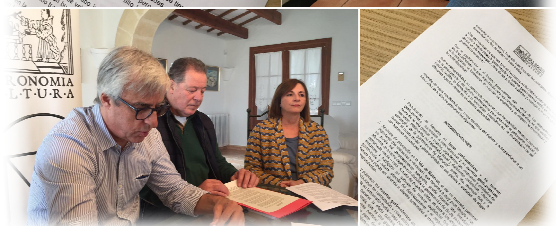


Declaració de Ses Cuarterades



Manifest i Recomanacions

La Promoció Exterior, de la Gastronomia y
el Producte de Menorca



Reunits a la finca Ses Cuarterades a Alaior, el dissabte 10 de novembre de 2018 les persones que es relacionen al final d'aquest document, en el marc de les Jornades de Debat sobre "La Promoció Exterior de la Gastronomia i el Producte de Menorca", i després de les comunicacions i intervencions sobre els temes plantejats,

MANIFESTEN

Que la gastronomia en sentit ampli és un factor de cohesió del territori, i d'integració de diversos sectors d'activitat que redunden en una major cohesió social, a més de ser un recurs turístic que pot atreure visitants i / o enriquir la seva experiència de vacances. La gastronomia no és, de moment, el motiu principal per viatjar a Menorca, però sí millora i diversifica l'experiència del visitant.

Que Menorca té potencial i possibilitats per convertir-se en una destinació gastronòmica de referència, pels seus valors ambientals, paisatgístics, culturals i històrics, per tenir una gran varietat i qualitat de productes agroalimentaris i pesquers, i pel talent culinari dels professionals de la cuina, la restauració i l'hoteleria, hem de vincular la gastronomia a altres atributs de l'illa (natura, cultura, tradició, salut, sostenibilitat ... la Menorca Slow). La gastronomia representa els autèntics valors de la destinació

Que Menorca ha de diferenciar-se d'altres destinacions gastronòmiques, ja que té qualitats, recursos i motius per a això. L'illa té unes particularitats que la fan especial i diferent, té valors, atributs i "discurs", però hem estructurar i comunicar-ho bé, amb accions innovadores i d'alt impacte en els mercats emissors.

Que durant els últims anys s'estan portant a terme interessants iniciatives en matèria de recuperació del patrimoni culinari, de valoració i comercialització del producte de Menorca, i s'està aconseguint un bon nivell gastronòmic al sector de la restauració i l'hoteleria, combinant tradició i innovació.

Que s'ha de fer i es pot millorar en la unió d'esforços, accions i voluntats (malgrat els avanços que s'han fet en els últims anys en diversos àmbits), s'ha d'estructurar i organitzar el producte i / o servei gastronòmic, i s'han de portar a terme les adequades accions de màrqueting i comunicació.

Que, tot i que és convenient seguir realitzant les accions que s'estan portant a terme i que aquestes es facin cada vegada més de forma coordinada i estructurada, cal fer un estudi sobre la matèria, per analitzar la intel·ligència de mercat necessària, estructurar el producte i plantejar accions de màrqueting i comunicació, tot això per a formular les principals línies estratègiques i desenvolupar un pla d'acció en base a elles.



Que són molts els avanços que s'han fet en els últims anys, el que facilita que a curt i mig termini la gastronomia i el turisme gastronòmic estiguin en condicions de ser un eix estratègic clau de les polítiques públiques i privades amb un model de governança específic.

Que la gastronomia i el turisme gastronòmic són uns dels operadors socioeconòmics de gran importància per a les comunitats locals, ja que faciliten la recerca, la innovació, la creació d'empreses i l'ocupació, la convivència i la multiculturalitat.

Que la sostenibilitat, un compromís inequívoc que ha adquirit Menorca, necessita de la gastronomia i del turisme gastronòmic per preservar el patrimoni natural i cultural, facilitar la formació i la innovació, basant-se en la coordinació dels diferents agents claus en un objectiu compartit.

A més d'aquestes manifestacions, com a resultat del debat i anticipant-nos a un futur pla d'acció, es proposen les següents

RECOMANACIONS

1. Participació de Menorca a fires gastronòmiques i de turisme gastronòmic nacionals i internacionals i en esdeveniments gastronòmics fora de l'illa (aliens, o propis, organitzats per empreses i entitats de Menorca), elaborant un calendari anual i definint continguts, "discurs estratègic de la gastronomia de Menorca", subjecte, etc.; hem d'anar a cercar el turista foodie o gastronómada en els seus països o ciutats d'origen, amb accions innovadores.
2. Accions de promoció a l'illa de Mallorca, en ser un mercat potencial important (de residents i visitants), que tenim a molt poc temps i amb un preu del desplaçament actual assequible. Pot suposar una important afluència de turisme experiencial (inclosa la gastronomia) de cap de setmana en temporada mitja – baixa. A manera de projecte pilot, s'insta a les empreses i entitats a configurar un paquet de turisme experiencial que combini gastronomia i cultura, a més del desplaçament i l'allotjament, de tal manera que pugui ser ofert a clients potencials a través dels canals corresponents.
3. Mantenir i potenciar els esdeveniments gastronòmics a Menorca que duen a terme les associacions de restauració i altres entitats, perquè suposen una interessant oferta en temporada mitjana – baixa per als visitants, i una bona oportunitat per conèixer l'oferta culinària per part dels residents. Consolidar la Fira Arrels, que és una gran iniciativa, però se



li hauria d'anar donant una dimensió més nacional i internacional, consolidant-la com atractiu turístic. D'altra banda, s'han d'organitzar nous esdeveniments que converteixin a Menorca en un referent en algunes matèries relacionades amb la gastronomia, i la posin al mapa, per exemple, al voltant de la salsa maonesa, o sobre el coneixement, la formació i la qualificació en servei de sala en restaurants i hotels.

4. Portar a terme accions que millorin l'experiència del turista o visitant a través de la gastronomia, bàsicament accions de formació dirigides als empresaris i professionals (millores del servei, màrqueting i comunicació, disseny, pla de negoci), estructurar l'oferta (catàleg de recursos, guies, esdeveniments, experiències, granges i espais de producció alimentària visitables), potenciar la presència del producte i la cuina de Menorca a les cartes de restaurants i hotels.

5. Continuar i potenciar les accions de coneixement i sensibilització entre els menorquins, perquè coneguin, valorin, estimin i prescrivin la seva gastronomia i el seu producte, mentre que elements identitaris i de pertinença a una cultura i una forma de vida pròpia. Accions d'estudi, investigació i recuperació del patrimoni culinari, activitats populars de divulgació i sensibilització, presència als mitjans de comunicació locals, avançar en la introducció de la gastronomia en el sector educatiu.

6. Donar suport i afavorir les actuacions, projectes i estratègies integradores, que fomentin la qualitat, el valor afegit i suposen la unió d'esforços entre les empreses, el teixit associatiu (associacions de restauració, associacions de cuiners, Fra Roger, i altres), les administracions i els ciutadans.

7. Potenciar la presència del recurs turístic gastronòmic de Menorca a internet i xarxes socials, planificant, estructurant, coordinant les activitats que fan els diferents agents. Cal millorar en l'ús d'eines digitals per ser més eficients en la promoció, en la gestió i en la creació de noves empreses i models de negoci.

8. Crear un Centre de Cultura Gastronòmica a Menorca, que sigui el core o hub de la cultura gastronòmica de l'illa, que aculli exposicions, activitats, formació, investigació, centre de documentació, accions de difusió, etc, però que irradiï la seva activitat a tot el territori. Cal definir la seva ubicació, continguts, promotors, gestors, estructura organitzacional i sistema sostenible de finançament.



9. La gastronomia i el turisme gastronòmic han de representar els valors de l'illa i de la destinació, estretament lligat a Menorca com a Reserva de Biosfera, que és el resultat d'un esforç col·lectiu i d'una forma d'entendre la interacció de l'home amb el territori . Cal avançar cap a la creació d'una marca "Menorca gastronòmica", o la unificació d'altres existents, vinculada a la potenciació dels productes gastronòmics locals, de qualitat, diferenciats i sostenibles. Podria ser el resultat del desenvolupament de la marca Menorca Reserva de Biosfera que el Consell Insular de Menorca està implementant.

10. Cal celebrar una trobada anual, com a continuació, i a manera de seguiment, del Debat de Ses Cuarterades, per revisar aquest document, les accions i iniciatives proposades, i analitzar la situació en cada moment i plantejar noves propostes de futur.

Assistents:

- **Jose Maria de Juan Alonso.** *KOAN Consulting-World Food Travel Associacion*
- **Miguel Angel Civera.** *Assesor Dènia, Ciutat creativa gastronomia.*
- **Angela Aguilar Parra.** *KOAN Consulting. Experta gastrobotànica.*
- **Borja Beneyto "Matoses".** *Brandelicious. Food Business Company.*
- **José Bosch.** *Restauració CAEB. President.*
- **Tomás Cano.** *ASCAIB. Delegat Menorca.*
- **Koldo Arroyo.** *ASCAIB. President.*
- **Antònia Bosch.** *Gerent Sa Cooperativa del Camp. Farmers & Co.*
- **Isaac Olives.** *CIME. Director Insular de Turisme.*
- **David Baret.** *Baret Consultors. Comunicació.*
- **Vero Mullor.** *Something's Cooking. Comunicació. Farmers & Co.*
- **Alfons Mèndez.** *IME. President Consell Assesor Fra Roger. Economista.*
- **Miquel Angel Payeras.** *CHEFS(IN). Marketing gastronòmic.*
- **Ruth Rodriguez.** *ESCOLA HOSTELERIA MARIAN ANGELS CARDONA. Professora.*
- **Carlos Sintes.** *CERCLE D'ECONOMIA.*
- **Antoni Pons.** *CERCLE D'ECONOMIA.*
- **Josep Borrás.** *FRA ROGER. President.*
- **Pere Sales.** *FRA ROGER. Organització. Hotelier. Restaurador.*
- **Sonia Sintes.** *FRA ROGER. IME. Organització.*
- **Antoni Aguiló.** *FRA ROGER. Secretari. Moderador.*
- **Antoni Juaneda.** *FRA ROGER. COMETE MENORCA. Coordinador.*



DECLARACIÓ DE SES CUARTERADES
La Promoció Exterior, de la Gastronomia y el Producte de Menorca
ALAIOR, novembre 2018