

LA GASTRONOMIA: RECEPTA PER A UN FUTUR SOSTENIBLE

DIAGNÒSTIC I PLA D'ACCIÓ
DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

#TASTINGLIFE



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



• Designated
• UNESCO Creative City
• in 2015
•



OFICINA DE
LA INNOVACIÓ I
LA CREATIVITAT

LA GASTRONOMIA: RECEPTA PER A UN FUTUR SOSTENIBLE

DIAGNÒSTIC I PLA D'ACCIÓ
DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

#TASTINGLIFE

Edita: Ajuntament de Dénia.
Coordinació: Oficina de la Innovació i la Creativitat.
Floren Terrades, Vicent Martín, Toni Reig, Àlvar Kuehn i Javier Marí.
Responsables tècnics: Floren Terrades i Vicent Martín.
Disseny gràfic i maquetació: Saprísti Estudi Creatiu.
Imprimeix: Gráficas Papermuro S.L.
© Ajuntament de Dénia, 2018
Oficina de la Innovació i la Creativitat
Plaça de la Constitució, 10
03700 Dénia.

L'Ajuntament de Dénia és responsable de l'elecció i presentació dels fets i les opinions en aquesta publicació, que no són necessàriament les de la UNESCO i no comprometen a l'organització.



AGRAÏMENTS

Aquest estudi no hauria estat possible sense la contribució d'un nombrós conjunt de persones, empreses, organitzacions i institucions de la Marina Alta:

Vicent Grimalt (Alcalde i Regidor de Turisme), Pepa Font (Regidora de la Ciutat Creativa), Paco Rosselló (Regidor de Serveis Econòmics), Josep Crespo (Regidor de Medi Ambient, Agricultura i Pesca), Óscar Mengual (Regidor de Relacions Internacionals), Rafa Carrió (Regidor de Cultura i Educació) i María Josep Ripoll (Regidora d'Urbanisme i Territori).

La Agència Valenciana del Turisme, a través del CdT de Dénia, CREAMA, CEDMA, AEHTMA, MACMA, UNED, OCAPA, CAE-CV, Baleària, Mancomunitat de la Vall de Pop, ajuntaments de Xaló, Teulada-Moraira, Calp, Xàbia, Els Poblets, Gata de Gorgos, Orba i Benissa, IES Maria Ibars, CEIP Pou de la Muntanya, CEE Raquel Paya, Auditori Teulada-Moraira, Knowhere Coworking, La Nau Lab Coworking, Marina Alta Emprèn, Restaurants Quique Dacosta, Bon Amb, Pont Sec i el Baret de Miquel, Hort Obert, Hortasana, Hotel Los Angeles, Coopego, Coop. Sant Vicent Ferrer de Teulada, Coop. Sant Isidre de Castell de Castells, AMMA i Centre de Salut Comunitària de Dénia.

Àrea 1. Producció, Comercialització i Formació Agroalimentària, i Gestió Responsable del Territori.

Coordinació: Alvar Kuehn, tècnic de l'àrea de "Bancalet" (Dinamització Agrícola) de l'Oficina de la Innovació i la Creativitat.

Agraïments: Carlos Linares, Ignasi Cervera, Joan Miquel Garcés, Rosario Donderis, Jovi Lozano, Nuria, Pepe Vidal, Josep Antoni Server, Cristina Sellés, Reme Cerdá, Marta Yañez, Maite Serrat, María José Melo Sanjuan, Vicente Faró Carrió, Vicent Puig, Tonet Puig, Gemma García, Joaquín Cabrera, Antonio Fornés, Juanfran Tomás, Andreu Costa, Jaime Pérez, Jose Carlos López, Mónica Ballve, Victor Estela, Juan Buigues, José Buigues, Pepe Pastor, Venancio Pérez, Paqui Oller, Juan Tomás Estalrich, Joan Llobell, Carles García, Vicente Dominguis, Joan Oltra, José Signes, Joaquín Gayá, Javier Oltra, Jordi Chofre, Joan Vila, Encarna Greciano, Joan Pastor, Javier Miralles, M^a Vicenta Seguí, Pascual Más, Julia Gómez, Reme Cerdá, Mónica Piera, Antonio París, Josep Andreu Cabrera, Jose Luis Rodrigo, Nuria Gómez, Carles Jover, Jaume Signes, José Andrés Más, Alfredo Ivars, Francisco Juan Crespo, Bartolomé Sirerol, Pere Joan Frau, Jaume Noguera, Francisco Sirera, Juanmi Rafet i Miquel Àngel Civera.

Àrea 2. Comunidad Gastronómica de Conocimiento, Formación e Inclusión Social. Coordinació: Evarist Miralles empresari hostaler i formador del CdT de Dénia, i Bati Bordes, propietari del Restaurant El Marino de Dénia. Agraïments: Ferrán Giró, José Luis López, Federico Guajardo, Ricardo Giraldo, Rómulo Silverio, Luis Alberto López, José Gadea, Pepe Ivars i Francisco Moll.

Àrea 3. Educació i Alimentació Saludable. Coordinació: Sergi Mallol, director del CEIP Pou de la Muntanya de Dénia. Agraïments: Óscar Carrió, Noemí Vera, Damián Pérez, Óscar Llopis, Miquel Ivars i Guillem Fornés.

Àrea 4. Innovació Turística, Agroturística i Paisatge Gastronòmic. Coordinació: Pepa Cardona (Tècnica de Turisme de l'Ajuntament de Dénia). Agraïments: Lourdes Boronat, Carmina Sala, M^a Carmen Ivars, M^a Nieves Mayor, Núria Castells, Mónica Ivars, Raúl Andrei, Eva Asperilla, Carol Cholvi, Esther Llorca, Francisco José Baydal, José Francisco Perles, Esteban Cobos, Miquel Agulles, Marisa Villó, Teresa de la Cruz, Santiago Inocencio i Mariano Espinosa.

Àrea 5. Nous Emprenedors, Innovació Agroalimentària i TIC Aplicades al Territori. Coordinació: Óscar Carrió, director de La Nau Lab, centre de coworking. Pedreguer. Agraïments: Sonja Dietz, Carmelo Nofuentes, Mara Bañó, Rosa Julia Fornés, Luis Silvestre, Cristina Rodríguez i Àngel Buigues.

Àrea 6. Patrimoni Rural, Tradicions y Gastronomía. Coordinació: Jovi Lozano (Gerent de MACMA -Mancomunitat Cultural de la Marina Alta-). Agraïments: Abel Cardona, Manuel Juan, Joan Josep Cardona, Cristóbal González, Fernando París, Emilio Sentí, Joan Ivars, Roser Cabrera, Núria Gómez, Clara Giner, Jaume Buigues i Ricard Llompарт.

Participants en el video de promoció del Pla d'Acció Dénia&Marina Alta #Tastinglife. Coordinació: Antoni Reig. Realització: María Crespo. Agraïments: Quico Pastor, Pepita Fornés, Quique Dacosta, Encarna Soler, Miquel Ruiz, Vicent Sastre, Alberto Ferruz, Juan Garreta, Mara Bañó, Quique, Paola i Rafa (alumnes IES Maria Ibars), Cristina Sellés, Federico Guajardo, Pep Romany, Conchita Barraqueta, Evarist Miralles i Pep Orihuel.

Oficina de la Innovació i la Creativitat
Ajuntament de Dénia.

Quan a finals de 2015, Dénia s'incorporava a la xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO, adquiria el compromís explícit de treballar per la reconstrucció d'un sistema local agroalimentari que té la base i el seu potencial a la comarca de la Marina Alta. Des d'aquest moment s'han desenvolupat iniciatives, tant en l'àmbit internacional com en el local i comarcal, per anar avançant en un projecte que transcendeix els límits de l'activitat gastronòmica fins al punt de convertir-se en un factor estratègic del nostre desenvolupament econòmic i un instrument essencial per conservar el nostre entorn mediambiental i la nostra identitat cultural.

Amb el diagnòstic elaborat amb les aportacions de tots els sectors implicats -que en última instància són tots els que constitueixen el nostre teixit socioeconòmic i cultural-, comptem per fi, amb el nostre full de ruta i sabem els passos que hem de fer per construir un futur sostenible en el qual tinguem garantida una economia diversificada sobre un territori atractiu i amb personalitat pròpia.

Amb aquest document no només sabem on i en quina situació estem. També què volem i què hem de fer per aconseguir-ho. Aquest diagnòstic ens enfronta a mancances i limitacions, lamentarem errors del passat i del present, desídies col·lectives i equivocades expectatives. Però també és cert que descobrirem que hem sabut fer coses bones i, sobretot, que encara tenim un enorme potencial per explorar, que cal reconstruir voluntats i reconnectar enteses.

Aquest document ens dóna les claus per aprofitar tot aquest potencial, ens diu on són els nostres recursos, i com repartir-los per ser més competents i competitiu, per ser més autèntics, per recuperar i preservar el nostre paisatge, per conservar, en definitiva, la nostra manera de ser i de viure. Sense renunciar a res, aspirant a tot.

VICENT GRIMALT I BORONAT

Alcalde de Dénia

PART 1 APERITIU DE BENVINGUDA

1 Oportunitat i necessitat d'una estratègia agroalimentària sostenible a Dénia i la Marina Alta.	9
1.1 Dénia&Marina Alta: un territori UNESCO per al futur.	9
1.2 Introducció i finalitat del Pla: l'alimentació com a centre d'un desenvolupament sostenible i equilibrat.	14
1.3 Marc de referència teòric.	18

PART 2 ENTRANTS

2 Dénia & Marina Alta: Diagnòstic del sistema agroalimentari local en el seu entorn socioeconòmic.	25
2.1 Enfocament metodològic i camp de treball.	26
2.2 Conclusions del diagnòstic de situació per àrees temàtiques.	28
2.2.1 La producció agroalimentària a Dénia i la Marina Alta.	28
2.2.2 El model actual de comercialització de productes locals.	30
2.2.3 El mapa formatiu del sector agroalimentari a la comarca.	31
2.2.4 La gestió del territori com a reflex de l'activitat humana en relació amb el medi.	34
2.2.5 La comunitat gastronòmica i el paper de la cuina.	37
2.2.6 Educació i alimentació saludable: educar per un futur més sostenible.	40
2.2.7 Turisme, agroturisme i paisatge gastronòmic.	41
2.2.8 Ecosistema emprenedor i noves tecnologies.	43
2.2.9 El patrimoni com a contenidor de la cultura i de la identitat d'un territori.	46

PART 3 PLAT PRINCIPAL

3 Pla d'acció <i>Dénia&Marina Alta #Tastinglife</i>.	49
3.1 Objectius estratègics.	50
3.2 Orientacions prospectives per a la implantació del Pla d'Acció Local <i>Dénia&Marina Alta #Tastinglife</i> .	51
3.2.1 Producció agroalimentària.	52
3.2.2 Comercialització agroalimentària.	54
3.2.3 Formació agroalimentària.	56
3.2.4 Gestió responsable del territori.	58
3.2.5 Innovació gastronòmica.	60
3.2.6 Educació i alimentació saludable.	62
3.2.7 Innovació agroturística i paisatge gastronòmic.	64
3.2.8 Emprenedors.	66
3.2.9 Arquitectura rural, tradició gastronòmica i cultural.	68
3.2.10 Línies d'acció transversals.	70

PART 4 EL POSTRE

4 "Bancalet": l'essència del Pla d'Acció <i>Dénia&Marina Alta #Tastinglife</i>.	73
4.1 Un projecte per posar en valor la terra.	73
4.2 Alguns projectes realitzats o en fase d'execució.	74

PART 5 EL PASSEIG

5 Implementació del projecte.	83
5.1 Seguiment i avaluació del pla.	83
5.2 Model de governança de la implementació del pla.	85
5.3 Ciutat creativa.	85
5.4 Xarxa/Local Food Ecosystem.	86
5.5 Fundació Dénia-Ciutat Creativa.	87

APERITIU DE BENVINGUDA



TEIXINT LA XARXA

1. OPORTUNITAT I NECESSITAT D'UNA ESTRATÈGIA AGROALIMENTÀRIA SOSTENIBLE A DÉNIA I LA MARINA ALTA

ON ESTEM?

1.1 DÉNIA&MARINA ALTA: UN TERRITORI UNESCO PER AL FUTUR

La Marina Alta és el nom amb què es coneix el territori situat al nord de la província d'Alacant, que abasta des del litoral als primers relleus i valls muntanyoses que arriben al Mediterrani en el punt més oriental de la província. La superfície total de la comarca ocupa 759 km² que es reparteix en 33 pobles i ciutats: Dénia, Xàbia, Pego, Calp, Benissa, Ondara, Teulada-Moraira, Pedreguer, el Verger, Gata, Poble Nou de Benitatxell, Xaló, els Poblets, l'Atzúbia, Alcalalí, Beniarbeig, Benigembla, Benidoleig, Benimeli, Castell de Castells, Líber, Murla, Orba, Parcent, Ràfol d'Almúnia, Sagra, Sanet i Negrals, Senija, Tormos, la Vall d'Alcalà, la Vall d'Ebo, la Vall de Gallinera i la Vall de Laguar.

La ciutat de Dénia és la més poblada (42.689 habitants el 2018) i té el tercer terme municipal més extens (66,18 km²). La Vall d'Alcalà, situada a l'extrem occidental de la comarca, registra la menor població, amb 171 habitants. Entre tots dos registres trobem les poblacions costaneres, totes amb més de 10.000 habitants; una sèrie de poblacions intermèdies en les valls properes a la mar, que van des dels 2.000 fins als 7.000 habitants; i finalment un grup de 12 pobles, situats a les valls més interiors i zones muntanyoses de la comarca, amb poblacions inferiors a 1.000 habitants.



España



Marina Alta

Situada a mig camí entre València i Alacant, la Marina Alta és una comarca valenciana de profunds contrastos paisatgístics, amb platges i penya-segats a la costa i atractives formacions muntanyoses repartides per tot el seu territori. Té reconeguts tres parcs naturals: el Montgó, el penyal d'Ifac i la marjal de Pego. Al seu territori hi ha igualment paratges d'alt valor mediambiental, considerats llocs d'interès comunitari, com els penya-segats del litoral, les valls interiors, la ribera del riu Gorgos o la serra de Serrella.

La pròpia configuració orogràfica de la Marina i el seu allunyament de grans nuclis de població, ha fet que històricament la comarca haja mantingut distants llaços de relació amb els centres administratius i de poder polític.

Aquesta situació d'aïllament històric ha contribuït a donar una major personalitat als seus pobles, paratges i habitants. La Marina Alta ha hagut de reinventar-se al llarg de la història per dotar-se de mitjans de defensa i subsistència. La via de sortida al mar ha estat bàsica per al seu desenvolupament. Pels seus ports, i molt destacadament a través del port de Dénia, ha fluit un intercanvi comercial i cultural que ha donat gran riquesa econòmica i patrimonial a la seua població. A través d'aquests han sortit a tot el món els productes agrícoles que donaven les terres de secà, i també han entrat recursos econòmics, influències socials, avanços tecnològics i béns descon-

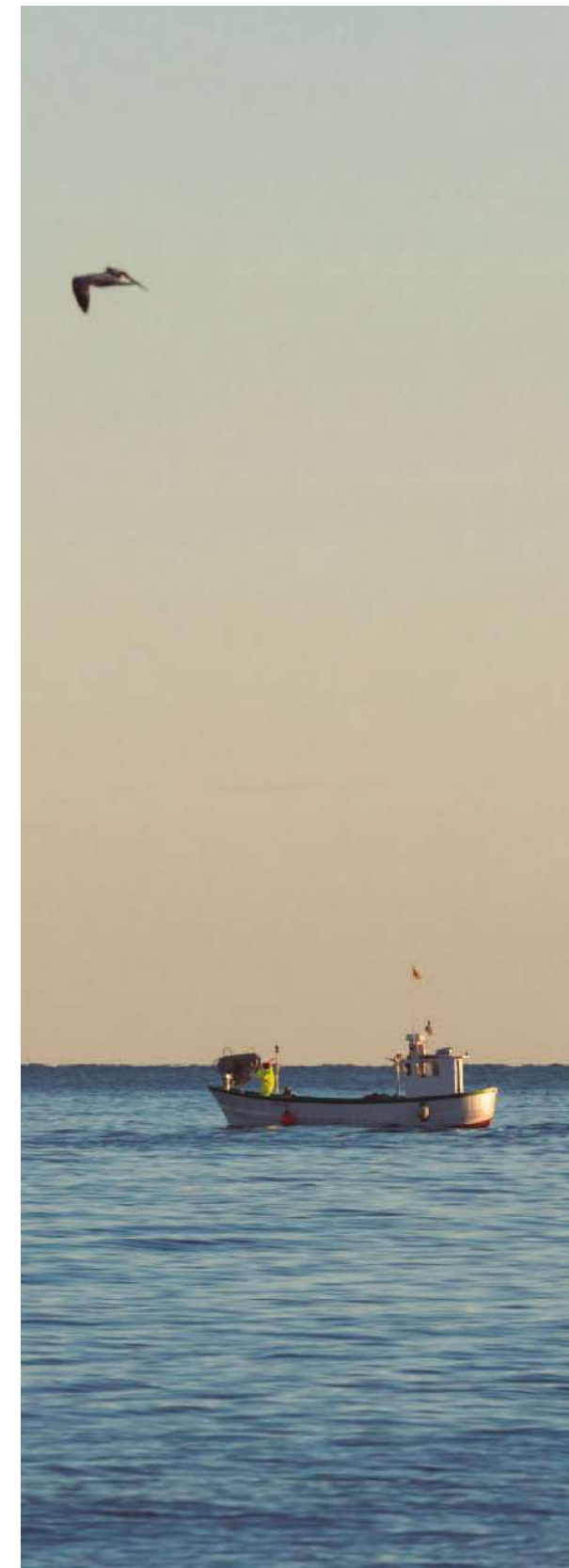
Turisme Teulada-Moraira



guts en altres indrets. Aquesta peculiar forma de progrés col·lectiu és equiparable en molts sentits al desenvolupament que experimenten els territoris aïllats i, per la seua proximitat geogràfica, és freqüent escoltar que la Marina Alta es pot considerar la cinquena illa de les Balears. Una illa a la península.

Al llarg del segle XIX el conreu de la vinya moscatell i la producció de pansa convertiren la Marina Alta en una terra de gran riquesa agrícola i comercial. A través del port de Dénia, desenes de vaixells transportaven milers de tones de pansa cap al Regne Unit, els països del nord d'Europa, Estats Units i Canadà. La pansa de Dénia es caracteritza pel procés de l'escaldat del raïm, un mètode que accelera el seu assecat al sol. Actualment la producció de moscatell i pansa s'ha reduït notablement, però encara es mantenen els procediments populars i es produeixen excel·lents misteles i vins, blancs i negres, de gran qualitat. Entre els conreus que encara avui es conserven figura, en primer lloc, l'ametla i la taronja, com a produccions més esteses. Li segueixen en importància, l'arròs en els aiguamolls del nord de la comarca, i en les zones d'interior les oliveres, els cirerers i altres arbres fruiters, alguns característics i autòctons de la zona, com el perelló. Hi ha una variada presència d'hortalisses. Encara que l'agricultura ha patit en les últimes dècades un procés de regressió per l'avanç de la indústria turística i de serveis, actualment la zona cultivable encara ocupa una superfície de 20.721 hectàrees.

Una altra activitat primària i tradicional, la pesca, ha anat igualment cedint espai i puixança econòmica en uns ports, principalment el de Dénia, que han evolucionat de seus pesqueres i de navegació de cabotatge cap a activitats esportives i d'oci o el transport de viatgers. Actualment les antigues confraries de pescadors locals han constituït l'Organització de Productors Pesquers de la Marina Alta, que agrupa els col·lectius de Dénia,





Turisme Benissa

Xàbia i Calp, i que compta amb una flota conjunta formada per 64 barques de pesca. El 2014 es van capturar 4.500 tones de pesca.

Des dels anys 60 del passat segle XX, la Marina Alta ha experimentat un accelerat creixement econòmic i poblacional de la mà de les activitats lligades al sector turístic. L'oferta turística actual segueix lligada a l'anomenat turisme de sol i platja, però s'ha anat consolidant una oferta diferenciada vinculada al sector hotelier i gastronòmic. Les poblacions de la costa s'han convertit en destinacions de gran atractiu per al turisme, majoritàriament de procedència nacional i europea. La construcció i els serveis absorbeixen la major part dels llocs de treball durant els anys de creixement. El turisme ha generat riquesa i ha causat un fort impacte tant en l'àmbit econòmic com en el territorial.

Un exemple és la pròpia estructura demogràfica, amb un elevat percentatge de ciutadans de nacionalitat estrangera que trien aquest territori per fixar la seua estada habitual. Un 32% dels residents són estrangers, el 72% dels quals

procedeixen de països membres de la Unió Europea. A Dénia el percentatge d'estrangers residents és del 21%, però en algunes poblacions de la comarca, com Llíber, pot arribar fins al 71% (2016).

Per la seua situació en un punt estratègic de la Mediterrània - amb els caps de la Nau i Sant Antoni, i els miradors privilegiats del penyal d'Ifac i el Montgó -, la Marina Alta ha estat objecte de colonitzacions, invasions, conquestes i adhesions per part de les diverses civilitzacions, pobles i cultures que han ocupat històricament la península. Els ibers van poblar les zones intermèdies del Montgó i encara avui es conserven les restes del que va ser el primer espai on, al segle VI a.de C., es van plantar vinyes i es van elaborar els primers vins d'Europa. Trobem almadraves i ports d'origen romà, castells i torres defensives de la dominació musulmana i de la posterior conquesta, muralles i cases medievals amb pedra tosca en els seus murs, i un llegat patrimonial molt rellevant lligat al món de la subsistència i de l'activitat agrària. Són monumentals els seus marges de pedra seca, capaços de traure rèdit agrícola a zones escarpades on, a simple vista, pot semblar inviable qualsevol activitat humana. Els molins de vent i d'aigua es reparteixen per tots els pobles, com les sèquies ancestrals o els omnipresents i originals riurats, infraestructura imprescindible en temps de cultiu massiu del raïm moscatell i la producció de pansa.

A més del patrimoni arquitectònic, la particular evolució dels seus pobles ha reforçat la identitat dels habitants, que han conservat la llengua dels seus avantpassats, el valencià, i tota classe d'usos i costums vinculats al món del treball i a les relacions socials de les comunitats locals.

La UNESCO no només ha reconegut la gastronomia de la Marina Alta en incorporar Dénia a la seua Xarxa de Ciutats Creatives. A l'interior de la comarca es troben la major part de les pintures rupestres de l'Arc Mediterrani (Petracos, el Rull...), considerades per l'organis-



Turisme Teulada-Moraira

me internacional com a Patrimoni de la Humanitat. Hi ha, a més, dos béns immaterials reconeguts per la UNESCO dels quals la comarca participa directament: la dieta mediterrània, tan lligada a la forma de produir, menjar i viure dels seus habitants, i la festa de les Falles, que se celebren des de fa dècades en tres poblacions: Dénia, Pego i Calp.

Turisme Dénia



TENIM PLA

INTRODUCCIÓ I FINALITAT DEL PLA: L'ALIMENTACIÓ COM A NUCLI D'UN DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE I EQUILIBRAT

La incorporació de Dènia a la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO comporta l'acceptació explícita d'una sèrie d'accions destinades a avançar en la consolidació d'un ecosistema local d'alimentació que es converteixi en el pilar principal i ineludible d'un desenvolupament econòmic sostenible i diversificat d'aquest territori.

INICIATIVA
LOCAL

XARXA, LOCAL FOOD ECOSYSTEM



La UNESCO ha reconegut Dènia i la Marina Alta com a exponents de la gastronomia a nivell internacional. Una gastronomia entesa com a expressió creativa i cultural, on conflueixen la tradició i la innovació. Es tracta d'un reconeixement a un model que dissenya un ecosistema alimentari local basat en la preservació del territori i el respecte al medi ambient.

DECÀLEG DÈNIA LOCAL FOOD ECOSYSTEM.

1 La nostra comarca com a laboratori creatiu i d'innovació. Un cluster d'indústries culturals relacionades amb la gastronomia i l'alimentació.

2 Més governança i participació de la comunitat en la protecció de la nostra biodiversitat.

3 Creixement sostenible (beneficis socials, econòmics i mediambientals) de la nostra comunitat basat en la nostra agricultura i pesca tradicionals.

4 Noves oportunitats i nous emprenedors per a una economia local basada en el desenvolupament de la nostra indústria alimentària i gastronòmica.

5 Col·laboració públic-privada: nous socis per als nous reptes del desenvolupament urbà sostenible.



6 Una alimentació més sana, lligada als productes locals i respectuosa amb l'entorn.

7 Una gastronomia creativa i imaginativa, entesa com a una expressió d'identitat del nostre territori i paisatge.

8 Custòdia dels coneixements agrícoles i pesquers tradicionals, autèntica reserva de saviesa per al nostre futur.

9 Reconnectar la gent amb l'origen dels aliments, buscant canvis positius en els comportaments de tots els consumidors (consumidors, escoles, cuiners, ciutadans...).

10 Millora de la qualitat de vida dels ciutadans de Dènia i la Marina Alta. Prosperitat, respecte a la diversitat i diàleg intercultural.



Turisme Pego i Les Valls



Oficina I+C

El projecte *XARXA-Local Food Ecosystem* i el seu Pla d'Acció *Dènia&Marina Alta #Tastinglife* sorgeix des de la concepció del territori comarcal com a paisatge gastronòmic integral. Hi ha productes propis, tradició de conreu i de consum, i una potent oferta hotelera, que ha anat incorporant i mantenint plats i pràctiques de cuina singulars i autòctones.

Amb la declaració de Ciutat Creativa de la Gastronomia per la UNESCO s'impulsa un ampli i ambiciós projecte, de mirada a llarg termini, que pretén configurar un escenari d'economia col·laborativa i sostenible en el qual es retroben els recursos naturals amb l'oferta gastronòmica professional i domèstica.

LA CADENA DE CONSUM AGROALIMENTARI EN XIFRES (2016)

169.831 habitants.

20.721 hectàrees de cultiu.

Diversitat de sòls i cultius: hortalisses, cítrics, fruiters, vinya, olivera.

1.578 Restaurants i cafeteries a la Marina Alta.

Dilatada cultura emprenedora i en creació d'empreses agroalimentàries.

61.109 places de restauració.

438 Restaurants i cafeteries a Dènia.

17.766 places.

65.462 Places en apartaments i vil·les turístiques a la Marina Alta.

6.978 Places hoteleres.

La cadena gastronòmica té un pes essencial en l'economia de la Marina Alta. Gran part de les activitats turístiques, principal font d'ingressos, estan lligades a la gastronomia. Entre els anys 2011 i 2015, els més acusats de la crisi, el

sector aconseguia crear 176 empreses i oferir 312 nous llocs de treball.

El turisme ha significat desenvolupament i riquesa, però també ha tingut uns efectes desiguals. El sector primari, l'agricultura de la Marina Alta, no ha evolucionat al mateix ritme, ha quedat enrere i, en molts casos, abandonat o ignorat. Amb això, el territori, en el seu conjunt, ha patit profundes ferides.



Pòsit Dènia

Amb el projecte presentat a la UNESCO es volen corregir els desequilibris, reforçant un sistema agroalimentari local i sostenible. La potent maquinària turística pot ser igualment la solució, el motor d'arrossegament dels recursos endògens, de productors i cultius locals, i de la comunitat gastronòmica al complet. El Pla d'Acció *Dènia&Marina Alta #Tastinglife* contempla actuacions en totes les àrees del sector agroalimentari: producció, distribució i comercialització, elaboració i consum, per construir aquest ecosistema alimentari.

Amb la intenció de contribuir al desenvolupament d'un model de creixement sostenible basat en el nostre patrimoni etnogastronòmic, en la indústria agroalimentària i en la promoció d'una alimentació saludable associada a la dieta mediterrània, el projecte contempla diferents actuacions a curt i llarg termini.

Les actuacions amb major transcendència i urgència s'inclouen en l'apartat anomenat "Bancalet". Es tracta d'intervenir en la base del Sistema Agroalimentari Local, el sector primari, per reconectar amb els seus usuaris naturals i propers: la indústria hotelera i el consumidor local.

S'han marcat com a objectius prioritaris:

- 1.**
Crear les condicions per augmentar la producció d'aliments frescos i de proximitat.
- 2.**
Fomentar el coneixement i la demanda dels productes de temporada, autòctons i saludables.
- 3.**
Redescobrir tradicions gastronòmiques perdudes o en desús social.



Turisme Dènia

En definitiva, es tracta de desenvolupar un nou sentit de la cultura de l'alimentació a la comarca de la Marina Alta i reconstruir un sistema gastronòmic respectuós amb l'entorn i lligat als hàbits culturals i territorials. Amb la recuperació del conreu de les terres i la posada en valor del producte autòcton s'assegurarà un paisatge agrícola que reforçarà l'atractiu turístic de la comarca.

La Marina Alta té el repte de preservar el seu entorn natural, les arrels culturals i la biodiversitat del seu territori sense renunciar a la seua condició com a destinació turística, base actual de l'economia dels seus habitants. A l'hora d'emprendre aquests reptes són elements importants la formació dels professionals, la consciència cultural (coneixement de la terra, dels costums i de les tradicions) i la mentalitat innovadora. L'objectiu final exigeix un desenvolupament consensuat, ordenat, intel·ligent i sostenible.

ON MIREN?

1.3. MARC DE REFERÈNCIA TEÒRIC



Creative Cities Network

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization





United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO, Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura

La UNESCO va ser creada el 1945 per respondre a la ferma idea de les nacions, forjada per dues guerres mundials en menys d'una generació, que els acords polítics i econòmics no són suficients per construir una pau duradora. La pau ha de fonamentar sobre la base de la solidaritat moral i intel·lectual de la humanitat.

La UNESCO reforça els vincles entre nacions i societats.

<http://es.unesco.org>

Temps de cultura. El primer mapa mundial de les Indústries Culturals Creatives (UNESCO, 2015)

Xarxa de ciutats creatives de la UNESCO (2004)

La Xarxa UNESCO de Ciutats Creatives del Món va ser creada l'octubre de 2004 per tal de vincular ciutats amb una tradició creativa als camps de la literatura, el cinema, la música, les arts populars, el disseny, l'art digital i la gastronomia. Des de l'òptica de la UNESCO, aquesta xarxa posa en contacte a ciutats creatives perquè puguin compartir coneixements, sabers, experiència, habilitats directives i tecnologia. El projecte *XARXA-Local Food Ecosystem* i el seu Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* sorgeix des de la concepció del territori comarcal com a paisatge gastronòmic integral. Un dels seus objectius principals és el d'avançar en un model d'economia col·laborativa, creativa i local, basat en l'alimentació mediterrània, tradicional i innovadora, característica de Dénia i la Marina Alta. **Dénia forma part de la Xarxa de Ciutats Creatives de la Gastronomia de la UNESCO des de desembre de 2015.** <http://en.unesco.org>

Objectius del desenvolupament sostenible (ONU, 2015)

El 25 de setembre de 2015, els líders mundials van adoptar un conjunt d'objectius globals per eradicar la pobresa, protegir el planeta i assegurar la prosperitat per a tots com a part d'una nova agenda de desenvolupament sostenible. Cada objectiu té unes metes específiques que s'han d'aconseguir en els propers 15 anys. Els 17 objectius marcats es basen en els Objectius del Desenvolupament del Mil·lenni, proclamats per l'ONU el 2002, tot i que incorporen noves esferes, com el canvi climàtic, la desigualtat econòmica, la innovació, el consum sostenible, i la pau i la justícia, entre altres prioritats. Assumir els 17 ODS i les 169 metes proposades significa un compromís i un repte que qualsevol estratègia agroalimentària ha de tenir en compte. **El Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* utilitzarà els indicadors ODS com a marcadors de referència de cadascuna de les fitxes d'acció planificades.**

www.un.org



OBJECTIUS DE DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE



Pacte de política alimentària urbana de Milà (Milà, 2015)

El Pacte de Política Alimentària Urbana de Milà (MUFPP) o, abreujat, pacte de Milà, és el primer protocol internacional en matèria alimentària que es realitza a escala municipal. Les ciutats que l'han signat es comprometen a "treballar per desenvolupar sistemes alimentaris sostenibles, inclusius, resilents, segurs i diversificats, per assegurar menjar sa i accessible a tots en un marc d'acció basat en els drets, amb la finalitat de reduir el malbaratament d'aliments i preservar la biodiversitat i, al mateix temps, mitigar i adaptar-se a efectes dels canvis climàtics". **Dénia forma part del Pacte de Política Alimentària Urbana de Milà, des del mes de març de 2017.**

www.foodpolicymilano.org

OMT (Organització Mundial del Turisme)

Els principis de sostenibilitat es refereixen als aspectes mediambiental, econòmic i sociocultural del desenvolupament turístic, i s'haurà d'establir un equilibri adequat entre aquestes tres dimensions per garantir la seua sostenibilitat a llarg termini: preservar els recursos naturals i la diversitat biològica; respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones i contribuir a l'enteniement i la tolerància intercultural; i assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini, que reporten uns beneficis socioeconòmics ben distribuïts.

<http://www2.unwto.org/es>



Avaluació dels ecosistemes del mil·lenni (2005)

Des de l'any 2001, el programa avalua, per a les Nacions Unides, les conseqüències per al benestar humà dels canvis en els ecosistemes i estableix bases científiques per fomentar les accions necessàries per millorar la conservació i l'ús sostenible. www.millenniumassessment.org
www.maweb.org

Dietes sostenibles (FAO, 2010)

Segons la FAO (Organització de les Nacions Unides per a l'Alimentació i l'Agricultura) les dietes sostenibles protegeixen i respecten la biodiversitat i els ecosistemes, són culturalment acceptables, accessibles, econòmicament justes i assequibles; nutricionalment adequades, segures i saludables i, es basen en l'aprofitament òptim dels recursos naturals i humans.
www.fao.org

Pla d'Acció per a la Transformació del Model Econòmic Valencià

Pla per a contribuir a desenvolupar una estratègia de canvi i implantació d'un model econòmic de la Comunitat Valenciana basat en el desenvolupament sostenible.
<http://www.hisenda.gva.es/documents>

Estratègia europea 2020: per una economia intel·ligent, sostenible i integradora

La Unió Europea ha establert per al 2020 cinc ambiciosos objectius en matèria d'ocupació, innovació, educació, integració social i clima/energia a la recerca d'augmentar els nivells d'ocupació, productivitat i cohesió social.
<http://ec.europa.eu>

Programa de desenvolupament rural UE 2014-2020

La política europea de desenvolupament rural pretén ajudar a les zones rurals de la UE per a que puguem fer front a l'àmplia gamma de reptes econòmics, mediambientals i socials que planteja el segle XXI.
https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_es

Programa de desenvolupament rural de la Comunitat Valenciana 2014-2020

Es tracta de l'instrument de planificació de les actuacions de la Generalitat Valenciana en matèria de política de desenvolupament rural seguint estratègies europees.
www.avfga.gva.es

Estratègia territorial Comunitat Valenciana.

Àrea funcional Marina Alta 2020-2030 Model territorial de futur, instrument de dinamització territorial, conservació i millora dels valors ambientals, paisatgístics i culturals del territori, actuacions sectorials. <http://www.avfga.gva.es/pdr-cv-2014-2020>



I Pla de producció ecològica de la Comunitat Valenciana 2016-2020

Proposa la necessitat d'un nou model productiu per generar benestar a llarg termini. Busca fomentar el trànsit cap a sistemes de producció més sostenibles i més ecològics. Ens ajudarà a lluitar contra el canvi climàtic i contribuirà a frenar la contaminació de l'aigua. www.agroambient.gva.es

Pla d'acció de la diversitat agrària de la Comunitat Valenciana

El pla té diverses línies d'actuació: la més potent és el foment de la conservació i el cultiu de varietats locals. Per aconseguir aquest objectiu, es pretén crear un catàleg de varietats locals d'interès agrari: un llistat de recursos hortícoles amb informació agronòmica i cultural per promoure el seu ús i ajudar a conservar la biodiversitat. Aquesta peça clau del projecte posa en relleu el coneixement de la gent major respecte a les varietats locals, així com la necessitat de mantenir-lo perquè aquestes no es perden.
www.agroambient.gva.es

Pla operatiu i de màrqueting de turisme de la Comunitat Valenciana 2016

Un nou model de turisme centrat en la recuperació de l'essència a través de la cultura, el paisatge, el patrimoni i les festes de la Comunitat Valenciana.
www.turisme.gva.es

Paisatges turístics valencians

Projecte que identifica el valor dels paisatges valencians des de la perspectiva turística. Pretén abordar tant accions incardinades en paisatges d'escala municipal, comarcal, provincial o autonòmica, com projectes turístics concrets, preferentment empresarials, relacionats amb el sector turístic. **Dénia i la Marina Alta compten amb huit espais en altres tantes categories dins dels paisatges valencians reconeguts.**
<http://paisajeturisticosvalencianos.com>

EDUSI Dénia (2016)

Estratègia de desenvolupament urbà sostenible integrat que Dénia impulsa com a eina d'anàlisi i definició d'objectius que marquen el camí de la ciutat per als propers sis anys. www.edusidenia.particip.es

Fòrum sobre l'accés a la terra (FMAT)

L'objectiu del FMAT és debatre les evolucions mundials en matèria de l'accés a la terra i als recursos naturals que han tingut lloc després del Fòrum Mundial sobre la Reforma Agrària (FMRA 2004) i la Conferència Internacional sobre la Reforma Agrària i el Desenvolupament Rural (CI-RADR 2006).
www.landaccessforum.org

El fòrum rural mundial (FRM)

És una xarxa plural que promou l'Agricultura Familiar i el desenvolupament rural sostenible, composta per federacions agràries, organitzacions rurals i centres de recerca en els cinc continents.
www.ruralforum.net

PART 2

ENTRANTS



L'ESTAT DE LA QÜESTIÓ

2. DÉNIA&MARINA ALTA:
DIAGNÒSTIC DEL SISTEMA AGROALIMENTARI
LOCAL EN EL SEU ENTORN SOCIOECONÒMIC

El Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* és un pla estratègic especialment dedicat a la promoció dels recursos agroalimentaris i la creació d'un paisatge gastronòmic integral. Al seu torn, com a pla de desenvolupament econòmic, també busca conèixer l'entorn cultural i sociològic que l'envolta. Així doncs, les àrees analitzades estudien la transversalitat del Local Food Ecosystem per tal de potenciar la creació d'un Clúster Agroalimentari a Dénia i la Marina Alta i, al mateix temps, percebre la realitat de l'ecosistema socioeconòmic en el seu conjunt.

Dénia i la comarca de la Marina Alta es caracteritzen per tindre un entorn geogràfic marí i muntanyós, fet que li confereix unes particularitats, fins i tot climàtiques, que contribueixen al fet que dispose d'una gran diversitat de productes de mar i terra. Aquesta particularitat geogràfica ha generat històricament unes dures condicions de vida i cert aïllament social.

Encara que perdure certa percepció històrica d'aïllament interior, entre valls dins de la pròpia comarca i amb l'exterior - la incomunicació i la manca d'infraestructures continua sent un fet diferenciador davant d'altres territoris -, actualment Dénia i la Marina Alta estan obertes al món, molt especialment des de la irrupció del turisme de masses en els anys 60 del passat segle. Aquest fet va provocar una accelerada conversió del sector primari al terciari, com a gran part de la costa mediterrània. De l'economia primària es va passar ràpidament a una economia vinculada al sector turístic, que va provocar una litoralització demogràfica i la concentració econòmica a les zones costaneres, que posteriorment també va arribar a les prelitorals. Aquest estudi tracta de conèixer els seus efectes socioeconòmics i culturals sobre el territori: economia, cultura, tradició, patrimoni, usos i costums, amb la gastronomia com a eix transversal, per dissenyar les estratègies prospectives de correcció que li aporten un equilibri natural necessari per donar valor de futur als múltiples recursos existents.

CAL DESTACAR

1. El diagnòstic se centra en el sector agroalimentari, pensat per a un projecte de llarg recorregut però amb possibilitats d'acció immediata.
2. Reconèixer les necessitats d'un mercat local que arribe a tots els sectors econòmics, sostenible i amb valors i identitat local.
3. Definir l'escenari formatiu de l'arc agroalimentari en un entorn innovador, creatiu i professional que reflectisca la tradició i la cultura.
4. El turisme és el sector amb major impacte econòmic a Dénia i la Marina Alta. Conèixer la seua situació i evolució és clau per desenvolupar el projecte.
5. Identificar el sistema emprenedor agroalimentari, amb la captació i retenció de talent i inversió com a objectius.
6. El patrimoni com a custodi de la identitat i com a contenidor del futur del nostre territori.

TESTANT EL TASTING

2.1 ENFOCAMENT METODOLÒGIC I TREBALL DE CAMP

L'objectiu del disseny metodològic d'aquest estudi és recollir les opinions de la diversitat d'actors i sectors que intervenen en l'elaboració d'aquest pla. Com a elements actius que intervenen en la detecció de necessitats i en propostes d'acció. S'ha recorregut a tècniques d'investigació qualitatives per considerar-les més adequades a causa de l'amplitud temàtica i la necessitat d'analitzar el detall del discurs d'una mostra molt heterogènia. Per tant s'ha optat per focus groups, workshops, panell d'experts o entrevistes personals, segons necessitats i/o perfils. En essència, tècniques obertes i participatives.

S'ha partit d'una divisió de l'estudi per àrees temàtiques, variant la tècnica i/o l'aproximació metodològica amb creativitat i adaptació, dependent de l'espai i del perfil dels entrevistats.

- ÀREA 1 ÀREA 1.1 Producció agroalimentària.
- ÀREA 1.2 Comercialització.
- ÀREA 1.3 Formació.
- ÀREA 1.4 Gestió responsable del territori.
- ÀREA 2 Comunitat gastronòmica, coneixement i inclusió social.
- ÀREA 3 Educació i alimentació saludable.
- ÀREA 4 Innovació agroturística i paisatge gastronòmic.
- ÀREA 5 Nous emprenedors, innovació agroalimentària i TICS aplicades al territori.
- ÀREA 6 Patrimoni rural, tradicions i gastronomia.

L'àrea 1 s'ha dividit en quatre subàrees, donada la seua amplitud i complexitat. En altres casos, quan la diversitat d'actors, o la pròpia temàtica recomanava fer més d'un taller, s'ha dividit al seu torn en més d'una taula de treball. Com, per exemple, el cas de producció agrícola, que s'ha dividit en productors i cooperatives, o el de la innovació agroturística, on s'han realitzat dues taules, una amb empreses turístiques i l'altra amb tècnics de l'administració experts en turisme.

FITXA TÈCNICA TREBALL DE CAMP

Període: entre el 3 de desembre de 2016 i el 3 d'abril de 2017.

Àmbit d'acció: comarca de la Marina Alta.

Escenaris: en 6 poblacions de la Marina Alta. En espais públics i privats, institucions i empreses involucrades en l'organització del treball de camp a Dénia, Xaló, Teulada, Pedreguer, Benissa, Parcent i Orba.

Núm. de tallers: 11 tallers amb la col·laboració de 6 coordinadors.

Participants: Més de 100 participants; representants d'institucions públiques i privades, d'associacions sectorials, culturals, professionals i experts de cada àrea, centres formatius i educatius.

A més de les tècniques d'investigació qualitatives s'ha realitzat una entrevista tancada realitzada en diferents escenaris.

Tècnica: entrevista tancada postal (per correu electrònic) i presencial.

Àmbit geogràfic: Marina Alta.

Univers: convocats a participar en els workshops prospectius i professionals de turisme i sector agroalimentari presents en fires i esdeveniments comarcals relacionats amb el turisme i la gastronomia.

Número d'entrevistes: 112.

Mostra: comerços, restauradors, tècnics de l'administració i experts.

Treball de camp: enquesta postal (en línia) enviada junt amb la convocatòria de participació als workshops, i entrevistes en fires i esdeveniments comarcals relacionats amb el turisme i la gastronomia. Treball de camp realitzat entre el 3 de desembre de 2016 i 6 d'abril de 2017.

UN TERRITORI D'OPORTUNITATS

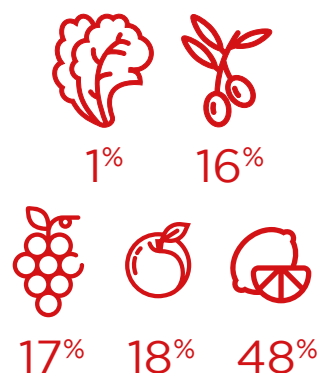
2.2 CONCLUSIONS DEL DIAGNÒSTIC DE SITUACIÓ PER ÀREES TEMÀTIQUES

2.2.1 LA PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA EN DÉNIA I LA MARINA ALTA

La Marina Alta compta amb 20.721 hectàrees cultivades de les quals el 43,5% són de regadiu. En el cas de Dénia, el 78% de les 1.571 hectàrees són de regadiu. En alguns casos arriba fins al 87%, com el cas de Tormos, mentre que a la Vall d'Alcalà, en contraposició, només hi ha 1,1 hectàrees de regadiu. Representa la mostra de la diversitat de conreus i de microclimes de la comarca.

DISTRIBUCIÓ PERCENTUAL DELS PRINCIPALS CULTIUS EN LA MARINA ALTA EN 2016

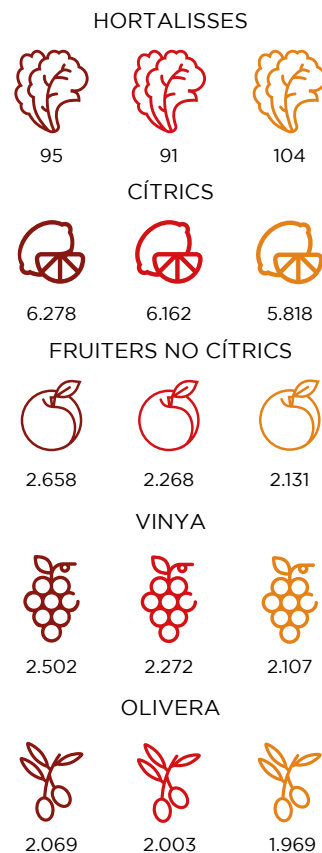
Font: Portal Estadístic de la G.V



Al mapa actual de conreus de la Marina Alta, els cítrics representen prop de la meitat de les hectàrees conreades, seguit d'altres fruiters (cirera, ametller i perelló entre d'altres), vinya i olivera. Dénia compta en l'actualitat amb 984 hectàrees de cultiu de cítrics. La superfície d'hortalisses és pràcticament irrellevant, igual que altres conreus com l'arròs, que tot i ser molt emblemàtic de la comarca és estadísticament poc representatiu, encara que la seua producció s'ha vist incrementada en els últims anys, fins a arribar a les 300 hectàrees actualment.

EVOLUCIÓ (HECTÀREES DE CULTIU) DELS PRINCIPALS CULTIUS EN LA MARINA ALTA ENTRE 2008 I 2016

● 2008 ● 2012 ● 2016



Font: Portal Estadístic de la G.V

Tots els conreus principals han patit un retrocés, excepte el d'hortalisses, que apunta a ser un jaciment de producció agrícola en els propers anys gràcies a la major demanda de l'hoteleria i l'auge dels mercats de proximitat. La gràfica reflecteix el nombre d'hectàrees registrades, però l'estadística no compta el progressiu abandonament del camp. Tot i ser una realitat visible, no tenim dades per a il·lustrar-ho.

PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA: QÜESTIONS ANALITZADES

Quin és el tipus d'explotació majoritària a la Marina Alta i el perfil del productor?

Quin és el mapa actual de producte a la comarca i alternatives?

Instruments i canals de venda. Model de mercat local.

Reptes i innovació.

Paper de l'administració, sindicats, cooperatives.

MINIFUNDI I DIVERSITAT: DEBILITAT I VALOR

- El mapa agrícola de la Marina Alta està format per cítrics, vinya, olivera, ametller i alguns cultius emblemàtics com l'arròs, la cirera o el perelló. D'altres, com verdures i hortalisses encara són minoritaris.
- L'estructura de la terra a la Marina Alta és principalment el minifundi, amb parcel·les rarament superiors a 5.000 m² i una elevada atomització. La majoria amb terrasses de difícil mecanització, disperses i amb elevats costos de producció.
- Donada aquesta estructura de la terra, els agricultors consideren que el model d'agricultura extensiva no és el més adequat per a aquesta zona. Aquest model dificulta la rendibilitat, i impedeix afrontar grans projectes i aplicar innovació competitiva. «Si traus comptes no és rendible», afirma un agricultor.
- Alguns agricultors i cooperatives plantegen la possibilitat d'agrupar parcel·les. La producció ecològica i de proximitat apareix com a factor de diferenciació, però actualment encara és minoritària.
- Hi ha molt poca recerca aplicada a la Marina Alta i adaptada als seus recursos endògens, per tant es redueix la capacitat d'innovació.
- La mitjana d'edat del productor és superior als 50 anys i compta amb escàs relleu generacional. Per a la majoria és una dedicació complementària o recreativa, molts s'autodenominen romàntics, és a dir, els mou una motivació emocional més que econòmica.
- Llevat de les cooperatives, existeixen escasses estructures col·lectives de producció i transformació, que permeten establir acords de producció i distribució, especialment amb el sector Horeca.
- S'observa poca relació intrasectorial del sector agroalimentari de la Marina Alta. En el cas de les cooperatives es detecta falta de relleu generacional i l'escassa rendibilitat de la producció, així com una tendència a associar-se a estructures cooperatives grans.
- Hi ha un alarmant envelliment demogràfic i despoblament en els nuclis de l'interior de la comarca. Èxode de capital humà cap a la costa o altres ciutats.
- La migració de mà d'obra al sector serveis, principalment vinculat al turisme, ha provocat un escenari d'abandonament de terres i destrucció del teixit econòmic d'aquestes poblacions de l'interior (estructures agràries, comerços, bancs, serveis bàsics, educació).
- L'abandonament agrícola suposa, també, la pèrdua de coneixements i usos agrícoles de gran valor que encara es conserven i convé salvaguardar.
- El valor de l'agricultura no és només productiu, és d'imatge turística i qualitat de vida. El manteniment del paisatge agrícola, de la tradició i la cultura vinculada, a més de ser un atractiu turístic, dignifica l'activitat a les zones agrícoles i pot aportar equilibri territorial.
- Alguns actors proposen plans d'ordenació agrícola, a la manera dels PGOU, amb fórmules de reparcel·lació, especialització productiva, etc.

2.2.2 EL MODEL ACTUAL DE COMERCIALIZACIÓ DE PRODUCTES LOCALS

La majoria dels productes agroalimentaris produïts a la Marina Alta estan enfocats al mercat extern mitjançant intermediaris; per tant, no a la venda directa o la transformació, com pot ser el cas dels cítrics, oliva, raïm o altres fruites. El paper de les cooperatives agràries és fonamental per a la comercialització d'aquests productes, encara que en molts casos, en formar part d'estructures majors, tenen limitada la seua capacitat de comercialització en el mercat local. Així i tot, continuen sent actors socioeconòmics vitals per al territori. Segons les últimes dades disponibles, el nombre de cooperatives va disminuir de 43 el 1982 a 24 el 2003. Dénia, per exemple, va arribar a tenir 6 el 1988, i el 2003 no en tenia cap. El 1982 existia almenys una cooperativa a 24 de les 33 poblacions de la comarca, el 2003 havia baixat a 16 poblacions amb cooperativa. A més, només les cooperatives vitícoles es dediquen a la transformació de manera que, majoritàriament, no generen productes de valor afegit. Són els casos de la cooperativa de Teulada i la de Xaló, que es dediquen a la producció i venda a granel i embotellat de vins i licors. Les dues tenen punt de venda propi i un model de negoci pensat per al mercat intern.

A això es suma el sorgiment de projectes emprenedors amb visió al mercat intern, pensats per comercialitzar productes al canal curt. Casos de productors agrícoles (fruites i hortalisses), petits cellers, productors de cervesa o altres elaboradors que estan configurant un nou mapa de productors / comercialitzadors, amb visions arrelades al territori i una mirada a la sostenibilitat, que a més han trencat les barreres de gènere d'un sector tradicionalment masculí. Alguns hotelers s'han incorporat també a aquest nou escenari, i han introduït productes locals en les seues elaboracions, a més d'aportar sensibilitat i visibilitat al producte local. S'han convertit en referent per a tots els que inicien un projecte agroalimentari.

COMERCIALIZACIÓ: QÜESTIONS ANALITZADES

- Avantatges i desavantatges, personals i col·lectives, del producte local.
- Barreres actuals per arribar al sector hotelier, comerç i consumidor final.
- Requisits que ha de complir el producte local per ser competitiu.
- Estratègies de comercialització i diferenciació.
- Paper de les administracions i agrupacions.

SI NO ES CONEIX, NO ES CONSUMEIX

- Tal com afirma un participant: “Una economia diversa, equilibrada, circular i sostenible és capaç de generar més llocs de treball i més estabilitat en el temps”. Una gestió equilibrada dels recursos i un consum responsable són claus per al desenvolupament sostenible.
- Falta coneixement de l'existència del producte local i on comprar-lo. No és accessible en el dia a dia. “Si no es coneix, no es consumeix”, comenta un participant.
- Hi ha desconexió entre el sistema productiu i la demanda: qui produeix no sap què i en quina quantitat produir. No té una vi-

sió clara del mercat, de vegades per falta de contactes, de vegades per mancances en formació comercial i de gestió.

- Actualment el producte local, fins i tot amb major presència al mercat, no té suficient màrqueting i imatge de producte.
- Falta d'adaptació del sector agrícola a les tendències de producte i de mercat.
- L'absència d'apoderament del productor li impedeix abordar inversions i, per tant, revitalitzar el sector. No pot ser una activitat de supervivència, ha de ser una activitat digna i rendible.
- L'estructura de la terra, basada en el minifundi, i l'orientació de producte, amb impossibilitat de competir a escala, no permet una òptima relació cost/benefici que pugua ser sostenible per al productor.
- No hi ha marcadors que diferencien el producte local de la resta d'oferta agroalimentària i que li puguen aportar un valor afegit com a producte de proximitat.
- No n'hi ha prou amb ser un producte de proximitat, ha de complir amb uns valors i qualitats:
 - Que aporte valor al producte, al productor, al territori i la tradició, que garantisca la sostenibilitat de tota la cadena.
 - Que tinga capacitat de ser competitiu i atractiu al consumidor, sense perdre identitat i qualitat.
 - Que siga visible, que es reconega en els llocs de venda.
 - Que tinga un valor / preu just, atenent a costos de producció, rendibilitat, i identitat.
 - Que siga “autèntic”. És a dir, ser el que diu ser, que transmeta la seua particularitat. Per això ha de complir una traçabilitat d'autenticitat i normativa.
 - És important que es conega la història i les persones que fan el producte.
 - El producte local ha de representar la tradició i alhora tindre un potencial d'innovació.

2.2.3 EL MAPA FORMATIU DEL SECTOR AGROALIMENTARI A LA COMARCA

El mapa formatiu relacionat amb la formació agroalimentària a Dénia i la Marina Alta es pot dividir en dos sectors:

1. Formació en producció i elaboració de productes agroalimentaris.
2. Formació en hoteleria i turisme.

En el primer cas l'oferta formativa és dispersa i poc estructurada i no hi ha centres especialitzats que oferten una formació reglada de manera contínua. Hi ha centres formatius, com la UNED de Dénia (Universitat Nacional d'Educació a Distància), que ofereix cursos de postgrau relacionats amb activitats mediambientals, i altres administracions i organismes que ofereixen cursos d'especialització agrària, com poden ser administracions locals, administracions autonòmiques, sindicats agraris, acadèmies privades, cooperatives, associacions i col·lectius ciutadans.

En el segon cas, la formació en hoteleria i turisme, hi ha dos centres oficials que ofereixen formació reglada i/o cicles professionals, com són el CdT i l'IES Maria Ibars, tots dos a Dénia, i que des de la seua creació han oferit una formació que ha permès fer un salt de qualitat a l'oferta formativa professional a la comarca. D'aquests centres han sortit reconeguts professionals i emprenedors, actuals referents en la seua professió; cuiners, sommeliers, professionals de sala, gerents d'hotel, empresaris turístics, etc. A l'oferta d'aquests centres cal sumar la que ofereixen agències de desenvolupament econòmic o altres organismes públics.



www.creama.org

Creama (Consorti per a la recuperació econòmica i de l'activitat de la Marina Alta) és una entitat dinamitzadora de l'activitat econòmica i social de la Marina Alta creada el 1994 i de la qual formen part els vuit municipis més grans de la comarca. Entre les seues activitats destaquen la formació per afavorir la inserció social i laboral, i el suport a l'emprenedoria.



www.cdt.gva.es

Els **CdT** són centres formatius de turisme, dependents de l'Agència Valenciana de Turisme. Actualment la xarxa està formada per huit centres distribuïts per la Comunitat Valenciana, un d'aquests a Dénia. Realitzen formació adreçada a treballadors desocupats i professionals d'hoteleria, serveis i turisme, amb l'objectiu de millorar la seua qualificació professional, mitjançant l'actualització i el reciclatge constant dels seus coneixements. Per aquests centres han passat com alumnes i/o formadors alguns dels millors xefs espanyols.



www.iesmariaibars.org

L'**IES Maria Ibars** és un centre oficial de formació professional dependent de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana que entre la seua oferta formativa compta amb els cicles de Cuina i Gastronomia, Serveis en Restauració i Guia, Informació de Turisme i Assistència Turística.



www.agroambient.gva.es

Les **OCAPA** (oficines comarcals d'agricultura, pesca, alimentació i aigua) van nàixer al voltant de 1990 com a ens territorials de la Conselleria d'Agricultura, Pesca i Alimentació de la Generalitat Valenciana. Compleixen una funció polivalent, com a oficines d'informació i divulgació del sector agrari, registre, tramitació i assessorament, i són, a més, el canal de comunicació directe entre la conselleria i l'agricultor. Realitzen també tasques de formació especialitzada.

FORMACIÓ: QÜESTIONS ANALITZADES

Definir l'oferta formativa actual a la Marina Alta relacionada amb el sector agroalimentari.

Casos, o experiències, interessants per a ser estudiades.

Definir un perfil d'alumne del sector agroalimentari a la Marina Alta.

Quines estratègies de captació-comunicació se solen utilitzar?

Estratègies necessàries per desenvolupar un clúster agroalimentari comarcal.

FORMAR EN UN ENTORN CREATIU I PROFESSIONAL

- La formació agrícola a la Marina Alta s'imparteix a través d'organismes públics i privats:
- **CREAMA**, conselleries, sindicats agraris, acadèmies, empreses i associacions privades. Les matèries solen ser majoritàriament tractaments fitosanitaris i cursos d'especialització agrària (poda, implantació de cultius), i alguns d'introducció de noves tècniques, com el cultiu ecològic.
- A través d'estudis recents la **UNED** detecta mancances en l'orientació laboral cap als recursos i potencials endògens del territori i ofereix formació al respecte.
- L'**OCAPA** comarcal té una programació semestral en coordinació amb el Servei de Transferència de Tecnologia de la Conselleria d'Agricultura. Aquesta formació és a demanda dels productors.
- Hi ha poca demanda de formació específica pel que fa a l'agricultura, la demanda sol procedir d'altres activitats com la jardineria. La formació contínua i dual és molt escassa. "L'agricultor tradicional és molt resabut", considera que ho sap tot i no sol estar obert a formar-se o a innovar, afirma un expert.
- Actualment hi ha poca coordinació entre agents formadors, i falta un pla formatiu reglat i integral d'agricultura (producció, elaboració, transformació i venda, gestió).
- Falten especialistes formadors en tècniques agràries específiques.
- S'ha detectat un perfil professional major de 40 anys, amb amplis coneixements del seu entorn, especialment en les zones prelitorals i d'interior, que podria contribuir a la transmissió de coneixement. Seria la figura de l'agricultor-formador.
- La formació reglada i contínua en hostaleria es pot considera completa i variada a Dénia i la comarca. El **CdT** de Dénia o **IES Maria Ibars** són el millor exemple. Encara que sempre hi ha necessitats i professionals als quals no s'aconsegueix arribar.
- El **CdT** és un element central en la formació gastronòmica a la comarca. Ha generat un entorn tècnic i professional sobre un territori que ja comptava amb una destacable tradició i cultura gastronòmica.
- Els programes d'intercanvi entre alumnes i professionals amb la resta de la comunitat empresarial i formativa de la Xarxa de Ciutats Creatives és un factor clau per a la innovació i la creativitat.
- Es detecten mancances en instal·lacions i formació específica de productes transformats i elaborats. Com ara obradors i espais per a formació en conserves i altres gammes de producte.

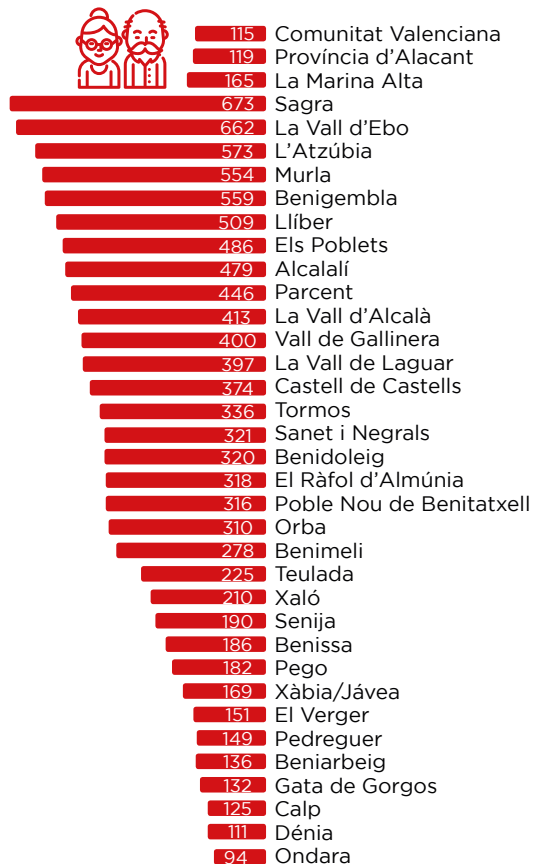
2.2.4 LA GESTIÓ DEL TERRITORI COM A REFLEX DE L'ACTIVITAT HUMANA EN RELACIÓ AMB EL MEDI

Els fets demogràfics són indicadors de la situació del territori. Si analitzem la realitat demogràfica de Dènia i la Marina Alta observem com la major part de la població resideix a la costa, l'anomenada *litoralització*. A més, compta amb la població més jove (fins i tot tenint en compte l'elevada mitjana d'edat dels residents europeus jubilats), la qual cosa implica major recanvi generacional i més potencial innovador.

Així doncs, observem un elevat desajust poblacional a la comarca, davant un major recanvi generacional a les poblacions litorals i algunes prelitorals, en les més interiors trobem taxes d'envelliment molt elevades; i que, per tant, rebaixen la taxa de maternitat, fet que dona com a resultat unes poblacions amb un retrocés demogràfic evident, a nivell sociodemogràfic elevades necessitats de serveis d'assistència sanitària i a la dependència. A nivell socioeconòmic i territorial, s'observa la destrucció del teixit econòmic, abandonament de cultius, deteriorament del paisatge i danys mediambientals. Si a Dènia, per exemple, la taxa de dependència de majors de 65 anys se situa en el 24%, a Murla és del 80% i a Castell de Castells del 70%, ambdós pobles a l'extrem interior de la comarca.

Per tant la demografia ens indica el descens notable de l'activitat econòmica i social d'un ampli sector de l'interior de la comarca amb una conseqüència evident: la tendència a un major desequilibri territorial.

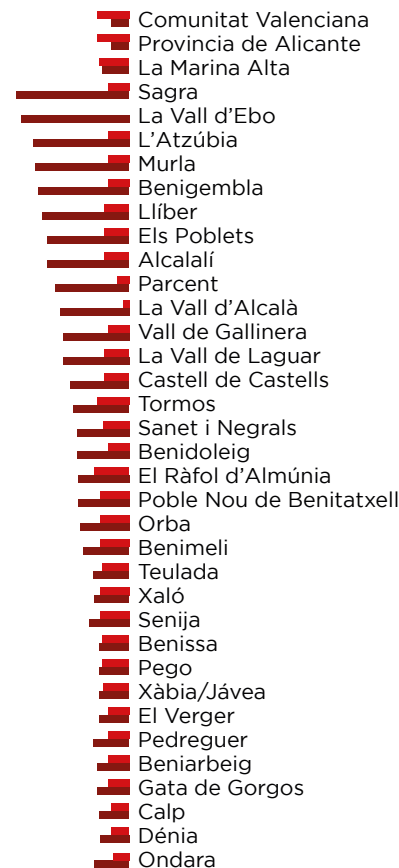
ÍNDEX D'ENVELLIMENT EN LES POBLACIONS DE LA MARINA ALTA L'ANY 2016



Font: Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball.

Un altre indicador de desequilibri territorial el trobem en la densitat de població, on detectem dades en les poblacions interiors que podrien ser perfectament de zones despoblades de l'interior de la península. La densitat de població també és un indicador de dependència: a més despoblament, més costos públics i de les famílies, ja que s'ha de mantenir ben assistit un territori en retrocés demogràfic i econòmic. El contrast a la Marina Alta és evident.

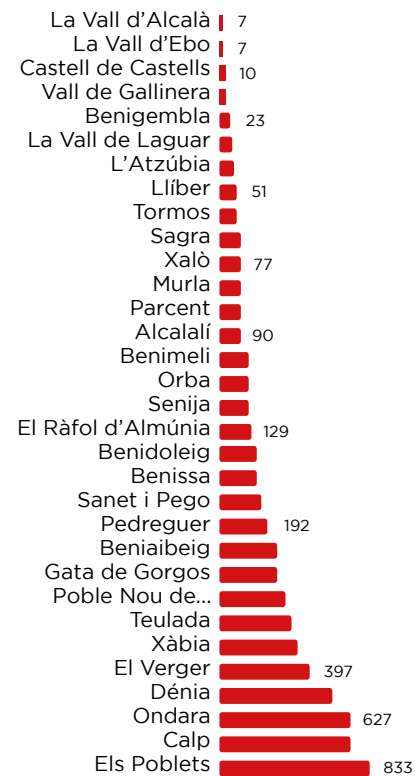
DIFERENCIAL PONDERAT (%) DE LA TAXA DE MATERNITAT I ÍNDEX ENVELLIMENT DE LES POBLACIONS DE LA MARINA ALTA EN 2016



Font: Portal Estadístic de la G.V.

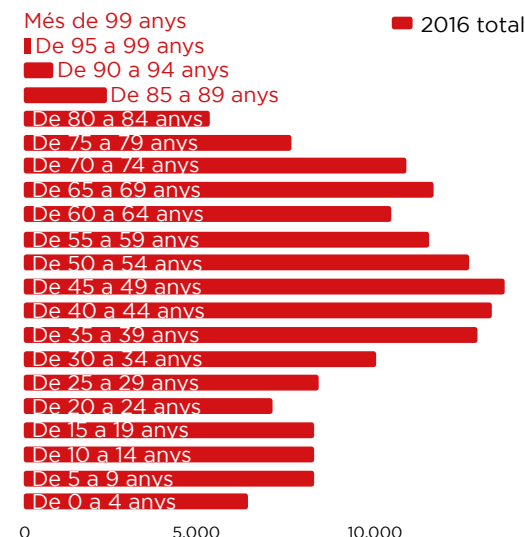
La demografia condiona el paisatge, més encara quan en zones rurals es produeix un abandonó progressiu de cultius. Aquest és un fet a tenir en compte si entenem el territori des de valors mediambientals i turístics, és a dir econòmics, on les actuacions han de tenir present que l'activitat humana, o l'absència d'aquesta, poden potenciar o disminuir el seu desenvolupament, atractiu i conservació.

DENSITAT DE POBLACIÓ (HABITANTS PER KM²) EN LES POBLACIONS DE LA MARINA ALTA EN 2016



Font: Portal Estadístic de la G.V.

PIRÀMIDE DE POBLACIÓ TOTAL (EN MILERS)



TERRITORI: QÜESTIONS ANALITZADES

Estratègies de reequilibri territorial (*litoralització* vs. abandonament zones agrícoles).
Aprofundir en les estratègies de potenciació de l'activitat econòmica a les zones rurals (sector primari, el turisme recreatiu i la conservació ambiental).

Estratègies per potenciar els Bancs de Terres.

Valor del paisatge com a atractiu turístic i quin paper té l'urbanisme.

ENAMORAR-NOS DEL NOSTRE ENTORN

- Al territori interactuen tres espais diferenciats: urbà, agrícola i forestal, als quals es podria sumar l'espai marítim. Tots aquests s'han vist profundament alterats en les últimes dècades. Tots junts formen en conjunt el suport vital dels seus habitants i el paisatge, un dels principals actius de l'activitat econòmica i la qualitat de vida del territori.
- El desequilibri en les activitats i usos del territori dibuixa un escenari de grans riscos mediambientals i socioeconòmics.
- La part litoral de la Marina Alta ha crescut exponencialment en les últimes dècades (amb la conseqüent sobreexplotació dels recursos i generant gran quantitat de residus), mentre en altres zones, aquest creixement ha estat relatiu o fins i tot negatiu, i ha donat lloc a un desequilibri demogràfic, econòmic i territorial, amb una forta degradació paisatgística. A les zones agrícoles s'han donat processos de canvi d'ús productiu a residencial i/o recreatiu, o simplement l'abandó de terres.
- El canvi de model socioeconòmic de les zones rurals ha comportat una pèrdua de serveis, llocs de treball i una obligada reconversió del model.
- En els espais forestals també s'han produït canvis radicals d'ús, d'activitats tradicionals a un ús turístic i recreatiu, generant danys mediambientals i conflictes d'incompatibilitat entre actors.
- El desenvolupament costaner ha generat un efecte d'atracció, sobretot en el sector de la construcció i serveis, i ha deixat al descobert la profunda crisi del sector agrari comarcal: "és més fàcil treballar a la costa", afirma un participant.
- Una vegada generada la cultura d'oportunitats en el sector serveis (horari laboral, sous fixos, estabilitat, etc.) és difícil percebre l'activitat agrícola com a oportunitat, doncs genera més interrogants que expectatives. Desmoralització i més abandonament: "la gent jove no vol terra".
- Actualment s'obren vies i possibilitats d'exploració del territori a través de noves formes de relació amb ell per part dels seus actors, no només agroalimentàries, també activitats esportives i culturals relacionades amb l'entorn que converteixen en experts als residents, per exemple, en acompanyament turístic.
- Malgrat aquest escenari segueix havent-hi un factor d'arrelament, o nostàlgia, de tots aquells que han crescut en zones agrícoles, però que costa transmetre a les noves generacions. Aquesta situació manifesta un escenari de progressiva pèrdua d'identitat.
- La desconexió amb el territori i la manca d'estima ha provocat l'exportació del model invasiu de costa cada vegada més cap a l'interior; trencant el seu encant i el seu potencial turístic.
- La creació, en el seu moment, dels parcs naturals, els nombrosos Llic i altres espais protegits a la comarca, va ser molt important per a prendre consciència de la biodiversitat i necessitat de conservació del territori.
- Els recursos de la Marina Alta són comuns als que l'habiten i la visiten (paisatge, mar, recursos naturals). És un espai compartit que afecta la qualitat de vida de tots.

- El 80% del consum d'aigua a la comarca va destinat al consum humà; així doncs l'ús per a l'activitat agrària no és un factor desestabilitzador, i més tenint en compte que gran part és de secà. La gestió de l'aigua s'ha d'abordar des d'una perspectiva integral; la

gestió de residus, contaminació, proveïment, consum i altres factors de sostenibilitat necessiten de polítiques coordinades per a la gestió, aprofitament i eficiència dels recursos hídrics a la Marina Alta.

2.2.5 LA COMUNITAT GASTRONÒMICA I EL PAPER DE LA CUINA

La gastronomia és un fet diferencial de Dénia i la Marina Alta com a destinació turística i el reconeixement de la UNESCO subratlla aquest factor estratègic. El paisatge gastronòmic és el reflex de les seues arrels en una cuina marcada per un territori de valls, muntanyes i la mar. Aquesta és la força d'una cuina senzilla i mediterrània, però que combina amb excel·lència els productes, que s'ha vist recompensada els darrers anys amb el reconeixement al conjunt de la seua gastronomia, amb establiments i cuiners de prestigi mundial.

La Marina Alta compta en l'actualitat amb el reconeixement de 8 estrelles, del total de 20 en tota la Comunitat Valenciana, de la prestigiosa Guia Michelin, i dona sentit al concepte de territori gastronòmic.

Però no sempre ha estat així, la irrupció del turisme a la dècada de 1960 i els canvis d'hàbits de vida han amenaçat durant anys la cuina local per influències i cultures externes, potser recolzades en les febleses de la pròpia identitat local. El resultat final ha estat una cuina d'influències, però que ha sabut eixir reforçada.

El reconeixement actual confereix més valor a tots aquells establiments i locals que en els últims anys no han deixat de creure que Dénia i la Marina Alta són gastronòmicament diferents, no només pels seus productes sinó per la tradició que els protegeix, fet que inspira aquest territori singular a créixer a través de la innovació i l'experimentació, i es senten segurs del llegat que els acompanya.

Així doncs, el punt de partida de la cuina actual de la comarca sembla clara, créixer des de la tradició per continuar sent diferents, percebent la gran oportunitat que això significa.

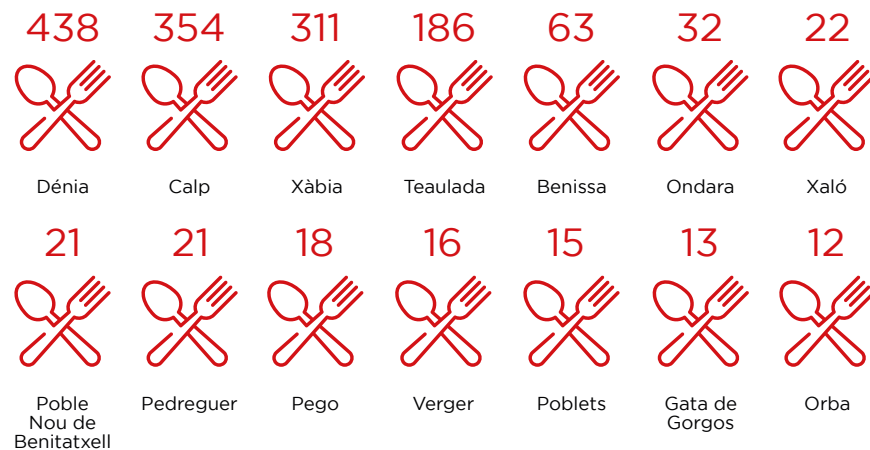
És destacable també el paper de l'associacionisme i les escoles de cuina que han ajudat a professionalitzar el sector creant un entorn professional i de qualitat, com és el cas del CDT, l'IES Maria Ibars, AETHMA i altres associacions sectorials.



www.aehtma.com

L'associació d'empresaris d'hostaleria i turisme de la Marina Alta (**AEHTMA**) des de l'any 1979 representa més de 500 empreses de l'hostaleria i el turisme, oferint assessorament i formació als seus associats i emprenedors. AEHTMA és un dels promotors de la candidatura a Ciutat Creativa de la Gastronomia de la UNESCO.

NÚM. RESTAURANTS ANY 2016



Font: Portal Estadístic de la G.V

La Marina Alta compta amb 1.578 cafeteries i restaurants (un per cada 107 habitants). Només a Dénia es concentren 438, el 28% del total de locals de tota la comarca. Les quatre poblacions que més locals tenen (coincidint amb les poblacions amb major activitat turística) compten amb el 81% del total de negocis d'hoteleria.

NÚM. PERSONES PER RESTAURANT/CAFETERIA EN 2016



Font: Portal Estadístic de la G.V

Dénia i la Marina Alta són una potència gastronòmica per la quantitat i qualitat de molts dels seus establiments, a la qual se li plantegen reptes importants, com canalitzar el reconeixement de la UNESCO cap a una gastronomia recolzada en valors sostenibles i mediambientals, que valore en major mesura el producte local i la tradició gastronòmica, amb professionals sensibles al territori.

COMUNITAT GASTRONÒMICA: QÜESTIONS ANALITZADES

Què aporta el projecte UNESCO a la gastronomia de la Marina Alta i com desenvolupar-lo?

Quin és el paper de l'hoteleria en aquest projecte?

Com fer-ho arribar a tot el sector i al públic final?

Com connectar el producte/productor amb el sector del consum final?

Estarien disposats a participar en un grup experimental de *Local Food Ecosystem*?

LA INNOVACIÓ SORGEIX DE LA TRADICIÓ

- El col·lectiu de cuiners de la comarca està poc organitzat fins al moment, però té una notable influència en la societat. Això li dóna un valor i un apoderament per marcar tendència. Actualment aquesta tendència mira amb força el producte local i el territori.
- Els representants de la cuina a la Marina Alta són conscients que, encara que ells proposen innovació, el saber està a la cuina tradicional, la dels bars, els restaurants i les cases.
- Durant molts anys gran part de la cuina tradicional ha estat infravalorada, actualment molts s'han adonat que és la base de la cuina moderna. Consideren que està per arribar, en breu, una revolució de la cuina tradicional de la Marina Alta.
- Gran part del sector no està associat i es fa difícil arribar a molts negocis per transmetre inquietuds o recollir motivacions.
- Els cuiners afirmen que els falta temps per poder dedicar-se a investigar, conèixer i comprar més producte local. La col·laboració i confiança amb el productor és fonamental.
- En l'actualitat hi ha una notable carença d'investigació científica amb productes singulars de la Marina Alta per descobrir el seu potencial gastronòmic i nutricional.
- La varietat, quantitat i capacitat de subministrament de producte local és un factor molt valorat pel sector hotelier per confiar en el producte local. Així com major informació comercial; on i com adquirir el producte. Alguns mercats locals es repeteixen en la seua oferta, falta diversitat de producte.
- Quan es parla de la comunicació amb el client final, en el cas de l'hoteleria, es puntualitza com a factor determinant el paper del personal de sala, que és el transmissor entre la cuina i el client (elaboració, producte, estil, filosofia). És tan determinant com la tasca del xef per apropar al producte local al consumidor.
- Hi ha una manca de producte complementari que pugui incorporar la indústria creativa i cultural al sector de la gastronomia: vaixel·la, decoració, art, arquitectura, disseny, tecnologia, packaging, etc.
- La repercussió mediàtica de la gastronomia de la Marina Alta és molt alta, i amb el reconeixement UNESCO, encara més: La contínua presència de cuiners i establiments en els mitjans o certàmens com el Concurs de Gamba Roja, Festival D*NA, Saborea España, trobades Ciutats Creatives, etc., ho demostren i són beneficiosos per a Dénia i la comarca. És el moment per trobar i explotar la veritable diferència, unir voluntats i saber aprofitar-ho.

2.2.6 EDUCACIÓ I ALIMENTACIÓ SALUDABLE: EDUCAR PER A UN FUTUR MÉS SOSTENIBLE

El suport de la comunitat escolar és un factor determinant per a l'impacte social dels projectes comunitaris, perquè calen en la societat. Els alumnes actuen com a transmissors en el seu entorn més proper i com a actors futurs del canvi. El projecte *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*, té present des de la seua creació que l'educació i l'alimentació saludable és un dels seus pilars fonamentals.

Així doncs, comptar amb el suport i col·laboració dels centres educatius en programes i projectes locals i internacionals és un dels objectius a complir com a estratègia de present i de futur.

EDUCACIÓ: QÜESTIONS ANALITZADES

Com es pot beneficiar el sistema educatiu d'aquest projecte i què pot aportar?

Quin format i metodologia de treball es pot fer en cada etapa de l'educació per projectar els valors del projecte?

Accions que cal desenvolupar entre la comunitat educativa i l'entorn econòmic i social per difondre els valors del projecte.

L'ESCOLA VIU I COMPARTeix LA GASTRONOMIA

- *Gastronomy* és un element d'unió de tota la comunitat. Bones pràctiques són el programa Erasmus Plus del CEIP Pou de la Muntanya (*Tastingschool. Deconstructing Education: creative and inclusively schools in gastronomic cities*) i IES Maria Ibars *Youth 4 Food (Youth in action for a Creative and Sustainable Gastronomia*.
- El context educatiu és molt ampli (pares, empreses col·laboradores, societat en el seu conjunt) i, per tant, les accions que es desenvolupen en aquest àmbit tenen una dimensió integral en la societat, ja que en major o menor mesura tota ella té relació amb el món educatiu. La implicació d'aquest entorn és fonamental.
- La gastronomia és també un element d'integració i aprenentatge, com és el cas del Centre d'Educació Especial Raquel Payà, i el seu Programa Formatiu de Qualificació Bàsica (PFQB), branca d'Hostaleria.
- La formació i sensibilització dels més joves és important per transmetre nous valors de relació amb el territori, d'aquesta manera es pot canviar la mentalitat. Els alumnes haurien de conèixer de primera mà els elements constituents del nostre territori i identitat cultural.
- S'està implantant la figura de l'agricultor-formador perquè siga un enllaç entre la vida acadèmica i la inserció professional, perquè l'agricultura (i en especial l'ecològica) pot ser un bon camp de futur professional.
- Les empreses de restauració col·lectiva del sector educatiu també tenen programes d'activitats per als alumnes relacionats amb la gastronomia.
- Les empreses de restauració col·lectiva demanen més accés al producte local i participació en el projecte.
- L'alimentació saludable, i el benestar personal, vinculats al consum de productes de proximitat, ètics i sostenibles, també han de formar part dels valors a reforçar pel projecte.

2.2.7 TURISME, AGROTURISME I PAISATGE GASTRONÒMIC

Dénia i la zona costanera de la Marina Alta és un territori eminentment turístic, que va experimentar una transició molt ràpida de l'activitat primària a la terciària, llevat excepcionals casos com el joguet, el moble, la indústria tèxtil i la complementària.

Tots dos sectors (primari i terciari) han conviscut fins a l'actualitat, principalment perquè les característiques geogràfiques de la comarca així ho han marcat. Avui en dia el model turístic busca evolucionar i es fixa en el territori, el paisatge i la tradició com a element de diferenciació, i en aquest aspecte Dénia i la Marina Alta compten amb les condicions apropiades per aquest canvi.

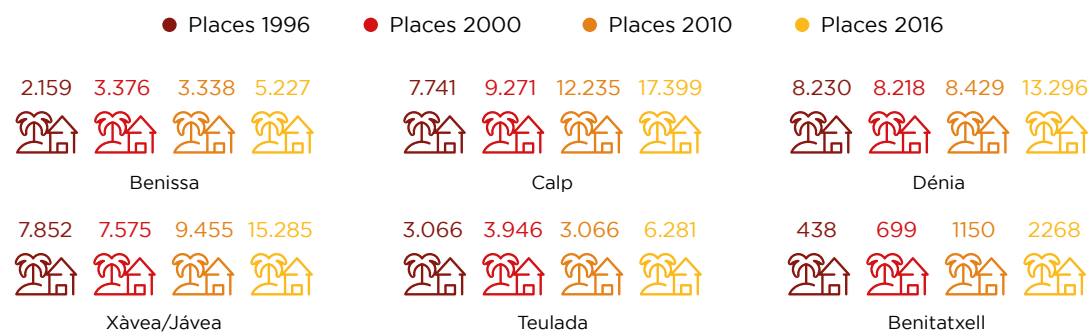
La saturació de tants destins de vacances altament especialitzats com ho és aquesta comarca, igual que la majoria de les destinacions insulars de la Mediterrània, ha obert una tendència de recerca interior cap als recursos endògens del territori; desestacionalització, recursos naturals i patrimonials o sostenibilitat, són termes que cada vegada estan més presents en les agendes de la promoció turística, sens dubte com a reacció a la coneguda litoralització i massificació turística.

Fa dècades que la comarca és conscient que compta amb qualitat i varietat de recursos endògens, però és ara quan sembla que es comencen a sumar actors i accions per donar visibilitat a l'"altre" turisme que no és el conegut com "sol i platja". Per posar un exemple, l'Agència Valenciana de Turisme té un projecte anomenat Paisatges Turístics que cataloga els paisatges en onze categories diferents, Dénia i la Marina Alta estan presents en huit d'aquestes categories. És un exemple de la diversitat dels recursos amb què compta el territori.

La Marina Alta és una zona altament especialitzada en l'oferta turística d'apartaments i vil·les, un producte de gran especialització que ha multiplicat l'oferta en els últims 20 anys. Si el 1996 hi havia 6.396 habitatges de lloguer de vacances, el 2016 hi havia 11.636, passant de 30.526 places a 65.462. De ser una destinació residencial ha evolucionat també cap a una destinació de vacances, sense perdre el seu atractiu com a destinació de turisme residencial. La comarca representa el 26,5% del total de places d'apartaments de la Comunitat Valenciana i el 47% de la província, i és un referent d'aquest model de vacances, principalment en sis poblacions de costa (Dénia, Calp, Xàbia, Teulada-Moraira, Benissa i Poble Nou de Benitatxell) que concentren el 91% de la Marina Alta. Més del 80% de les pernoctacions que es realitzen a la comarca són en aquest model d'allotjament.

Les places hoteleres també s'han incrementat els últims anys, passant de 3.010 l'any 2000 a 6.978 el 2016, de 32 establiments a 59 (Dénia actualment representa el 29% de les places de la comarca i ha doblat la capacitat des del 2000). Tot i això només representa el 9% del total de places. Encara menor és l'oferta d'allotjaments rurals, només l'1% dels allotjaments són d'aquesta tipologia.

INCREMENTS PLACES APARTAMENTS TURÍSTICS 1996-2016



Sis poblacions es reparteixen el 91% de les places de la comarca.

Font: Portal Estadístic de la G.V.

PLACES D'ALLOTJAMENTS TURÍSTICS EN LA MARINA ALTA EN 2016

Places apartaments i vil·les turístiques



90%

Places hotels



9%

Places allotjaments rurals



1%

La Marina Alta és una destinació turística de “sol i platja”, és a dir, eminentment de costa, d'apartament o vil·la, amb molt poca oferta rural/agroturística, tot i comptar amb un territori atractiu per a aquest tipus de turisme.

Les empreses de turisme actiu i cultural han crescut exponencialment. De 14 el 2013 a 51

el 2016, la qual cosa vol dir que hi ha una oferta complementària a la tradicional de “sol i platja”, si bé moltes empreses catalogades com a turisme actiu són d'activitats aquàtiques i, per tant, estan a l'entorn de la platja. En qualsevol cas, la tendència marca un increment en empreses especialitzades de turisme actiu.

TURISME: QÜESTIONS ANALITZADES

En què pot afectar el turisme que tenim actualment a la Marina Alta el reconeixement de la UNESCO?

Quins nous productes o serveis (sectors) es poden generar arran del projecte?

Estacionalitat. Què caldria fer per desestacionalitzar el turisme tal com està plantejat actualment?

Quin calendari s'hauria de marcar per definir unes estratègies de col·laboració?

Quina és la situació actual de l'agroturisme? Està estructurat, comercialitzat?

Qui i com estructura?

MARCAR LA DIFERÈNCIA

- “El principal atractiu turístic de la Marina Alta és el paisatge i tot el que hi ha dins”, afirma una informadora turística d'una població de la Marina Alta.
- Es comenta a la sessió que “la identitat és clau per marcar la diferència”.
- Ara per ara no hi ha la marca Marina Alta, per tant no es disposa d'una eina de comercialització per promocionar conjuntament la gastronomia, la cultura, les tradicions i el territori de la Marina Alta.
- Vendre comarca com una destinació permet oferir més varietat de recursos i productes turístics. La possibilitat de desenvolupar productes comarcals és un repte per al territori.
- La Marina Alta és un territori receptor de visitants, però no es generen productes agroturístics com a estratègia de diversificació i/o desestacionalització del turisme de “sol i platja”: “Els turistes creuen que a l'hivern estem tancats”.
- No hi ha una oferta agroturística prou estructurada i, per tant, no podem conèixer la dimensió de la seua demanda i consum.
- Fins al moment no han quallat massa iniciatives d'agroturisme a la Marina Alta. Es planteja una revisió i actualització del model. Manca d'eines, o desconeixement, per al desenvolupament del producte per part dels emprenedors, per transformar la idea en producte.
- El turisme de costa és el que té la capacitat de transformar el d'interior; perquè és el major receptor i pot ser el seu major prescriptor. És el que disposa actualment de l'al·lotjament.
- Preocupació dels experts per la capacitat de càrrega del conjunt del territori i d'alguns espais en particular, amb puntes de sobrecàrrega molt grans. *Turistificació.*
- La situació de sobrecàrrega pot servir de punt d'inflexió per trencar l'estacionalitat i anar cap a un model més sostenible.
- La implantació d'un model d'agroturisme ha de tenir en compte la qualitat i la sostenibilitat, ser respectuós amb el territori, sensible i autèntic.

2.2.8 ECOSISTEMA EMPRENEDOR I NOVES TECNOLOGIES

L'ecosistema socioeconòmic de Dénia i la Marina Alta es troba majoritàriament vinculat al sector serveis, i principalment al turisme. Per tant, l'ecosistema emprenedor és un pur reflex d'aquesta realitat fins al punt d'estar intensament inclinat cap al sector serveis/turisme a la comarca: restauració i hoteleria, serveis de manteniment, comerç menor, etc. Aquest panorama emprenedor a la comarca ha deixat de banda altres sectors de potencial creixement com els serveis socioculturals, TIC o la pròpia producció agroalimentària.

Els actors que interactuen en l'entorn emprenedor (Creama, Marina Alta Emprén, Cedma, *coworkings* públics i privats, com *Coworking* EOI Benissa, *Knowhere* a Dénia o La Nau Lab a Pedreguer), estan creant un panorama emprenedor multidisciplinari, molt centrat tant en projectes de TIC com d'expressió del territori, obrint el camp emprenedor a models d'innovació i creant un entorn d'atracció i retenció de talent local.

www.eoi.es · www.lanaulab.com · www.knowheredenia.com



<https://marinaaltaempren.com>

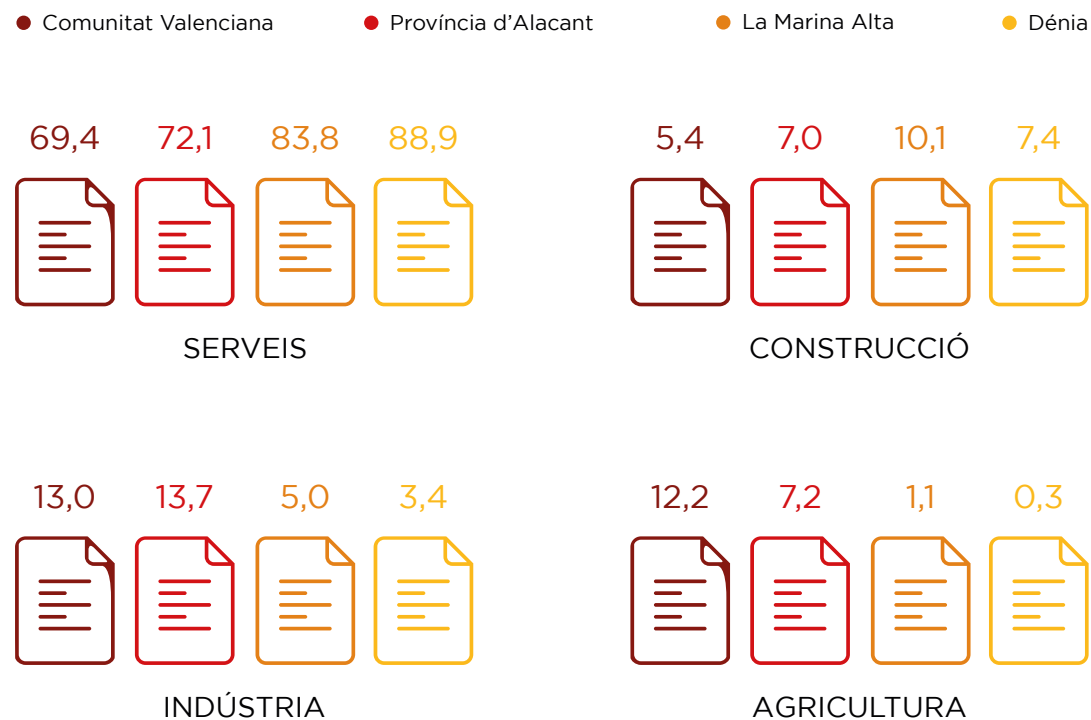
És una iniciativa d'àmbit comarcal promoguda per ENID, Crema i La Nau LAB, i finançada pels ajuntaments de Dénia, Orba, Pedreguer, Pego, Xàbia i Xaló, que fomenta la creació de noves empreses i, per tant, de nous llocs de treball a la zona mitjançant formació especialitzada i consultories individualitzades.



www.empresarios-cedma.es

Cercle Empresarial de Dénia i la Marina Alta (CEDMA) és una federació d'àmbit comarcal, constituïda i registrada el juliol de 2004 i integrada per dotze associacions i nou empreses singulars de diversos sectors. En total, integra 1.150 empreses afiliades, 7.500 treballadors a través de les associacions i empreses que la integren.

CONTRACTES EN 2016 (% SOBRE EL TOTAL)



Font: Portal Estadístic de la G.V.

EMPREDORS: QÜESTIONS ANALITZADES

Perfil actual de l'emprenedor a la Marina Alta. A quins sectors es troba més lligat? Manual de supervivència d'un emprenedor: Barreres, obstacles i errors que cal evitar. Maduració del projecte, finançament, estratègia de producte i venda/comunicació. Innovació i TIC: La Innovació i la tecnologia com a elements diferenciadors. *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*: Com posar en marxa l'Ecosistema Agroalimentari Local a la Marina Alta i aconseguir un veritable clúster agroalimentari?

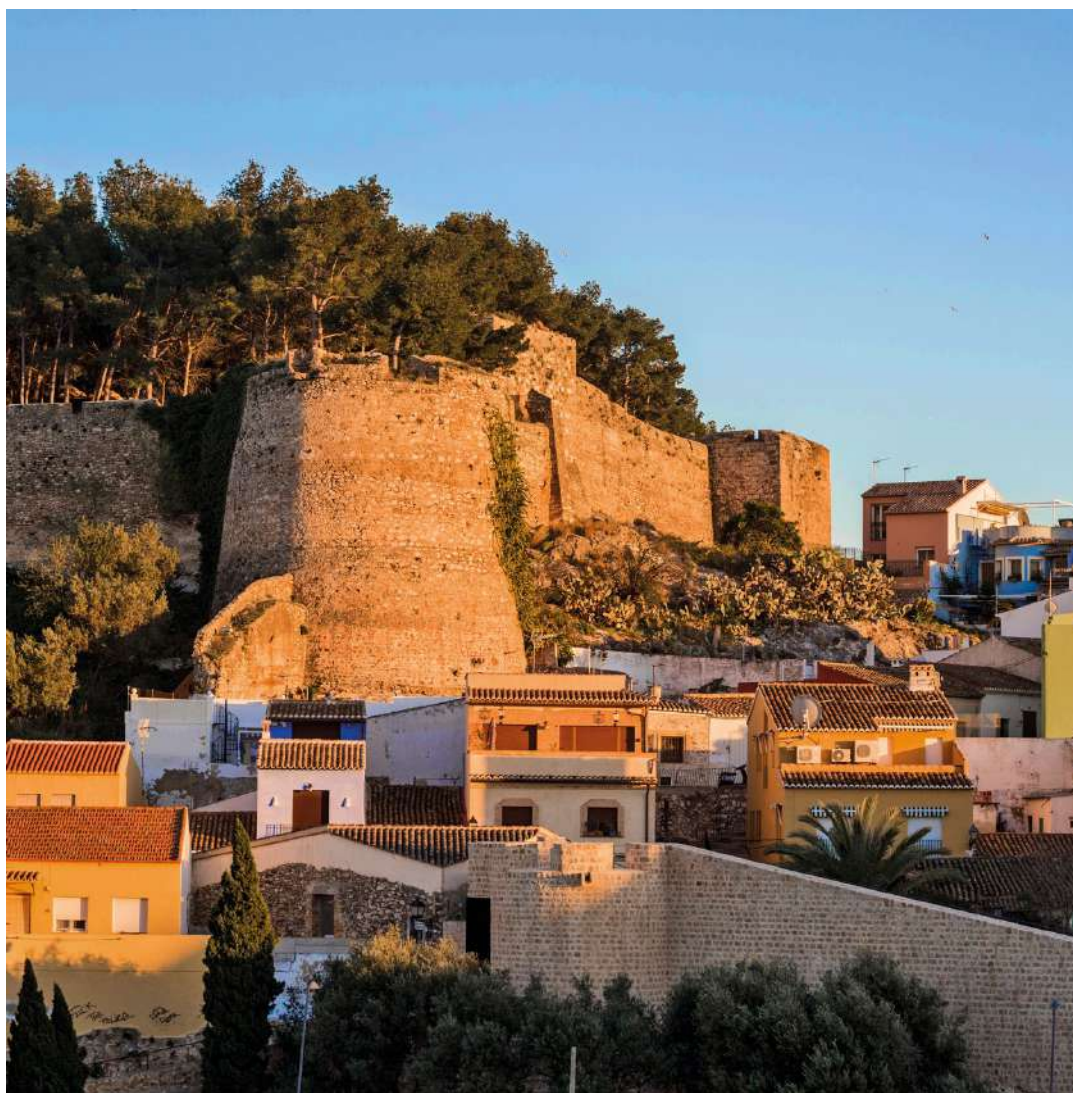
BUSCANT L'EMPREDOR QUALIFICAT

- El perfil majoritari d'emprenedor estudiat a la Marina Alta es caracteritza pel baix perfil formatiu.
- Més que analitzar la fugida de talents, inherent a la realitat sociolaboral global, caldria aprofundir en conèixer les expectatives i oportunitats dels joves per poder desenvolupar-se personalment i professional a la comarca. Analitzar els avantatges i desavantatges que ofereix el territori, perquè molts sacrifiquen desenvolupament personal per continuar vivint a la Marina Alta, i aquest podria ser un factor clau d'innovació. La generació d'un entorn innovador i creatiu és un element clau per al desenvolupament econòmic de la comarca.
- Les bones idees necessiten habilitats i capacitats empresarials. Cal saber comunicar, mesurar, corregir i millorar fins que funcione. Aquests processos necessiten assessorament tècnic i especialitzat de diferents àrees (finançament, gestió, màrqueting..).
- Convenciments que ha de tenir en compte l'emprenedor:
 - El finançament és més fàcil si es presenta un projecte emprenedor sòlid. En molts dels casos venen les visions idealistes sobre les realistes.
 - Creure en el projecte, no defallir. Equilibri entre "bogeria" controlada i plans de viabilitat (anàlisis de viabilitat coherents i reals).
 - La formació i l'experiència són factors clau de la innovació, dóna perspectiva. No solament compta el factor econòmic, cal aportar temps i dedicació.
- "La gran innovació a la Marina Alta seria recuperar l'ús agrícola de tots els camps que hi ha abandonats en l'actualitat", afirma un participant.
- La Marina Alta posseeix suficient capacitat per absorbir la producció agroalimentària generada, però cal guanyar voluntats i suports. El sector hotelier és clau en aquest procés.
- La Marina Alta no compta actualment amb les infraestructures de comunicació i tecnològiques necessàries per atraure inversió i talent.
- Es considera que hi ha poc teixit associatiu, la majoria dels emprenedors són autònoms i individuals. Cal unir empreses i sectors per desenvolupar el projecte.
- "Estem en una zona on tot ha estat molt fàcil, de vegades tenir de tot no és bo".
- En aquests casos cobra importància la figura de "l'estat emprenedor" com a referent del canvi. L'administració, en un paper de visió i conceptualització del canvi, ha d'aportar d'una perspectiva d'innovació social per promoure la innovació econòmica.

2.2.9 EL PATRIMONI COM A CONTENIDOR DE LA CULTURA I DE LA IDENTITAT D'UN TERRITORI

El pas dels segles modela el paisatge, siga cultural o natural, la interacció de l'home amb el seu entorn expressa la relació de cada societat amb el seu moment. El patrimoni, tant material com immaterial, és l'expressió de la relació dels actors amb aquest territori, les seues relacions socials, econòmiques i humanes. En aquest sentit Dénia i la Marina Alta, tenen molt viscut, per tant molt per explicar i per preservar, ja que són mil·lennis els que l'home fa que viu en aquesta terra i deixa la seua empremta: de Petracos a Benimaquia, d'Ifac a la Vall d'Alcalà.

Una de les comeses del projecte *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* és, precisament, establir estratègies i eines que permeten incorporar aquest bagatge patrimonial a les seues accions, especialment les relacionades amb la tradició gastronòmica i alimentària.



Turisme Dénia

PATRIMONI: QÜESTIONS ANALITZADES

PATRIMONI MATERIAL I CULTURAL

Podríem definir un perfil del patrimoni d'arquitectura rural i agroalimentària de la Marina Alta?

Es disposa de catalogació? Com es documenta i com es realitza una conservació activa?

Competències i limitacions dels actors.

GASTRONOMIA

La gastronomia tradicional de la Marina Alta és molt rica i variada, amb gran varietat de productes, receptes i elaboracions segons temporada i llocs. Com recuperem aquests productes, les seues receptes i usos associats, com ho documentem i transmetem?

PATRIMONI PARAT, MOBLE CORCAT

- A la Marina Alta hi ha una base important de patrimoni rural i arquitectònic catalogat, però no es disposa d'un catàleg unificat i complet. Els responsables de la seua gestió són els ajuntaments, i per tant són els que poden facilitar aquesta informació.
- En les poblacions de menor grandària és difícil elaborar catàlegs perquè no hi ha espais i / o tècnics per fer-ho.
- Els experts comenten que tot i la catalogació existent es manca d'un estàndard clar que indique les coses que són catalogables.
- La gran quantitat d'informació generada no té un canal de transmissió al ciutadà.
- Els recursos patrimonials no tenen només un valor turístic, tot i que possiblement siguin més importants com a identitat, cultura i potencial educacional. Cal saber primer com som i saber-ho transmetre a les noves generacions. Com un ADN social.
- Tots els experts entrevistats consideren un moment oportú per fer del patrimoni un recurs educatiu i econòmic.
- El model territorial actual està desequilibrat i les zones agrícoles poden ser la referència per reequilibrar. Encara que els ajuntaments són responsables immediats per exercir el canvi, tenen recursos limitats.
- El paper de l'administració local no és només tècnic, també ha de compartir la mateixa visió, de lideratge, per aconseguir un benefici compartit per tota la comarca.
- Els funcionaris municipals són essencials per definir el model, ja que són els que interpreten i avalen les accions, per tant han de tenir una formació i sensibilitat per entendre el territori.
- El model de protecció i conservació no és actiu. O no es cataloga i, per tant, no es protegeix, o si es protegeix no s'actua en conseqüència. Això impedeix desenvolupar projectes en edificis patrimonials, molts dels quals, sobretot rurals, s'estan deteriorant.
- La visió dels visitants i els residents estrangers és molt important per interpretar amb claredat el potencial i la riquesa d'aquesta comarca.
- Històricament ha faltat cert orgull de pertinença i convenciment del propi potencial. Si no es coneix la cultura i els recursos relacionats, la identitat és més difícil de valorar.
- La cultura alimentària, igual que la resta del patrimoni de la Marina Alta, és tan rica i diversa com el mateix territori, això implica diversitat que cal rescatar i preservar per poder evolucionar.

PART 3

PLAT
PRINCIPAL

BUSCANT EL SISÉ SABOR

3. PLA DACCIO DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

El Pla d'Acció resultant del diagnòstic es tradueix en unes línies estratègiques que s'han sectoritzat per àrees per organitzar i estructurar de manera més senzilla la informació, així com per facilitar la seua lectura. No cal entendre aquestes estratègies per àrees com accions independents entre si, ja que el projecte és un conjunt d'accions transversals que convé identificar i definir amb claredat. Per això, s'ha dissenyat una fitxa descriptiva de les accions que es proposen desenvolupar, en la qual s'especifiquen clarament les característiques i la ubicació estratègiques (veure model de fitxa a l'apartat 5).

SIS REFLEXIONS PER A UN MODEL ESTRATÈGIC

1. La participació dels experts de cada matèria ha estat molt important per construir aquest diagnòstic, així com les seues visions i projeccions per desenvolupar el Pla d'Acció.
2. S'ha posat la producció i la comercialització agroalimentària local al centre del model de desenvolupament, ja que actualment és la part més feble, però la que, en essència, dona sentit a l'equilibri territorial, social i econòmic perseguit.
3. En el moment en què els territoris són alterats per l'home, la sostenibilitat és una responsabilitat humana, per tant hem d'actuar per corregir. El paisatge de la Marina Alta és bàsicament un paisatge humà, el seu equilibri es basa en la convivència d'usos i activitats. La compatibilitat d'usos ha de ser la premissa que evite conflictes entre actors socials i impulse un model de desenvolupament on cada acció, per insignificant que siga, es tinga en compte i ajude a l'equilibri territorial.
4. El turisme com a major motor econòmic de la comarca és l'encarregat de sostenir l'economia i al mateix temps garantir el seu futur sostenible, per la qual cosa ha de buscar en les seues arrels, en el seu origen: paisatge, cultura, vida mediterrània, personalitat i singularitat.
5. L'autenticitat és la veritat del que fem i transmetem. A més de ser-ho ha de semblar-ho. Per oferir alguna cosa diferent cal formar-se i innovar per créixer. I definir clarament les visions i els valors a seguir. Aquest discurs ha de ser molt local per arribar al global i és vàlid per a qualsevol sector o activitat.
6. Investigadors de tot el món treballen per descobrir l'existència de nous sabors. La gastronomia és una cosa més senzilla que la recerca de sabors addictius, hi ha qui diu que el sisé sabor és el context: el lloc, el moment, el plaer, les emocions. Igualment, per paladejar un territori, el patrimoni, el paisatge, la cultura o l'art són elements que incorporen sabor i personalitat. El patrimoni/territori de la Marina Alta és el sisé sabor.

QUÈ VOLEM?

3.1 OBJECTIUS ESTRATÈGICS

1.

Alinear totes les accions del Pla d'Acció amb els principis de la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO, que tenen com a objectiu reforçar la cooperació amb i entre les ciutats que han reconegut la creativitat com a factor estratègic del desenvolupament sostenible en els àmbits econòmic, social, cultural i ambiental.

2.

Impulsar el projecte *XARXA/Local Food Ecosystem* a la Marina Alta en base a un model d'economia col·laborativa i d'acord a les necessitats de cada sector implicat.

3.

Creació d'un clúster agroalimentari a la Marina Alta. Facilitar la creació d'un entorn favorable a la innovació, desenvolupament, formació, recerca, transferència i finançament d'un teixit empresarial relacionat amb els recursos alimentaris endògens del territori. Atraure talent i inversió.

4.

Garantir la diferenciació, autenticitat, origen i qualitat dels productes locals cultivats, elaborats i comercialitzats en el territori.

5.

Recuperar i promoure una gastronomia tradicional, creativa, innovadora i amb producte local.

6.

Promoure un model econòmic i turístic sostenible, respectuós amb l'entorn, arrelat al territori, a la tradició i a la cultura, basat en els ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible) marcats per les Nacions Unides.

7.

Col·laboració pública i privada per dissenyar un futur sostenible de la comarca. Augmentar la governança i participació de la comunitat en la protecció i valorització del territori. Lideratge i col·laboració entre administracions per desenvolupar objectius.

8.

Recuperar el paisatge agrícola i l'equilibri demogràfic de la Marina Alta, reconnectar a la gent amb les arrels, l'origen dels aliments, la identitat.

9.

Dissenyar i implementar els mecanismes necessaris per a la custòdia del patrimoni material i immaterial, dels coneixements tradicionals de la terra i la mar. Educar per preservar i evolucionar.

10.

Promoure la inclusió social i la perspectiva de gènere en les accions desenvolupades.

COSES NOSTRES AMB MARCA PRÒPIA

3.2 ORIENTACIONS PROSPECTIVES PER A L'ELABORACIÓ DEL PLA D'ACCIÓ LOCAL DÉNIA&MARINA ALTA#TASTINGLIFE

El diagnòstic territorial sobre la situació agroalimentària i el seu entorn socioeconòmic i cultural a la Marina Alta deixa unes conclusions que esdevenen en orientacions prospectives, les quals permeten dissenyar les línies estratègiques que marquen la direcció i evolució del projecte.

Són moltes les línies de reflexió i debat que han sorgit arran d'aquest estudi, per tant es considera que el Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #TastingLife* és un procés en evolució, i continu enriquiment col·lectiu, a diferents nivells i en múltiples escenaris, que busquen en la innovació i la creativitat el seu desenvolupament.

Els escenaris més representatius són:

1. Fòrums participatius. El treball de prospectiva dissenyat i posat en marxa per l'Oficina de la Innovació i la Creativitat deriva del treball previ d'entrevista amb els experts en cada matèria.

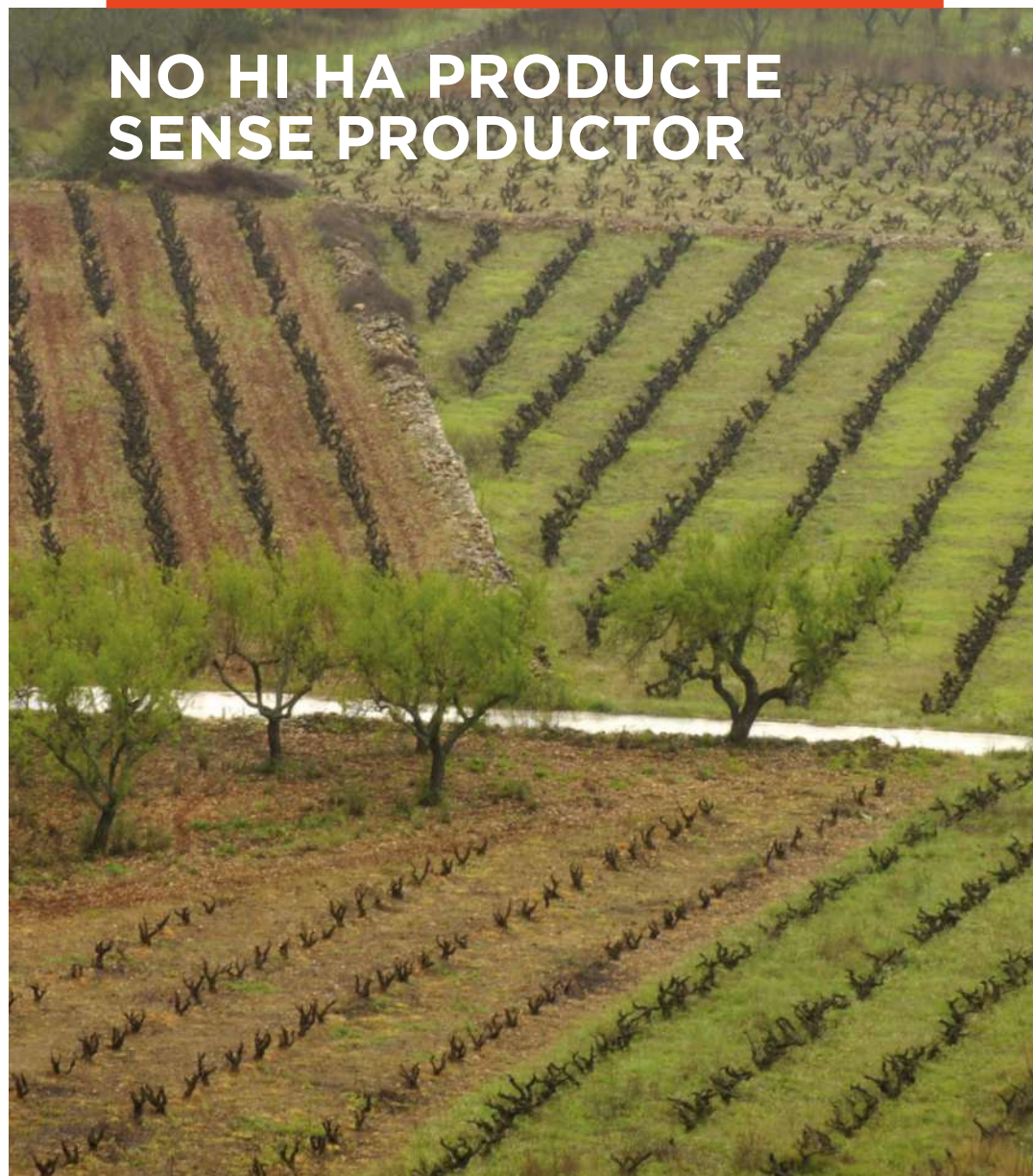
2. Intercanvi d'idees i projectes compartits amb la resta de Ciutats Creatives de la UNESCO generant inputs que aporten perspectiva, noves visions, casos pràctics i models de referència.

3. Anàlisi tècnica i permanent, debat intern des del si de l'Oficina de la Innovació i la Creativitat, que va incorporant la seua experiència als processos de desenvolupament. Seguiment i disseny de noves accions.



Oficina I+C

3.2.1 PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA



Turisme Gata de Gorgos

Dissenyar un mapa de producte on participen els productors i els consumidors de manera que es pugui establir un marc de beneficis comuns.

Dissenyar un mapa de producte de la Marina Alta atenent a les necessitats del *Local Food Ecosystem*; com per exemple, augmentar l'escassa producció hortícola per cobrir la demanda del mercat intern.

Valorització de la persona productora agroalimentària, sobretot a través del seu treball, amb una relació entre valor i preu sostenible per a tothom.

Dissenyar estratègies de professionalització del sector en totes les àrees (camp, transformació, gestió, comercialització).

Promoure els intercanvis de coneixement i experiències entre tots els actors, com a valor d'unitat i creixement col·lectiu.

Innovació en el model de producció. Introduir visions i noves tècniques a partir dels coneixements tradicionals.

Transferència circular de coneixement del camp i l'obrador a centres de recerca, i d'aquí de nou al productor i/o elaborador.

Transmetre al productor les referències i reforços positius: formació, estudi de casos, models a seguir, reconeixement de bones pràctiques...

Impuls de les agrupacions de productors i de les cooperatives de segon grau. Formació i flexibilitat de les cooperatives tradicionals per adaptar-se a noves formes productives i necessitats del mercat.

Promoure estructures col·laboratives per abaratir costos de producció i comercialització, si no col·lectivitzar, sí crear un sistema d'illes connectades per generar sinèrgies. Promoure agrupacions de terres.

Innovació en els models de producció. Ment oberta a tots els processos productius; en les estructures i en el treball de camp.

Impuls del sector agroalimentari a les persones aturades, col·lectius vulnerables i zones en retrocés demogràfic.

Promoure la producció de varietats locals. Cercar l'autenticitat i diferència.

La producció ecològica com a factor de diferenciació i oportunitat de mercat.

Lligar la producció agrícola al turisme des de l'agroturisme i la conservació del paisatge agrícola.

Sol·licitar a l'administració comunicació i mediació entre actors, suport tècnic i logístic.

Elaborar un pla comarcal de gestió dels recursos hídrics.

3.2.2 COMERCIALIZACIÓ AGROALIMENTÀRIA



SAT Alcalalí

Si el mercat reconeix l'esforç del productor, aquest ha d'oferir qualitat, autenticitat i innovació.

Crear un model de mercat/comerç d'àmbit comarcal que respecte la personalitat del producte i del productor. Que tinga en compte tots els canals, inclosos els derivats de les noves tecnologies.

Identificar el producte local en mercats i comerços amb una "matrícula" distintiva que el diferencie de la resta.

Incrementar la formació en comercialització i tècniques de venda per al productor i/o elaborador.

Disseny d'un segell de garantia i origen, amb uns requisits sòlids i avaluable per fer-ho consistent i segur, que garantisca l'autenticitat i qualitat del producte.

Definir els canals de distribució òptims per al producte local. Major sinergia entre productor i comercialitzador, especialment el canal Horeca.

Arribar a pactes amb l'hoteleria i el comerç, per planificar millor la línia de productes i les accions de mercat.

Estratègies de transversalitat entre productor, comercialitzador i administració, perquè el consumidor (especialment el visitant) pugui visualitzar el producte, territori i projecte de forma integral.

Conèixer i divulgar el patrimoni agroalimentari a través de fires, esdeveniments, jornades, concursos, tallers, etc.

Unificar estratègies i accions de promoció entre els actors de la comarca. Impulsar un calendari agroalimentari coordinat a les poblacions de la Marina Alta.

Promoure una governança proactiva i exemplar a l'hora de consumir el producte local.

Impulsar la seguretat alimentària i les garanties del producte a la Marina Alta.

Promoure el lideratge i col·laboració entre administracions per dur a terme el projecte. Coordinació, visió comú.



Turisme Vall de Pop

3.2.3 FORMACIÓ AGROALIMENTÀRIA



**CONÈIXER MÉS I MILLOR
EL PRODUCTE LOCAL**

Oficina I+C

Dissenyar una formació agroalimentària dual, integral i integradora de la tradició i la innovació.

Estudi de realitat i necessitats de l'entorn formatiu relacionat amb el sector agroalimentari a Dènia i la Marina Alta.

Impulsar un mapa unificat de formació agroalimentària a la Marina Alta que siga el reflex de les diferents necessitats i demandes formatives.

Dissenyar un model formatiu dual: formació i pràctiques al mateix temps.

Potenciar la participació dels centres formatius de la comarca en intercanvis d'aprenentatge dins de la Xarxa de Ciutats Creatives.

Cal formar professionals qualificats i motivar emprenedors, sobretot a les zones rurals, on el xicotet emprenedor és un element clau del desenvolupament local.

Dissenyar un pla formatiu específic de productes transformats i elaborats, en totes les gammes de producte.

Detectar i captar el coneixement tradicional (gastronòmic i de camp) i reciclar-lo cap a la producció i comercialització o aprofitar-lo com a transmissor a noves generacions. Impulsar la figura del productor-formador.

Introduir major informació sobre recursos del territori (productes, receptes, tradicions, cultura) a la formació gastronòmica. El professional de l'hoteleria ha de conèixer més i millor el producte local i el seu context.

Els organismes han d'estar vigilants per detectar i captar tant possibles perfils amb necessitats formatives, com potencials formadors.

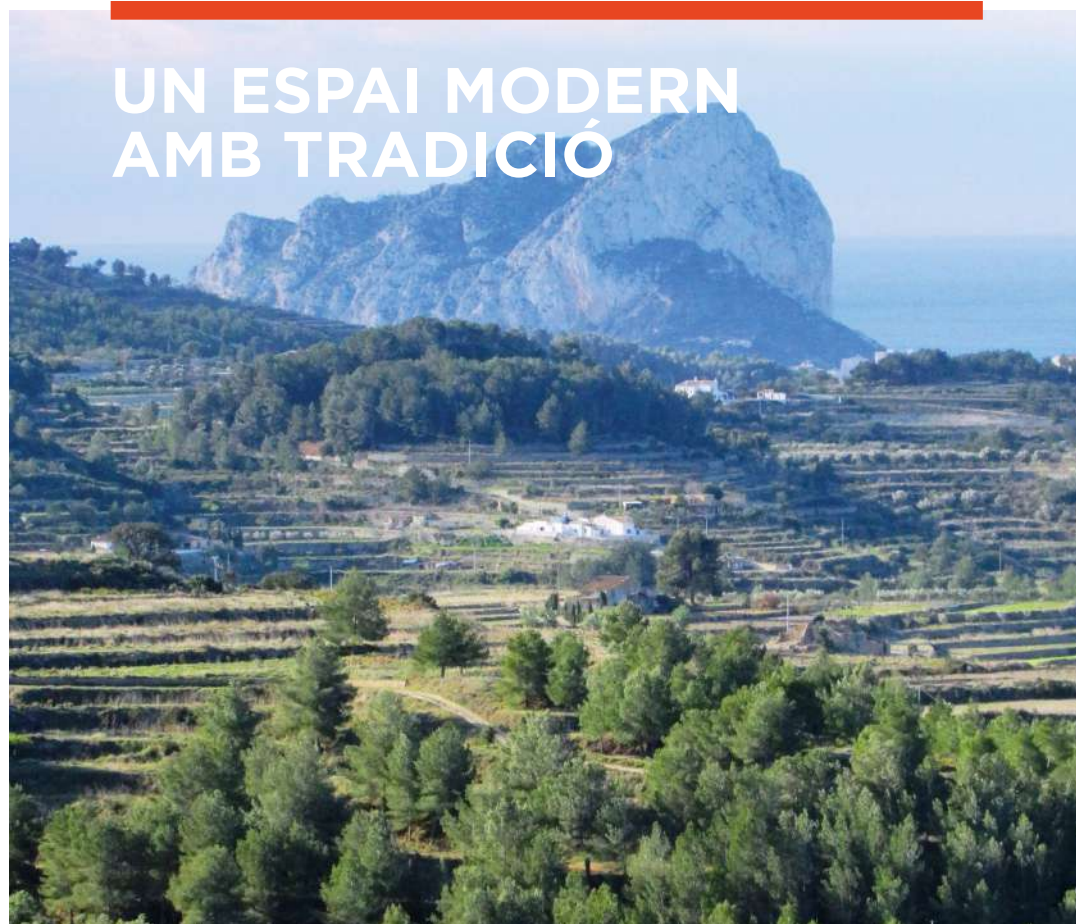
Estudiar casos i models específics d'èxit. Poden ser bons models d'estudi òptims per crear una cultura i un entorn favorable.

Col·laboració entre actors per enfortir les connexions entre formació i mercat laboral.



Oficina I+C

3.2.4 GESTIÓ RESPONSABLE DEL TERRITORI



Oficina I+C

Planificar conjuntament per regular els usos sostenibles del territori i garantir la compatibilitat de totes les activitats.

Definir un model d'equilibri territorial a nivell econòmic i social, basat en la governança i compromís de tots els actors que garantisca la sostenibilitat futura de la Marina Alta.

Entendre el sector agroalimentari com a model de reequilibri territorial que situe la Marina Alta com a exemple d'estudi a la Mediterrània i altres zones.

Disseny d'actuacions encaminades a l'autoestima i identitat territorial com a factor d'arrelament i pertinença, prioritzant el bancalet com a element bàsic i recuperació del paisatge.

Valorització de l'entorn rural i els espais agrícoles de la Marina Alta.

Implicar la indústria turística a la recuperació del territori paisatgístic i cultural, ja que és un atractiu potencial de diversificació i desestacionalització, així com de valor afegit del propi producte turístic.

Crear sinergies entre actors que puguen estar en conflicte. Mediació per visibilitzar els beneficis comuns com a factor clau per a la convivència i el benefici mutu.

Implicar el teixit associatiu de les zones rurals com a líders naturals del territori: cooperatives, comunitats de regants, associacions, col·lectius...

Prestigiar al productor amb la promoció del producte local. Canviar la mentalitat, tant del consumidor com del productor.

Creació de "bancs" de terra com a elements de dinamització i reinversió en el territori.

La sostenibilitat pot estar reforçada amb una marca que ho reconega, i done visibilitat al conjunt del territori.

Promoure estudis sobre gestió i planificació dels recursos naturals a la Marina Alta.

Col·laborar amb els parcs naturals de la comarca per dissenyar accions de conservació i gestió responsable del territori.



Turisme Dénia

3.2.5 INNOVACIÓ GASTRONÒMICA



Turisme Dénia

Tradició, inspiració i passió. Recerca, creativitat i diferenciació des de la tradició gastronòmica.

Recopilar i divulgar el saber de la cuina tradicional. Com l'actualització del vademècum de cuina de la Marina Alta.

Utilitzar els coneixedors de la cuina tradicional com a formadors perquè coneixen de primera mà els usos i costums de la tradició gastronòmica.

Divulgar les conclusions de l'estudi i les característiques del projecte per implicar el sector de l'hostaleria de la comarca.

Especial atenció a la formació del personal de sala com a pont entre la cuina i el client.

Formació contínua per a professionals, amb els valors de la cuina tradicional revisada.

Col·laborar activament amb els centres de formació professional, especialment CDT i IES Maria Ibars, per dissenyar programes de formació contínua en innovació gastronòmica.

Transmetre la cultura de la professionalització a tot el sector.

Donar a conèixer les bones pràctiques o bons models empresarials.

Afavorir la creació d'estructures de compra de producte local per maximitzar temps i costos.

Treballar conjuntament amb els productors i elaboradors per desenvolupar productes. Construir un mercat sòlid i viable per a l'hoteleria.

Cooperar conjuntament amb centres d'investigació per conèixer característiques i potencialitats dels productes.

Apropar la gastronomia al sector de la indústria creativa i cultural.

Visitar les escoles. Apropar la cuina als centres educatius.



Turisme Pego i Les Valls

3.2.6 EDUCACIÓ I ALIMENTACIÓ SALUDABLE



CEE Raquel Payá

Valors transversals en totes les etapes i escenaris educatius per transmetre el patrimoni gastronòmic local i els valors de l'alimentació saludable.

Educació transversal, pedagogia en totes les etapes formatives per conèixer la nostra tradició i incorporar-la als estils de vida i cultura col·lectiva.

Dissenyar materials i activitats extraescolars que mostren l'entorn i que puguin ser compartits en família.

La gastronomia com a transmissor de valors i eina d'inserció laboral per a tots els col·lectius, especialment els més vulnerables.

Disseny i/o recuperació de materials didàctics sobre alimentació saludable i sostenible ja dissenyats i/o implantats.

Construcció col·lectiva de materials i accions encaminades a transmetre els valors del projecte i l'alimentació saludable: exposicions, tallers, receptaris, guies, etc.

Totes les iniciatives relacionades amb l'educació han d'anar acompanyades d'una perspectiva d'igualtat de gènere, sostenibilitat i gestió responsable dels recursos.

Animar els restaurants a dissenyar menús infantils específics de productes locals i cuina tradicional. Perquè se'ls ofereix un menú diferenciat als restaurants i aquest sol ser molt bàsic i poc saludable?

Implicar les empreses de restauració col·lectiva en l'ús de productes i receptes tradicionals i sostenibles, i en promoure els valors del projecte en els seus tallers.

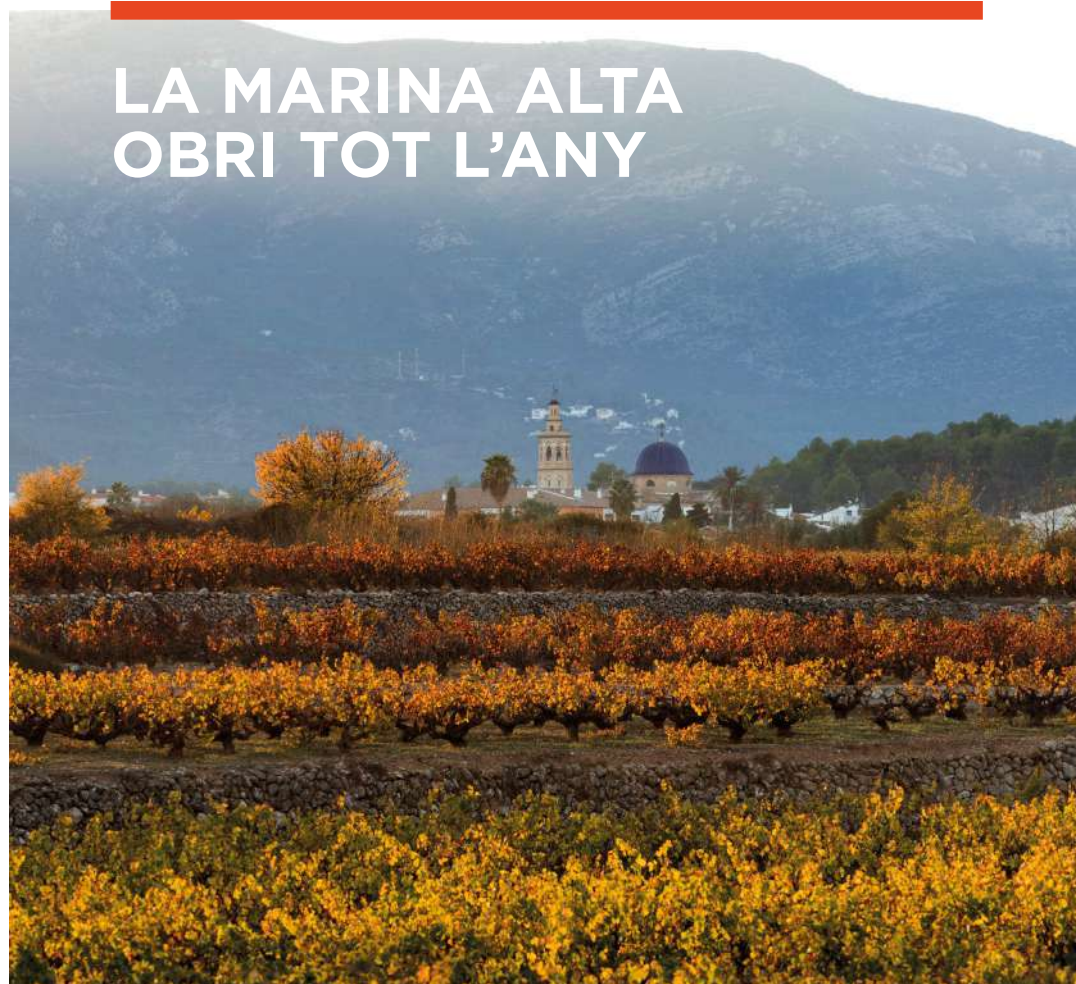
Establir marcs de col·laboració entre productors locals i empreses de restauració col·lectiva per al disseny de dietes saludables basades en el producte/gastronomia local.

Promoure valors, al conjunt de la societat, d'alimentació saludable, de proximitat, ètica i sostenible, com a factors de benestar personal i compromís social.



Oficina I+C

3.2.7 INNOVACIÓ AGROTURÍSTICA I PAISATGE GASTRONÒMIC



Oficina I+C

Crear productes agroturístics, aprofitar els recursos actuals per desestacionalitzar i dissenyar estratègies conjuntes de destinació per garantir un turisme de 360º tot l'any.

Marcar un full de ruta de col·laboració entre actors per definir el model agroturístic i de turisme gastronòmic.

Sensibilitzar al resident local perquè conega i valore els recursos de la Marina Alta.

Fomentar el turisme d'interior com a element de desestacionalització. Aprofitar els moments de més aflluència turística per comercialitzar els productes de fora de temporada.

Crear un centre d'estudis turístics a la Marina Alta i/o col·laborar amb els existents per buscar estratègies de desestacionalització i sostenibilitat del turisme de la comarca.

Dissenyar plans formatius per a informadors i empreses turístiques perquè coneguen el conjunt de recursos existents i els puguin aplicar en els seus plans d'informació i promoció.

Vertebrar el territori a través de la gastronomia. Elaborar un mapa del paisatge gastronòmic. El turisme és molt creatiu i permet creuar-lo amb molts altres productes, especialment la gastronomia.

Afegir el valor de la personalitat i identitat en el producte turístic. L'agroturisme, el turisme cultural i gastronòmic que puga generar aquest projecte ha de respirar autenticitat i identitat.

Crear un sistema d'indicadors i condicions que han de complir els productes agroturístics per garantir la professionalitat, l'autenticitat i sostenibilitat.

Dissenyar un pla d'acció per posicionar la comarca de la Marina Alta com a referent gastronòmic entre els residents i els visitants. Dissenyar una estratègia de comunicació multicanal i específica segons targets.

Col·laborar activament amb els centres de formació professional, especialment CdT i IES Maria Ibars per dissenyar productes turístics.

Col·laboració de les oficines de turisme i el programa Invattur Emprèn (<http://invattur.gva.es/>) amb els emprenedors agroturístics per convertir les idees en productes.

Establir sinergies entre els quatre patrimonis de la UNESCO que conviuen a la Marina Alta.

3.2.8 EMPRENEDORS



Oficina I+C

Fomentar la cultura de cooperació i intercanvi per créixer individualment. Conrear un entorn creatiu per generar un autèntic clúster agroalimentari de la Marina Alta.

Col·laborar amb entitats públiques i privades per activar el gen emprenedor agroalimentari a Dénia i la Marina Alta, com succeeix en l'actualitat amb l'entitat Marina Alta Emprèn en la selecció i acompanyament de projectes emprenedors agroalimentaris.

Crear espais per compartir experiències i coneixement, per innovar en el sector agroalimentari. L'experiència d'uns pot servir per créixer col·lectivament. Solidaritat del coneixement per aplicar la tecnologia i el desenvolupament innovador.

Establir les estratègies adequades per a generar la cadena de valor: tradició, recuperació, producte, cultura, sostenibilitat.

Generar un clúster amb la implicació de tots els actors i sectors. Cal un esforç molt important de desenvolupament, informació i comunicació.

Dissenyar una estratègia calendaritzada a curt, mitjà i llarg termini, que promoga la unió potent d'administració-empresaris-associacions-ciudadans per a la seua estabilitat i durabilitat. A l'administració i al conjunt de la societat li interessa que es genere economia i activitat de forma estable.

Fer partícip a tota la població del territori. Desenvolupar estratègies de comunicació per generar un sentiment de pertinença i una visió d'oportunitats de negoci del sector agroalimentari a la comarca. Aposta forta per la informació i la comunicació.

Promoure un ecosistema financer complet: administració-entitats financeres-hubs verticals-inversió.

Promoure les relacions entre emprenedors, teixit empresarial, associacions i la resta d'actors econòmics de la Marina Alta.



Oficina I+C

3.2.9 ARQUITECTURA RURAL, TRADICIÓ GASTRONÒMICA I CULTURAL



Oficina I+C



Turisme Benissa

Unificar criteris de catalogació en tots els àmbits patrimonials per fer una conservació activa i ordenada.

La multitud de manifestacions gastronòmicoculturals relacionades de la comarca, han de ser catalogades, inventariades i posades a disposició dels ciutadans i de les empreses.

Dissenyar un marc de col·laboració entre ajuntaments i entitats de la comarca per facilitar l'accés a tota la informació patrimonial existent a investigadors, empreses, estudiants, etc.

Disseny d'un protocol de recollida d'informació que servisca per unificar criteris en totes les poblacions.

Organitzar la informació existent i determinar el treball de camp necessari per catalogar el patrimoni material i immaterial de la comarca.

Donar suport als ajuntaments que no tenen els recursos per poder realitzar les tasques de catalogació i recollida d'informació patrimonial.

Dissenyar estratègies de protecció efectiva; un ús i conservació adaptat a les necessitats. A tot aquest material catalogat, unificat i etiquetat també se li ha de donar una conservació activa, de manera que no siguem espais només per al record sinó elements centrals d'una nova economia sostenible vinculada al territori i on la tradició agroalimentària genere espais de negoci i productes turístics.

Formació per incorporar al sector professional de l'hoteleria i producció agroalimentària com a indústria cultural creativa i turística de la comarca.

Promoure i facilitar la creació de projectes personals basats en la sostenibilitat i el respecte a la tradició i al patrimoni. La iniciativa privada és la que ha d'empentar i aportar una nova mentalitat; l'administració local, que té la majoria de les competències per actuar, ha d'aportar visió i facilitar aquestes activitats sostenibles.

Dissenyar un pla de comunicació i divulgació del projecte i del patrimoni de la comarca.

Promoció de la creació cultural i artística relacionada amb el sector agroalimentari.

3.2.10 LÍNIES D'ACCIÓ TRANSVERSALS



**INNOVAR NO
ÉS CAR: ÉS MÉS
CAR NO INNOVAR**

Cidoncha

A l'igual que el meridià 0 passa per la Marina Alta, el sector agroalimentari pot, i hauria de ser, l'eix comú per establir polítiques integrals i coordinades dins del territori.

Posar en marxa els fòrums permanents de participació sectorials per a la discussió i acció de les estratègies en cada àrea.

Disseny i posada en marxa d'un pla estratègic comarcal per establir estratègies comunes i coordinades entre totes les poblacions de la Marina Alta.

Creació d'un observatori que permeta fer el seguiment del pla d'acció i vaja incorporant actualitzacions, estudi de casos d'interès i intercanvi d'experiències entre poblacions de la Marina Alta o de fora.

Potenciar les relacions culturals, socials i econòmiques amb la Xarxa de Ciutats Creatives per afavorir iniciatives i experiències en totes les àrees.

Promoure la creació de consells agroalimentaris locals i una agrupació comarcal en forma de consell comarcal.

Promoure clàusules socials i amb criteris de sostenibilitat en l'administració local.

Promoció de polítiques dirigides a la sostenibilitat dins del sector agroalimentari a la Marina Alta.

Promoció de polítiques dirigides a la igualtat i la integració dins del sector agroalimentari a la Marina Alta.

Aliances estratègiques entre administracions, organismes, associacions i altres entitats per a la consecució dels objectius. Programes i coordinació amb la Xarxa Internacional de Ciutats Creatives de la UNESCO.

Accions per aprofundir en l'acord d'agermanament de Dénia Ciutat Creativa de la Gastronomia amb la ciutat marroquina de Tànger, acció inclosa en el Pla d'Acció presentat a la UNESCO.

Establir marcs de col·laboració conjuntament amb universitats i centres d'investigació per al desenvolupament del Pla d'Acció i generar la corresponent transferència de coneixement.

Crear una experiència pilot amb una mostra de productors, elaboradors i comercialitzadors per testar la implantació de XARXA-Local Food Ecosystem de la Marina Alta.

Estudi i comparació de casos que puguin aportar experiències al nostre projecte.

Dissenyar estratègies de comunicació per donar a conèixer els resultats de l'estudi i el Pla d'Acció a l'administració, col·lectius i la resta de la societat: xerrades, jornades, trobades, fòrums, reconeixements i bones pràctiques. Aquestes accions serviran per detectar necessitats, inquietuds, i animar i transmetre expectatives al llarg del territori

Crear un programa de sensibilització mediambiental i sostenibilitat en tots els àmbits del projecte.

Realitzar una campanya de comunicació exterior i en espais turístics (hotels, restaurants, empreses turístiques) per donar visibilitat al projecte.

PART 4

EL POSTRE



CUIDANT EL BANCALET

4. "BANCALET": L'ESSÈNCIA DEL PLA D'ACCIÓ
DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

QUÈ ÉS EL BANCALET?

4.1. UN PROJECTE PER A POSAR EN VALOR LA TERRA

Per als habitants de la Marina Alta el concepte de "bancalet" resulta molt familiar, és el paisatge que veuen la majoria diàriament. En essència, la definició del minifundi que caracteritza aquest territori. Abancalaments en terrassa, de mida escassa, flanquejats per marges de pedra seca que permeten retenir i filtrar l'aigua de pluja. Terrasses que van des del més escarpat de les muntanyes de la comarca fins a la vora de la mar en alguns casos.

El "Bancalet" i les seues connotacions, serien una bona interpretació de la identitat i cultura de la Marina Alta, perquè és la forma en

què entenem des de segles la nostra relació amb el medi. A vegades de difícil accés, complicada tasca i escàs rendiment en molts casos. El repte actual és combinar el desenvolupament econòmic amb la conservació del paisatge cultural i mediambiental, i acostar els seus habitants a les seues arrels, generant oportunitats de negoci al voltant del bancalet.

El projecte "Bancalet" representa la posada en valor del territori des de la terra, des de cada terròs fins al conjunt del paisatge ambiental i humà. Representa, en definitiva, els valors del Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*.

EIXOS PRINCIPALS DEL "BANCALET"

Funció social, econòmica i ambiental de l'agricultura.
Rendibilitat de l'activitat agrària.
Viabilitat dels productors agroalimentaris locals.
Visibilitat i accés als productes locals.
Col·laboració i conveni públic i privat.
Itinerari formatiu, investigació aplicada i transferència de coneixement dels productes i receptes tradicionals.
Bancs de terres.
Desenvolupament de productes agroturístics.
Seguretat i sobirania alimentària.
Transició a una agricultura ecològica i sostenible.
Programes escolars d'alimentació saludable i valors culturals.
Governança i transversalitat comarcal.

PLANTANT LLAVORS

4.2. ALGUNS PROJECTES REALITZATS O EN FASE D'EXECUCIÓ

Des de la designació de Dénia com a Ciutat Creativa de la Gastronomia, fins i tot abans de tenir finalitzat el Pla d'Acció, s'han posat en marxa, o s'han fet propis, projectes que s'han considerat interessants, que entren en la filosofia del projecte, especialment aquells relacionats amb l'educació i la formació, que tenen alguna vinculació amb la gastronomia i l'alimentació.

En aquest document destaquem alguns projectes en què s'ha implicat l'Oficina de la Innovació: organitzant, participant o col·laborant, en projectes de turisme, *network* i emprenedoria, formació, educació, investigació, divulgació o promoció.

FESTIVAL GASTRONÒMIC D*na



Turisme Dénia

Promotors Agència Valenciana del Turisme i Ajuntament de Dénia.

Comissari i portaveu Quique Dacosta.

Dates 30 de setembre i 1 d'octubre de 2017.

Lloc Passeig de la Marineta Cassiana i Marge Roig, Dénia.

Descripció Mostra gastronòmica a l'aire lliure amb participació de restaurants de Dénia i productors agroalimentaris de la comarca de la Marina Alta i la Comunitat Valenciana. Dos escenaris per a demostracions culinàries, degustacions, ponències i presentació de productes.

Presència d'alguns dels més destacats xefs locals, regionals i nacionals, així com xefs representants de les 18 ciutats creatives de la gastronomia de tot el món.

Objectius Fer de l'esdeveniment una eina que posicione la marca Dénia i la Comunitat Valenciana com a referent de la gastronomia a nivell internacional. Convertir Dénia en la seu de la Xarxa de Ciutats Creatives de la Gastronomia de la UNESCO. Consolidar la designació de Dénia com a Ciutat Creativa de la Gastronomia UNESCO, com a exemple de turisme gastronòmic sostenible, i com a vehicle de promoció de la cultura mediterrània valenciana.

Participants 17 establiments d'hoteleria, 4 caravanes Food Trucks, 25 productors i artesans. El festival ha comptat amb l'assistència de prop de 22.000 persones i un gran impacte a nivell nacional. www.dnafestivaldenia.com

TROBADA INTERNACIONAL DE CIUTATS CREATIVES DE LA GASTRONOMIA



Oficina I+C

Pomotors Oficina de la Innovació i la Creativitat de l'Ajuntament de Dénia, Agència Valenciana del Turisme, Associació d'Hostaleria i Turisme de la Marina Alta (AEHTMA).

Dates 29 de setembre a 2 d'octubre, 2017.

Lloc Dénia i comarca de la Marina Alta (Jesús Pobre, Benissa, Llíber, Xaló i Pego).

Descripció Trobada de les ciutats que formen part de la Xarxa UNESCO de Ciutats Creatives de la Gastronomia. Participació en les activitats del Festival Gastronòmic D*na, celebrat paral·lelament, reunions tècniques de la xarxa, contactes amb l'oferta gastronòmica local (restaurants i CDT) i visites a punts de producció agroalimentària (llotja de peix de Dénia, vinyes de moscatell, cellers, cooperatives de cítrics i camps d'arròs de la marjal Pego-Oliva).

Objectius Segons el conveni signat entre l'Ajuntament de Dénia i l'Agència Valenciana de Turisme: "Convertir Dénia en la seu de la Xarxa de Ciutats Creatives de la Gastronomia de la UNESCO amb un esdeveniment que servisca de trobada per a les ciutats creatives i que siga un potent element comunicador i difusor a nivell internacional de la gastronomia de la Comunitat Valenciana". Com a acció concreta s'especifica l'organització d'una "Trobada de Ciutats Creatives de la Gastronomia" a celebrar en el marc del Festival Gastronòmic D*na.

Participants La Trobada de la Xarxa UNESCO de Ciutats Creatives de la Gastronomia es va celebrar en les dates previstes amb la participació de 17 de les 18 ciutats que formaven en aquell moment part de la xarxa: Popayán (Colòmbia), Tucson (Estats Units), Belém (Brasil), Tsuruoka (Japó), Chengdu (Xina), Shunde (Xina), Macau (Xina), Florianópolis (Brasil), Parma (Itàlia), Östersund (Suècia), Bergen (Noruega), Rasht (Iran), Zahlé (Líban), Gaziantep (Turquia), Jeonju (Corea), Ensenada (Mèxic) i Phuket (Tailàndia). Les ciutats van enviar delegacions integrades per representants institucionals, tècnics, empresaris i cuiners.

CUINANT EL FUTUR



Promotor Oficina de la Innovació i la Creativitat de l'Ajuntament de Dénia.

Dates Novembre 2016-gener 2017.

Lloc Casa de Cultura de Dénia.

Coordinació Beatriz Rico i Sabina Escortell.

Descripció Tallers per fomentar hàbits d'alimentació saludable i donar a conèixer entre els escolars els productes de proximitat. Sessions teòriques impartides per experts en nutrició i pràctiques amb la presència de productors agrícoles i cuiners professionals.

Objectiu Donar als escolars els coneixements bàsics per saber quins productes formen part de l'alimentació regular del seu entorn social i cultural, i que reconeguen els productes autòctons, les seues qualitats nutritives i l'espai natural en què es desenvolupen.

Participants Alumnes de 8 a 12 anys de les escoles de Dénia: Pou de la Muntanya, Paidos, Montgó, Cervantes, Vessanes, Llebeig, Carmelites, Maristes, Alfa i Omega i Raquel Payá.
Total: 1.250 alumnes.

MENJA'T LA MARINA



Oficina I+C

Promotor Oficina de la Innovació i la Creativitat de l'Ajuntament de Dénia i Associació d'Empresaris d'Hoteleria i Turisme de la Marina Alta (AEHTMA).

Dates Dies 16, 22 i 29 de desembre de 2017.

Lloc Mercat Municipal de Dénia.

Descripció Exposició, degustació i demostració culinària de productes de temporada de la comarca de la Marina Alta. Cadascuna de les jornades inicials es va dedicar a un producte: el perelló (dia 16), l'ametlla (dia 22) i la taronja i les seues varietats (dia 29)..

Objectius Fomentar la comercialització i l'ús gastronòmic del producte de proximitat i les seues varietats tradicionals.

Participants *Institucionals:* Ajuntaments de Dénia, la Vall d'Ebo, la Vall d'Alcalà i Alcalalí.

Productors: Cooperativa de la Vall d'Ebo, SAT Llauredors d'Alcalalí, Hort Obert (Dénia), Hortasana (Dénia) i Mandarina Ecològica (Dénia).

Cuiners: Evarist Miralles (Cavall Verd, Vall de Laguar), Rosana Aramendi (Forn de Rosana, Alcalalí) i Pep Romany (Restaurant Pont Sec, Dénia).

T'AVALEM MARINA ALTA I



Promotors Consorci per a la Recuperació Econòmica de la Marina Alta (Crema).

Actors Crema, Oficina de la Innovació i la Creativitat de l'Ajuntament de Dénia, Mancomunitat Cultural de la Marina Alta (MACMA) i Institut d'Estudis Comarcals de la Marina Alta (IECMA).

Data Anys 2017-2018.

Descripció Programa d'ocupació adreçat a joves per catalogar documents i publicacions dels arxius municipals, elaborar fitxes i adaptar la informació a un format informàtic que permeta un accés més directe i fàcil a investigadors, empreses, institucions o ciutadans interessats.

Objectiu Identificar, difondre, promoure i recuperar el patrimoni cultural gastronòmic de la Marina Alta.

Participants Deu joves desocupats que realitzen pràctiques remunerades en els arxius i biblioteques públiques de Dénia, Xàbia, Calp, Pego, Pedreguer, Gata, Benissa i Teulada-Moraira.



MARINA ALTA EMPRÈN

Promotor Ajuntaments de Dénia, Orba, Pedreguer, Pego, Xàbia i Xaló, Crema, Oficina de la Innovació i la Creativitat, ENID i *Coworking* la Nau.

Dates Març-desembre 2017.

Lloc La Nau Lab (Pedreguer), *Knowhere* (Dénia) i espai de *coworking* de Xàbia.

Descripció Programa destinat a emprenedors per al desenvolupament de projectes empresarials. Durant els huit primers mesos de vida del seu projecte es cobreixen totes les necessitats dels emprenedors i se'ls ofereix ajuda i assessorament per part d'experts coneixedors del mercat. Se'ls ofereixen les eines per a la creació d'empreses eficients.

Objectiu Fomentar la creació de noves empreses i llocs de treball mitjançant formació especialitzada i consultories individualitzades.

Participants Es van presentar més de 50 projectes. L'Oficina de la Innovació i la Creativitat va participar en la selecció, avaluació i assessorament de 12 projectes lligats al sector agroalimentari.



Oficina I+C

RECUPERACIÓ DE L'ARRÒS BOMBÓ

Promotor Pego Natura, Universitat Politècnica de València, Diputació d'Alacant, Ajuntament de Pego, Oficina de la Innovació i la Creativitat de Dénia.

Dates 2015-2018.

Lloc Zona arrossera del Parc Natural de la Marjal Pego-Oliva.

Descripció Recuperació del cultiu de l'arròs bombó, varietat que va desaparèixer a la Marjal Pego-Oliva fa més de 40 anys per la seua alta sensibilitat als pesticides. Després de diversos anys de proves, el 2016 es va aconseguir la primera collita comercial.

Objectiu Donar a conèixer la varietat recuperada, incorporar-la a l'oferta dels mercats i reintroduir el seu ús en les cuines domèstiques i professionals.

Accions Presentació de la collita (Alacant i Pego), Jornada popular de paelles realitzades amb arròs Bombó (març 2017, Pego), presentació de producte al Mercat de Dénia (setembre 2017), Setmana Gastrocultural "L'arròs de les estrelles" (setembre 2017, Dénia i Pego).



ERASMUS + DECONSTRUCTING EDUCATION: CREATIVE AND INCLUSIVE SCHOOLS IN GASTRONOMIC CITIES



Erasmus+



Actors Oficina de la Innovació i la Creativitat i CEIP Pou de la Muntanya.

Data De 2016 a 2018.

Lugar Casa de Cultura de Dénia.

Descripció El projecte s'estructura en quatre blocs que contemplen activitats d'investigació cooperativa, visites a l'entorn proper relacionades i ús específic de noves tecnologies:

- Ciutats creatives (*Let 's visit!* - vam visitar!): S'estudien particularitats de les quatre ciutats associades, es relacionen amb l'entorn proper i es valoren els productes de proximitat.
- Les nostres dietes (*Let 's Cooking!* - cuinem!): S'acosten a l'alimentació, l'origen dels productes, l'elaboració, les receptes tradicionals i el lloc on podem trobar-ho tot això.
- Hàbits saludables (*Let 's move!* - ens movem!) Es treballa la importància d'una vida sana i una alimentació equilibrada, així com de la pràctica de l'esport.
- *Art & cooking* (*Let 's create!* - vam crear!) Es potencia la creativitat de l'alumnat en aquest bloc, on es creen receptes pròpies i artístiques relacionades amb la cuina.

Objectiu El projecte *#TastingSchools (Deconstructing Education: Creative and Inclusive Schools in Gastronomic Cities)*, és un projecte Erasmus +, finançat per la Unió Europea, que té com a objectiu principal la millora de les competències bàsiques de l'alumnat aprofitant el potencial educatiu de les Ciutats Creatives de la Gastronomia de la Xarxa UNESCO.

Participants En el proyecto participan cuatro escuelas de Ciudades Creativas de la Gastronomía: el Instituto Comprensivo Giacomo Ferrari de Parma, la Kaland Skole de Bergen, la Lugnvikskolan de Östersund y el CEIP Pou de la Muntanya de Dénia. www.poudelamuntanya.org · www.tastingschools.eu

ERASMUS + YOUTH 4 FOOD

(Youth in action for a Creative and Sustainable Gastronomy)



Erasmus+

Actors Ciutats creatives de la Xarxa UNESCO de la Gastronomia: Dénia, Bergen (Noruega), Östersund (Suècia), Parma (Itàlia) i Gaziantep (Turquia). En l'àmbit local col·laboren l'Oficina de la Innovació i la Creativitat de l'Ajuntament de Dénia, l'IES Maria Ibars, Centre de Turisme CdT Dénia i l'Associació d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme de la Marina Alta (AEHTMA).

Data 2017-2019.

Descripció L'experiència contempla trobades tècniques i temàtics transnacionals, intercanvis de professorat i alumnat de cuina, i pràctiques en centres de formació i restaurants de les cinc ciutats que s'han implicat en aquest programa *Youth in Action*. Hi haurà igualment transferència de coneixements dels entorns culturals i socials de les respectives gastronomies, per la qual cosa s'han programat visites de tècnics i professors universitaris a cadascuna de les ciutats per conèixer les seues infraestructures i els seus models d'alimentació.

Objectiu Posar en valor la formació educativa en la cadena alimentària, fomentar ocupació jove en la cadena alimentària, que hi haja més joves emprenedors en el sector, difondre el concepte de la gastronomia sostenible, formar professionals més hàbils i motivats per la creativitat i la innovació, preservació del patrimoni gastronòmic local.

Participants Al programa s'han implicat 18 institucions públiques i entitats privades de les cinc ciutats associades: ajuntaments, escoles secundàries, universitats i associacions empresarials. En el cas de Dénia el programa s'adreça especialment als alumnes de l'IES Maria Ibars i està obert a joves cuiners i aprenents.

www.youth4food.wordpress.com

PART 5

EL PASSEIG



UN CAMÍ PER RECÓRRER

5. IMPLEMENTACIÓ DEL PROJECTE PAS A PAS

5.1 SEGUIMENT I AVALUACIÓ DEL PLA

La Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO representa un potencial enorme per recalcar el valor de la cultura com accelerador del desenvolupament sostenible.

El programa de desenvolupament sostenible per a 2030, adoptat per la comunitat internacional al setembre de 2015, subratlla la importància de la cultura i la creativitat com a motors essencials del desenvolupament urbà sostenible. En aquest sentit, la Xarxa de Ciutats Creatives continuarà sent una plataforma clau per contribuir al seu compliment.

En ingressar a la xarxa, les ciutats es comprometen a col·laborar i desenvolupar aliances per promoure la creativitat i les indústries culturals, a compartir pràctiques idònies, a reforçar la participació en la vida cultural i a integrar la cultura en els seus plans de desenvolupament econòmic i social.

En base als principis proposats per aquesta Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO, als quals s'acull aquest projecte, es dissenyaran els elements necessaris per al seguiment i avaluació de les seues accions.

Així mateix, es tindrà en compte el programa científic d'Avaluació dels Ecosistemes del Mil·lenni, afavorit per les Nacions Unides, que constitueix el major esforç internacional dut a terme per avaluar l'estat i tendències dels ecosistemes del planeta i analitzar les conseqüències dels seus canvis sobre el benestar humà; també es prendran com a referència els paràmetres determinats en els indicadors ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible) de l'ONU. Els resultats del projecte, mostren la importància que tenen la biodiversitat i els serveis dels ecosistemes per al benestar humà i destaquen la urgència d'adoptar les polítiques i mesures adequades per aturar la degradació de la biodiversitat i dels ecosistemes.

Per al seguiment del Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* els esmentats principis i programes s'adaptaran a les particularitats i accions d'aquest. Per a això se seguirà el model de Marc Lògic com a sistema d'organització funcional, avaluació i seguiment de les accions que componen el pla.

Aquest model de Marc Lògic servirà de base per perfilar l'estructura de treball, amb el disseny d'una fitxa on s'especificarà: l'àrea de treball, els objectius, la línia estratègica, les accions concretes (amb el seu corresponent indicador de seguiment). I d'aquesta forma, s'alineen les accions amb els objectius i les estratègies del projecte, proposant una traçabilitat que permet un seguiment més fàcil.

ÉS COSA DE TOTS

5.2 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA IMPLEMENTACIÓ DEL PLA

El Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* preveu per al desenvolupament dels projectes un model de governança integrador i participatiu basat en la interacció pública i privada. A l'hora de plantejar la candidatura a la Xarxa de Ciutats Creatives de la Gastronomia, les entitats promotores van enumerar un decàleg de bones pràctiques que inclou referències expresses a les característiques que han de regular i animar els processos de direcció, administració i execució dels projectes. En concret, s'assenyala:

- Més governança i participació de la comunitat en la protecció de la biodiversitat.
- Col·laboració pública i privada: nous socis per als nous desafiaments del desenvolupament urbà sostenible.
- Reconnectar a la gent amb l'origen dels aliments, buscant canvis positius d'actitud en el comportament de tots els actors (consumidors, escoles, cuiners, ciutadans...).
- Millora de la qualitat de vida de la ciutadania de Dénia i la Marina Alta. Prosperitat, respecte a la diversitat i diàleg intercultural.

5.3 CIUTAT CREATIVA

Amb les premisses anteriors es va dissenyar una estructura de gestió i captació de recursos que integra la iniciativa pública i la privada, a més de la presència participativa i supervisora de les associacions i entitats sorgides de la societat civil i els agents econòmics vinculats al sistema agroalimentari local sobre el qual es proposa actuar.

1. CIUTAT CREATIVA/Consell de direcció.

L'integren els representants polítics i empresaris de diferents sectors econòmics de la comarca de la Marina Alta, amb funcions d'assessorament a l'equip de direcció i de suport institucional a la Ciutat Creativa.

2. CIUTAT CREATIVA/Equip de direcció.

S'encarrega de l'execució, seguiment i avaluació del Pla d'Acció, així com del Pla de Comunicació. Es troba integrat per tècnics de l'Ajuntament de Dénia (departaments de Cultura, Agricultura, Medi Ambient, Turisme i Planificació Urbana), assistits pels diferents sectors involucrats, experts en biologia i sostenibilitat, pensament estratègic, gastronomia, comunicació i patrimoni cultural.

L'equip de Direcció es troba coordinat per l'Oficina de la Innovació i la Creativitat, creada per l'Ajuntament de Dénia en sessió plenària celebrada al desembre de 2015. Aquesta oficina tècnica té com a funció principal la gestió i coordinació de tots els projectes i actuacions de caràcter local i internacional relacionats amb la Ciutat Creativa de la Gastronomia de la UNESCO.

EXEMPLE DE MODEL DE FITXA D'ACCIÓ I SEGUIMENT DEL PLA D'ACCIÓ <i>DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE</i>				
ÀREA 1 PRODUCCIÓ, COMERCIALIZACIÓ, FORMACIÓ AGROALIMENTÀRIA I GESTIÓ RESPONSABLE DEL TERRITORI				
SUBÀREA 1.1 PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA A LA MARINA ALTA				
OBJECTIU GENERAL	Promoure la creació d'un ecosistema de producció i transformació agroalimentària a la Marina Alta.			
OBJECTIU ESPECÍFIC	1.1.1 Reelaborar el mapa de producte de la Marina Alta.			
ACCIÓ	1.1.1.1 Definir el mapa actual de producte de la Marina Alta.			
JUSTIFICACIÓ	Per definir un nou mapa de producte de la Marina Alta es prioritza la necessitat de conèixer l'actual en profunditat.			
DESCRIPCIÓ	Detallar conreus, superfícies, producció, productors i comercialització dels productes que actualment es cultiven a la comarca. Evolució temporal i territorial dels conreus.			
OBJECTIUS DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE				
ACTORS IMPLICATS	Oficina de la Innovació i la Creativitat			
CALENDARI	01/05/2018	31/12/2018	PRIORITAT	Alta
ESTAT D'EXECUCIÓ	Planificat	Planificat no executat	En execució	Finalitzat
PRESSUPOST	00,00€			
FINANÇAMENT	Oficina de la Innovació i la Creativitat			
RESPONSABLE TÈCNIC	Oficina de la Innovació i la Creativitat			
INDICADORS DE SEGUIMENT	Informe de resultats			

5.4 XARXA/LOCAL FOOD ECOSYSTEM

La integració i participació dels diferents agents econòmics i socials, vinculats al sistema agroalimentari de la Marina Alta, ha de ser contínua i freqüent. Per això, un cop formulat el diagnòstic sobre l'estat actual Local Food Ecosystem, es proposa mantenir una dinàmica de seguiment dels projectes que, d'acord amb els objectius definits, determine i estímul les solucions a prendre, al mateix temps que s'aporten arguments per racionalitzar i prioritzar les accions.

1. Bancalet/Equip assessor

L'equip assessor es troba format per un grup d'experts professionals de diferents àmbits: biologia i sostenibilitat, agricultura, gastronomia, patrimoni cultural, nutrició, educació, alimentació saludable... La seua funció principal és la d'oferir assessorament a l'equip de direcció/oficina I + C i al mateix consell de direcció. Entre les seues funcions específiques destaquen:

- La convocatòria dels grups sectorials dels fòrums permanents. L'equip assistirà i incentivarà els debats, i serà el responsable de recollir les propostes que puguen sorgir, valorar-les i determinar prioritats i urgències.
- La identificació i posterior consens de les actuacions destinades a complir els objectius del Pla d'Acció.
- La formulació de propostes per a la posada en pràctica de les accions.

2. Bancalet/Fòrums Permanents

Els fòrums permanents seran oberts a la participació de qualsevol persona interessada i, en qualsevol cas, seran convidats a integrar-se representants de les associacions o entitats professionals i cíviques, institucions i organismes públics, experts convidats, tècnics, especialistes i prescriptors directament involucrats en l'àmbit de actuació.

Els fòrums permanents s'ajustarien a les àrees següents:

Àrea 1.1 Producció agroalimentària.

Àrea 1.2 Comercialització.

Àrea 1.3 Formació.

Àrea 1.4 Gestió responsable del territori.

Àrea 2 Comunitat gastronòmica, coneixement i inclusió social.

Àrea 3 Educació i alimentació saludable.

Àrea 4 Innovació agroturística i paisatge gastronòmic.

Àrea 5 Nous emprenedors, innovació agroalimentària i TIC aplicades al territori.

Àrea 6 Patrimoni rural, tradicions i gastronomia.

Amb la constitució dels fòrums permanents s'ofereix a tots els agents del sistema agroalimentari:

- a. Implicació permanent en el desenvolupament del projecte.
- b. Un àmbit de formulació d'idees.
- c. Un laboratori de dinamització del sector.
- d. Una presència activa en la presa de decisions.

L'estructura plantejada requerirà l'adopció de tècniques de creativitat per estimular accions efectives per al desenvolupament de projectes innovadors. En els fòrums permanents s'afavorirà la generació d'idees, la imaginació constructiva i el pensament creatiu.

Es realitzarà una avaluació intermèdia (2018) i una altra final (principis 2020) del Pla d'Acció *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*. L'avaluació final servirà de base per a la redacció de la memòria d'avaluació que, amb caràcter obligatori, s'ha de presentar a la UNESCO cada quatre anys, i reflecteix el nivell de compliment dels compromisos adquirits davant l'esmentat organisme internacional.

5.5 FUNDACIÓ DÉNIA CIUTAT CREATIVA

La iniciativa privada ha impulsat, amb el suport, la participació i la integració de les institucions públiques, la creació de la FUNDACIÓ "DÉNIA-CIUTAT CREATIVA DE LA GASTRONOMIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA", una entitat sense ànim de lucre que té com a objectiu principal la difusió, promoció i foment d'activitats socials i culturals vinculades a les actuacions i projectes que tinguen relació amb la incorporació de Dénia a la Xarxa de Ciutats Creatives de la Gastronomia de la UNESCO. Entre les seues finalitats específiques figura la col·laboració en el programa *XARXA/Local Food Ecosystem* i la intervenció activa per aconseguir l'atracció d'inversions d'empreses del sector gastronòmic i/o agroalimentari. La fundació va ser creada el 2017 i els seus socis són CEDMA, AEHTMA, Balearia i l'Ajuntament de Dénia, incorporat al 2018.

La fundació és, per tant, una eina important a l'hora d'abordar iniciatives d'implementació dels projectes associats i exemple de la necessària col·laboració pública i privada per implementació i desenvolupament de la Ciutat Creativa.



YOUTH4FOOD

Youth in action for creative and sustainable Gastronomy.

Erasmus+



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



El suport de la Comissió Europea per a la producció d'aquesta publicació no inclou la responsabilitat dels continguts que reflecteixen únicament les opinions dels autors, i la Comissió no es fa responsable de l'ús que pugui fer-se de la informació continguda en ells.



Tel. 96 646 70 75



cityofgastronomy



@cook_eat_dream

www.deniacreative.city