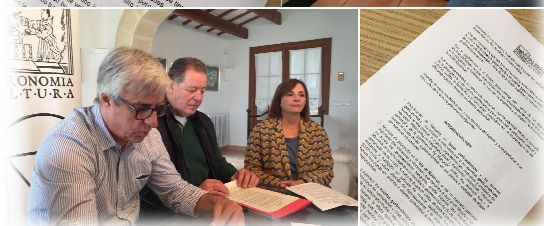


Declaración de Ses Cuarterades

FRA ROGER



GASTRONOMIA
I C·U·L·T·U·R·A



Manifiesto y Recomendaciones

La Promoción Exterior, de la Gastronomía y
el Producto de Menorca

DECLARACIÓN DE SES CUARTERADES SOBRE «LA PROMOCIÓN EXTERIOR DE LA GASTRONOMÍA Y EL PRODUCTO DE MENORCA»

Reunidos en la finca Ses Cuarterades (Alaior) el Sábado día 10 de noviembre de 2018 las personas que se relacionan al final de este documento, en el marco de las Jornadas de debate sobre "**La promoción exterior de la gastronomía y el producto de Menorca**", y después de las comunicaciones e intervenciones sobre los temas planteados,

MANIFIESTAN

Que la gastronomía en sentido amplio es un **factor de cohesión** del territorio, y de **integración** de diversos sectores de actividad que redundan en una mayor cohesión social, además de ser un **recurso turístico** que puede atraer visitantes y/o enriquecer su experiencia vacacional,. La gastronomía no es, de momento, el motivo principal para viajar a Menorca, pero sí mejora y diversifica la experiencia del visitante.

Que Menorca tiene **potencial** y posibilidades para convertirse en un destino gastronómico de referencia, por sus valores ambientales, paisajísticos, culturales e históricos, por tener una gran variedad y calidad de productos agroalimentarios y pesqueros, y por el talento culinario de los profesionales de la cocina, la restauración y la hotelería; debemos vincular la gastronomía a otros atributos de la isla (naturaleza, cultura, tradición, salud, sostenibilidad... Menorca Slow); La gastronomía representa los auténticos **valores del destino**

Que Menorca tiene que **diferenciarse** de otros destinos gastronómicos, ya que tiene cualidades, recursos y motivos para ello. La isla tiene unas particularidades que la hacen especial y diferente, tiene valores, atributos y "discurso", pero debemos estructurarlo y comunicarlo bien, con acciones innovadoras y de alto impacto en los mercados emisores.

Que durante los últimos años se están llevando a cabo interesantes **iniciativas** en materia de recuperación del patrimonio culinario, de valoración y comercialización del producto de Menorca, y se está alcanzando un buen nivel gastronómico en el sector de la restauración y la hotelería, combinando tradición e innovación. .

Que se debe y se puede mejorar en la **unión de esfuerzos**, acciones y voluntades (a pesar de los avances que se han hecho en los últimos años en diversos ámbitos), se debe estructurar y organizar el producto y/o servicio gastronómico, y se han de llevar a cabo las adecuadas acciones de marketing y comunicación.

Que, a pesar de que es conveniente seguir realizando las acciones que se están llevando a cabo y que estas se hagan cada vez más de forma coordinada y estructurada, es necesario hacer un **estudio sobre la materia**, para analizar la inteligencia de mercado necesaria, estructurar el producto y plantear acciones de

marketing y comunicación, todo ello para formular las principales líneas estratégicas y desarrollar un plan de acción en base a ellas.

Que son muchos los avances que se han hecho en los últimos años lo que facilita que a corto y medio plazo la gastronomía y el turismo gastronómico estén en condiciones de ser un **eje estratégico** clave de las políticas públicas y privadas con un modelo de gobernanza específico.

Que la gastronomía y el turismo gastronómico son unos de los **operadores socioeconómicos** de gran importancia para las comunidades locales, ya que facilitan la investigación, la innovación, la creación de empresas y el empleo, la convivencia y la multiculturalidad.

Que la **sostenibilidad**, un compromiso inequívoco que ha adquirido Menorca, necesita de la gastronomía y del turismo gastronómico para preservar el patrimonio natural y cultural, facilitar la formación y la innovación, basándose en la coordinación de los diferentes agentes claves en un objetivo compartido.

Además de estas manifestaciones, como resultado del debate y anticipándonos a un futuro plan de acción, se proponen las siguientes

RECOMENDACIONES

1. Participación de Menorca en **ferias gastronómicas** y de **turismo gastronómico** nacionales e internacionales y en **eventos gastronómicos fuera de la isla** (ajenos, o propios, organizados por empresas y entidades de Menorca), elaborando un calendario anual y definiendo contenidos, “discurso estratégico de la gastronomía de Menorca”, sujeto, etc; tenemos que ir a buscar al turista foodie o gastronómada en sus países o ciudades de origen, con acciones innovadoras.
2. Acciones de promoción en la **isla de Mallorca**, al ser un mercado potencial importante (de residentes y visitantes), que tenemos a muy poco tiempo y con un precio del desplazamiento asequible; puede suponer una importante afluencia de turismo experiencial (incluida la gastronomía) de fin de semana en temporada media – baja. A modo de proyecto piloto, se insta a las empresas y entidades a configurar un paquete de turismo experiencial que combine gastronomía y cultura, además del desplazamiento y el alojamiento, de tal manera que pueda ser ofrecido a clientes potenciales a través de los canales correspondientes.
3. Mantener y potenciar los **eventos gastronómicos en Menorca** que llevan a cabo las asociaciones de restauración y otras entidades, porque suponen una interesante oferta en temporada media – baja para los visitantes, y una buena oportunidad para conocer la oferta culinaria por parte de los residentes. Consolidar la Feria Arrels, que es una gran iniciativa, pero se le debería ir dando una dimensión más nacional e internacional, consolidándola como atractivo turístico. Por otra parte, deben organizarse nuevos eventos que conviertan a Menorca en un referente en algunas materias relacionadas con la

gastronomía, y la pongan en el mapa; por ejemplo, en torno a la salsa mahonesa, o sobre el conocimiento, la formación y la cualificación en servicio de sala en restaurantes y hoteles.

4. Llevar a cabo **acciones que mejoren la experiencia del turista** o visitante a través de la gastronomía, básicamente acciones de formación dirigidas a los empresarios y profesionales (mejoras del servicio, marketing y comunicación, diseño, plan de negocio), estructurar la oferta (catálogo de recursos, guías, eventos, experiencias, granjas y espacios de producción alimentaria visitables), potenciar la presencia del producto y la cocina de Menorca en las cartas de restaurantes y hoteles.
5. Continuar y potenciar las **acciones de conocimiento y sensibilización** entre los menorquines, para que conozcan, valoren, amen y prescriban su gastronomía y su producto, en tanto que elementos identitarios y de pertenencia a una cultura y una forma de vida propia. Acciones de estudio, investigación y recuperación del patrimonio culinario, actividades populares de divulgación y sensibilización, presencia en los medios de comunicación locales, avanzar en la introducción de la gastronomía en el sector educativo.
6. Apoyar y favorecer las **actuaciones, proyectos y estrategias integradoras**, que fomenten la calidad, el valor añadido y supongan la unión de esfuerzos entre las empresas, el tejido asociativo (asociaciones de restauración, asociaciones de cocineros, Fra Roger, y otros), las administraciones y los ciudadanos.
7. Potenciar la presencia del recurso turístico gastronómico de Menorca en **internet y redes sociales**, planificando, estructurando, coordinando las actividades que hacen los distintos agentes. Hay que mejorar en el uso de herramientas digitales para ser más eficientes en la promoción, en la gestión y en la creación de nuevas empresas y modelos de negocio.
8. Crear un **Centro de Cultura Gastronómica** en Menorca, que sea el *core* o *hub* de la cultura gastronómica de la isla, que acoja exposiciones, actividades, formación, investigación, centro de documentación, acciones de difusión, etc, pero que irradie su actividad en todo el territorio. Es necesario definir su ubicación, contenidos, promotores, gestores, estructura organizacional y sistema sostenible de financiación.
9. La gastronomía y el turismo gastronómico tienen que representar los **valores** de la isla y del destino, estrechamente ligado a **Menorca como Reserva de Biosfera**, que es el resultado de un esfuerzo colectivo y de una forma de entender la interacción del hombre con el territorio. Hay que avanzar hacia la creación de una **marca "Menorca gastronómica"**, o la unificación de otras existentes, vinculada a la potenciación de los productos gastronómicos locales, de calidad, diferenciados y sostenibles. Podría ser el resultado del desarrollo de la **marca Menorca Reserva de Biosfera** que el Consell Insular de Menorca está implementando.
10. Es necesario celebrar un **encuentro anual**, como continuación, y a modo de **seguimiento**, del Debate de Ses Quarterades, para revisar este documento, las acciones e iniciativas propuestas, y analizar la situación en cada momento y plantear nuevas propuestas de futuro.



Asistentes

Nom i llinatges	Entitat/Empresa
José M.^a de Juan Alonso	KOAN Consulting - World Food Travel Assoc
Miquel Àngel Civera	Assessor 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 Royo	ASCAIB- president
Antònia Bosch	Gerent Sa Cooperativa del Camp – Farmers&Co
Isaac Olives	Director Insular Turisme CIM
David Baret	Baret Consultors – Comunicació
Vero Mullor	Something's Cooking – Comunicació - Farmers&Co
Alfons Méndez	Economista - IME - president Consell Assessor Fra Roger
Miquel Àngel Payeras	Chefs(in), marketing gastronòmic
Ruth Rodríguez	professora cuina Escola Hosteleria M ^a A Cardona
Carlos Sintes	Cercle d'Economia
Antoni Pons	Cercle d'Economia
Josep Borrás	president Fra Roger
Pere Sales	Fra Roger – Organització - hotelier - restaurador
Sonia Sintes	Fra Roger/IME – Organització
Antoni Aguiló	Secretari Fra Roger – Moderador
Antoni Juaneda	Fra Roger – Coordinador - Còmete Menorca



DECLARACIÓN DE SES CUARTERADES
La Promoción Exterior, de la Gastronomía y el Producto de Menorca
ALAIOR, noviembre 2018