. No obstant, cal observar que aquesta variable està íntimament relacionada amb el client i amb grau de coneixement que té del producte: en general és baix, i malgrat que hi ha restauradors que afirmen tenir un client expert i conscient, en general creuen que un bon gruix dels consumidors "no sap el que menja". Llavors és fàcil fer passar cultiu per salvatge.

"El problema no és si piscifactoria sí o no, el problema és que es cobri una cosa per l'altra, igual que, Gamba de Palamós, si no ho és,... primera, enganyen amb el preu i segona, afecta a la imatge del producte."

L'Arcada

"El client coneix molt més que abans els productes que demana, però tot i això, en general, no sabrien distingir entre un peix salvatge i un de piscifactoria. Passa el mateix amb el vi, la gent presumeix de ser grans coneixedors i després veus que tenen moltes mancances. Molts pensen que el més car és el més bo i no necessàriament és així."

El Suquet

"Un 20% dels clients sabria distingir un peix de piscifactoria a d'un salvatge, el 80% no (...) conec restaurants que serveixen gamba de Palamós sense ser-ho".

La Terrassa dels Pescadors

"El client crec que sabria valorar entre un peix salvatge o de piscifactoria, però crec que el més important és no enganyar-lo."

Pa i Raïm

Sumat a aquesta pràctica fraudulenta, el fet que molta gent consumeix peix a casa comprat als hipermercats sense informar-se ni saber realment d'on procedeix, provoca fins i tot que, un cop prova peix salvatge fresc, no li agradi perquè el gust es massa fort.

"Els paladars de la gent s'estan mal acostumant. Estan habituats a una classe de peix poc gustós i quan proven un peix autèntic d'aquí el troben massa fort."

La Cuina de Can Pipes

"També ens podem trobar que la gent acabi per no voler el peix salvatge, perquè els paladars de la gent s'hagin habituat al peix de piscifactoria, i per tant aquell no els agradi perquè el troben massa fort. És el mateix cas que els pollastres de pagès o els pollastres de granja. El de pagès és més gran, més gustós, la carn és més dura, i en canvi l'altre no gairebé gust de res, però ens hi hem habituat."

Oriol Blanes

8.3. Peix fresc i peix congelat

També pot generar confusió al consumidor l'oferta de productes congelats. La frescor, que el producte "sigui del dia" és variable apreciada i valorada per la societat. Però sovint és difícil disposar sempre de producte fresc, de manera que hom pot recórrer al producte congelat.

"La procedència del nostre peix és de llotges catalanes i franceses. El marisc que nosaltres servim és congelat. El peix congelat cada cop és més present en la restauració, perquè et permet disposar-ne sempre i la qualitat és bona també. El peix fresc, no t'arriba, no el tenen, se't en va de preu i és més difícil d'aconseguir. El congelat t'assegura la línia de treball."

Tragamar

Als mercats centrals, algunes espècies de peix congelat són substancialment més barates que en fresc. A Mercabarna, per exemple, la diferència entre el llenguado fresc i el congelat és de 18€/kg; la de l'escamarlà, de 15,45€/kg. El marge de benefici de l'establiment si serveix producte fresc o congelat és evident.

Hom coincideix en que les actuals tècniques de congelació, si s'apliquen adequadament, no alteren les característiques ni la qualitat del producte, i difícilment el client sabria distingir si ha estat o no congelat. De fet, la majoria d'establiments congelen o compren congelat bona part del peix i marisc. La congelació, per ella mateixa, no és un "fraud". Es queixen, en canvi, alguns restaurants que es vengui producte "fresc", del dia, sense ser-ho.

Un cas exemplar és el frau comès per alguns restaurants en el marc del menú de la gamba de Palamós. L'any 2006 la Confraria de Pescadors va denunciar a l'Ajuntament, propietari de la marca comercial "Gamba de Palamós", que diversos restaurants i comerços al detall estaven oferint gamba sota la denominació "Palamós" quan en realitat no se'n pescava des de feia mesos i perillava la celebració de la campanya gastronòmica. L'Ajuntament va iniciar unes tasques de control per evitar "utilitzacions malicioses, lucratives i imprecises" que poguessin malmetre el prestigi del producte. (Diari de Girona, 10/05/2006).

Els restauradors, tal i com manifesten, preferirien servir peix fresc que congelat o de piscifactoria, però els marges de benefici que els aporta la compra d'un tipus de peix o un altre, els marca en moltes ocasions alhora de servir un tipus de peix o un altre.

Igual que pugui estar més o menys estesa la pràctica de vendre cultiu per salvatge, o congelat per fresc, el frau en la utilització de determinades espècies és una pràctica que està desapareixent. Antigament ho podia substituir alguns peixos per altres de característiques semblants però de menor qualitat. Josep Pla deuria ser víctima d'aquesta praxis:

*"No he acceptat, la intoxicació, sobretot la intoxicació presentada en nom de l'amor a la pàtria (...) He apreciat els esforços que la gent ha fet per fer-me la vida agradable i en tot moment he fet els possibles per tornar la gràcia. He detestat aquelles persones que per malícia i incúria m'han enganyat – una vegada!. Entre presentar les coses amb un mínim de decència i un màxim de barra, no hi ha sovint més que un petit esforç a realitzar. Així i tot, hom es nega sovint a realitzar-lo. (...) Queda, doncs, entès que entre menjar bé i menjar malament he preferit sempre el primer, no solament per mantenir el to d'una tradició que considero honorable, sinó perquè, els excessos de dolorisme, els trobo d'una vanitat insuportable."*²

² Pla, J. "La substància"..., p. 278

Avui, en canvi, les presentacions més austeres i les coccions més curtes fan més difícil aquesta pràctica. És possible que en alguns establiments encara pugui donar-se algun cas, com la substitució del filet de mero per la perca, el calamar per la canana, panga per llenguado, i algunes espècies més, motivat per la globalització dels mercats i la deficient traçabilitat de molts d'aquests productes.

“Existeix una picaresca que ja els propis proveïdors et proporcionen: unes espècies per unes altres. Ells mateixos t’ho diuen: “Tothom ofereix aquesta espècie per llenguado, aquesta altre per bacallà, aquesta altre per nero,..”. Això fa un mal col·lectiu al sector molt gran. Només cal veure a quins preus s’ofereixen alguns menús a primera línia de mar i quines espècies de peix s’hi inclouen.”.

La Cuina de Can Pipes

“No crec que hi hagin espècies que tinguin pèrdua de valor, el que crec es que simplement han deixat d’existir-ne algunes, com per exemple, els meros. (...) els que arriben aquí deuen venir de l’Àfrica, i per això els d’aquí es fan pagar el triple.”.

Simón

Els que es veuran obligats a fer canvis, són aquells que enganyen al client amb la qualitat, el preu i la congelació del producte, sobretot amb el peix. La gent no es tonta, i moltes vegades cobren barbaritats per productes de molt dubtosa qualitat. Coneixem un local de Palamós que dona Gamba de Huelva per Gamba de Palamós i inclòs hi posa el certificat al costat del plat.”

El Suquet

Cada dia hi ha més cultura de la gastronomia, i per tant, el client cada cop es torna més exigent. Aquest fet farà que no es pugui enganyar al client tant fàcilment com ho fan certs restaurants que ofereixen uns productes de baixa qualitat a preu de producte de gama alta. El client si veu que l’enganyen ja no tornarà a aquell restaurant, i això és un mal per a ell. No es pot vendre gat per llebre, perquè acaba passant factura. Els restaurants de gama mitja / alta, això ho tenen molt clar i utilitzen productes de primera qualitat, i això es veu. També els pescadors avui dia conserven i tracten molt millor el producte que no pas abans fins que arriba al destinatari. Crec que tots, clients, restauradors, pescadors,.. inconscientment ens anem exigint més.”

Oriol Blanes

8.4. Distribuïdors

L’assortiment de primera matèria s’encarrega principalment als distribuïdors i proveïdors majoristes. Segons estudis del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural i Marino (MARM, 2009), la restauració comercial utilitza al majorista com a principal proveïdor de productes de pesca (76%), seguit del fabricant (9%), l’establiment especialitzat (7%), el cash & carry (4%) i el lliure servei (hipermercats i supermercats) el 2%. La resta de canals de compra acaparen el 2% restant. Al Baix Empordà molt pocs restauradors accedeixen directament a comprar a les subhastes de les llotges. En canvi, alguns d’ells veurien amb bons ulls alguna alternativa a la dependència dels distribuïdors.

“S’ha escoltat que les mateixes confraries es vendrien ells mateixos el peix, i jo em vaig posar molt content i espero que així sigui algun dia. Encara que el pagués al mateix preu, em proporcionaria més confiança, i aquell tracte directe amb el peixater és bàsic. Els distribuïdors fan viatjar molt el producte abans que t’arribi a tu, encara que només hagi passat un dia.”

Portal de Mar

La confiança entre el restaurador i el distribuïdor és un element crucial en l'oferta d'un producte de qualitat. Aspectes com la certificació de l'origen, la qualitat del peix o el preu es fonamenten en aquesta relació de mútua dependència. Si bé el panorama observat és de relació cordial, en ocasions alguns restauradors han dubtat de la qualitat del producte que els venen els propis proveïdors, o del preu que ho venen. De fet, es regeixen pel preu que aquests estableixen. Tenir informació del sector extractiu, mantenint una estreta comunicació amb els pescadors, ajuda a reduir aquesta dependència.

“Com a peixaters o proveïdors de peix que són, el que haurien de fer és que si etiqueten, per exemple les Gambes de Palamós, almenys siguin de Palamós o estiguin pescades a Palamós i no com et trobes en moltes ocasions, que són de Port de la Selva o Roses.”

Portal de Mar

“El sector de la restauració està molt dividit: hi ha moltes enveges entre els diferents restaurants. (...) Amb el peix passa el mateix, quants restaurants estan comprant garoines legals? Dos!!, a quants restaurants els hi colen algun peix que no és d'aquí i l'hi certifiquen que és d'aquí?.. La picaresca existeix perquè no surten els números i perquè es vol fer diner fàcil.”

La Cuina de Can Pipes

“La mateixa confiança que jo haig de tenir amb el meu peixater, és la mateixa confiança que el client ha de tenir amb mi, i això són coses que no es poden traïr.”

Pa i Raïm

“El problema de la desconfiança dels restauradors amb els seus distribuïdors, ve donada primera perquè aquests augmenten els preus d'una manera desorbitada, i segona, perquè en ocasions et venen productes d'un suposat lloc quan veritablement venen d'altres indrets del món. Això passa molt en el món de les verdures: et venen ceba de Figueres i ve de Sud Amèrica, o et venen bolets del país, i després veus que venen de països de l'Est. Això es veu en la qualitat del producte. El problema principal és que te l'estan cobrant a preu d'aquí. Has d'anar marcant una mica als proveïdors. En aquest cas, passarà el mateix que als restaurants, t'enganyaran una vegada, però després deixaràs de comprar-los-hi.

Oriol Blanes

La qualitat de la cuina del peix empordanesa, doncs, no depèn únicament del cuiner que, en última instància, cuina pel consumidor, sinó que des de que el peix surt de l'aigua s'estableix una cadena on cada una de les baules – pescadors, distribuïdors, peixaters, restauradors, cuiners – tenen responsabilitats concretes en l'assoliment de l'excel·lència culinària i en la promoció de la cuina empordanesa.

8.5. Pèrdues de valor i augment de prestigi

No sempre s'han consumit les mateixes espècies ni de la mateixa manera. La cuina és un sector dinàmic que rep influències culturals, socials, econòmiques i també ecològiques. Per exemple, antigament es consumien espècies com la tortuga o el dofí, pràctiques avui desaparegudes; la morena també s'ha deixat de consumir. A un altre nivell, peixos que havien estat a bastament consumits i estimats, avui han perdut bona part del seu prestigi i el consum s'ha reduït molt. Alguns dels motius esgrimits pels entrevistats alhora d'explicar aquestes variacions són:

- Modes vinculades al consum de determinats productes, com el Gall de Sant Pere o les espardenyas

- Evolució del preu de l'espècie, sigui a l'alça o a la baixa, i els efectes del context econòmic.
- Popularització i massificació del producte, que fa que algunes persones decideixin deixar de menjar-lo o es critiqui el seu consum, com les garoines
- Influència de les espècies procedents de la piscifactoria, popularitzant en alguns casos i estigmatitzant en altres, com l'orada o el llobarro
- Escassetat del producte al mercat derivada de la sobreexplotació de l'espècie, com la tonyina o els peixos d'escata.

Com es pot comprovar, no hi ha una opinió única al respecte:

“El bacallà actualment crec que s'està convertint en un peix de nivell, s'està revaloritzant molt i això també repercuteix en el seu preu. Les sardines també és un peix que el seu preu està pujant molt sense cap sentit, i les garoines abans ningú els feia cas i ara s'ha convertit en quelcom prohibitiu.”

Tragamar

“La sardina o el verat són peixos que abans no se'ls donava valor i avui dia s'utilitzen en la preparació de plats molt sofisticats. Han guanyat molt valor en els darrers anys.”

Hotel Tamariu

“Els sargs és una espècie que ha tingut una pèrdua de valor molt gran perquè quedaven molt durs i no et podies arriscar a quedar malament amb el client, i avui dia si n'ofereixes la gent no en vol, i per les espècies que nosaltres treballem habitualment no crec que cap tingui més prestigi que abans.”

El Suquet

“El cap-roig s'ha revaloritzat perquè les captures han minvat molt i la qualitat del peix és excel·lent”

Club Nàutic Costa Brava

“Tots els peixos quan es massifiquen a les cartes de tots els restaurants perden valor (...) Segons el que veig en la clientela, la “qualitat” del producte depèn del preu que costi. Quan més cara és una espècie, més valor té per ells.”

La Terrassa dels Pescadors

“...actualment els “uriços” tenen molta demanda quan antigament no en menjava quasi ningú.”

Cau dels Pescadors

“La lluerneta crec que és més apreciada que abans... la demanda ha pujat, però a vegades tot això són modes, i a la que passa, es torna a consumir les espècies habituals: llobarro, orada,..”

Pa i Raim

“Hi ha moltes espècies que s'han revaloritzat molt en els darrers anys. Quasi sempre són espècies que ja eren de luxe fa uns anys, però que ara s'han tornat de super-luxe i estan a preus desorbitats com les espadenyas, els popets, la llagosta, les gambes o inclús els xipirons,... Quan comença a escassejar el producte és quan realment es torna caríssim i també quan en vens menys quantitat perquè llavors no tothom s'ho pot permetre.”

La Taverna del Mar

Com a peix, primer de tots és el rom, després el caproig, el rap, el llobarro, el lluç, l'orada, el pagell, el pagre. Un peix que també surt molt és el gall de Sant Pere, sobretot els francesos, igual que els rogers. En canvi, hi ha peixos que només el compro si sé que un client que m'ha reservat una taula li agrada.

La Galera

“El sard és l’espècie que més valor a perdut en els darrers temps pel tema de la malaltia que van agafar i per la qual quedaven durs. Avui dia una espècie que té molt més prestigi que abans és el calet o besuc de la piga, perquè és un peix molt bo i molt saborós i ha anat pujant també degut a que durant anys no s’han agafat déntols. L’any passat ja se’n van començar a agafar i aquest any continuen essent bones les captures.”

Xaco

“El gall és el peix que més prestigi ha agafat en els darrers anys (...) perquè se n’agafen molts més i més grans que abans, per tant també s’ha fet més conegut entre els clients. També és un peix que m’ha salvat molts dies a l’estiu...”

El Racó de Torre Valentina

“Crec que tots s’han anat revaloritzant molt i que s’ha potenciat o ha augmentat el consum de determinades espècies més que abans, com pugui ser la rascassa o el cap-roig, que actualment estan a preus prohibitius. També suposo que és perquè hi ha menys captures.”

Les Salines

9. Cuiners i personal. Estudis i Experiència

El sector de la restauració manté una forta demanda de mà d'obra, tant de cambrers com de cuiners i responsables de sala i cuina. A la cuina els seus professionals constitueixen una peça clau en el funcionament d'un establiment de restauració. La majoria de cuines es divideixen en diversos sectors, segons les seves àrees de funcionament: focs, planxa, forn, fregits, zona freda, preparació i neteja. La distribució del personal varia a cada restaurant segons les àrees necessàries a cobrir, depenent en gran mesura del número de places al públic que disposi l'establiment i del tipus de carta que ofereixen.

Una gran majoria dels xefs de la comarca són propietaris o co-propietaris de l'establiment en el que treballen, majoritàriament en els locals de trajectòria familiar (69%). La resta, amb comptades excepcions, són assalariats. L'edat i la nacionalitat dels cuiners de molts restaurants influeixen a l'hora d'elaborar un tipus de cuina concreta. Majoritàriament, els joves cuiners estan més interessats en la cuina innovadora i d'autor, degut en bona mesura a la seva vocació inquieta, experimental, vinculada a les escoles oficials i en moltes ocasions a fenòmens mediàtics i de revalorització de la cuina en els mitjans de comunicació. En canvi, els cuiners d'edat avançada i amb més experiència laboral, aposten per la cuina tradicional i evolutiva, molt vinculada al receptari popular. En aquest sentit, un aprenentatge de l'ofici diferent, així com el bagatge al capdavant dels fogons tendeix a donar resultats distints i diversos a la cuina empordanesa.

És opinió generalitzada que per incorporar membres a la plantilla d'una cuina es prioritza, per ordre, la motivació per la professió, l'experiència i per últim els estudis. Els estudis reglats d'hostaleria és una variable molt poc valorada pels responsables dels establiments, i només es tenen en compte alhora de contractar personal auxiliar: ajudant de cuina, preparador o frega plats. Els restauradors opinen que els estudis proporcionen metodologia de treball i una organització útil en les tasques a desenvolupar posteriorment, però no preparen els alumnes per a la feina real.

“Quan busquem nous treballadors per a la cuina, prioritzem més l'experiència que els estudis, perquè molts surten de l'escola que no et saben agafar ni un ganivet.”

La Salinera

“Els meus fills van decidir posar-se a estudiar hostaleria, tot i que realment la persona que els ha ensenyat a cuinar ha sigut la meva dona. A l'escola han après tècniques d'organització de la cuina i procediments, que també són molt necessaris pel bon funcionament d'una cuina.”

Simón

“Alhora de contractar personal, prioritzem l'experiència, perquè els estudis en l'àmbit de la Hostaleria no s'ajusten al món laboral real.”

Les Salines

“A les escoles d'hostaleria s'ensenyen les bases de l'ofici però després cadascú s'ha de formar. Allà s'ensenya com netejar un peix, per exemple, que es pot fer amb ell i quines sortides culinàries pot tenir. (...) S'entén que el sector prefereixi gent amb experiència més que no pas amb estudis, però això, només els que volen contractar a la gent el mes i mig just de la temporada turística. Si busques algú per tot l'any prefereixes gent que tingui la seva formació.”

Oriol Blanes

La manca de formació de l'aspirant, en ocasions, té un aspecte positiu: hom pot ensenyar més fàcilment al nou treballador els hàbits de treball de cada restaurant, les tècniques i els protocols. Tot i això, la gran majoria de restauradors coincideixen a opinar que la manca de motivació és el principal repte. La duresa de l'ofici, els horaris i els sous ajustats dificulten trobar mà d'obra especialitzada, motivada i que aporti valor.

“Si busquem un ajudant de cuina, per exemple, prioritzem les ganes de treballar, que vulgui aprendre l'ofici, no simplement treballar per treballar. Avui dia costa molt trobar gent motivada per exercir aquest ofici, no es troba gent que l'hi agradi la feina que fa. La gent no està disposada a fer segons quines tasques dins de la pròpia feina. Venen a buscar feina i amb moltes exigències, sense demostrar la seva vàlua.”.

Tragamar

“Quan busco personal a la cuina prioritzo el carinyo a l'experiència o els estudis. Si poses carinyo als plats i a la manera de cuinar-los aquell peix quedarà perfecte”.

La Terrassa dels Pescadors

“Quan busquem personal de cuina volem gent jove, amb bona actitud i fresca de mentalitat,... prioritzem això abans que experiència o formació.”.

El Cellar de la Planassa

“Valorem les ganes de treballar més que no pas estudis ni experiència, ja que també d'aquesta manera els podem ensenyar més a l'estil de cuina de casa nostra.”

Guillermo

“Quan busquem personal de cuina ens és molt important la voluntat de treball i que siguin sensibles a voler aprendre,.. si després tenen experiència millor, però no és realment important, ja que a vegades és més senzill que no en tinguin gaire perquè d'aquesta manera es poden amollar més fàcilment a l'estil de cuina del teu restaurant.”.

Sala Gran

Paral·lelament es lamenta la manca de coneixement i preparació en les bases de receptari tradicional i popular més vinculat al territori i la seva història, fet que dificulta afrontar amb èxit alguns plats típics de la cuina empordanesa.

10. El client

El coneixement del perfil del client, els seus hàbits i comportaments és un dels aspectes fonamentals del negoci de la restauració. Avui s'estan utilitzant complexes eines metodològiques per segmentar el mercat i identificar clarament les oportunitats de negoci. No obstant, segons apunten darrers estudis (MARM, 2009) el client del restaurant s'està transformant a causa de les experiències viscudes durant la crisi, canvis que marquen tendències de futur:

Un ajustament de la demanda

- S'estima una reducció d'un 13% de mitjana del número del número de visites.
- Selecció dels restaurants amb un preu més ajustat.
- Reducció del ticket mitjà (i de les propines).

Transformació en les motivacions en el consum

- Del consum *aspiracional* (status) al consum *transcendental*, intimista i familiar.
- Valoració del coneixement i l'expertesa de l'establiment.
- Polarització entre demanda de productes de luxe i econòmics, radicalització de les compres.
- Cerca de la promoció o ganga.

Canvis en la manera de consumir

- Productes assequibles i preus ajustats: mitjos menús, menús compartits, plats únics combinats...
- Augment d'exigència el consumidor envers el producte i el servei
- Potenciació de serveis com el menjar per emportar, bufets lliures, menjars ràpids...
- Retorn al tuperware

Aquests són alguns elements que perfil el consumidor del futur a curt i mig termini, molt influenciat per les experiències viscudes arran de la crisi i dels canvis operats en bona part dels estrats socials. La cuina del peix, doncs, hauria prendre en consideració aquests paràmetres en termes de producte, tipus de cuina, establiments, etc., per ajustar l'oferta al nou paradigma de consum.

10.1. Perfil del client

Segons dades recollides dels propis informants, el client habitual que consumeix peix al Baix Empordà és de mitjana edat (35-55 anys) amb un poder adquisitiu mig o mig/alt, i valora en conjunt la qualitat del producte i el seu preu, el tipus de cuina i el servei de l'establiment. Segons el Consell Comarcal del Baix Empordà, s'adiu amb el perfil de turista nacional i estranger que habitualment visita la comarca.

Els clients més joves (18-34 anys) conformen un segment en alça – limitat pels efectes que la crisi està tenint en ell – però al que costa fer arribar el producte, especialment perquè comparativament el peix és més car que altres productes i no està molt estès en la dieta quotidiana d'aquesta franja d'edat. Els joves surten molt a menjar fora de casa – cada cop més –, però han d'apostar per opcions econòmiques. Els clients més madurs (>56) continuen demanant peix als restaurants, però en menor mesura, i en limiten el consum, majoritàriament, a esdeveniments especials i trobades amb amics o familiars.

Preguntats els restauradors pels motius que mouen els clients a menjar peix als seus establiments assenyalen aspectes com la manca de coneixement culinari i temps del client per elaborar-lo a casa, les molèsties que provoca cuinar peix a casa, el consum de peix fora de casa com una excepcionalitat, com a símbol de distinció social i per qüestions nutricionals i dietètiques.

“Es consumeix peix al restaurant, perquè a casa no hi ha el material necessari i perquè el temps que es disposa avui dia per dedicar-se a la cuina és molt poc. Al ser poc temps, es cuinen plats més senzills, com pasta, patates, verdures,.. i això fa que aquests productes o plats més elaborats vinguin de gust consumir-los en els restaurants. És més fàcil i còmode menjar el peix als restaurants que no a casa.”

Tragamar

“El client consumeix peix al restaurant perquè a les cases no queda mai igual pel tipus de material que disposem, les planxes no són les mateixes,... i una sípia feta aquí o a casa pot variar”

Petit Bar

“El client menja peix al restaurant perquè a casa no els surt com pugui sortir aquí, a més, els pressuposa molta més feina”

La Salinera

“La gent ve a menjar peix allà on queda millor menjar-lo, als millors locals, independentment de la qualitat del producte”.

La Terrassa dels Pescadors

“El client demana als Restaurants el peix que a casa no es compra, per això aquí el Rap o el Lluç no tenen sortida i no el tenim.”

L’Arcada

“Hi ha peixos que a casa no es poden fer, perquè no existeix la maquinària necessària. El peix necessita la planxa a temperatura molt alta i a casa no es pot cuinar (...) per això mateix a plaça no hi ha tampoc les mateixes espècies.”

L’Arcada

“La gent ve a menjar el peix per comoditat, per evitar la complicació que significa cuinar-lo, i no necessàriament espècies cares. Tinc clients que venen a menjar sardines aquí perquè les senyores diuen que els queda molta pudor després a casa. (...) Cuinar el peix a casa porta més feina que no pas fer un bistec.”

Cau dels Pescadors

La gent a casa no es fa tant de peix com carn per la complicació de cuinar-lo que això representa.”

Pa i Raim

“El client menja peix al restaurant perquè és més empipador de fer a casa. Al restaurant s’acostuma a demanar el peix cuinat amb aquelles receptes més laborioses.”

El Cellar de la Planassa

“Hi ha un tipus de gent que quan arribem a una edat canviem els hàbits de menjar i mengem més peix que no quan s’és jove, sigui per prescripció mèdica o perquè et sents millor amb tu mateix. La salut influeix en el consum de peix o no.”

Durant dècades, el consum de peix al restaurant s'ha associat a classes socials acomodades, sobretot algunes classes de marisc. El terme "mariscada", malgrat que cau en desús, encara significa per a molts un àpat excepcional, un banquet car i ostentós reservat només per a ocasions especials. Per alguns restauradors continua sent així encara avui dia:

"Peix i marisc, però sobretot marisc, s'associa amb diner i a una categoria social alta. Quan es vol celebrar algun fet important o alguna data important, sempre es tendeix a fer-ho amb una bona mariscada, com a fet excepcional. Hi ha una altra manera d'associar-ho que és amb una cultura gastronòmica important, perquè pot haver-hi gent amb un poder adquisitiu molt alt i no saber valorar el que tenen davant, i en canvi gent que tindrà un poder adquisitiu més baix i sabrà molt bé el que tenen davant; no vindran tant sovint perquè potser no s'ho podran permetre, però que valoraran molt més el producte que mengen."

La Gamba

Per una banda s'apunta que el peix s'ha estès de forma notable entre molts sectors socials i de forma transversal. En canvi, espècies de peix i marisc concretes, amb preus a la banda més alta, continuaran patint una associació amb les classes socials més acomodades:

"El consum de peix en general no s'associa a un nivell social alt, potser sí algunes espècies concretes, però no tot el peix en general. Tota classe de clients mengen peix, alguns musclos i altres gambes."

Hotel Tamariu

"El consum de peix en general no crec que s'associï a una classe social alta; avui dia tothom menja peix, però el que sí està clar és que no costa el mateix menjar un plat de peix que un plat d'arròs."

El Racó de Torre Valentina

"El peix continua essent en menor proporció un producte destinat a una classe social elevada, tot i que l'aparició de la piscifactoria i per tant, la massificació del peix a baix cost, ha fet que ja no sigui un producte tant elitista. Únicament passaran a ser-ho aquelles espècies, que per preu, quedin per a una minoria."

Tragamar

"Les espècies es consumeixen molt segons el seu preu, i algunes només les pot consumir el que s'ho pot permetre (...) El poder adquisitiu del client marca les espècies que es consumeixen i moltes vegades es mengen també per ostentació, tot i que no és sinònim de menjar millor."

Xivarri

La crisi econòmica iniciada el 2008 també es nota als restaurants de peix. Significat un canvi de tendència en el comportament de molts clients que durant varis anys no escollien plat o restaurant només pel preu. Hom constanta que darrerament es compara més, es redueix el menú, es comparteixen més plats i es demanen menys extres (vi, postres, copa). Tot plegat fa que en alguns casos s'hagi mantingut el número de clients però s'hagi reduït la facturació global dels restaurants.

10.2. Freqüència

No s'han aconseguit dades concretes de freqüentació de clients als restaurants de la mostra. S'han extret, això sí, algunes valoracions. Per exemple, la freqüència varia força amb l'època de l'any: augmenta en

èpoques estiuenques, no tant sols per l'augment poblacional i turístic, si no perquè coincidint amb la calor es menja de forma més lleugera i sobretot als vespres (sopars), que és quan més producte de peix es consumeix, principalment a la planxa. A migdia (dinars) és serveixen més arrossos i "plats de picar" en forma de calamars, xipirons, musclos,...

L'economia domèstica també influeix en la freqüència de consum de peix

"La gent que menja peix ja sap que se'n va a un pressupost més elevat que no pas aquell que menja un pica-pica i després un arròs; aquest és potser el client que ve més als migdies i el de peix més a les nits."

Xaco

"El client que majoritàriament tenim en el restaurant és de mitjana edat i és el que actualment deixa els diners, perquè el jovent no porta la butxaca plena, i prefereixen menjar una pizza que no menjar peix que els representa més despesa. El que mana és la butxaca."

Simón

10.3. Coneixement del producte

Per a aconseguir revaloritzar la cuina tradicional marinera és condició necessària estendre el coneixement i promocionar els productes del mar. Això porta a estudiar el grau de coneixement que la població té del peix i marisc que consumeix al restaurants. Com hem vist, és una variable molt important per evitar pràctiques fraudulentas i assegurar la procedència i qualitat de l'oferta global. Organismes oficials com el FROM duen a terme campanyes per donar a conèixer el producte i fomentar el seu consum, però el grau de cognició sobre les espècies, les seves propietats o les formes de cuinar-les és discutible.

Els restauradors entren en contradiccions en el moment que se'ls pregunta si el client del seu establiment coneix els productes que sol·licita i si sabria distingir entre un peix salvatge o de piscifactoria. La majoria valoren la seva clientela com a bona coneixedora del món del peix, i creuen que sabrien distingir al mercat les espècies que demanen. Però no és una clientela experta, pel que no estan segurs de que sabessin mesurar l'estat del producte o la seva procedència (salvatge, fresc, congelat, piscifactoria...). En general, no hi ha una opinió unànime sobre el nivell de coneixement, l'expertesa del consumidor: alguns consideren que els seus clients són bons coneixedors, i altres no tant.

"La gran majoria dels clients saben perfectament el que demanen i coneixen el producte. Tot i això, també es deixen assessorar."

Petit Bar

"A Palamós, el client sempre ve a menjar peix i amb les idees bastant clares del que vol menjar."

Xivarri

"La gent sap el que es demana, però no sé fins a quin punt hi entenen realment, el que sí crec és que sabria diferenciar entre un peix salvatge o un de piscifactoria"

Bo.tic

“El client coneix els productes que demana i no dubto en què sabrien diferenciar entre un peix salvatge i un de piscifactoria.”.

Simón

“Hi ha moltes espècies que per falta de coneixement la gent no vol ni provar-les encara que els expliquis que són molt bones, com els panegals, els mabres, els serrans,.. si els hi poses dins d’una graellada de peix variada, cap problema, però menjar-s’ho com a peix principal, no. (...). La gent menja més per la vista que no pas pel paladar.”.

Xaco

També es percep que hi ha un segment de clients que encara pensen que les espècies més conegudes i sobretot les més cares són les “més bones”. Una part important, sobretot estranger, continua relacionant qualitat amb preu.

“Segons el tipus de client i el seu poder adquisitiu si que varien les espècies de peix que es demanen. El client estranger és el client que equipara preu amb qualitat, quan més car, més bo es pensa que és; el client d’aquí ja coneix els preus de mercat aproximadament i no necessàriament relaciona qualitat amb preu. Nosaltres hem de fer pedagogia del peix.”

L’Arcada

“La gent associa els peixos més coneguts amb més qualitat, quan no és així. Al client l’hi passes un panegal, per exemple, i pensen que no mengem tanta qualitat, quan la textura a vegades és molt millor que la d’un llobarro.”

Botic

Molt sovint, el restauradors que aposten per espècies menys conegudes es veuen obligats a fer pedagogia del peix, com pugui ser el déntol, el corball, el gall de Sant Pere... Alguns restauradors no arriben a oferir-los directament no les ofereixen. També noten una diferència entre el major coneixement de la població local enfront del turista, sigui nacional o estranger.

“Els clients de Sant Feliu, de Palamós,... de mar, et sabrien diferenciar més entre un peix salvatge o un de piscifactoria, els d’interior potser no tant.”

Cau dels Pescadors

“El turisme mediterrani en general té força cultura del peix i n’aprecia molt la qualitat però com més del nord és, més desconeixement té i l’hi dona menys valor”

La Gamba

El client, excepte comptades ocasions, sap perfectament el que demana. El client nacional sabria distingir entre un peix salvatge i un de piscifactoria, però l’estranger crec que no, però depèn molt de la cultura gastronòmica que cada un tingui. Aquesta cultura no s’aprèn anant de Restaurants.”.

Les Salines

La tendència apunta a que acudir a un restaurant avui sobrepasa la mera experiència sensorial. Malgrat que sovint no hi entengui, el client vol tenir més informació del que menja, sobretot si en paga un preu elevat. Molts restauradors ofereix un servei acurat que inclou un assessorament de les espècies, explicacions sobre

les seves propietats, coccions, valors gastronòmics i nutritius, maridatge de vins, etc. La formació i l'aprenentatge mentre es menja és un valor afegit en alça que el client cada vegada aprecia més.

“Al client habitual el que més l’hi agrada és el tracte familiar i poder veure el producte que han de menjar, que els hi donem les explicacions de quin peix és, de com els pot agradar més, si cuinat d’una manera o d’una altra,.. aquestes coses a la gent els encanta.

Xaco

“Ens toca fer pedagogia del peix als clients, que és una cosa que molts restaurants han oblidat de fer.”

La Xicra

El producte l’haig de promocionar jo amb el risc que a mi això em suposa; no hi ha cap suport de promoció externa per ampliar el coneixement d’espècies diferents.”

Arcada

11. La cuina del peix i el turisme gastronòmic

En aquest apartat s'analitza el pes que té i pot tenir la indústria turística en la configuració de l'oferta gastronòmica i en la perpetuació d'una cuina tradicional marinera, fonamentada en el que s'anomena "turisme gastronòmic". S'ha constatat que un gruix important dels clients dels restaurants són turistes, entesos com aquelles persones que es desplacen i romanen fora de llur domicili habitual per un període de temps que pot ser d'un dia o més. Aquí s'inclou des del turisme de cap de setmana, el de segona residència o l'estacional, nacional o estranger.

11.1. El paper del turisme

Un dels elements de desenvolupament més importants per a la hostaleria de la Costa Brava és el turisme, nacional o estranger. Catalunya en general i el Baix Empordà en particular són un referent turístic en base a una convergència de factors (García Pascual, 2004):

- Proximitat i bones comunicacions amb França i amb la resta d'Europa Occidental
- Disponibilitat potencial per usos turístics de recursos naturals diferenciats, com una climatologia favorable.
- Existència d'una demanda interna d'activitats turístiques i d'oci elevada, procedent sobretot de Barcelona i l'àrea metropolitana.
- Riquesa paisatgística, patrimonial, arquitectònica, artística, cultural, etc.
- Potent oferta d'allotjament i serveis turístics.

Aquest turisme es caracteritza per una elevada concentració territorial. La marca turística "Costa Brava" és el segon destí turístic de Catalunya després de Barcelona. Segons estimacions de l'IDESCAT en els darrers 10 anys la destinació ha rebut de mitjana 2 milions i mig de turistes anuals.

24. Evolució del turisme a la Costa Brava, 1999-2009

Any	Turistes
1999	2.284,2
2000	2.298,5
2001	2277,4
2002	2263,6
2003	2.283,8
2004	2357,10
2005	2569,10
2006	2.959,0
2007	2974,4
2008	2805,9
2009	2643,1

Font: IDESCAT. Dades de pernoctacions al destí. En millers.

A la Costa Brava conviuen diferents models turístics, des del turisme "low cost" al familiar, residencial, o rural. Malgrat comptar amb una economia prou diversificada, al Baix Empordà el sector serveis continua representant el 68% del seu VAB (Valor Afegit Brut). Al 2002, últim cens disponible, l'hostaleria representava el 27,7% de totes les empreses de servei. Segons dades de 2009, la comarca comptava amb 295 establiments d'allotjament turístic (hotels, càmpings, cases rurals) amb una oferta total de 70.000 places.

25. Allotjaments turístics al Baix Empordà, 2006

	Hotels	Càmpings
Pals	564	6924
Begur	667	758
Palafrugell	1180	3961
Mont-ras	17	1213
Calonge	1234	8116
Palamós	1053	4364
Santa Cristina	369	3306
Castell-Platja	4245	9696
Sant Feliu de	1796	383

IDESCAT 2008

La Costa Brava no és un destí homogeni. Segons la localització presenta diferents i models turístics i nivells de desenvolupament. El Baix Empordà, en concret, és defineix per:

- Turisme de segona residència i d'apartament de lloguer de caràcter estacional
- Caràcter familiar, procedent de les comarques gironines i barcelonines
- Visitant estranger procedent principalment de França
- Poder adquisitiu mig-alt dels visitants

Al Baix Empordà hi ha prop de 60.000 habitatges de segona residència, un número major que el de residències habituals. La segona residència domina el territori de municipis com Calonge, Santa Cristina d'Aro o Begur. Comparativament, la densitat d'aquest tipus d'habitatge és molt més elevada al Baix Empordà que a la resta de la costa gironina. En aquesta segona residència també s'inclouen els apartaments de lloguer. Segons l'IDESCAT, la majoria s'utilitzen de mitjana només entre 30 i 90 dies a l'any.

L'estacionalització del turisme a la Costa Brava és un dels handicaps endèmics de la destinació. L'afluència de visitants, tant de segona residència com estranger, es continua concentrant als mesos d'estiu (15 de juny -15 de setembre), i en menor mesura durant la Setmana Santa. La imatge que genera la saturació d'alguns espais posa en qüestió la pròpia sostenibilitat a mig termini de la indústria turística. La presa de consciència dels perjudicis que provoca la densificació del destí en breus períodes i la necessitat de buscar noves oportunitats, entre altres motius, ha provocat que s'entri en un procés de canvi. Donaire apuntava el 1997 les noves estratègies desenvolupades per les administracions per superar el repte: la incorporació del rerepaís a l'oferta turística, una nova política urbanística per reduir altures i densitats, obertura i consolidació de fronts marítims per a la població, preservació d'espais naturals, la recerca de nous espais emissors i l'aparició de noves iniciatives locals orientades a la creació de nous productes turístics que impliquen la incorporació dels recursos naturals i culturals. (Donaire, 1997). La millora de les infraestructures (autovia C31) i la dinamització de l'aeroport gironí amb la companyia Ryanair, està incidint també en el model turístic i econòmic habitual a la comarca.

11.2. El comportament del turisme

En aquest sentit, la creació de nous productes turístics passa al Baix Empordà per ampliar i promocionar l'oferta gastronòmica, així com per la configuració d'un nou "turisme gastronòmic": la visita a productors primaris o secundaris d'aliments, participació en fires, campanyes i festivals gastronòmics o la cerca de restaurants o llocs específics on la degustació d'aliments i tota l'experiència inherent és la principal raó de viatjar. Aquest nou segment de la indústria turística incideixi especialment en aquest canvi de model tot incrementant l'afluència de visitants durant la temporada "baixa".

Des de les institucions es creu que l'elaboració d'una oferta gastronòmica potent, fonamentada en els productes característics del territori, pot influir en l'atracció d'un perfil de visitant més interessat en la valoració i degustació del producte local. Però el paper que pot jugar aquí la gastronomia genera entre el sector de la restauració diversitat d'opinions. Una part té una visió molt positiva de l'emergent "turisme gastronòmic":

"el turisme gastronòmic i cultural és la clau per reactivar l'economia turística, i que s'aconseguirà buscant l'especialització de cada petit comerç, utilitzant productes de primera qualitat en cada un dels diferents àmbits. Les actuals inversions en infraestructures viaries, així com el possible augment del trànsit de creuers al port de Palamós, també pot ser molt positiu per aquesta reactivació".

La Gamba

La projecció internacional de la cuina catalana durant l'última dècada ha ajudat a conèixer millor la cultura popular i gastronòmica de la regió. Aquesta projecció ha d'estar acompanyada, uniformement per tot el sector de restauració de la comarca, a potenciar els productes de peix autòctons i de qualitat:

"La projecció internacional de la cuina catalana ha ajudat a que la gastronomia sigui un punt d'interès turístic més. Els turistes cada cop demanen menys "paella i sangria" i sol·liciten més productes autòctons de la regió, els agrada conèixer la cuina d'aquí. El món ha conegut la cuina catalana i això ens ha ajudat moltíssim."

Tragamar

Actualment, la sensibilitat per la cultura culinària del turista és major que la del turista de fa unes dècades, i això fa que estigui més predisposat a conèixer la del seu destí. Per això tendeixen a desaparèixer de les cuines dels restaurants aquells plats destinats únicament al sector turístic i donar sortida als productes autòctons:

"El client turista és el client que gaudeix quan tu l'hi saps vendre el teu producte autòcton, el teu vi autòcton i la teva formació. El turista continua valorant el producte d'aquí igual que sempre, es a dir, molt; els que hem evolucionat som nosaltres mateixos que hem après a valorar més el nostres productes envers els de fora."

Taverna del Mar

"El turista que ens visita té una cultura culinària molt important. Els estrangers abans demanaven exclusivament la paella i va costar que fessin el canvi, però ara només demanen els diversos arrossos a la cassola que es fan i ja s'han oblidat del tòpic de la paella. Hi ha molt turista d'hotel, no exclusivament de segona residència, però ja habituat a venir a casa nostra."

Les Panolles

En canvi, molts restauradors de la comarca no han notat encara la seva incidència, i menys creuen que el turisme gastronòmic sigui motor de canvi. En general, no consideren que actualment hi hagi un interès més gran per la gastronomia entre aquests nous visitants que abans:

“El turista continua visitant la nostra zona pel sol i platja, desenganyem-nos, que per una altra raó no vindrien. Si el turista a més es troba un bon menjar, millor, però si només hagués de ser pel menjar, aquí en vindrien quatre.”.

Torre Valentina

“Els vols de baix cost ens han fet més mal que bé, crec jo, ja que això ha fet que per exemple, molts caps de setmana els bons clients d'aquí marxin cap a altres destinacions, i el turista que ens arriba és de molt baix poder adquisitiu, i per tant ens perjudica el negoci. (...) La qualitat del turisme que tenim a Palamós no és gaire alta, comparant-ho amb altres poblacions veïnes com Begur, Llafranc, ...”.

Celler de la Planassa

No tot el turisme estranger és igual. La cultura gastronòmica dels països d'origen es deixa sentir en el valor que li atorguen a la cuina local. L'experiència dels restauradors ve a demostrar que segons la procedència el turista mostra una actitud o altra envers el peix.

“Si hem de valorar els canvis en els hàbits dels turistes, i saber si estan més interessats en la cultura gastronòmica que abans, crec que ho hauríem de fer depenent de cada nacionalitat, perquè són molt diferents. El turista francès valora molt la nostra cuina i l'hi agrada, però si em dius d'algun altre lloc, com per exemple l'anglès, a aquest no l'hi parlis de menjar perquè no l'importa, però en canvi un bon vi sí que el valora i l'hi agrada. La cultura del vi és un complement important a la nostra cuina.”

Salines

(...) També depèn molt de les nacionalitats que ens visiten, perquè per exemple els anglesos no els pots oferir peixos típics d'aquí, com un sarg, un pagell,.. perquè no te'ls volen, i a sobre, els hi has de portar sense el cap, perquè els hi fa angúnia i a l'igual els passa amb les gambes, que els hi hem de treure els caps, tot i ser considerat per nosaltres com la part més bona. El turista francès està molt habituat al tipus de peix que es menja aquí i es pot comparar molt amb el client nacional en aquest sentit.”.

Salines

“Els estrangers no els pots posar els caps al plat, perquè diuen que els miren, els fa angúnia i no s'ho mengen. Aquí, mirant a les grans masses, més o menys, també hi ha casos.”.

Oriol Blanes

Valorar si és millor el turisme estranger o el nacional es fa difícil en temps de crisi com l'actual, però si que tal i com observen els restauradors, el nacional continua sortint més sovint que l'estranger, encara que la despesa que realitzi sigui molt menor que en anys anteriors:

“Tenim un turisme nacional molt més pobre, surten igual, però gasten molt menys. El turista estranger surt menys, però gasta molt més en comparació del d'aquí.”

Terrassa dels pescadors

“Les diferències notables entre el turista estranger i el nacional és que l'uropeu controla molt el que gasta i el nacional fins ara no ho feia, sigui pel tarannà típic mediterrani, però ara s'ha hagut de

començar a acostumar a controlar molt més les despeses i realment n'hi ha que venen al Restaurant i mengen per "sobreviure" i altres que ho fan per gaudir del producte."

Sala Gran

Alguns restauradors encara no confien gaire en el turisme estranger que pugui visitar la comarca, ni a costa i menys encara a interior. El consideren com un turisme amb molts pocs recursos econòmics, el que anomenen en argot "turisme d'espardenya". El que sí consideren un bon turisme estranger és el de segona residència, ja que aquest passa llargues temporades instal·lat a la zona i posseeix un alt poder adquisitiu i valora, a més de la climatologia del país, la gastronomia de la regió.

"A Sant Feliu el turisme que hi ha és un turisme resident i que fa temps que és aquí, perquè el turisme estranger amb el peix és molt inculte; no saben el que és, no el saben valorar ni apreciar i acaben amb musclos i paella. (...) El turisme que ve, desgraciadament, és de molt baixa qualitat... és turisme d'espardenya. Nosaltres treballem molt amb turisme nacional d'Osona, des que hi ha l'eix transversal, amb bon poder adquisitiu i que valoren molt el producte. (...) L'únic turista bo actualment és l'anglès que ve a jugar als camps de golf i passa dos o tres dies a la zona, i això des de que hi ha el Ryanair."

Cau dels Pescadors

Els esforços principals del sector de la restauració, però, es centren en captar el client nacional que, tot i estar actualment tocat per la crisi econòmica, els continua aportant bona part dels ingressos dels seus negocis.

11.3. La patrimonialització de la cuina marinera

Com es dia a la introducció, un objectiu principal dels gestors turístics de la Costa Brava és la cerca d'ítems que aportin valor afegit a una oferta turística caducada i poc competitiva en els mercats globals. Seguint l'anàlisi de l'antropòleg Jesús Contreras (Contreras, 2010) com a reacció als efectes homogeneïtzadors de la globalització, s'estan promocionant cada cop amb més força el patrimoni cultural local i regional, les tradicions associades i els productes vinculats al territori. Dintre del ventall d'oportunitats obertes amb els "nous turismes", la gastronomia apunta com un dels fonaments de la renovació de l'oferta. El turisme gastronòmic, inclòs dins del més genèric turisme cultural, pot ser un revulsiu important per a l'economia de la comarca. En aquest sentit, la Generalitat de Catalunya hi aposta decididament. La gastronomia es promou específicament a través del portal Turisme de Catalunya, on es convida el visitant a una "ruta dels productes del mar" en la que es destaquen una sèrie de punts d'interès relacionats amb la indústria pesquera, el patrimoni marítim i la gastronomia marinera.

En relació a la gastronomia i el turisme, s'observa diverses tendències en els darrers anys. Per un costat, Catalunya en general i l'Empordà en particular s'ha distingit per la "alta cuina" i productes de primeríssima qualitat, de la mà de fenòmens mediàtics i restaurants de primera categoria reconeguts arreu del món. Però al costat d'aquesta oferta, s'observa un retorn a les arrels gastronòmiques del país, a la "regionalització de la cuina" a través de la qual s'explota la tradició. Diversos analistes apunten a la actual tendència turística de "consumir el passat", en forma de runes arqueològiques o artesanies, passant també pel patrimoni gastronòmic local, per les "receptes de l'àvia".

“La cuina regional és una forma d’expressió sociocultural amb arrels històriques i socials específiques de cada zona que configura tot un patrimoni i cultura gastronòmica. En aquest sentit, l’actual tendència en el món culinari i de la restauració està en recuperar les arrels gastronòmiques tradicionals adaptant-les a les exigències actuals de la població local i crear alhora un atractiu en la població turista estrangera.”³

Aquesta tendència està influenciada pel rebuig del consumidor a la cuina estandarditzada creada de productes d’origen i qualitat incertes, un moviment que el mateix sistema capitalista ha sabut incorporar com un producte més per explotar-lo econòmicament. Per Contreras, la gastronomia empordanesa es patrimonialitza perquè es susceptible de ser mercaderia consumible:

“el mercado parece aprovechar, también, frustración y la insatisfacción que provocan los alimentos industriales, y los cada vez más extendidos servicios de càtering, para reivindicar el placer de la mesa, el derecho a disfrutar de los sabores y de la calidad, la necesidad de mantener, al precio que sea, los productos propios de la tierra, así como los conocimientos y las técnicas, el “saber hacer” que les acompañan, las variedades locales, la riqueza y la razón de ser de la tradición, la identidad que nos confiere los gustos particulares a través de los guisos particulares y el hecho de consumirlos en fechas señaladas, fechas de comunión identitaria...”

Allò que el progrés esborrà en el passat s’intenta avui recuperar a través de la patrimonialització. Així, la paella s’instal·là a les cuines de la Costa Brava en ple auge del turisme de masses dels anys 60 i 70; avui s’intenta suplantar amb el retorn a l’estadi precedent: l’olla de peix. Però aquest procés pot crear una paradoxa. Si antigament el ranxo era un plat que podia arribar a avorrir al pescador, avui milers de turistes es desplacen al litoral cada cap de setmana per gaudir del plaer de menjar-ne un amb vistes al mar. Per Contreras, aquest tipus de plats tradicionals *“per al consumidor urbà són més aviat plats festius, es consumeixen molt sovint en els restaurants, i en lloc de representar la monotonia forçosa de la dieta, introdueixen diversitat.”* Una diversitat que es dóna també a les pròpies receptes. La voluntat de definir la “cuina marinera” es confronta a la seva inherent diversitat. L’oralitat en la transmissió dels coneixements associats a aquesta cuina atorga llibertat a la interpretació i a la improvisació. No hi ha un “suquet de peix”, sinó tants com cuiners hi ha.

El mercat del particularisme alimentari de caràcter local espera que aquests productes evoquin al consumidor un territori, un paisatge, una història, unes costums i unes referències identitàries. Aquesta “operació de rescat” de la tradició troba molts més exemples en les DO, en les IGP i altres distintiu de “qualitat”, una pràctica mercantil de posicionament en els mercats globalitzats. Evidentment, en la cadena productiva hi participen des de petits – o grans – productors –agricultors, ramaders, pescadors – a la restauració turística.

En resum, la gastronomia marinera, el conjunt de pràctiques, plats, sabors i atuells vinculats als productes del mar és transmissora de la identitat d’un poble i de les seves pràctiques culturals arrelades en el seu passat. I pel consum de tradició, autenticitat i proximitat hi ha tot una demanda. Hi ha el risc, però, que per la dinàmica del propi mercat s’acabin desvirtuant les recreacions, es banalitzin l’oferta i tot plegat es converteixi en “folklore”:

³ Tresserras, T; Medina, X. (ed.) *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterraneo*. Barcelona: Ibertur, 2007.

“el patrimonio es recreado no tanto, o no necesariamente, tomando un referente auténtico o real del pasado, como sustentado en ambientes simulados, en los cuales la “copia”, muchas veces, es más “perfecta” que el original que representa.”

11.4. El retorn a les receptes tradicionals

Efectivament, la majoria de restauradors del Baix Empordà coincideixen en que recuperar les arrels gastronòmiques i els antics plats mariners és una tendència de futur. Es considera que després d'un període explosiu, marcat per la cuina d'avantguarda – molt influenciada pels fenòmens mediàtics –, es retorna poc a poc però amb força a les arrels gastronòmiques de la cuina catalana i als receptaris tradicionals de la cuina marinera.

“Crec que s’ha de tornar a la cuina clàssica, (...) la tendència és tornar a la cuina tradicional, modernitzada, però tradicional. Hi ha hagut masses imitadors de Ferran Adrià.”

Cau dels pescadors

“Les tendències de futures cartes de peix aniran lligades a les tendències de les cuines dels restaurants. La cuina d’avui dia passa pel “fenomen Adrià”, que és com si després d’en Dalí, tothom hagués pintat exactament com ell,... hagués sigut nefast per l’art!. Tothom hauria d’agafar el seu plat tradicional i evolucionar-lo, no revolucionar-lo. (...) La gent vol saber el que menja. De geni només n’hi ha un... Els restaurants tornaran inevitablement a la cuina tradicional.”

La Xicra

“Crec que per tornar a la cuina tradicional s’hauria de canviar la mentalitat dels cuiners. Hauria de sortir un Ferran Adrià que fes Bullabesses i cassoles. La cuina continuarà evolucionant en la mateixa línia d’ara, i s’aniran perdent les receptes tradicionals.”

Guillermo

“Les futures tendències de cartes de peix veig que canvia molt: entren amb molta força els plats orientals i servin molta tonyina, tot i que crec que són coses d’època, la cuina tradicional, els suquets, els arrossos, el peix fregit i a la planxa, perdurarà tota la vida.”

Xaco

“En les cartes dels restaurants, crec que es tornarà totalment a la cuina tradicional, perquè aquesta acabarà per ser la cuina innovadora d’aquí a uns anys. La cuina de les àvies ja no la sap fer ningú a casa seva i ningú es fa un platillo o un suquet, hi ha el perill de que aquestes receptes de cuina es perdin i això donarà valor a les cartes en els restaurants.”

Hotel Tamariu

Tot i això, aquesta cerca se centra més en l’estructura de la recepta, per rectificar i adaptar-ne després els detalls per tal d’actualitzar-la als hàbits i gustos populars actuals. Un mitjà, per exemple, és el temps de cocció del peix, del qual molts restauradors opinen que ha estat en els darrers anys la gran revolució en la cuina del peix. Actualment les coccions del peix són molt menors, donant així una major importància al producte, ja que d’aquesta manera conserva la seva textura i potencia el seu sabor, gust i olors. Una altra tendència és defugir de les salses que “emmasken” el gust natural del producte.

“El peix abans es guisava molt i s’utilitzava bàsicament orada, déntol, llobarro i nero. Avui dia han canviat molt les espècies i la manera de cuinar-les: quasi tot t’ho demanen a la planxa, i no considero

que sigui ni millor ni pitjor manera de menjar-lo, però hi ha peixos com el llenguado que queda molt més bo fregit, es a dir, no perd tant. Per nosaltres ens representa molta menys feina.”

El Racó de Torre Valentina

“Avui dia ha canviat molt el sistema de menjar de les persones, no es volen plats amb moltes salses ni molt elaborats, ens demanen més el peix cuinat de manera natural, a la planxa,... sense disfressar els sabors. La gent surt més sovint i plats com sarsueles,... eren més de festa i actualment no es demana.”

L’Arcada

“Cada cop es valora més que es respectin les coccions de cada peix i que no tinguin feina alhora de consumir-los, que tinguin poques espines i com menys forma de peix tingui millor.(...) La tendència passarà per buscar el peix més fresc possible i de qualitat–preu el més correcte possible també. S’apostarà més per la qualitat i per buscar variants d’espècies més econòmiques en els plats, tal i com pugui fer El Bulli o El Cellar de Can Roca al incloure sardines en els primers plats. Es preferirà deixar de menjar certs productes clàssics que ens venen de fora (com la llagosta) per potenciar més el menjar productes d’aquí (com la sardina o el verat).

“La gran revolució de la cuina actual és l’eliminació de greixos i ser molt curós amb el temps i les formes de les coccions.”

La Cuina de Can Pipes

“La gent avui dia demana molt el peix a la planxa, sense salses, i fins hi tot els fregits amb molt poca pasta, els arrebossem amb molt poqueta farina i ja està.”

Petit Bar

“La cuina dels pescadors era una gran cuina, que es feia quan la gent tenia gana i es volia atipar. Un peix a la planxa no atipa, i cinquanta anys enrere fer-lo a la planxa era fer-lo malbé. Avui dia la gent té el gust més refinat i vol coses més senzilles però amb el seu gust. Avui dia no és va a buscar ni grans suquets, ni grans arrossos, ni grans sarsueles... els paladars han canviat i ara es busca menys quantitat però amb un sabor més natural.”

La Galera

11.5. Les Campanyes Gastronòmiques

En el marc de la promoció institucional del turisme gastronòmic, les campanyes gastronòmiques són accions destinades a la promoció algun producte, plat o cuina d’algun poble o regió, per tal de donar valor al patrimoni gastronòmic i dinamitzar l’economia local. En aquest aspecte L’Empordà és avui dia tot un exemple. A través d’ajuntaments i associacions de restaurants, amb la complicitat del Consell Comarcal, s’organitzen diverses campanyes al llarg de l’any, que apleguen un centenar de restaurants. Vuit de les tretze campanyes tenen a veure amb els productes del mar.

26. Campanyes gastronòmiques de productes pesquers al Baix Empordà

Sant Feliu de Guíxols:

- *La Cuina del Peix Blau Ganxó. Maig i juny.*
-

Palamós i Calonge – Sant Antoni

- *Olla de Peix*. Febrer a abril
 - *Menú de la Gamba*. Maig a juliol
 - *Menú de l'Escamarlà*. Octubre a desembre
-

Palafrugell:

- *La Garoinada*. Gener a març
 - *Es Niu*. Novembre a desembre
-

Begur:

- *El Peix de Roca*. Abril a juny
-

L'Estartit – Torroella de Montgrí:

- *Tastets de Mar*. Maig a juny
-

Font: Consell Comarcal del Baix Empordà.

Aquest tipus de campanyes cada cop ocupen un espai més rellevant per a la “desestacionalització” del sector. Per exemple, la campanya del Peix de Roca, organitzada per l’Ajuntament de Begur, té com a objectiu “aprofitar el peix de roca, de gran qualitat i molt característic del nostre municipi, per potenciar la imatge de Begur a partir d’aquest fet diferencial”. Per potenciar la singularitat i distingir l’oferta, s’arriba a afirmar que el peix del mar de Begur és “diferent” al de la resta de la Costa Brava.

"Estem en una zona que té un microclima especial de costa, tenim una falla aquí al davant que dona lloc al Cap de Begur i que marca la fesomia, però també el color i el gust del peix. Es una falla profunda on hi ha moltes roques i creix un determinat tipus de vegetació de la qual s'alimenta el peix que li dona un gust especial a la carn del peix"

Lluís Ferrés⁴

L’Ajuntament calcula que el menú del peix de roca aporta un 25% més de visitants, principalment turisme de proximitat: comarques gironines i barcelonines, sud de França i segones residències. Per això, la promoció d’aquestes iniciatives pren cada cop major importància per als seus organitzadors: premsa, ràdio, díptics, banderoles... Per exemple, la Garoinada de Palafrugell (15 de gener a 14 de març) disposa d’una web pròpia on s’ofereix informació sobre la campanya, però també tot tipus d’activitats complementàries: visites, entrades gratuïtes a espectacles i equipaments, ofertes o allotjament. En aquest sentit, tots els municipis treballen per sumar a la gastronomia altres activitats per dotar-la de major valor afegit. A Pals és una excursió en trenet fins al Molí de Pals per veure els cultius d’arròs. A Begur, la campanya del Peix de Roca està acompanyada de concursos, lliurament de premis, tallers per a nens, cinema gastronòmic i una fira ambientada en el mar. A Palamós, per 105€ es pot dormir en un hotel de 4 o 5 estrelles, menjar un menú de la gamba, embarcar-se al *Rafael*, fer una visita guiada a Palamós i entrar el Museu de la Pesca.

"Els hàbits turístics han canviat perquè la desestacionalització de la temporada turística ha ajudat en positiu a omplir més durant tot l’any. Potser a l’estiu no es massifica tant com abans, tot i que s’omple igual, i la resta de l’any es treballa més que antigament. Abans els hiverns eren molt i molt llargs. El nostre gremi, a la Costa Brava, pot viure bé durant tot l’any, ... hi ha més moviment de gent."

⁴ La Vanguardia, 2 juny 2005

“La temporada turística pròpiament dita s’ha escurçat a un mes i poc més (de 15 juliol a 20 d’agost aproximadament), però a la vegada s’ha allargat en base a que, sempre depenent del bon temps, els caps de setmana de tot l’any es treballa bé. Entre setmana sí que és molt precari o light, però igualment s’estan fent coses per intentar desestacionalitzar la temporada a tot l’any, però hi ha poblacions en les que és molt difícil fer-ho - per exemple Llafranc o Tamariu – on a l’hivern no queda res obert, i tampoc no hi ha tendència a anar-hi. Si obres un sòl establiment, no faràs res, però si s’obre tot potser sí.”

Oriol Blanes

Aquest tipus d’iniciativa pot ser considerada com a una oferta conjunta de tot l’Empordà, atès que quasi tots els pobles promocionen una o altra espècie d’animal o vegetal: *“No hi ha bitxo vivent que no tingui una campanya gastronòmica”*, segons afirma José Antonio Donarie, de la Universitat de Girona. Però no hi ha un model de campanya, sinó molts models. Cada municipi l’organitza segons les necessitats i característiques del seu sector hostaler. Així per exemple, només el Menú de la Gamba, organitzat per l’associació *“El Plat Blau”* ofereix un menú i preu tancats (36€).

Menú de la Gamba

Torrades amb tomata i anxoves de Palamós
Gamba mitjana fresca de Palamós
Fideus rossejats amb allioli negat
Postres
Vi Sumarroca o Estrella Damm Inèdit

A Pals, en canvi, cada un dels 10 restaurants que participen a la Cuina de l’Arròs ofereixen un menú propi a preus des dels 25 als 60€. A Torroella de Montgrí, 11 restaurants ofereixen el Menú de la Clova amb l’objectiu de *“donar a conèixer la bona gastronomia de la nostra zona a través dels restauradors locals, que ens ofereixen uns menús amb plats tradicionals o més innovadors, però tots ells inspirats en el concepte de degustació tradicional dels “tastets”, a preus entre els 35 i els 45€.*⁵

Les campanyes gastronòmiques han contribuït al coneixement dels productes pesquers de l’Empordà i a la popularització del seu consum més enllà de la pròpia iniciativa. Però les opinions sobre els resultats de les campanyes pel sector de la restauració són disperses. Alguns veuen com a molt positiva la seva organització. Un sector creixent, en canvi, les critiquen argumentant que provoquen molts prejudicis a l’oferta i al propi recurs.

“Vivim en un sistema mediàtic i tot el que es promociona té el seu resultat en la demanda d’aquell producte. El fet, per exemple, que a Sant Feliu es promocionés el peix blau, va repercutir en la demanda d’aquestes espècies i en l’augment del seu consum. Les campanyes gastronòmiques anteriorment eren molt positives, però ara crec que fa confondre a la gent, perquè n’hi ha masses. No hi ha poble de la comarca que no tingui la seva campanya gastronòmica.”

Les Panolles

⁵ La Vanguardia, 11 juny 2010

“amb el menú de la Gamba ens hem equivocat, perquè això ha fet encarir molt el producte i això en dificulta la seva promoció (...) La sardina es podria promocionar, ja que com més n’agafen, més barata és i és un peix que ha anat desapareixent de les cartes dels restaurants.”

Xivarri

“...obliguen a comprar una sèrie de productes que poc tenen a veure amb el que es promociona pròpiament, fet que a nosaltres no ens interessa.”

Club Nàutic Costa Brava

“Hi ha competència deslleial en aquest tema, i no m’interessa estar-hi.”

La Terrassa del Pescadors

“No ens és rentable i no són campanyes destinades al tipus de client que ve a casa.”

Pa i Raïm

“Les campanyes gastronòmiques són un fracàs absolut, perquè el que no es pot fer es diversificar esforços, el que s’ha de fer és sumar-ne: s’han de fer les coses ben fetes, amb serietat i donant qualitat. El concepte és correcte, però l’aplicació és un fracàs. El problema són les persones, no el producte en qüestió.”

La Cuina de Can Pipes

“Les campanyes gastronòmiques funcionen. Hi ha menús que funcionen molt bé i si estan ben fets tenen sortida, si no, no es farien. Lògicament, ja es veu que hi ha una sobre saturació d’oferta, però amb el temps acabaran quedant aquelles 4 més representatives i més ben fetes. El fet de promocionar certs productes ha fet que s’encareixi aquell producte i que en molts casos s’exhaureixi, com és el cas de les garines. Però tenim, en aquest sentit, una cultura propera a l’americana: quan exhaurim una cosa, en buscarem una altre fins rebentar-la. No hi ha aquella consciència de protegir i cuidar allò que tenim. Potser ara més que abans, però estem lluny dels nivells que hauríem de tenir.”

Oriol Blanes

L’avaluació final dels resultats d’aquestes campanyes no és senzilla. En primer lloc, és complicat aconseguir dades fiables sobre la quantitat de menús oferts dins de cada campanya, perquè molts restaurants, segons els Consell Comarcal, no les volen facilitar. Així, no hi ha dades sobre l’evolució dels menús servits que permetin marcar tendències. La continuïtat de moltes de les campanyes podria ser un marcadors. El “Menú de la Gamba”, per exemple, es ve celebrant ininterrompudament des de 1995; en canvi, La Bisbal no ha aconseguit fixar encara el seu “model de campanya gastronòmica”, ja que dos que ha provat no han acabat de quallar. En altres casos, el pas del temps no significa un creixement del número de menús. L’adscripció a la campanya és gratuïta, i podrien donar-se inèrcies en restaurants no relacionades amb els resultats finals.

En un monogràfic publicat a *La Vanguardia* el febrer de 2010 s’apuntava que el model de les campanyes és un negoci rentable: *“Tot i que ningú s’atreveix a posar xifres al negoci gastronòmic, el cert és que la celebració d’aquests esdeveniments culinaris reporten notables beneficis, tant a nivel turístic com econòmic.”* Els 15.000 menús de la gamba servits el 2009 van reportat als restaurants 525.000€. A Palafrugell es van

servir 2.500 dotzenes de garoines. Per tant, la pregunta “és aquest un model caduc?” no té una resposta clara.

12. Implicacions de la restauració en el sector pesquer

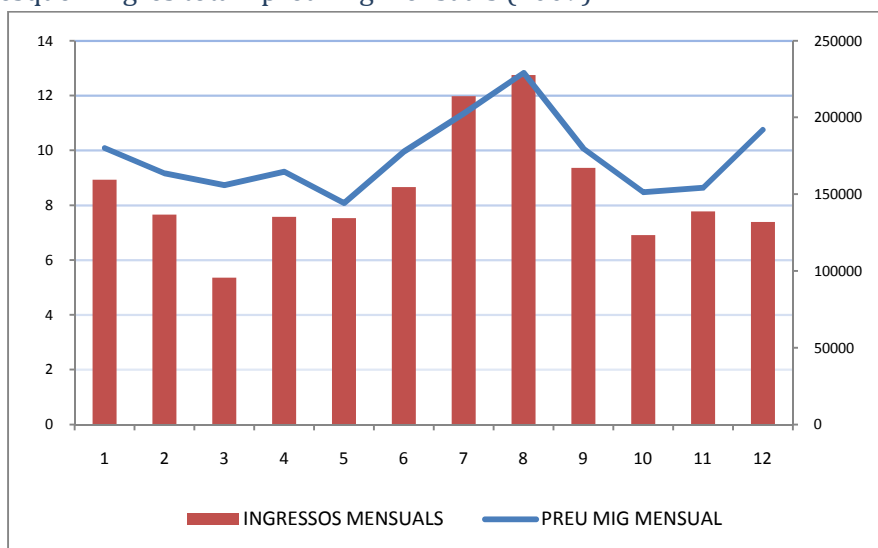
12.1. El preu del peix

Com s'ha comentat a la introducció, el sector pesquer de Palamós configura una indústria potent amb una llarga trajectòria al Baix Empordà. Bona part dels productes del mar que es cuinen als restaurants de la comarca passen per les subhastes que organitzen i gestionen les confraries de pescadors de Palamós i Sant Feliu de Guíxols. En aquest procés de primera venda els compradors competeixen entre ells per adquirir el millor peix en un sistema dit "subhasta a la baixa" o "subhasta holandesa". Antigament la subhasta es feia a veu, però avui està totalment informatitzada.

A Palamós es descarreguen anualment més de 1.700 tones de peix. Des de l'any 2000 les captures experimenten un descens de mitjana a causa de la sobreexplotació, el preus es mantenen estancats i s'han incrementat els costos d'explotació, sobretot en combustible. Això implica que moltes explotacions de cèrcol i d'arrossegament es trobin al límit de la rendibilitat. Només un increment del preu de les captures a subhasta i l'aportació de valor afegit al producte poden ajudar a millorar el compte de resultats.

En aquest sentit, un dels objectius del projecte és identificar i mesurar les implicacions de la restauració en l'evolució del sector pesquer; en concret, es pretén mesurar l'impacte de la demanda procedent de la restauració sobre els preus del peix en origen. Pot ser el turisme i l'hostaleria un factor de desenvolupament del sector pesquer? El turisme i l'oferta restauradora associada han estat dinamitzadors tradicionals de la pesca i han ajudat a valoritzar els productes marins de la comarca. Durant els anys 60 i 70 l'arribada del turisme de masses ajudà a fer repuntar el preu d'espècies com la gamba o la llagosta. Alguns pescadors, per exemple, conservaven vives llagostes en viviers naturals per assortir la demanda dels hotels de la zona. (Alegret i Garrido) Avui, en canvi, aquesta dependència s'ha diluït atesa la popularitzat del consum d'espècies valuoses i la seva comercialització a través de les peixateries i grans superfícies.

27. Sector pesquer. Ingrés total i preu mig mensuals (2009)

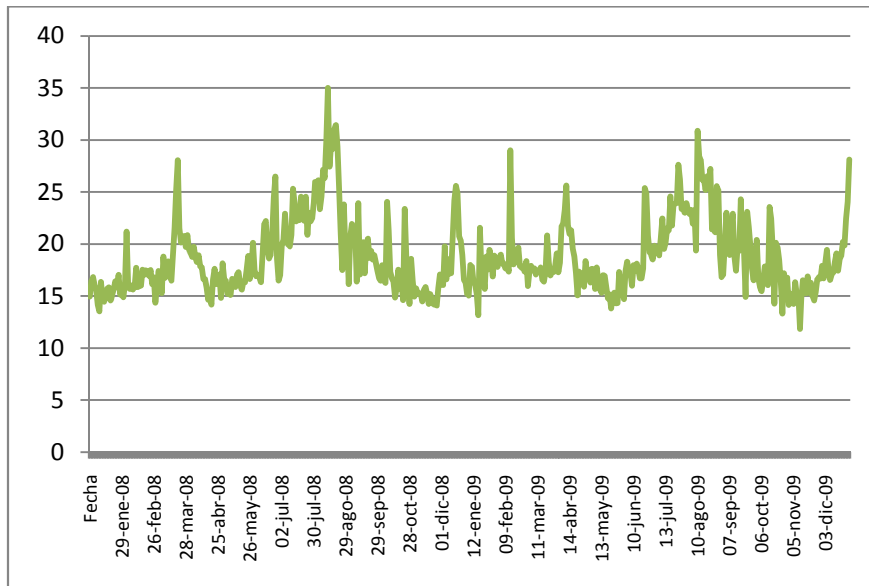


Font: Confraria de pescadors de Palamós

L'evolució dels preus al llarg de l'any indiquen un clar increment del preu mig del peix durant els mesos estivals. Agost continua essent el mes que més car es paga el peix, seguit del Nadal. Aquest comportament s'associa a un fort augment de la demanda del producte, tant per cuinar a casa com per ser consumit als restaurants: el peix com a aliment de luxe, consumit en contextos de festa o esbarjo.

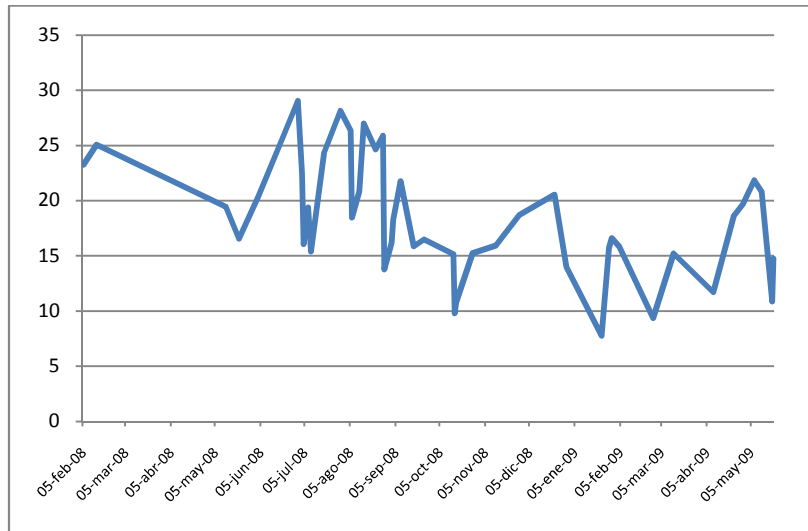
El valor econòmic de moltes espècies mostren també un fort caràcter estacional. Durant els períodes festius i de vacances (Nadal, Setmana Santa, Estiu...) el seu preu mig augmenta significativament. La resta de l'any es modera.

28. Peix de Sant Pere (*Zeus faber*). Evolució del preu mig 2008-2009



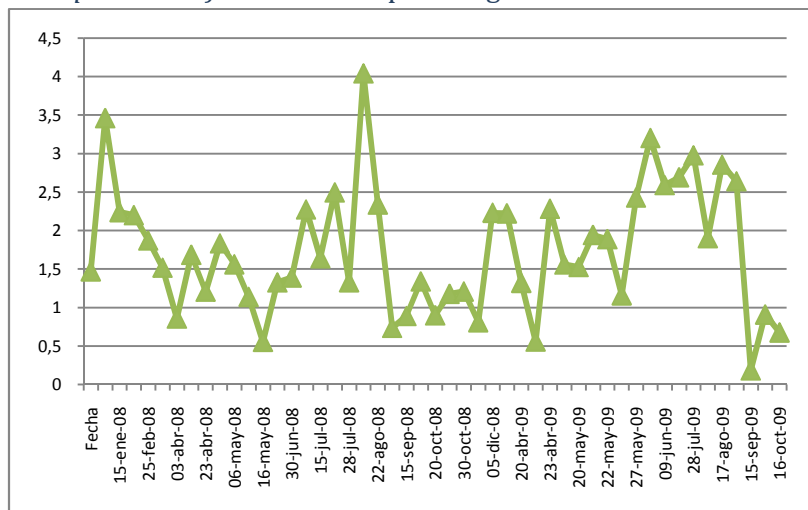
Les cotitzacions més altes de *Zeus faber* coincideixen amb els intervals vacacionals (Setmana Santa, Agost) o festes assenyalades. El seu preu a llotja pot arribar als 30€/Kg. La resta de l'any es modera i es mou entorn als 18€/Kg, experimentant una lleugera tendència a pujar en els darrers anys. Altres variables que influeixen en el preu mig d'origen d'aquest tipus de producte és la quantitat de recurs disponible. Espècies molt apreciades pels consumidors però que no es capturen amb regularitat, mostren alteracions importants del seu preu al llarg de l'any, amb una tendència a augmentar durant el període estival.

29. Corball (*Sciaena umbra*). Evolució del preu mig 2008-2009



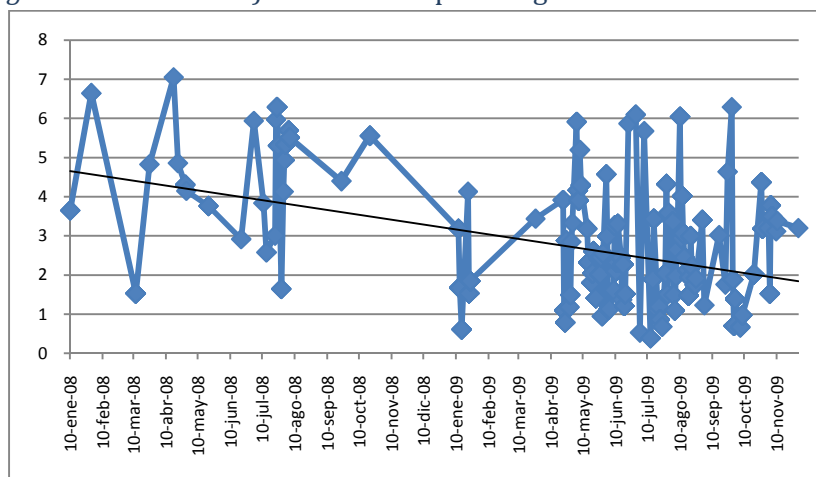
El peix blau, en canvi, manté una altra dinàmica. És un peix amb un preu mig molt baix (1,7€/kg) i molt inestable. La irregularitat de la seva captura i la competència d'altres llotges provoquen que per la sardina, l'anxova o el sorell es pagui poc en la primera venda, però que siguin més assequibles pel consumidor.⁶

30. Sardina (*Sardina pilchardus*). Evolució del preu mig 2008-2009



⁶ Cap apuntar que l'increment de preu que paga el consumidor final al mercat no és proporcional. El peix car no augmenta tant de preu com el més econòmic, que proporcionalment, puja molt més.

31. Anxova (*Engraulis encrasicolus*). Evolució del preu mig 2008-2009



Una primera hipòtesi és que la incidència de la restauració sobre l'oferta és major en aquelles espècies de producció limitada, alt valor comercial i més apreciades pel consumidor, procedent la majoria de les vegades de la pesca artesanal: palangre, soltes, armellades, nanses, etc. S'enquadraria dins del que els restauradors anomenen "peix de ració" (Jaume Fàbrega). En canvi, sobre el peix blau i alguns peixos blancs té una incidència escassa o nul·la.

32. Preu mig de les espècies més cotitzades a la llotja de Palamós (2008)

Espècie	Preu mig (€/Kg)	Espècie	Preu mig (€/Kg)
Espardenya	130,28	Déntol	20,49
Cogombre de mar	121,76	Corball de roca	19,96
Llagosta	51,56	Escamarlà	19,5
Llamàntol	47,35	Sarg imperial	19,34
Rom	31,5	Gall	18,43
Mero	31,36	Donzella	18,08
Llobarro	25,22	Orada	15,35
Llenguado	24,95	Lluerna rossa	15,35
Gamba rosada	22,92	Cargol de punxes	14,9
Dot	22,6	Calamarcets	14,37
Cap-roig	22,57	Calamar	14,24
Llorito	20,89	Sèpia	13,87

12.2. La incidència de l'hostaleria i la restauració sobre el sector pesquer

En quina proporció incideix la restauració en la formació d'aquests preus? Malgrat l'anàlisi que es pugui fer a partir de les dades, un primer element a subratllar és la dificultat que suposa mesurar-ne la incidència. A Palamós una majoria de restaurants utilitzen intermediaris per a les seves compres, però la confraria no té mecanismes per saber si el producte que compra el peixater es destina a la peixateria o al restaurant. La gestió de la informació no permet desglossar el destí final de les compres d'un mateix comprador.

El què passa és que tenim intermediaris pel mig, i ells tenen uns interessos i la confraria en té uns altres. És una cadena, i la baula que hi ha al mig és el peixater. La relació que pot tenir la confraria amb l'intermediari tapa la pugui tenir amb el restaurador. Hi ha molts pocs restauradors que comprin a subhasta. Normalment no els ha interessat comprar a la subhasta perquè han preferit que ho faci un tercer i li porti lo que ells necessiten. Els motius... ens han dit que els lots que fan els pescadors a la subhasta no els convenen a ells comercialment, però no sé fins a quin punt això... Jo crec que lo que passa és que no els convé perdre unes hores a la subhasta per comprar X peixos... els és més còmode pagar a un fent-li l'encàrrec del peix que lis faci falta.

Josep Grassot. Secretari de la Confraria

La llei permet que el restaurador professional pugui comprar peix a la subhasta. L'any 2000 aquest fet va provocar una vaga de peixaters i un conflicte amb la confraria (Alegret i Garrido, 2004). Alguns associats a la cooperativa Costa Brava Centre encara hi compren. Però la comoditat o la manca de temps fan que derivi aquesta tasca al peixater, que compra en funció de les seves demandes i la disponibilitat del producte.

Aviam, això és així pel tema temps. Ells tenen idees i, per exemple, diuen "em fan falta X quilos de rap, X quilos de calamar, X quilos de sépia, gamba..." Clar, ell si baixa aquí potser aquell dia només trobarà gamba i escamarlà, tot lo altre no trobarà. Llavors, què ha de fer, s'ha de posar en contacte amb el peixater perquè li aconsegueixi? Tant per tant li demana a l'intermediari que li aconsegueixi, encara que no sigui de Palamós, i li proporciona el peix.

Francesc Benaiges. Patró Major

El peixater pot interactuar amb varies llotges alhora, i això pel restaurador és molt complicat. Clar, si ell necessita un producte i a Palamós no surt, ell ho pot suplir amb un sortit a L'Escala, Blanes o Roses. Fins i tot aquest peixater té la possibilitat de fer-lo venir a través d'un altre. Té el ventall més obert que el propi restaurador.

Josep Grassot. Secretari de la Confraria

Avui dia un mateix peixater pot comprar en temps real a diverses llotges. La diversitat de fonts d'abastiment i els mecanismes comercials implicats no permeten reconèixer si el peix que arriba a un restaurant és de Palamós o no. Ni els compradors ho saben del cert ni la confraria sap on es destina el seu peix.

És molt complicat saber el pes que pot tenir aquest peix que va a la restauració en la facturació global. Saber-ho exactament és molt complicat. Clar, no hi ha una relació com perquè un peixater et digui "aquesta gamba va per tal restaurant". Ara, a nosaltres ens interessaria molt saber-ho. Fa anys es va intentar en aquesta confraria engegar un projecte que tenia entre els seus objectius, aquest: que la confraria tingués un propi peixater que comprés el peix pels encàrrecs d'aquests restaurants. Que truqués aquí i demanés el peix que necessitava. I certificar que aquest producte és sortit de la confraria de pescadors de Palamós. Cosa de l'altra manera no es pot certificar d'on és aquest peix, què et porta segons qui.

Francesc Benaiges. Patró Major

12.3. La relació amb la hostaleria

Un primer punt de col·laboració entre ambdós sectors durant la dècada de 1990 va ser en l'origen del Menú de la Gamba. Restauradors, pescadors i administracions van treballar junts per engegar la iniciativa gastronòmica i turística a la badia de Palamós i Calonge Sant Antoni.

Es va començar fa 20 anys amb lo del menú de la gamba. Llavors sí que hi havia molta relació amb la confraria perquè es va tenir que començar a fer lo dels menús, s'estava agafant gamba i es feien algunes reunions prèvies per fer la presentació del Menú de la Gamba. Això te parlo de fa 17 o 18 anys enderera. Però amb això hi ha hagut un canvi d'actitud d'uns anys cap aquí. I això s'ha trencat.

Josep Grassot. Secretari de la Confraria

Però la relació en els darrers anys ha canviat. La confraria de pescadors de Palamós lamenta l'escassa relació que manté amb la restauració, un sector estratègic per a la promoció dels seus productes i per incrementar els preus d'origen. Afirment que hi ha un desinterès de l'hostaleria en general per les iniciatives que s'engeguen des del sector, especialment en la certificació de qualitat de la "Gamba de Palamós".

Tenim molt poc feeling amb la restauració, nosaltres. I nosaltres, de relació amb els restaurants... ara estem fent lo de la marca de garantia de la gamba i aquí, personalment, a interessar-se per lo que estem fent, no ha vingut ningú. Nosaltres sí que hem cridat als restauradors per explicar-lis lo que és. Vam tenir una primera reunió amb els del Plat Blau a la Casa del Mar, i una altra amb la Cuina de l'Empordanet. Però van ser reunions en que els vam convidar nosaltres per explicar el projecte de la marca de garantia. Però llavors entrar en matèria sobre quins peixos surten més a Palamós i tot això... des de que sóc patró major mai.

Francesc Benaiges. Patró Major

Responsables de la confraries apunten que les jornades i campanyes gastronòmiques serien punts de trobada per treballar conjuntament en la promoció del peix, la gastronomia i el territori, però actualment no existeixen els ponts necessaris per dur-lo a terme i no hi ha intercanvi d'informació.

En aquests menús no hi ha col·laboració de la confraria... Igual que en el Menú de la Gamba "procuren" que el producte sigui d'aquí – no puc dir que sigui cent per cent –, en la resta de menús el peix no té per què ser d'aquí. Ells ho diuen que ho és... No hi ha una connexió amb la Confraria.

Josep Grassot. Secretari de la Confraria

Hi ha tant poc feeling entre els restauradors i nosaltres que a vegades es podrien fer campanyes de peix de temporada – verats, la sardina quan és més bona, pop... –, però no hi ha hagut cap tipus de contacte per dir "voleu que fer un promoció de tal peix?"

Francesc Benaiges. Patró Major

A més, la restauració en general pot no estar interessada en que la confraria "auditi" la composició dels menús quan, en determinats casos, el producte que s'ofereix no procedeix de les barques de Palamós. Durant l'episodi de manca de gamba de l'any 2006, per exemple, la confraria denuncià que diversos restaurants continuaven oferint "Gamba de Palamós" com si aquesta fos fresca. Altres casos similars han ocorregut en el marc del Menú de l'Olla de Peix o el Menú de l'Escamarlà.

Fa uns mesos va començar el menú de l'escamarlà i... no se'n agafava ni un! Entre totes les barques de Palamós, potser tres o quatre quilos! I es va començar el Menú de l'Escamarlà. I amb això veus que no hi ha relació.

Francesc Benaiges. Patró Major

La certificació de garantia de la marca "Gamba de Palamós" implica que només aquelles empreses auditades, que compleixin una sèrie de requisits tècnics establerts, podran vendre gamba certificada de

Palamós. Així s'aporta seguretat als compradors i consumidor sobre allò que es compra als distribuïdors, a la peixateria o es menja al restaurant.

El segell de qualitat implica que aquella gamba ha complert una sèrie de requisits definits en el reglament de garantia, com pot ser que des de que es pesca fins que es cuina no ha superat els quatre graus de temperatura, o que la quantitat d'unitats que porta cada quilo està auditada. Abans el peixater comprava a ojo, i calculava que a una cubeta hi ha havia tantes unitats per quilo, perquè així li havia demanat el restaurador. Però a vegades quedava fotut perquè a sota la gamba no era tant grossa... Ara això actualment no passa. Quan arriba la gamba a la subhasta els treballadors de la confraria fan un control de qualitat que si diu que hi ha, per exemple, 20 gambes quilo, hi són. Clar, això al restaurador de molta qualitat que li interessa la gamba grossa, compren a quilo segur.

Francesc Benaiges. Patró Major

Ja s'ha iniciat una primera fase del procés, que ha posat de manifest entre altres coses, que la certificació no impedeix que hi hagi mala pràctica atès que ja s'han detectat els primers abusos. Les diferències de preu entre la gamba fresca, la congelada o la d'altres ports són prou elevades com per fomentar pràctiques fraudulentament entre distribuïdors i peixaters que violen el reglament tècnic, pràctiques que van en detriment del valor de marca del producte.

Des de que funciona la marca de garantia hem estat fent controls del preu a altres confraries i hem notat que anem molt per sobre que la resta, potser fins a 20€/kg. Més cara. Per algo serà... I volem que aquest diferencial se n'aprofitei el pescador, que fins ara no ho ha pogut fer. Aquest és un camí que hem començat amb la gamba però que seguiran altres espècies, altres pesqueres... El problema és fer el seguiment de tot això. Hem detectat que alguns fan abusos intolerables. Per exemple, posar una etiqueta del dia abans, o portar gamba que no és de Palamós i posar-li el logo de la gamba... El problema és que l'etiqueta no pot anar lligada a la cua de la gamba... Sempre anem allà mateix, a la presentació, a l'empaquetat, a buscar alguna manera que estigués segellat i no es pogués obrir... Estem al començament.

Francesc Benaiges. Patró Major

12.4. Peix fora llotja

Un altre problema important per a la confraria i per a la sostenibilitat de tot el sector és tot el peix que es comercialitza de forma il·legal, no declarada ni regulada. La quantitat de peix que no queda registrada ni paga els impostos corresponents és molt incerta, però tothom considera que és molt rellevant. Algunes fonts parlen de fins a un 30% de les captures globals, arribant en algunes confraries al 50%. Martí Sans, director general de Pesca i Afers Marítims de la Generalitat de Catalunya, ho quantificava en 12 milions de quilos anuals. El peix venut il·legalment “no cotitza a la confraria, no cotitza a Política Territorial, que és qui construeix els edificis de les confraries i cobra una part de la recaptació del peix, no queda registrat a hisenda, no passa els controls sanitaris, i un producte de primera qualitat com és el nostre, quan el fas passar per darrere, el converteixes en un subproducte”.⁷

Un altre tema és el peix que va fora de llotja i no tenim controlat. Això és un tema que no només afecta a Palamós, i que no sabríem dir quin percentatge representa. Però que té una incidència en el preu del peix.

Josep Grassot. Secretari de la Confraria

⁷ El Punt, 13 abril 2007

Aquest fenomen, que repercuteix negativament en l'apreciació social i econòmica del producte i del sector, té diferents protagonistes i agents que l'estimulen. La pràctica ve sent habitual des de fa molts anys. Per una banda, ho practiquen alguns pescadors professionals. Algunes barques venen part de la captura per canals no controlats a particulars, a peixaters o a l'hostaleria directament. Així el pescador s'estalvia tots els impostos, l'iva, la quota de ports, etc. A més, la negociació entre venedor i comprador fa que sigui més rendible per les dues parts.

Un altre actor que ven les captures de forma il·legal és el pescador jubilat. La confraria ha tolerat que els pescadors jubilats surtin a pescar, malgrat ser un ofici regulat per llei i restringit als professionals en actiu. Utilitzen embarcacions de la llista 7ª (recreativa) però calen ormeigs professionals. Teòricament les captures són per a autoconsum del pescador, però és habitual veure com les revenen a molts restaurants per a "complementar la pensió". Jaume Figueras, ex-patró de la confraria de Palamós, comentava l'any 1998 que *"s'acostumen a detectar queixes dels pescadors professionals, davant dels pescadors jubilats sovint amb l'argument que aquests últims treuen un benefici econòmic de la seva pesca ja que la venen a establiments d'hostaleria, fent competència deslleial."*⁸ Les captures poden ser minses, però d'espècies molt cotitzades, com ara el calamar, la pesca del qual està molt estesa a poblacions com Palamós.

Sobre la pesca esportiva es té molt poca informació. La quantitat de peix pescat i la seva incidència sobre els stocks no s'ha mesurat encara. Malgrat això, els pescadors professionals denuncien que els pescadors esportius els fan una competència deslleial perquè tenen la capacitat de pescar les peces més grans i valuoses per vendre-les als restaurants sense cap control ni sense abonar cap mena d'impost o taxa.

Aquestes pràctiques estan motivades per l'existència de restauradors que compren aquestes captures de forma il·legal. Si bé és un benefici a curt termini per a pescadors i hostalers, a la llarga provoca un problema de competència, de supervivència de les confraries i de sostenibilitat. El peix fora de llotja redueix l'oferta de peix i la presència de compradors a la llotja, i això fa descendir el preu global del peix legal. Si no recapta la confraria té més dificultats per prestar els serveis logístics i administratius que faciliten la feina als pescadors.

Per últim, el peix no declarat impedeix portar a terme una correcta gestió dels recursos pesquers. Les estadístiques oficials, que serveixen per fer estimacions i càlculs de rendiments per ajustar l'esforç de pesca, queden falsejades i estan subestimades. Això implica un desfasament entre els models teòrics en els que es basen els gestors per prendre decisions i la realitat quotidiana del sector.

⁸ Diari de Girona, 21 de maig de 1998

13. Conclusions

Volem concloure aquest estudi amb un breu DAFO sobre el peix a la restauració comercial del Baix Empordà, elaborat a partir de les idees i opinions expressades en els apartats anteriors.

Debilitats

- Baix coneixement del peix, especialment entre els joves de la comarca.
- Associació de la cuina del peix a cuina cara, o fins i tot luxosa.
- Concentració de l'oferta de peix en un pocs productes.
- Desconfiança de l'origen del producte. Manca d'aplicació de certificats de garantia de la matèria primera.
- Manca de formació reglada de la majoria de professionals.
- Manca de diàleg entre l'hostaleria i el sector de la restauració.
- Concepcions divergents entre restauradors en temes tan sensibles com les campanyes gastronòmiques o el paper del turisme estranger

Amenaces

- El context econòmic depressiu, que es preveu que s'allargui durant uns quants anys més, redueix la demanda i l'oferta se'n ressent.
- Canvis en els hàbits de consum dels clients: tendència a reduir la despesa mitja del servei.
- Manteniment d'una demanda fortament estacional (estiu).
- Reducció de les captures a causa de la sobreexplotació dels caladors. Augment de la dependència del recurs "gamba" per a bona part de la flota.
- Reducció de captures o exhauriment d'espècies d'alt valor comercial i gastronòmic: corball, mero, etc. Això pot provocar un increment considerable del preu.
- La concepció social sobre el peix local o de costa s'està transformant cap a un producte de luxe.
- Globalització dels mercats del peix i dificultats en implantar sistemes de traçabilitat del producte. El consumidor cada cop ho té més difícil per saber l'origen del peix que consumeix.
- Pràctiques fraudulentes de peixaters i restauradors en relació a l'origen i frescor del peix
- Progressiva suplantació del peix fresc per "peix de cria" o aqüicultura.
- Augment del furtivisme i de la pesca IUU (no regulada i no declarada)

Fortaleses

- Bona situació de la comarca, clima i infraestructures (autovia C-31, Aeroport Girona-Costa Brava)
- Tradició gastronòmica molt consolidada. La comarca és reconeguda per la qualitat de la seva cuina.
- Teixit econòmic vinculat a la restauració madur i molt estès pel territori
- Coneixement de la cuina tradicional en alça, progressiu abandó de la cuina lligada al turisme de "sol i platja" (paella, sangria...)

- Suport institucional (Diputació, Consell Comarcal, Patronat de Turisme) a la patrimonialització de la cuina i la gastronomia marinera de la comarca a través de la promoció de campanyes i destinacions gastronòmiques.

Oportunitats

- Abandó de la cuina d'innovació i retorn progressiu a la “cuina tradicional del peix”
- Introducció de noves espècies o recuperació d'espècies abandonades a la gastronomia marinera: “slow food” i “espècies sense preu”. Disponibilitat de productes de proximitat d'alta qualitat.
- El peix s'associa cada cop més a una dieta sana i equilibrada.
- Nous turismes: potenciació del “turisme gastronòmic”.
- El Baix Empordà dóna la possibilitat d'oferir activitats complementàries a l'oferta gastronòmica: allotjament, paisatge, esports, etc.

A mode de conclusió

A partir de l'estudi de l'oferta gastronòmica vinculada al peix al Baix Empordà, es pot concloure que la gastronomia es convertirà en un dels principals actius turístics de la comarca del Baix Empordà, i que el peix hi jugarà un paper essencial en la seva definició futura. Com hem pogut comprovar, la comarca – ben comunicada amb els principals centres emissors de turisme i una àmplia oferta de serveis turístics – gaudeix d'una extensa i consolidada xarxa de restaurants, reconeguda en moltes guies i mitjans especialitzats. Aquesta oferta es fonamenta en la diversitat i qualitat dels productes pesquers i la llarga i reconeguda experiència professional dels cuiners. No obstant, bona part dels restauradors encara no estan segurs del paper que representarà pels seus negocis el turisme gastronòmic en els propers anys, i de moment no hi confien excessivament. També s'hauria de deslligar la promoció de les campanyes gastronòmiques, atès que no tothom en té la mateixa consideració.

A nivell culinari s'observa un procés de patrimonialització fonamentat en el progressiu retorn a la tradició del receptari popular i tradicional i esperonat per un augment de la demanda d'experiències d'autenticitat per part dels consumidors. Cada vegada prenen major interès plats d'origen mariner, com el ranxo i l'olla de peix. Davalla, en canvi, la cuina més experimental i innovadora. Cal vigilar que l'oferta de “tradició gastronòmica” no sigui una “tradició reinventada” per satisfer el mercat, sinó que es vinculi al paisatge, la història i els costums del territori.

La cuina de l'Empordà ha de donar seguretat al consumidor en termes d'origen, qualitat i preu. Alguns restaurants duen a terme pràctiques fraudulentoses per maximitzar beneficis, sovint amb la complicitat dels distribuïdors. La globalització dels mercats del peix i la millora dels productes de piscifactoria influeixen en un increment d'aquestes pràctiques, que perjudiquen la imatge de tots els sectors: hostaleria i sector pesquer. La situació de crisi i un canvi en el perfil i hàbits del consumidor – que tendeixen a reduir l'import de la compra – poden agreujar la situació.

Es constata una manca de comunicació entre el sector pesquer i la restauració. Conèixer les necessitats d'ambdós sectors ajudaria a gestionar de forma més eficient els recursos pesquers. Els esforços dels pescadors per establir nous mecanismes de qualitat – Marca de Garantia de la Gamba – no reben el suport d'un sector de la restauració. Cal establir nous ponts de col·laboració entre la Confraria de Pescadors de Palamós i les diferents associacions professionals que agrupen els restaurants (Plat Blau, Costa Brava Centre) i establir estratègies de promoció conjuntes.

La sobreexplotació pesquera és un dels principals reptes per a la gastronomia del peix, sobretot d'aquelles espècies més valuoses i cares. Estudis de la Universitat de Girona així ho posen de manifest. La responsabilitat dels restaurants en aquest sentit passa per l'aposta i la promoció d'espècies del territori menys conegudes, més econòmiques i amb un gran potencial gastronòmic. Deslligar "menjar peix" amb "pràctica de luxe" potenciarà la cultura del peix entre amples sectors socials i ajudarà a conscienciar la societat dels reptes i les oportunitats que s'han d'encarar.

14. Bibliografia

Alegret, J.L.; Garrido, A. *Història de la Confraria de Pescadors de Palamós*. Palamós: La Confraria, 2004.

Anàlisi cronològic de la pesca artesanal al port de Palamós per a una proposta de reserva. [treball de recerca]. Girona: Universitat de Girona. Facultat de Ciències, 2008

Consumo alimentario extradoméstico en España, 2010. [en línea] Madrid: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural i Marino, 2010. Disponible a

Contreras, J. "El patrimonio alimentario en el área mediterránea". Tresserras, J.; Medina, X. *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Barcelona: IEMED. Universitat de Barcelona, 2008, p. 17-38

Donaire, J.A. "De llaguts a creuers. Els canvis en els turismes contemporanis". Dins Alegret, J.L. (ed.) *El Turisme i el mar: el patrimoni marítim i els nous turismes. IV Jornades Promediterrània (Palamós, 2-3 desembre 2004)*. Palamós: Càtedra d'Estudis Marítims, 2006, p. 25-30

Donaire, J.A; Fraguell, R.M.; Mundet, Ll. "La Costa Brava ante los nuevos retos del turismo", *Estudios turísticos*, 1997, P. 77-96.

El estado mundial de la pesca i la acuicultura, 2008. Roma: FAO, 2009

Estadísticas pesqueras. Abril 2010. Madrid: Gobierno de España. Subsecretaría de Estadística, 2010

Estudi pel desenvolupament d'un producte de gastronomia [inèdit]. Palamós: Cuina de l'Empordanet, 1999

Fàbrega, J. *El Llibre del Peix*. Barcelona: Edicions de la Magrana, 1996.

Fàbrega, J. *La Cuina del Peix: del lluç arrebossat a la caldereta de llagosta*. Barcelona: Enciclopedia Catalana, 2006.

Feo Parrondo, F. "Turismo gastronómico en Asturias". *Cuadernos de Turismo*, 2005, núm. 15, p.77-96.

García Pascual, F. "Los desequilibrios territoriales del turismo en la Cataluña de inicios del siglo XXI." *Cuadernos Geográficos*, 2004, vol. 34, núm. 1, p. 55-88

Guerra, J.L. "El sector de la restauración en España". *Distribución y consumo*, 2009, núm. 103, p. 32-39

Hernández Encinas, M.I. "Evolución de los hábitos de compra, conservación y consumo de los productos pesqueros." *Distribución y Consumo*, 2006, Enero-Febrero, p. 97-101

Hjalager, A-M., Richards, G. *Tourism and gastronomy*. NY: Taylor & Francis Inc, 2004

Los sectores de la hostelería en 2008. Madrid: Fundación Hostelería de España, 2009

Martín Cerdeño, V. "Consumo y gasto en pescado". *Distribución y consumo*, 2008, núm. 101, p. 32-39

Martín Cerdeño, V. J. "Consumo de pescado en España". *Distribución y consumo*, 2010, núm. 113, p. 5-22

Mercat Central del Peix. Informació estadística 2009. Barcelona: MERCABARNA, 2010

Pla, J. "La substància". Dins *El Meu País*. Barcelona: Destino 1997, p. 288-289

Pla, J. "Bodegó amb peixos". Dins *Cinc històries de mar*. Barcelona: Destino, 1997