

ANY DE NEU ANY DE DÉU

- La cuina del 1789
- Joan Miquel Gomis: “En l'àmbit del turisme, Alella s'ha d'obsessionar per la qualitat”



*Brillaràs amb llum pròpia
en el dia més especial
de la teva vida*

Finca Privada per a les celebracions
més exclusives



MAS DE
SANT LLEÍ

Camí de la Casa Alta, s/n. · Ctra. Granollers a Masnou, Km. 10,5
08410 Vilanova del Vallès · Tel. 93 845 88 22 · Fax 93 845 88 23

www.masdesantllei.com

EDITA
**Associació Cultural
Revista Alella**
ADREÇA
**carrer Eduard Serra i Güell, 2
Aptat. 401 - 08328 Alella**
EMAIL
redaccio@papersdevi.cat
WEB **www.papersdevi.cat**
FACEBOOK
www.facebook.com/papersdevi
TELÈFON **608 88 47 99**
FAX **93 540 07 28**
DIRECTOR DE PUBLICACIONS
Ramon Ruiz
IDEA I DIRECCIÓ
Montse Serra
REDACTOR EN CAP I FOTOGRAFIA
Òscar Pallarès
DIRECCIÓ D'ART I MAQUETACIÓ
Ferran Gras
CORRECCIÓ **Martí Crespo**
HAN COL·LABORAT
EN AQUEST NÚMERO
**Joan Miquel Gomis, Quico
Lluch i Xavi Garcia**
PUBLICITAT **Òscar Pallarès**
654 40 40 43
oscar@papersdevi.cat
COL·LABORACIÓ **2€**
PRODUCCIÓ **RRB**
IMPRESSIÓ **Comràfic**
DIPÒSIT LEGAL **B-47.946-2009**

Sumari

04

La gran nevada del 2010

Galeria fotogràfica. Els elaboradors expliquen com la nevada afectarà les vinyes.

06

Alella s'ha d'obsessionar per la qualitat.

El Pla Estratègic de Turisme d'Alella té com a artèria principal la vinya i el vi. Joan Miquel Gomis, periodista especialitzat en l'àmbit del turisme, analitza en profunditat el pla.

12

La cuina del 1789

Receptes i maridatges.

15

Llibres per Sant Jordi

Quatre llibres complementaris sobre el món del vi.

Creix l'oferta enoturística a la DO Alella

L'empresa Manors and Cellars (www.manorsandcellars.com), ha posat en marxa una sèrie d'iniciatives destinades a promoure l'enoturisme a la DO. A més de tota mena d'activitats personalitzades per a empreses i grups, de manera regular, cada dissabte al matí organitza una passejada per les vinyes, una visita a un celler i, al final, un taller de tast de vins de la zona. Les sortides duren dues hores i costen 15 euros. A més, des de fa unes setmanes, Manors and Cellars obre la seva seu, situada a l'antic celler de Les Quatre Torres (Alella): els divendres i els dissabtes s'hi pot sopar a base de pernills, formatges i foies, s'ofereix una completa carta de vins d'Alella i una selecció de vins d'altres DO.



El CAT de Teià presenta les activitats del 2010

El Centre d'Acollida Turística (CAT) de Teià, vinculat al parc arqueològic Cella Vinària, ha presentat una àmplia oferta d'activitats culturals al voltant del vi i de la romanització. S'han programat una trentena de propostes gratuïtes o de preu reduït, que inclouen espectacles infantils, visites teatralitzades, un taller de cuina romana i un altre d'enologia, l'exposició "Alimentum"... El programa complet es pot descarregar a www.turismecat.cat, on també s'informa sobre el CAT i la Cella Vinària.

Els vins d'Alella a la sèrie "La Riera" de TV3

Els vins de la Denominació d'Origen Alella són els vins de referència de la nova sèrie de TV3 "La Riera", que se situa en una ciutat costanera del Maresme, que vindria a ser Mataró, en el sí d'una família propietària del restaurant Can Riera. Els Alella són els vins de referència de la zona i és per això que han aparegut en diversos capítols. Però el món del vi no serà un fil argumental del serial, ha explicat el coordinador de guions de la sèrie, Francesc Forés. La riquesa de l'univers vinícola s'ha introduït a través del personatge de la Txell, una de les cambres. Amb ella queda oberta la via vinícola i en futurs capítols potser aquesta cambra espavilada es formi estudiant el grau superior de Gestió Comercial i Màrqueting del Vi, un curs que en la vida real s'imparteix per primera vegada a l'Institut d'Alella.



La gran nevada del 2010

Us oferim una galeria d'imatges de l'endemà de la gran nevada del 8 de març del 2010. Els elaboradors de la DO Alella expliquen com la nevada afectarà les vinyes.

Tot i que els serveis meteorològics ho havien advertit, el 8 de març a primera hora de la tarda la neu va agafar gairebé tothom per sorpresa. I el dia 9 al matí, les vinyes oferien un espectacle visual que feia anys que no es veia. Els responsables dels cellers de la DO preguntats per Papers de Vi han coincidit a destacar que la neu només té efectes beneficiosos sobre els ceps, perquè mata les possibles restes de mildium i oïdium que hi podia haver a l'escorça. A més, en fondre's, tota l'aigua es filtra lentament cap al sòl, sense arrossegar sediments com fa la pluja. Ja ho diu la dita: "Any de neu, any de Déu".



FOTOS: ÒSCAR PALLARÈS I XAVI GARCIA





Joan Miquel Gomis: “Alella s’ha d’obsessionar per la qualitat”

El Pla Estratègic de Turisme d’Alella té com a artèria principal la vinya i el vi. És per això que hem encarregat a Joan Miquel Gomis, periodista i professor especialitzat en l’àmbit del turisme, una anàlisi en profunditat del pla, per esbrinar els encerts i les escletxes. Gomis en dissectiona els desafiaments.

A la segona meitat del segle XX, Alella va viure una transformació. Va passar de ser un municipi que tècnicament es podria definir com a turístic residencial a perdre aquest qualificatiu. Fins a mitjan dècada de 1980 acollia un significatiu percentatge de segones residències (de caps de setmana, festius i estius) de famílies amb forts lligams al municipi. Pels seus atractius i la seva posició geoestratègica en relació amb Barcelona, es va acabar transformant en àrea de primera residència i es va invertir la situació, de tal manera que avui són cada vegada més els alellencs que disposen de segona residència fora d’un poble que ha passat de receptor a emissor de turistes en aquest àmbit. En aquesta nova fase, en governs municipals anteriors ja s’havia identificat el turisme com una de les àrees d’interès de l’ajuntament, amb iniciatives

de caràcter local i també coordinades a escala comarcal. Però amb la presentació, l’any 2007, del Pla Estratègic de Desenvolupament Turístic d’Alella, l’equip de govern liderat pel batlle, Andreu Francisco, va fer pública l’aposta prioritària pel turisme com a sector clau. Una aposta que, com a plantejament inicial, secunden totes les forces polítiques. Un bon punt de partida.

El pla estratègic. Des de l’equip de govern, la regidora de Promoció Econòmica i Turisme, Isabel Nonell, explica que el Pla Estratègic de Desenvolupament Turístic es posa en pràctica només amb les modificacions que demana l’evolució dels esdeveniments. La proposta de treball presenta un pla d’accions a implementar des de l’any de la seva presentació, el 2007, fins el 2012. Pràcticament a la meitat d’aquest període, la regidora en fa un balanç positiu, tot i reconèixer que queda encara molt per fer. L’aprovació dels estatuts del Consorci de la Denominació



Joan Miquel Gomis (Alella, 1963) és professor i periodista especialitzat en l’àmbit del turisme, tema sobre el qual ha publicat llibres i nombrosos articles. Actualment és el director del Programa de Turisme dels Estudis d’Economia i Empresa de la UOC. Doctor en Ciències Econòmiques i llicenciat en Ciències de la Informació, va ser responsable de la revista *Editor* del 2000 al 2003. Ha estat redactor de la *Revista Alella* entre els anys 1980 i 1991. Autor dels llibres “Turismo justo, globalización y TIC” (Editorial UOC) i “El nuevo paradigma de la intermediación turística” (amb Lluís de Borja a Editorial Pirámide).

d’Origen (DO) Alella serveix a la regidora d’exemple representatiu de l’evolució dels esdeveniments. Explica que no s’ha creat, com s’havia previst al pla estratègic, un Patronat Municipal de Turisme, perquè s’ha prioritzat aquesta entitat que al llarg del 2010 integrarà els ajuntaments i el Consell Regulador de la DO amb la finalitat de promoure i dinamitzar econòmicament i turísticament aquest territori. Isabel Nonell exposa que un dels objectius que es planteja el consorci de la DO és aconseguir dur a terme, conjuntament amb la Generalitat, un pla de foment per a la promoció turística i econòmica del territori, que pot suposar una inversió de 900.000 euros.

Des de la regidoria de Turisme també es destaca l’aposta per la creació a Can Lleonart de la nova Oficina de Turisme, un centre que s’ha de complementar amb el també nou Centre d’Acollida Turística (CAT) que es comparteix amb el Masnou i Teià. Aquesta oficina local, que es vol integrar a la Xarxa d’Oficines de Turisme

de la Generalitat i que, per tant, haurà de complir una sèrie de requisits, serà una eina bàsica per sensibilitzar i dinamitzar les activitats turístiques al municipi i la rodalia. Sota la nova marca genèrica de "Talent i vinyes" ja es disposa de fulletons informatius que presenten l'oferta turística d'Alella en uns quants idiomes, i aviat estaran disponibles els dedicats a rutes específiques d'interès cultural, com la passejada ja senyalitzada per la Vall de Rials enmig de vinyes o la modernista.

En l'àmbit de la sensibilització s'inclou també la potenciació de les mostres gastronòmiques per revaloritzar, a banda el vi, la cuina i els productes locals, especialment entre els restauradors. En aquesta línia de sensibilització es plantegen accions importants com les negociacions que s'han dut a terme per aconseguir la promoció dels vins d'Alella a la sèrie de TV3 "La Riera", ambientada al Maresme.

Una altra de les accions clau que destaca la regidora en el marc del pla estratègic és la posada en marxa del Cicle Formatiu de Grau Superior de Gestió Comercial i Màrqueting del Vi. La iniciativa pretén vincular els perfils professionals que requereixen els cellers petits i mitjans que treballen a la DO.

■ a partir d'ara? Els desafiaments. Alella és un poble privilegiat per moltes raons: geogràfiques, naturals, socials, econòmiques... Però hi ha un element significatiu: totes les forces polítiques han manifestat el seu acord inicial en l'aposta pel turisme. El consens també és total a considerar el vi com a eix vertebrador d'aquesta proposta. Una elecció oportuna que apel·la directament a un factor identitari com a recurs diferenciador d'una

oferta que s'haurà de presentar en un mercat molt competitiu i sobresaturat de productes i serveis. Una opció que ofereix possibilitats de retroalimentació amb el món de la pagesia i el comerç local, vàlides per dinamitzar l'economia.

En aquest context, amb tot, cal considerar les crítiques de l'oposició a alguns aspectes significatius del pla estratègic (vegeu el requadre) que posen de manifest desacords en qüestions tècniques bàsiques en què seria desitjable el màxim consens polític. Essencialment, les queixes de CiU i Gent d'Alella fan referència a la falta d'informació respecte de la metodologia emprada en l'elaboració del pla i de la manca de participació dels agents implicats, turístics i no turístics. Es tracta d'aspectes tècnics que no haurien de ser difícils de consensuar.

E l consens necessari: gestió i model de turisme. Tal com s'ha plantejat la qüestió des del govern municipal, de manera decidida, l'aposta pel turisme del vi és estratègica. Tots els partits donen suport a aquesta opció. Què cal, doncs? Recuperar el consens en les qüestions bàsiques i pactar els criteris tècnics que s'han de seguir a partir d'ara per concretar i planificar les noves accions. No hauria de ser difícil, perquè les propostes presentades per les forces polítiques són homogènies. Hi ha l'acord de principis bàsics i hauria de ser possible pactar els criteris tècnics que caldrà seguir. En una època tan complexa com l'actual, els ciutadans exigeixen aquest esforç de cooperació en temes estratègics. I aquest ho és.

El pas següent exigiria ampliar aquest consens a la societat civil.



Una eina vàlida per aconseguir-lo pot ser un Patronat Municipal de Turisme en què fossin representades les visions de totes les forces polítiques, els agents econòmics implicats i els veïns. La participació d'aquests darrers és bàsica en processos que han de comptar amb l'opinió i el vot dels ciutadans que, sense interessos directes en el sector turístic, el comerç, els cellers i la pagesia, poden considerar alterada la seva qualitat de vida amb determinats models de desenvolupament. El patronat hauria de sintetitzar tots els punts de vista que hi ha al poble i essencialment conciliar els interessos de la iniciativa privada (normalment amb visió a curt termini) amb els de les polítiques públiques (que han de posar l'accent en la planificació a llarg termini). Tot plegat amb un objectiu clar: vetllar per la sostenibilitat econòmica, social i ambiental de les propostes. I que els seus beneficis siguin identificats com a positius per una àmplia majoria de la població local.

ELS CIUTADANS EXIGEIXEN L'ESFORÇ DE COL·LABORACIÓ DE LES FORCES POLÍTIQUES EN TEMES ESTRATÈGICS



L a interrelació turisme i vi: qualitat i prestigi
Hi ha un cert consens a l'hora de considerar que per a una DO de petites dimensions com la d'Alella, el seu posicionament al mercat és d'una producció limitada, però de gran qualitat. Un punt de vista



creixement en zones de producció de vi com el Penedès. En un mercat molt competitiu on es reproduïxen les ofertes homogènies i repetitives, el segell de la identitat és garantia de diferenciació.

Algunes de les manifestacions amb més atractiu per als visitants, com les Festes de la Verema, van néixer amb vocació de celebració, evidentment oberta, però pensada per a la gent del poble, de consum intern. És important que aquesta visió interna no es perdi, perquè seria com perdre la identitat desnaturalitzant les propostes originàries. I encara més en un poble que presenta un percentatge significatiu de residents encara no prou integrats, a qui el turisme interior pot ajudar a redescobrir les arrels. Alellencs entre els quals hi ha molt de "talent" (al·ludit al lema de la nova marca), que hauria de fer aflorar creant valor per al poble.

qualitat i que treballi amb la idea de diversificar les activitats, aprofitant de manera imaginativa, entre altres coses, el talent que hi resideix. Sense oblidar mai, amb tot, que un dels atractius més apreciats del poble ha estat la tranquil·litat que s'hi respira i que s'hauria de protegir com un bé. Un desafiament especialment crític i que necessita iniciatives creatives com el foment del teletreball per afavorir que el talent que resideix a Alella només hagi de fer els desplaçaments laborals estrictament necessaris. Alella pot fer bandera d'aquesta reivindicació aparentment utòpica avui, però cada vegada amb més adeptes gràcies a l'avenç de les tecnologies.

que té un doble valor. D'una altra banda, posa de manifest el lligam irrenunciable que hi ha entre el sector del vi i el turisme. Amb aquesta aposta, la imatge del turisme del poble va íntimament vinculada a la qualitat dels seus vins i és fonamental que aquests gaudeixin d'un prestigi diferenciador als respectius mercats. Turisme i vi d'Alella tenen un denominador comú: sense capacitat física per a grans produccions, només poden optar per l'excel·lència. Els tècnics han de decidir on situar-la.



FOTO: DEGECE

TURISME I VI D'ALELLA TENEN UN DENOMINADOR COMÚ: NOMÉS PODEN OPTAR PER L'EXCEL·LÈNCIA

Només es pot assolir aquest objectiu a partir de la màxima professionalització en diferents àmbits implicats i la diversificació de les seves dinàmiques: pagesia, comerç, formació, organització d'esdeveniments. Un àmbit que pot actuar també de vertebrador d'activitats complementàries de valor afegit com ho és el Cicle Formatiu de Grau Superior i ho poden ser els seminaris, jornades i cursos especialitzats al voltant de la cultura del vi, que situen el poble a l'eix d'aquest debat.

Identitat: el turisme interior. L'aposta turística d'Alella pel vi apel·la a la seva identitat, una opció que li permet posicionar-se en un segment de mercat específic que aquests darrers anys ha experimentat un significatiu

Excursionistes o turistes? A l'hora de plantejar les polítiques turístiques és bàsic establir la distinció entre visitants i turistes. Una definició tècnicament simple, però fonamental a l'hora de plantejar les estratègies: els visitants no pernocten i els turistes, sí. Tan senzill com això.

El perill del monocultiu. Són nombrosos els casos en què una bona idea s'ha pervertit per un afany de lucre desmesurat. Sobretot en temps de crisi, per manca d'alternatives econòmiques viables s'ha abusat del potencial turístic de determinats territoris especialment madurs, buscant el màxim benefici en detriment de la qualitat dels serveis amb polítiques de baix cost. Els resultats han estat la massificació i el rebuig de la població local respecte al sector i gairebé el monocultiu en turisme. Alguns d'aquests indrets treballen ara en plans estratègics que busquen el contrari que el d'Alella: plantejar alternatives al turisme.

Alella ja és un poble avesat a rebre visitants, especialment en dies festius, que arriben a comprar vi i alguns altres productes, o per festes com les de la Verema. Però més enllà del ja esmentat turisme residencial de la segona meitat del segle XX, no hi ha experiència significativa, tot i la incipient oferta generada amb l'Hotel Porta d'Alella, en turisme amb pernoctació. Aquest és també un tema especialment important, perquè errors de càlcul en aquesta matèria poden tenir efectes nocius. Novament la qualitat, l'especialització i la limitació de l'oferta a les necessitats concretes han de ser el criteris bàsics. La proximitat de Barcelona pot fer atractives

Per això és tan important que Alella s'obsessioni per la



El necessari consens polític

En el moment actual és fonamental planificar a llarg termini i fer-ho sota el lideratge de l'equip de govern municipal amb el màxim consens possible. Tots els partits de l'oposició han manifestat l'acord inicial amb l'aposta del poble pel turisme. On ja no hi ha tant d'acord és en la fórmula necessària per tirar endavant aquestes iniciatives.

Començant pel Pla Estratègic de Turisme, el representant del PP Javier Berzosa entén que el document "ha quedat guardat en un calaix i que caldria recuperar-lo i actualitzar-lo" perquè "Alella ha estat oblidada tradicionalment pels seus governants quant al turisme i la promoció del municipi". Des d'algunes altres formacions polítiques, les crítiques al document són més explícites. Sergi Freixes, del COR, diu respecte al pla: "No em sembla proper a les mancances i problemes implícits de l'activitat comercial del poble. És comú en aquests plantejaments que el que necessita el petit comerciant no s'ajusti amb el que des de les administracions se'ls ofereix". A CiU, Cristina Xatart es queixa que el pla "no respon ni s'adapta a la nostra realitat". Afegeix que en la seva elaboració "no s'han tingut en compte els agents econòmics del poble. No hi ha coordinació, ni es busca crear cap sinergia. El plantejament de l'ajuntament és superficial, basat en models publicitaris allunyats de la nostra realitat". En una línia semblant s'expressa Mercè Marzo, representant de Gent d'Alella, que el qualifica de "document ple de tòpics que serviria per a qualsevol població canviant-ne els titulars. Tant a CiU com a Gent

d'Alella s'insisteix que el document no va ser consensuat amb els actors implicats i no s'ha explicat com es va fer la fase d'anàlisi prèvia, que va permetre després definir les actuacions posteriors".

Malgrat aquestes crítiques, tots les forces polítiques aporten exemples d'idees i accions que posen de manifest també la seva opció pel turisme. Javier Berzosa, del PP, reivindica les propostes que ja figuraven al seu programa electoral de l'any 2007, on es proposava la creació d'un Gestor Municipal d'Experiències Turístiques per crear productes i serveis, entre els quals es destaca la creació d'uns quants tipus de rutes: enoturisme, masies, modernisme... Així mateix, reclama la recuperació immediata del Museu del Vi de Can Magarola i la potenciació de festes com les de la Verema i de l'arròs, a més de l'adequació de les places d'aparcament.

A CiU, Cristina Xatart expressa també l'opció per l'enoturisme, en què identifica un gran potencial al poble "sempre que les coses es facin bé, amb la implicació i complicitat dels agents econòmics interessats. El projecte s'ha de vertebrar des del consens, amb coherència i respecte per la identitat d'Alella i, lògicament, amb l'adequada dotació econòmica".

Sergi Freixes, del COR, considera que des de l'ajuntament "es poden dur a terme moltes iniciatives que dotin el poble de béns i serveis que aportin una activitat comercial i un valor afegit molt positiu".

Però entén que el comerç i el turisme al poble "és molt més que parlar del vi d'Alella, que és la carta de presentació. Cal un compromís constant amb el comerç, des del suport als emprenedors que comencen fins a la publicitat interna/externa o la cohesió del teixit comercial dins els seus límits urbans".

En aquesta línia de suport a les iniciatives privades coincideix també explícitament Mercè Marzo quan afirma que "la realització més important des del punt de vista turístic i cultural d'aquests darrers temps ha estat la restauració de l'espai de les golfes de l'església, una iniciativa 100% privada".

La representant de Gent d'Alella proposa valoritzar "de manera efectiva el patrimoni cultural, des de Gaudí, Ferrer i Guàrdia i l'Escola Moderna. Tenim l'edifici de l'escola Fabra fet per Josep Goday per encàrrec del marquès d'Alella; la torre del Governador, el Rost, una arquitectura singular... aspectes que no apareixen al pla estratègic".



inversions pensades més per complementar l'oferta hotelera de la capital catalana que no en les necessitats turístiques del poble que hauria de ser capaç de poder dimensionar els allotjaments (en el cas que es consideri necessari ampliar-la) per uns objectius específics. Una oferta de turisme rural lligada a la cultura del vi en pot ser un bon exemple.

Planificació: propostes que cal consensuar.

Amb el consens previ, és bàsica la planificació. Un dels elements clau en la planificació turística és el càlcul de la capacitat de càrrega d'una destinació. No fer una estimació mínimament precisa pot tenir repercussions nefastes, com il·lustren nombrosos exemples. S'ha de preveure si la proposta turística d'Alella (qualitativa, especialitzada i dimensionada lluny de la massificació) comportarà grans canvis infraestructurals, més enllà dels que ja posa de manifest el creixement del poble. Convindria una reflexió profunda de les necessitats específiques que les estratègies en aquest camp (tant de visitants com de turistes) requeririen.

Normalment, un pla estratègic de turisme en un territori hauria d'encaixar en un pla estratègic global anterior que definís les prioritats. En el cas d'Alella, la prioritat pel turisme ja s'ha decidit prèviament. El Pla d'Ordenació Urbanística Municipal en marxa té una especial importància en aquest àmbit.

Eficiència de recursos.

Actualment es treballa en unes quantes línies a les quals es dediquen recursos. S'estructura ara mateix el consorci de la DO, es treballa



EL CONSORCI DE LA DO, L'OFICINA DE TURISME LOCAL, EL CENTRE D'ACOLLIDA TURÍSTICA... S'HAURIEN DE DEFINIR CLARAMENT LES FUNCIONS DE CADASCUN



en l'oficina de turisme local, s'ha obert un Centre d'Accollida Turística (CAT) a la demarcació... S'haurien de definir clarament les funcions de cadascun d'aquests organismes per evitar possibles duplicitats de funcions.

És important, per exemple, que les magnífiques instal·lacions del CAT es dotin de continguts coherents. Es tracta d'una intervenció pública, amb una forta inversió, que respon a la filosofia expressada al Pla Estratègic de Turisme de Catalunya (2005-2010) destinada a mostrar als turistes (molts dels quals es passegen amb barrets mexicans sense el més mínim coneixement de la realitat catalana) els valors de la identitat local. En el cas del CAT instal·lat a Teià, per compartir amb el Masnou i Alella, presenta unes particularitats que posen més l'accent en la funció d'interpretació del patrimoni que no en la d'acolliment, considerant que la seva situació no és en una àrea d'alta densitat turística com es troben, per exemple, àrees de l'alt Maresme. La Generalitat hi ha invertit 1,2 milions d'euros i els tres ajuntaments hi han aportat 116.000 euros. És el primer dels deu CAT que es volen construir a tot Catalunya i és una prova pilot que s'haurà d'avaluar amb detall atenent al concepte d'acollida i redefinir clarament els seus objectius com a dinamitzador d'activitats turístiques, acollint esdeveniments que encaixin amb propostes en la línia de la qualitat, professionalització, formació i organització d'esdeveniments, i canalitzant la porta d'entrada a la destinació turística d'Alella.

Tecnologies de la informació. Encara que sigui un capítol per analitzar a la fase final

de l'estructuració d'una oferta turística, és important considerar el paper clau que les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) tenen en la comercialització d'aquests productes i serveis. Avui és possible fer arribar una proposta de qualitat, per específica i local que sigui (com la del vi d'Alella), a qualsevol client interessat de qualsevol part del món. Novament el vincle d'Alella amb Barcelona (un fenomen turístic internacional) pot jugar a favor de l'arribada de visitants o turistes (amb creuers, avions...) amb propostes concretes que vegin el poble com un complement (d'un dia o pocs dies) a la rodalia de la capital catalana. Les TIC permeten segmentar la demanda fins a límits extrems, fent arribar missatges concrets a qualsevol ciutadà del món. Barcelona, una de les marques més valuoses del món, n'és la porta d'arribada.

Desestacionalització.

L'anàlisi del grau d'estacionalització de les activitats d'una destinació també és un element que cal considerar. Les destinacions avui amb més problemes són les que pràcticament en règim de monocultiu han centrat l'oferta en un àmbit sense diversificar amb propostes complementàries. Com en el cas paradigmàtic del madur model de sol i platja, per exemple a l'alt Maresme, les activitats turístiques són estacionals, es concentren a l'estiu. En el cas d'Alella, amb una proposta delimitada i especialitzada, hauria d'aspirar a tenir un grau de desestacionalització alt, repartint els seus visitants durant l'any, amb algun període especial com poden ser les Festes de la Verema.



La cuina del 1789

PRIMER PLAT

COCA DE CEPES AMB CEBA CONFITADA I FOIE

Recepta:

30 grams de pasta de full
1 ceba de Figueres
90 grams de ceps frescos
10 grams d'encenalls de foie

Elaboració:

Couem la pasta de full al forn a uns 170 graus de 5 a 8 minuts aproximadament. D'una altra banda, posem a confitar la ceba tallada a juliana amb oli de gira-sol i espècies (romani, farigola, llozer...). Netegem els ceps, els tallem a dauets petits i els saltem en una paella amb oli d'oliva verge extra, sal i pebre. Un cop tot preparat, posem la coca de base, al damunt la ceba ben escorreguda amb els ceps i més tard hi afegim els encenalls de foie.

Maridatge: Marquès d'Allella Allier

"Es tracta d'un vi gras i untuós, un chardonnay fermentat en barrica, amb cos i que dóna molt volum a la boca. Encaixa molt bé en el conjunt que formen la coca amb la ceba i el foie".



Els germans José Luis i Francisco Aguilar són al capdavant del restaurant allelenc 1789 des de fa 32 anys. Situat a l'antic celler de la masia Can Lleonart, és un dels restaurants més arrelats a la població. En José Luis va esdevenir sommelier el 1985 i, poc després, es va formar com a bàrman en cocteleria clàssica i d'exhibició. En Francisco va estudiar al costat del prestigiós cuiner Josep Lladonosa. La carta de vins del 1789 conté més de cent referències. En Francisco ha preparat per a Papers de Vi un primer plat, un segon i les postres, i en José Luis ha maridat cada plat amb vins de la DO Alella.



SEGON PLAT

ESPATLLA DE CABRIT CONFITADA

Recepta:

1 espatlleta de cabrit de 300 grams a 450 grams
Tot d'espècies (romaní, farigola, llorer, all...)
Oli d'oliva

Elaboració:

Salpebrem l'espatlleta i la daurem en una paella a foc ben viu.
Un cop daurada, la posem a confitar fins que quedi molt tendra, però sense que es desfaci.
Podem guarnir l'espatlleta amb patates de pobre o al caliu, o saltada amb bolets, arròs pilaf...

Maridatge: Alta Alella Parvus Negre

“És una carn tova, amb no gaire força. Per això aquest vi jove elaborat amb syrah, fàcil de beure, l'acompanya molt bé i no predomina sobre el cabrit”.



HOTELS



Av. Sant Mateu, 5-9 · Alella · Tel. 93 540 78 57 · www.hotelportadalella.com

RESTAURANTS



Àngel Guimerà, 1 · Alella · Tel. 93 555 34 55



MASIA
CAN CASALS
Alella

Jaume Rius i Fabra, s/n · Alella
Tel. 93 555 36 46
www.cancasals.com



Àngel Guimerà, 16 · Alella · Tel. 93 540 94 22



Antoni Borrell, 13 · Alella
Tel. 93 540 17 94
www.elnoucandocor.com



Pça. Ajuntament, 8 · Alella · Tel. 93 540 97 70
www.restaurant-laplaza-alella.com



RESTAURANT
LES TERRASSES

Av. Sant Mateu, 5-9 · Alella
Tel. 93 540 78 57
www.hotelportadalella.com



Bar - Restaurant
VIÑALLONGA

Àngel Guimerà, 28 · Alella · Tel. 93 540 01 26



Ctra. Masnou-Granollers km 10,5 · Vilanova del Vallès
Tel. 93 845 88 22 · www.masdesantllei.com

VINATERIES



Riera Fosca, 28-30 · Alella
Tel. 93 540 03 41
www.ciadalella.com



Àngel Guimerà, 30 · Alella
Tel. 93 555 21 41

POSTRES

ESCUMA DE COCO AMB
"CHOCOCRISPIES"

Recepta:

½ litre de polpa de coco
½ litre de nata líquida
Quantitat suficient de sucre de llustre amb toc de vainilla
Quantitat suficient de "chococrispies"

Elaboració:

Posem a escalfar al foc la nata amb el sucre i la polpa de coco sense fer-ho bullir.
Un cop dissolt el sucre, ho reservem a la nevera fins que estigui ben fred.
Un cop fred, ho posem dins el sífó ISI i hi carreguem dues càpsules de gas.
Col·loquem l'escuma dins una copa Martini amb una base prèvia de "chococrispies" i més tard ho cobrim tot amb més "chococrispies". Es pot decorar amb menta, móra, grosella, gerds...



Maridatge:
Marfil Molt Dolç

"El coco és una fruita tropical que fa un contrast molt maco amb la xocolata. Aquest vi és tan dolç que recorda la mel, i la mel lliga molt bé amb la xocolata. Té un punt d'acidesa que li dóna una vivesa extraordinària i el fa molt agradable en combinació amb aquestes postres".

Llibres per Sant Jordi

No és fàcil que apareguin llibres en català sobre el món del vi. Però recentment se n'han publicat uns quants que són, a més a més, complementaris.

Guia de vins de Catalunya. Tast a cegues 2010

Jordi Alcover i Sílvia Naranjo
Editorial Pòrtic,
gener del 2010

Aquesta guia dels periodistes especialitzats Jordi Alcover i Sílvia Naranjo conté més de 1.500 referències de vi de totes les denominacions d'origen catalanes (incloent-hi el cava) i de vi de taula. Però el llibre va més enllà de la voluntat d'orientar el consumidor a l'hora de discernir i triar. En paraules d'Alcover: "No és una simple guia de prescripció, sinó també una eina privilegiada d'anàlisi del vi català."

Els vins de l'Arc Mediterrani

Joan C. Martín
Editorial Pòrtic,
setembre del 2009

L'enòleg Joan C. Martín (València, 1953) publica "Els vins de l'Arc Mediterrani. D'Alacant a Montpeller". Mai abans no s'havia ofert un volum amb informació vinícola d'aquest àmbit geogràfic tan vast. El llibre, amb pròleg de Joan F. Mira, comença amb una informació de caràcter històric, i tot seguit detalla les múltiples denominacions d'origen i de vins terrals

Diccionari del vi i del beure

Joan Maria Romani
Cossetània Edicions,
febrer del 2009

El 1998 el sociolingüista Joan Maria Romani publicava 'Diccionari del vi i del beure' a Edicions de la Magrana. Una dècada després, n'ha publicat una segona edició, corregida i amplada, a Cossetània Edicions. El diccionari compta ara amb més de 2.500 entrades. Té per objectiu divulgar una informació bàsica sobre el complex món del beure: per entendre les etiquetes, les

Catedrals del vi

Raquel Lacuesta
Angle Editorial i
Caixa Manresa,
novembre el 2009

Llibre de regal de 300 pàgines il·lustrat amb 310 fotografies actuals i històriques, de més de seixanta cellers i destil·leries que encara es conserven a Catalunya. Signa el volum la historiadora de l'art Raquel Lacuesta, que diu al pròleg: "És un llibre que recull una bona mostra d'aquella arquitectura d'autor, aixecada fonamental-



Entre les conclusions, els autors valoren la tendència creixent al cultiu integrat, ecològic, biològic i biodinàmic, que suposa "la tendència a tractar el medi de la manera més natural possible". També destaquen la necessitat de cultivar les varietats autòctones. Diuen: "S'accepta la idea general que diu que les varietats autòctones han de ser la base de qualsevol vi català, i les foranes, el complement". Els vins d'Alella queden molt ben posicionats.

d'aquests territoris: "El Llenguadoc: l'herència càtara"; "Catalunya Nord: els vins de l'eternitat"; "Catalunya, país de vinyes"; "País Valencià, el regne dels vins"; "Balears, els vins insulars". Diu Mira: "Joan C. Martín ha tastat prop d'un miler de vins, n'ha pres les notes tècniques en els seus quaderns, i ha fet allò que faria un expert acreditat. Però ha fet més encara: ha encaixat els cellers, les visites, les vinyes i els vins en un context geogràfic, històric i humà, on apareixen amb un nou sentit."

contraetiquetes i les fitxes dels suplementos dominicals; per trobar informació sobre les menes de raïm usades en vinificació; les zones on s'elaboren vins; les begudes espirituoses més habituals; o les cerveses al nostre abast. Aquesta edició inclou un recull temàtic de dites i frases fetes sobre el raïm, el vi i el beure; també vocabulari en anglès, francès i castellà. Un apartat de bibliografia i un altre de webs relacionades amb el vi que es poden trobar a la xarxa.

ment al primer terç del segle XX i escampada per totes les comarques catalanes. No tan sols s'hi parla dels cellers aixecats sota l'impuls dels sindicats i les cooperatives agrícoles, sinó també d'edificis construïts a iniciativa de petits o grans propietaris, alguns d'aquests destinats a destil·leries o a caves de xampany." D'Alella apareix el celler cooperatiu Alella Vinícola. Hi trobem obra de Gaudí, Puig i Cadafalch, Cèsar Martinell i molts d'altres.



TÈCNIC/A SUPERIOR EN GESTIÓ COMERCIAL I MÀRQUETING ENOLÒGIC

(adaptació curricular del cicle formatiu de grau superior Gestió comercial i màrqueting)

QUÈ ÉS?

És un ensenyament reglat orientat al món del vi que capacita l'estudiant per a la incorporació qualificada al món laboral. Proporciona els coneixements necessaris en matèries de comerç i màrqueting enològics, enoturisme, elaboració de vins i cultura vitivinícola per a professionals del sector.

MATRÍCULA

IES ALELLA

Bosquet, 7 · Alella

93 540 31 10

www.xtec.es/iesalella/

iesalella@xtec.cat

Pràctiques a Can Magarola i cellers de la DO Alella

**PERÍODE DE PREINSCRIPCIÓ
DEL 25 MAIG AL 4 DE JUNY**



Generalitat de Catalunya
Departament d'Educació



AJUNTAMENT D'ALELLA



Institut d'Educació
Secundària d'Alella

