

LA GASTRONOMÍA: RECETA PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

DIAGNÓSTICO Y PLAN DE ACCIÓN
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 GASTRONOMÍA: RECETA PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

DIAGNÓSTICO Y PLAN DE ACCIÓN
DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

#TASTINGLIFE

Edita: Ajuntament de Dénia.
Coordinación: Oficina de la Innovación y la Creatividad.
Floren Terrades, Vicent Martín, Toni Reig, Álar Kuehn y Javier Marí.
Responsables técnicos: Floren Terrades y Vicent Martín.
Diseño gráfico y maquetación: Saprísti Estudio Creativo.
Imprime: Gráficas Papermuro S.L.
© Ajuntament de Dénia, 2018
Oficina de la Innovación y la Creatividad
Plaza de la Constitución , 10
03700 Dénia

El Ajuntament de Dénia es responsable de la elección y presentación de los hechos y las opiniones en esta publicación que no son necesariamente las de la UNESCO y no comprometen a la Organización.



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



Designated
UNESCO Creative City
in 2015

AGRADECIMIENTOS

Este estudio no habría sido posible sin la contribución de un numeroso conjunto de personas, empresas, organizaciones e instituciones de la Marina Alta:

Vicent Grimalt (Alcalde y Concejal de Turismo), Pepa Font (Concejala de Ciudad Creativa), Paco Rosselló (Concejal de Servicios Económicos), Josep Crespo (Concejal Medio Ambiente, Agricultura y Pesca), Óscar Mengual (Concejal de Relaciones Internacionales), Rafa Carrió (Concejal de Cultura y Educación) y María Josep Ripoll (Urbanismo y Territorio).

La Agència Valenciana del Turisme, a través del CdT de Dénia, CREAMA, CEDMA, AEHTMA, MACMA, UNED, OCAPA, CAE-CV, Baleària, Mancomunitat del Vall de Pop, Ayuntamientos de Xalo, Teulada-Moraira, Calpe, Xàbia, Els Poblets, Gata de Gorgos, Orba y Benissa, IES Maria Ibars, CEIP Pou de la Muntanya, CEE Raquel Paya, Auditori Teulada-Moraira, Knowhere Coworking, La Nau Lab Coworking, Marina Alta Empren, Restaurantes Quique Dacosta, Bon Amb, Pont Sec y el Baret de Miquel, Hort Obert, Hostasana, Hotel Los Angeles, Coopego, Coop. Sant Vicent Ferrer de Teulada, Coop. San Isidro de Castell de Castells, AMMA y Centre de Salut Comunitaria de Dénia.

Área 1. Producción, Comercialización y Formación Agroalimentaria, y Gestión Responsable del Territorio.

Coordinación: Alvar Kuehn, técnico del área de “Bancalet” (Dinamización Agrícola) de la Oficina de la Innovación y la Creatividad. Agradecimientos: 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, Víctor 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 Sierrol, Pere Joan Frau, Jaume Noguera, Francisco Sibera, Juanmi Rafet y Miguel Ángel Civera.

Área 2. Comunidad Gastronómica de Conocimiento, Formación e Inclusión Social. Coordinación: Evarist Miralles empresario hostelero y formador del CDT de Dénia y Bati Bordes, propietario del Restaurante El Marino de Dénia. Agradecimientos: Ferrán Giró, José Luis López, Federico Guajardo, Ricardo Giraldo, Rómulo Silverio, Luis Alberto López, José Gadea, Pepe Ivars y Francisco Moll.

Área 3. Educación y Alimentación Saludable. Coordinación: Sergi Mallol, Director del CEIP Pou de la Muntanya de Dénia. Agradecimientos: Óscar Carrió, Noemí Vera, Damián Pérez, Óscar Llopis, Miquel Ivars y Guillem Fornés.

Área 4. Innovación Turística, Agroturística y Paisaje Gastronómico. Coordinación: Pepa Cardona (Técnica de Turismo del Ayuntamiento de Dénia). Agradecimientos: 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 y Mariano Espinosa.

Área 5. Nuevos Emprendedores, Innovación Agroalimentaria y TICS Aplicadas al Territorio. Coordinación: Óscar Carrió, director de La Nau Lab, centro de coworking, Pedreguer. Agradecimientos: Sonja Dietz, Carmelo Nofuentes, Mara Bañó, Rosa Julia Fornés, Luis Silvestre, Cristina Rodríguez y Ángel Buigues.

Área 6. Patrimonio Rural, Tradiciones y Gastronomía. Coordinación: Jovi Lozano (Gerente de Macma -Mancomunitat Cultural de la Marina Alta-). Agradecimientos: Abel Cardona, Manuel Juan, Joan Josep Cardona, Cristóbal González, Fernando París, Emilio Sentí, Joan Ivars, Roser Cabrera, Núria Gómez, Clara Giner, Jaume Buigues y Ricard Llompart.

Participantes en el video de promoción del Plan de Acción Dénia&Marina Alta #Tastinglife. Coordinación: Antoni Reig y la realización de María Crespo. Agradecimientos: Quico Pastor, Pepita Fornés, Quique Dacosta, Encarna Soler, Miquel Ruiz, Vicent Sastre, Alberto Ferruz, Juan Garreta, Mara Bañó, Quique, Paola, Rafa, Cristina Sellés, Federico Guajardo, Pep Romani, Conchita Barraqueta, Evarist Miralles y Pep Orihuel.

Oficina de la Innovación y la Creatividad.
Ajuntament de Dénia.

Quando a finales de 2015, Dénia se incorporaba a la red de Ciudades Creativas de la UNESCO, adquiría el compromiso explícito de trabajar por la reconstrucción de un sistema local agroalimentario que tiene su base y su potencial en la comarca de la Marina Alta. Desde ese momento se han desarrollado iniciativas, tanto en el ámbito internacional como en el local y comarcal, para ir avanzando en un proyecto que trasciende los límites de la actividad gastronómica hasta el punto de convertirse en un factor estratégico de nuestro desarrollo económico y un instrumento esencial para conservar nuestro entorno medioambiental y nuestra identidad cultural.

Con el Diagnóstico elaborado con las aportaciones de todos los sectores implicados- que en última instancia son todos los que constituyen nuestro tejido socioeconómico y cultural-, contamos por fin con nuestra hoja de ruta y sabemos los pasos que hemos de dar para construir un futuro sostenible en el que tengamos garantizada una economía diversificada sobre un territorio atractivo y con personalidad propia.

Con este documento no solo sabemos dónde y en qué situación estamos. También qué queremos y qué debemos hacer para conseguirlo. Este diagnóstico nos enfrenta a carencias y limitaciones, lamentaremos errores del pasado y del presente, desidias colectivas y equivocadas expectativas. Y nos permite descubrir que también hemos hecho cosas buenas y, sobre todo, que aún tenemos un enorme potencial por explorar, que hay que reconstruir voluntades y reconectar entendimientos.

Este documento nos da las claves para aprovechar todo ese potencial, nos dice dónde están nuestros recursos, y cómo repartirlos para ser más competentes y competitivos, para ser más auténticos, para recuperar y preservar nuestro paisaje, para conservar, en fin, nuestra manera de ser y de vivir. Sin renunciar a nada, aspirando a todo.

VICENT GRIMALT I BORONAT

Alcalde de Dénia

PARTE 1 APERITIVO DE BIENVENIDA

1 Oportunidad y necesidad de una estrategia agroalimentaria sostenible en Dénia y la Marina Alta.	9
1.1 Dénia&Marina Alta: un territorio UNESCO para el futuro.	9
1.2 Introducción y finalidad del Plan: la alimentación como núcleo de un desarrollo sostenible y equilibrado.	14
1.3 Marco de referencia teórico.	18

PARTE 2 ENTRANTES

2 Dénia&Marina Alta: Diagnóstico del sistema agroalimentario local en su entorno socioeconómico.	25
2.1 Enfoque metodológico y trabajo de campo.	26
2.2 Conclusiones del diagnóstico de situación por áreas temáticas.	28
2.2.1 La producción agroalimentaria en Dénia y la Marina Alta.	28
2.2.2 El modelo actual de comercialización de productos locales.	30
2.2.3 El mapa formativo del sector agroalimentario en la comarca.	31
2.2.4 La gestión del territorio como reflejo de la actividad humana en relación con el medio.	34
2.2.5 La comunidad gastronómica y el papel de la cocina.	37
2.2.6 Educación y alimentación saludable: educar para un futuro más sostenible.	40
2.2.7 Turismo, agroturismo y paisaje gastronómico.	41
2.2.8 Ecosistema emprendedor y nuevas tecnologías.	43
2.2.9 El patrimonio como contenedor de la cultura y la identidad de un territorio.	46

PARTE 3 PLATO PRINCIPAL

3 Plan de acción Dénia&Marina Alta #Tastinglife.	49
3.1 Objetivos estratégicos.	50
3.2 Orientaciones prospectivas para la implantación del Plan de Acción Local <i>Dénia&Marina Alta #Tastinglife.</i>	51
3.2.1 Producción agroalimentaria.	52
3.2.2 Comercialización agroalimentaria.	54
3.2.3 Formación agroalimentaria.	56
3.2.4 Gestión responsable del territorio.	58
3.2.5 Innovación gastronómica.	60
3.2.6 Educación y alimentación saludable.	62
3.2.7 Innovación agroturística y paisaje gastronómico.	64
3.2.8 Emprendedores.	66
3.2.9 Arquitectura rural, tradición gastronómica y cultural.	68
3.2.10 Líneas de acción transversales.	70

PARTE 4 EL POSTRE

4 “Bancalet”: La esencia del Plan de Acción Dénia&Marina Alta #Tastinglife.	73
4.1 Un proyecto para poner en valor la tierra.	73
4.2 Algunos proyectos realizados o en fase de ejecución.	74

PARTE 5 EL PASEO

5 Implementación del proyecto	83
5.1 Seguimiento y evaluación del plan.	83
5.2 Modelo de gobernanza de la implementación del Plan.	85
5.3 Ciudad creativa.	85
5.4 Xarxa/Local Food Ecosystem.	86
5.5 Fundación Dénia Ciudad Creativa.	87

APERITIVO DE BIENVENIDA



TEJIENDO LA RED

1. OPORTUNIDAD Y NECESIDAD DE UNA ESTRATEGIA AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE EN DÉNIA Y LAMARINA ALTA

¿DÓNDE ESTAMOS?

1.1 DÉNIA&MARINA ALTA: UN TERRITORIO UNESCO PARA EL FUTURO

La Marina Alta es el nombre con que se conoce el territorio situado en el Norte de la provincia de Alicante que abarca desde el litoral a los primeros relieves y valles montañosos que se asoman al Mediterráneo en el punto más oriental de la provincia. La superficie total de la comarca ocupa 759 km² que se reparten 33 pueblos y ciudades: 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, Llíber, Murla, Orba, Parcent, Ràfol d'Almunia, Sagra, Sanet i els Negrals, Senija, Tormos, la Vall d'Alcalà, la Vall d'Ebo, la Vall de Gallinera y la Vall de Laguart.

La ciudad de Dénia es la más poblada (42.689 habitantes en abril 2018) y tiene el tercer término municipal más extenso (66,18 Km²). Vall d'Alcalà, situada en el extremo occidental de la comarca, registra la menor población, con 171 habitantes. Entre ambos registros encontramos las poblaciones costeras, todas con más de 10.000 habitantes; una serie de poblaciones intermedias en los valles próximos al mar, que van desde los 2.000 hasta los 7.000 habitantes; y finalmente un grupo de 12 pueblos, situados en los valles más interiores y zonas montañosas de la comarca, con poblaciones inferiores a 1.000 habitantes.



Situada a medio camino entre Valencia y Alicante, la Marina Alta es una comarca valenciana de profundos contrastes paisajísticos, con playas y acantilados en la costa y atractivas formaciones montañosas repartidas por todo su territorio. Tiene reconocidos tres parques naturales: el monte Montgó, el peñón de Ifac y el marjal de Pego. En su territorio existen igualmente parajes de alto valor medio-ambiental, considerados Lugares de Interés Comunitario, como los acantilados del litoral, los valles interiores, la ribera del río Gorgos o la sierra de Serrella.

La propia configuración orográfica de la Marina y su alejamiento de grandes núcleos de población, ha hecho que históricamente la comarca haya mantenido distantes lazos de relación con los centros administrativos y de poder político.

Esa situación de aislamiento histórico ha contribuido a dar una mayor personalidad a sus pueblos, parajes y habitantes. La Marina Alta ha tenido que reinventarse a lo largo de la historia para dotarse de medios de defensa y subsistencia. La vía de salida al mar ha sido básica para su desarrollo. Por sus puertos, y muy destacadamente a través del puerto de Dénia, ha fluido un intercambio comercial y cultural que ha dado gran riqueza económica y patrimonial a su población. Por ellos han salido para todo el mundo los productos agrícolas que daban sus tierras de secano, y por ellos han entrado recursos económicos, influencias sociales, avances tecnológicos y bie-

Turisme Teulada-Moraira



nes desconocidos en otras tierras. Esta peculiar forma de progreso colectivo es equiparable en muchos sentidos al desarrollo que experimentan los territorios aislados y, debido a su proximidad geográfica, es frecuente escuchar que la Marina Alta se puede considerar la quinta isla de las Baleares. Una isla en la península.

A lo largo del siglo XIX el cultivo de la viña moscatel y la producción de uva pasa convirtieron la Marina Alta en una tierra de gran riqueza agrícola y comercial. A través del puerto de Dénia, decenas de barcos de gran porte transportaban miles de toneladas de pasa hacia el Reino Unido, los países del norte de Europa, Estados Unidos y Canadá. La pasa de Dénia se caracteriza por el proceso del escaldado de la uva, un método que acelera su secado al sol. Actualmente la producción de moscatel y pasa se ha reducido notablemente, pero aún se mantienen los procedimientos populares y se producen excelentes mistelas y vinos, blancos y tintos, de gran calidad. Entre los cultivos que aun hoy se conservan figura, en primer lugar, la almendra y la naranja, como producciones más extendidas. Le siguen en importancia, el arroz en los humedales del norte de la comarca, y en las zonas de interior los olivos, los cerezos y otros árboles frutales, algunos característicos y autóctonos de la zona, como el perelló. Hay una variada presencia de hortalizas. Aunque la agricultura ha sufrido en las últimas décadas un proceso de regresión por el avance de la industria turística y de servicios, actualmente la zona cultivable aún ocupa una superficie de 20.721 hectáreas.

Otra actividad primaria y tradicional, la pesca, ha ido igualmente cediendo espacio y pujanza económica en unos puertos, principalmente el de Dénia, que han evolucionado de sedes pesqueras y de navegación de cabotaje hacia actividades deportivas y de ocio y el transporte de viajeros. Actualmente las antiguas Cofradías de Pescadores locales han constituido la Orga-





Turisme Benissa

nización de Productores Pesqueros de la Marina Alta, que agrupa los colectivos de Dénia, Xàbia y Calp, y que cuenta con una flota conjunta formada por 64 barcas de pesca. En 2014 se capturaron 4.500 toneladas de pescado y marisco.

Desde los años 60 del pasado siglo XX, la Marina Alta ha experimentado un acelerado crecimiento económico y poblacional de la mano de las actividades ligadas al sector turístico. La oferta turística actual sigue ligada al llamado turismo de sol y playa, pero se ha ido consolidando una oferta diferenciada vinculada al sector hostelero y gastronómico. Las poblaciones de la costa se han convertido en destinos de gran atractivo para el turismo, mayoritariamente de procedencia nacional y europea. La construcción y los servicios absorben la mayor parte de los puestos de trabajo durante los años de crecimiento. El turismo ha generado riqueza y ha producido un fuerte impacto tanto en el ámbito económico como en el territorial.

Un ejemplo es la propia estructura demográfica con un elevado porcentaje de residentes

extranjeros que eligen este territorio para venir a vivir. Un 32% de los residentes son extranjeros, el 72% de ellos procedentes de países miembros de la Unión Europea. En Dénia el porcentaje de extranjeros residentes es del 21%, pero en algunas de las poblaciones de la comarca, como Llíber, puede llegar hasta el 71% (2016).

Por su situación en un punto estratégico del mar Mediterráneo —con los cabos de la Nao y Sant Antoni, y los miradores privilegiados del peñón de Ifach y el Montgó y la Marina Alta ha sido objeto de colonizaciones, invasiones, conquistas y adhesiones por parte de las diversas civilizaciones, pueblos y culturas que han ocupado históricamente la península. Los íberos poblaron las zonas intermedias del Montgó y aún hoy se conservan los restos de lo que fue el primer espacio donde, en el siglo VI a.C., se plantaron viñas y se elaboraron los primeros vinos de Europa. Encontramos almadras y puertos de origen romano, castillos y torres defensivas de la dominación musulmana y de la posterior conquista, murallas y casas medievales con piedra tosca en sus muros, y un legado patrimonial muy relevante ligado al mundo de la subsistencia y de la actividad agraria. Son monumentales sus márgenes de piedra seca, capaces de sacar rédito agrícola a zonas escarpadas donde a simple vista puede parecer inviable cualquier actividad humana. Los molinos de viento y de agua se reparten por todos los pueblos, como las acequias ancestrales o los omnipresentes y originales riurraus, infraestructura imprescindible en tiempos de cultivo masivo de la uva moscatel y la producción de pasa.

Además de su patrimonio arquitectónico, la particular evolución de sus pueblos, ha reforzado la identidad de sus habitantes, que han conservado la lengua de sus antepasados, el valenciano, y toda clase de usos y costumbres vinculados al mundo del trabajo y a las relaciones sociales de las comunidades locales.



Turisme Teulada-Moraira

La UNESCO no sólo ha reconocido la gastronomía de la Marina Alta al incorporar a Dénia a su Red de Ciudades Creativas. En el interior de la comarca se encuentran la mayor parte de las pinturas rupestres del Arco Mediterráneo, consideradas como Patrimonio de la Humanidad. Hay, además, dos bienes inmateriales reconocidos por la UNESCO de los que la comarca participa directamente: la Dieta Mediterránea, tan ligada a la forma de producir, comer y vivir de sus habitantes; como la fiesta de las Fallas, que se celebran desde hace décadas en tres poblaciones: Dénia, Pego y Calp.

Turisme Dénia



TENEMOS PLAN

1.2 INTRODUCCIÓN Y FINALIDAD DEL PLAN: LA ALIMENTACIÓN COMO NÚCLEO DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE Y EQUILIBRADO

La incorporación de Dénia a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO comporta la aceptación explícita de una serie de acciones destinadas a avanzar en la consolidación de un Ecosistema Local de Alimentación que se convierta en el pilar principal e ineludible de nuestro territorio.

INICIATIVA LOCAL

XARXA, LOCAL FOOD ECOSYSTEM



La UNESCO ha reconocido Dénia y la Marina Alta como exponentes de la gastronomía a nivel internacional, una gastronomía entendida como expresión creativa y cultural, donde confluyen la tradición y la innovación. Se trata de un reconocimiento a un modelo que diseña un ecosistema alimentario local basado en la preservación del territorio y el respeto al medio ambiente.

DECÁLOGO DÉNIA LOCAL FOOD ECOSYSTEM.

Nuestra comarca como laboratorio creativo y de innovación. Un clúster de Industrias culturales relacionadas con la gastronomía y la alimentación.

Más gobernanza y participación de la comunidad en la protección de nuestra biodiversidad.

Crecimiento sostenible (beneficios sociales, económicos y medioambientales) de nuestra comunidad basado en nuestra agricultura y pesca tradicionales.

Nuevas oportunidades y nuevos emprendimientos para una economía local basada en el desarrollo de nuestra industria agroalimentaria y gastronómica.

Colaboración público-privada: nuevos partenariados para los nuevos desafíos del desarrollo urbano sostenible.



Una alimentación más sana, vinculada a los productos autóctonos y respetuosa con el entorno.

Una gastronomía creativa e imaginativa entendida como expresión de la identidad de nuestro territorio y paisaje.

Custodia de los conocimientos agrícolas y pesqueros tradicionales, auténticas "reservas" de saberes para nuestro futuro.

Reconectar a la gente con el origen de los alimentos, buscando cambios positivos de actitud en el comportamiento de todos los sectores (consumidores, escuelas, cocineros, ciudadanos...).

Mejora de la calidad de vida de la ciudadanía de Dénia y Marina Alta. Prosperidad, respeto a la diversidad y diálogo intercultural.



Turisme Pegò i Les Valls



Oficina I+C

El proyecto XARXA-Local Food Ecosystem es el pilar fundamental del Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* presentado al programa de Ciudades Creativas de la UNESCO en 2015, desde la concepción del territorio comarcal como paisaje gastronómico integral. Hay productos propios, tradición de cultivo y de consumo, y una potente oferta hostelera, que ha venido incorporando y manteniendo platos y prácticas de cocina singulares y autóctonas.

Con la declaración de Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO se impulsa un amplio y ambicioso proyecto, de mirada a largo plazo que pretende configurar un escenario de economía colaborativa y sostenible en el cual se reencuentran los recursos naturales con la oferta gastronómica profesional y doméstica.

LA CADENA DE CONSUMO AGROALIMENTARIO EN CIFRAS (2016)

169.831 habitantes.

20.721 hectáreas de cultivo.

Diversidad de suelos y cultivos: hortalizas, cítricos, frutales, viña, olivo.

1.578 Restaurantes y cafeterías en la Marina Alta.

Larga cultura emprendedora y en creación de empresas agroalimentarias.

61.109 plazas de restauración.

438 Restaurantes y cafeterías en Dénia.

17.766 plazas en Dénia.

65.462 Plazas en apartamentos y villas turísticas en la Marina Alta.

6.978 Plazas hoteleras.

La cadena gastronómica tiene un peso esencial en la economía de la Marina Alta. Gran parte de las actividades turísticas, principal fuente de

ingresos, están ligadas a la gastronomía. Entre los años 2011 y 2015, los más acusados de la crisis, el sector conseguía crear 176 empresas y ofrecer 312 nuevos puestos de trabajo.

El turismo ha significado desarrollo y riqueza, pero también ha tenido unos efectos desiguales. El sector primario, la agricultura de la Marina Alta, no ha evolucionado al mismo ritmo, ha quedado atrás y, en muchos casos, abandonado o



Pòsit Dénia

ignorado. Con esto, el territorio, en su conjunto, ha sufrido profundas heridas.

Con el proyecto presentado a la UNESCO se quieren corregir los desequilibrios, reforzando un sistema agroalimentario local y sostenible. La potente maquinaria turística puede ser igualmente la solución, el motor de arrastre de los recursos endógenos, de productores y cultivos locales, y de la comunidad gastronómica al completo. El Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* contempla actuaciones en todas las áreas del sector agroalimentario: producción, distribución y comercialización, elaboración y consumo, para construir este ecosistema alimentario.

Con la intención de contribuir al desarrollo de un modelo de crecimiento sostenible basado en nuestro patrimonio etnogastronómico, en la industria agroalimentaria y en la promoción de una alimentación saludable asociada a la Dieta Mediterránea, el proyecto contempla diferentes actuaciones a corto y largo plazo.

Las actuaciones con mayor trascendencia y urgencia se incluyen en el apartado llamado “Bancalet”. Se trata de intervenir en la base del Sistema Agroalimentario Local, el sector primario, para reconectarlo con sus usuarios naturales y próximos: la industria hostelera y el consumidor local.

Se han marcado como objetivos prioritarios:

- 1.**
Crear las condiciones para aumentar la producción de alimentos frescos y de proximidad.
- 2.**
Fomentar el conocimiento y la demanda de los productos de temporada, autóctonos y saludables.
- 3.**
Redescubrir tradiciones gastronómicas perdidas o en desuso social.



Turisme Dénia

En definitiva, se trata de desarrollar un nuevo sentido de la cultura de la alimentación en la comarca de la Marina Alta y reconstruir un sistema gastronómico respetuoso con el entorno y ligado a los hábitos culturales y territoriales. Con la recuperación del cultivo de las tierras y la puesta en valor del producto autóctono se asegurará un paisaje agrícola que vendrá a reforzar el atractivo turístico de la comarca.

La Marina Alta tiene el reto de preservar su entorno natural, las raíces culturales y la biodiversidad de su territorio sin renunciar a su condición como destino turístico, base actual de la economía de sus habitantes. A la hora de acometer estos retos son elementos importantes la formación de los profesionales, la conciencia cultural (conocimiento de la tierra, de las costumbres y de las tradiciones) y la mentalidad innovadora. El objetivo final exige un desarrollo consensuado, ordenado, inteligente y sostenible.

¿DÓNDE NOS MIRAMOS?

1.3. MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO



Creative Cities Network

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization





United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

La UNESCO fue creada en 1945 para responder a la firme idea de las naciones, forjada por dos guerras mundiales en menos de una generación, de que los acuerdos políticos y económicos no son suficientes para construir una paz duradera. La paz debe cimentarse en base a la solidaridad moral e intelectual de la humanidad.

La UNESCO refuerza los vínculos entre naciones y sociedades.

<http://es.unesco.org>

Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (2004)

La Red UNESCO de Ciudades Creativas del Mundo fue creada el octubre de 2004 con el fin de vincular ciudades con una tradición creativa a los campos de la Literatura, el Cine, la Música, las Artes Populares, el Diseño, el Arte Digital y la Gastronomía. Desde la óptica de la UNESCO, esta Red pone en contacto a ciudades creativas para que puedan compartir conocimientos, saberes, experiencia, habilidades directivas y tecnología. El proyecto XARXA-Local Food Ecosystem y su Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* surge desde la concepción del territorio comarcal como paisaje gastronómico integral. Uno de sus objetivos principales es el de avanzar en un modelo de economía colaborativa, creativa y local, basado en la alimentación mediterránea, tradicional e innovadora, característica de Dénia y la Marina Alta. **Dénia forma parte de la Red de Ciudades Creativas de la Gastronomía de la UNESCO desde diciembre de 2105.** <http://en.unesco.org>

Objetivos del Desarrollo Sostenible (ONU, 2015)

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene unas metas específicas que se tienen que conseguir en los próximos 15 años. Los 17 objetivos marcados se basan en los Objetivos del Desarrollo del Milenio, proclamados por la ONU en 2002, aunque incorporan nuevas esferas, como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible, y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Asumir los 17 ODS y las 169 metas propuestas significan un compromiso y un reto que cualquier estrategia agroalimentaria tiene que tener en cuenta. **El Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* utilizará los indicadores ODS como marcadores de referencia de cada una de las fichas de acción planificadas.** www.un.org



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO



Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (Milán, 2015)

El Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán (MUFPP) o, abreviado, Pacto de Milán, es el primer protocolo internacional en materia alimentaria que se realiza a escala municipal. Las ciudades que lo han firmado se comprometen a “trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comer sano y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con objeto de reducir el derroche de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a efectos de los cambios climáticos”. **Dénia forma parte del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán, desde el mes de marzo de 2017.** www.foodpolicymilano.org



OMT (Organización Mundial del Turismo)

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo: Preservar los recursos naturales y la diversidad biológica; respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural; y asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos. <http://www2.unwto.org/es>





ECOSISTEMAS para el bienestar humano



Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (2005)

Desde el año 2001, el programa evalúa, para las Naciones Unidas, las consecuencias para el bienestar humano de los cambios en los ecosistemas y establece bases científicas para fomentar las acciones necesarias para mejorar la conservación y el uso sostenible. www.millenniumassessment.org
www.maweb.org

Diets sostenibles (FAO, 2010)

La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). Las dietas sostenibles protegen y respetan la biodiversidad y los ecosistemas, son culturalmente aceptables, accesibles, económicamente justas y asequibles; nutricionalmente adecuadas, seguras y saludable y se basan en el aprovechamiento óptimo de los recursos naturales y humanos.”
www.fao.org

Estrategia Europea 2020 para una economía inteligente, sostenible e integradora

La Unión Europea ha establecido para 2020 cinco ambiciosos objetivos en materia de ocupación, innovación, educación, integración social y clima/energía para aumentar los niveles de ocupación, productividad y cohesión social.
<http://ec.europa.eu>

Programa de Desarrollo Rural UE 2014-2020

La política europea de desarrollo rural pretende contribuir a que las zonas rurales de la UE puedan hacer frente a la amplia gama de retos económicos, medioambientales y sociales que plantea el siglo XXI.
www.avfga.gva.es

Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad Valenciana 2014-2020

Se trata del instrumento de planificación de las actuaciones de la Generalitat Valenciana en materia de política de desarrollo rural siguiendo estrategias europeas.
https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_es

Estrategia Territorial Comunitat Valenciana.

Área Funcional Marina Alta 2020-2030

Modelo territorial de futuro, instrumento de dinamización territorial, conservación y mejora de los valores ambientales, paisajísticos y culturales del territorio, actuaciones sectoriales. <http://www.avfga.gva.es/pdr-cv-2014-2020>

1º Plan de Producción Ecológica de la Comunitat Valenciana 2016-2020

Propone la necesidad de un nuevo modelo productivo para generar bienestar a largo plazo. Busca fomentar el tránsito hacia sistemas de producción más sostenibles y más ecológicos. Nos ayudará a luchar contra el cambio climático

y contribuyendo a frenar la contaminación del agua.

www.agroambient.gva.es

Plan de Acción de la diversidad agraria de la Comunitat Valenciana

El plan tiene diversas líneas de actuación: la más potente es el fomento de la conservación y el cultivo de variedades locales. Para lograr este objetivo, se pretende crear un catálogo de variedades locales de interés agrario: un listado de recursos hortícolas con información agronómica y cultural para promover su uso y ayudar a conservar la biodiversidad. Esta pieza clave del proyecto pone de relieve el conocimiento de las personas mayores respecto a las variedades locales, así como la necesidad de mantenerlo para que estas no se pierdan.

www.agroambient.gva.es

Plan Operativo y de Marketing de Turismo de la Comunitat Valenciana 2016

Un nuevo modelo de turismo centrado en la recuperación de la esencia a través de la cultura, el paisaje, el patrimonio y las fiestas de la Comunitat Valenciana.

www.turisme.gva.es

Paisajes Turísticos Valencianos

Proyecto que identifica el valor de los paisajes valencianos desde la perspectiva turística. Pretende abordar tanto acciones incardinadas en paisajes de escala municipal, comarcal, provincial o autonómica, como proyectos turísticos concretos, preferentemente empresariales, relacionados con el sector turístico.

Dénia y la Marina Alta cuentan con 8 espacios en otras tantas categorías dentro de los Paisajes Valencianos reconocidos.

<http://paisajesturisticosvalencianos.com>

EDUSI Dénia (2016)

Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado que Dénia impulsa como herramienta de análisis y definición de objetivos que marcan el camino de la ciudad para los próximos 6 años. www.edusidenia.particip.es

Fórum sobre el acceso a la tierra (FMAT)

El objetivo del FMAT es debatir las evoluciones mundiales en materia del acceso a la tierra y a los recursos naturales que han tenido lugar después del Foro Mundial sobre la Reforma Agraria (FMRA 2004) y la Conferencia Internacional sobre la Reforma Agraria y el Desarrollo Rural (CIRADR 2006).

www.landaccessforum.org

El Foro Rural Mundial (FRM)

Es una red plural que promueve la Agricultura Familiar y el desarrollo rural sostenible, compuesta por federaciones agrarias, organizaciones rurales y centros de investigación en los cinco continentes. www.ruralforum.net



PARTE 2

ENTRANTES



EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

2. DÉNIA&MARINA ALTA: DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL EN SU ENTORNO SOCIOECONÓMICO

El Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* es un plan estratégico especialmente dedicado a la promoción de los recursos agroalimentarios y la creación de un paisaje gastronómico integral. A su vez, como plan de desarrollo económico, también busca conocer el entorno cultural y sociológico que lo rodea. Así pues, las áreas analizadas estudian la transversalidad del Local Food Ecosystem con el fin de potenciar la creación de un clúster Agroalimentario en Dénia y la Marina Alta, y, al mismo tiempo, percibir la realidad del ecosistema socioeconómico en su conjunto.

Dénia y la comarca de la Marina Alta se caracterizan por tener un entorno geográfico marino y montañoso, hecho que le confiere unas particularidades, incluso climáticas, que contribuyen a que disponga de una gran diversidad de productos de mar y tierra. Esta particularidad geográfica ha generado históricamente unas duras condiciones de vida y cierto aislamiento social.

Aunque perdure cierta percepción histórica de aislamiento interior, entre valles dentro de la propia comarca y con el exterior -la incomunicación y la carencia de infraestructuras sigue siendo un hecho diferenciador frente otros territorios-, actualmente Dénia y la Marina Alta están abiertas al mundo, muy especialmente desde la irrupción del turismo de masas en los años 60 del pasado siglo. Este hecho provocó una acelerada conversión del sector primario al terciario, como en gran parte de la costa mediterránea. De la economía primaria se pasó rápidamente a una economía vinculada al sector turístico provocando una *litoralización* demográfica y la concentración económica en las zonas costeras, que posteriormente también llegó a las prelitorales. Este estudio trata de conocer sus efectos socioeconómicos y culturales sobre el territorio: economía, cultura, tradición, patrimonio, usos y costumbres, con la gastronomía como eje transversal, para diseñar las estrategias prospectivas de corrección que le aporten un equilibrio natural necesario para dar valor de futuro a los múltiples recursos existentes.

A DESTACAR

1. El diagnóstico se centra en el sector agroalimentario, pensado para un proyecto de largo recorrido pero con posibilidad de acción inmediata.
2. Reconocer las necesidades de un mercado local que llegue a todos los sectores económicos, sostenible y con valores e identidad local.
3. Definir el escenario formativo del arco agroalimentario en un entorno innovador, creativo y profesional que refleje la tradición y la cultura.
4. El turismo es el sector con mayor impacto económico en Dénia y la Marina Alta. Conocer su situación y evolución es clave para desarrollar el proyecto.
5. Identificar el sistema emprendedor agroalimentario, con la captación y retención de talento e inversión como objetivos.
6. El patrimonio como custodio de la identidad y como contenedor del futuro de nuestro territorio.

TESTANDO EL TASTING

2.1 ENFOQUE METODOLÓGICO Y TRABAJO DE CAMPO

El objetivo del diseño metodológico de este estudio es recoger las opiniones de la diversidad de actores y sectores que intervienen en la elaboración de este plan. Como elementos activos que intervienen en la detección de necesidades y en propuestas de acción. Se ha recurrido a técnicas de investigación cualitativas por considerarlas las más adecuadas debido a la amplitud temática y la necesidad de analizar el detalle del discurso de una muestra muy heterogénea. Por tanto se ha optado por *focus groups*, *workshops*, panel de expertos o entrevistas personales, según necesidades y/o perfiles; en esencia, técnicas abiertas y participativas.

Se ha partido de una división del estudio por áreas temáticas, variando la técnica y/o la aproximación metodológica con creatividad y adaptación, dependiendo del espacio y del perfil de los entrevistados.

- ÁREA 1 ÁREA 1.1 Producción agroalimentaria.
- ÁREA 1.2 Comercialización.
- ÁREA 1.3 Formación.
- ÁREA 1.4 Gestión responsable del territorio.
- ÁREA 2 Comunidad gastronómica, conocimiento e inclusión social.
- ÁREA 3 Educación y alimentación saludable.
- ÁREA 4 Innovación agroturística y paisaje gastronómico.
- ÁREA 5 Nuevos emprendedores, innovación agroalimentaria y TIC aplicadas al territorio.
- ÁREA 6 Patrimonio rural, tradiciones y gastronomía.

El área 1 se ha dividido en cuatro subáreas, dada su amplitud y complejidad. En otros casos, cuando la diversidad de actores o la propia temática recomendaba hacer más de un taller, se ha dividido a su vez en más de una mesa de trabajo. Como, por ejemplo, el caso de Producción Agrícola, que se ha dividido en productores y cooperativas, o el de la Innovación Agroturística, donde se han realizado dos mesas, una con empresas turísticas y la otra con técnicos de la administración expertos en turismo.

FICHA TÉCNICA TRABAJO DE CAMPO

Periodo: entre el 3 de diciembre de 2016 y el 3 de abril de 2017.

Ámbito de acción: comarca de la Marina Alta.

Escenarios: en 6 poblaciones de la Marina Alta. En espacios públicos y privados, instituciones y empresas implicados en la organización del trabajo de campo en: Dénia, Xaló, Teulada, Pedreguer, Benissa, Parcent, Orba.

Nº de talleres: 11 talleres con la colaboración de 6 coordinadores.

Participantes: más de 100 participantes; representantes de instituciones públicas y privadas, de asociaciones sectoriales, culturales, profesionales y expertos de cada área, centros formativos y educativos.

Además de las técnicas de investigación cualitativas se ha realizado una entrevista cerrada cuyo trabajo de campo se ha desarrollado en distintos escenarios.

Técnica: entrevista cerrada postal (por correo electrónico) y presencial.

Ámbito geográfico: comarca de la Marina Alta.

Universo: convocados a participar en los workshops prospectivos y profesionales de turismo y sector agroalimentario presentes en ferias y eventos comarcales relacionados con el turismo y la gastronomía.

Número de entrevistas: 112.

Muestra: comercios, restauradores, técnicos de la Administración y expertos.

Trabajo de campo: encuesta postal *online* enviada junto con la convocatoria de participación a los *workshops*, y entrevista en ferias y eventos comarcales relacionados con el turismo y la gastronomía. Trabajo de campo realizado entre el 3 de diciembre de 2016 y el 6 de abril de 2017.

UN TERRITORIO DE OPORTUNIDADES

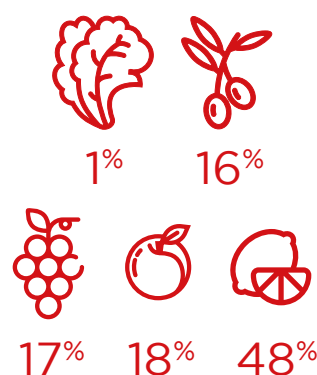
2.2 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN POR ÁREAS TEMÁTICAS

2.2.1 LA PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA EN DÉNIA Y LA MARINA ALTA

La Marina Alta cuenta con 20.721 hectáreas cultivadas de las que el 43,5% son de regadío. En el caso de Dénia, el 78% de las 1.571 hectáreas son de regadío. En algunos casos llega hasta el 87%, como el caso de Tormos, mientras que en Vall d'Alcalà en contraposición solo existen 1,1 ha de regadío. Representa la muestra de la diversidad de cultivos y de microclimas de la comarca.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS EN LA MARINA ALTA EN 2016

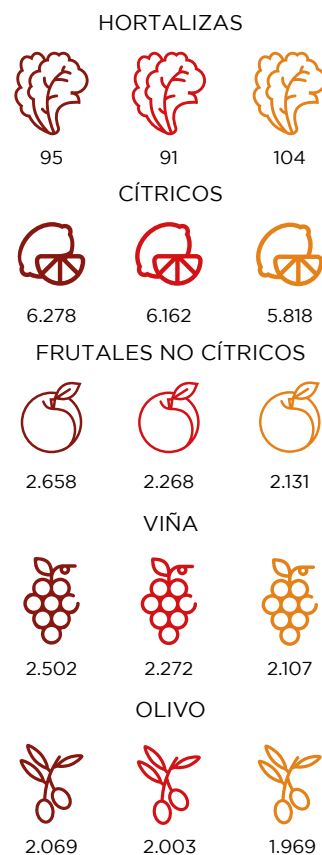
Fuente: Portal Estadístico de la G.V.



En el mapa actual de cultivos de la Marina Alta, los cítricos representan cerca de la mitad de las hectáreas cultivadas, seguido de otros frutales (cereza, almendro y perelló entre otros), viña y olivo. Dénia cuenta en la actualidad con 984 hectáreas de cultivo de cítricos. La superficie de hortalizas es prácticamente irrelevante, al igual que otros cultivos como el arroz, que a pesar de ser muy emblemático de la comarca es estadísticamente poco representativo, aunque su producción se ha visto incrementada en los últimos años llegando a las 300 hectáreas actualmente.

EVOLUCIÓN (HECTÁREAS DE CULTIVO) DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS EN LA MARINA ALTA ENTRE 2008 Y 2016

● 2008 ● 2012 ● 2016



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

Todos los cultivos principales han sufrido un retroceso, salvo el de hortalizas, que apunta a ser un yacimiento de producción agrícola en los próximos años gracias a la mayor demanda de la hostelería y el auge de los mercados de proximidad. La gráfica refleja el número de hectáreas registradas, pero la estadística no cuenta el progresivo abandono del campo. A pesar de ser una realidad visible, no contamos con datos para ilustrarlo.

PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA: CUESTIONES ANALIZADAS

¿Cuál es el tipo de explotación mayoritaria en la Marina Alta y perfil de productor?

¿Cuál es el mapa actual de producto en la comarca y alternativas?

Instrumentos y canales de venta. Modelo de mercado local.

Retos e innovación.

Papel de la administración, sindicatos, cooperativas.

MINIFUNDIO Y DIVERSIDAD: DEBILIDAD Y VALOR

- El mapa agrícola de la Marina Alta está formado por cítricos, viña, olivo, almendro y algunos cultivos emblemáticos como el arroz, la cereza o el perelló. Otros, como verduras y hortalizas todavía son minoritarios.
- La estructura de la tierra en la Marina Alta es principalmente el minifundio, con parcelas raramente superiores a 5.000 m² y una elevada atomización. La mayoría con terrazas de difícil mecanización, dispersas y con elevados costes de producción.
- Dada esta estructura de la tierra los agricultores consideran que el modelo de agricultura extensiva no es el más adecuado para esta zona. Este modelo dificulta la rentabilidad, e impide afrontar grandes proyectos y aplicar innovación competitiva. "Si sacas cuentas no es rentable", afirma un agricultor.
- Algunos agricultores y cooperativas plantean la posibilidad de agrupar parcelas.
- La producción ecológica y de proximidad aparece como factor de diferenciación, pero actualmente todavía es minoritaria.
- Existe muy poca investigación aplicada en la Marina Alta y adaptada a sus recursos endógenos, por lo tanto se reduce la capacidad de innovación.
- La media de edad del productor es superior a los 50 años y cuenta con escaso relevo generacional. Para la mayoría es una dedicación complementaria o recreativa, muchos se autodenominan románticos, es decir, les mueve una motivación emocional más que económica.
- Salvo las cooperativas existen escasas estructuras colectivas de producción y transformación, que permitan establecer acuerdos de producción y distribución, especialmente con el sector Horeca.
- Se observa poca relación intrasectorial del sector agroalimentario de la Marina Alta. En el caso de las cooperativas se detecta falta de relevo generacional y la escasa rentabilidad de la producción, así como una tendencia a asociarse a estructuras cooperativas mayores.
- Existe un alarmante envejecimiento demográfico y despoblamiento en los núcleos del interior de la comarca. Éxodo de capital humano hacia la costa u otras ciudades.
- La migración de mano de obra al sector servicios, principalmente vinculado al turismo, ha provocado un escenario de abandono de tierras y destrucción del tejido económico de estas poblaciones del interior (estructuras agrarias, comercios, bancos, servicios básicos, educación).
- El abandono agrícola supone, también, la pérdida de conocimientos y usos agrícolas de gran valor que todavía se conservan y conviene salvaguardar.
- El valor de la agricultura no es sólo productivo, es de imagen turística y calidad de vida. El mantenimiento del paisaje agrícola, de la tradición y la cultura vinculada, además de ser un atractivo turístico, dignifica la actividad en las zonas agrícolas y puede aportar equilibrio territorial.
- Algunos actores proponen planes de ordenación agrícola, al modo de los PGOU, con formulas de reparcelación, especialización productiva, etc.

2.2.2 EL MODELO ACTUAL DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LOCALES

La mayoría de los productos agroalimentarios producidos en la Marina Alta están enfocados al mercado externo mediante intermediarios y, por tanto, no a la venta directa o la transformación, como puede ser el caso de los cítricos, aceituna, uva u otras frutas. El papel de las cooperativas agrarias es fundamental para la comercialización de estos productos, aunque en muchos casos al formar parte de estructuras mayores tienen limitada su capacidad de comercialización en el mercado local. Aun así, continúan siendo actores socioeconómicos vitales para el territorio. Según los últimos datos disponibles el número de cooperativas disminuyó de 43 en 1982 a 24 en 2003. Dénia, por ejemplo, llegó a tener 6 en 1988, y en 2003 no tenía ninguna. En 1982 existía al menos una cooperativa en 24 de las 33 poblaciones de la comarca, en 2003 había descendido a 16 poblaciones con cooperativa. Además, solo las cooperativas vitícolas se dedican a la transformación por lo que, en su mayoría, no generan productos de valor añadido. Son los casos de la cooperativa de Teulada y la de Xaló que se dedican a la producción y venta de granel y embotellado de vinos y licores. Las dos cuentan con punto de venta propio y un modelo de negocio pensado para el mercado interno.

A ello se suma el surgimiento de proyectos emprendedores con visión al mercado interno, pensados para comercializar productos en el canal corto. Casos como productores agrícolas (frutas y hortalizas), pequeñas bodegas, productores de cerveza u otros elaboradores que están configurando un nuevo mapa de productores/comercializadores, con visiones arraigadas al territorio y una mirada a la sostenibilidad, que además han roto las barreras de género de un sector tradicionalmente masculino. Algunos hosteleros se han incorporado también a este nuevo escenario, introduciendo productos locales en sus elaboraciones, aportando sensibilidad y visibilidad al producto local. Se han convertido en referente para todos los que inician un proyecto agroalimentario.

COMERCIALIZACIÓN: CUESTIONES ANALIZADAS

Ventajas y desventajas, personales y colectivas, del producto local.

Barreras actuales para llegar al sector hostelero, comercio y consumidor final.

Requisitos que debe de cumplir el producto local para ser competitivo.

Estrategias de comercialización y diferenciación.

Papel de las administraciones y agrupaciones.

SI NO SE CONOCE, NO SE CONSUME

- Tal como afirma un participante: “Una economía diversa, equilibrada, circular y sostenible es capaz de generar más puestos de trabajo y más estabilidad en el tiempo”. Una gestión equilibrada de los recursos y un consumo responsable son claves para el desarrollo sostenible.
- Falta conocimiento de la existencia del producto local y dónde comprarlo. No es accesible en el día a día. “Si no se conoce no se consume”, comenta un participante.
- Hay desconexión entre el sistema productivo y la demanda: quién produce no sabe qué y en qué cantidad producir. No tiene una

visión clara del mercado, a veces por falta de contactos, a veces por carencias en formación comercial y de gestión.

- Actualmente el producto local, aun con mayor presencia en el mercado, carece de suficiente *marketing* e imagen de producto.
- Falta de adaptación del sector agrícola a las tendencias de producto y de mercado.
- La ausencia de empoderamiento del productor le impide abordar inversiones y, por tanto, revitalizar el sector. No puede ser una actividad de supervivencia, tiene que ser una actividad digna y rentable
- La estructura de la tierra, basada en el minifundio, y la orientación de producto, con imposibilidad de competir a escala, no permite una óptima relación coste/beneficio que sea sostenible para el productor.
- No existen marcadores que diferencien el producto local del resto de oferta agroalimentaria y que le puedan aportar un valor añadido como producto de proximidad.
- No es suficiente con ser un producto de proximidad, tiene que cumplir con unos valores y cualidades:
 - Que aporte valor al producto, al productor, al territorio y la tradición, que garantice la sostenibilidad de toda la cadena.
 - Que tenga capacidad de ser competitivo y atractivo al consumidor, sin perder identidad y calidad.
 - Que sea visible, que se reconozca en los lugares de venta.
 - Que tenga un valor/precio justo, atendiendo a costes de producción, rentabilidad, e identidad.
 - Que sea “auténtico”. Es decir, ser lo que dice ser, que transmita su particularidad. Por eso debe cumplir una trazabilidad de autenticidad y normativa.
 - Es importante que se conozca la historia y las personas que hacen el producto.
 - El producto local tiene que representar la tradición y ser un potencial de innovación.

2.2.3 EL MAPA FORMATIVO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO EN LA COMARCA

La oferta de la formación agroalimentaria en Dénia y la Marina Alta se puede dividir en dos sectores:

1. Formación en producción y elaboración de productos agroalimentarios.
2. Formación en hostelería y turismo.

En el primer caso la oferta formativa es dispersa y poco estructurada y no hay centros especializados que ofrezcan una formación reglada de manera continua. Existen centros formativos como la Uned de Dénia (Universidad Nacional de Educación a Distancia) que ofrecen cursos de postgrado relacionados con actividades medioambientales, y otras administraciones y organismos que ofrecen cursos de especialización agraria como pueden ser administraciones locales, administraciones autonómicas, sindicatos agrarios, academias privadas, cooperativas, asociaciones y colectivos ciudadanos.

En el segundo caso, la formación en hostelería y turismo, existen dos centros oficiales que ofrecen formación reglada y/o ciclos profesionales, como son el CdT y el IES Maria Ibars, ambos en Dénia, que desde su creación han ofrecido una formación que ha permitido dar un salto de calidad a la oferta formativa profesional en la comarca. De estos centros han salido reconocidos profesionales y emprendedores, actuales referentes en su profesión; cocineros, sumilleres, profesionales de sala, gerentes de hotel, empresarios turísticos, etc. A la oferta de estos centros hay que sumar la que ofrecen agencias de desarrollo económico u otros organismos públicos.



www.creama.org

Creama (Consortio para la Recuperación Económica y de la Actividad de la Marina Alta) es una entidad dinamizadora de la actividad económica y social de la Marina Alta creada en 1994 y de la que forman parte ocho municipios de la comarca, incluida Dénia. Entre sus actividades destacan la formación para favorecer la inserción social y laboral, y el apoyo al emprendimiento.



www.cdt.gva.es

Los **CdT** son centros formativos de turismo, dependientes de la Agència Valenciana del Turisme. Actualmente, la red está formada por ocho centros distribuidos por la Comunitat Valenciana, uno de ellos en Dénia. Realizan formación dirigida a trabajadores parados y profesionales de hostelería, servicios y turismo, con el objeto de mejorar su cualificación profesional, mediante la actualización y el reciclaje constante de sus conocimientos. Por estos centros han pasado como alumnos y/o formadores algunos de los mejores chefs españoles.



www.iesmariaibars.org

El **IES Maria Ibars** es un centro oficial de formación profesional dependiente de la Conselleria d'Educació de la Generalitat Valenciana que entre su oferta formativa cuenta con los ciclos de Cocina y Gastronomía, Servicios en Restauración y Guía.



www.agroambient.gva.es

Las **OCAPA** (Oficinas Comarcales de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua) nacieron alrededor de 1990 como entes territoriales de la Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalitat Valenciana. Cumplen una función polivalente, como oficinas de información y divulgación del sector agrario, registro, tramitación y asesoramiento, siendo además el canal de comunicación directo entre la Conselleria y el agricultor. Realizan también tareas de formación especializada.

FORMACIÓN: CUESTIONES ANALIZADAS

Definir la oferta formativa actual en la Marina Alta relacionada con el sector agroalimentario.

Casos o experiencias interesantes para ser estudiadas.

Definir un perfil de alumno del sector agroalimentario en la Marina Alta.

¿Qué estrategias de captación-comunicación se suelen utilizar?

Estrategias necesarias para desarrollar un clúster agroalimentario comarcal.

FORMAR EN UN ENTORNO CREATIVO Y PROFESIONAL

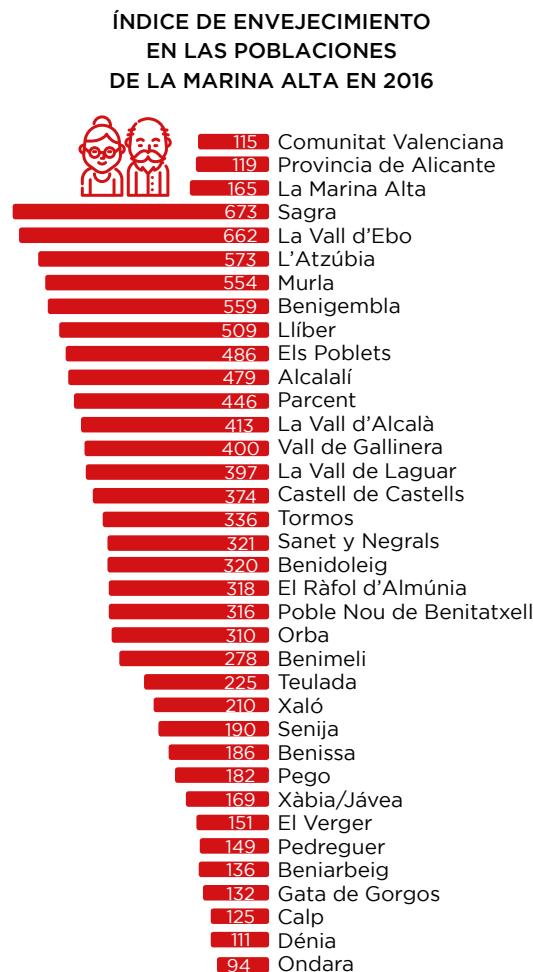
- La formación agrícola en la Marina Alta se imparte a través de organismos públicos y privados: CREAMA, Consellerias, sindicatos agrarios, academias, empresas y asociaciones privadas. Las materias suelen ser mayoritariamente tratamientos fitosanitarios y cursos de especialización agraria (poda, implantación de cultivos), y algunos de introducción de nuevas técnicas, como el cultivo ecológico.
- A través de estudios recientes la Uned detecta carencias en la orientación laboral hacia los recursos y potenciales endógenos del territorio y ofrece formación al respecto.
- La OCAPA comarcal tiene una programación semestral en coordinación con el Servei de Transferència de Tecnologia de la Conselleria de Agricultura. Esta formación es bajo demanda de los productores.
- Existe poca demanda de formación específica desde la agricultura, la demanda suele proceder de otras actividades como la jardinería.
- La formación continua y dual es muy escasa. “El agricultor tradicional es muy resabiado”, considera que lo sabe todo y no suele estar abierto a formarse o a innovar; afirma un experto.
- Actualmente hay poca coordinación entre agentes formadores y se carece de un plan formativo reglado e integral de agricultura (producción, elaboración, transformación, venta y gestión).
- Faltan especialistas formadores en técnicas agrarias específicas.
- Se ha detectado un perfil profesional mayor de 40 años, con amplios conocimientos de su entorno, especialmente en las zonas prelitorales y de interior, que podría contribuir a la transmisión de conocimiento. Sería la figura del agricultor-formador.
- La formación reglada y continua en hostelería se puede considerar completa y variada en Dénia y la comarca. El Cdt de Dénia o IES María Ibars son el mejor ejemplo. Aunque siempre hay necesidades y profesionales a los que no se consigue llegar.
- El Cdt es un elemento central en la formación gastronómica en la comarca. Ha generado un entorno técnico y profesional sobre un territorio que ya contaba con una destacable tradición y cultura gastronómica.
- Los programas de intercambio entre alumnos y profesionales con el resto de la comunidad empresarial y formativa de la Red de Ciudades Creativas es un factor clave para la innovación y la creatividad.
- Se detectan carencias en instalaciones y formación específica de productos transformados y elaborados. Tales como obradores y espacios para formación en conservas y otras gamas de producto.

2.2.4 LA GESTIÓN DEL TERRITORIO COMO REFLEJO DE LA ACTIVIDAD HUMANA EN RELACIÓN CON EL MEDIO

Los hechos demográficos son indicadores de la situación del territorio. Si analizamos la realidad demográfica de Dénia y la Marina Alta observamos como la mayor parte de la población reside en la costa, la denominada litoralización. Además, cuenta con la población más joven (incluso teniendo en cuenta la elevada media de edad de los residentes europeos jubilados), lo que implica mayor recambio generacional y mayor potencial innovador.

Así pues, observamos un elevado desajuste poblacional en la comarca. Frente a un mayor recambio generacional en las poblaciones litorales y algunas prelitorales, en las más interiores encontramos tasas de envejecimiento muy elevadas y que, por consiguiente, rebajan la tasa de maternidad, dando como resultado unas poblaciones con un retroceso demográfico evidente y a nivel sociodemográfico elevadas necesidades de servicios de asistencia sanitaria y a la dependencia. A nivel socioeconómico y territorial, se observa la destrucción del tejido económico, abandono de cultivos, deterioro del paisaje y daños medioambientales. Si en Dénia, por ejemplo, la tasa de dependencia de mayores de 65 años se sitúa en el 24%, en Murla es del 80% y en Castell de Castells del 70%, ambas en el extremo interior de la comarca.

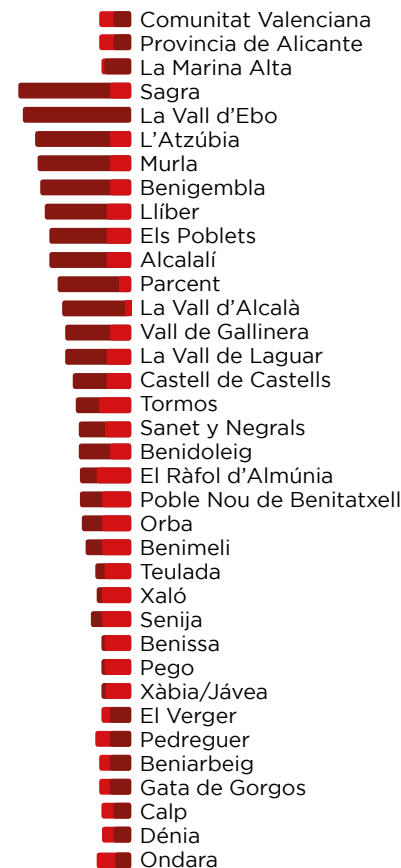
Por tanto la demografía nos indica el descenso notable de la actividad económica y social de un amplio sector del interior de la comarca con consecuencia evidente; la tendencia a un mayor desequilibrio territorial.



Fuente: Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

Otro indicador de desequilibrio territorial lo encontramos en la densidad de población, hallando datos en las poblaciones interiores que podrían ser perfectamente de zonas despobladas del interior de la península. La densidad de población también es un indicador de dependencia, a más despoblamiento mayores costes públicos y de las familias, pues se debe mantener bien asistido un territorio en retroceso demográfico y económico. El contraste en la Marina Alta es evidente.

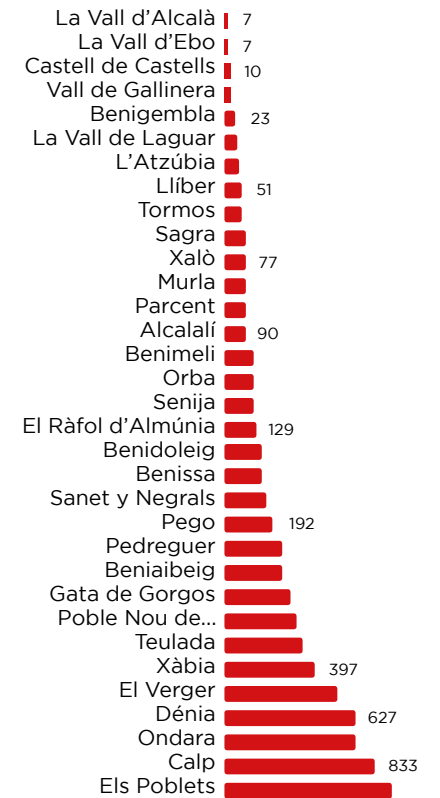
DIFERENCIAL PONDERADO (%) DE LA TASA DE MATERNIDAD E ÍNDICE DE ENVEJECIMIENTO DE LAS POBLACIONES DE LA MARINA ALTA EN 2016



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

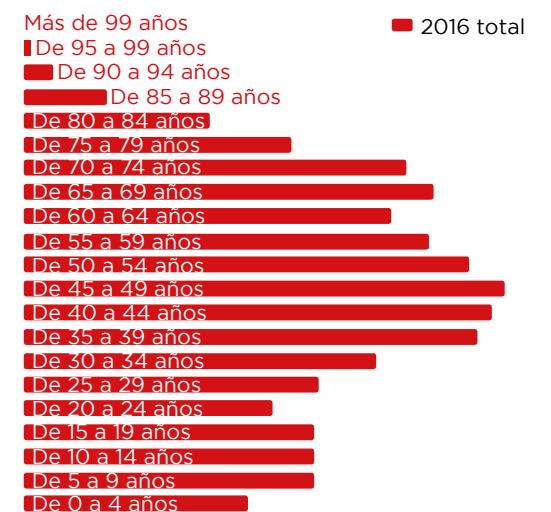
La demografía condiciona el paisaje, más aun cuando en zonas rurales se produce un abandono progresivo de cultivos. Este es un hecho a tener en cuenta si entendemos el territorio desde valores medioambientales y turísticos, es decir económicos, donde las actuaciones deben tener presente que la actividad humana, o la ausencia de ella, pueden potenciar o disminuir su desarrollo, atractivo y conservación.

DENSIDAD DE POBLACIÓN (HABITANTES POR KM²) EN LAS POBLACIONES DE LA MARINA ALTA EN 2016



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

PIRÁMIDE DE POBLACIÓN TOTAL (EN MILES) MARINA ALTA 2016



0 5.000 10.000 15.000

TERRITORIO: CUESTIONES ANALIZADAS

Estrategias de reequilibrio territorial (*litoralización* vs. abandono zonas agrícolas).
Profundizar en las estrategias de potenciación de la actividad económica en las zonas rurales (sector primario, el turismo recreativo y la conservación ambiental).

Estrategias para potenciar los Bancos de Tierras.

Valor del paisaje como atractivo turístico y qué papel desempeña el urbanismo.

ENAMORARNOS DE NUESTRO ENTORNO

- En el territorio interactúan tres espacios diferenciados: urbano, agrícola y forestal, a los que se podría sumar el espacio marítimo. Todos ellos se han visto profundamente alterados en las últimas décadas. Todos juntos forman en conjunto el soporte vital de sus habitantes y el paisaje, uno de los principales activos de la actividad económica y la calidad de vida del territorio.
- El desequilibrio en las actividades y usos del territorio dibuja un escenario de grandes riesgos medioambientales y socioeconómicos.
- La parte litoral de la Marina Alta ha crecido exponencialmente en las últimas décadas (con la consecuente sobreexplotación de los recursos y generando gran cantidad de residuos), mientras en otras zonas este crecimiento ha sido relativo o incluso negativo, dando lugar a un desequilibrio demográfico, económico y territorial, con una fuerte degradación paisajística. En las zonas agrícolas se han dado procesos de cambio de uso productivo a residencial y/o recreativo, o simplemente al abandono de tierras.
- El cambio de modelo socioeconómico de las zonas rurales ha traído consigo una pérdida de servicios, puestos de trabajo y una obligada reconversión del modelo.
- En los espacios forestales también se han producido cambios radicales de uso, de actividades tradicionales a un uso turístico y recreativo, generando daños medioambientales y conflictos de incompatibilidad entre actores.
- El desarrollo costero ha generado un efecto de atracción, sobre todo en el sector de la construcción y servicios, dejando a cuerpo descubierto la profunda crisis del sector agrario comarcal: “es más fácil trabajar en la costa”, afirma un participante.
- Una vez generada la cultura de oportunidades en el sector servicios (horario laboral, sueldos fijos, estabilidad, etc.) es difícil percibir la actividad agrícola como oportunidad, pues genera más interrogantes que expectativas. Desmoralización y más abandono: “la gente joven no quiere tierra”.
- A pesar de este escenario sigue habiendo un factor de arraigo, o nostalgia, de todos aquellos que han crecido en zonas agrícolas, pero que cuesta transmitir a las nuevas generaciones. Esta situación manifiesta un escenario de progresiva pérdida de identidad.
- La desconexión con el territorio y la falta de aprecio ha llevado a exportar el modelo invasivo de costa cada vez más hacia el interior, rompiendo su encanto y su potencial turístico.
- La creación, en su momento, de los parques naturales, los numerosos LIC y otros espacios protegidos en la comarca, fue muy importante para tomar conciencia de la biodiversidad y necesidad de conservación del territorio.
- Los recursos de la Marina Alta son comunes a los que la habitan y la visitan (paisaje, mar, recursos naturales). Es un espacio compartido que afecta a la calidad de vida de todos.
- El 80% del consumo de agua en la comarca va destinado al consumo humano; así pues el uso para la actividad agraria no es un factor desestabilizador, más aun cuando gran parte es de secano. La gestión del agua se debe abordar desde una perspectiva integral; la gestión de residuos, contaminación, abastecimiento, consumo y demás factores de sostenibilidad necesitan de políticas coordinadas para la gestión, aprovechamiento y eficiencia de los recursos hídricos en la Marina Alta.

- Actualmente se abren vías y posibilidades de explotación del territorio a través de nuevas formas de relación con él por parte de sus actores, no solo agroalimentarias,

también actividades deportivas y culturales relacionadas con el entorno que convierten en expertos a los residentes, por ejemplo, en acompañamiento turístico.

2.2.5 LA COMUNIDAD GASTRONÓMICA Y EL PAPEL DE LA COCINA

La gastronomía es un hecho diferencial de Dénia y la Marina Alta como destino turístico y el reconocimiento de la UNESCO viene a subrayar este factor estratégico. El paisaje gastronómico es el reflejo de sus raíces en una cocina marcada por un territorio de valles, montañas y el mar. Esta es la fuerza de una cocina sencilla y mediterránea, pero que combina con excelencia los productos, que se ha visto recompensada los últimos años con el reconocimiento al conjunto de su gastronomía, con el papel de establecimientos y cocineros de prestigio mundial.

La Marina Alta cuenta en la actualidad con el reconocimiento de 8 estrellas, del total de 20 en toda la Comunitat Valenciana, de la prestigiosa Guía Michelin, dando sentido al concepto de territorio gastronómico.

Pero no siempre ha sido así, la irrupción del turismo en la década de 1960 y los cambios de hábitos de vida han amenazado durante años a la cocina local por influencias y culturas externas, quizá apoyadas en las flaquezas de propia identidad local. El resultado final ha sido una cocina de influencias, pero que ha sabido salir reforzada en lo propio y con fuerza.

El reconocimiento actual confiere mayor valor a todos aquellos establecimientos y locales que en los últimos años no han dejado de creer que Dénia y la Marina Alta son gastronómicamente diferentes, no solamente por sus productos sino por la tradición que los protege, hecho que inspira a este territorio singular a crecer a través de la innovación y la experimentación, sintiéndose seguros del legado que les acompaña.

Así pues, el punto de partida de la cocina actual de la comarca parece clara, crecer desde la tradición para continuar siendo diferentes, percibiendo la gran oportunidad que ello significa.

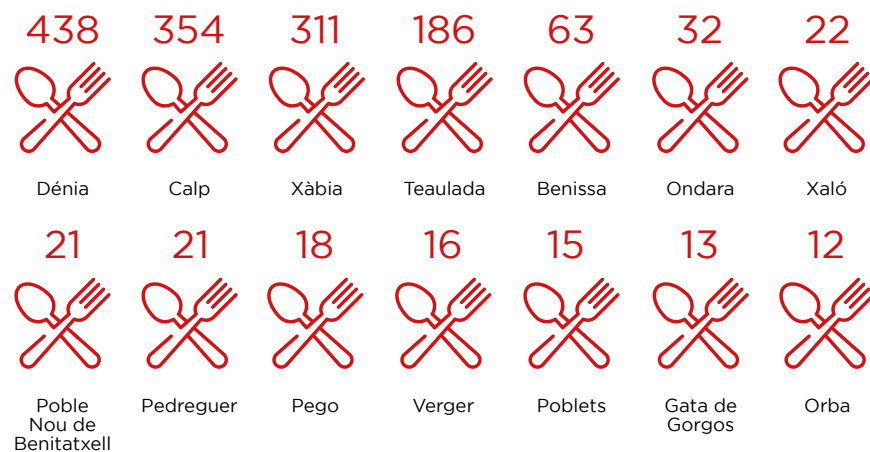
Es destacable también el papel del asociacionismo y las escuelas de cocina que han ayudado a profesionalizar el sector creando un entorno profesional y de calidad, como el caso del CdT, el IES Maria Ibars, AETHMA y tantas otras asociaciones sectoriales.



www.aehtma.com

La Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Marina Alta (**AEHTMA**) desde el año 1979 representa a más de 500 empresas de la Hostelería y el Turismo, ofreciendo asesoramiento y formación a sus asociados y emprendedores. AEHTMA es uno de los promotores de la candidatura a Ciudad Creativa de la Gastronomía de la UNESCO.

Nº RESTAURANTES AÑO 2016



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

La Marina Alta cuenta con 1.578 cafeterías y restaurantes (uno por cada 107 habitantes). Solo en Dénia se concentran 438, el 28% del total de locales de toda la comarca. Las cuatro poblaciones que más locales tienen (coincidente con las poblaciones con mayor actividad turística) cuentan con el 81% del total de negocios de hostelería.

Nº DE PERSONAS POR RESTAURANTE/CAFETERÍA EN 2016



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

Dénia y la Marina Alta es una potencia gastronómica por la cantidad y calidad de muchos de sus establecimientos, a la que se le plantean retos importantes, como canalizar el reconocimiento de UNESCO hacia una gastronomía apoyada en valores sostenibles y medioambientales, que valore en mayor medida el producto local y la tradición gastronómica, con profesionales sensibles al territorio.

COMUNIDAD GASTRONÓMICA: CUESTIONES ANALIZADAS

- ¿Qué aporta el proyecto UNESCO a la gastronomía de la Marina Alta y cómo desarrollarlo?
- ¿Cuál es el papel de la hostelería en este proyecto?
- ¿Cómo hacerlo llegar a todo el sector y al público final?
- ¿Cómo conectar el producto/productor con el sector del consumo final?
- ¿Estarían dispuestos a participar en un grupo experimental de Local Food Ecosystem?

LA INNOVACIÓN SURGE DE LA TRADICIÓN

- El colectivo de cocineros de la comarca está poco organizado hasta el momento, pero tiene una notable influencia en la sociedad. Esto le da un valor y un empoderamiento para marcar tendencia. Actualmente esta tendencia mira con fuerza al producto local y el territorio.
- Los representantes de la cocina en la Marina Alta son conscientes que, aunque ellos proponen innovación, el saber está a la cocina tradicional, la de bares, los restaurantes y las casas.
- Durante muchos años gran parte de la cocina tradicional ha sido infravalorada, actualmente muchos se han dado cuenta de que es la base de la cocina moderna. Consideran que está por llegar, en breve, una revolución de la cocina tradicional de la Marina Alta.
- Gran parte del sector no está asociado y se hace difícil llegar a muchos negocios para transmitir inquietudes o recoger motivaciones.
- Los cocineros afirman que les falta tiempo para poder dedicarse a investigar, conocer y comprar más producto local. La colaboración y confianza con el productor es fundamental.
- En la actualidad se carece de investigación científica con productos singulares de la Marina Alta para descubrir su potencial gastronómico y nutricional.
- La variedad, cantidad y capacidad de suministro de producto local es un factor muy valorado por el sector hostelero para confiar en el producto local. Así como mayor información comercial; dónde y cómo adquirir el producto. Algunos mercados locales se repiten en su oferta, falta diversidad de producto.
- Cuando se habla de la comunicación con el cliente final, en el caso de la hostelería, se puntualiza como factor determinante el papel del personal de sala, es el transmisor entre la cocina y el cliente (elaboración, producto, estilo, filosofía). Es tan determinante como la labor del chef para acercar al producto local al consumidor.
- Existe una carencia de producto complementario que pueda incorporar la industria creativa y cultural al sector de la gastronomía: vajilla, decoración, arte, arquitectura, diseño, tecnología, packaging, etc.
- La repercusión mediática de la gastronomía de la Marina Alta es muy alta, con el reconocimiento UNESCO, todavía más: La continua presencia de cocineros y establecimientos en los medios o certámenes como el Concurso de Gamba Roja, Festival D*na, Saborea España, Encuentros Ciudades Creativas, etc., lo demuestran y son beneficiosos para Dénia y la comarca. Es el momento para hallar, y explotar la verdadera diferencia, unir voluntades y saber aprovecharlo.

2.2.6 EDUCACIÓN Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE: EDUCAR PARA UN FUTURO MÁS SOSTENIBLE

El apoyo de la comunidad escolar es un factor determinante para el impacto social de los proyectos comunitarios, para que calen en la sociedad. Los alumnos actúan como transmisores en su entorno más cercano y como actores futuros del cambio. El proyecto *Dénia&Marina Alta #Tastingslife*, tiene presente desde su creación que la educación y la alimentación saludable es uno de sus pilares fundamentales.

Así pues, contar con el apoyo y colaboración de los centros educativos en programas y proyectos locales e internacionales es uno de los objetivos a cumplir como estrategia de presente y de futuro.

EDUCACIÓN: CUESTIONES ANALIZADAS

¿Cómo puede beneficiarse el sistema educativo de este proyecto y qué puede aportarle?

¿Qué formato, y metodología de trabajo, se puede aplicar en cada etapa de la educación para proyectar los valores del proyecto?

Acciones a desarrollar entre la comunidad educativa y el entorno económico y social para desarrollar los valores del proyecto.

LA ESCUELA VIVE Y COMPARTE LA GASTRONOMÍA

- La gastronomía local es un elemento de unión de toda la comunidad. Buenas prácticas como el programa Erasmus Plus del CEIP Pou de la Muntanya (*Tastingschool. Deconstructing Education: creative and inclusive schools in gastronomic cities*) y IES María Ibars *Youth 4 Food (Youth in action for a Creative and Sustainable Gastronomy)*.
- También son ejemplos de intercambio de trabajo con la comunidad educativa y su entorno, los huertos escolares de 7 centros educativos de Dénia.
- El contexto educativo es muy amplio (padres, empresas colaboradoras, sociedad en su conjunto), y por lo tanto las acciones que se desarrollan en este ámbito tienen una dimensión integral en la sociedad, puesto que en mayor o menor medida toda ella tiene relación con el mundo educativo. La implicación de este entorno es fundamental.
- La gastronomía es también un elemento de integración y aprendizaje, como es el caso del Centro de Educación Especial Raquel Payá con su programa Programa Formativo de Cualificación Básica (PFQB), Rama de hostelería.
- La formación y sensibilización de los más jóvenes es importante para transmitir nuevos valores de relación con el territorio, de este modo se puede cambiar la mentalidad. El alumnado debería conocer de primera mano los elementos constitutivos de nuestro territorio e identidad cultural.
- Se está implantando la figura del agricultor-formador para que sea un enlace entre la vida académica y la inserción profesional, porque la agricultura (ecológica) puede ser un buen campo de futuro profesional.
- Las empresas de restauración colectiva del sector educativo también tienen programas de actividades para los alumnos relacionados con la gastronomía.
- Las empresas de restauración colectiva demandan más acceso al producto local y participación en el proyecto.
- La alimentación saludable, y el bienestar personal, vinculados al consumo de productos de proximidad, éticos y sostenibles, también deben formar parte de los valores a reforzar por el proyecto.

2.2.7 TURISMO, AGROTURISMO Y PAISAJE GASTRONÓMICO

Dénia y la zona costera de la Marina Alta es un territorio eminentemente turístico que experimentó una transición muy rápida de la actividad primaria a la terciaria, salvo excepcionales casos como el juguete, el mueble, la industria textil y la complementaria.

Ambos sectores (primario y terciario) han convivido hasta la actualidad, principalmente porque las características geográficas de la comarca así lo han marcado. Hoy en día el modelo turístico busca evolucionar y se fija en el territorio, el paisaje y la tradición como elemento de diferenciación, y en este aspecto Dénia y la Marina Alta cuentan con las condiciones apropiadas para este cambio.

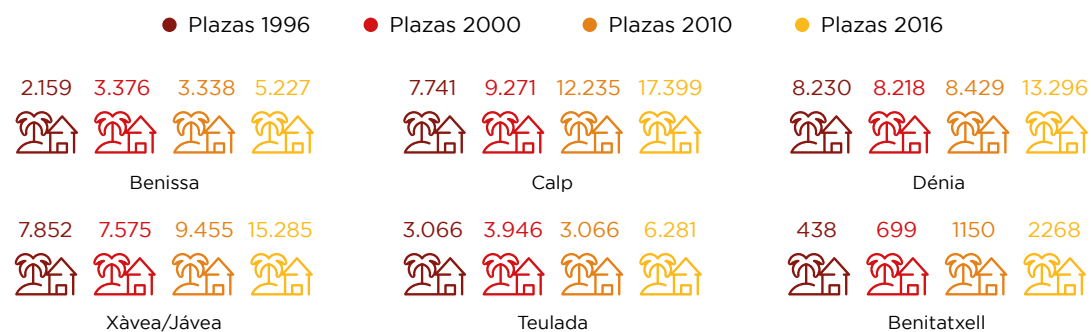
La saturación de tantos destinos vacacionales altamente especializados como es esta comarca, al igual que la mayoría de los destinos insulares del Mediterráneo, ha abierto una tendencia de búsqueda interior hacia los recursos endógenos del territorio; desestacionalización, recursos naturales y patrimoniales o sostenibilidad, son términos que cada vez están más presentes en las agendas de la promoción turística, sin duda como reacción a la conocida *litoralización* y masificación turística.

Hace décadas que la comarca es consciente que cuenta con calidad y variedad de recursos endógenos, pero es ahora cuando parece que se empiezan a sumar actores y acciones para dar visibilidad al “otro” turismo que no es el conocido como “sol y playa”. Por poner un ejemplo, la Agencia Valenciana de Turisme tiene un proyecto denominado Paisajes Turísticos que cataloga los paisajes en once categorías diferentes, Dénia y la Marina Alta están presentes en ocho de estas categorías. Es un ejemplo de la diversidad de los recursos con los que cuenta el territorio.

La Marina Alta es una zona altamente especializada en la oferta turística de apartamentos y villas, un producto de gran especialización que ha multiplicado la oferta en los últimos 20 años. Si en 1996 había 6.396 viviendas en alquiler vacacional, en 2016 su número era de 11.636, pasando de 30.526 plazas a 65.462. De ser un destino residencial ha evolucionado también hacia un destino vacacional, sin perder su atractivo como destino de turismo residencial. La comarca representa el 26,5% del total de plazas de apartamentos de la Comunitat Valenciana y el 47% de la provincia, siendo un referente de este modelo vacacional, principalmente en seis poblaciones de costa (Dénia, Calp, Xàbia, Teulada-Moraria, Benissa y Poble Nou de Benitatxell) que concentran el 91% de la Marina Alta. Más del 80% de las pernoctaciones que se realizan en la comarca lo son en este modelo de alojamiento.

Las plazas hoteleras también se han incrementado los últimos años, pasando de 3.010 en el año 2000 a 6.978 en 2016, de 32 establecimientos a 59 (Dénia actualmente representa el 29% de las plazas de la comarca y ha doblado la capacidad desde el año 2000). A pesar de ello solo representa el 9% del total de plazas. Todavía menor es la oferta de alojamientos rurales, solo el 1% de los alojamientos son de esta tipología.

INCREMENTOS PLAZAS APARTAMENTOS TURÍSTICOS ENTRE 1996-2016



Seis poblaciones se reparten el 91% de las plazas de la comarca.

PLAZAS DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN LA MARINA ALTA EN 2016

Plazas apartamentos y villas turísticas



90%

Plazas Hoteles



9%

Plazas alojamientos rurales



1%

Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

La Marina Alta es un destino turístico de “sol y playa”, es decir eminentemente de costa, de apartamento o villa, con muy poca oferta rural/agroturística, a pesar de contar con un territorio atractivo para este tipo de turismo.

Las empresas de turismo activo y cultural han crecido exponencialmente. De 14 en 2013 a 51

en 2016, lo cual quiere decir que existe una oferta complementaria a la tradicional de “sol y playa”, si bien muchas empresas catalogadas como turismo activo son de actividades acuáticas y, por tanto, están en el entorno de la playa. En cualquier caso, la tendencia marca un incremento en empresas especializadas de turismo activo.

TURISMO: CUESTIONES ANALIZADAS

¿En qué puede afectar al turismo que tenemos actualmente en la Marina Alta el reconocimiento de la UNESCO?

¿Qué nuevos productos o servicios (sectores) se pueden generar a raíz del proyecto? Estacionalidad. ¿Qué habría que hacer para desestacionalizar el turismo tal como está planteado actualmente?

¿Qué calendario se debería marcar para definir unas estrategias de colaboración?

¿Cuál es la situación actual del agroturismo? ¿Está estructurado, comercializado?

¿Quién y cómo se estructura?

MARCAR LA DIFERENCIA

- “El principal atractivo turístico de la Marina Alta es el paisaje y todo el que hay dentro”, afirma una informadora turística de una población de la Marina Alta.
- Se comenta en la sesión que “la identidad es clave para marcar la diferencia”.
- Hoy por hoy no existe la marca Marina Alta, por lo tanto no se dispone de una herramienta de comercialización para promocionar conjuntamente la gastronomía, la cultura, las tradiciones y el territorio de la Marina Alta.
- Vender comarca como un destino permite ofrecer más variedad de recursos y productos turísticos. La posibilidad de desarrollar productos comarcales es un reto para el territorio.
- La Marina Alta es una zona receptora de visitantes, pero no se generan productos agroturísticos como estrategia de diversificación y/o desestacionalización del turismo de “sol y playa”: “Los turistas creen que en invierno estamos cerrados”.
- No hay una oferta agroturística suficientemente estructurada y, por lo tanto, no podemos conocer la dimensión de su demanda y consumo.
- Hasta el momento no han cuajado demasiadas iniciativas de agroturismo en la Marina Alta. Se plantea una revisión y actualización del modelo. Falta de herramientas, o desconocimiento, para el desarrollo del producto por parte de los emprendedores, para transformar la idea en producto.
- El turismo de costa es el que tiene la capacidad de transformar el de interior, porque es el mayor receptor y puede ser su mayor prescriptor. Es el que dispone actualmente del alojamiento para ello.
- Preocupación de los expertos por la capacidad de carga del conjunto del territorio y de algunos espacios en particular, con puntas de sobrecarga muy grandes. *Turistificación*.
- La situación de sobrecarga puede servir de punto de inflexión para romper la estacionalidad e ir hacia un modelo más sostenible.
- La implantación de un modelo de agroturismo debe tener en cuenta la calidad y la sostenibilidad, ser respetuoso con el territorio, sensible y auténtico.

2.2.8 ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

El ecosistema socioeconómico de Dénia y la Marina Alta se encuentra mayoritariamente vinculado al sector servicios, y principalmente al turismo. Por tanto el ecosistema emprendedor es un puro reflejo de esta realidad hasta el punto de estar intensamente inclinado hacia el sector servicios/turismo en la comarca: restauración y hostelería, servicios de mantenimiento, comercio menor, etc. Este panorama emprendedor en la comarca ha dejado de lado otros sectores de potencial crecimiento como los servicios socioculturales, TIC o la propia producción agroalimentaria.

Los actores que interactúan en el entorno emprendedor, (Creama, Marina Alta Emprèn, Cedma, *co-working* públicos y privados como *Coworking* EOI Benissa, *Knowhere* en Dénia o La Nau Lab en Pedreguer...), están creando un panorama emprendedor multidisciplinar, muy centrado tanto en proyectos de TIC como de expresión del territorio, abriendo el campo emprendedor a modelos de innovación y creando un entorno de atracción/retención de talento local. www.eoi.es

www.lanaulab.com · www.knowheredenia.com



<https://marinaaltaempren.com>

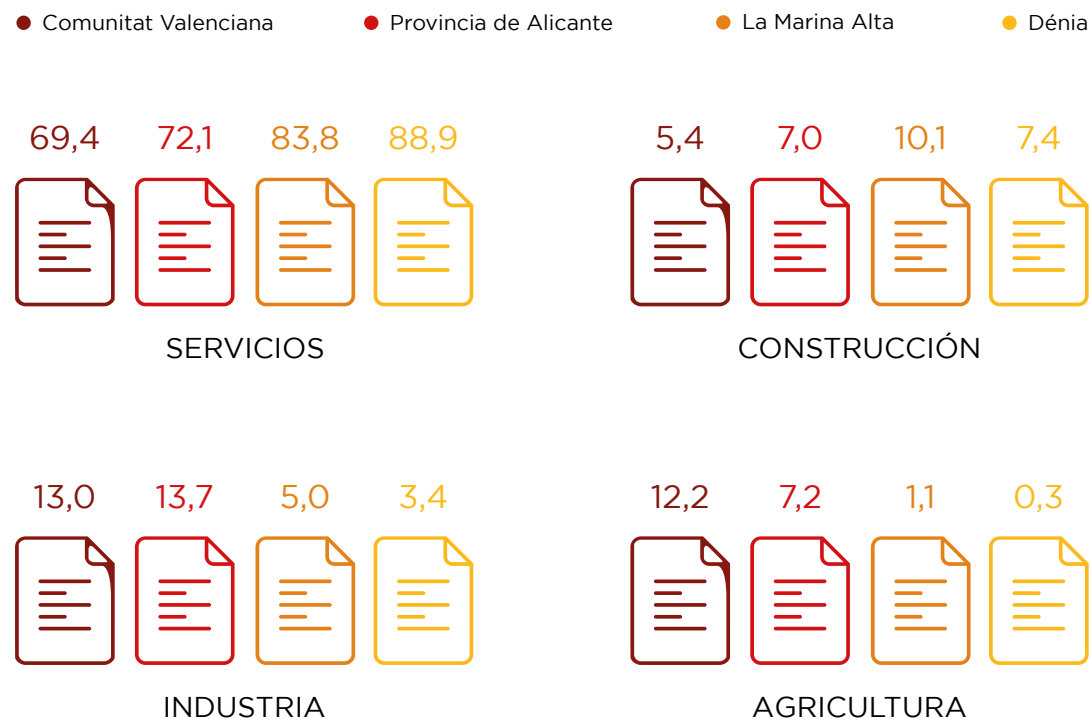
Es una iniciativa de ámbito comarcal promovida por Creama, ENID y La Nau Lab, y financiada por los Ayuntamientos de Dénia, Orba, Pedreguer, Pego, Xàbia y Xaló, que fomenta la creación de nuevas empresas y, por lo tanto, de nuevos puestos de trabajo en la zona mediante formación especializada y consultorías individualizadas.



www.empresarios-cedma.es

Cercle Empresarial de Dénia i la Marina Alta (CEDMA) es una federación de ámbito comarcal, constituida y registrada en julio de 2004 e integrada por doce asociaciones y nueve empresas singulares de diversos sectores. En total, integra a 1.150 empresas afiliadas, 7.500 trabajadores.

CONTRATOS EN 2016 (% SOBRE EL TOTAL)



Fuente: Portal Estadístico de la G.V.

EMPRENDEDORES: CUESTIONES ANALIZADAS

Perfil actual del emprendedor en la Marina Alta. ¿A qué sectores se encuentra más ligado?

Manual de supervivencia de un emprendedor: Barreras, obstáculos y errores a evitar.

Maduración del proyecto, financiación, estrategia de producto y venta/comunicación.

Innovación y TIC: La Innovación y la tecnología como elementos diferenciadores.

Dénia&Marina Alta #Tastinglife: ¿Cómo poner en marcha el Ecosistema Agroalimentario

Local en la Marina Alta y conseguir un verdadero clúster agroalimentario?

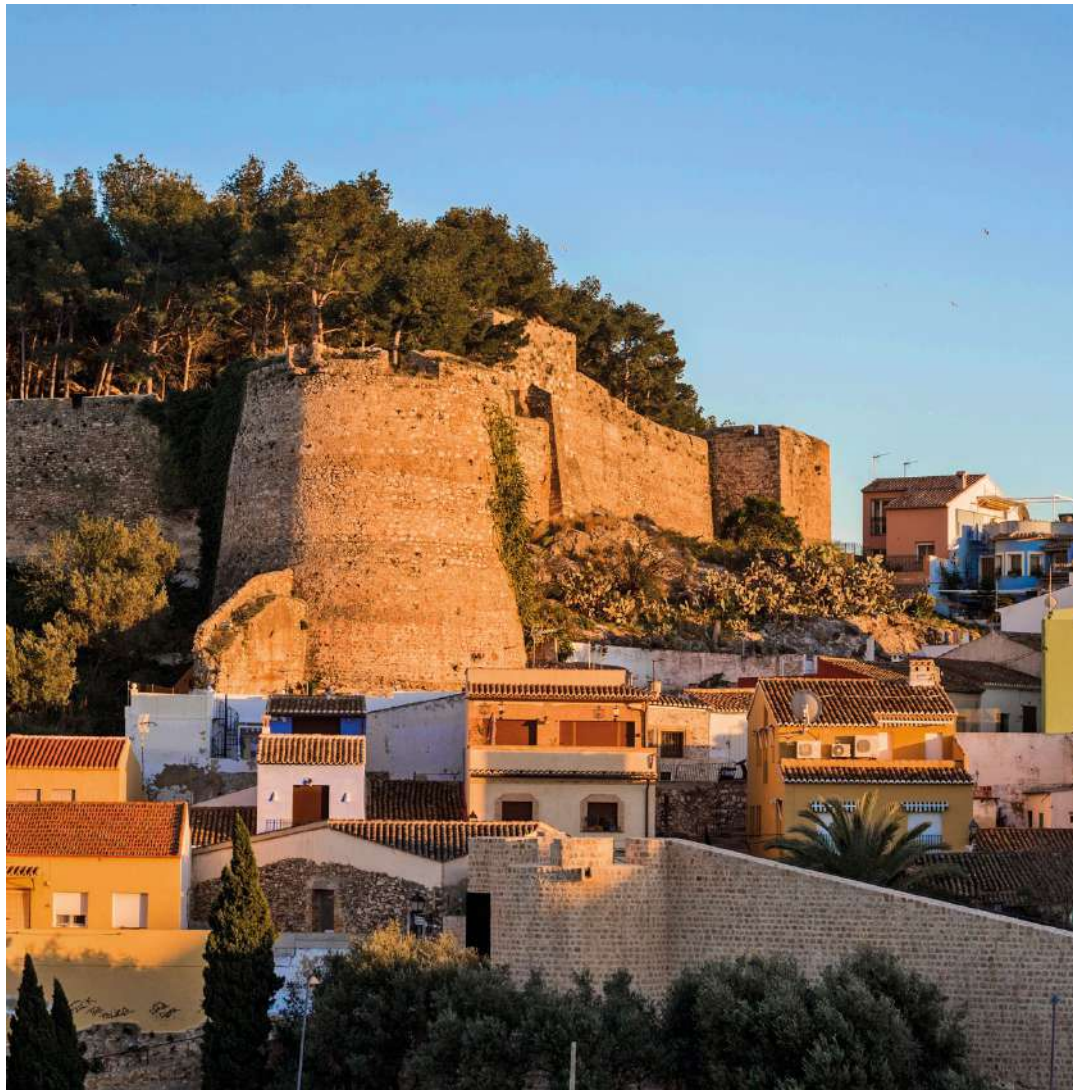
BUSCANDO AL EMPRENDEDOR CUALIFICADO

- El perfil mayoritario de emprendedor estudiado en la Marina Alta se caracteriza por el bajo perfil formativo.
- Más que analizar la fuga de talentos, inherente a la realidad sociolaboral global, habría que profundizar en conocer las expectativas y oportunidades de los jóvenes para poder desarrollarse personal y profesionalmente en la comarca. Analizar las ventajas y desventajas que ofrece el territorio, porque muchos sacrifican desarrollo personal por seguir viviendo en la Marina Alta, y éste podría ser un factor clave de innovación. La generación de un entorno innovador y creativo es un elemento clave para el desarrollo económico de la comarca..
- Las buenas ideas necesitan habilidades y capacidades empresariales. Es necesario saber comunicar, medir, corregir y mejorar hasta que funcione. Esos procesos precisan de asesoramiento técnico y especializado de distintas áreas (financiación, gestión, marketing, ...).
- Fortalezas a tener en cuenta por el emprendedor:
 - La financiación es más fácil si se presenta un proyecto emprendedor sólido. En muchos de los casos vencen las visiones idealistas sobre las realistas.
 - Creer en el proyecto, no desfallecer. Equilibrio entre "locura" controlada y planes de viabilidad (análisis de viabilidad coherentes y reales.
 - La formación y la experiencia son factores clave de la innovación, da perspectiva. No solamente cuenta el factor económico, hay que aportar tiempo y dedicación.
- “La gran innovación en la Marina Alta sería recuperar el uso agrícola de todos los campos que hay abandonados en la actualidad”, afirma un participante.
- La Marina Alta posee suficiente capacidad para absorber la producción agroalimentaria generada, pero hay que ganar voluntades y apoyos. El sector hostelero es clave en este proceso.
- La Marina Alta no cuenta actualmente con las infraestructuras de comunicación y tecnológicas necesarias para atraer inversión y talento.
- Se considera que hay poco tejido asociativo, la mayoría de los emprendedores son autónomos e individuales. Hay que unir empresas y sectores para desarrollar el proyecto.
- “Estamos en una zona donde todo ha sido muy fácil, a veces tener de todo no es bueno”.

2.2.9 EL PATRIMONIO COMO CONTENEDOR DE LA CULTURA Y LA IDENTIDAD DE UN TERRITORIO

El paso de los siglos moldea el paisaje, sea cultural o natural, la interacción del hombre con su entorno expresa la relación de cada sociedad con su momento. El patrimonio, tanto material como inmaterial, es la expresión de la relación de los actores con ese territorio, sus relaciones sociales, económicas y humanas. En este sentido Dénia y la Marina Alta tienen mucho vivido, por tanto mucho que contar y mucho que preservar, pues son milenios los que el hombre lleva viviendo en esta tierra y dejando su huella: de Petracos a Benimaquía, d'Ifach a Vall d'Alcalà.

Uno de los cometidos del proyecto *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* es, precisamente, establecer estrategias y herramientas que permitan incorporar este bagaje patrimonial a sus acciones, especialmente las relacionadas con la tradición gastronómica y alimentaria.



Turisme Dénia

PATRIMONIO: CUESTIONES ANALIZADAS

PATRIMONIO MATERIAL Y CULTURAL

¿Podríamos definir un perfil del patrimonio de arquitectura rural y agroalimentaria de la Marina Alta?

¿Se dispone de catalogación?, ¿Cómo se documenta y cómo se realiza una conservación activa?

Competencias y limitaciones de los actores

GASTRONOMÍA

La gastronomía tradicional de la Marina Alta es muy rica y variada, con gran variedad de productos, recetas y elaboraciones según temporada y lugares. ¿Cómo recuperamos estos productos, sus recetas y usos asociados, ¿Cómo lo documentamos y transmitimos?

PATRIMONIO PARADO, MUEBLE APOLILLADO

- En la Marina Alta hay una base importante de patrimonio rural y arquitectónico catalogado, pero no se dispone de un catálogo unificado y completo. Los responsables de su gestión son los ayuntamientos y por tanto son los que pueden facilitar esta información.
- En las poblaciones de menor tamaño es difícil elaborar catálogos porque no hay espacios y/o técnicos para hacerlo.
- Los expertos comentan que a pesar de la catalogación existente se carece de un estándar claro que indique lo que es catalogable.
- La gran cantidad de información generada no tiene un canal de transmisión al ciudadano.
- Los recursos patrimoniales no tienen sólo un valor turístico, posiblemente sean más importante como identidad, cultura y potencial educativo. Hay que saber primero cómo somos y saberlo transmitir a las nuevas generaciones. Como un ADN social.
- Todos los expertos entrevistados consideran un momento oportuno para hacer del patrimonio un recurso educativo y económico.
- El modelo territorial actual está desequilibrado y las zonas agrícolas pueden ser la referencia para reequilibrarlo. Los ayuntamientos son responsables inmediatos para ejercer el cambio, aunque cuentan con recursos limitados.
- El papel de la administración local no es sólo técnico, también tiene que compartir la misma visión, de liderazgo, para conseguir un beneficio compartido por toda la comarca.
- Los funcionarios municipales son esenciales para definir el modelo, pues son los que interpretan y avalan las acciones, por lo tanto deben tener una formación y sensibilidad para entender el territorio.
- El modelo de protección y conservación no es activo. O no se cataloga y, por lo tanto, no se protege, o si se protege no se actúa consecuentemente. Esto impide desarrollar proyectos en edificios patrimoniales, muchos de los cuales, sobre todo rurales, se están deteriorando.
- La visión de los visitantes y los residentes extranjeros es muy importante para interpretar con claridad el potencial y la riqueza de esta comarca.
- Históricamente ha faltado cierto orgullo de pertenencia y convencimiento de que se tiene este potencial. Si no se conoce la cultura y los recursos relacionados, la identidad es más difícil de valorar.
- La cultura alimentaria, al igual que el resto del patrimonio de la Marina Alta, es tan rica y diversa como el propio territorio, esto implica diversidad que hay que rescatar y preservar para poder evolucionar.

PARTE 3

PLATO PRINCIPAL



BUSCANDO EL SEXTO SABOR

3. PLAN DE ACCIÓN *DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE*

El Plan de Acción resultante del diagnóstico se traduce en unas líneas estratégicas que se han sectorizado por áreas para organizar y estructurar de modo más sencillo la información, así como para facilitar su lectura. No hay que entender estas estrategias por áreas como acciones independientes entre sí, pues el proyecto es un conjunto de acciones transversales que conviene identificar y definir con claridad. Para ello, se ha diseñado una ficha descriptiva de las acciones que se proponen desarrollar, en la que se especifican claramente las características y ubicación estratégicas (ver modelo de ficha en apartado 5).

SEIS REFLEXIONES PARA UN MODELO ESTRATÉGICO

1. La participación de los expertos de cada materia ha sido muy importante para construir este diagnóstico, así como sus visiones y proyecciones para desarrollar el Plan de Acción.
2. Se ha puesto la producción y la comercialización agroalimentaria local en el centro del modelo de desarrollo pues actualmente es el eslabón más débil, pero la que en esencia da sentido al equilibrio territorial, social y económico perseguido.
3. En el momento en que los territorios son alterados por el hombre, la sostenibilidad es una responsabilidad humana, por tanto debemos actuar para corregir. El paisaje de la Marina Alta es básicamente un paisaje humano, su equilibrio se basa en la convivencia de usos y actividades. La compatibilidad de usos debe ser la premisa que evite conflictos entre actores sociales e impulse un modelo de desarrollo donde cada acción, por pequeña que sea, sea tomada en cuenta y ayude al equilibrio territorial.
4. El turismo, como principal motor económico de la comarca, es el encargado de sostener la economía y al mismo tiempo garantizar el futuro sostenible de la misma, por lo que debe buscar en sus raíces, en su origen: paisaje, cultura, vida mediterránea, personalidad y singularidad.
5. La autenticidad es la verdad de lo que hacemos y transmitimos. Además de serlo tiene que parecerlo. Para ofrecer algo diferente es necesario formarse e innovar para crecer. Y, definir claramente las visiones y los valores a seguir. Este discurso debe ser muy local para llegar a lo global y es válido para cualquier sector o actividad.
6. Investigadores de todo el mundo trabajan por descubrir la existencia de nuevos sabores. La gastronomía es algo más sencillo que la búsqueda de sabores adictivos, hay quien dice que el sexto sabor es el contexto: el lugar, el momento, el placer, las emociones. Igualmente, para paladear un territorio, el patrimonio, el paisaje, la cultura o el arte son elementos que incorporan sabor y personalidad. El patrimonio-territorio de la Marina Alta es el sexto sabor.

¿QUÉ QUEREMOS?

3.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1.

Alinear todas las acciones del Plan de Acción con los principios de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, que tienen como objetivo reforzar la cooperación con y entre las ciudades que han reconocido la creatividad como factor estratégico del desarrollo sostenible en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental.

2.

Impulsar el proyecto *XARXA/Local Food Ecosystem* en la Marina Alta en base a un modelo de economía colaborativa y de acuerdo a las necesidades de cada sector implicado.

3.

Creación de un Clúster Agroalimentario en la Marina Alta. Facilitar la creación de un entorno favorable a la innovación, desarrollo, formación, investigación, transferencia y financiación de un tejido empresarial relacionado con los recursos alimentarios endógenos del territorio. Atraer talento e inversión.

4.

Garantizar la diferenciación, autenticidad, origen y calidad de los productos locales cultivados, elaborados y comercializados en el territorio.

5.

Recuperar y promover una gastronomía tradicional, creativa, innovadora y con producto local.

6.

Promover un modelo económico y turístico sostenible, respetuoso con el entorno, arraigado en el territorio, a la tradición y a la cultura, basado en los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) marcados por Naciones Unidas.

7.

Colaboración público-privada para diseñar un futuro sostenible de la comarca. Aumentar la gobernanza y participación de la comunidad en la protección y valorización del territorio. Liderazgo y colaboración entre administraciones para desarrollar objetivos.

8.

Recuperar el paisaje agrícola y el equilibrio demográfico de la Marina Alta, reconectar a la gente con los raíces, el origen de los alimentos, la identidad.

9.

Diseñar e implementar los mecanismos necesarios para la custodia del patrimonio material e inmaterial, de los conocimientos tradicionales de la tierra y la mar. Educar para preservar y evolucionar.

10.

Promover la inclusión social y la perspectiva de género en las acciones desarrolladas.

COSAS NUESTRAS CON MARCA PROPIA

3.2 ORIENTACIONES PROSPECTIVAS PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN LOCAL

DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

El diagnóstico territorial sobre la situación agroalimentaria, y su entorno socioeconómico y cultural en la Marina Alta deja unas conclusiones que devienen en orientaciones prospectivas, las cuales permiten diseñar las líneas estratégicas que marquen la dirección y evolución del proyecto.

Son muchas las líneas de reflexión y debate que han surgido a raíz de este estudio, por tanto se considera que el Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* es un proceso en evolución, y continuo enriquecimiento colectivo, a distintos niveles y en múltiples escenarios que buscan en la innovación y la creatividad su desarrollo.

Los escenarios más representativos son:

1. Forums Participativos: el trabajo de prospectiva diseñado y puesto en marcha por la Oficina de la Innovación y la Creatividad deriva del trabajo previo de entrevista con los expertos en cada materia.

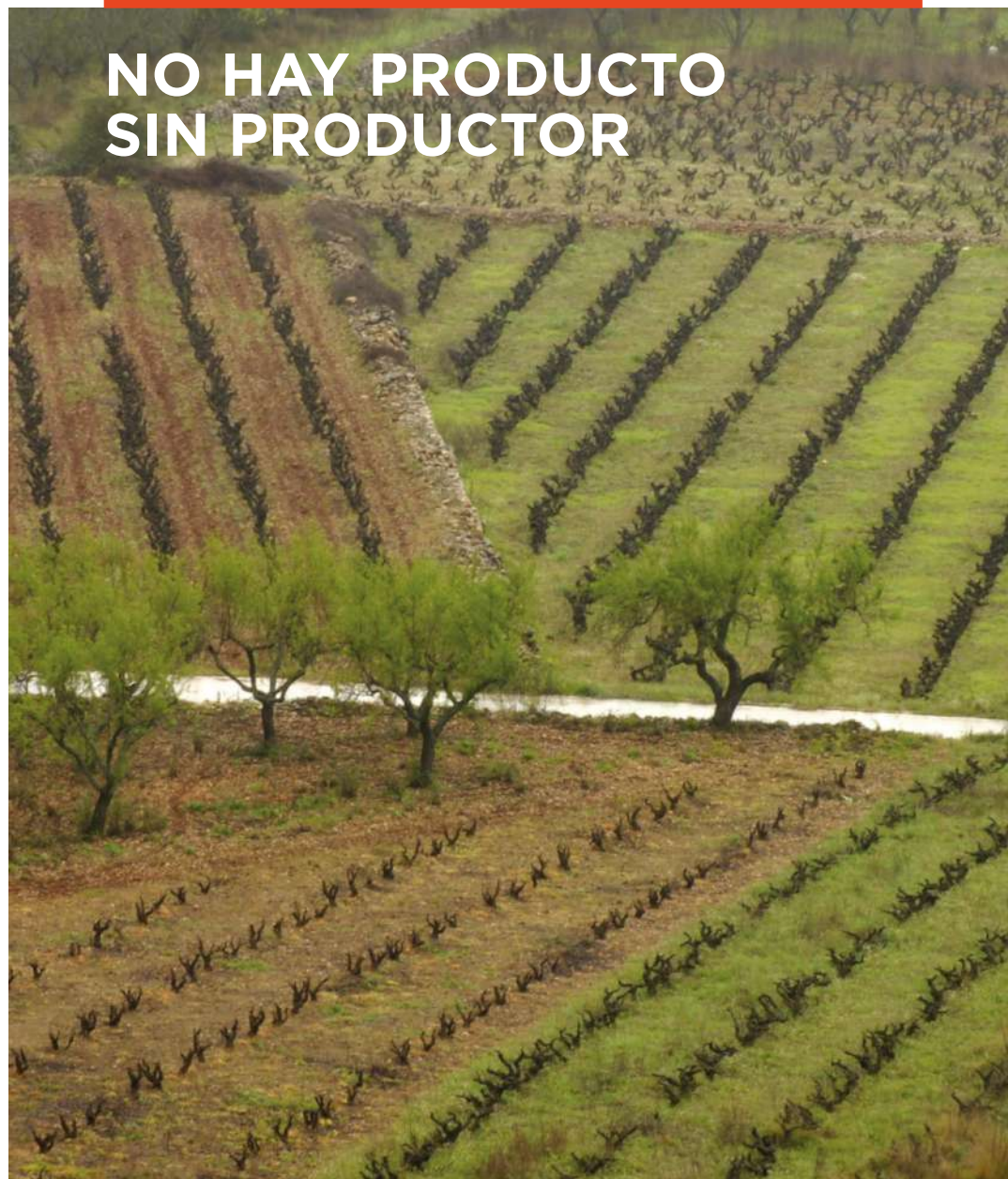
2. Intercambio de ideas y proyectos compartidos con el resto de Ciudades Creativas de la UNESCO generando inputs que aportan perspectiva, nuevas visiones, casos prácticos y modelos de referencia.

3. Análisis técnico y continuo debate interno desde el seno de la Oficina de la Innovación y la Creatividad que va incorporando su experiencia a los procesos de desarrollo. Seguimiento y diseño de nuevas acciones.



Oficina I+C

3.2.1 PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA



Turisme Gata de Gorgos

Diseñar un mapa de producto donde participen los productores y los consumidores de manera que se pueda establecer un marco de beneficios comunes.

Diseñar un mapa de producto de la Marina Alta atendiendo a las necesidades del Local Food Ecosystem; como por ejemplo, aumentar la escasa producción hortícola para cubrir la demanda del mercado interno.

Valorización de la persona productora agroalimentaria, sobre todo a través de su trabajo, con una relación entre valor y precio sostenible para todos.

Diseñar estrategias de profesionalización del sector en todas las áreas (campo, transformación, gestión, comercialización).

Promover los intercambios de conocimiento y experiencias entre todos los actores como valor de unidad y crecimiento colectivo.

Innovación en el modelo de producción. Introducir visiones y nuevas técnicas a partir de los conocimientos tradicionales.

Transferencia circular de conocimiento del campo y el obrador a centros de investigación, y de ahí de nuevo al productor y/o elaborador.

Transmitir al productor las referencias y refuerzos positivos: formación, estudio de casos, modelos a seguir, reconocimiento de buenas prácticas...

Impulso de las agrupaciones de productores y de las cooperativas de segundo grado. Formación y flexibilidad de las cooperativas tradicionales para adaptarse a nuevas formas productivas y necesidades del mercado.

Promover estructuras colaborativas para abaratar costes de producción y comercialización, si no colectivizar, si crear un sistema de islas conectadas para generar sinergias. Promover agrupaciones de tierras.

Innovación en los modelos de producción. Mente abierta en todos los procesos productivos; en las estructuras y en el trabajo de campo.

Impulso del sector agroalimentario entre las personas desempleadas, colectivos vulnerables y zonas en retroceso demográfico.

Promover la producción de variedades locales. Buscar la autenticidad y diferencia.

La producción ecológica como factor de diferenciación y oportunidad de mercado.

Ligar la producción agrícola y la conservación del paisaje al turismo desde el agroturismo.

Solicitar a la administración comunicación y mediación entre actores, apoyo técnico y logístico.

Elaborar un Plan comarcal de gestión de los recursos hídricos.

3.2.2 COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA



SAT Alcalalí

Si el mercado reconoce el esfuerzo del productor, éste debe ofrecer calidad, autenticidad e innovación.

Crear un modelo de mercado/comercio de ámbito comarcal que respete la personalidad del producto y del productor. Que tenga en cuenta todos los canales, incluidos los derivados de las nuevas tecnologías.

Identificar el producto local en mercados y comercios con una “matrícula” distintiva que lo diferencie del resto.

Incrementar la formación en comercialización y técnicas de venta para el productor y/o elaborador.

Diseño de un sello de garantía y origen, con unos requisitos sólidos y evaluables para hacerlo consistente y seguro, que garantice la autenticidad y calidad del producto.

Definir los canales de distribución óptimos para el producto local. Mayor sinergia entre productor y comercializador, especialmente el canal Horeca.

Llegar a pactos con la hostelería y el comercio para planificar mejor la línea de productos y las acciones de mercado.

Estrategias de transversalidad entre productor, comercializador y administración para que el consumidor (especialmente el visitante) pueda visualizar el producto, el territorio y el proyecto de forma integral.

Conocer y divulgar el patrimonio agroalimentario a través de: ferias, eventos, jornadas, concursos, talleres, etc.

Unificar estrategias y acciones de promoción entre los actores de la comarca. Impulsar un calendario agroalimentario coordinado en las poblaciones de la Marina Alta.

Promover una gobernanza proactiva y ejemplar a la hora de consumir el producto local.

Impulsar la seguridad alimentaria y garantías del producto en la Marina Alta.

Promover el liderazgo y colaboración entre administraciones para llevar a cabo el proyecto. Coordinación, visión común.



Turisme Vall de Pop

3.2.3 FORMACIÓN AGROALIMENTARIA



**CONOCER MÁS Y MEJOR
EL PRODUCTO LOCAL**

Oficina I+C

Diseñar una formación agroalimentaria dual, integral e integradora de la tradición y la innovación.

Estudio de las necesidades formativas del sector agroalimentario de Dénia y la Marina Alta.

Impulsar un mapa unificado de formación agroalimentaria en la Marina Alta que refleje las distintas necesidades y demandas formativas.

Diseñar un modelo formativo dual: formación y prácticas al mismo tiempo.

Potenciar la participación de los centros formativos de la comarca en intercambios de aprendizaje dentro de la Red de Ciudades Creativas

Hay que formar profesionales cualificados y motivar emprendedores, sobre todo en las zonas rurales, donde el pequeño emprendedor es un elemento clave del desarrollo local.

Diseñar un plan formativo específico de productos transformados y elaborados, en todas las gamas de producto.

Detectar y captar el conocimiento tradicional (gastronómico y agrícola) y reciclarlo hacia la producción y comercialización o aprovecharlo como transmisor a nuevas generaciones. Impulsar la figura del productor-formador.

Introducir mayor información sobre recursos del territorio (productos, recetas, tradiciones, cultura) en la formación gastronómica. El profesional de la hostelería tiene que conocer más y mejor el producto local y su contexto.

Los organismos tienen que estar vigilantes para detectar y captar tanto posibles perfiles con necesidades formativas como potenciales formadores.

Estudiar casos y modelos específicos de éxito. Pueden ser buenos modelos de estudio para crear una cultura y un entorno favorable.

Colaboración entre actores para fortalecer las conexiones entre formación y mercado laboral.



Oficina I+C

3.2.4 GESTIÓN RESPONSABLE DEL TERRITORIO



Oficina I+C

Planificar conjuntamente para regular los usos sostenibles del territorio y garantizar la compatibilidad de todas las actividades.

Definir un modelo de equilibrio territorial a nivel económico y social, basado en la gobernanza y compromiso de todos los actores que garantice la sostenibilidad futura de la Marina Alta.

Entender el sector agroalimentario como modelo de reequilibrio territorial que situe la Marina Alta como ejemplo de estudio en el Mediterráneo y otras zonas.

Diseño de actuaciones encaminadas a la autoestima e identidad territorial como factor de arraigo y pertenencia, priorizando el “bancalet” como elemento de arraigo y recuperación del paisaje.

Valorización del entorno rural y los espacios agrícolas de la Marina Alta.

Implicar a la industria turística en la recuperación del territorio paisajístico y cultural, ya que es un atractivo potencial de diversificación y desestacionalización, así como de valor añadido del propio producto turístico.

Crear sinergias entre actores que puedan estar en conflicto. Mediación para visibilizar los beneficios comunes como factor clave para la convivencia y el beneficio mutuo.

Implicar al tejido asociativo de las zonas rurales como líderes naturales del territorio: cooperativas, comunidades de regantes, asociaciones, colectivos...

Prestigiar al productor con la promoción del producto local. Cambiar la mentalidad, tanto del consumidor como del productor.

Creación de “bancos” de tierra como elementos de dinamización y reinversión en el territorio.

La sostenibilidad puede estar reforzada con una marca que la reconozca y dé visibilidad al conjunto.

Promover estudios sobre gestión y planificación de los recursos naturales en la Marina Alta.

Colaborar con los parques naturales de la comarca para diseñar acciones de conservación y gestión responsable del territorio.



Turisme Dénia

3.2.5 INNOVACIÓN GASTRONÓMICA



Turisme Dénia

Tradición, inspiración y pasión. Investigación, creatividad y diferenciación desde la tradición gastronómica.

Recopilar y divulgar el saber de la cocina tradicional. Como la actualización del vademécum de cocina de la Marina Alta.

Utilizar a los conocedores de la cocina tradicional como formadores porque conocen de primera mano los usos y costumbres de la tradición gastronómica.

Divulgar las conclusiones del estudio y las características del proyecto para implicar al sector de la hostelería de la comarca.

Especial atención en la formación del personal de sala como puente entre la cocina y el cliente.

Formación continua para profesionales, con los valores de la cocina tradicional revisada.

Colaborar activamente con los centros de formación profesional, especialmente CdT e IES Maria Ibars para diseñar programas de formación continua en innovación gastronómica.

Transmitir la cultura de la profesionalización a todo el sector.

Dar a conocer las buenas prácticas o buenos modelos empresariales.

Favorecer la creación de estructuras de compra de producto local para maximizar tiempo y costes.

Trabajar conjuntamente con los productores y elaboradores para desarrollar productos. Construir un mercado sólido y viable para la hostelería.

Cooperar conjuntamente con centros de investigación para conocer características y potencialidades de los productos.

Acercar la gastronomía al sector de la industria creativa y cultural.

Visitar las escuelas: llevar la cocina a los centros educativos.



Turisme Pego i Les Valls

3.2.6 EDUCACIÓN Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE



CEE Raquel Payá

Valores transversales en todas las etapas y escenarios educativos para transmitir el patrimonio gastronómico local y los valores de la alimentación saludable.

Educación transversal, pedagogía en todas las etapas formativas para conocer nuestra tradición e incorporarla a los estilos de vida y cultura colectiva.

Diseñar materiales que muestren el entorno y actividades extraescolares que puedan ser compartidos en familia.

La gastronomía como transmisor de valores y herramienta de inserción laboral para todos los colectivos, especialmente los más vulnerables.

Diseño y/o recuperación de materiales didácticos sobre alimentación saludable y sostenible ya diseñados y/o implantados.

Construcción colectiva de materiales y acciones encaminadas a transmitir los valores del proyecto y la alimentación saludable: exposiciones, talleres, recetarios, guías, etc.

Todas las iniciativas relacionadas con la educación deben ir acompañadas de una perspectiva de igualdad de género, sostenibilidad y gestión responsable de los recursos.

Animar a los restaurantes a diseñar menús específicos de productos locales y cocina tradicional para los niños. ¿Por qué a los niños se les ofrece un menú diferenciado en los restaurantes y este suele ser muy básico y poco saludable?

Implicar a las empresas de restauración colectiva en el uso de productos y recetas tradicionales y sostenibles y en promover los valores del proyecto en sus talleres.

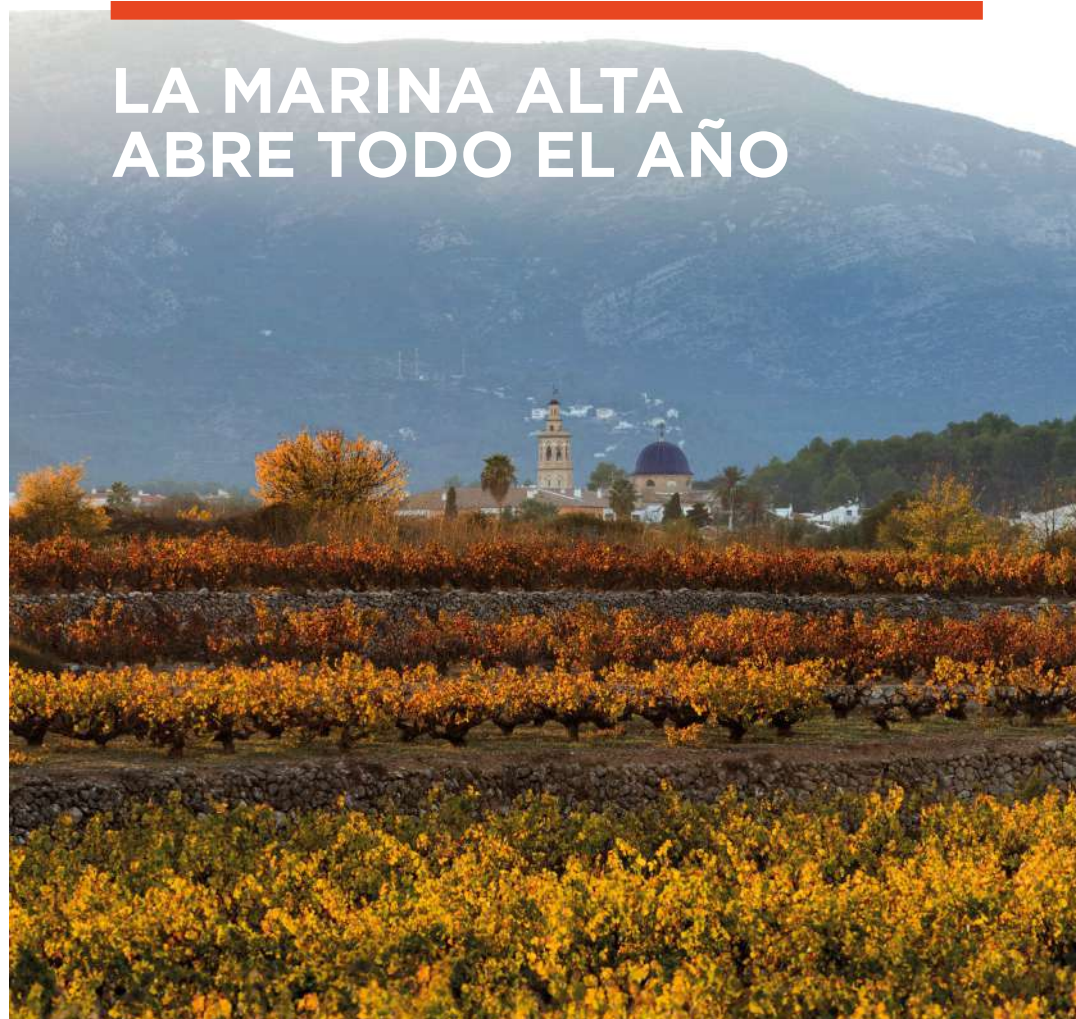
Establecer marcos de colaboración entre productores locales y empresas de restauración colectiva para el diseño de dietas saludables basadas en el producto/gastronomía local.

Promover valores al conjunto de la sociedad de alimentación saludable, de proximidad, ética y sostenible, como factores de bienestar personal y compromiso social.



Oficina I+C

3.2.7 INNOVACIÓN AGROTURÍSTICA Y PAISAJE GASTRONÓMICO



Oficina I+C

Crear productos agroturísticos, aprovechar los recursos actuales para desestacionalizar y diseñar estrategias conjuntas de destino para garantizar un turismo de 360° todo el año.

Marcar una hoja de ruta de la colaboración entre actores para definir el modelo agroturístico y de turismo gastronómico.

Sensibilizar al residente local para que conozca y valore los recursos de la Marina Alta

Fomentar el turismo de interior como elemento de desestacionalización. Aprovechar los momentos de mayor afluencia turística para comercializar los productos de fuera de temporada.

Crear un centro de estudios turísticos en la Marina Alta y/o colaborar con los existentes para buscar estrategias de desestacionalización y sostenibilidad del turismo de la comarca.

Diseñar planes formativos para informadores y empresas turísticas para que conozcan el conjunto de recursos existentes y los puedan aplicar en sus planes de información y promoción.

Vertebrar el territorio a través de la gastronomía. Elaborar un mapa del paisaje gastronómico. El turismo es muy creativo y permite cruzarlo con muchos otros productos, especialmente la gastronomía.

Añadir el valor de la personalidad e identidad en el producto turístico. El agroturismo, el turismo cultural y gastronómico que pueda generar este proyecto tienen que respirar autenticidad e identidad.

Crear un sistema de indicadores y condiciones que tienen que cumplir los productos agroturísticos para garantizar la profesionalidad, la autenticidad y la sostenibilidad.

Diseñar un plan de acción para posicionar la comarca de la Marina Alta como referente gastronómico entre los residentes y visitantes. Diseñar una estrategia de comunicación multicanal y específica según *targets*.

Colaborar activamente con los centros de formación profesional, especialmente CdT e IES María Ibars para diseñar productos turísticos.

Colaboración de las oficinas de turismo y el programa Invattur Emprende (<http://invattur.gva.es/>) con los emprendedores agroturísticos para convertir las ideas en productos.

Establecer sinergias entre los cuatro patrimonios de la UNESCO que conviven en la Marina Alta.

3.2.8 EMPRENDEDORES



Oficina I+C

Fomentar la cultura de cooperación e intercambio, para crecer individualmente. Cultivar un entorno creativo para generar un auténtico clúster agroalimentario de la Marina Alta.

Colaborar con entidades públicas y privadas para activar el gen emprendedor agroalimentario en Dénia y la Marina Alta, como sucede en la actualidad con la entidad Marina Alta Empren en la selección y acompañamiento de proyectos emprendedores agroalimentarios.

Crear espacios para compartir experiencias y conocimiento, para innovar en el sector agroalimentario. La experiencia de unos puede servir para crecer colectivamente. Solidaridad del conocimiento para aplicar la tecnología y el desarrollo innovador.

Establecer las estrategias adecuadas para generar la cadena de valor: tradición, recuperación, producto, cultura, sostenibilidad.

Generar un clúster con la implicación de todos los actores y sectores. Es necesario un esfuerzo muy importante de desarrollo, información y comunicación.

Diseñar una estrategia calendarizada a corto, medio y largo plazo, promoviendo la unión potente de Administración-Empresarios-Asociaciones-Ciudadanos para su estabilidad. Y durabilidad. A la administración y al conjunto de la sociedad le interesa que se genere economía y actividad de forma estable.

Hacer partícipe a toda la población del territorio. Desarrollar estrategias de comunicación para generar un sentimiento de pertenencia y una visión de oportunidades de negocio del sector agroalimentario en la comarca. Apuesta fuerte por la información y la comunicación.

Promover un ecosistema financiero completo: Administración-Entidades Financieras-Hubs Verticales-Inversión.

Promover las relaciones entre emprendedores, tejido empresarial, asociaciones y el resto de actores económicos de la Marina Alta.



Oficina I+C

3.2.9 ARQUITECTURA RURAL, TRADICIÓN GASTRONÓMICA Y CULTURAL



Oficina I+C

Unificar criterios de catalogación en todos los ámbitos patrimoniales para hacer una conservación activa y ordenada.

La multitud de manifestaciones gastronómico-culturales de la comarca deben ser catalogadas, inventariadas y puestas a disposición de la ciudadanía y de las empresas.

Diseñar un marco de colaboración entre ayuntamientos y entidades de la comarca para facilitar el acceso a toda la información patrimonial existente a investigadores, empresas, estudiantes, etc.

Diseño de un protocolo de recogida de información que sirva para unificar criterios en todas las poblaciones.

Organizar la información existente y determinar el trabajo de campo necesario para catalogar el patrimonio material e inmaterial de la comarca.

Apojar a los ayuntamientos que no tienen los recursos para poder realizar las tareas de catalogación y recogida de información patrimonial.

Diseñar estrategias de protección efectiva; un uso y conservación adaptado a las necesidades. A todo este material catalogado, unificado y etiquetado también se le tiene que dar una conservación activa, de forma que no sean espacios sólo para el recuerdo sino como elementos centrales una nueva economía sostenible vinculada al territorio y donde la tradición agroalimentaria genere espacios de negocio y productos turísticos.

Formación para incorporar al sector profesional de la hostelería y producción agroalimentaria como industria cultural creativa y turística de la comarca.

Promover y facilitar la creación de proyectos personales basados en la sostenibilidad y el respecto a la tradición y al patrimonio. La iniciativa privada es la que tiene que empujar y aportar una nueva mentalidad; la administración local, que tiene la mayoría de las competencias para actuar, tiene que aportar visión y facilitar estas actividades sostenibles.

Diseñar un plan de comunicación y divulgación del proyecto y del patrimonio de la comarca.

Promoción de la creación cultural y artística relacionada con el sector agroalimentario.



Turisme Benissa

3.2.10 LÍNEAS DE ACCIÓN TRANSVERSALES



**INNOVAR NO ES
CARO: ES MÁS
CARO NO INNOVAR**

Al igual que el meridiano 0 pasa por la Marina Alta, el sector agroalimentario puede, y debería ser, el eje común para establecer políticas integrales y coordinadas dentro del territorio.

Poner en marcha los Foros Permanentes de participación sectoriales para la discusión y acción de las estrategias en cada área.

Diseño y puesta en marcha de un Plan Estratégico Comarcal para establecer estrategias comunes y coordinadas entre todas las poblaciones de la Marina Alta.

Creación de un observatorio que permita realizar el seguimiento del Plan de Acción y vaya incorporando actualizaciones, estudio de casos de interés e intercambio de experiencias entre poblaciones de la Marina Alta o de fuera.

Promover la creación de Consejos Agroalimentarios Locales y una agrupación comarcal en forma de Consejo Comarcal.

Promover cláusulas sociales y con criterios de sostenibilidad en la administración local

Promoción de políticas dirigidas a la sostenibilidad dentro del sector agroalimentario en la Marina Alta.

Promoción de políticas dirigidas a la igualdad y la integración dentro del sector agroalimentario en la Marina Alta.

Alianzas estratégicas entre administraciones, organismos, asociaciones y otras entidades para la consecución de los objetivos. Programas y coordinación con la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO.

Acciones para profundizar en el acuerdo de hermanamiento de Dénia Ciudad Creativa de la Gastronomía con la ciudad marroquí de Tánger (acción incluida en el Plan de Acción presentado a la UNESCO).

Establecer marcos de colaboración con universidades y centros de investigación para el desarrollo del Plan de Acción y generar la correspondiente transferencia de conocimiento.

Crear una experiencia piloto con una muestra de productores, elaboradores y comercializadores para testar la implantación de XARXA-Local Food Ecosystem de la Marina Alta.

Estudio y comparación de casos que puedan aportar experiencias a nuestro proyecto.

Diseñar estrategias de comunicación para dar a conocer los resultados del estudio y el Plan de Acción a la administración, colectivos y el resto de la sociedad: charlas, jornadas, encuentros, foros, reconocimientos y buenas prácticas. Dichas acciones servirán para detectar necesidades, inquietudes, animar y transmitir expectativas a lo largo del territorio.

Crear un programa de sensibilización medioambiental y sostenibilidad en todos los ámbitos del proyecto.

Realizar una campaña de comunicación exterior y en espacios turísticos (hoteles, restaurantes, empresas turísticas) para dar visibilidad al proyecto.

PARTE 4

EL POSTRE



CUIDANDO EL BANCALET

4. “BANCALET”: LA ESENCIA DEL PLAN DE ACCIÓN DÉNIA&MARINA ALTA #TASTINGLIFE

¿QUÉ ES EL BANCALET?

4.1. UN PROYECTO PARA PONER EN VALOR LA TIERRA

Para los habitantes de la Marina Alta el concepto de “bancalet” resulta muy familiar, es el paisaje que ven la mayoría casi a diario. Es, en esencia, la definición del minifundio que caracteriza este territorio. Abancalamientos en terraza, de pequeño tamaño, flanqueados por márgenes de piedra seca que permiten retener y filtrar el agua de lluvia. Terrazas que van desde lo más escarpado de las montañas de la comarca hasta el borde del mar, en algunos casos.

El “bancalet” y sus connotaciones sería una buena interpretación de la identidad y cultura de la Marina Alta, porque es la forma en la que enten-

demos desde siglos nuestra relación con el medio. Son espacios a veces de difícil acceso, complicada labor y escaso rendimiento en muchos casos. El reto actual es combinar el desarrollo económico con la conservación del paisaje cultural y medioambiental, acercando sus habitantes a sus raíces, generando oportunidades de negocio alrededor del “bancalet”.

El proyecto “Bancalet” representa la puesta en valor del territorio desde la tierra, desde cada terrón hasta el conjunto del paisaje ambiental y humano. Representa, en definitiva, los valores del Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*.

EJES PRINCIPALES DEL BANCALET

Función social, económica y ambiental de la agricultura.
Rentabilidad de la actividad agraria.
Viabilidad de los productores agroalimentarios locales.
Visibilidad y acceso a los productos locales.
Colaboración y convenio publico-privados.
Itinerario formativo, investigación aplicada, y transferencia de conocimiento de los productos y recetas tradicionales.
Bancos de tierras.
Desarrollo de productos agroturísticos.
Seguridad y soberanía alimentaria.
Transición a una agricultura ecológica y sostenible.
Programas escolares de alimentación saludable y valores culturales.
Gobernanza y transversalidad comarcal.

PLANTANDO SEMILLAS

4.2. ALGUNOS PROYECTOS REALIZADOS O EN FASE DE EJECUCIÓN

Desde la designación de Dénia como Ciudad Creativa de la Gastronomía, incluso antes de tener finalizado el Plan de Acción, se han puesto en marcha, o se han hecho propios, proyectos que se han considerado interesantes o que entran en la filosofía del proyecto, especialmente aquellos relacionados con la educación y la formación, que tienen alguna vinculación con la gastronomía y la alimentación.

En este documento destacamos algunos proyectos en los que se ha implicado la Oficina de la Innovación: organizando, participando o colaborando en proyectos de turismo, *network* y emprendedurismo, formación, educación, investigación, divulgación o promoción.

FESTIVAL GASTRONÓMICO D*na



Turisme Dénia

Promotores Agència Valenciana del Turisme y Ajuntament de Dénia.

Comisario y portavoz Quique Dacosta.

Fechas 30 de septiembre y 1 de octubre de 2017.

Lugar Paseo de la Marineta Cassiana y Marge Roig, Dénia.

Descripción Muestra gastronómica al aire libre con participación de restaurantes de Dénia y productores agroalimentarios de la comarca de la Marina Alta y la Comunitat Valenciana. Dos escenarios para demostraciones culinarias, degustaciones, ponencias y presentación de productos.

Presencia de algunos de los más destacados chefs locales y nacionales, así como representantes de las 18 ciudades creativas de la gastronomía de todo el mundo.

Objetivos Hacer del evento una herramienta que posicione la marca Dénia y la Comunitat Valenciana como referente de la gastronomía a nivel internacional. Convertir Dénia en la sede de la Red de Ciudades Creativas de la Gastronomía de la UNESCO. Consolidar la designación de Dénia como Ciudad Creativa de la Gastronomía UNESCO, como ejemplo de turismo gastronómico sostenible, y como vehículo de promoción de la cultura mediterránea valenciana.

Participantes 17 Establecimientos de Hostelería, 4 Caravanas Food Trucks y 22 Productores y artesanos. El Festival ha contado con la asistencia de alrededor de 22.000 personas y un gran impacto a nivel nacional. www.dnafestivaldenia.com

ENCUENTRO INTERNACIONAL DE CIUDADES UNESCO CREATIVAS DE LA GASTRONOMÍA



Oficina I+C

Promotores Oficina de la Innovación y la Creatividad del Ajuntament de Dénia, Agència Valenciana del Turisme, Asociación de Hostelería y Turismo de la Marina Alta (AEHTMA).

Fechas 29 de septiembre al 2 de octubre de 2017.

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

Descripción Encuentro de las ciudades que forman parte de la Red UNESCO de Ciudades Creativas de la Gastronomía. Participación en las actividades del Festival Gastronómico D*na, celebrado paralelamente, reuniones técnicas de la red, contactos con la oferta gastronómica local (restaurantes y CdT) y visitas a puntos de producción agroalimentaria (Lonja de Pescado de Dénia, viñas de moscatel, bodegas, cooperativas de cítricos y campos de arroz de la Marjal Pego-Oliva).

Objetivos Según el convenio firmado entre el Ayuntamiento de Dénia y la Agència Valenciana del Turisme: “Convertir Dénia en la sede de la Red de Ciudades Creativas de la Gastronomía de la UNESCO con un acontecimiento que sirva de encuentro para las ciudades creativas y que sea un potente elemento comunicador y difusor a nivel internacional de la gastronomía de la Comunidad Valenciana”. Como acción concreta se especifica la organización de un “Encuentro de Ciudades Creativas de la Gastronomía” a celebrar en el marco del festival gastronómico D*na.

Participantes El Encuentro de la Red UNESCO de Ciudades Creativas de la Gastronomía se celebró en las fechas previstas con la participación de 17 de las 18 ciudades que formaban en aquel momento parte de la red: Popayán (Colombia), Tucson (Estados Unidos), Belém (Brasil), Tsuruoka (Japón), Chengdú (China), Shundé (China), Macao (China), Florianópolis (Brasil), Parma (Italia), Östersund (Suecia), Bergen (Noruega), Rasht (Irán), Zahlé (Libano), Gaziantep (Turquía), Jeonju (Corea), Ensenada (México) y Phuket (Tailandia). Las ciudades enviaron delegaciones integradas por representantes institucionales, técnicos, empresarios y cocineros.

CUINANT EL FUTUR



Promotor Oficina de la Innovación y la Creatividad del Ajuntament de Dénia.

Fechas Noviembre 2016-Enero 2017.

Lugar Casa de Cultura de Dénia.

Coordinación Beatriz Rico y Sabina Escortell.

Descripción Talleres para fomentar hábitos de alimentación saludable y dar a conocer entre los escolares los productos de proximidad. Sesiones teóricas impartidas por expertos en nutrición y prácticas con la presencia de productores agrícolas y cocineros profesionales.

Objetivo Dar a los escolares los conocimientos básicos para saber qué productos forman parte de la alimentación regular de su entorno social y cultural, y que reconozcan los productos autóctonos, sus cualidades nutritivas y el espacio natural en que se desarrollan.

Participantes Alumnos de 8 a 12 años de los colegios de Dénia Pou de la Muntanya, Paidos, Montgó, Cervantes, Vessanes, Llebeig, Carmelitas, Maristas, Alfa y Omega y Raquel Payá.

Total: 1.250 alumnos.

MENJA'T LA MARINA



Oficina I+C

Promotor Oficina de la Innovación y la Creatividad del Ajuntament de Dénia y Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Marina Alta (AEHTMA).

Fechas Días 16, 22 y 29 de diciembre de 2017.

Lugar Mercat Municipal de Dénia.

Descripción Exposición, degustación y demostración culinaria de productos de temporada de la comarca de la Marina Alta. Cada una de las jornadas iniciales se dedicó a un producto: el perelló (día 16), la almendra (día 22) y la naranja y sus variedades (día 29).

Objetivos Fomentar la comercialización y el uso gastronómico del producto de proximidad y sus variedades tradicionales.

Participantes *Institucionales:* Ayuntamientos de Dénia, Vall d'Ebo, Vall d'Alcalá y Alcalalí.

Productores: Cooperativa de la Vall d'Ebo, SAT Llauradors d'Alcalalí, Hort Obert (Dénia), Hortasana (Dénia) y Mandarina Ecològica (Dénia).

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

T'AVALEM MARINA ALTA I

Promotores Consorcio para la Recuperación Económica de la Marina Alta (Crema), Diputación de Alicante.

Actores Crema, Oficina de la Innovación y la Creatividad del Ayuntamiento de Dénia, Mancomunitat Cultural de la Marina Alta (MACMA) e Institut d'Estudis Comarcals de la Marina Alta (IECMA).

Fecha Años 2017-2018.

Descripción Programa de ocupación dirigido a jóvenes para catalogar documentos y publicaciones de los archivos municipales, elaborar fichas y adaptar la información a un formato informático que permita un acceso más directo y fácil a investigadores, empresas, instituciones o ciudadanos interesados.

Objetivo Identificar, difundir, promover y recuperar el patrimonio cultural gastronómico de la Marina Alta.

Participantes Diez jóvenes desempleados que realizan prácticas remuneradas en los archivos y bibliotecas públicas de Dénia, Xàbia, Calp, Pego, Pedreguer, Gata, Benissa y Teulada-Moraira.

MARINA ALTA EMPRÈN



Promotor Ajuntament de Dénia, Orba, Pedreguer, Pego, Xàbia y Xaló, Oficina de la Innovación y la Creatividad, ENID y *coworking* La Nau.

Fechas Marzo-Diciembre 2017.

Lugar La Nau Lab (Pedreguer), *Knowhere* (Dénia) y espacio de *coworking* de Xàbia.

Descripción Programa destinado a emprendedores para el desarrollo de proyectos empresariales. Durante los ocho primeros meses de vida de su proyecto se cubren todas las necesidades de los emprendedores y se les ofrece ayuda y asesoramiento por parte de expertos conocedores del mercado. Se les ofrecen las herramientas para la creación de empresas eficientes.

Objetivo Fomentar la creación de nuevas empresas y puestos de trabajo mediante formación especializada y consultorías individualizadas.

Participantes Se presentaron más de 50 proyectos. La Oficina de la Innovación y la Creatividad participó en la selección, evaluación y asesoramiento de 12 proyectos ligados al sector agroalimentario.

RECUPERACIÓN DEL ARROZ BOMBÓN



Oficina I+C

Promotor Pego Natura, Universidad Politécnica de Valencia, Diputación de Alicante Ayuntamiento de Pego, Oficina de la Innovación y la Creatividad de Dénia.

Fechas 2015-2018.

Lugar Zona arrocerca del Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva.

Descripción Recuperación del cultivo del arroz bombón, variedad que desapareció en la Marjal Pego-Oliva hace más de 40 años por su alta sensibilidad a los pesticidas. Tras varios años de pruebas, en 2016 se consiguió la primera cosecha comercial.

Objetivo Dar a conocer la variedad recuperada, incorporarla a la oferta de los mercados y reintroducir su uso en las cocinas domésticas y profesionales.

Acciones Presentación de la cosecha (Alicante y Pego), Jornada popular de paellas realizadas con arroz Bombón (marzo 2017, Pego), presentación de producto en el Mercado de Dénia (septiembre 2017), Semana Gastrocultural "L'arròs de les estrelles" (septiembre 2017, Dénia y Pego).



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



Actores Oficina de la Innovación y la Creatividad y CEIP Pou de la Muntanya.

Fecha De 2016 a 2018

Lugar Casa de Cultura de Dénia.

Descripción El proyecto se estructura en cuatro bloques que contemplan actividades de investigación cooperativa, visitas al entorno próximo relacionadas y uso específico de nuevas tecnologías:

- Ciudades creativas (Let's visit! – visitamos!): se estudian particularidades de las cuatro ciudades asociadas, se relacionan con el entorno próximo y se valoran los productos de proximidad.
- Nuestras dietas (Let's Cooking! - cocinamos!): se acercan a la alimentación, el origen de los productos, la elaboración, las recetas tradicionales y el lugar donde podemos encontrarlo todo ello.
- Hábitos saludables *Let's move! – nos movemos!) Se trabaja la importancia de una vida sana y una alimentación equilibrada, así como de la práctica del deporte.
- Arte&cooking (Let's create! – creamos!) Se potencia la creatividad del alumnado en este bloque, donde se crean recetas propias y artísticas relacionadas con la cocina.

Objetivo El proyecto #TastingSchools (*Deconstructing Education: Creative and Inclusive Schools in Gastronomic Cities*), es un proyecto Erasmus+, financiado por la Unión Europea, que tiene como objetivo principal la mejora de las competencias básicas del alumnado aprovechando el potencial educativo de las Ciudades Creativas de la Gastronomía de la Red UNESCO.

Participantes 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.poude lamuntanya.org · www.tastingschools.eu

ERASMUS + YOUTH 4 FOOD (Youth in action for a Creative and Sustainable Gastronomy)



Actores Ciudades Creativas de la Red UNESCO de la Gastronomía: Dénia, Bergen (Noruega), Östersund (Suecia), Parma (Italia) y Gaziantep (Turquía). En el ámbito local colaboran la Oficina de la Innovación y la Creatividad del Ajuntament de Dénia, el IES Maria Ibars, Centro de Turismo CdT Dénia y la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Marina Alta (AEHTMA).

Fecha 2017-2019.

Descripción La experiencia contempla encuentros técnicos y temáticos transnacionales, intercambios de profesorado y alumnado de cocina, y prácticas en centros de formación y restaurantes de las cinco ciudades que se han implicado en este programa *Youth in Action*. Habrá igualmente transferencia de conocimientos de los entornos culturales y sociales de las respectivas gastronomías, por lo que se han programado visitas de técnicos y profesores universitarios a cada una de las ciudades para conocer sus infraestructuras y sus modelos de alimentación.

Objetivo Poner en valor la formación educativa en la cadena alimentaria, fomentar empleo joven en la cadena alimentaria, que haya más jóvenes emprendedores en el sector, difundir el concepto de la gastronomía sostenible, formar profesionales más habilidosos y motivados, alentar la creatividad y la innovación, y preservar el patrimonio gastronómico local.

Participantes En el programa se han implicado 18 instituciones públicas y entidades privadas de las cinco ciudades asociadas: ayuntamientos, escuelas secundarias, universidades y asociaciones empresariales. En el caso de Dénia el programa se dirige especialmente a los alumnos del IES Maria Ibars y está abierto a jóvenes cocineros y aprendices.

www.youth4food.wordpress.com

PARTE 5

EL PASEO



UN CAMINO POR RECORRER

5. IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO PASO A PASO

5.1 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO representa un potencial enorme para recalcar el valor de la cultura como acelerador del desarrollo sostenible.

El programa de desarrollo sostenible para 2030, adoptado por la comunidad internacional en septiembre de 2015, subraya la importancia de la cultura y la creatividad como motores esenciales del desarrollo urbano sostenible. En este sentido, la Red de Ciudades Creativas continuará siendo una plataforma clave para contribuir a su cumplimiento.

Al ingresar en la Red, las ciudades se comprometen a colaborar y desarrollar alianzas para promover la creatividad y las industrias culturales, a compartir prácticas idóneas, a reforzar la participación en la vida cultural y a integrar la cultura en sus planes de desarrollo económico y social.

En base a los principios propuestos por dicha Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, a los cuales se acoge este proyecto, se diseñarán los elementos necesarios para el seguimiento y evaluación de sus acciones.

Así mismo, se tendrá en cuenta el programa científico de Evaluación de los Ecosistemas del Milenio, favorecido por Naciones Unidas, que constituye el mayor esfuerzo internacional llevado a cabo para evaluar el estado y tendencias de los ecosistemas del planeta y analizar las consecuencias de sus cambios sobre el bienestar humano; también se tomarán como referencia los parámetros determinados en los indicadores ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la ONU. Los resultados del proyecto, muestran la importancia que tienen la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas para el bienestar humano y destacan la urgencia de adoptar las políticas y medidas adecuadas para detener la degradación de la biodiversidad y de los servicios de los ecosistemas.

Para el seguimiento del Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife* los mencionados principios y programas se adaptarán a las particularidades y acciones del mismo. Para ello se seguirá el modelo de Marco Lógico como sistema de organización funcional, evaluación y seguimiento de las acciones que componen el Plan

Este Modelo de Marco Lógico servirá de base para perfilar la estructura de trabajo, con el diseño de una ficha en la que se especificará: el área de trabajo, los objetivos, la línea estratégica, las acciones concretas, (con su correspondiente indicador de seguimiento). Y de forma, se alinean las acciones con los objetivos y las estrategias del proyecto, proponiendo una trazabilidad que permite un seguimiento más fácil.

ES COSA DE TODOS

5.2 MODELO DE GOBERNANZA DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN

MODELO DE EJEMPLO DE FICHA DE ACCIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN *Dénia&Marina Alta #TastingLife*

ÁREA 1 PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, FORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y GESTIÓN RESPONSABLE DEL TERRITORIO			
SUBÁREA 1.1 PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA EN LA MARINA ALTA			
OBJETIVO GENERAL	Promover la creación de un ecosistema de producción y transformación agroalimentaria en la Marina Alta.		
OBJETIVO ESPECÍFICO	1.1.1 Reelaborar el mapa de producto de la Marina Alta.		
ACCIÓN	1.1.1.1 Definir el mapa actual de producto de la Marina Alta.		
JUSTIFICACIÓN	Para definir un nuevo mapa de producto de la Marina Alta se prioriza la necesidad de conocer el actual en profundidad.		
DESCRIPCIÓN	Detallar cultivos, superficies, producción, productores y comercialización de los productos que actualmente se cultivan en la comarca. Evolución temporal y territorial de los cultivos.		
OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE			
ACTORES IMPLICADOS	Oficina de la Innovación y la Creatividad		
CALENDARIO	01/05/2018	31/12/2018	PRIORIDAD Alta
ESTADO DE EJECUCIÓN	Planificado	Planificado no ejecutado	En ejecución Finalizado
PRESUPUESTO	00,00€		
FINANCIACIÓN	Oficina de la Innovación y la Creatividad		
RESPONSABLE TÉCNICO	Oficina de la Innovación y la Creatividad		
INDICADORES DE SEGUIMIENTO	Informe de resultados		

El Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #TastingLife* prevé para el desarrollo de los proyectos un modelo de gobernanza integrador y participativo basado en la interacción pública y privada. A la hora de plantear la candidatura en la Red de Ciudades Creativas de la Gastronomía, las entidades promotoras asumieron un decálogo de buenas prácticas que incluye referencias expresas en las características que tienen que regular y animar los procesos de dirección, administración y ejecución de los proyectos. En concreto, se señala:

- Más gobernanza y participación de la comunidad en la protección de la biodiversidad.
- Colaboración público-privada: nuevos socios para los nuevos desafíos del desarrollo urbano sostenible.
- Reconectar a la gente con el origen de los alimentos, buscando cambios positivos de actitud en el comportamiento de todos los actores (consumidores, escuelas, cocineros, ciudadanos...)
- Mejora de la calidad de vida de la ciudadanía de Dénia y la Marina Alta. Prosperidad, respecto a la diversidad y diálogo intercultural.

5.3 CIUDAD CREATIVA

Con las premisas anteriores se diseñó una estructura de gestión y captación de recursos que integra la iniciativa pública y la privada, además de la presencia participativa y supervisora de las asociaciones y entidades surgidas de la sociedad civil y los agentes económicos vinculados al Sistema Agroalimentario Local sobre el que se propone actuar.

1. CIUDAD CREATIVA/Consejo asesor.

Lo integran los representantes políticos y empresarios de diferentes sectores económicos de la comarca de la Marina Alta, con funciones de asesoramiento al Equipo de Dirección y de apoyo institucional a la Ciudad Creativa.

2. CIUDAD CREATIVA/Equipo de dirección.

Se encarga de la ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Acción, así como del Plan de Comunicación. Se encuentra integrado por técnicos del Ayuntamiento de Dénia (departamentos de Cultura, Agricultura, Medio ambiente y Planificación Urbana), asistidos por los diferentes sectores involucrados, expertos en biología y sostenibilidad, pensamiento estratégico, gastronomía, comunicación y patrimonio cultural.

El Equipo de Dirección se encuentra coordinado por la Oficina de la Innovación y la Creatividad, creada por el Ayuntamiento de Dénia en sesión plenaria celebrada en diciembre de 2015. Esta oficina técnica tiene como función principal la gestión y coordinación de todos los proyectos y actuaciones de carácter local e internacional relacionados con la Ciutat Creativa de la Gastronomía de la UNESCO.

5.4 XARXA/LOCAL FOOD ECOSYSTEM

La integración y participación de los diferentes agentes económicos y sociales, vinculados al Sistema Agroalimentario de la Marina Alta, debe ser continua y frecuente. Por eso, una vez formulado el diagnóstico sobre el estado actual Local Food Ecosystem, se propone mantener una dinámica de seguimiento de los proyectos que, de acuerdo con los objetivos definidos, determine y estimule las soluciones a tomar, al mismo tiempo que se aportan argumentos para racionalizar y priorizar las acciones.

1. Bancalet/Equipo asesor

El equipo asesor se encuentra formado por un grupo de expertos profesionales de distintos ámbitos: biología y sostenibilidad, agricultura, gastronomía, patrimonio cultural, nutrición, educación, alimentación saludable... Su función principal es la de ofrecer asesoramiento al Equipo de Dirección/Oficina I+C y al propio Consejo de Dirección. Entre sus funciones específicas destacan:

- La convocatoria de los grupos sectoriales de los Foros permanentes. El Equipo asistirá e incentivará los debates, y será el responsable de recoger las propuestas que puedan surgir, valorarlas y determinar prioridades y urgencias.
- La identificación y posterior consenso de las actuaciones destinadas a cumplir los objetivos del Plan de Acción.
- La formulación de propuestas para la puesta en práctica de las acciones.

2. Bancalet/Foros permanentes

Los Foros Permanentes estarán abiertos a la participación de cualquier interesado y, en cualquier caso, serán invitados a integrarse representantes de las asociaciones o entidades profesionales y cívicas, instituciones y organismos públicos, expertos invitados, técnicos, especialistas y prescriptores directamente involucrados en el ámbito de actuación.

Los Foros Permanentes se ajustarán a las siguientes áreas:

Área 1.1 Producción agroalimentaria.

Área 1.2 Comercialización.

Área 1.3 Formación

Área 1.4 Gestión responsable del territorio.

Área 2 Comunidad gastronómica, conocimiento e inclusión social.

Área 3 Educación y alimentación saludable.

Área 4 Innovación agroturística y paisaje gastronómico.

Área 5 Nuevos emprendedores, innovación agroalimentaria y TIC aplicadas al territorio.

Área 6 Patrimonio rural, tradiciones y gastronomía.

Con la formación de estos Foros Permanentes se ofrece a todos los agentes del Sistema Agroalimentario:

- a. Implicación permanente en el desarrollo del proyecto.
- b. Un ámbito de formulación de ideas.
- c. Un laboratorio de dinamización del sector.
- d. Una presencia activa en la toma de decisiones.

La estructura planteada requerirá la adopción de técnicas de creatividad para estimular acciones efectivas para el desarrollo de proyectos innovadores. En los Foros Permanentes se favorecerá la generación de ideas, la imaginación constructiva y el pensamiento creativo.

Se realizará una evaluación intermedia (2018) y otra final (principios 2020) del Plan de Acción *Dénia&Marina Alta #Tastinglife*. La evaluación final servirá de base para la redacción de la Memoria de Evaluación que, con carácter obligatorio, debe presentarse a la UNESCO cada cuatro años, y refleja el nivel de cumplimiento de los compromisos adquiridos ante el citado organismo internacional.

5.5 FUNDACIÓN DÉNIA CIUDAD CREATIVA

La iniciativa privada ha impulsado, con el apoyo, la participación y la integración de las instituciones públicas, la creación de la FUNDACIÓN “DÉNIA-CIUDAD CREATIVA DE LA GASTRONOMÍA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA”, una entidad sin ánimo de lucro que tiene como objetivo principal la difusión, promoción y fomento de actividades sociales y culturales vinculadas a las actuaciones y proyectos que tengan relación con la incorporación de Dénia a la Red de Ciudades Creativas de la Gastronomía de la UNESCO. Entre sus fines específicos figura la colaboración en el programa XARXA / Local Food Ecosystem e intervenir activamente para lograr la atracción de inversiones de empresas del sector gastronómico y/o agroalimentario. La Fundación fue creada en 2017 y sus socios son el Ajuntament de Dénia, CEDMA, AEHTMA y Baleària.

La Fundación es, por tanto, una herramienta importante a la hora de abordar iniciativas de implementación de los proyectos asociados y ejemplo de la necesaria colaboración público-privada para implementación y desarrollo de la Ciudad Creativa.



YOUTH4FOOD

Youth in action for creative and sustainable Gastronomy.

Erasmus+



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



El soporte de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye la responsabilidad de los contenidos reflejados, son únicamente las opiniones de los autores. La Comisión no se hace responsable del uso que se pueda hacer de la información contenida en ellos.



Tel. 96 646 70 75  cityofgastronomy  @cook_eat_dream

www.deniacreative.city