

**Manifest i documents
de compromís**

**Manifiesto y documentos
de compromiso**

**Manifesto e documenti
di impegno**

**Manifesto and Commitment
documents**



ÍNDEX | ÍNDICE | INDICE | INDEX

 MANIFEST “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”	3
 MANIFIESTO “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”	4
 MANIFESTO “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”	5
 MANIFESTO “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”	6
 DOCUMENT DE COMPROMÍS “Gastronomia, Sostenibilitat i Espais Naturals”	8
 DOCUMENTO DE COMPROMISO “Gastronomía, Sostenibilidad y Espacios Naturales”	11
 DOCUMENTO DI IMPEGNO “Gastronomia, Sostenibilità e Spazi Naturali”	13
 COMMITMENT DOCUMENT “Gastronomy, Sustainability, and Natural Spaces”	15
 DOCUMENT DE COMPROMÍS “Residuo 0 en Gastronomía”	17
 DOCUMENTO DE COMPROMISO “Residuo 0 en Gastronomía”	18
 DOCUMENTO DI IMPEGNO “Residuo 0 in Gastronomia”	19
 COMMITMENT DOCUMENT “Zero Waste in Gastronomy”	19
 Restauració col·lectiva. Oportunitats des de la gastronomia	21
 Restauración colectiva. Oportunidades desde la gastronomía	25
 Ristorazione collettiva. Opportunità dalla gastronomia	28
 Collective restoration. Opportunities from Gastronomy	31
 La sostenibilitat imposa la seva urgència a altres tendències	35
 La sostenibilidad impone su urgencia a otras tendencias	36
 La sostenibilità impone la sua urgenza ad altre tendenze	37
 Sustainability imposes its urgency on other trends	38
 DOCUMENT DE COMPROMÍS “Reptes i oportunitats per a la generació i transmissió del coneixement gastronòmic-científic aplicat a les escoles de cuina”	40
 DOCUMENTO DE COMPROMISO “Retos y oportunidades para la generación y transmisión del conocimiento gastronómico-científico aplicado a las escuelas de cocina”	41
 DOCUMENTO DI IMPEGNO “Sfide e opportunità per la generazione e la trasmissione della conoscenza gastronomica-scientifica applicata alle scuole di cucina”	42
 COMMITMENT DOCUMENT “Challenges and Opportunities for the Generation and Transmission of Gastronomic-Scientific Knowledge Applied to Culinary Schools”	43
 Projecte Oli i Cuina. La cuina com a eina per potenciar la investigació i el consum de l'oli d'oliva	45
 Proyecto Aceite y Cocina. La cocina como herramienta para potenciar la investigación y el consumo del aceite de oliva	49
 Progetto Olio e Cucina. La cucina come strumento per potenziare la ricerca e il consumo dell'olio d'oliva	53
 Project Olive Oil and Cuisine Cooking as a tool to enhance research and consumption of olive oil	56
 La utilitat de les delegacions	59
 La utilidad de las delegaciones	61
 L'utilità delle delegazioni	63
 The Utility of Delegations	65
 El futur de la pastisseria	67
 El futuro de la pastelería	69
 Il futuro della pasticceria	71
 The Future of Pastry	73
 DOCUMENT DE COMPROMÍS “Mapa gastronòmic”	75
 DOCUMENTO DE COMPROMISO “Mapa gastronómico”	78
 DOCUMENTO DI IMPEGNO “Mappa gastronomica”	81
 COMMITMENT DOCUMENT “Gastronomic map”	84
 Restauració a la ciutat de Barcelona. Eix transversal: sostenibilitat	87
 Restauración en la ciudad de Barcelona. Eje transversal: sostenibilidad	89
 Ristorazione nella città di Barcellona. Asse trasversale: sostenibilità	90
 Restoration in the City of Barcelona. Transversal Axis: sustainability	91

MANIFEST “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”



Reunits a Barcelona, professors, xefs, investigadors, comunicadors i experts de tot el món que en les últimes dècades hem contribuït a la comprensió i innovació de la gastronomia des de les nostres diferents disciplines, en el marc del Science & Cooking World Congress Barcelona 2019 que s'ha celebrat a l'Aula Magna de l'Edifici Històric de la Universitat de Barcelona els dies 4, 5 i 6 de març dins de les activitats del III Congrés Català de la Cuina 2018-2019,

Acordem

Redactar aquest manifest dirigit al sector econòmic de l'alimentació i la gastronomia, a l'administració, als responsables educatius i a la societat en general, per establir els principis bàsics d'una nova disciplina o àmbit de coneixement que en els últims anys ha pres forma.

1. La cuina és una activitat essencial per als humans, que els distingeix dels altres animals i que és necessària per a tots els aspectes de la seva alimentació i benestar.
2. La cuina, per la seva pròpia naturalesa, evoluciona contínuament per adaptar-se als canvis socials, econòmics, ètics i d'estil de vida.
3. La ciència és fonamental per generar nou coneixement i la ciència, aplicada a la cuina, afavoreix la innovació culinària.
4. El propòsit de la cuina és modificar els aliments perquè siguin més adequats per a l'home: “bons per menjar”, “bons per pensar” i “bons per a la salut”.
5. Aquests conceptes de “bo” no es poden reduir a la interpretació de conceptes aïllats, presents en altres ciències. Cada vegada és més necessària una visió pròpia nascuda d'una mirada holística de tot allò que es relaciona amb la cuina.
6. La formació superior professional o universitària ha d'incorporar nous coneixements culinaris basats en l'evidència científica en els programes i les activitats vinculats a la cuina.

7. Per tot això, la Gastronomia Científica, entesa com a ciència culinària i gastronòmica, ha de ser considerada una disciplina nova i independent, amb els seus propis paradigmes, però que es relacioni amb altres ciències de manera constructiva.
8. Les administracions han d'incorporar aquesta nova realitat en la planificació dels programes de formació, d'investigació i de promoció de la innovació, amb total equivalència amb la resta d'àmbits o àrees de coneixement reconegudes.
9. La innovació culinària dins l'àmbit professional i la creació de doctorats específics en l'àmbit de l'educació superior han de ser potenciades com a finalitats d'aquest procés de normalització.
10. La Gastronomia Científica propugna els 17 objectius de desenvolupament sostenible proposats per les Nacions Unides, especialment els valors globals de sostenibilitat, responsabilitat social i humanitat.

Pertot això anteriorment indicat, els promotors del present manifest acordem treballar conjuntament i cooperativament perquè aquesta nova disciplina, la Gastronomia Científica, sigui promoguda i difosa a través de tot tipus d'activitats. També, per tal de dur a terme un seguiment periòdic de l'evolució d'aquests objectius, s'acorda crear un congrés de "Science and Cooking" periòdic i un òrgan de seguiment que actui com a observatori permanent denominat "Barcelona Observatory on Science and Cooking".

Barcelona, 6 de març de 2019

MANIFIESTO "SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019"



Reunidos en Barcelona, profesores, chefs, investigadores, comunicadores y expertos de todo el mundo que en las últimas décadas hemos contribuido a la comprensión e innovación de la gastronomía desde nuestras diferentes disciplinas, en el marco del Science & Cooking World Congress Barcelona 2019 que se ha celebrado en el Aula Magna del Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona los días 4 al 6 de marzo, dentro de las actividades del III Congreso Catalán de la Cocina 2018-2019,

Acordamos

Redactar este manifiesto dirigido al sector económico de la alimentación y la gastronomía, a la administración, a los responsables educativos y a la sociedad, en general, para establecer los principios básicos de una nueva disciplina o ámbito de conocimiento que en los últimos años ha tomado forma.

1. La cocina es una actividad esencial para el ser humano, que lo distingue de los otros animales y que es necesaria para todos los aspectos de su alimentación y bienestar.
2. La cocina, por su propia naturaleza, evoluciona continuamente para adaptarse a los cambios sociales, económicos, éticos y de estilo de vida.
3. La ciencia es fundamental para generar nuevo conocimiento y la ciencia, aplicada a la cocina, favorece la innovación culinaria.
4. El propósito de la cocina es modificar los alimentos para que sean más adecuados para el hombre: "buenos para comer", "buenos para pensar" y "buenos para la salud".
5. Estos conceptos de "bueno" no se pueden reducir a la interpretación de conceptos aislados, presentes en otras ciencias. Cada vez es más necesaria una visión propia nacida de una mirada holística de todo lo relacionado con la cocina.
6. La formación superior profesional o universitaria debe incorporar nuevos conocimientos culinarios basados en la evidencia científica en los programas y actividades vinculados a la cocina.

7. Por todo ello, la Gastronomía Científica, entendida como ciencia culinaria y gastronómica, debe ser considerada una disciplina nueva e independiente, con sus propios paradigmas, que se relaciona con otras ciencias de manera constructiva.
8. Las administraciones deben incorporar esta nueva realidad en la planificación de los programas de formación, de investigación y de promoción de la innovación, con total equivalencia al resto de ámbitos o áreas de conocimiento reconocidas.
9. La innovación culinaria dentro del ámbito profesional y la generación de doctorados específicos, en el ámbito de la educación superior, deben ser potenciadas como finalidades de este proceso de normalización.
10. La Gastronomía Científica, propugna los 17 objetivos de desarrollo sostenible propuestos por Naciones Unidas, en especial los valores globales de sostenibilidad, responsabilidad social y humanidad.

Por todo lo anteriormente indicado, los promotores del presente manifiesto acuerdan trabajar conjunta y cooperativamente para que esta nueva disciplina, la Gastronomía Científica, sea promovida y difundida a través de todo tipo de actividades. Asimismo, para realizar un seguimiento periódico de la evolución de estos objetivos se acuerda la creación de congresos de “Science and Cooking” periódicos y la creación de un órgano de seguimiento que actúe como observatorio permanente denominado “Barcelona Observatory on Science and Cooking”.

Barcelona, 6 de marzo de 2019

MANIFESTO “SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019”



Noi professori, chef, ricercatori, comunicatori ed esperti provenienti da tutto il mondo, che negli ultimi decenni abbiamo contribuito alla comprensione ed all'innovazione della gastronomia procedendo dalle nostre diverse discipline, nell'ambito dello Science & Cooking World Congress Barcelona 2019, che si è tenuto nell'Aula Magna dell'Edificio Storico dell'Università di Barcellona nei giorni 4, 5 e 6 marzo nell'ambito delle attività del III Congresso Catalano della Cucina 2018-2019,

Concordiamo

Di redigere questo manifesto, rivolto al settore economico dell'alimentazione e della gastronomia, all'amministrazione pubblica, ai responsabili dell'istruzione e alla società in generale, per stabilire i principi fondamentali di una nuova disciplina o campo del sapere che negli ultimi anni ha preso forma.

1. La cucina è un'attività essenziale per l'uomo, che lo distingue dagli altri animali e che è necessaria per tutti gli aspetti della sua alimentazione e del suo benessere.
2. La cucina, per sua stessa natura, evolve continuamente per adattarsi ai cambiamenti sociali, economici, etici e di stile di vita.
3. La scienza è fondamentale per generare nuova conoscenza e la scienza, applicata alla cucina, favorisce l'innovazione culinaria.
4. Lo scopo della cucina è modificare gli alimenti per renderli più adatti all'uomo: “buoni da mangiare”, “buoni per pensare” e “buoni per la salute”.
5. Questi concetti di “buono” non si possono ridurre all'interpretazione di concetti isolati, presenti in altre scienze. E' sempre più necessaria un'impostazione autonoma, che nasce da una visione olistica di tutto ciò che è legato alla cucina.
6. La formazione superiore professionale o universitaria deve introdurre le nuove conoscenze culinarie, basate sull'evidenza scientifica, nei loro programmi di insegnamento e nelle loro attività inerenti alla gastronomia.

7. Per tutto ciò, la Gastronomia Scientifica, intesa come scienza culinaria e gastronomica, deve essere considerata una disciplina nuova e indipendente, con paradigmi propri, ma che si relaziona con le altre scienze in modo costruttivo.
8. Le amministrazioni devono incorporare questa nuova realtà nella pianificazione dei programmi di formazione, di ricerca e di promozione dell'innovazione, con totale equivalenza agli altri ambiti o aree disciplinari ufficialmente riconosciuti.
9. L'innovazione culinaria nell'ambito professionale e la creazione di dottorati specifici, nell'ambito dell'istruzione superiore, devono essere potenziate ai fini di questo processo di normalizzazione.
10. La Gastronomia Scientifica sostiene i 17 principi di sviluppo sostenibile proposti dalle Nazioni Unite, in particolare i valori globali di sostenibilità, responsabilità sociale e umanità.

Per tutto quanto fin qui dichiarato, i promotori del presente manifesto concordano di collaborare e cooperare affinché questa nuova disciplina, la Gastronomia Scientifica, venga promossa e diffusa attraverso ogni tipo di attività. Per effettuare un monitoraggio periodico dell'evoluzione di questi obiettivi, si concorda l'organizzazione periodica di congressi di "Science and Cooking" e la creazione di un organo di monitoraggio che agisca come osservatorio permanente, denominato "Barcelona Observatory on Science and Cooking".

Barcelona, 6 marzo 2019

MANIFESTO "SCIENTIFIC GASTRONOMY BARCELONA 2019"



Professors, chefs, researchers, communicators and experts from all over the world who in the last decades have contributed to the understanding and innovation of gastronomy from our different disciplines, gathered in Barcelona within the framework of the Science & Cooking World Congress Barcelona 2019, that has been held in the Aula Magna of the Historical Building of the University of Barcelona on March 4-6 within the activities of the III Congrés Català de la Cuina 2018-2019,

Agree to

Write this manifesto addressed to the economic sector of food and gastronomy, to the administration, to those responsible for education and to society in general, in order to establish the basic principles of a new discipline or field of knowledge that in recent years has taken shape.

1. Cooking is an essential activity of humans, that distinguishes them from other animals and is necessary for all aspects of their feeding and welfare.
2. Cooking, by its very nature, continually evolves to adapt to social, economic, ethical and lifestyle changes.
3. Science is fundamental to generate new knowledge and favors culinary innovation when applied to cooking.
4. The purpose of cooking is to modify the food to make it more suitable for man: "good to eat", "good to think" and "good for health".
5. These concepts of "good" cannot be reduced to the interpretation of isolated concepts, present in other sciences. There is a growing need for a cooking own vision arising from a holistic view of everything related to this discipline.
6. Higher professional or university education should incorporate new culinary knowledge based on scientific evidence in programs and activities related to cooking.
7. For all these reasons, Scientific Gastronomy, understood as culinary and gastronomic science, should be considered a new and independent discipline, with its own paradigms, but related to other sciences in a constructive way.
8. Administrations should incorporate this new reality into the planning of training, research and innovation promotion

programs, with total equivalence to the rest of recognized fields or areas of knowledge.

9. Culinary innovation within the professional sphere and the creation of PhD specific programs in the field of higher education should be strengthened as goals of this normalization process.
10. Scientific Gastronomy advocates the 17 sustainable development objectives proposed by the United Nations, especially the global values of sustainability, social responsibility and humanity.

For all this previously stated, the promoters of this manifesto, agree to work together and cooperatively so that this new discipline, Scientific Gastronomy, is promoted and disseminated through all kinds of activities. Also, in order to periodically monitor the evolution of these objectives, it is agreed to create a periodic Science and Cooking conference and a monitoring body that acts as a permanent observatory called "Barcelona Observatory on Science and Cooking".

Barcelona, March 6th 2019



DOCUMENT DE COMPROMÍS

“Gastronomia, Sostenibilitat i Espais Naturals”



La cuina com a eina per protegir els espais naturals



Reunits a Barcelona, una comissió d'experts sota la coordinació de Xavier Roget (assessor de Cultura i Turisme de la Xarxa de Parcs Naturals, Diputació de Barcelona) i Juan Martín (coordinador I+D i Medi Ambient d'Aponiente), en el marc de la 4a edició del Science & Cooking World Congress Barcelona celebrat a l'Edifici Històric de la Universitat de Barcelona del 13 al 15 de novembre del 2023,

Acordem

Redactar aquest **document de compromís**, vinculat al Congrés [annex al manifest “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigit al sector econòmic de l'alimentació, la distribució i la gastronomia, a l'administració pública, als responsables educatius i a la societat en general, per establir criteris de conservació dels espais naturals amb la gastronomia com a instrument de suport i cooperació.

1. Els espais naturals són indispensables per a la subsistència d'una gastronomia sostenible.
2. La conservació dels espais naturals s'ha de basar en els conceptes següents:
 - Preservar i, si és possible, augmentar el capital natural i cultural que atresoren.
 - Identificar i posar en valor els béns i serveis ecosistèmics que generen.
 - Implicar la població local en la seva conservació, manteniment i gestió.
 - Afavorir els aprofitaments tradicionals, respectuosos i compatibles amb el medi ambient.
 - Entendre la gastronomia com a eina cap a la conservació, la conscienciació i la valorització dels recursos i hàbitats naturals, des de la perspectiva de la Salut Global.
3. La cultura gastronòmica ha de salvaguardar i promoció els valors i el patrimoni natural.
4. La cuina ha de defensar i promoció els productors locals tradicionals respectuosos amb el patrimoni natural i fer-ne difusió a les cartes dels restaurants, formant part del relat enogastronòmic.
5. La gastronomia ha de posar l'accent en la natura, en la defensa dels productes biològics, ecològics i locals.

6. La cuina ha de fer ús de la identitat socioecosistèmica del territori i afavorir la conservació i la potenciació del patrimoni natural.
7. La tornada a l'origen (tradicions, sabers, sabors) diferencia la cuina del present i augura un futur millor.

D'aquesta manera, proposem les accions següents:

Des de la cuina i la restauració:

1. Els cuiners han de procurar comprar en mercats locals, cuinar productes de temporada i respectar vedes, talles mínimes i espècies amenaçades.
2. Els cuiners han de promoure campanyes puntuals de consum de carn, peix, marisc, llegums, hortalisses, fruita i verdura local, de proximitat, amb mínimes externalitats ambientals, desenvolupant receptes saludables i saboroses.
3. Els cuiners han de intentar evitar els anomenats “menús infantils” i poden promoure certes “aventures gastronòmiques” per als més petits que fomentin la seva cultura i la seva estima pel medi ambient i per la seva salut.
4. Valorar la importància estratègica que té el personal de sala en la restauració, ja que són les persones que comuniquen al client el “relat” de la sinergia entre el producte – productor, la cultura gastronòmica i el patrimoni natural que els acull (visió sistèmica).

Des de la distribució:

5. Establir mecanismes de col·laboració amb empreses de distribució alimentària que fomentin la instal·lació de parades o “corners” de productes locals, reduir els envasos de plàstics i substituir-los per materials biodegradables.
6. Catalogar i divulgar exemples de bones pràctiques i projectes en curs de distribució de producte de proximitat, tant d'ONG com d'administracions públiques.

Des de les administracions públiques i la gestió dels espais naturals protegits:

7. Fomentar l'adhesió dels restauradors i hotelers situats en entorns d'espais naturals protegits a la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS), on s'incorporen altres vectors de sostenibilitat, com el tractament de residus, gestió energètica sostenible, xarxes locals de reutilització d'excedents, bancs locals d'aliments...
8. Promoure xarxes de productors locals vinculats a un espai natural protegit que promoguin productes turístics als parcs basats en la cooperació entre productors i restauradors.
9. Buscar els suports necessaris tant d'organitzacions no governamentals com de governs locals, regionals i estatals que generin la cooperació entre productors i restauradors. En aquest sentit, el programa “Parc a taula” sembla una bona estratègia a reproduir en altres territoris que la vulguin desenvolupar.

Des de la formació, la sensibilització ambiental i la divulgació:

10. El sector de l'alimentació (restaurants, bars, mercats, botigues alimentàries, etc.) ha de contribuir a la difusió formativa d'aquesta visió. Per exemple, les cartes dels restaurants poden incorporar una introducció explicant el vincle que han creat amb productors locals i la conservació del seu territori.
11. Aprofitar les estructures i els canals de comunicació gastronòmica existents que permetin visualitzar l'impacte positiu de la restauració amb compromís social i ecològic sobre els espais naturals.
12. Desenvolupar catàlegs de restaurants adscrits a compromisos de conservació d'espais naturals protegits.
13. Incorporar als plecs de condicions per a la concessió dels serveis de restauració d'equipaments públics (escoles,

hospitals...) la necessitat d'utilitzar productes ecològics i locals sempre que sigui possible, catalogant exemples de bones pràctiques i difonent-les.

14. Col·laborar en la creació de recursos didàctics basats en la cultura gastronòmica local com a vector de difusió per a escoles, instituts (nutrició, horts escolars, incorporació de productes singulars en el menú escolar, visites d'alumnes a productors, projectes d'investigació gastronòmica...)
15. Sol·licitar a l'administració o als gestors privats que incorporin en els programes curriculars de les escoles de cuina i hostaleria, formació nutricional i coneixement de les funcions ecosistèmiques dels seus espais naturals més propers, així com dels productors locals del seu entorn.
16. Demanar al SCWC que disposi d'un grup de cuiners/es i comunicadors/es de prestigi internacional que puguin donar visibilitat a aquest document de compromís, així com comunicar aquest "relat" de corresponsabilitat en la Salut Global (naturalesa-éssers humans).
17. Incorporar gestors d'espais naturals protegits en el grup de treball de Cuiners per la Sostenibilitat.

Per tot això indicat anteriorment, els promotors del present document de compromís acorden treballar de manera conjunta i cooperativa per plantejar mesures d'acció que minimitzin la degradació dels espais naturals i posin la gastronomia al servei de tots els objectius esmentats.

Document presentat en el 4t SCWC Barcelona el 15 de novembre del 2023



DOCUMENTO DE COMPROMISO



“Gastronomía, Sostenibilidad y Espacios Naturales”

La cocina como herramienta para proteger los espacios naturales

Reunidos en Barcelona, una comisión de expertos bajo la coordinación de Xavier Roget (asesor de Cultura y Turismo de la Xarxa de Parcs Naturals, Diputació de Barcelona) y Juan Martín (coordinador I+D y Medio Ambiente de Aponiente), en el marco de la 4.ª edición del Science & Cooking World Congress Barcelona que se ha celebrado en el Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona del 13 al 15 de noviembre del 2023,

Acordamos

Redactar este **documento de compromiso**, ligado al Congreso (anexo al manifiesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigido al sector económico de la alimentación, la distribución y la gastronomía, a la administración pública, a los responsables educativos y a la sociedad en general, para establecer criterios de conservación de los espacios naturales con la gastronomía como instrumento de apoyo y cooperación.

1. Los espacios naturales son imprescindibles para la subsistencia de una gastronomía sostenible.
2. La conservación de los espacios naturales se debe basar en los siguientes conceptos:
 - Preservar y, en lo posible, aumentar el capital natural y cultural que atesoran.
 - Identificar y poner en valor los bienes y servicios ecosistémicos que generan.
 - Implicar a la población local en su conservación, mantenimiento y gestión.
 - Favorecer los aprovechamientos tradicionales, respetuosos y compatibles con el medio ambiente.
 - Entender la gastronomía como herramienta hacia la conservación, la concienciación y la valorización de los recursos y hábitats naturales, desde la perspectiva de una Salud Global.
3. La cultura gastronómica debe salvaguardar y promocionar los valores y el patrimonio natural.
4. La cocina tiene que defender y promocionar a los productores locales tradicionales respetuosos con el patrimonio natural y hacer difusión de ello en las cartas de los restaurantes, formando parte del relato enogastronómico.
5. La gastronomía debe poner el foco en la naturaleza, en la defensa de los productos biológicos, ecológicos y locales.
6. La cocina debe aprovechar la identidad socio-ecosistémica del territorio y favorecer la conservación y la potenciación del patrimonio natural.
7. La vuelta al origen (tradiciones, saberes, sabores) diferencia la cocina del presente y augura un futuro mejor.

De esta manera, proponemos las siguientes acciones:

Desde la cocina y la restauración:

1. Los cocineros deben procurar comprar en mercados locales, cocinar productos de temporada y respetar vedas, tallas mínimas y especies amenazadas.
2. Los cocineros deben promover campañas puntuales de consumo de carne, pescado, marisco, legumbres, hortalizas, fruta y verdura local de proximidad, con mínimas externalidades ambientales, desarrollando recetas saludables y sabrosas.
3. Los cocineros deben intentar evitar los llamados “menús infantiles”, pudiendo promover ciertas “aventuras gastronómicas” para los más pequeños que fomenten su cultura, su aprecio por el medio ambiente y por su salud.
4. Valorizar la importancia estratégica que tiene el personal de sala en la restauración, dado que será la persona que comunique al cliente el “relato” de la sinergia entre el producto – productor, la cultura gastronómica y el patrimonio natural que las acoge (visión sistémica).

Desde la distribución:

5. Establecer mecanismos de colaboración con empresas de distribución alimentaria que fomenten la instalación de puestos de venta o “corners” de productos locales, reducir los envases plásticos y sustituirlos por materiales biodegradables.
6. Catalogar i divulgar ejemplos de buenas prácticas i proyectos en curso de distribución de producto de proximidad, tanto de ONG como de administraciones públicas.

Desde las administraciones públicas y la gestión de los espacios naturales protegidos:

7. Fomentar la adhesión de los restauradores y hoteleros ubicados en entornos de espacios naturales protegidos a la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), donde se incorporan otros vectores de sostenibilidad, como el tratamiento de residuos, gestión energética sostenible, redes locales de reutilización de excedentes, bancos locales de alimentos...
8. Promover redes de productores locales vinculados a un espacio natural protegido que promuevan productos turísticos en los parques basados en la cooperación entre productores y restauradores.
9. Buscar los apoyos necesarios tanto de organizaciones no gubernamentales como de gobiernos locales, regionales y estatales que generen la cooperación entre productores y restauradores. En este sentido, el programa “Parc a taula” parece una buena estrategia a reproducir en otros territorios que la quieran desarrollar.

Desde la formación, la sensibilización ambiental y la divulgación:

10. El sector de la alimentación (restaurantes, bares, mercados, tiendas alimentarias etc.) debe contribuir a la difusión formativa de esta visión. Por ejemplo, las cartas de los restaurantes pueden incorporar una introducción explicando el vínculo que han creado con productores locales y la conservación de su territorio.
11. Aprovechar las estructuras y canales de comunicación gastronómica existentes que permitan visibilizar el impacto positivo de la restauración con compromiso social y ecológico sobre los espacios naturales.
12. Desarrollar catálogos de restaurantes adheridos a compromisos de conservación de espacios naturales protegidos.
13. Incorporar en los pliegos de condiciones para la concesión de los servicios de restauración de equipamientos públicos (escuelas, hospitales...) la necesidad de utilizar productos ecológicos y locales siempre que esto sea posible, catalogando ejemplos de buenas prácticas y difundíendolas.
14. Colaborar en la creación de recursos didácticos basados en la cultura gastronómica local como vector de difusión para escuelas, institutos (nutrición, huertos escolares, incorporación de productos singulares en el menú escolar, visitas de alumnos a productores, proyectos de investigación gastronómica...).
15. Solicitar a la administración o a los gestores privados que incorporen en los programas curriculares de las Escuelas de cocina y hostelería, formación nutricional y conocimiento de las funciones ecosistémicas de sus espacios naturales más próximos, así como de los productores locales de su entorno.
16. Pedir al SCWC que pueda disponer de un grupo de cocineros/as y comunicadores/as de prestigio internacional que puedan dar visibilidad a este documento de compromiso, así como comunicar este “relato” de corresponsabilidad en la salud global (naturaleza-seres humanos).
17. Incorporar a gestores de espacios naturales protegidos en el grupo de trabajo de Cocineros por la Sostenibilidad.

Por todo lo anteriormente indicado, los promotores del presente documento de compromiso, acuerdan trabajar conjunta y cooperativamente para que se planteen medidas de acción destinadas a minimizar la degradación de los espacios naturales y poner la gastronomía al servicio de todos los objetivos mencionados.

Documento presentado en el 4 SCWC Barcelona el 15 noviembre de 2023



DOCUMENTO DI IMPEGNO

“Gastronomia, Sostenibilità e Spazi Naturali”

La cucina come strumento per proteggere gli spazi naturali

Riuniti a Barcellona, una commissione di esperti sotto la coordinazione di Xavier Roget (consulente per la Cultura e il Turismo della Xarxa de Parcs Naturals, Diputació de Barcelona) e Juan Martín (Coordinatore R&S e Ambiente di Aponiente), nel contesto della 4a edizione del Science & Cooking World Congress Barcelona svoltosi nell'Edificio Storico dell'Università di Barcellona dal 13 al 15 novembre 2023,

Concordiamo

Di redigere questo **documento di impegno**, legato al Congresso (allegato al “Manifesto sulla Gastronomia Scientifica di Barcellona 2019”), rivolto al settore economico dell'alimentazione, della distribuzione e della gastronomia, alla pubblica amministrazione, ai responsabili educativi e alla società in generale, al fine di stabilire criteri di conservazione degli spazi naturali con la gastronomia come strumento di sostegno e cooperazione.

1. Gli spazi naturali sono essenziali per la sussistenza di una gastronomia sostenibile.
2. La conservazione degli spazi naturali dovrebbe basarsi sui seguenti concetti:
 - Preservare e, se possibile, aumentare il capitale naturale e culturale che custodiscono.
 - Identificare e valorizzare i beni e i servizi ecosistemici che generano.
 - Coinvolgere la popolazione locale nella loro conservazione, manutenzione e gestione.
 - Favorire gli usi tradizionali, rispettosi e compatibili con l'ambiente.
 - Comprendere la gastronomia come strumento per la conservazione, la sensibilizzazione e la valorizzazione delle risorse e degli habitat naturali, dal punto di vista della salute globale.
3. La cultura gastronomica deve salvaguardare e promuovere i valori e il patrimonio naturale.
4. La cucina deve difendere e promuovere i produttori locali tradizionali rispettosi del patrimonio naturale e farne divulgazione nei menu dei ristoranti, facendone parte del racconto enogastronomico.
5. La gastronomia deve concentrarsi sulla natura, difendendo prodotti biologici, ecologici e locali.
6. La cucina deve sfruttare l'identità socio-ecosistemica del territorio e favorire la conservazione e l'incremento del patrimonio naturale.
7. Il ritorno alle origini (tradizioni, saperi, sapori) differenzia la cucina attuale e prefigura un futuro migliore.

In questo modo, proponiamo le seguenti azioni:

Dalla cucina e dalla ristorazione:

1. I cuochi dovrebbero cercare di acquistare nei mercati locali, cucinare prodotti di stagione e rispettare le restrizioni alla pesca, le taglie minime e le specie minacciate.
2. I cuochi dovrebbero promuovere campagne occasionali per il consumo di carne, pesce, frutti di mare, legumi, verdure, frutta e verdura locali, a chilometro zero, con impatti ambientali minimi, sviluppando ricette salutari e gustose.
3. I cuochi dovrebbero cercare di evitare i cosiddetti “menu per bambini” e invece promuovere alcune “avventure gastronomiche” per i più piccoli che incoraggino la loro cultura, il loro amore per l'ambiente e per la propria salute.
4. Valorizzare l'importanza strategica del personale di sala nella ristorazione, poiché sarà la persona che comunicherà al cliente il “racconto” della sinergia tra prodotto-produttore, cultura gastronomica e patrimonio naturale che li accoglie (visione sistemica).

Dalla distribuzione:

5. Stabilire meccanismi di collaborazione con le aziende di distribuzione alimentare che favoriscano l'installazione di bancarelle o "corner" di prodotti locali, riducendo l'uso di imballaggi in plastica e sostituendoli con materiali biodegradabili.
6. Catalogare e divulgare esempi di buone pratiche e progetti in corso di distribuzione di prodotti locali, sia da ONG che da amministrazioni pubbliche.

Dalle amministrazioni pubbliche e dalla gestione delle aree naturali protette:

7. Favorire l'adesione dei ristoratori e degli albergatori situati nelle aree naturali protette alla Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS), che include altri vettori di sostenibilità come il trattamento dei rifiuti, la gestione energetica sostenibile, le reti locali di riutilizzo degli avanzi, le banche locali del cibo...
8. Promuovere reti di produttori locali legati a un'area naturale protetta che promuovano prodotti turistici nei parchi basati sulla cooperazione tra produttori e ristoratori.
9. Cercare il supporto necessario sia da organizzazioni non governative che da governi locali, regionali e nazionali che generino la cooperazione tra produttori e ristoratori. In questo senso, il programma "Parc a taula" sembra essere una buona strategia da replicare in altri territori che desiderano svilupparlo.

Dalla formazione, dalla sensibilizzazione ambientale e dalla divulgazione:

10. Il settore alimentare (ristoranti, bar, mercati, negozi di alimentari, ecc.) dovrebbe contribuire alla diffusione formativa di questa visione. Ad esempio, i menu dei ristoranti potrebbero includere un'introduzione che spieghi il legame creato con i produttori locali e la conservazione del territorio.
11. Sfruttare le strutture e i canali di comunicazione gastronomica esistenti che consentano di visualizzare l'impatto positivo della ristorazione con impegno sociale ed ecologico sugli spazi naturali.
12. Sviluppare cataloghi di ristoranti aderenti a impegni di conservazione di aree naturali protette.
13. Includere nei bandi di gara per l'affidamento dei servizi di ristorazione di strutture pubbliche (scuole, ospedali...) la necessità di utilizzare prodotti biologici e locali quando possibile, catalogando esempi di buone pratiche e diffondendoli.
14. Collaborare nella creazione di risorse didattiche basate sulla cultura gastronomica locale come veicolo di diffusione per scuole, istituti (nutrizione, orti scolastici, introduzione di prodotti unici nel menu scolastico, visite degli studenti ai produttori, progetti di ricerca gastronomica...).
15. Richiedere all'amministrazione o ai gestori privati di includere nei programmi curriculari delle Scuole di cucina e di ristorazione la formazione nutrizionale e la conoscenza delle funzioni ecosistemiche dei loro spazi naturali più vicini, così come dei produttori locali del loro contesto.
16. Chiedere al SCWC di poter disporre di un gruppo di cuochi/e e comunicatori/e di fama internazionale che possano dare visibilità a questo documento di impegno e comunicare questo "racconto" di co-responsabilità nella salute globale (natura-esseri umani).
17. Includere gestori di aree naturali protette nel gruppo di lavoro dei Cuochi per la Sostenibilità

Per tutto quanto fin qui dichiarato, i promotori del presente documento di impegno concordano di collaborare e cooperare per proporre misure d'azione che minimizzino il degrado degli spazi naturali e mettono la gastronomia al servizio di tutti gli obiettivi menzionati.

Documento presentato al 4° SCWC di Barcellona il 15 novembre 2023



COMMITMENT DOCUMENT

“Gastronomy, Sustainability, and Natural Spaces”

The kitchen as a tool to protect natural spaces

Assembled in Barcelona, a commission of experts under the coordination of Xavier Roget (Advisor for Culture and Tourism of the Xarxa de Parcs Naturals, Diputació de Barcelona) and Juan Martín (Coordinator R&D and Environment of Aponiente), within the framework of the 4th edition of the Science & Cooking World Congress Barcelona held at the Historical Building of the University of Barcelona from November 13th to 15th, 2023,

Agree to

Write this **commitment document**, linked to the Congress (annexed to the “Scientific Gastronomy Barcelona 2019 Manifesto”), addressed to the economic sector of food, distribution, and gastronomy, public administration, educational authorities, and society in general, in order to establish conservation criteria for natural spaces with the gastronomy as an instrument for support and cooperation.

1. Natural spaces are essential for the sustainability of gastronomy.
2. Conservation of natural spaces should be based on the following concepts:
 - Preserve—and, if possible, increase—the natural and cultural capital they hold.
 - Identify and value the ecosystem services they generate.
 - Involve the local population in their conservation, maintenance, and management.
 - Promote traditional, respectful, and environmentally compatible uses.
 - Understand gastronomy as a tool for conservation, awareness, and valorization of natural resources and habitats, from the perspective of global health.
3. Gastronomic culture must safeguard and promote natural values and heritage.
4. Cooking should defend and promote local traditional producers respectful of natural heritage, and showcase this in restaurant menus as part of the enogastronomic narrative.
5. Gastronomy should focus on nature, advocating for organic, ecological, and local products.
6. Cooking should leverage the socio-ecosystemic identity of the territory, favoring the conservation and enhancement of natural heritage.
7. Returning to origins (traditions, knowledge, flavors) distinguishes present cooking and augurs a better future.

In this way, we propose the following actions:

From the kitchen and catering:

1. Chefs should strive to buy from local markets, cook seasonal products, and respect fishing restrictions, minimum sizes, and endangered species.
2. Chefs should promote occasional campaigns for the consumption of local, seasonal, and environmentally friendly meat, fish, seafood, legumes, vegetables, fruits.
3. Chefs should try to avoid so-called “children’s menus” and instead promote certain “gastronomic adventures” for children that encourage their culture, their love for the environment and for their health
4. Highlight the strategic importance of restaurant staff in communication, as they convey the narrative of the synergy between the product-producer, gastronomic culture, and the natural heritage that hosts them (systemic vision).

From distribution:

5. Establish collaboration mechanisms with food distribution companies to encourage the installation of local product stands or “corners”, reduce plastic packaging, and replace them with biodegradable materials.
6. Catalogue and disseminate examples of good practices and ongoing projects in the distribution of local products, both from NGOs and public administrations.

From public administrations and the management of protected natural spaces:

7. Promote the involvement of restaurateurs and hoteliers located in protected natural areas in the European Charter for Sustainable Tourism (CETS), incorporating other sustainability vectors such as waste treatment, sustainable energy management, local networks for surplus reuse, local food banks, etc.
8. Promote networks of local producers linked to a protected natural area that promote tourist products in parks based on cooperation between producers and restaurateurs.
9. Seek the necessary support from non-governmental organizations and local, regional, and national governments to encourage cooperation between producers and restaurateurs. In this sense, the “Parc a taula” program seems like a good strategy to replicate in other territories that want to develop it.

From education, environmental awareness, and dissemination:

10. The food sector (restaurants, bars, markets, food stores, etc.) should contribute to the educational spread of this vision. For example, restaurant menus can include an initial introduction explaining the link they have created with local producers and the conservation of their territory.
11. Utilize existing gastronomic structures and communication channels to visualize the positive impact of socially and ecologically committed catering on natural spaces.
12. Develop catalogues of restaurants committed to conservation of protected natural spaces.
13. Include in the tender specifications for the concession of catering services for public facilities (schools, hospitals, etc.) the need to use ecological and local products whenever possible, cataloguing examples of good practices and disseminating them.
14. Collaborate in creating educational resources based on local gastronomic culture as a dissemination vector for schools and institutes (nutrition, school gardens, incorporation of unique products in the school menu, student visits to producers, gastronomic research projects, etc.)
15. Request the administration or private managers to include, in the curriculum programs of cooking and hospitality schools, nutritional training and knowledge of the ecosystem functions of their closest natural spaces, as well as of the local producers in their surroundings.
16. Ask the SCWC to have a group of internationally renowned chefs and communicators who can give visibility to this commitment document and communicate this narrative of co-responsibility in global health (nature-human beings).
17. Include managers of protected natural spaces in the working group of Chefs for Sustainability.

For all the above, the promoters of this commitment document agree to work together and cooperatively in order to propose action measures that minimize the degradation of natural spaces and put gastronomy at the service of all the mentioned objectives.

Document presented at the 4th SCWC Barcelona on November 15, 2023

DOCUMENT DE COMPROMÍS “Residuo 0 en Gastronomía”



Reunits a Barcelona, una comissió d'experts sota la coordinació, de Lluís Riera (director general de Saia), Oriol Vilaseca (enginyer, Vilaseca Consultors) i Montserrat Saperas (directora del màster oficial en Gastronomia Sostenible del CETT-UB), en el marc de la 4a edició del Science & Cooking World Congress Barcelona celebrat a l'Edifici Històric de la Universitat de Barcelona del 13 al 15 de novembre del 2023,

Acordem

Redactar aquest document de compromís, vinculat al Congrés [annex al manifest “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigit al sector econòmic de l'alimentació, la distribució i la gastronomia, a l'administració pública, als responsables educatius i a la societat en general, per establir criteris de reducció 0 aplicada a l'alimentació i amb la gastronomia com a instrument de suport i cooperació.

Punts clau

- En restauració, el residu zero no és només el malbaratament alimentari en el qual actualment estan centrades moltes de les accions, sinó que hi ha altres moments del cicle del producte on es generen altres tipus de residus que han de ser tractats de manera diferent al malbaratament alimentari.
- Cal treballar cap a un desenvolupament de cadenes basades en economia i processos circulars, conjuntament amb nous actors que ens permetin identificar, tractar i reduir aquests residus, com ara agents ambientals, gestors de residus, etc.

Pla d'acció per al 2024:

1. Quantificar (Kg/€): Classificar els residus que es generen a la gastronomia i triar indicadors per posar-los en valor. Es proposa tenir com a base de treball els plans de prevenció de malbaratament alimentari que s'estan posant en marxa.

2. Diagnosticar: A partir de la quantificació, analitzar en quin punt es troba el sector de la restauració respecte al residu zero.
3. Sensibilitzar: Reunir informació que pugui ser transmesa de manera clara i concisa amb l'objectiu de motivar una reducció de residus tant al sector gastronòmic com a la població en general.

Per tot l'anteriorment indicat, els promotors del present document de compromís acorden treballar conjuntament i cooperativament, creant un grup de treball a partir dels membres de la taula de treball, incloent-hi altres actors relacionats en l'àmbit del residus alimentaris i restauradors que ja estan duent a terme bones pràctiques.

4. SCWC Barcelona, 15 de novembre de 2023

DOCUMENTO DE COMPROMISO “Residuo 0 en Gastronomía”



Reunidos en Barcelona, una comisión de expertos bajo la coordinación de Lluís Riera (director general de Saia), Oriol Vilaseca (ingeniero, Vilaseca Consultors) y Montserrat Saperas ((directora del máster oficial en Gastronomía Sostenible del CETT-UB), en el marco de la 4.ª edición del Science & Cooking World Congress Barcelona que se ha celebrado en el Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona del 13 al 15 de noviembre del 2023,

Acordamos

Redactar este documento de compromiso, ligado al Congreso (anexo al manifiesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigido al sector económico de la alimentación, la distribución y la gastronomía, a la administración pública, a los responsables educativos y a la sociedad en general, para establecer criterios de reducción 0 aplicada a la alimentación y con la gastronomía como instrumento de apoyo y cooperación.

Puntos clave

- En restauración el residuo 0 no es sólo el desperdicio alimentario en el que actualmente están focalizadas muchas de las acciones, sino que hay otros momentos del ciclo del producto donde se generan otro tipo de residuos que se deben tratar de manera distinta al desperdicio alimentario.
- Se debe trabajar hacia un desarrollo de cadenas basadas en economía y procesos circulares, conjuntamente con nuevos actores que nos permitan identificar, tratar y reducir dichos residuos, como son agentes ambientales, gestores de residuos, etc.

Plan de acción para 2024:

1. Cuantificar (Kg/€): Clasificar los residuos que se generan en la gastronomía y escoger indicadores para ponerlos en valor. Se propone tener como base de trabajo los planes de prevención de derroche alimentario que se están poniendo en marcha.
2. Diagnosticar: A partir de la cuantificación, analizar en qué punto está el sector de la restauración respecto al residuo 0.
3. Sensibilizar: Reunir información que puede ser transmisible de forma clara y concisa con el objetivo de motivar a una reducción de residuos tanto al sector gastronómico como a la población en general.

Por todo lo anteriormente indicado, los promotores del presente documento de compromiso acuerdan trabajar conjunta y cooperativamente creando un grupo de trabajo a partir de los miembros de la mesa de trabajo e incluyendo otros actores relacionados en el ámbito de los residuos alimentarios y restauradores que ya están realizando buenas prácticas.

4 SCWC Barcelona 15 de noviembre de 2023

DOCUMENTO DI IMPEGNO “Residuo 0 in Gastronomia”



Riuniti a Barcellona, una commissione di esperti sotto la coordinazione di Lluís Riera (direttore generale di Saia), Oriol Vilaseca (ingegnere, Vilaseca Consultors) e Montserrat Saperas (direttore del master ufficiale in Gastronomia Sostenibile del CETT-UB), nel contesto della 4ª edizione del Science & Cooking World Congress Barcelona, tenutosi nell'Edificio Storico dell'Università di Barcellona dal 13 al 15 novembre 2023,

Concordiamo

Di redigere questo documento di impegno, collegato al Congresso (annesso al Manifesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), rivolto al settore economico dell'alimentazione, della distribuzione e della gastronomia, all'amministrazione pubblica, ai responsabili educativi e alla società in generale, al fine di stabilire criteri di riduzione 0 applicati all'alimentazione, con la gastronomia come strumento di supporto e cooperazione.

Punti chiave:

- Nell'ambito della ristorazione, il residuo 0 non riguarda solo lo spreco alimentare, attualmente oggetto di molte azioni, ma coinvolge altri momenti del ciclo del prodotto in cui si generano diversi tipi di rifiuti che devono essere trattati in modo diverso dallo spreco alimentare.
- È necessario lavorare verso uno sviluppo di filiere basate sull'economia e sui processi circolari, collaborare con nuovi attori che ci permettano di identificare, trattare e ridurre tali rifiuti, come ad esempio agenti ambientali e gestori dei rifiuti.

Piano d'azione per il 2024:

1. Quantificare (Kg/€): Classificare i rifiuti generati nella gastronomia e selezionare indicatori per valorizzarli. Si propone di utilizzare come base di lavoro i piani di prevenzione degli sprechi alimentari attualmente in fase di avvio.
2. Diagnosticare: Analizzare la quantificazione per valutare il progresso del settore della ristorazione verso l'obiettivo di residuo 0.
3. Sensibilizzare: Raccogliere informazioni in modo chiaro e conciso con l'obiettivo di motivare una riduzione dei rifiuti sia nel settore gastronomico che nella popolazione in generale.

Per tutto quanto sopra, i promotori di questo documento di impegno concordano di lavorare insieme e in cooperazione, creando un gruppo di lavoro composto dai membri del gruppo di lavoro, compresi altri attori legati al settore dello spreco alimentare e ristoratori che stanno già attuando buone pratiche.

4 SCWC Barcelona, 15 novembre 2023

COMMITMENT DOCUMENT “Zero Waste in Gastronomy”



Assembled in Barcelona, a commission of experts from Culinary Schools under the coordination of Lluís Riera (General Director of Saia), Oriol Vilaseca (Engineer, Vilaseca Consultors) and Montserrat Saperas (Director of the official Master in Sustainable Gastronomy at the CETT-UB), during the 4th edition of the Science & Cooking World Congress Barcelona, held at the Historic Building of the University of Barcelona from November 13 to 15, 2023,

Agree to

Write this commitment document, linked to the Congress (annexed to the Manifesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), aimed at the economic sector of food, distribution, gastronomy, public administration, educational authorities, and society in general. The aim is to establish criteria for zero reduction applied to food, with gastronomy as a supporting and cooperative instrument.

Key points:

- In gastronomy, zero waste is not only about food waste, which is currently the focus of many actions, but also about other moments in the product cycle where different types of waste are generated and should be treated differently from food waste.
- It is necessary to work towards a development of chains based on economy and circular processes, collaboratively with new stakeholders, such as environmental agents and waste managers, to identify, treat, and reduce these various types of waste.

Action plan for 2024:

1. Quantify (Kg/€): Classify the waste generated in gastronomy and choose indicators to highlight their value. It is proposed to have the food waste prevention plans that are being launched as a basis for work.
2. Diagnose: Analyze, based on quantification, the current state of the restaurant sector concerning zero waste.
3. Raise awareness: Gather information that can be transmitted clearly and concisely with the goal of motivating both the gastronomic sector and the general population to reduce waste.

For all the above, the promoters of this commitment document, agree to work together and cooperatively by creating a working group from the members of the task force, including other stakeholders related to the field of food waste and restaurateurs who are already implementing good practices.

4th SCWC Barcelona, November 15, 2023

Grup de treball inicial / Grupo de trabajo inicial / Gruppo di lavoro iniziale / Initial working group

Glòria Cugat i Carles Guirado (Generalitat de Catalunya), Rosa Mayordomo (Acadèmia Catalana de Gastronomia i Nutrició), Montserrat Falgueras (I+D Ecofrog) i Víctor Quintillà (cuiner R. Lluerna), Gaby Susanna (plataforma Aprofitem els aliments), Raquel Díaz (Espigoladors), Roser Escoda i Adriana Tomàs (Angrup), Laura Veraguas (Gastronomía de huerto).



Restauració col·lectiva. Oportunitats des de la gastronomia



Restauració col·lectiva: on som ara?



En els últims anys i dècades, s'ha anat prenent consciència de la necessitat de reorientar i promoure la sostenibilitat dels sistemes alimentaris. La restauració massiva, tant pública com privada, pot i ha de ser un impulsor del canvi social, ambiental i econòmic, promoure el consum responsable i transformar els sistemes alimentaris territorials.

Les pràctiques innovadores han proliferat i crescut en els darrers anys en diversos contextos geogràfics i culturals des de diferents punts d'entrada. Aquestes aproximacions han requerit una visió holística i una combinació d'intervencions als nivells d'oferta, demanda, polítiques, institucionals i legislatives. La coordinació intersectorial i les sinergies entre agricultura, nutrició, salut, educació i adquisicions públiques han estat crucials per a la implementació.

La reorientació de la restauració col·lectiva cap a dietes i sistemes alimentaris sostenibles requereix un procés pragmàtic d'aprenentatge basat en l'acció en el territori i la participació dels pagesos locals, que acaba generant una combinació d'intervencions dins d'una aproximació sistèmica. Cal passar més enllà del menjar orgànic estretament definit cap a aliments regeneratius i donar suport a aproximacions circulars al nivell local. Això també contribuirà a l'adaptació i mitigació del canvi climàtic.

Els resultats poden pertànyer a una varietat de camps, com:

- la protecció de la biodiversitat local i la promoció de la transició de la producció convencional a l'agroecològica (rehabilitació d'ecosistemes tradicionals, suport a espècies en perill, protecció de zones d'alt valor ambiental);
- el suport als petits productors d'aliments (incloent neo-rurals i la pesca artesanal) i a les petites i mitjanes empreses (pimes), i la generació d'ingressos i ocupació (incloent processament i distribució);
- la millora de la governança i coordinació intersectorial i sinergies a escala local, establir el diàleg urbà-rural i col·laboracions en qüestions d'interès comú, involucrar i formar institucions i agències, revisar procediments i regulacions existents.

La restauració col·lectiva es mostra essencial per a la promoció de dietes sostenibles i el desenvolupament territorial i, per tant, és un motor per a la transformació dels sistemes alimentaris i la millora de l'entorn social, ambiental i econòmic.

Les adquisicions públiques, en particular, s'han reconegut ara com una eina poderosa que els governs, especialment els ajuntaments, poden utilitzar per garantir que els programes públics d'alimentació institucional (com ara menjadors escolars o hospitalaris) ofereixin aliments sans, ambientalment sostenibles i socialment responsables.

- D'una banda, els diners dels contribuents no haurien d'utilitzar-se per donar suport a l'epidèmia de malalties no transmissibles degudes a l'alimentació, sinó que haurien de donar suport a la salut individual i comunitària.
- D'altra banda, promoure l'adquisició d'aliments saludables produïts localment pot generar beneficis per als agricultors i les economies locals.

L'objectiu d'aquest document és basar-se en les experiències presentades a SCWC BCN 2023 per guiar les institucions interessades en la implementació a la restauració col·lectiva sostenible.

Diverses línies d'acció emergeixen d'aquestes experiències.

Pel que fa als aliments:

- Prioritzar la compra i promoció de la producció local i artesanal, donant suport a la transició de la producció convencional a l'agroecològica (pràctiques ambientals sostenibles, rehabilitació d'ecosistemes tradicionals, protecció d'espècies en perill), la conservació i millora del patrimoni natural i l'ús de pràctiques i coneixements tradicionals.
- Aprofitar les pràctiques, la cultura i els coneixements tradicionals. Els pobles indígenes, però també els que viuen a les ciutats, poden contribuir a les discussions amb investigadors i planificadors sobre ingredients i gestió d'ecosistemes.
- Involucrar cuiners en la preparació i conservació d'aliments de temporada, augmentant la consciència i l'apreciació de tradicions, sabors i coneixements basats en aliments locals i pràctiques agrícoles i de processament sostenibles i saludables.
- Donar més atenció a les aromes i els sabors (que en la pràctica acaba facilitant la convergència de la satisfacció del consumidor amb la cultura i la demanda d'aliments locals, de temporada i orgànics).

Pel que fa a l'equitat social:

- Garantir condicions i salaris dignes per als treballadors, amb una atenció especial a les dones.
- Promoure la inclusió econòmica dels proveïdors d'aliments de petits agricultors i grups vulnerables de proveïdors, incloent petites i mitjanes empreses alimentàries, dones i joves, així com empresaris de minories.
- Encoratjar la producció, la distribució i el consum de béns i serveis organitzats de manera participativa i cooperativa.
- Eliminar barreres arquitectòniques i proporcionar opcions d'aliments adaptades a les necessitats biològiques i les preferències culturals.

Pel que fa a la gestió de recursos:

- Limitar l'estrès hídric al llarg de la cadena alimentària (selecció i planificació de cultius, pràctiques de collita, recollida i processament sostenibles, consum limitat i reutilització).
- Reduir el consum d'energia i promoure l'ús d'energia renovable en la preparació i el servei d'aliments.
- Dissenyar estratègies per prevenir el malbaratament d'aliments i facilitar el reciclatge i la reutilització d'aliments, com ara promoure l'economia circular, limitar l'ús d'embolcalls, eliminar els embolcalls de plàstic d'un sol ús i substituir-los per materials biodegradables.
- Formar els actors del sistema alimentari i desenvolupar processos per assegurar la sostenibilitat i la seguretat del consumidor.

És essencial que els actors de la restauració col·lectiva siguin conscients i assumeixin la seva responsabilitat social, ambiental i territorial i treballin en col·laboració amb els òrgans i les institucions locals (governamentals, no governamentals, acadèmiques, sector privat) en diferents sectors (agricultura, salut, medi ambient, educació, protecció social, adquisicions...).

Diverses estratègies poden facilitar aquesta transició:

- Desenvolupament de col·laboracions i xarxes a escala territorial, nacional i internacional, incloent el diàleg entre actors innovadors en els sectors privat i públic.
- Oferta d'assistència tècnica a estructures de restauració, tant públiques com privades.
- Disseny i implementació d'una estratègia de comunicació i formació que involucri tant actors de la producció com de la distribució d'aliments (restaurants, bars, mercats, botigues de detall, etc.) i sectors socials (salut, educació, protecció social):
 - per als actors dels serveis d'aliments en temes rellevants i desenvolupar material didàctic per a escoles, instituts i universitats;
 - per als altres actors del sistema alimentari, amb l'objectiu de permetre als agricultors i les pimes subministrar una quantitat determinada d'aliments segurs i de bona qualitat en el moment adequat;
 - per als consumidors, sobre la importància d'una dieta saludable i sostenible, de consum responsable i de gestió sostenible de la natura i la biodiversitat; l'agricultura urbana, per exemple, ha demostrat ser molt eficaç per conscienciar els ciutadans sobre l'agricultura, les cadenes alimentàries i la natura.

El context legislatiu i regulador actual és un repte per a la reorientació de la restauració col·lectiva i fins ara els actors s'han concentrat a evitar obstacles. Aquesta qüestió hauria de ser prioritària en l'atenció dels parlamentaris (per exemple, contactant amb l'Aliança Parlamentària Europea contra la Fam i la Malnutrició).

Amb aquestes premisses el 13/11/23 es va constituir la taula rodona

Coordinadora: Sra. Florence Egal

Participants:

Sr. Senén Barral, Inditex

Sr. Pablo Gómez, Inditex

Sr. Soren Buhl, EAT Copenhagen

Sra. Milagros de Hoz, New York City Food Policy Office

Sra. Pepa Aymamí, Fundació Institut Català de la Cuina i de la Cultura Gastronòmica

Sr. Reyes García, Projecte Llotges de Proximitat

Sr. Llorenç Llop, Verifruit

Sra. Ana Turón, impulsora/responsable de Restauració col·lectiva

Sr. Josep Bernabeu, Universitat de Barcelona.

La sessió d'una hora va donar lloc a les conclusions següents:

- la restauració massiva ha de fer el millor ús dels recursos locals d'aliments;
- les cadenes alimentàries curtes són essencials per mantenir baixos els preus i proporcionar millors ingressos als agricultors i productors d'aliments locals, reduir el transport, els intermediaris i contribuir a sistemes alimentaris més resistents i equitatius;
- l'establiment de plataformes locals de productors és essencial per facilitar la compra de part de la indústria.¹
 - els productors no poden ocupar-se també de la distribució;
 - interessa treballar en xarxes o cooperatives que permetin la negociació col·lectiva;
 - els petits agricultors han de ser pagats en 30 dies; els contractes amb grans distribuïdors han demostrat ser massa desequilibrats;
- la sinergia entre el sector privat i l'administració seria beneficiosa per a ambdues parts i potenciaria el desenvolupament territorial sostenible,

- però els procediments i terminis són molt diferents,
- el sector privat busca resultats ràpids i està obert al risc i la innovació,
- els calendari i les agendes polítiques són de cinc anys i la cultura institucional és molt diferent.

El context actual a Catalunya ofereix una excel·lent oportunitat per explorar un procés d'aprenentatge d'acció conjunta.

- La Generalitat dona suport al projecte Llotges² en el qual participa l'Institut del Patrimoni Culinari Català. Aquest projecte treballa a les quatre províncies de Catalunya per facilitar la compra de productes locals per a la restauració col·lectiva, basat en un enfocament de compra responsable, justa i sostenible que vincula els productors locals amb els responsables dels programes de restauració col·lectiva.
- Inditex, per la seva banda, té la intenció de reorientar els restaurants de la seva empresa a Catalunya i necessita entendre millor el context local. Aporten la seva experiència en la creació de plataformes de pagesos locals a Galícia que subministren els seus restaurants així com institucions públiques (escoles, llars d'infants, hospitals...).

I poden beneficiar-se d'intercanvis amb Copenhaguen i Nova York.

La restauració massiva pot contribuir a la sostenibilitat dels sistemes alimentaris locals (p. ex., 100 km al voltant de Copenhaguen, que és una àrea de facto transfronterera). Aquesta qüestió requereix una atenció addicional. Cal explorar la possibilitat d'accedir a finançament europeu per tal de compartir experiències rellevants

Barcelona, 15 de novembre 2023

1. <https://dagens.farm/>

2. <https://www.restauracioncolectiva.com/n/proyecto-illotgesi-una-iniciativa-para-garantizar-compras-responsables-justas-y-sostenibles>



Restauración colectiva. Oportunidades desde la gastronomía



Restauración colectiva: ¿dónde nos encontramos ahora?

En los últimos años y décadas, ha habido una creciente conciencia sobre la necesidad de reorientar y promover la sostenibilidad de los sistemas alimentarios. La restauración masiva, tanto pública como privada, puede y debe ser un impulsor del cambio social, ambiental y económico, promoviendo el consumo responsable y transformando los sistemas alimentarios territoriales.

Las prácticas innovadoras han proliferado y crecido en los últimos años en diversos contextos geográficos y culturales desde diferentes puntos de entrada. Estos enfoques han requerido una visión holística y una combinación de intervenciones en los niveles de oferta, demanda, políticas, institucionales y legislativas. La coordinación intersectorial y las sinergias entre agricultura, nutrición, salud, educación y adquisiciones públicas han sido cruciales para la implementación.

La reorientación de la restauración colectiva hacia dietas y sistemas alimentarios sostenibles requiere un proceso pragmático de aprendizaje basado en la acción en el territorio y la participación de los agricultores locales, generando una combinación de intervenciones dentro de un enfoque sistémico. Es necesario ir más allá de la comida orgánica estrictamente definida hacia alimentos regenerativos y apoyar enfoques circulares a nivel local. Esto también contribuirá a la adaptación y mitigación del cambio climático.

Los resultados pueden pertenecer a una variedad de campos, como:

- la protección de la biodiversidad local y la promoción de la transición de la producción convencional a la agroecológica (rehabilitación de ecosistemas tradicionales, apoyo a especies en peligro, protección de zonas de alto valor ambiental);
- el apoyo a los pequeños productores de alimentos (incluyendo neo-rurales y la pesca artesanal) y a las pequeñas y medianas empresas (pymes), y la generación de ingresos y empleo (incluyendo procesamiento y distribución);
- la mejora de la gobernanza y coordinación intersectorial y sinergias a nivel local, establecimiento del diálogo urbano-rural y colaboraciones en cuestiones de interés común, involucramiento y capacitación de instituciones y agencias, revisión de procedimientos y regulaciones existentes.

La restauración colectiva se muestra esencial para la promoción de dietas sostenibles y el desarrollo territorial, siendo así un motor para la transformación de los sistemas alimentarios y la mejora del entorno social, ambiental y económico.

Las adquisiciones públicas, en particular, se han reconocido ahora como una herramienta poderosa que los gobiernos, especialmente los ayuntamientos, pueden utilizar para garantizar que los programas públicos de alimentación institucional (como comedores escolares o hospitalarios) ofrezcan alimentos saludables, ambientalmente sostenibles y socialmente responsables.

- Por un lado, el dinero de los contribuyentes no debería usarse para apoyar la epidemia de enfermedades no transmisibles debidas a la alimentación, sino para respaldar la salud individual y comunitaria.
- Por otro lado, promover la adquisición de alimentos saludables producidos localmente puede generar beneficios para los agricultores y las economías locales.

El objetivo de este documento es basarse en las experiencias presentadas en SCWC BCN 2023 para guiar a las instituciones interesadas en la implementación de la restauración colectiva sostenible.

Diversas líneas de acción emergen de estas experiencias.

En cuanto a los alimentos:

- Priorizar la compra y promoción de la producción local y artesanal, apoyando la transición de la producción convencional a la agroecológica (prácticas ambientales sostenibles, rehabilitación de ecosistemas tradicionales, protección de especies en peligro), la conservación y mejora del patrimonio natural y el uso de prácticas y conocimientos tradicionales.

- Aprovechar las prácticas, cultura y conocimientos tradicionales. Los pueblos indígenas, pero también los que viven en las ciudades, pueden contribuir a las discusiones con investigadores y planificadores sobre ingredientes y gestión de ecosistemas.
- Involucrar a cocineros en la preparación y conservación de alimentos de temporada, aumentando la conciencia y aprecio por las tradiciones, sabores y conocimientos basados en alimentos locales y prácticas agrícolas y de procesamiento sostenibles y saludables.
- Prestar más atención a los aromas y sabores (que en la práctica facilita la convergencia de la satisfacción del consumidor con la cultura y la demanda de alimentos locales, de temporada y orgánicos).

En cuanto a la equidad social:

- Garantizar condiciones y salarios dignos para los trabajadores, con especial atención a las mujeres.
- Promover la inclusión económica de los proveedores de alimentos de pequeños agricultores y grupos vulnerables de proveedores, incluyendo pequeñas y medianas empresas alimentarias, mujeres y jóvenes, así como empresarios de minorías.
- Fomentar la producción, distribución y consumo de bienes y servicios organizados de manera participativa y cooperativa.
- Eliminar barreras arquitectónicas y proporcionar opciones de alimentos adaptadas a las necesidades biológicas y preferencias culturales.

En cuanto a la gestión de recursos:

- Limitar el estrés hídrico a lo largo de la cadena alimentaria (selección y planificación de cultivos, prácticas de cosecha, recolección y procesamiento sostenibles, consumo limitado y reutilización).
- Reducir el consumo de energía y promover el uso de energía renovable en la preparación y servicio de alimentos.
- Diseñar estrategias para prevenir el desperdicio de alimentos y facilitar el reciclaje y reutilización de alimentos, como promover la economía circular, limitar el uso de envases, eliminar los envases de plástico de un solo uso y reemplazarlos por materiales biodegradables.
- Capacitar a los actores del sistema alimentario y desarrollar procesos para asegurar la sostenibilidad y la seguridad del consumidor.

Es esencial que los actores de la restauración colectiva sean conscientes y asuman su responsabilidad social, ambiental y territorial, trabajando en colaboración con los órganos e instituciones locales (gubernamentales, no gubernamentales, académicas, sector privado) en diferentes sectores (agricultura, salud, medio ambiente, educación, protección social, adquisiciones...).

Diversas estrategias pueden facilitar esta transición:

- Desarrollo de colaboraciones y redes a nivel territorial, nacional e internacional, incluyendo el diálogo entre actores innovadores en los sectores privado y público.
- Oferta de asistencia técnica a estructuras de restauración, tanto públicas como privadas.
- Diseño e implementación de una estrategia de comunicación y formación que involucre tanto a actores de la producción como de la distribución de alimentos (restaurantes, bares, mercados, tiendas minoristas, etc.) y sectores sociales (salud, educación, protección social).
 - para los actores de los servicios alimentarios en temas relevantes y desarrollo de material didáctico para escuelas, institutos y universidades.

- para los demás actores del sistema alimentario, con el objetivo de permitir a los agricultores y las Pymes suministrar una cantidad determinada de alimentos seguros y de buena calidad en el momento adecuado.
- para los consumidores, sobre la importancia de una dieta saludable y sostenible, de consumo responsable y de gestión sostenible de la naturaleza y la biodiversidad; la agricultura urbana, por ejemplo, ha demostrado ser muy efectiva para concientizar a los ciudadanos sobre la agricultura, las cadenas alimentarias y la naturaleza.

El contexto legislativo y regulador actual es un desafío para la reorientación de la restauración colectiva y hasta ahora los actores se han concentrado en evitar obstáculos. Esta cuestión debería ser prioritaria en la atención de los parlamentarios (por ejemplo, contactando con la Alianza Parlamentaria Europea contra el Hambre y la Malnutrición...).

Con estas premisas, el 13/11/23 se constituyó la mesa redonda

Coordinadora: Sra. Florence Egal

Participantes:

Sr. Senén Barral, Inditex

Sr. Pablo Gómez, Inditex

Sr. Soren Buhl, EAT Copenhagen

Sra. Milagros de Hoz, New York City Food Policy Office

Sra. Pepa Aymamí, Fundació Institut Català de la Cuina i de la Cultura Gastronòmica

Sr. Reyes García, Proyecto Llotges de Proximitat

Sr. Llorenç Llop, Verifruit

Sra. Ana Turón, impulsora/responsable de Restauración colectiva

Sr. Josep Bernabeu, Universitat de Barcelona

La sesión de una hora dio lugar a las siguientes conclusiones:

- La restauración masiva debe hacer el mejor uso de los recursos locales de alimentos.
- Las cadenas alimentarias cortas son esenciales para mantener bajos los precios y proporcionar mejores ingresos a los agricultores y productores de alimentos locales, reducir el transporte, los intermediarios y contribuir a sistemas alimentarios más resistentes y equitativos.
- El establecimiento de plataformas locales de productores es esencial para facilitar la compra de parte de la industria.¹
 - los productores no pueden encargarse también de la distribución.
 - Interesa trabajar en redes o cooperativas que permitan la negociación colectiva.
 - los pequeños agricultores deben ser pagados en 30 días; los contratos con grandes distribuidores han demostrado ser demasiado desequilibrados.
- La sinergia entre el sector privado y la administración sería beneficiosa para ambas partes y potenciaría el desarrollo territorial sostenible; pero los procedimientos y plazos son muy diferentes; el sector privado busca resultados rápidos y está abierto al riesgo y la innovación, mientras que los calendarios y agendas políticas son de cinco años y la cultura institucional es muy diferente.

El contexto actual en Cataluña ofrece una excelente oportunidad para explorar un proceso de aprendizaje de acción conjunta.

- La Generalitat apoya el proyecto Llotges² en el que participa el Instituto del Patrimonio Culinario Catalán. Este proyecto trabaja en las cuatro provincias de Cataluña para facilitar la compra de productos locales para la restauración colectiva, basado en un enfoque de compra responsable, justa y sostenible que vincula a los productores locales con los responsables de los programas de restauración colectiva.
- Inditex, por su parte, tiene la intención de reorientar los restaurantes de su empresa en Cataluña y necesita entender mejor el contexto local. Aportan su experiencia en la creación de plataformas de agricultores locales en Galicia que suministran sus restaurantes, así como instituciones públicas (escuelas, guarderías, hospitales...).

Y pueden beneficiarse de intercambios con Copenhague y Nueva York.

La restauración masiva puede contribuir a la sostenibilidad de los sistemas alimentarios locales (por ejemplo, 100 km alrededor de Copenhague, que es un área de facto transfronteriza). Esta cuestión requiere atención adicional. Es necesario explorar la posibilidad de acceder a financiación europea para compartir experiencias relevantes.

Barcelona, 15 noviembre 2023

1. <https://dagens.farm/>
2. <https://www.restauracioncolectiva.com/n/proyecto-illotgesi-una-iniciativa-para-garantizar-compras-responsables-justas-y-sostenibles>

Ristorazione collettiva. Opportunità dalla gastronomia



Ristorazione collettiva: dove ci troviamo attualmente?



Negli ultimi anni e decenni, c'è stata una crescente consapevolezza della necessità di riorientare e promuovere la sostenibilità dei sistemi alimentari. La ristorazione di massa, sia pubblica che privata, può e deve essere un motore di cambiamento sociale, ambientale ed economico, promuovendo il consumo responsabile e trasformando i sistemi alimentari territoriali.

Pratiche innovative sono proliferate e cresciute negli ultimi anni in contesti geografici e culturali diversi da vari punti di ingresso. Questi approcci hanno richiesto una visione olistica e una combinazione di interventi a livello di offerta, domanda, politiche, istituzionali e legislative. La coordinazione intersettoriale e le sinergie tra agricoltura, nutrizione, salute, istruzione e acquisti pubblici sono state cruciali per l'implementazione. La riorientazione della ristorazione collettiva verso diete e sistemi alimentari sostenibili richiede un processo pragmatico di apprendimento basato sull'azione sul territorio e la partecipazione degli agricoltori locali, generando una combinazione di interventi all'interno di un approccio sistemico. È necessario andare oltre il concetto di cibo strettamente biologico verso alimenti rigenerativi e sostenere approcci circolari a livello locale. Ciò contribuirà anche all'adattamento e alla mitigazione dei cambiamenti climatici. I risultati possono appartenere a una varietà di campi, come:

- la protezione della biodiversità locale e la promozione della transizione dalla produzione convenzionale a quella agroecologica (riabilitazione di ecosistemi tradizionali, supporto alle specie a rischio, protezione di aree ad alto valore ambientale).
- supporto ai piccoli produttori alimentari (compresi neo-rurali e la pesca artigianale) e alle piccole e medie imprese

(PMI), e la generazione di reddito e occupazione (compreso il processo e la distribuzione).

- miglioramento della governance e coordinamento intersettoriale e sinergie a livello locale, stabilimento del dialogo urbano-rurale e collaborazioni su questioni di interesse comune, coinvolgimento e formazione di istituzioni e agenzie, revisione di procedure e regolamenti esistenti.

La ristorazione collettiva si mostra essenziale per la promozione di diete sostenibili e lo sviluppo territoriale, diventando così un motore per la trasformazione dei sistemi alimentari e il miglioramento dell'ambiente sociale, ambientale ed economico.

Le acquisizioni pubbliche, in particolare, sono ora riconosciute come uno strumento potente che i governi, specialmente i comuni, possono utilizzare per garantire che i programmi pubblici di alimentazione istituzionale (come mense scolastiche o ospedaliere) offrano cibi salutari, sostenibili dal punto di vista ambientale e socialmente responsabili.

- Da un lato, i soldi dei contribuenti non dovrebbero essere utilizzati per sostenere l'epidemia di malattie non trasmissibili dovute all'alimentazione, ma per sostenere la salute individuale e comunitaria.
- Dall'altro lato, promuovere l'acquisto di cibi salutari prodotti localmente può generare benefici per gli agricoltori e le economie locali.

L'obiettivo di questo documento è basarsi sulle esperienze presentate a SCWC BCN 2023 per guidare le istituzioni interessate nell'implementazione della ristorazione collettiva sostenibile. Diverse linee di azione emergono da queste esperienze:

In merito agli alimenti:

- Prioritizzare l'acquisto e la promozione della produzione locale e artigianale, sostenendo la transizione dalla produzione convenzionale a quella agroecologica (pratiche ambientali sostenibili, riabilitazione di ecosistemi tradizionali, protezione di specie a rischio), la conservazione e il miglioramento del patrimonio naturale e l'uso di pratiche e conoscenze tradizionali.
- Sfruttare le pratiche, la cultura e le conoscenze tradizionali. Le popolazioni indigene, ma anche coloro che vivono nelle città, possono contribuire alle discussioni con ricercatori e pianificatori su ingredienti e gestione degli ecosistemi.
- Coinvolgere cuochi nella preparazione e conservazione di alimenti di stagione, aumentando la consapevolezza e l'apprezzamento per le tradizioni, i sapori e le conoscenze basate su alimenti locali e pratiche agricole e di trasformazione sostenibili e salutari.
- Prestare più attenzione agli aromi e ai sapori (che nella pratica facilitano la convergenza della soddisfazione del consumatore con la cultura e la richiesta di cibi locali, di stagione e biologici).

In termini di equità sociale:

- Garantire condizioni e salari dignitosi per i lavoratori, con particolare attenzione alle donne.
- Promuovere l'inclusione economica dei fornitori alimentari, piccoli agricoltori e gruppi vulnerabili di fornitori, inclusi piccole e medie imprese alimentari, donne e giovani, nonché imprenditori di minoranze.
- Favorire la produzione, distribuzione e consumo di beni e servizi organizzati in modo partecipativo e cooperativo.
- Eliminare barriere architettoniche e fornire opzioni alimentari adattate alle esigenze biologiche e alle preferenze culturali.

In termini di gestione delle risorse:

- Limitare lo stress idrico lungo la catena alimentare (selezione e pianificazione delle colture, pratiche di raccolta, raccolta e lavorazione sostenibili, consumo limitato e riutilizzo).

- Ridurre il consumo di energia e promuovere l'uso di energie rinnovabili nella preparazione e nel servizio di cibi.
- Progettare strategie per prevenire lo spreco alimentare e facilitare il riciclo e il riutilizzo degli alimenti, come promuovere l'economia circolare, limitare l'uso di imballaggi, eliminare gli imballaggi in plastica monouso e sostituirli con materiali biodegradabili.
- Formare gli attori del sistema alimentare e sviluppare processi per garantire la sostenibilità e la sicurezza del consumatore.

È essenziale che gli attori della ristorazione collettiva siano consapevoli e assumano la propria responsabilità sociale, ambientale e territoriale, lavorando in collaborazione con gli organi e le istituzioni locali (governative, non governative, accademiche, settore privato) in diversi settori (agricoltura, salute, ambiente, istruzione, protezione sociale, acquisizioni...).

Diverse strategie possono facilitare questa transizione:

- Sviluppo di collaborazioni e reti a livello territoriale, nazionale e internazionale, compreso il dialogo tra attori innovativi nei settori pubblico e privato.
- Offerta di assistenza tecnica a strutture di ristorazione, sia pubbliche che private.
- Progettazione e implementazione di una strategia di comunicazione e formazione che coinvolga sia attori della produzione che della distribuzione alimentare (ristoranti, bar, mercati, negozi al dettaglio, ecc.) e settori sociali (salute, istruzione, protezione sociale):
 - per gli attori dei servizi alimentari su questioni rilevanti e sviluppo di materiale didattico per scuole, istituti e università;
 - per gli altri attori del sistema alimentare, con l'obiettivo di consentire agli agricoltori e alle PMI di fornire una quantità stabilita di alimenti sicuri e di buona qualità al momento opportuno;
 - per i consumatori, sull'importanza di una dieta sana e sostenibile, di un consumo responsabile e di una gestione sostenibile della natura e della biodiversità; l'agricoltura urbana, ad esempio, si è dimostrata molto efficace nel sensibilizzare i cittadini sull'agricoltura, sulle catene alimentari e sulla natura.

Il contesto legislativo e regolatorio attuale è una sfida per la riorientazione della ristorazione collettiva e finora gli attori si sono concentrati su evitare ostacoli. Questa questione dovrebbe essere prioritaria nell'attenzione dei parlamentari (ad esempio, contattando l'Alleanza Parlamentare Europea contro la Fame e la Malnutrizione...).

Con queste premesse, il 13/11/23 è stata costituita la tavola rotonda

Coordinatrice: Sig.ra Florence Egal

Partecipanti:

Sig. Senen Barral, Inditex

Sig. Pablo Gómez, Inditex

Sig. Soren Buhl, EAT Copenhagen

Sig.ra Milagros de Hoz, New York City Food Policy Office

Sig.ra Pepa Aymamí, Fundació Institut Català de la Cuina i de la Cultura Gastronòmica

Sig. Reyes García, Progetto Llotges de Proximitat

Sig. Llorenç Llop, Verifruit

Sig.ra Ana Turón, promotore/responsabile Ristorazione collettiva

Sig. Josep Bernabeu, Universitat de Barcelona

La sessione di un'ora ha portato alle seguenti conclusioni:

- la ristorazione di massa deve fare il miglior uso delle risorse alimentari locali;
- le catene alimentari corte sono essenziali per mantenere bassi i prezzi e fornire migliori entrate agli agricoltori e ai produttori alimentari locali, ridurre il trasporto, gli intermediari e contribuire a sistemi alimentari più resilienti ed equi;
- l'istituzione di piattaforme locali di produttori è essenziale per facilitare l'acquisto da parte dell'industria;¹

- i produttori non possono occuparsi anche della distribuzione;
 - è interessante lavorare in reti o cooperative che consentano la negoziazione collettiva;
 - i piccoli agricoltori devono essere pagati entro 30 giorni; i contratti con grandi distributori si sono rivelati troppo sbilanciati.
- la sinergia tra il settore privato e l'amministrazione sarebbe benefica per entrambe le parti e potrebbe potenziare lo sviluppo territoriale sostenibile;
 - ma le procedure e i tempi sono molto diversi;
 - il settore privato cerca risultati rapidi ed è aperto al rischio e all'innovazione;
 - i calendari e gli ordini del giorno politici sono di cinque anni e la cultura istituzionale è molto diversa.

Il contesto attuale in Catalogna offre un'ottima opportunità per esplorare un processo di apprendimento e azione congiunta.

- La Generalitat sostiene il progetto Llotges² in cui è coinvolto l'Istituto del Patrimonio Culinario Catalano. Questo progetto lavora nelle quattro province della Catalogna per facilitare l'acquisto di prodotti locali per la ristorazione collettiva, basato su un approccio di acquisto responsabile, equo e sostenibile che collega i produttori locali con i responsabili dei programmi di ristorazione collettiva.
- Inditex, d'altra parte, intende riorientare i ristoranti della sua azienda in Catalogna e ha bisogno di comprendere meglio il contesto locale. Apportano la loro esperienza nella creazione di piattaforme di agricoltori locali in Galizia che forniscono i loro ristoranti, così come istituzioni pubbliche (scuole, asili, ospedali...)

E possono beneficiare degli scambi con Copenhagen e New York.

La ristorazione di massa può contribuire alla sostenibilità dei sistemi alimentari locali (ad esempio, 100 km intorno a Copenhagen, che è un'area de facto transfrontaliera). Questa questione richiede ulteriore attenzione. È necessario esplorare la possibilità di accedere a finanziamenti europei per condividere esperienze rilevanti.

Barcelona 15 novembre 2023

1. <https://dagens.farm/>

2. <https://www.restauracioncolectiva.com/n/proyecto-illotgesi-una-iniciativa-para-garantizar-compras-responsables-justas-y-sostenibles>

Collective restoration. Opportunities from Gastronomy



Collective catering: where are we at?

In recent years and decades, there has been a growing awareness of the need to reorient and promote the sustainability of food systems. Mass catering, both public and private, can and must be a driver of social, environmental, and economic change, promote responsible consumption and transform territorial food systems.

Innovative practices have multiplied and expanded in recent years in various geographical and cultural contexts from different entry points. These approaches have required a holistic approach and a combination of interventions at the supply, demand, policy, institutional and legislative levels. Cross-sectoral coordination and synergies between agriculture, nutrition, health, education, and public procurement have been crucial for implementation.

The reorientation of collective catering towards sustainable diets and food systems requires a pragmatic process of action-learning based on the territory and the participation of local farmers, which ends up generating a combination of interventions within a systemic approach. We need to move beyond narrowly defined organic food towards regenerative food and support circular approaches at the local level. This will also contribute to climate change adaptation and mitigation.

The outcomes can belong to a variety of fields, such as:

- the protection of local biodiversity and the promotion of the transition from conventional to agro-ecological production (rehabilitation of traditional ecosystems, endangered species support, protection of areas of high environmental value);
- support for small scale food producers (including neo-rurals and artisanal fisheries) and small and medium-sized enterprises (SMEs), and income and employment generation (including processing and distribution);
- improving governance and cross-sectoral coordination and synergies at local level, establishing urban-rural dialogue and partnerships on issues of common interest, involving and training institutions and agencies, reviewing existing procedures and regulations.

Collective catering is proving essential for the promotion of sustainable diets and territorial development and is therefore a driving force for the transformation of food systems and the improvement of the social, environmental, and economic environment.

Public procurement, in particular, is now acknowledged as a powerful tool that governments, and in particular municipalities, can use to ensure that public institutional feeding programmes (such as school or hospital canteens) provide healthy, environmentally sustainable and socially responsible food.

- On the one hand, taxpayers' money should not contribute to the epidemic of non communicable diseases but instead support individual and community health.
- On the other, promoting procurement of locally produced healthy foods can generate benefits for local farmers and economies

The aim of this paper is to build on the experiences presented at SCWC BCN 2023 to guide interested institutions in the implementation of sustainable collective catering.

Several lines of action emerge from these experiences.

In terms of food:

- Prioritise the purchase and promotion of local and artisanal production, supporting the transition from conventional to agro-ecological production (sustainable environmental practices, rehabilitation of traditional ecosystems, protection of endangered species), the conservation and enhancement of natural heritage and the use of traditional practices and knowledge.
- Build on traditional practices, culture, and knowledge. Indigenous peoples, but also those who live in cities, can contribute to the discussions with researchers and planners on ingredients and ecosystems management.
- Involve chefs in the preparation and preservation of seasonal foods, raising awareness and appreciation of traditions, flavours and knowledge based on local foods and sustainable and healthy agricultural and processing practices.
- Give more attention to flavours and taste (which in practice ends up facilitating convergence of consumer satisfaction with culture and demand for local, seasonal and organic foods).

In terms of social equity:

- Ensure decent working conditions and wages for employees, with special attention to women.
- Promote the economic inclusion of smallholder food suppliers and vulnerable suppliers' groups, including small and medium food enterprises, women and youth, as well as minority entrepreneurs.
- Encourage the production, distribution and consumption of goods and services organised in a participatory and cooperative manner.
- Remove architectural barriers and provide food options adapted to biological needs and cultural preferences.

In terms of resource management:

- Limit water stress all along the food chain (crop selection and planning, sustainable harvesting, collection and processing practices, limited consumption and reuse).
- Reduce energy consumption and promote the use of renewable energy in food preparation and serving.
- Design strategies to prevent food waste and facilitate food recycling and reuse, such as promoting the circular economy, limiting the use of packaging, eliminating single-use plastic packaging and replacing it with biodegradable materials.
- Train food system actors and develop processes to ensure sustainability and consumer safety.

It is essential that the actors of collective catering are aware and assume their social, environmental and territorial responsibility and work in partnership with local bodies and institutions (governmental, non-governmental, academic, private sector) in different sectors (agriculture, health, environment, education, social protection, procurement...).

Several strategies can facilitate this transition:

- Development of partnerships and networks at territorial, national and international level, including a dialogue between innovative actors in the private and public sectors.
- Offer technical assistance to catering structures, whether public or private.
- Design and implement a communication and training strategy involving both actors of food production and distribution (restaurants, bars, markets, retail shops, etc.) and from social sectors (health, education, social protection):
 - for food services actors in relevant topics and develop didactic material for schools, institutes and universities;
 - for the other actors of the food system, with a view to enable farmers and SMEs to supply a given quantity of safe and good quality foods at the right time;
 - for consumers, on the importance of a healthy and sustainable diet, of responsible consumption and sustainable management of nature and biodiversity; urban agriculture for example has proven very efficient in raising awareness of urbanites on agriculture, food chains and nature.

The present legislative and regulatory context is a challenge for reorienting collective catering and until now actors have concentrated on avoiding or bypassing obstacles. This matter should be brought up to the attention of Parliamentarians (for example contacting the European Parliamentary Alliance against Hunger and Malnutrition...).

Round Table 13/11/23

Facilitator: Ms. Florence Egal

Participants:

Mr. Senén Barral, Inditex
 Mr. Pablo Gómez, Inditex
 Mr. Soren Buhl Steiniche, EAT Copenhagen
 Ms. Milagros de Hoz, New York City Food Policy Office
 Ms. Pepa Aymamí, Institut del Patrimoni Culinari Català
 Mr. Reyes García Pizarro, manager of Llotges de Proximitat project
 Mr. Llorenç Llop, Verifruit
 Ms. Ana Turón Maderuelo, collective catering manager
 Mr. Josep Bernabeu Mestre, Universitat de Barcelona

The one-hour session led to the following conclusions:

- mass catering must make the best use of local food resources;
- short food chains are essential to keep prices low and provide better incomes for local farmers and food producers,

- reduce transport and middlemen, and contribute to more resilient and equitable food systems;
- the establishment of local producer platforms is essential to facilitate the purchase of part of the mass catering industry.¹
 - producers cannot also take care of distribution;
 - it is in their interest to work in networks or cooperatives that allow for collective bargaining;
 - small farmers must be paid in 30 days; contracts with large distributors have proven to be too unbalanced;
- synergy between the private sector and the administration would be mutually beneficial and would enhance sustainable territorial development;
 - but procedures and deadlines are very different;
 - the private sector is looking for quick results and is open to risk and innovation;
 - timetables and political agendas are five-year and the institutional culture is very different.

The current context in Catalonia offers an excellent opportunity to explore a joint action-learning process.

- The Generalitat supports the Llotges² project in which the Institut del Patrimoni Culinari Català participates. This project works in the four provinces of Catalonia to facilitate the purchase of local products for collective catering, based on a responsible, fair and sustainable purchasing approach that links local producers with the managers of collective catering programmes.
- Inditex, for its part, plans to reorient its company's restaurants in Catalonia and needs to better understand the local context. They bring their experience in the creation of local farmers' platforms in Galicia that supply their restaurants as well as public institutions (schools, nurseries, hospital...).

And can benefit from exchanges with Copenhagen and New York.

Mass catering can contribute to the sustainability of local food systems (e.g. 100 km around Copenhagen, which is a de facto cross-border area). This issue requires further attention. The possibility of accessing European funding should be explored in order to share relevant experiences.

Barcelona, November 15, 2023

1. <https://dagens.farm/>

2. <https://www.restauracioncolectiva.com/n/proyecto-illotgesi-una-iniciativa-para-garantizar-compras-responsables-justas-y-sostenibles>



La sostenibilitat imposa la seva urgència a altres tendències



Coordinador: Luis Concepción (periodista gastronòmic i director de les revistes Arte heladero i So cool.. magazine)

Participants a la taula de treball: Albert Roca (Sant Croi Gelats), Natalia Ramírez (Selvática), Roberto Juan (Forn del Barri i Apassionat), Lucila Canero (La Luciérnaga), Andrés Torres (Casa Nova), Rat Sotorra (Vegetalia).

Una reflexió prèvia per part del coordinador: En comparar les taules rodones del SCWC BCN 2022 amb les taules de treball de la present edició del Science & Cooking World Congress BCN 2023, es poden identificar aspectes positius i negatius. La taula rodona de l'any passat va comptar amb perfils molt diversos, tant de la indústria alimentària com de l'artesania, així com empreses proveïdores de l'artesania i centres d'innovació que treballen per al mercat global. Aquesta diversitat de perfils va dificultar un diàleg fructífer on es poguessin compartir idees. No obstant això, la taula rodona es va beneficiar de la solemnitat que atorga el paranimf de l'edifici històric de la UB, i el públic va gaudir de les intervencions dels ponents. Aquest any, el format híbrid proposat, a mig camí entre una taula rodona i un grup de treball, no ha estat igual, tant pel context com per la contaminació acústica generada per altres taules rodones. La imatge projectada no ha estat la mateixa, ja que la realització simultània de diverses taules rodones va transmetre una sensació de precarietat i improvisació que s'hauran de millorar de cara al SCWC BCN 2024.

Continguts treballats:

Aquest any, entre els ponents ha quedat clar que el concepte de sostenibilitat és molt més crucial i integra una visió més global dels problemes que enfronta la societat actual que el veganisme o el "plant based". Es tracta d'un concepte amb diverses dimensions, algunes de les quals ja estan entrant en contacte directe amb la vida quotidiana de les persones. Aquest any, la taula de treball ha permès concretar aquestes dues tendències en un àmbit més específic, el de l'artesania dins de la gastronomia. S'ha intercanviat experiències i idees en àrees com la gelateria, la pastisseria, la cuina, la fleca i empreses dedicades a l'alimentació. A més de parlar sobre les seves experiències concretes en l'àmbit de la sostenibilitat i el veganisme, a la taula de treball s'ha discutit sobre quina d'aquestes tendències tindrà més força en la gastronomia i si ambdues han d'anar de la mà. A la primera pregunta, la majoria ha respost que la sostenibilitat és un concepte molt més ampli i urgent en l'agenda social i política que el plant based, i que des de l'artesania es pot contribuir amb nombroses petites accions en el dia a dia. Pel que fa a la segona pregunta, els professionals han respost que, tot i que ambdues idees poden anar de la mà, no sempre han de ser complementàries. Com ha mencionat Albert Roca, "pots fer gelateria vegana amb fruites com el coco, que ve de lluny, la qual cosa, tanmateix, t'allunya de la sostenibilitat". Entre les declaracions més destacades, Albert Roca menciona que la gelateria li ha brindat la possibilitat de reconnectar amb

l'entorn i l'economia circular. A més, afirma: “Quan alineem la nostra ànima amb la nostra professió, podem considerar la sostenibilitat i el veganisme com dues de les prioritats del nostre treball. Llavors, arribem de manera natural a cuidar el nostre entorn a través de la nostra tasca”, fent al·lusió a la sostenibilitat. Pel que fa al plant based, afirma que, en determinats gelats, com els de xocolata bean to bar, els productes no làctics li han permès expressar al màxim el sabor. D'altra banda, la propietària de Selvàtica ha participat en el debat explicant que inicialment es va involucrar en la gelateria vegana a causa de problemes d'intolerància a la lactosa, la qual cosa la va fer conscient d'un problema que afecta una part significativa de la seva clientela. D'aquí la seva aposta pel veganisme des del principi, perquè la seva gelateria fos més inclusiva i perquè els intolerants a la lactosa no només tinguessin sorbets a l'abast, sinó una oferta més àmplia. Andrés Torres, del restaurant Casa Nova, detalla les diverses maneres en què es pot contribuir a ser més sostenible des d'un restaurant. Aquesta contribució abasta aspectes ecològics, com l'aprofitament de l'aigua de pluja i l'economia circular d'un menú que es construeix aprofitant tot el que es cultiva en la seva pròpia horta. Però va més enllà, ja que també té un impacte social. A més que una part del seu equip de restaurant està format per persones que s'han beneficiat de l'ajuda de l'ONG fundada per ell mateix, Global Humanitària. Al final del menú degustació, Andrés Torres explica al comensal com pot contribuir a la sostenibilitat a través de projectes de les ONG, entre d'altres aspectes.

Conclusions des de l'Organització SCWC: Transformar aquesta taula de treball en una més àmplia de sostenibilitat.

Barcelona, 15 de novembre de 2023

La sostenibilidad impone su urgencia a otras tendencias



Coordinador: Luis Concepción (periodista gastronómico y director de las revistas Arte Heladero y So cool..magazine)



Participantes en la mesa de trabajo: Albert Roca (Sant Croi Gelats), Natalia Ramírez (Selvática), Roberto Juan (Forn del Barri y Apassiona't), Lucila Canero (La Luciérnaga), Andrés Torres (Casa Nova), Rat Sotorra (Vegetalia).

Una reflexión previa desde el coordinador: Una reflexión previa por parte del coordinador: Al comparar las mesas redondas del SCWC BCN 2022 con las mesas de trabajo de la presente edición del Science & Cooking World Congress BCN 2023, es posible identificar aspectos positivos y negativos. La mesa redonda del año pasado contó con perfiles muy diversos, tanto de la industria alimentaria como de la artesanía, así como empresas proveedoras de la artesanía y centros de innovación que trabajan para el mercado global. Esta diversidad de perfiles dificultó un diálogo fructífero

donde pudieran compartirse ideas. Sin embargo, la mesa redonda se benefició de la solemnidad que otorga el paraninfo del edificio histórico de la UB, y el público disfrutó de las intervenciones de los ponentes. Este año, el formato híbrido propuesto, a medio camino entre una mesa redonda y un grupo de trabajo, no ha sido igual, tanto por el escenario como por la contaminación acústica generada por otras mesas redondas. La imagen proyectada no ha sido la misma, ya que la realización simultánea de varias mesas redondas transmitió una sensación de precariedad e improvisación que se deberán mejorar de cara al SCWC BCN 2024.

Contenidos trabajados:

Este año, entre los ponentes ha quedado claro que el concepto de sostenibilidad es mucho más crucial e integra una visión más global de los problemas que enfrenta la sociedad actual que el veganismo o el “plant based”. Se trata de un concepto con diversas dimensiones, algunas de las cuales ya están entrando en contacto directo con la vida cotidiana de las personas. Este año, la mesa de trabajo permitió concretar estas dos tendencias en un área más específica, la de la artesanía dentro de la gastronomía. Se intercambiaron experiencias e ideas en áreas como la heladería, la pastelería, la cocina, la panadería y empresas dedicadas a la alimentación. Además de hablar sobre sus experiencias concretas en el ámbito de la sostenibilidad y el veganismo, en la mesa de trabajo se discutió sobre cuál de estas tendencias tendrá más fuerza en la gastronomía y si ambas deben ir de la mano. A la primera pregunta, la mayoría respondió que la sostenibilidad es un concepto mucho más amplio y urgente en la agenda social y política que el “plant based”, y que desde la artesanía se puede contribuir con numerosas pequeñas acciones en el día a día. Respecto a la segunda pregunta, los profesionales contestaron que, aunque ambas ideas pueden ir de la mano, no siempre tienen que ser complementarias. Como mencionó Albert Roca, “puedes hacer heladería vegana con frutas como el coco, que viene de lejos, lo que, sin embargo, te aleja de la sostenibilidad”. Entre las declaraciones más destacadas, Albert Roca mencionó que la heladería le ha brindado la posibilidad de reconectar con el entorno y la economía circular. Además, afirmó: “Cuando alineamos nuestra alma con nuestra profesión, podemos considerar la sostenibilidad y el veganismo como dos de las prioridades de nuestro trabajo. Entonces, llegamos de forma natural a cuidar nuestro entorno a través de nuestra labor”, haciendo alusión a la sostenibilidad. En relación al “plant based”, sostuvo que, en determinados helados, como los de chocolate bean to bar, los productos no lácteos le han permitido expresar al máximo el sabor. Por otro lado, la propietaria de Selvàtica participó en el debate explicando que inicialmente se involucró en la heladería vegana debido a problemas de intolerancia a la lactosa, lo que la hizo consciente de un problema que afecta a una parte significativa de su clientela. De ahí su apuesta por el veganismo desde el principio, para que su heladería fuera más inclusiva y para que los intolerantes a la lactosa no solo tuvieran sorbetes disponibles, sino una oferta más amplia. Andrés Torres, del restaurante Casa Nova, detalló las diversas maneras en las que se puede contribuir a ser más sostenible desde un restaurante. Esta contribución abarca aspectos ecológicos, como el aprovechamiento del agua de lluvia y la economía circular de un menú que se construye aprovechando todo lo que se cultiva en su propia huerta. Pero va más allá, ya que también tiene un impacto social. Además de que parte de su equipo de restaurante está formado por personas que se han beneficiado de la ayuda de la ONG fundada por él mismo, Global Humanitaria. Al final del menú degustación, Andrés Torres explica al comensal cómo puede contribuir a la sostenibilidad a través de proyectos de las ONG, entre otros aspectos.

Conclusiones desde la Organización SCWC. Transformar esta mesa de trabajo en una más amplia de sostenibilidad

Barcelona 15 de noviembre 2023

La sostenibilità impone la sua urgenza ad altre tendenze



Coordinatore: Luis Concepción (giornalista gastronomico e direttore delle riviste Arte heladero e So cool.. magazine)

Partecipanti al tavolo di lavoro: Albert Roca [Sant Croi Gelats], Natalia Ramírez [Selvàtica], Roberto Juan [Forn del Barri e Apassiona't], Lucila Canero [La Luciérnaga], Andrés Torres [Casa Nova], Rat Sotorra [Vegetalia].

Una riflessione preliminare da parte del coordinatore: Nel confrontare le tavole rotonde del SCWC BCN 2022 con i tavoli di lavoro dell'attuale edizione del Science & Cooking World Congress BCN 2023, è possibile identificare aspetti positivi e negativi. La tavola rotonda dell'anno scorso aveva profili molto diversi, sia dell'industria alimentare che dell'artigianato, così come aziende fornitrici dell'artigianato e centri di innovazione che lavorano per il mercato globale. Questa diversità di profili ha reso difficile un dialogo fruttuoso in cui potessero essere condivise idee. Tuttavia, la tavola rotonda ha beneficiato della solennità conferita dal paraninfo dell'edificio storico della UB, e il pubblico ha apprezzato

le interviste dei relatori. Quest'anno, il formato ibrido proposto, a metà strada tra una tavola rotonda e un gruppo di lavoro, non è stato uguale, sia per il contesto che per l'inquinamento acustico generato da altre tavole rotonde. L'immagine proiettata non è stata la stessa, poiché la realizzazione simultanea di varie tavole rotonde ha trasmesso una sensazione di precarietà e improvvisazione che dovrà essere migliorata in vista del SCWC BCN 2024.

Contenuti elaborati:

Quest'anno, tra i relatori è emerso chiaramente che il concetto di sostenibilità è molto più cruciale e integra una visione più globale dei problemi che la società attuale affronta rispetto al veganismo o al "plant based". Si tratta di un concetto con diverse dimensioni, alcune delle quali stanno già entrando in contatto diretto con la vita quotidiana delle persone. Quest'anno, il tavolo di lavoro ha permesso di concretizzare queste due tendenze in un'area più specifica, quella dell'artigianato all'interno della gastronomia. Si sono scambiate esperienze e idee in settori come la gelateria, la pasticceria, la cucina, la panetteria e le aziende dedicate all'alimentazione. Oltre a parlare delle loro esperienze concrete nel campo della sostenibilità e del veganismo, al tavolo di lavoro si è discusso su quale di queste tendenze avrà più forza nella gastronomia e se entrambe debbano andare di pari passo. Alla prima domanda, la maggior parte ha risposto che la sostenibilità è un concetto molto più ampio e urgente nell'agenda sociale e politica rispetto al "plant based", e che dall'artigianato si può contribuire con numerose piccole azioni nella vita quotidiana. Riguardo alla seconda domanda, i professionisti hanno risposto che, anche se entrambe le idee possono andare di pari passo, non devono sempre essere complementari. Come ha sottolineato Albert Roca, "puoi fare gelateria vegana con frutta come il cocco, che viene da lontano, il che, tuttavia, ti allontana dalla sostenibilità". Tra le dichiarazioni più significative, Albert Roca ha menzionato che la gelateria gli ha offerto la possibilità di riconnettersi con l'ambiente e l'economia circolare. Inoltre, ha affermato: "Quando allineiamo la nostra anima con la nostra professione, possiamo considerare la sostenibilità e il veganismo come due delle priorità del nostro lavoro. Quindi, arriviamo in modo naturale a prendersi cura del nostro ambiente attraverso il nostro lavoro", facendo riferimento alla sostenibilità. In merito al "plant based", ha sostenuto che, in determinati gelati, come quelli di cioccolato bean to bar, i prodotti non lattieri gli hanno permesso di esprimere al massimo il sapore. D'altra parte, la proprietaria di Selvàtica ha partecipato al dibattito spiegando che inizialmente si è avvicinata alla gelateria vegana a causa di problemi di intolleranza al lattosio, rendendosi conto di un problema che coinvolge una parte significativa della sua clientela. Da qui la sua scommessa sul veganismo fin dall'inizio, affinché la sua gelateria fosse più inclusiva e affinché gli intolleranti al lattosio non avessero solo sorbetti a disposizione, ma un'offerta più ampia. Andrés Torres, del ristorante Casa Nova, ha dettagliato i vari modi in cui si può contribuire a essere più sostenibili da un ristorante. Questo contributo include aspetti ecologici, come l'utilizzo dell'acqua piovana e l'economia circolare di un menu costruito sfruttando tutto ciò che viene coltivato nel proprio orto. Ma va oltre, poiché ha anche un impatto sociale. Inoltre, una parte del suo team di ristorante è composta da persone che hanno beneficiato dell'aiuto dell'ONG da lui fondata, Global Umanitaria. Alla fine della degustazione del menu, Andrés Torres spiega al commensale come può contribuire alla sostenibilità attraverso progetti delle ONG, tra gli altri aspetti.

Conclusioni dall'Organizzazione SCWC: Trasformare questo tavolo di lavoro in uno più ampio sulla sostenibilità.

Barcellona, 15 novembre 2023

Sustainability imposes its urgency on other trends



Coordinator: Luis Concepción (gastronomic journalist and director of the magazines Arte heladero and so cool.. magazine)

Participants in the working session: Albert Roca (Sant Croi Gelats), Natalia Ramírez (Selvàtica), Roberto Juan (Forn del Barri and Apassiona't), Lucila Canero (La Luciérnaga), Andrés Torres (Casa Nova), Rat Sotorra (Vegetalia).

A preliminary reflection from the coordinator: When comparing the roundtable discussions of SCWC BCN 2022 with the working sessions of the current edition of the Science & Cooking World Congress BCN 2023, it is possible to identify both positive and negative aspects. The roundtable of the previous year had diverse profiles, ranging from the food industry to craftsmanship, as well as companies supplying craftsmanship and innovation centers working for the global market. This diversity of profiles made fruitful dialogue challenging where ideas could be shared. However, the roundtable benefited from the solemnity provided by the auditorium of the historic UB building, and the audience enjoyed the interventions of the speakers. This year, the proposed hybrid format, midway between a roundtable and

a working group, has not been the same, both in terms of the setting and the acoustic contamination generated by other roundtables. The projected image has not been the same, as the simultaneous realization of several roundtables conveyed a sense of precariousness and improvisation that needs improvement for SCWC BCN 2024.

Worked contents:

This year, it became clear among the speakers that the concept of sustainability is much more crucial and integrates a more global vision of the issues facing current society than veganism or “plant-based” concepts. It is a concept with various dimensions, some of which are already coming into direct contact with people’s daily lives. This year, the working session allowed for the concretization of these two trends in a more specific area, that of craftsmanship within gastronomy. Experiences and ideas were exchanged in areas such as ice cream making, pastry, cooking, baking, and companies dedicated to food. In addition to discussing their specific experiences in the field of sustainability and veganism, the working session debated which of these trends will have more influence in gastronomy and whether both should go hand in hand. To the first question, the majority responded that sustainability is a much broader and urgent concept on the social and political agenda than plant-based approaches, and that craftsmanship can contribute with numerous small actions in day-to-day activities. Regarding the second question, professionals answered that, although both ideas can go hand in hand, they do not always have to be complementary. As Albert Roca mentioned, “you can make vegan ice cream with fruits like coconut, that comes from far away, which, however, distances you from sustainability.” Among the most notable statements, Albert Roca mentioned that ice cream making has given him the opportunity to reconnect with the environment and circular economy. He also stated, “When we align our soul with our profession, we can consider sustainability and veganism as two priorities in our work. Then, we naturally come to take care of our environment through our profession,” referring to sustainability. Regarding plant-based, he argued that, in certain ice creams, such as chocolate bean-to-bar, non-dairy products have allowed him to express the flavor to the fullest. On the other hand, the owner of Selvática participated in the debate, explaining that initially, she got involved in vegan ice cream making due to lactose intolerance issues, becoming aware of a problem that affects a significant part of her clientele. Hence her commitment to veganism from the beginning, so that her ice cream shop would be more inclusive, and lactose intolerant individuals would have not only sorbets available but a broader range. Andrés Torres, from the Casa Nova restaurant, detailed the various ways in which one can contribute to being more sustainable from a restaurant. This contribution includes ecological aspects, such as using rainwater and the circular economy of a menu built by utilizing everything cultivated in their own garden. But it goes beyond that, as it also has a social impact. In addition, part of his restaurant team is composed of people who have benefited from the assistance of the NGO founded by himself, Global Humanitaria. At the end of the tasting menu, Andrés Torres explains to the diner how they can contribute to sustainability through NGO projects, among other aspects.

Conclusions from the SCWC Organization: Transforming this working session into a broader one on sustainability.

Barcelona, November 15, 2023



DOCUMENT DE COMPROMÍS “Reptes i oportunitats per a la generació i transmissió del coneixement gastronòmic-científic aplicat a les escoles de cuina”



Reunits a Barcelona, una comissió d'experts d'escoles de cuina sota la coordinació de Rafa Llin (Dep. Educació Generalitat de Catalunya) en el marc de la 4a edició del Science & Cooking World Congress Barcelona que s'ha celebrat a l'Edifici Històric de la Universitat de Barcelona del 13 al 15 de novembre de 2023,

Acordem:

Redactar aquest **document de compromís**, lligat al Congrés (annex al Manifest “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigit al sector econòmic de l'alimentació, la distribució i la gastronomia, a l'administració pública, als responsables educatius i a la societat en general. El propòsit és establir tasques acordades que recolzin la gastronomia com a instrument social.

Tasques acordades:

1. Gastronomia científica a la formació professional:
 - La gastronomia científica ha de considerar-se una formació independent. S'ha de relacionar amb la formació actual com una nova disciplina a la formació professional. Això requereix la formació del professorat i l'adequació de les aules.
2. Requisits de titulació i contractació:
 - S'han d'establir requisits de titulació per a treballs relacionats amb el sector. Els empresaris han de contractar personal segons la seva titulació i pagar salaris d'acord amb acords col·lectius.
3. Paper de la formació professional de gastronomia:
 - La formació professional de gastronomia ha de ser referent per fomentar la cultura del bon menjar, crear hàbits alimentaris saludables, transmetre coneixements gastronòmics i ser inclusiva socialment.
4. Digitalització i motivació de l'alumnat:
 - La digitalització dels sectors productius motiva l'alumnat. La ludificació i la digitalització de processos productius contribueixen a les competències de futurs professionals.
5. Projecte comú entre escoles, universitat i empreses:
 - Es proposa un projecte comú entre escoles de gastronomia, universitats i empreses de la indústria alimentària per aplicar avenços científics al consum gastronòmic.

Conclusió: Aquest document suggereix àrees de millora i desenvolupament per a futures edicions.

4 SCWC Barcelona, 15 de novembre de 2023

DOCUMENTO DE COMPROMISO “Retos y oportunidades para la generación y transmisión del conocimiento gastronómico-científico aplicado a las escuelas de cocina”



Reunidos en Barcelona una comisión de expertos de escuelas de cocina bajo la coordinación de Rafa Llin (Dep. Educació Generalitat de Catalunya) en el marco de la 4.ª edición del Science & Cooking World Congress Barcelona que se ha celebrado en el Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona del 13 al 15 de noviembre del 2023,

Acordamos

Redactar este **documento de compromiso**, ligado al Congreso (anexo al manifiesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigido al sector económico de la alimentación, la distribución y la gastronomía, a la administración pública, a los responsables educativos y a la sociedad en general. El propósito es establecer tareas acordadas que respalden la gastronomía como instrumento social.

Tareas acordadas:

1. Gastronomía científica en la formación profesional:
 - La gastronomía científica debe considerarse una formación independiente. Se debe relacionar con la formación actual como una nueva disciplina en la formación profesional. Esto requiere la formación del profesorado y la adecuación de las aulas.
2. Requisitos de titulación y contratación:
 - Se deben establecer requisitos de titulación para trabajos relacionados con el sector. Los empresarios deben contratar personal según su titulación y pagar salarios de acuerdo con acuerdos colectivos.
3. Rol de la formación profesional de gastronomía:
 - La formación profesional de gastronomía debe ser referente para fomentar la cultura del buen comer, crear hábitos alimenticios saludables, transmitir conocimientos gastronómicos y ser inclusiva socialmente.

4. Digitalización y motivación del alumnado:

- La digitalización de los sectores productivos motiva al alumnado. La ludificación y la digitalización de procesos productivos contribuyen a las competencias de futuros profesionales.

5. Proyecto común entre escuelas, universidad y empresas:

- Se propone un proyecto común entre escuelas de gastronomía, universidades y empresas de la industria alimentaria para aplicar avances científicos al consumo gastronómico.

Conclusión: Este documento sugiere áreas de mejora y desarrollo para futuras ediciones.

4 SCWC Barcelona, 15 de noviembre de 2023

DOCUMENTO DI IMPEGNO “Sfide e opportunità per la generazione e la trasmissione della conoscenza gastronomica-scientifica applicata alle scuole di cucina”

Riuniti a Barcellona una commissione di esperti delle scuole di cucina sotto la coordinazione di Rafa Llin (Dep. Educació Generalitat de Catalunya) nel contesto della 4ª edizione dello Science & Cooking World Congress Barcelona, tenutosi nell'Edificio Storico dell'Università di Barcellona dal 13 al 15 novembre 2023,

Concordiamo

Di redigere questo **documento di impegno**, legato al Congresso (allegato al Manifesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), rivolto al settore economico dell'alimentazione, della distribuzione e della gastronomia, all'amministrazione pubblica, ai responsabili educativi e alla società in generale. L'obiettivo è stabilire compiti concordati che sostengano la gastronomia come strumento sociale.

Compiti concordati:

1. Gastronomia scientifica nella formazione professionale:

- La gastronomia scientifica deve essere considerata una formazione indipendente. Deve essere correlata alla formazione attuale come una nuova disciplina nella formazione professionale. Ciò richiede la formazione del corpo docente e l'adeguamento delle aule.

2. Requisiti di laurea e assunzione:

- Devono essere stabiliti requisiti di laurea per lavori correlati al settore. Gli imprenditori devono assumere personale in base alla loro laurea e pagare salari in conformità con gli accordi collettivi.

3. Ruolo della formazione professionale in gastronomia:

- La formazione professionale in gastronomia deve essere un punto di riferimento per promuovere la cultura del buon cibo, creare abitudini alimentari salutari, trasmettere conoscenze gastronomiche e essere inclusiva socialmente.

4. Digitalizzazione e motivazione degli studenti:

- La digitalizzazione dei settori produttivi motiva gli studenti. La ludicizzazione e la digitalizzazione dei processi produttivi contribuiscono alle competenze dei futuri professionisti.

5. Progetto comune tra scuole, università e aziende:

- Si propone un progetto comune tra scuole di gastronomia, università e aziende del settore alimentare per applicare progressi scientifici al consumo gastronomico.

Conclusione: Questo documento suggerisce aree di miglioramento e sviluppo per future edizioni.

4 SCWC Barcellona, 15 novembre 2023

COMMITMENT DOCUMENT “Challenges and Opportunities for the Generation and Transmission of Gastronomic-Scientific Knowledge Applied to Culinary Schools”



Assembled in Barcelona, a commission of experts from Culinary Schools under the coordination of Rafa Llin (Department of Education, Generalitat de Catalunya) during the 4th edition of the Science & Cooking World Congress Barcelona, held at the Historic Building of the University of Barcelona from November 13 to 15, 2023,

Agree to

Write this **commitment document**, linked to the Congress (annexed to the manifesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), aimed at the economic sector of food, distribution, gastronomy, public administration, educational authorities, and society in general. The purpose is to establish agreed-upon tasks that support gastronomy as a social instrument.

Agreed tasks:

1. Scientific gastronomy in professional training:
 - Scientific gastronomy must be considered independent training. It should be related to current training as a new discipline in professional training. This requires teacher training and the adaptation of classrooms.
2. Degree and hiring requirements:

- Degree requirements should be established for jobs related to the sector. Employers should hire personnel according to their qualifications and pay salaries in accordance with collective agreements.
3. Role of professional gastronomy training:
 - Professional gastronomy training should be a reference point to promote a culture of good eating, create healthy eating habits, transmit gastronomic knowledge, and be socially inclusive.
 4. Digitization and student motivation:
 - The digitization of productive sectors motivates students. Gamification and the digitization of production processes contribute to the skills of future professionals.
 5. Common project among schools, university, and companies:
 - A common project is proposed among culinary schools, universities, and companies in the food industry to apply scientific advances to gastronomic consumption.

Conclusion: This document suggests areas for improvement and development for future editions.

4 SCWC Barcelona, November 15, 2023

Equip/adhesions / Equipo/adhesiones / Squadra/adesioni / Team/accessions

CETT (Nan Ferreres), EHTB (Fran Boronat), EHTG (Raúl Cuadras), EH Alcalá de Henares (Sergio Laguarda), Institut FP Sant Cugat del Vallès (Carlos Heras), Institut Joan Ramon Benaprès (Bet Butí), Mappetite (Emiliano Arencibia), Camila De Meirelles Landi (Mackenzie-São Paulo) i Rafa Llin (Dep. Educació Generalitat de Catalunya)



Handwritten signatures of the participating teams and individuals, including: Raúl Cuadras, Carlos Heras, Bet Butí, Emiliano Arencibia, Sergio Laguarda, Fran Boronat, Camila Landi, and Nan Ferreres.

Projecte Oli i Cuina. La cuina com a eina per potenciar la investigació i el consum de l'oli d'oliva



Coordinadors: Agustí Romero i Montse Jiménez (IRTA Mas Bové)

Participants en la taula de treball:

ACTOR	ENTITAT
Consumidors	Acadèmia Catalana de Gastronomia (Rosa Mayordomo)
Promoció pública i comunicació	PRODECA (Gemma Moliner)
Escoles de cuina	CETT (Gemma Díez)
Xefs	Restaurant Hiu (Sergio Palacín)
Distribució i venedors d'oli	SERHS (Pierre La Marche)
Producció	FCAC (Domènec Vila)
Recerca	UB (Francesc Guardiola)

Plantejament general:

L'oli d'oliva verge extra és un oli vegetal diferent dels altres, ja que s'obté directament a partir de fruits de bona qualitat i només mitjançant processos físics que no alteren la seva estructura molecular ni comprometen els seus components nutritius i saludables. Curiosament, els diferents actors del sector de l'oli verge extra coneixen només parts molt concretes de les possibilitats reals que ofereix aquest producte, especialment als països productors, on actualment l'orientació al client és una realitat.

Els **consumidors** solen ser la part més oblidada de l'esquema, tot i que tothom en parla. No obstant això, l'elecció del tipus d'oli a la cuina es fa en base al preu i a la capacitat de reutilització, molt rarament tenint en compte el que se

suposa que és millor per al client. Part del problema rau en el fet que el restaurador tampoc domina correctament conceptes com quins són els compostos saludables de l'oli, com funcionen i si el procés de cuina els altera o no; fins i tot el concepte de satisfacció final del client no inclou aspectes com la digestibilitat un cop s'ha sortit del restaurant.

La **promoció pública** relativa a l'oli d'oliva verge extra (AOVE) sol ser escassa i, en tot cas, dirigida als consumidors. D'altra banda, el tipus d'informació transmesa sol ser molt generalista i simplificada, com és lògic esperar en aquest tipus d'accions. No obstant això, seria interessant explorar l'interès de fer promoció dirigida al canal HORECA amb continguts més especialitzats i que permetessin tant al professional poder triar millor, com al productor poder organitzar millor la seva oferta per a aquest canal. D'altra banda, els diferents canals i **plataformes de comunicació** especialitzada per al sector HORECA poden suposar un punt clau en la cadena de distribució de l'oli d'oliva. Conèixer quins són aquests canals, com aconseguir la informació sobre els olis i com la difonen a través del canal HORECA pot ser del major interès.



Les **escoles de cuina** són possiblement la clau per al futur del sector, ja que la seva formació determinarà que els futurs cuiners i personal del sector de restauració (gestors de compres, caps de sala, direcció de negoci) acceptin la possibilitat de rebre informació sobre aquest producte i puguin començar a experimentar-hi. Per avançar en aquest punt cal adaptar la informació ja existent a les necessitats del futur usuari de l'oli, així com desenvolupar investigació en els punts on el coneixement encara no és prou sòlid per prendre decisions objectives. És fonamental aportar informació objectiva sobre les opcions disponibles en el sector productor (varietats, volums, característiques, formats, freqüència de subministrament...), rendiment a la cuina segons les diferències existents en la producció (la variabilitat és tan àmplia que no es pot comparar amb un oli de llavors, d'oliva o de pinyolada d'oliva), acceptabilitat del client final en temes de sabor, però també de digestibilitat, responsabilitat social, producte local, etc.

Els **cuiners professionals**, especialment els d'establiments amb nivell suficient per treballar amb matèries primeres de qualitat, no disposen de formació prou sòlida sobre les diferències entre els diferents tipus d'olis, i molt menys sobre el verge extra. Existeixen molts malentesos sobre el comportament del verge extra en diferents aplicacions de cuina, moltes vegades derivades de conceptes mal explicats per part dels distribuïdors, que consideren el verge extra un oli similar als altres, quan això no és cert de cap manera. Tot això limita les possibilitats de comprensió dels cuiners sobre el que implica renunciar a la utilització del verge extra. No obstant això, els cuiners són els que tenen a les seves mans les possibilitats reals de desenvolupament del sector d'oli verge extra, donat el volum potencial de consum que representen.

La gran distribució d'aliments pel sector professional de cuina inclou tant cadenes minoristes (tipus Esclat, Carrefour o Mercadona...), com **majoristes** (MAKRO, GROSS MERCAT...). En especial, l'oferta de les cadenes majoristes està tan condicionada per la demanda del sector HORECA que pot condicionar les possibilitats d'abastiment d'aquest sector. La informació que maneja aquest tipus de canal sol ser molt econòmica, basada en el que més demanden el tipus de restaurants que suposen un major volum de diners anual, així com en el que poden oferir els grans operadors del sector d'olis. La informació relativa a les diferències entre olis, com en especial entre la gamma verge extra, sol quedar en segon pla. Existeix també un canal de **distribuïdors** d'olis de petits productors. Es tracta d'un grup molt heterogeni, fins i tot poden variar entre països. Difícilment treballen un sol tipus d'oli, i encara menys el verge extra, per això la seva argumentació davant del restaurant sol ser tendenciosa i difícilment disposen d'un coneixement suficient sobre el verge extra, ni pel que fa a les seves potencialitats de producció ni pel seu comportament real en diferents aplicacions de cuina i encara menys a nivell d'acceptabilitat del client final.

Els **productors** no estan fora d'aquest esquema, ja que poden adaptar la producció als requeriments del sector HORECA sense que suposi un sobrecost en molts casos. Es poden variar els perfils sensorials, el color, la intensitat, la resistència a altes temperatures, la transparència, la capacitat d'emulsionar, el cost per ració, el format, la informació, i fins i tot es pot implementar en producció aquelles preferències del consumidor final (tipus de producció, ecològica, responsabilitat social, agricultura regenerativa, empremta de carboni, empremta hídrica, economia circular...); de fet,

el sector del verge extra és possiblement el més documentat que existeix, arriben a estar analitzats sensorialment tots els lots que surten al mercat, utilitzant un mètode estandarditzat i que inclou atributs i conceptes identificables tant pel consumidor final com pel professional de cuina. L'únic que necessita el productor és saber el que necessita el sector HORECA.

Finalment, la **recerca** s'ha dedicat a analitzar l'oli des del punt de vista de la producció (factors ambientals i de procés, conservació, efectes saludables, variabilitat), del comerç (fraus, vida útil, envasos, traçabilitat) o del comportament en cuina comparat amb altres olis vegetals (rendiment, preservació de compostos, reutilització, desenvolupament de compostos potencialment tòxics). No obstant això, no s'ha aprofundit a buscar la relació existent entre oli verge extra i acceptabilitat de plats cuinats, ni a desenvolupar coneixements sobre com adaptar l'oferta als requeriments moderns dels professionals de cuina.

La taula de treball ha intentat posar en comú les opinions de tots aquests actors, amb la finalitat de consensuar un **document de compromís** que permeti establir les bases per dinamitzar l'ús de l'AQVE en el sector professional de cuina.

La taula rodona va acabar amb unes breus conclusions, presentades per Agustí Romero (IRTA) i es va passar a la discussió i redacció d'un **document de compromís** lligat al Congrés (annex al Manifest Scientific Gastronomy Barcelona 2019).

Objectius del document:

- Dinamitzar, preservar i divulgar l'oli d'oliva verge extra a través de la gastronomia com a actor econòmic, d'innovació i social.
- Buscar documentació ja realitzada i crear documents nous que permetin crear coneixement en l'aplicació de l'oli d'oliva a la cuina.
- Promoure els valors de sostenibilitat i salut.
- Ajudar a difondre l'oli d'oliva tant pel que afecta la tradició com la innovació.

Com aconseguir els objectius:

Amb la premissa d'utilitzar la gastronomia científica com a eina, es planifiquen les següents accions:

- Proporcionar estructura de continguts a través de la marca Science and Cooking World Congress.
- Crear esdeveniments, cursos, llibres, etc. amb la col·laboració del SCWC i l'IRTA.
- Desenvolupar projectes sostenibles amb la col·laboració del SCWC, IRTA i altres institucions de recerca.



DOCUMENT DE COMPROMÍS

Oli d'oliva a la cuina. Barcelona 2023

Reunits a Barcelona, en el marc del Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un ampli espectre de persones relacionades amb l'oli d'oliva i la gastronomia per millorar la interrelació entre ambdós mons i la formació, els signants del document (investigadors, cuiners, comunicadors i altres)

es comprometen a contribuir que l'entorn relacionat amb l'oli d'oliva-gastronomia vagi adoptant els principis consensuats en aquest document i

acorden redactar aquest manifest dirigit als professionals de la gastronomia i a la societat, en general, per establir criteris que permetin un futur més sostenible i saludable.

1. Els consumidors apreciarien plats cuinats amb verge extra, especialment perquè això té implicacions sobre la salut i la tradició.
2. Cal buscar els suports necessaris tant d'organitzacions no governamentals com d'administracions per incentivar l'ús de l'oli d'oliva verge extra en gastronomia i hostaleria.
3. Els canals de comunicació haurien d'estructurar la informació per a les necessitats de tots els implicats en el sector HORECA, incloses les escoles d'hostaleria, el distribuïdors, etc.
4. Els agents implicats en alimentació haurien d'exercir d'altaveus per a l'ús de l'AOVE en gastronomia.
5. És convenient consensuar amb empreses de distribució majorista que promocionin els productes locals i avançar en l'ús d'envasos de mínim impacte ambiental.
6. Proposem defensar i promocionar els productes locals, l'activitat dels quals permet mantenir el patrimoni cultural.
7. Els organismes de finançament haurien de fer possible que els investigadors busquin solucions als problemes del dia a dia del sector HORECA.
8. Per poder canalitzar els punts anteriors es crea una comissió: Science and Cooking World Congress-IRTA amb les missions:
 - Fer una llista d'empreses o entitats que subscriuen aquest Manifest.
 - Proporcionar assessorament vehiculat per aquesta comissió.
 - Ajudar empreses i institucions perquè puguin adherir-se a aquests criteris.
 - Crear segell de qualitat en compliment del manifest.

Els promotors del present manifest acorden treballar de manera conjunta i cooperativa perquè es proposin mesures d'acció que permetin tenir una gastronomia de qualitat, sostenible i saludable.

Barcelona, 15 de novembre de 2023

Proyecto Aceite y Cocina. La cocina como herramienta para potenciar la investigación y el consumo del aceite de oliva



Coordinadores: Agustí Romero i Montse Jiménez (IRTA Mas Bové)

Participantes en la mesa de trabajo:

ACTOR	ENTIDAD
Consumidores	Academia Catalana Gastronomia (Rosa Mayordomo)
Promoción pública y comunicación	PRODECA (Gemma Moliner)
Escuelas de cocina	CETT (Gemma Díez)
Chefs	Restaurant Hiu (Sergio Palacín)
Distribución y vendedores de aceite	SERHS (Pierre La Marche)
Producción	FCAC (Domènec Vila)
Investigación	UB (Francesc Guardiola)

Planteamiento general:

El aceite de oliva virgen extra es un aceite vegetal diferente al resto, en cuanto se obtiene directamente a partir de frutos de buena calidad y solamente mediante procesos físicos que no alteran su estructura molecular ni comprometen sus componentes nutricionales y saludables. Curiosamente, los diferentes actores del sector del aceite virgen extra conocen solo partes muy concretas de las posibilidades reales que ofrece este producto, especialmente en los países productores, donde actualmente la orientación al cliente es una realidad.

Los **consumidores** suelen ser la parte más olvidada del esquema, aunque todo el mundo habla de ellos. Sin embargo, la elección del tipo de aceite en cocina se hace en base a precio y capacidad de reutilización, muy raramente a nivel

de lo que se supone que es mejor para el cliente. Parte del problema reside en que el restaurador tampoco domina correctamente conceptos como cuáles son los compuestos saludables del aceite, cómo funcionan y si el proceso de cocina los altera o no; incluso el concepto de satisfacción final del cliente no incluye aspectos como la digestibilidad una vez se ha salido del restaurante.

La **promoción pública** relativa al aceite de oliva virgen extra (AOVE), suele ser escasa y, en todo caso, dirigida a los consumidores. Por otra parte, el tipo de información transmitida suele ser muy generalista y simplificada, como es lógico esperar en este tipo de acciones. Sin embargo, sería interesante explorar el interés de hacer promoción dirigida al canal HORECA con contenidos más especializados y que permitieran tanto al profesional poder elegir mejor, como al productor poder organizar mejor su oferta para este canal. Por otra parte, los diferentes canales y **plataformas de comunicación** especializada para el sector HORECA pueden suponer un punto clave en la cadena de distribución del aceite de oliva. Conocer cuáles son estos canales, cómo consiguen la información sobre los aceites y cómo la difunden a través del canal HORECA puede ser del mayor interés.



Las **escuelas de cocina** son posiblemente la clave para el futuro del sector, ya que su formación determinará que los futuros cocineros y personal del sector de restauración (gestores de compras, jefes de sala, dirección de negocio) acepten siquiera la posibilidad de recibir información sobre este producto y puedan empezar a experimentar con el mismo. Para avanzar en este punto hace falta adaptar la información ya existente a las necesidades del futuro usuario del aceite, así como desarrollar investigación en los puntos donde el conocimiento todavía no es suficientemente sólido como para tomar decisiones objetivas. Es fundamental aportar información objetiva sobre las opciones disponibles en el sector productor (variedades, volúmenes, características, formatos, frecuencia de suministro...), rendimiento en la cocina según las diferencias existentes a nivel de producción (la variabilidad es tan amplia que no se puede comparar a un aceite de semillas, oliva u orujo de oliva), aceptabilidad del cliente final en temas de sabor, pero también de digestibilidad, responsabilidad social, producto local, etc.

Los **cocineros profesionales**, especialmente los de establecimientos con nivel suficiente para trabajar con materias primas de calidad, no disponen de formación suficientemente sólida sobre las diferencias entre los distintos tipos de aceites, y mucho menos sobre el virgen extra. Existen muchos malentendidos sobre el comportamiento del virgen extra en diferentes aplicaciones de cocina, muchas veces derivados de conceptos mal explicados por parte de los distribuidores, que consideran al virgen extra un aceite similar al resto, cuando esto no es cierto en absoluto. Todo ello limita las posibilidades de comprensión de los cocineros sobre lo que implica renunciar a la utilización del virgen extra. Sin embargo, los cocineros son los que tienen en sus manos las posibilidades reales de desarrollo del sector de aceite virgen extra, dado el volumen potencial de consumo que representan.

La gran distribución de alimentos para el sector profesional de cocina incluye tanto cadenas minoristas (tipo Esclat, Carrefour o Mercadona...), como **mayoristas** (MAKRO, GROSS MERCAT...). En especial la oferta de las cadenas mayoristas está tan condicionada por la demanda del sector HORECA que puede condicionar las posibilidades de abastecimiento de dicho sector. La información que maneja este tipo de canal suele ser muy economicista, basada en lo que más demandan el tipo de restaurantes que supone un mayor volumen de dinero anual, así como en lo que pueden ofrecer los grandes operadores del sector de aceites. La información relativa a las diferencias entre aceites, como en especial entre la gama virgen extra, suele quedar en segundo plano. Existe también un canal de **distribuidores** de aceites de pequeños productores. Se trata de un grupo muy heterogéneo, incluso pueden variar entre países. Difícilmente trabajan un solo tipo de aceite, y todavía menos el virgen extra, por lo que su argumentación frente al restaurante suele ser sesgada y difícilmente disponen de un conocimiento suficiente sobre el virgen extra, ni en lo que respecta a sus potencialidades a nivel de producción, ni en lo que respecta a su comportamiento real en diferentes aplicaciones de cocina y aún menos a nivel de aceptabilidad del cliente final.

Los **productores** no están fuera de este esquema dado que pueden adaptar su producción a los requerimientos del sector HORECA sin que suponga un sobre coste en muchos casos. Se pueden variar los perfiles sensoriales, el color, la intensidad, la resistencia a altas temperaturas, la transparencia, la capacidad de emulsificación, el coste por ración,

el formato, la información, e incluso se puede implementar en producción aquellas preferencias del consumidor final (tipo de producción, ecológica, responsabilidad social, agricultura regenerativa, huella de carbono, huella hídrica, economía circular...); de hecho, el sector del virgen extra es posiblemente el más documentado que existe, llegando a estar analizados sensorialmente todos los lotes que salen a mercado, utilizando un método estandarizado y que incluye atributos y conceptos identificables tanto por el consumidor final como por el profesional de cocina. Lo único que necesita el productor es saber lo que necesita el sector HORECA.

Finalmente, la **investigación** se ha dedicado a analizar el aceite desde el punto de vista de la producción (factores ambientales y de proceso, conservación, efectos saludables, variabilidad), del comercio (fraudes, vida útil, envases, trazabilidad) o del comportamiento en cocina comparado con otros aceites vegetales (rendimiento, preservación de compuestos, reutilización, desarrollo de compuestos potencialmente tóxicos). Sin embargo, no se ha profundizado en buscar la relación existente entre aceite virgen extra y aceptabilidad de platos cocinados, ni en desarrollar conocimientos sobre como adaptar la oferta a los requerimientos modernos de los profesionales de cocina.

La mesa de trabajo ha intentado poner en común las opiniones de todos estos actores, con el fin de consensuar un **documento de compromiso** que permita sentar las bases para dinamizar el uso del AOVE en el sector profesional de cocina.

La mesa redonda finalizó con unas breves conclusiones, presentadas por Agustí Romero (IRTA) y se pasó a la discusión y redacción de un **documento de compromiso** ligado al Congreso (anexo al Manifiesto Scientific Gastronomy Barcelona 2019).

Objetivos del documento:

- a. Dinamizar, preservar y divulgar el aceite de oliva virgen extra a través de la gastronomía como un actor económico, de innovación y social.
- b. Buscar documentación ya realizada y crear documentos nuevos que permitan crear conocimiento en la aplicación del aceite de oliva en la cocina.
- c. Promover los valores de sostenibilidad y salud.
- d. Ayudar a difundir el aceite de oliva tanto en lo que afecta a la tradición como a la innovación.

Como conseguir los objetivos:

Con la premisa de utilizar la gastronomía científica como herramienta, se planifican las siguientes acciones:

- Proporcionar estructura de contenidos a través de la marca Science and Cooking World Congress.
- Crear eventos, cursos, libros etc. con la colaboración del SCWC y el IRTA.
- Desarrollando proyectos sostenibles con la colaboración del SCWC, IRTA y otras instituciones de investigación.

DOCUMENTO DE COMPROMISO

Aceite de oliva en la cocina. Barcelona 2023

Reunidos en Barcelona, en el marco del Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un amplio espectro de personas relacionadas con el aceite de oliva y la gastronomía para poder mejorar la interrelación entre ambos mundos y la formación, los firmantes del documento (investigadores, cocineros, comunicadores y otros)

se comprometen a contribuir a que el entorno relacionado con el aceite de oliva-gastronomía vaya adoptando los principios consensuados en este documento y

acuerdan redactar este manifiesto dirigido a los profesionales de la gastronomía y a la sociedad, en general, para establecer criterios que permitan un futuro más sostenible y saludable.

1. Los consumidores apreciarían platos cocinados con virgen extra, especialmente porque ello tiene implicaciones sobre la salud y la tradición.
2. Hay que buscar los apoyos necesarios tanto de organizaciones no gubernamentales como de administraciones para incentivar el uso del aceite de oliva virgen extra en gastronomía y hostelería.
3. Los canales de comunicación deberían estructurar la información para las necesidades de todos los implicados en el sector HORECA, incluidas las escuelas de hostelería, los distribuidores, etc.
4. Los agentes implicados en alimentación deberían ejercer de altavoces para el uso de AOVE en gastronomía.
5. Es conveniente consensuar con empresas de distribución mayorista que promocionen los productos locales y avanzar en el uso de envases de mínimo impacto ambiental.
6. Proponemos defender y promocionar a los productos locales, cuya actividad permite mantener el patrimonio cultural.
7. Los organismos de financiación deberían hacer posible que los investigadores busquen soluciones a los problemas del día-a-día del sector HORECA.
8. Para poder canalizar los puntos anteriores se crea una comisión: Science and Cooking World Congress- IRTA con las misiones:
 - Lista de empresas o entidades que suscriben este Manifiesto.
 - Proporcionar asesoramiento vehiculado por esta comisión.
 - Ayudar a empresas e instituciones para que puedan adherirse a estos criterios.
 - Crear sello de calidad en cumplimiento del manifiesto.

Los promotores del presente manifiesto acuerdan trabajar conjunta y cooperativamente para que se planteen medidas de acción que permitan tener una gastronomía de calidad, sostenible y saludable.

Barcelona, 15 noviembre de 2023

Progetto Olio e Cucina. La cucina come strumento per potenziare la ricerca e il consumo dell'olio d'oliva



Coordinatori: Agustí Romero e Montse Jiménez (IRTA Mas Bové)

Partecipanti al tavolo di lavoro:

ATTORE	ENTITÀ
Consumatori	Accademia Catalana di Gastronomia (Rosa Mayordomo)
Promozione pubblica e comunicazione	PRODECA (Gemma Moliner)
Scuole di cucina	CETT (Gemma Díez)
Cuochi	Ristorante Hiu (Sergio Palacín)
Distribuzione e venditori di olio	SERHS (Pierre La Marche)
Produzione	FCAC (Domènech Vila)
Ricerca	UB (Francesc Guardiola)

Contesto generale:

L'olio d'oliva vergine extra è un olio vegetale diverso dagli altri, poiché viene ottenuto direttamente da frutti di buona qualità e solo mediante processi fisici che non ne alterano la struttura molecolare né compromettono i suoi componenti nutritivi e salutari. Curiosamente, i vari attori del settore dell'olio extravergine conoscono solo parti molto specifiche delle reali possibilità offerte da questo prodotto, specialmente nei paesi produttori, dove l'orientamento al cliente è attualmente una realtà.

I **consumatori** tendono ad essere la parte più dimenticata del sistema, nonostante se ne parli molto. Tuttavia, la scelta del tipo di olio in cucina si basa sul prezzo e sulla capacità di riutilizzo, raramente considerando ciò che si presume sia meglio per il cliente. Parte del problema risiede nel fatto che nemmeno i ristoratori hanno una comprensione corretta di concetti come quali sono i composti salutari dell'olio, come funzionano e se il processo di cottura li altera o meno; persino il concetto di soddisfazione finale del cliente non include aspetti come la digeribilità una volta lasciato il ristorante.

La **promozione pubblica** relativa all'olio d'oliva vergine extra (AOVE) di solito è scarsa e, in ogni caso, rivolta ai consumatori. D'altro canto, il tipo di informazioni trasmesse solitamente è molto generico e semplificato, come è logico aspettarsi in questo tipo di azioni. Tuttavia, sarebbe interessante esplorare l'interesse nel fare promozione rivolta al canale HORECA con contenuti più specializzati, che consentano sia al professionista di fare scelte migliori sia al produttore di organizzare meglio la propria offerta per questo canale. Allo stesso modo, i diversi canali e piattaforme di comunicazione specializzati per il settore HORECA potrebbero rappresentare un punto chiave nella catena di distribuzione dell'olio d'oliva. Conoscere quali sono questi canali, come ottengono le informazioni sugli oli e come le diffondono attraverso il canale HORECA potrebbe essere di grande interesse.

Le **scuole di cucina** sono probabilmente la chiave per il futuro del settore, poiché la loro formazione determinerà se i futuri chef e il personale del settore della ristorazione (responsabili degli acquisti, direttori di sala, dirigenti aziendali) accetteranno anche la possibilità di ricevere informazioni su questo prodotto e potranno iniziare a sperimentarne l'uso. Per avanzare in questo punto è necessario adattare le informazioni già esistenti alle esigenze del futuro utente dell'olio, nonché sviluppare la ricerca nei punti in cui la conoscenza non è ancora sufficientemente solida per prendere decisioni obiettive. È fondamentale fornire informazioni obiettive sulle opzioni disponibili nel settore produttivo (varietà, volumi, caratteristiche, formati, frequenza di fornitura...), le prestazioni in cucina in base alle differenze esistenti a livello di produzione (la variabilità è così ampia che non può essere paragonata a un olio di semi, di oliva o di sansa d'oliva), e l'accettabilità del cliente finale su questioni di sapore, ma anche di digeribilità, responsabilità sociale, prodotto locale, ecc.

I **cuochi professionisti**, specialmente quelli degli stabilimenti con un livello sufficiente per lavorare con materie prime di qualità, non dispongono di una formazione sufficientemente solida sulle differenze tra i vari tipi di oli, e ancor meno

sull'olio vergine extra. Esistono molti fraintendimenti sul comportamento del vergine extra in diverse applicazioni culinarie, spesso derivati da concetti mal spiegati dai distributori, che considerano il vergine extra un olio simile agli altri, quando questo non è affatto vero. Tutto ciò limita le possibilità di comprensione dei cuochi su cosa significhi rinunciare all'uso del vergine extra. Tuttavia, i cuochi sono coloro che hanno tra le mani le reali possibilità di sviluppo del settore dell'olio vergine extra, dato il potenziale volume di consumo che rappresentano.

La distribuzione alimentare per il settore della cucina professionale include sia catene di distribuzione al dettaglio (come Esclat, Carrefour o Mercadona...) sia **grossisti** (MAKRO, GROSS MERCAT...). In particolare, l'offerta delle catene di distribuzione all'ingrosso è condizionata dalla domanda del settore HORECA, così come può condizionare le possibilità di approvvigionamento di detto settore. Le informazioni gestite da questo tipo di canale solitamente sono molto orientate all'aspetto economico, basate su ciò che richiedono di più i tipi di ristoranti che rappresentano il maggiore volume di denaro annuale, così come su ciò che possono offrire i grandi operatori del settore degli oli. Le informazioni relative alle differenze tra gli oli, specialmente all'interno della gamma vergine extra, di solito passano in secondo piano. Esiste anche un canale di **distributori** di oli di piccoli produttori. Si tratta di un gruppo molto eterogeneo, che può variare persino tra paesi. Difficilmente lavorano con un solo tipo di olio, e ancor meno con l'olio vergine extra, quindi la loro argomentazione di fronte al ristorante di solito è distorta e hanno difficoltà a disporre di una conoscenza sufficiente sull'olio vergine extra, sia per quanto riguarda le sue potenzialità a livello di produzione, sia per quanto riguarda il suo reale comportamento in diverse applicazioni culinarie e ancor meno a livello di accettabilità da parte del cliente finale.

I **produttori** non sono esclusi da questo schema poiché possono adattare la loro produzione alle esigenze del settore HORECA senza che ciò comporti un costo aggiuntivo in molti casi. È possibile variare i profili sensoriali, il colore, l'intensità, la resistenza alle alte temperature, la trasparenza, la capacità di emulsionare, il costo per porzione, il formato, le informazioni e persino implementare in produzione le preferenze del consumatore finale (tipo di produzione, ecologica, responsabilità sociale, agricoltura rigenerativa, impronta di carbonio, impronta idrica, economia circolare...). Infatti, il settore del vergine extra è probabilmente il più documentato che esista, arrivando a essere analizzati sensorialmente tutti i lotti che arrivano sul mercato, utilizzando un metodo standardizzato che include attributi e concetti identificabili sia dal consumatore finale che dal professionista di cucina. Tutto ciò di cui ha bisogno il produttore è sapere di cosa ha bisogno il settore HORECA.

Infine, la **ricerca** si è dedicata ad analizzare l'olio dal punto di vista della produzione (fattori ambientali e di processo, conservazione, effetti sulla salute, variabilità), del commercio (frodi, durata, confezionamento, tracciabilità) o del comportamento in cucina rispetto ad altri oli vegetali (prestazioni, conservazione dei composti, riutilizzo, sviluppo di composti potenzialmente tossici). Tuttavia, non si è approfondito nella ricerca della relazione esistente tra l'olio d'oliva vergine extra e l'accettabilità dei piatti cucinati, né nello sviluppo di conoscenze su come adattare l'offerta alle moderne esigenze dei professionisti della cucina.

Il gruppo di lavoro ha cercato di mettere in comune le opinioni di tutti questi attori, al fine di raggiungere un consenso su un **documento di impegno** che getti le basi per dinamizzare l'uso dell'AOVE nel settore della cucina professionale.

La tavola rotonda si è conclusa con brevi conclusioni presentate da Agustí Romero (IRTA), e si è passati alla discussione e redazione di un **documento di impegno** legato al Congresso (Allegato al Manifesto Scientific Gastronomy Barcelona 2019).

Obiettivi del documento:

- Dinamizzare, preservare e divulgare l'olio d'oliva vergine extra attraverso la gastronomia come attore economico, innovativo e sociale.
- Ricerca documentazione già realizzata e creare nuovi documenti che consentano di creare conoscenza nell'applicazione dell'olio d'oliva in cucina.
- Promuovere i valori di sostenibilità e salute.
- Contribuire a diffondere l'olio d'oliva sia per quanto riguarda la tradizione che l'innovazione.

Come raggiungere gli obiettivi:

Con la premessa di utilizzare la gastronomia scientifica come strumento, sono pianificate le seguenti azioni:

- Fornire una struttura dei contenuti attraverso il marchio Science and Cooking World Congress.
- Creare eventi, corsi, libri, ecc., in collaborazione con SCWC e IRTA.
- Sviluppare progetti sostenibili in collaborazione con SCWC, IRTA e altre istituzioni di ricerca.

DOCUMENTO DI IMPEGNO

Olio d'oliva in cucina. Barcellona 2023

Riuniti a Barcellona, nell'ambito del Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un ampio spettro di persone legate all'olio d'oliva e alla gastronomia per migliorare l'interazione tra entrambi i mondi e la formazione, i firmatari del documento (ricercatori, cuochi, comunicatori e altri)

si impegnano a contribuire affinché l'ambiente legato all'olio d'oliva-gastronomia adotti i principi concordati in questo documento, e

concordano redigere questo manifesto rivolto ai professionisti della gastronomia e alla società in generale, per stabilire criteri che consentano un futuro più sostenibile e salutare.

1. I consumatori apprezzeranno piatti cucinati con olio extravergine, specialmente perché ciò ha implicazioni sulla salute e sulla tradizione.
2. Bisogna cercare il sostegno necessario sia da organizzazioni non governative che dalle amministrazioni per incentivare l'uso dell'olio d'oliva extravergine in gastronomia e nell'ospitalità.
3. I canali di comunicazione dovrebbero strutturare le informazioni per le esigenze di tutti coloro coinvolti nel settore HORECA, inclusi le scuole di ospitalità, i distributori, ecc.
4. Gli attori coinvolti nell'alimentazione dovrebbero agire come portavoce per l'uso dell'AOVE in gastronomia.
5. Conviene concludere accordi con le aziende di distribuzione all'ingrosso che promuovano i prodotti locali e promuovere l'uso di imballaggi a basso impatto ambientale.
6. Proponiamo di difendere e promuovere i prodotti locali, la cui attività contribuisce a preservare il patrimonio culturale.
7. Gli organismi finanziatori dovrebbero rendere possibile che i ricercatori cercano soluzioni per i problemi quotidiani del settore HORECA.
8. Per poter canalizzare i punti precedenti, viene creata una commissione: Science and Cooking World Congress-IRTA con le seguenti missioni:
 - Fare un elenco di aziende o entità che aderiscono a questo Manifesto.
 - Fornire i consigli trasmessi da questa commissione.
 - Aiutare le aziende e le istituzioni ad aderire a questi criteri.
 - Creare un sigillo di qualità in conformità al manifesto.

I promotori del presente manifesto concordano di lavorare insieme e in modo cooperativo per proporre misure d'azione che consentano di avere una gastronomia di qualità, sostenibile e salutare.

Barcelona, 15 novembre 2023

Project Olive Oil and Cuisine Cooking as a tool to enhance research and consumption of olive oil

Coordinators: Agustí Romero and Montse Jiménez (IRTA Mas Bové)

Participants in the working group:

ACTOR	ENTITY
Consumers	Catalan Gastronomy Academy (Rosa Mayordomo)
Public promotion and communication	PRODECA (Gemma Moliner)
Cooking schools	CETT (Gemma Díez)
Chefs	Restaurant Hiu (Sergio Palacín)
Distribution and oil sellers	SERHS (Pierre La Marche)
Production	FCAC (Domènec Vila)
Research	UB (Francesc Guardiola)

General statement:

Extra Virgin Olive Oil is a vegetable oil distinct from others, as it is obtained directly from high-quality fruits and only through physical processes that do not alter its molecular structure or compromise its nutritional and healthful components. Interestingly, various stakeholders in the extra virgin olive oil sector are only familiar with very specific aspects of the real possibilities offered by this product, especially in producer countries, where customer orientation is currently a reality.

Consumers are often the most overlooked part of the scheme, despite being frequently discussed. However, the choice of cooking oil is based on price and reusability, rarely on what is deemed better for the customer. Part of the problem lies in the fact that restaurateurs also do not have a proper grasp of concepts such as the healthful compounds of oil, how they work, and whether the cooking process alters them. The concept of customer satisfaction does not encompass aspects such as digestibility once outside the restaurant.

Public promotion regarding extra virgin olive oil (EVOO) is usually scarce and, if any, directed at consumers. Moreover, the type of information transmitted is often very generalized and simplified, as expected in such actions. However, it would be interesting to explore the interest in targeted promotion to the HORECA channel with more specialized content, benefiting both professionals in making better choices and producers in organizing their offerings for this channel. Additionally, different channels and specialized communication platforms for the HORECA sector could play a crucial role in the olive oil distribution chain. Understanding these channels, how they obtain information about oils, and how they disseminate it through the HORECA channel can be of great interest.

Cooking schools are possibly the key to the future of the sector, as their training will determine whether future chefs and personnel in the restaurant sector (purchasing managers, dining room managers, business management) even consider the possibility of receiving information about this product and can start experimenting with it. To advance in this regard, it is necessary to adapt existing information to the needs of future oil users and conduct research where knowledge is not yet sufficiently solid to make objective decisions. It is essential to provide objective information about available options in the production sector (varieties, volumes, characteristics, formats, supply frequency...), kitchen performance based on production differences (variability is so broad that it cannot be compared to seed, olive, or olive pomace oil), customer acceptability in terms of flavor, digestibility, social responsibility, local product, etc.

Professional chefs, especially those in establishments working with quality raw materials, often lack sufficient training on the differences between various types of oils, especially extra virgin. There are many misunderstandings about the behavior of extra virgin oil in different kitchen applications, often derived from poorly explained concepts by distributors, who consider extra virgin oil similar to others, which is not true at all. All this limits chefs' understanding

of what it means to give up using extra virgin oil. However, chefs are the ones who have the real potential to drive the development of the extra virgin oil sector, given the potential consumption volume they represent.

Large-scale food distribution for the professional kitchen sector includes both retail chains (such as Esclat, Carrefour, or Mercadona) and **wholesalers** (MAKRO, GROSS MERCAT). In particular, the offering of wholesale chains is conditioned both by the demand of the HORECA sector and may influence the supply possibilities of said sector. The information handled by this type of channel is often very economic-focused, based on what the highest-volume money-making restaurants demand annually, as well as what the major players in the oil sector can offer. Information about differences between oils, especially in the extra virgin range, often takes a back seat. There is also a channel of **distributors** of oils from small producers, which is a very heterogeneous group, even varying between countries. They rarely work with a single type of oil, much less extra virgin, so their argumentation to restaurants is often biased and they often lack sufficient knowledge about extra virgin oil, both in terms of its production potential and its real behavior in different kitchen applications, and even less in terms of customer acceptability.

Producers are not outside this scheme, as they can adapt their production to the requirements of the HORECA sector without incurring additional costs in many cases. They can vary sensory profiles, color, intensity, resistance to high temperatures, transparency, emulsification capacity, cost per serving, format, information, and even implement consumer preferences in production (type of production, organic, social responsibility, regenerative agriculture, carbon footprint, water footprint, circular economy...). In fact, the extra virgin sector is possibly the most documented, with all batches that come to market being sensorially analyzed using a standardized method that includes attributes and concepts identifiable by both the end consumer and the culinary professional. All the producer needs to know is what the HORECA sector needs.

Finally, research has focused on analyzing oil from the production perspective (environmental and process factors, conservation, health effects, variability), trade (frauds, shelf life, packaging, traceability), or kitchen behavior compared to other vegetable oils (performance, preservation of compounds, reuse, development of potentially toxic compounds). However, there has been no in-depth exploration of the relationship between extra virgin olive oil and the acceptability of cooked dishes, nor the development of knowledge on how to adapt offerings to modern culinary professionals' requirements.

The working group has attempted to bring together the opinions of all these stakeholders to reach a consensus document that lays the foundation for revitalizing the use of EVOO in the professional kitchen sector.

The roundtable concluded with brief conclusions presented by Agustí Romero (IRTA), and the discussion and drafting of a **commitment document** linked to the Congress (Annex to the Scientific Gastronomy Barcelona 2019 Manifesto) ensued.

Document objectives:

- a. Revitalize, preserve, and disseminate extra virgin olive oil through gastronomy as an economic, innovative, and social actor.
- b. Seek existing documentation and create new documents that allow knowledge creation in the application of olive oil in the kitchen.
- c. Promote sustainability and health values.
- d. Assist in disseminating olive oil, both concerning tradition and innovation.

How to achieve the objectives:

With the premise of using scientific gastronomy as a tool, the following actions are planned:

- Provide content structure through the Science and Cooking World Congress brand.
- Create events, courses, books, etc., in collaboration with SCWC and IRTA.
- Develop sustainable projects in collaboration with SCWC, IRTA, and other research institutions.

COMMITMENT DOCUMENT

Olive Oil in the Kitchen. Barcelona 2023

Gathered in Barcelona, within the framework of the Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, a broad spectrum of individuals related to olive oil and gastronomy to improve the interrelation between both worlds and education, the signatories of the document (researchers, chefs, communicators, and others)

commit to contribute to the environment related to olive oil-gastronomy gradually adopting the principles agreed upon in this document,

agree to write this manifesto directed to gastronomy professionals and society in general, in order to establish criteria that allow for a more sustainable and healthy future.

1. Consumers would appreciate dishes cooked with extra virgin olive oil, especially because it has implications for health and tradition.
2. It is necessary to seek necessary support from non-governmental organizations and administrations to encourage the use of extra virgin olive oil in gastronomy and hospitality.
3. Communication channels should structure information to meet the needs of all involved in the HORECA sector, including hospitality schools, distributors, etc.
4. Stakeholders in the food industry should act as advocates for the use of EVOO in gastronomy.
5. It is convenient to reach an agreement with wholesale distribution companies to promote local products and advance in the use of environmentally friendly packaging.
6. We propose to defend and promote local products, whose activity helps maintain cultural heritage.
7. Funding bodies should enable researchers to seek solutions to the day-to-day problems of the HORECA sector.
8. To channel the above points, a commission is created: Science and Cooking World Congress–IRTA with the following missions:
 - List of companies or entities subscribing to this Manifesto.
 - Guidance provided by this commission.
 - Assist companies and institutions in adhering to these criteria.
 - Creation of a quality seal in compliance with the manifesto.

The promoters of this manifesto agree to work jointly and cooperatively to propose action measures that allow for a quality, sustainable, and healthy gastronomy.

Barcelona, November 15, 2023

La utilitat de les delegacions



Coordinadores: Equador-Galápagos (Luciana Bianchi), Brasil (Denise Araujo) i Argentina-Buenos Aires (Mariana Koppmann)

Participants en la taula de treball: Xile (Heinz Wuth), Harvard (Pia Sorensen), Montreal-Tòquio (François Chartier i Isabelle Moren), Parma (Davide Cassi), Turquia (Aylin Oney), Mèxic (Roberto Iborra), França (Jean Christophe Sakdavan), Taiwan i Xina (Daniel Li i Yitian Xiang).

Objectius de la taula:

- Definir el concepte de delegació.
- Establir les responsabilitats de les delegacions.
- Acordar la relació entre les delegacions i el Science and Cooking World Congress (SCWC).

Introducció: Les delegacions són pilars fonamentals que encarnen l'essència del SCWC, delineant el futur del moviment de Ciència i Cuina. Des de la coordinació, es va presentar la proposta sobre els objectius i es va convidar a enriquir-la amb les seves idees durant la reunió.

Definició de delegació: Una delegació consisteix en una persona o grup compromès amb la difusió de la Gastronomia Científica, en concordança amb el manifest científic del SCWC 2019, involucrant tant gastrònoms com científics.

Compromisos de les delegacions:

- a. Dinamitzar, preservar i difondre el Manifest de Gastronomia Científica de 2019 de Barcelona.
- b. Fomentar la cooperació i intercomunicació entre diferents delegacions.
- c. Promoure el valor de la gastronomia local mitjançant l'estructura global del SCWC.

Com assolir els objectius:

- Assoliments al 2023:
 - Confitures SCWC per Georgina Regàs (delegació Equador-Galápagos i delegació Brasil-Amazònia).
 - Biblioteca SCWC-Georgina Regàs a la delegació Equador-Galápagos.
 - Suport al llibre “Això és Ciència i Cuina” de Heinz Wuth, delegació de Xile.
 - Suport al llibre “Manual Bàsic de Gastronomia Científica” de Mariana Koppmann, delegació d'Argentina-Buenos Aires
- Crear nous esdeveniments, cursos, llibres, productes, etc.
- Projeccions per al 2024:
 - Trobada a la delegació Equador-Galápagos (maig 2024).
 - Congrés a la delegació de Mèxic (3-5 de setembre de 2024).
- Desenvolupar projectes sostenibles.
- Implementar iniciatives per empoderar comunitats locals i protegir el medi ambient.

Compromisos del SCWC:

- Brindar suport a les delegacions a través de la marca Science and Cooking World Congress.
- Assessorar en l'àmbit científic-gastronòmic per a estructures de progrés a les delegacions.
- Establir una estructura de comunicació entre les delegacions per presentar representants i compartir activitats, fomentant la col·laboració.
- Avaluar anualment el rendiment de les delegacions al SCWC BCN al novembre de cada any.

Barcelona, 15 de novembre de 2023



La utilidad de las delegaciones



Coordinadoras: Ecuador-Galápagos (Luciana Bianchi), Brasil (Denise Araujo) y Argentina-Buenos Aires (Mariana Koppmann)

Participantes en la mesa de trabajo: Chile (Heinz Wuth), Harvard (Pia Sorensen), Montreal-Tokio (François Chartier e Isabelle Moren), Parma (Davide Cassi), Turkey (Aylin Oney), México (Roberto Iborra), Francia (Jean Christophe Sakdavan), Taiwán y China (Daniel Li y Yitian Xiang).

Objetivos de la mesa:

- Definir el concepto de delegación.
- Establecer las responsabilidades de las delegaciones.
- Acordar la relación entre las delegaciones y el Science and Cooking World Congress (SCWC).

Introducción: Las delegaciones son pilares fundamentales que encarnan la esencia del SCWC, delineando el futuro del movimiento de Ciencia y Cocina. Desde la coordinación, se presentó la propuesta sobre los objetivos y se invitó a enriquecerla con sus ideas durante la reunión.

Definición de delegación: **Una delegación consiste en una persona o grupo comprometido con la difusión de la gastronomía científica**, en concordancia con el manifiesto científico del SCWC 2019, involucrando tanto a gastrónomos como a científicos.

Compromisos de las delegaciones:

- a. Dinamizar, preservar y difundir el Manifiesto de Gastronomía Científica de 2019 de Barcelona.
- b. Fomentar la cooperación e intercomunicación entre distintas delegaciones.
- c. Promover el valor de la gastronomía local mediante la estructura global del SCWC.

Cómo alcanzar los objetivos:

- Logros en 2023:
 - Confituras SCWC por Georgina Regàs (delegación Ecuador-Galápagos y delegación Brasil-Amazonia).
 - Biblioteca SCWC-Georgina Regàs en la Delegación Ecuador-Galápagos.
 - Apoyo al libro “Esto es Ciencia y Cocina” Heinz Wuth Delegación de Chile.
 - Apoyo al libro “Manual Básico de Gastronomía Científica” Mariana Koppmann, delegación de Argentina-Buenos Aires
- Crear nuevos eventos, cursos, libros, productos, etc.
- Proyecciones para 2024:
 - Encuentro en la Delegación Ecuador-Galápagos (mayo 2024).
 - Congreso en la Delegación de México (3-5 septiembre 2024).
- Desarrollar proyectos sostenibles.
- Implementar iniciativas para empoderar comunidades locales y proteger el medio ambiente.

Compromisos del SCWC:

- Brindar apoyo a las delegaciones a través de la marca Science and Cooking World Congress.
- Asesorar en el ámbito científico-gastronómico para estructuras de progreso en las delegaciones.
- Establecer una estructura de comunicación entre las delegaciones para presentar representantes y compartir actividades, fomentando la colaboración.
- Evaluar anualmente el desempeño de las delegaciones en el SCWC BCN en noviembre de cada año.

Barcelona 15 de noviembre 2023



L'utilità delle delegazioni



Coordinatori: Ecuador-Galápagos (Luciana Bianchi), Brasile (Denise Araujo) e Argentina-Buenos Aires (Mariana Koppmann)

Partecipanti al tavolo di lavoro: Cile (Heinz Wuth), Harvard (Pia Sorensen), Montréal-Tokio (François Chartier e Isabelle Moren), Parma (Davide Cassi), Turchia (Aylin Oney), Messico (Roberto Iborra), Francia (Jean Christophe Sakdavon), Taiwan e Cina (Daniel Li e Yitian Xiang).

Obiettivi del tavolo:

- Definire il concetto di delegazione.
- Stabilire le responsabilità delle delegazioni.
- Concordare la relazione tra le delegazioni e il Science and Cooking World Congress (SCWC).

Introduzione: Le delegazioni sono pilastri fondamentali che incarnano l'essenza dello SCWC, delineando il futuro del movimento di Scienza e Cucina. Dalla coordinazione, è stata presentata la proposta sugli obiettivi e si è invitato ad arricchirla con le proprie idee durante la riunione.

Definizione di delegazione: Una delegazione consiste in una persona o gruppo impegnato nella diffusione della gastronomia scientifica, in conformità con il manifesto scientifico dello SCWC 2019, coinvolgendo sia gastronomi che scienziati.

Impegni delle delegazioni:

- a. Dinamizzare, preservare e diffondere il Manifesto di Gastronomia Scientifica del 2019 di Barcellona.
- b. Favorire la cooperazione e l'intercomunicazione tra diverse delegazioni.
- c. Promuovere il valore della gastronomia locale attraverso la struttura globale dello SCWC.

Come raggiungere gli obiettivi:

- Successi nel 2023:
 - Confituras SCWC di Georgina Regàs (delegazione Ecuador-Galápagos e delegazione Brasile-Amazonia).
 - Biblioteca SCWC-Georgina Regàs presso la delegazione Ecuador-Galápagos.
 - Supporto al libro "Questo è Scienza e Cucina" di Heinz Wuth, delegazione del Cile.
 - Supporto al libro "Manuale Base di Gastronomia Scientifica" di Mariana Koppmann, delegazione di Argentina-Buenos Aires
- Creare nuovi eventi, corsi, libri, prodotti, ecc.
- Proiezioni per il 2024:
 - Incontro presso la delegazione Ecuador-Galápagos (maggio 2024).
 - Congresso presso la delegazione del Messico (3-5 settembre 2024).
- Sviluppare progetti sostenibili.
- Implementare iniziative per potenziare le comunità locali e proteggere l'ambiente.

Impegni dello SCWC:

- Offrire supporto alle delegazioni attraverso il marchio Science and Cooking World Congress.
- Consigliare nell'ambito scientifico-gastronomico per strutture di progresso nelle delegazioni.
- Stabilire una struttura di comunicazione tra le delegazioni per presentare rappresentanti e condividere attività, promuovendo la collaborazione.
- Valutare annualmente le performance delle delegazioni nello SCWC BCN a novembre di ogni anno.

Barcelona, 15 novembre 2023



The Utility of Delegations



Coordinators: Ecuador-Galápagos (Luciana Bianchi), Brazil (Denise Araujo), and Argentina-Buenos Aires (Mariana Koppmann)

Participants at the working table: Chile (Heinz Wuth), Harvard (Pia Sorensen), Montreal-Tokyo (François Chartier and Isabelle Moren), Parma (Davide Cassi), Turkey (Aylin Oney), Mexico (Roberto Iborra), France (Jean Christophe Sakdavan), Taiwan and China (Daniel Li and Yitian Xiang).

Objectives of the table:

- Define the concept of delegation.
- Establish the responsibilities of delegations.
- Agree on the relationship between delegations and the Science and Cooking World Congress (SCWC).

Introduction: Delegations are fundamental pillars that embody the essence of SCWC, outlining the future of the science and cooking movement. From coordination, the proposal on objectives was presented, and participants were invited to enrich it with their ideas during the meeting.

Definition of delegation: A delegation consists of an individual or group committed to the dissemination of scientific gastronomy, in accordance with the scientific manifesto of SCWC 2019, involving both gastronomes and scientists.

Commitments of delegations:

- a. Energize, preserve, and disseminate the Scientific Gastronomy Manifesto of 2019 from Barcelona.
- b. Foster cooperation and intercommunication among different delegations.
- c. Promote the value of local gastronomy through the global structure of SCWC.

How to achieve the objectives:

- Achievements in 2023:
 - SCWC Jams by Georgina Regàs (Delegation Ecuador-Galápagos and Delegation Brazil-Amazonia).
 - SCWC-Georgina Regàs Library at the Ecuador-Galápagos Delegation.
 - Support for the book “This is Science and Cooking” by Heinz Wuth, Delegation of Chile.
 - Support for the book “Basic Manual of Scientific Gastronomy” by Mariana Koppmann, Delegation of Argentina-Buenos Aires.
- Create new events, courses, books, products, etc.
- Projections for 2024:
 - Meeting at the Ecuador-Galápagos Delegation (May 2024).
 - Congress at the Mexico Delegation (September 3-5, 2024).
- Develop sustainable projects.
- Implement initiatives to empower local communities and protect the environment.

Commitments of SCWC:

- Provide support to delegations through the Science and Cooking World Congress brand.
- Advise in the scientific-gastronomic field for progress structures in delegations.
- Establish a communication structure between delegations to present representatives and share activities, fostering collaboration.
- Evaluate the performance of delegations at the SCWC BCN annually in November.

Barcelona, November 15, 2023

El futur de la pastisseria



Coordinadors: Francisco Migoya (pastisser, Modernist Cuisine) i Lilibeth Rivas (Global Marketing Manager at Sosa Ingredients)

Participants de la taula

- Will Goldfarb (Room4Dessert-Bali)
- Jordi Bordas (pastisser, Escola de Pastisseria Jordi Bordas)
- Frederic Bau (explorador de pastisseria de Maison Valrhona)
- Joyce Galvão (pastissera, São Paulo)

Plantejament inicial a través de preguntes

- En el panorama culinari en constant evolució, quin paper creu que jugarà la tecnologia en el futur de la pastisseria? Hi ha innovacions o eines específiques que creu que tindran un impacte significatiu en l'art de la pastisseria?
- La sostenibilitat i l'aprovisionament ètic són cada vegada més importants en la indústria alimentària. Com poden els pastissers contribuir a un futur més sostenible mantenint, al mateix temps, els alts estàndards de gust i presentació pels quals és coneguda la pastisseria?
- La demanda d'opcions alimentàries més saludables està creixent. Com poden els pastissers assolir un equilibri entre el caprici i les opcions conscients de la salut, i quines tendències preveuen en pastissos 'més saludables'?
- La globalització ha posat diversos sabors i tècniques a l'avantguarda de l'exploració culinària. Com imagina que la fusió de diferents tradicions i ingredients de pastisseria donarà forma al futur de la pastisseria, i com poden els xefs adoptar aquestes influències mentre preserven l'autenticitat del seu ofici?

Objectius acordats

1. Adoptar avenços tecnològics: els pastissers han d'estar d'acord en la importància d'adoptar la tecnologia a la pastisseria, incloent la impressió 3D, els equips de cuina de precisió i els programaris de pastisseria, per millorar la creativitat i l'eficiència.
2. Prioritzar la sostenibilitat: els pastissers haurien d'estar d'acord que la sostenibilitat és una responsabilitat compartida en el món culinari en general. Han de comprometre's a obtenir ingredients de manera responsable, reduir el malbaratament d'aliments i donar suport a pràctiques ecològiques a les seves cuines i obradors.
3. Innovar en opcions més saludables: un consens comú podria ser que els pastissers han de continuar innovant i adaptant les seves receptes per oferir opcions més saludables sense comprometre el gust i la qualitat. Això pot implicar explorar alternatives com ingredients baixos en sucre, sense gluten o d'origen vegetal.
4. Fusionar les cultures i sabors amb respecte: els pastissers saben que la fusió de diferents tradicions culinàries és una tendència apassionant, però també han d'incidir en la importància de respectar i preservar l'autenticitat de cada tradició mentre s'experimenta amb nous sabors i tècniques.
5. Educar i tutoritzar: els pastissers han d'expressar el seu compromís a fomentar la pròxima generació de talents pastissers a través de l'educació, la tutoria i l'intercanvi de coneixements. Encoratjar els joves pastissers a explorar nous horitzons i mantenir-se actualitzats amb les tendències de la indústria és essencial per al futur de la pastisseria.
6. Prioritzar el client: els pastissers han d'incidir en la importància d'oferir el que demanda el client, no només gustativament. Això podria incloure narracions interessants, presentacions immersives de postres i experiències gastronòmiques interactives.
7. Col·laborar i establir contactes: els pastissers poden acceptar continuar col·laborant entre ells i amb altres professionals culinaris, així com participar en esdeveniments i concursos de la indústria, per mantenir-se a l'avantguarda de la innovació en pastisseria.
8. Adaptar-se: els pastissers han de reconèixer la importància de romandre adaptatius i oberts al canvi, a mesura que evoluciona el panorama culinari. La flexibilitat i l'aprenentatge continu són vitals per a l'èxit en el dinàmic món de la pastisseria.

Propostes de SCWC BCN

Aquests objectius poden ajudar a guiar la comunitat pastissera cap a una visió compartida pel futur del seu ofici i promoure la col·laboració i el creixement dins de la indústria. Per això, es proposa que durant el 2024 es produeixin iniciatives en algun dels objectius indicats i que es presentarien en el SCWC BCN novembre 2024.

Barcelona, 15 de novembre de 2023

El futuro de la pastelería



Coordinadores: Francisco Migoya (pastelero, Modernist Cuisine) y Lilibeth Rivas (Global Marketing Manager at Sosa Ingredients)

Participantes de la mesa

- Will Goldfarb (Room4Dessert-Bali)
- Jordi Bordas (pastelero, Escuela de Pastelería Jordi Bordas)
- Frederic Bau (explorador de pastelería de Maison Valrhona)
- Joyce Galvão (Pastelera, São Paulo)

Planteamiento inicial a través de preguntas

- En el panorama culinario en constante evolución, ¿cómo cree que la tecnología desempeñará un papel en el futuro de la pastelería? ¿Existen innovaciones o herramientas específicas que cree que tendrán un impacto significativo en el arte de la pastelería?
- La sostenibilidad y el abastecimiento ético son cada vez más importantes en la industria alimentaria. ¿Cómo pueden los pasteleros contribuir a un futuro más sostenible manteniendo y al mismo tiempo los altos estándares de sabor y presentación por los que es conocida la pastelería?
- La demanda de opciones alimentarias más saludables está creciendo. ¿Cómo pueden los pasteleros lograr un equilibrio entre el capricho y las opciones conscientes de la salud, y qué tendencias prevén en pasteles 'más saludables'?
- La globalización ha puesto diversos sabores y técnicas a la vanguardia de la exploración culinaria. ¿Cómo imagina que la fusión de diferentes tradiciones e ingredientes de pastelería dará forma al futuro de la pastelería, y cómo pueden los chefs adoptar estas influencias mientras preservan la autenticidad de su oficio?

Objetivos acordados

1. Adoptar avances tecnológicos: los pasteleros deben estar de acuerdo en la importancia de adoptar la tecnología en la pastelería, incluida la impresión 3D, los equipos de cocina de precisión y los softwares de pastelería, para mejorar la creatividad y la eficiencia.
2. Priorizar la sostenibilidad: los pasteleros deberían estar de acuerdo en que la sostenibilidad es una responsabilidad compartida en el mundo culinario en general. Deben comprometerse a obtener ingredientes de manera responsable, reducir el desperdicio de alimentos y apoyar prácticas ecológicas en sus cocinas y obradores.
3. Innovar en opciones más saludables: Un consenso común podría ser que los pasteleros deberían continuar innovando y adaptando sus recetas para ofrecer opciones más saludables sin comprometer el sabor y la calidad. Esto puede implicar explorar alternativas como ingredientes bajos en azúcar, sin gluten o de origen vegetal.
4. Fusionar las culturas y sabores con respeto: los pasteleros saben que la fusión de diferentes tradiciones culinarias es una tendencia apasionante, pero también deben enfatizar la importancia de respetar y preservar la autenticidad de cada tradición mientras se experimenta con nuevos sabores y técnicas.
5. Educar y tutorizar: los pasteleros deben expresar su compromiso de fomentar la próxima generación de talentos pasteleros a través de la educación, la tutoría y el intercambio de conocimientos. Animar a los jóvenes pasteleros a explorar nuevos horizontes y mantenerse actualizados con las tendencias de la industria es esencial para el futuro de la pastelería.
6. Priorizar al cliente: los pasteleros deben enfatizar la importancia de ofrecer lo que demanda el cliente, no solo

gustativamente. Esto podría incluir narraciones interesantes, presentaciones inmersivas de postres y experiencias gastronómicas interactivas.

7. Colaborar y establecer contactos: los pasteleros pueden aceptar continuar colaborando entre ellos y con otros profesionales culinarios, así como participar en eventos y concursos de la industria, para mantenerse a la vanguardia de la innovación en pastelería.
8. Adaptarse: Los pasteleros deben reconocer la importancia de permanecer adaptables y abiertos al cambio, a medida que evoluciona el panorama culinario. La flexibilidad y el aprendizaje continuo son vitales para el éxito en el dinámico mundo de la pastelería.

Propuestas de SCWC BCN

Estos objetivos pueden ayudar a guiar a la comunidad pastelera hacia una visión compartida para el futuro de su oficio y promover la colaboración y el crecimiento dentro de la industria. Para ello se propone que durante el 2024 se produzcan iniciativas en alguno de los objetivos indicados y que se presentarían en el SCWC BCN noviembre 2024.

Barcelona, 15 de noviembre de 2023



Il futuro della pasticceria



Coordinatori: Francisco Migoya (pasticcere di Modernist Cuisine) e Lilibeth Rivas (Global Marketing Manager presso Sosa Ingredients)

Partecipanti al tavolo

- Will Goldfarb (Room4Dessert-Bali)
- Jordi Bordas (pasticcere, Scuola di Pasticceria Jordi Bordas)
- Frederic Bau (ssploratore della pasticceria di Maison Valrhona)
- Joyce Galvão (pasticcera a San Paolo)

Formulazione iniziale attraverso domande

- Nel panorama culinario in costante evoluzione, come pensa che la tecnologia giocherà un ruolo nel futuro della pasticceria? Ci sono innovazioni o strumenti specifici che crede avranno un impatto significativo nell'arte della pasticceria?
- La sostenibilità e la fornitura etica sono sempre più importanti nell'industria alimentare. Come possono i pasticceri contribuire a un futuro più sostenibile mantenendo, allo stesso tempo, gli alti standard di sapore e presentazione per cui la pasticceria è conosciuta?
- La domanda di opzioni alimentari più salutari sta crescendo. Come possono i pasticceri trovare un equilibrio tra il capriccio e le scelte consapevoli della salute, e quali tendenze prevedono per dolci 'più salutari'?
- La globalizzazione ha portato vari sapori e tecniche all'avanguardia dell'esplorazione culinaria. Come immagina che la fusione di diverse tradizioni e ingredienti di pasticceria darà forma al futuro della pasticceria, e come possono gli chef adottare queste influenze preservando al contempo l'autenticità del loro mestiere?

Obiettivi concordati

1. Adottare avanzamenti tecnologici: i pasticceri devono concordare sull'importanza di adottare la tecnologia in pasticceria, inclusa la stampa 3D, le attrezzature da cucina di precisione e i software di pasticceria, per migliorare la creatività e l'efficienza.
2. Dare priorità alla sostenibilità: i pasticceri dovrebbero concordare sul fatto che la sostenibilità è una responsabilità condivisa nel mondo culinario in generale. Devono impegnarsi a ottenere ingredienti in modo responsabile, ridurre lo spreco alimentare e sostenere pratiche ecologiche nelle loro cucine e laboratori.
3. Innovare in opzioni più salutari: un consenso comune potrebbe essere che i pasticceri dovrebbero continuare a innovare e adattare le loro ricette per offrire opzioni più salutari senza compromettere il gusto e la qualità. Ciò potrebbe implicare l'esplorazione di alternative come ingredienti a basso contenuto di zucchero, senza glutine o di origine vegetale.
4. Fondere culture e sapori con rispetto: i pasticceri sanno che la fusione di diverse tradizioni culinarie è una tendenza appassionante, ma devono anche sottolineare l'importanza di rispettare e preservare l'autenticità di ogni tradizione mentre si sperimentano nuovi sapori e tecniche.
5. Educare e tutorare: i pasticceri devono esprimere il loro impegno nel promuovere la prossima generazione di talenti pasticceri attraverso l'istruzione, la tutoria e lo scambio di conoscenze. Incoraggiare i giovani pasticceri a esplorare nuovi orizzonti e a rimanere aggiornati sulle tendenze del settore è essenziale per il futuro della pasticceria.
6. Dare priorità al cliente: i pasticceri devono sottolineare l'importanza di offrire ciò che il cliente richiede, non solo dal punto di vista del gusto. Ciò potrebbe includere narrazioni interessanti, presentazioni immersive dei dolci ed

esperienze gastronomiche interattive.

7. Collaborare e stabilire contatti: i pasticceri possono accettare di continuare a collaborare tra di loro e con altri professionisti culinari, così come partecipare a eventi e concorsi del settore, per rimanere all'avanguardia dell'innovazione in pasticceria.
8. Adattarsi: i pasticceri devono riconoscere l'importanza di rimanere adattabili e aperti al cambiamento, man mano che evolve il panorama culinario. La flessibilità e l'apprendimento continuo sono vitali per il successo nel dinamico mondo della pasticceria.

Proposte di SCWC BCN

Questi obiettivi possono aiutare a guidare la comunità dei pasticceri verso una visione condivisa per il futuro della loro arte e promuovere la collaborazione e la crescita all'interno del settore. A tal fine, si propone che durante il 2024 si realizzino iniziative relative a uno o più degli obiettivi indicati, le quali saranno presentate alla SCWC BCN nel novembre 2024.

Barcellona, 15 novembre 2023



The Future of Pastry



Coordinators: Francisco Migoya (Modernist Cuisine Pastry Chef) and Lilibeth Rivas (Global Marketing Manager at Sosa Ingredients)

Table Participants

- Will Goldfarb (Room4Dessert-Bali)
- Jordi Bordas (Pastry Chef, Jordi Bordas Pastry School)
- Frederic Bau (Pastry Explorer at Maison Valrhona)
- Joyce Galvão (Pastry Chef in São Paulo)

Initial Approach through Questions

- In the constantly evolving culinary landscape, how do you believe technology will play a role in the future of pastry? Are there specific innovations or tools that you think will have a significant impact on the art of pastry?
- Sustainability and ethical sourcing are becoming increasingly important in the food industry. How can pastry chefs contribute to a more sustainable future while maintaining the high standards of taste and presentation for which pastry is known?
- The demand for healthier food options is growing. How can pastry chefs achieve a balance between indulgence and health-conscious choices, and what trends do you foresee in 'healthier' pastries?
- Globalization has brought various flavors and techniques to the forefront of culinary exploration. How do you envision the fusion of different pastry traditions and ingredients shaping the future of pastry, and how can chefs adopt these influences while preserving the authenticity of their craft?

Agreed-upon Objectives

1. Adopt Technological Advances: Pastry chefs should agree on the importance of adopting technology in pastry, including 3D printing, precision kitchen equipment, and pastry software, to enhance creativity and efficiency.
2. Prioritize Sustainability: Pastry chefs should agree that sustainability is a shared responsibility in the culinary world. They should commit to sourcing ingredients responsibly, reducing food waste, and supporting ecological practices in their kitchens and workshops.
3. Innovate in Healthier Options: A common consensus could be that pastry chefs should continue innovating and adapting their recipes to offer healthier options without compromising taste and quality. This may involve exploring alternatives such as low-sugar, gluten-free, or plant-based ingredients.
4. Fuse Cultures and Flavors with Respect: Pastry chefs understand that the fusion of different culinary traditions is an exciting trend, but they should also emphasize the importance of respecting and preserving the authenticity of each tradition while experimenting with new flavors and techniques.
5. Educate and Mentor: Pastry chefs should express their commitment to fostering the next generation of pastry talents through education, mentoring, and knowledge exchange. Encouraging young pastry chefs to explore new horizons and stay updated on industry trends is essential for the future of pastry.
6. Prioritize the Customer: Pastry chefs should emphasize the importance of offering what the customer demands, not only in terms of taste. This could include interesting narratives, immersive dessert presentations, and interactive gastronomic experiences.
7. Collaborate and Network: Pastry chefs can agree to continue collaborating with each other and other culinary

professionals, as well as participating in industry events and competitions, to stay at the forefront of pastry innovation.

8. Adapt: Pastry chefs should recognize the importance of remaining adaptable and open to change as the culinary landscape evolves. Flexibility and continuous learning are vital for success in the dynamic world of pastry.

Proposals from SCWC BCN

These objectives can help guide the pastry community toward a shared vision for the future of their craft and promote collaboration and growth within the industry. To achieve this, it is proposed that initiatives related to one or more of the indicated objectives be undertaken in 2024, with presentations scheduled for SCWC BCN in November 2024.

Barcelona, November 15, 2023

DOCUMENT DE COMPROMÍS “Mapa gastronòmic”



Reunits a Barcelona, una comissió d'experts sota la coordinació de Ramon Guàrdia [GastroEuphoria] i Gustavo Turón [expert en cuina de les Terres del Ebre], en el marc de la quarta edició del Science & Cooking World Congress Barcelona, celebrat a l'Edifici Històric de la Universitat de Barcelona del 13 al 15 de novembre del 2023,

acordem redactar aquest document de compromís, vinculat al Congrés [annex al manifest “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigit al sector econòmic de l'alimentació, la distribució i la gastronomia, a l'administració pública, als responsables educatius i a la societat en general, per establir criteris de conservació dels espais naturals amb la gastronomia com a instrument de suport i cooperació.

El panell d'experts inclou Santi Oliveras [consultor gastronòmic], Llorens Llop [VeritFruit], Albert Roca [Augustus Forum], Marc Castells [Marisc Mediterrani], Juan Algueró [Granja Algueró], Marcel Matamoros [Cambra Arrossera Montsià], Jordi Bosch [Ecoherbes], Rafael Muria [Mel Muria], Salvador García Arbós [periodista expert en gastronomia], José López Alba [gastrònom].

Introducció (Ramon Guàrdia): Què és la indústria gastronòmica?

La definim com la indústria que té com a principal raó de ser la gastronomia, amb tots els valors associats a aquesta, des de la innovació productiva fins als valors tangibles i intangibles que acaba rebent i percebent el consumidor final. Centrat només en la visió dels productors, el mapa gastronòmic pren una dimensió enorme. Vam començar elaborant una ràpida llista d'empreses i ja en comptàvem per centenars, obrint-se pas sense parar. Se'ns presentava un repte molt potent, amb infinites possibilitats. I el més important és que el projecte era viable.

Així doncs, vam creure que no existia millor espai per presentar el projecte que el paranif d'aquesta universitat ni millor públic que tots vosaltres, productors, xefs, científics i innovadors d'aquesta indústria.

Anem doncs al gra. El mapa gastronòmic, per la seva pròpia lògica, pot semblar una tasca ja existent, però no és del tot així. Aquesta nova aproximació centrada en la gastronomia, en el seu sentit més ampli, obre perspectives i oportunitats no treballades globalment fins ara.

I per a què un mapa gastronòmic? Senzillament per posar a l'abast de tothom, de forma senzilla i ordenada, una guia de productes i productors que no s'ha fet mai, fins ara. D'aquesta manera, obtindrem informació real, concreta, unificada i actualitzada permanentment.

Com serà aquest mapa gastronòmic? Serà una guia de productes i productors. S'hi inclouran també xefs amb marca i empresa pròpia; molts de vosaltres en formareu part. La idea és que abasti des d'una comarca fins a un país i es podrà ordenar amb diferents criteris, des d'un sector productiu fins a la ubicació territorial. A títol d'exemple, vegem una comarca com la meua, l'Alt Empordà, i vegem de què parlem:

- productors de vi, alcohol, cerveses, aigües i derivats: 60 empreses;
- oli, verdures, mel, mermelades i productes associats: 47 empreses;
- peix i productes del mar: 14 empreses;
- aviram, carns, làctics i derivats: 27 empreses;
- salses, brous i cremes: 3 empreses;
- postres: 4 empreses.

En total, comptem 156 empreses. Si repasséssim avui mateix de manera rigorosa, en sortirien bastants més.

Si prenem aquest exemple i, sent molt prudents, comptem que a cada comarca hi hagi 50 productors vinculats a la indústria gastronòmica, a Catalunya trobarem més de 2.000 productors, i a l'Estat en seran més de 10.000. Partint de tota aquesta base d'informació, imaginem la potència d'aquesta eina, que ens permet saber quantes empreses elaboren bacallà, tonyina, bonítol, pernil ibèric, IV i V gamma, etc. Per comarca, per província, per regió, totes i cadascuna d'elles amb la seva singularitat i valor afegit. La força d'aquest mapa gastronòmic consisteix a mostrar i posar a disposició la riquesa i la varietat d'un territori. Recordant la campanya publicitària del reconegut xef José Andrés sobre aquest concepte, “el país més ric del món”, aquesta riquesa és el nostre punt de partida. Però no només productes, sinó també productors d'utensilis i maquinària, generadors i innovadors de tècniques, alta pressió, cuina al

buit, regeneració, congelació electromagnètica... Un univers infinit!

I quins resultats es poden obtenir d'aquest mapa gastronòmic? Com deia, l'univers d'oportunitats és infinit. Només unes pinzellades. Per exemple, es poden fer accions en el camp del turisme gastronòmic, accions comercials per productes i/o territoris, logística de distribució, agrupacions i pools d'exportació, comerç en línia integrat i específic, fires territorials de diferent dimensió. Per ara, el sector que està més definit i organitzat, en aquest sentit, el que té una major aproximació al mapa gastronòmic és el sector del vi i del cava, denominacions d'origen, mostres i fires pròpies.

Per què doncs no un congrés-fira-fòrum de V gamma? O un de vermut i tots els productes associats? S'obre una via molt potent també per als àmbits de la investigació i el desenvolupament, tant des d'ens públics com de privats o mixtos, amb tota la difusió i el coneixement que això comporta. Així, en tots els terrenys i àmbits en què ens endinsem.

Aquest projecte de mapa gastronòmic, a més d'elaborar la relació de productors, consta de fases de desenvolupament definides i d'objectius establerts sobre els quals ja hem començat a treballar. Ara és el moment en què s'han de destinar més esforços per començar a generar continguts. Per a administracions, fundacions i empreses, ara és el moment d'entrar-hi perquè aquest mapa de la indústria gastronòmica sigui també un motor econòmic del qual, al final, acabin sorgint projectes sostenibles i, per tant, negoci. Sota el domini gastromap.org aquest projecte pot començar a prendre forma.

DOCUMENT DE COMPROMÍS

“Mapa gastronòmic com a eina de futur”

Reunits a Barcelona, en el marc del Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un ampli espectre de persones relacionades, directament o indirecta, amb el món de les empreses de la indústria gastronòmica, sota el denominador comú de millorar la interrelació i la repercussió en tot allò que concerneix gastronomia i alimentació a la societat, els signants del document, professionals multidisciplinaris, d'empreses, administracions i institucions vinculades a l'àmbit alimentari-gastronòmic,

es comprometen a contribuir perquè els diferents actors relacionats amb aquest sector assumeixin els principis consensuats en aquest document, i

acorden redactar aquest manifest promogut per professionals, administracions i institucions, vinculats directament o indirecta al món de la indústria gastronòmica, amb l'objectiu d'establir de manera equilibrada i ordenada les bases i la metodologia que permetin construir, de manera sostenible i beneficiosa per a la societat, un mapa gastronòmic que permeti la recopilació i posterior construcció d'una base de coneixement en forma de base de dades, que reuneixi tots aquells actors, empreses i professionals que amb el seu quefer diari enriqueixen la nostra societat més enllà del desenvolupament econòmic, cultural i social que aporten.

A partir d'aquesta gran massa d'informació obtinguda, sobre la qual els aquí signants ens comprometem a definir els paràmetres i model de “plantilla de treball” per a cadascuna d'elles, s'han de construir elements de valor tant per als actors directament o indirectament implicats com per a la societat en general. Per això, tota la informació generada i compartida ha de ser utilitzada amb l'objectiu i el principi de defensar i promocionar aquests actors (productors, empreses, professionals...), proporcionant instruments i vehicles que permetin revitalitzar els seus plantejaments i continuïn impulsant els valors universals de qualitat, sostenibilitat, traçabilitat i economia circular, entre d'altres.

Vinculat amb el punt anterior, tant els que actuem com a promotors de la iniciativa com aquells que directament o indirecta formen part d'aquest mapa gastronòmic, ens comprometem a aportar les nostres millors pràctiques més enllà de les normatives, amb la finalitat de construir un projecte amb valor que puguem definir com a “autèntic”.

Així doncs, aquest conjunt recopilatori de material que es proposa inicialment allotjar sota el domini “gastromap.org” presenta multitud d'oportunitats, partint de la voluntat de difusió del coneixement fins als potencials negocis vinculats, com visites o compres en aquestes empreses productores, passant per l'organització de fires i/o esdeveniments temàtics relacionats...

Aprofundint en els valors que han de promoure tots i cadascun dels integrants d'aquest mapa gastronòmic, i en línia amb els valors i les necessitats de la societat del present i el llegat de futur, cal l'aplicació de tecnologies que fomentin els productes locals, la reducció i progressiva eliminació d'envasos plàstics, substituïts per materials biodegradables, i la implicació contra el malbaratament alimentari. En definitiva, doncs, aquesta iniciativa pretén que la indústria gastronòmica es postuli com a sostenible i saludable.

A més, el sector de la indústria gastronòmica ha d'implicar-se en la cadena de presentació i en la divulgació d'aquest document.

Per canalitzar els punts anteriors es crea una comissió: Science and Cooking World Congress – Mapa gastronòmic, amb les missions de:

- a. Buscar els suports necessaris tant d'organitzacions no governamentals com d'institucions, administracions o governs per tal d'incentivar la indústria gastronòmica creant un mapa d'aplicabilitat.
- b. Confeccionar la llista d'empreses, entitats i professionals que subscriuen aquest manifest.
- c. Oferir un assessorament vehiculat per aquesta comissió.
- d. Auditar empreses/institucions perquè puguin complir aquests criteris.
- e. Crear segell de qualitat en compliment i adopció del manifest.

Com a últim punt, però amb la màxima rellevància, tots els signants comparteixen i assumeixen que aquesta iniciativa ha estat possible gràcies a la generositat i inquietud de diversos professionals vinculats al sector, que l'ofereixen en el seu estat actual i de forma desinteressada a aquest equip/comissió perquè sigui la impulsora, garant i constructora d'un projecte, i que impulsi els acords necessaris amb tercers, sempre que això sigui aprovat per aquest òrgan rector.

Per tot l'anteriorment indicat, els promotors del present manifest acorden treballar conjuntament i cooperativament per plantejar mesures d'acció que permetin construir aquest mapa gastronòmic, així com potenciar una indústria gastronòmica científica, sostenible i saludable.

Barcelona, 15 de novembre del 2023

Nota: S'ha programat ja per al dimecres 13 de novembre SCWC BCN 2024 a les 14:15 h una revisió tipus taula rodona, amb el títol: "Mapa gastronòmic/ Indústria gastronòmica/ 5a gamma".

DOCUMENTO DE COMPROMISO “Mapa gastronómico”



Reunidos en Barcelona, una comisión de expertos bajo la coordinación de Ramon Guàrdia (GastroEuphoria) y Gustavo Turón (experto en cocina de Les Terres del Ebre), en el marco de la cuarta edición del Science & Cooking World Congress Barcelona, que se ha celebrado en el Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona del 13 al 15 de noviembre del 2023,

acordamos redactar este documento de compromiso, ligado al congreso (anexo al manifiesto “Scientific Gastronomy Barcelona 2019”), dirigido al sector económico de la alimentación, la distribución y la gastronomía, a la administración pública, a los responsables educativos y a la sociedad en general, para establecer criterios de conservación de los espacios naturales con la gastronomía como instrumento de apoyo y cooperación.

Panel de expertos: Santi Oliveras (consultor gastronómico), Llorens Llop (VeritFruit), Albert Roca (Augustus Forum), Marc Castells (Marisc Mediterrani), Juan Algueró (Granja Algueró), Marcel Matamoros (Cambra Arrossera Montsià), Jordi Bosch (Ecoherbes), Rafael Muria (Mel Muria), Salvador García Arbós (periodista experto en gastronomía), José López Alba (gastrónomo).

Introducción (Ramon Guàrdia): ¿Qué es la industria gastronómica?

La definimos como la industria que tiene como principal razón de ser la gastronomía, con todos los valores asociados a esta, desde la innovación productiva hasta los valores tangibles e intangibles que acaba recibiendo y percibiendo el consumidor final. Centrado solo en la visión de los productores, el mapa gastronómico adquiere una dimensión enorme. Empezamos elaborando una rápida lista de empresas y ya contábamos por cientos, avanzando sin parar. Se nos presentaba un reto muy potente, con infinitas posibilidades. Y, lo más importante, el proyecto era viable.

Así pues, creímos que no existía mejor espacio para presentar este proyecto que el paraninfo de esta universidad ni mejor público que todos ustedes, productores, chefs, científicos e innovadores de esta industria.

Vamos pues al grano. El mapa gastronómico, por su propia lógica, puede parecer una tarea ya existente, pero no es del todo así. Esta nueva aproximación centrada en la gastronomía, en su sentido más amplio, abre perspectivas y oportunidades no trabajadas globalmente hasta ahora.

¿Y para qué un mapa gastronómico? Simplemente para poner al alcance de todo el mundo, de forma simple y ordenada, una guía de productos y productores que no se ha hecho nunca, hasta ahora. Así obtendremos información real, concreta, unificada y actualizada permanentemente.

¿Como será este mapa gastronómico? Será una guía de productos y productores. Se incluirán también chefs con marca y empresa propia; muchos de vosotros formaréis parte de ella. La idea es que abarque desde una comarca hasta un país, pudiendo ser ordenado con diferentes criterios, desde un sector productivo hasta la ubicación territorial. A título de ejemplo, veamos una comarca como la mía, el Alt Empordà y veamos de qué estamos hablando:

- ✓ productores de vino, alcoholes, cervezas, aguas y derivados: 60 empresas;
- ✓ aceite, verduras, miel, mermeladas y productos asociados: 47 empresas;
- ✓ pescado y productos del mar: 14 empresas;
- ✓ aves, carnes, lácticos y derivados: 27 empresas;
- ✓ salsas, caldos y cremas: 3 empresas;
- ✓ postres: 4 empresas.

En total, contamos 156 empresas. Si repasamos hoy mismo de manera rigurosa, saldrían bastantes más.

Si tomamos este ejemplo, siendo muy prudentes, contamos que en cada comarca pueda haber 50 productores vinculados a la industria gastronómica, en Catalunya encontramos más de 2.000 productores y en el Estado serían más de 10.000. Partiendo de toda esta base de información, imaginemos la potencia de esta herramienta, que nos permite saber cuántas empresas elaboran bacalao, atún, bonito, jamón ibérico, IV y V gama, etc. Por comarca, por provincia, por región, todas y cada una de ellas con su singularidad y valor añadido. La fuerza de este mapa gastronómico consiste en mostrar y poner a disposición la riqueza y variedad de un territorio. Recordando la campaña publicitaria del reconocido chef José Andrés sobre este concepto, “el país más rico del mundo”, esta riqueza es nuestro punto de partida. Pero no solo producto, sino también productores de utensilios y maquinaria, generadores e innovadores de técnicas, alta presión, cocina al vacío, regeneración, congelación electromagnética... ¡Un universo infinito!

¿Y qué resultados se pueden obtener de este mapa gastronómico? Como decía, el universo de oportunidades es infinito. Solo unas pinceladas. Por ejemplo, se pueden realizar acciones a nivel de turismo gastronómico, acciones comerciales por productos y/o territorios, logística de distribución, agrupaciones y pools de exportación, comercio en línea integrado y específico, ferias territoriales de distinta dimensión. Por ahora, el sector que está más definido y organizado, en ese sentido, el que tiene una mayor aproximación al mapa gastronómico es el sector del vino y del cava, denominaciones de origen, muestras y ferias propias.

¿Por qué no pues un congreso-feria-fórum de V gama? O uno de vermouths y todos los productos asociados. Se abre una vía muy potente también para los ámbitos de la investigación y el desarrollo, tanto desde entes públicos como privados o mixtos, con toda la difusión y conocimiento que esto conlleva. Así, en todos los terrenos y ámbitos en que profundicemos.

Este proyecto de mapa gastronómico, aparte de elaborar la relación de productores, consta de fases de desarrollo definidas y de objetivos establecidos sobre los que ya hemos empezado a trabajar. Ahora es el momento en que se deben destinar más esfuerzos para empezar a generar contenidos. Para administraciones, fundaciones y empresas, ahora es el momento de entrar para que este mapa de la industria gastronómica sea también un motor económico del cual, al final, acaben surgiendo proyectos sostenibles y, por lo tanto, negocio. Bajo el dominio gastromap.org este proyecto puede comenzar a tener forma.

DOCUMENTO DE COMPROMISO

Mapa gastronómico como herramienta de futuro

Reunidos en Barcelona, en el marco del Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un amplio espectro de personas relacionadas, directa o indirectamente, con el mundo de las empresas de la industria gastronómica, bajo el denominador común de mejorar la interrelación y la repercusión en todo aquello que concierne a gastronomía y alimentación en la sociedad, los firmantes del documento, profesionales multidisciplinares, de empresas, administraciones e instituciones vinculadas al ámbito alimentario-gastronómico,

se comprometen a contribuir a que los distintos actores relacionados con este sector asuman los principios consensuados en este documento, i

acuerdan redactar este manifiesto promovido por profesionales, administraciones e instituciones, vinculados directa o indirectamente al mundo de la industria gastronómica, con el objetivo de establecer de forma equilibrada y ordenada las bases y la metodología que permitan construir, de forma sostenible y beneficiosa para la sociedad, un mapa gastronómico, cuyo objetivo será recopilar en una base de datos a todos aquellos actores, empresas y profesionales que con su quehacer diario enriquecen a nuestra sociedad más allá del desarrollo económico, cultural y social que aportan.

A partir de esta gran masa de información obtenida, sobre la que los aquí firmantes nos comprometemos a definir los parámetros y modelo de “plantilla de trabajo” para cada una de ellas, se podrán construir elementos de valor tanto para los actores directamente o indirectamente implicados como para la sociedad en general. Por ello, toda la información generada y compartida, debe ser utilizada con el objetivo y principio de defender y promocionar a estos actores (productores, empresas, profesionales...), proporcionando instrumentos y vehículos que permitan revitalizar sus planteamientos y seguir impulsando los valores universales de calidad, sostenibilidad, trazabilidad y economía circular entre otros.

Vinculado con el punto anterior, tanto los que actuamos en calidad de promotores de la iniciativa como aquellos que directa o indirectamente formen parte de este mapa gastronómico nos comprometemos a aportar nuestras mejores prácticas más allá de las normativas, con el fin de construir un proyecto con valor que podamos definir como “auténtico”.

Así pues, este conjunto recopilatorio de material que se propone inicialmente albergar bajo el dominio “gastromap.org”, arroja multitud de oportunidades, partiendo de la voluntad de difusión del conocimiento, hasta los potenciales negocios vinculados como visitas o compras en estas empresas productoras, pasando por la organización de ferias y/o eventos temáticos relacionados...

Ahondando en los valores que deben auspiciar a todos y cada uno de los integrantes de este mapa gastronómico, y en línea con los valores y necesidades de la sociedad del presente y el legado de futuro, es necesaria en todos ellos la aplicación de tecnologías para conseguir el fomento de los productos locales, la reducción y en un tiempo determinado la eliminación de envases plásticos que sean substituidos por materiales biodegradables, junto con la implicación en todo lo que afecta al desperdicio alimentario.

En definitiva, promover desde esta iniciativa que la industria gastronómica se postule como sostenible y saludable.

Asimismo, el sector de la industria gastronómica debe implicarse en la cadena de presentación y en la divulgación de este documento.

Para poder canalizar los puntos anteriores se crea una comisión: Science and Cooking World Congress – Mapa Gastronómico con las misiones de:

- a. Buscar los apoyos necesarios tanto de organizaciones no gubernamentales como de instituciones, administraciones o gobiernos para incentivar la industria gastronómica creando un mapa de aplicabilidad.
- b. Confeccionar la lista de empresas, entidades y profesionales que suscriben este manifiesto.
- c. Ofrecer un asesoramiento vehiculado por esta comisión.
- d. Auditar empresas/instituciones para que puedan cumplir estos criterios.
- e. Crear sello de calidad en cumplimiento y adopción del manifiesto.

Como último punto, pero con la mayor de las relevancias, todos los firmantes comparten y asumen que esta iniciativa ha sido posible gracias a la generosidad e inquietud de diversos profesionales vinculados al sector, que la ofrecen en su estado actual y de forma desinteresada a este equipo/comisión para que sea la impulsora, garante y constructora de un proyecto, y que genere los acuerdos necesarios con terceros, siempre que esto sea aprobado por este órgano rector.

Por todo lo anteriormente indicado, los promotores del presente manifiesto acuerdan trabajar conjunta y cooperativamente para plantear medidas de acción que permitan construir este mapa gastronómico, así como potenciar una industria gastronómica científica, sostenible y saludable.

Barcelona, 15 noviembre de 2023

Nota: Se ha programado ya para el miércoles 13 de noviembre SCWC BCN 2024, a las 14:15 h, una revisión tipo mesa redonda, con el título: “Mapa gastronómico/Industria gastronómica/ 5a gama”.

DOCUMENTO DI IMPEGNO “Mappa gastronomica”



Riuniti a Barcellona, una commissione di esperti sotto la coordinazione di Ramon Guàrdia (GastroEuphoria) e Gustavo Turón (esperto in cucina delle Terres del Ebre), nel contesto della 4a edizione del Science & Cooking World Congress Barcelona, tenutosi presso l'Edificio Storico dell'Università di Barcellona dal 13 al 15 novembre 2023,

concordiamo di redigere questo documento di impegno, legato al Congresso (allegato al manifesto “Gastronomia Scientifica Barcelona 2019”), rivolto al settore economico dell'alimentazione, della distribuzione e della gastronomia, alla pubblica amministrazione, ai responsabili dell'istruzione e alla società in generale, al fine di stabilire criteri per la conservazione degli spazi naturali con la gastronomia come strumento di supporto e collaborazione.

Panel di esperti: Santi Oliveras (consulente gastronomico), Llorens Llop (VeritFruit), Albert Roca (Augustus Forum), Marc Castells (Marisc Mediterrani), Juan Algueró (Granja Algueró), Marcel Matamoros (Cambra Arrossera Montsià), Jordi Bosch (Ecoherbes), Rafael Muria (Mel Muria), Salvador García Arbós (giornalista esperto in gastronomia), José López Alba (gastronomo).

Introduzione (Ramon Guàrdia): Cos'è l'industria gastronomica?

La definiamo come l'industria che ha come principale ragione d'essere la gastronomia, insieme a tutti i valori ad essa associati, dall'innovazione produttiva ai valori tangibili e intangibili che il consumatore finale alla fine riceve e percepisce. Concentrandoci solo sulla visione dei produttori, la mappa gastronomica assume una dimensione enorme. Abbiamo iniziato elaborando rapidamente un elenco di aziende e ne contavamo già centinaia, aprendosi il passo senza sosta. Ci si presentava una sfida molto potente, con infinite possibilità. E, cosa più importante, il progetto era fattibile.

Pertanto, abbiamo pensato che non ci fosse posto migliore per presentare questo progetto che il parainfo di questa università né un pubblico migliore di tutti voi, produttori, chef, scienziati e innovatori di questo settore.

Andiamo dunque al punto. La mappa gastronomica, per sua natura, potrebbe sembrare un compito già esistente, ma non è del tutto così. Questo nuovo approccio focalizzato sulla gastronomia, nel suo senso più ampio, apre prospettive e opportunità non ancora trattate globalmente.

E perché una mappa gastronomica? Semplicemente per mettere a disposizione di tutti, in modo semplice e ordinato, una guida dei prodotti e dei produttori che finora non è mai stata realizzata. In modo tale da ottenere informazioni reali, concrete, unificate e costantemente aggiornate.

Come sarà questa mappa gastronomica? Sarà una guida dei prodotti e dei produttori. Si includeranno anche chef con marchio e azienda propria; molti di voi ne faranno parte. L'idea è che copra da una singola regione a un intero paese, e potrà essere organizzata con diversi criteri, dal settore produttivo alla posizione territoriale. A titolo di esempio, consideriamo una regione come la mia, l'Alt Empordà, e vediamo di cosa stiamo parlando:

- ✓ produttori di vino, alcolici, birre, acque e derivati: 60 aziende;
- ✓ olio, verdure, miele, marmellate e prodotti associati: 47 aziende;
- ✓ pesce e prodotti del mare: 14 aziende;
- ✓ pollame, carne, latticini e derivati: 27 aziende;
- ✓ salse, brodi e creme: 3 aziende;
- ✓ dessert: 4 aziende.

In totale contiamo 156 aziende. Se controlliamo rigorosamente oggi stesso, ne uscirebbero molte di più.

Se prendiamo questo esempio, stando molto prudenti, stimiamo che in ogni regione possano esserci 50 produttori legati all'industria gastronomica, in Catalogna ne troviamo più di 2.000, e nello Stato ne sarebbero più di 10.000. Partendo da tutte queste informazioni, immaginiamo la potenza di questo strumento che ci permette di sapere quante aziende producono baccalà, tonno, sgombrò, prosciutto iberico, IV e V gamma, ecc. Per regione, per provincia, ognuna con la propria unicità e il proprio valore aggiunto. La forza di questa mappa gastronomica consiste nel mostrare e mettere a disposizione la ricchezza e la varietà di un territorio. Ricordando la campagna pubblicitaria del rinomato chef José Andrés su questo concetto, “il paese più ricco del mondo”, questa ricchezza è il nostro punto di partenza. Ma non solo prodotto, ma anche produttori di utensili e macchinari, generatori e innovatori di tecniche, alta pressione, cucina

sottovuoto, rigenerazione, congelamento elettromagnetico... Un universo infinito!

E quali risultati si possono ottenere da questa mappa gastronomica? Come dicevo, l'universo di opportunità è infinito. Solo qualche pennellata. Ad esempio, si possono realizzare azioni a livello di turismo gastronomico, azioni commerciali per prodotti e/o territori, logistica di distribuzione, aggregazioni e pool di esportazione, commercio online integrato e specifico, fiere territoriali di diverse dimensioni. Finora, il settore che è più definito e organizzato in questo senso, quello che ha una maggiore approssimazione alla mappa gastronomica, è il settore del vino e del cava, denominazioni di origine, mostre e fiere proprie.

Perché allora non un congresso-feria-forum di V gamma? O uno di vermut e tutti i prodotti associati? Si apre una via molto potente anche per gli ambiti della ricerca e dello sviluppo, sia da enti pubblici sia da privati o misti, con tutta la diffusione e la conoscenza che ciò comporta. Così, in tutti i campi e ambiti che approfondiamo.

Questo progetto di mappa gastronomica, oltre a elaborare l'elenco dei produttori, ha fasi di sviluppo definite e obiettivi stabiliti su cui abbiamo già iniziato a lavorare. Ora è il momento di dedicare maggiori sforzi per iniziare a generare contenuti. Per amministrazioni, fondazioni e aziende, ora è il momento di entrare affinché questa mappa dell'industria gastronomica sia anche un motore economico dal quale, alla fine, possano emergere progetti sostenibili e, quindi, business. Sotto il dominio gastromap.org questo progetto può iniziare a prendere forma.

DOCUMENTO DI IMPEGNO

“Mappa gastronomica come strumento del futuro”

Riuniti a Barcellona, nel contesto dello Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, un ampio spettro di persone correlate, direttamente o indirettamente, al mondo delle aziende dell'industria gastronomica, sotto il denominatore comune di migliorare l'interazione e l'impatto su tutto ciò che riguarda la gastronomia e l'alimentazione nella società, i firmatari del documento, professionisti multidisciplinari, di aziende, amministrazioni e istituzioni legate al settore alimentare-gastronomico,

si impegnano a contribuire affinché i diversi attori legati a questo settore adottino i principi concordati in questo documento, e

concordano di redigere questo manifesto promosso da professionisti, amministrazioni e istituzioni, direttamente o indirettamente legati al mondo dell'industria gastronomica, con l'obiettivo di stabilire in modo equilibrato e ordinato le basi e la metodologia che consentano di costruire, in modo sostenibile e benefico per la società, una mappa gastronomica, il cui obiettivo sarà raccogliere in un database tutti quegli attori, aziende e professionisti che con il loro lavoro quotidiano arricchiscono la nostra società oltre allo sviluppo economico, culturale e sociale che apportano.

A partire da questa grande mole di informazioni ottenute, su cui ci impegniamo a definire i parametri e il modello di “template di lavoro” per ciascuno di essi, si possono costruire elementi di valore sia per gli attori direttamente o indirettamente coinvolti che per la società in generale. Pertanto, tutte le informazioni generate e condivise devono essere utilizzate con l'obiettivo e il principio di difendere e promuovere questi attori (produttori, aziende, professionisti...), fornendo strumenti e mezzi che consentano di rivitalizzare le loro proposte e continuare a promuovere i valori universali di qualità, sostenibilità, tracciabilità ed economia circolare, tra gli altri.

Legato al punto precedente, sia coloro che agiscono in qualità di promotori dell'iniziativa, sia coloro che direttamente o indirettamente fanno parte di questa mappa gastronomica, si impegnano a contribuire con le loro migliori pratiche oltre alle normative, al fine di costruire un progetto di valore che possiamo definire come “autentico”.

Quindi, questo insieme di materiale raccolto che è proposto inizialmente sotto il dominio “gastromap.org”, offre molteplici opportunità, partendo dalla volontà di diffondere la conoscenza, fino ai potenziali affari legati come visite o acquisti in queste aziende produttrici, passando per l'organizzazione di fiere e/o eventi tematici correlati...

Approfondendo i valori che dovrebbero auspicare tutti e ciascuno dei partecipanti a questa mappa gastronomica, e in linea con i valori e le esigenze della società attuale e del patrimonio futuro, è necessario in tutti essi l'applicazione di

tecnologie per promuovere i prodotti locali, la riduzione e in un determinato momento l'eliminazione di imballaggi in plastica sostituiti da materiali biodegradabili, insieme all'coinvolgimento in tutto ciò che riguarda lo spreco alimentare. In definitiva, promuovere da questa iniziativa che l'industria gastronomica si presenti come sostenibile e salutare.

Inoltre, il settore dell'industria gastronomica deve essere coinvolto nella catena di presentazione e divulgazione di questo documento.

Per canalizzare i punti precedenti si crea una commissione: Science and Cooking World Congress–Mappa gastronomica, con le missioni di:

- a. Cercare i sostegni necessari sia da organizzazioni non governative sia da istituzioni, amministrazioni o governi per incentivare l'industria gastronomica creando una mappa di applicabilità.
- b. Redigere l'elenco di aziende, enti e professionisti che sottoscrivono questo manifesto.
- c. Offrire un consulenza veicolata da questa commissione.
- d. Auditare aziende/istituzioni in modo che possano rispettare questi criteri.
- e. Creare un marchio di qualità nel rispetto e nell'adozione del manifesto.

Come ultimo punto, ma di massima rilevanza, viene condiviso e assunto da tutti i firmatari che questa iniziativa è stata possibile grazie alla generosità e all'iniziativa di vari professionisti legati al settore, che l'offrono nello stato attuale e con altruismo a questo team/commissione affinché sia il promotore, il garante e il costruttore del progetto, generando gli accordi necessari con terzi, sempre che questo sia approvato da questo organo direttivo.

Per tutto quanto sopra indicato, i promotori del presente manifesto concordano di lavorare congiuntamente e cooperativamente per proporre misure d'azione che consentano di costruire questa mappa gastronomica, nonché di promuovere un'industria gastronomica scientifica, sostenibile e salutare.

Barcellona, 15 novembre 2023

Nota: È già programmato per mercoledì 13 novembre SCWC BCN 2024 alle 14:15 una revisione tipo tavola rotonda, con il titolo: "Mappa gastronomica/ Industria gastronomica/ 5a gamma".

COMMITMENT DOCUMENT “Gastronomic map”



Gathered in Barcelona, a commission of experts under the coordination of Ramon Guàrdia (GastroEuphoria) and Gustavo Turón (expert in cuisine from Les Terres de l'Ebre), within the framework of the 4th edition of the Science & Cooking World Congress Barcelona, which took place at the Historical Building of the University of Barcelona from November 13th to 15th, 2023,

We agreed to draft this commitment document, linked to the Congress (annexed to the “Scientific Gastronomy Barcelona 2019” manifesto), aimed at the economic sector of food, distribution, and gastronomy, as well as at public administration, educational authorities, and society in general, to establish criteria for preserving natural spaces using gastronomy as a tool for support and cooperation.

Panel of experts: Santi Oliveras (gastronomic consultant), Llorens Llop (VeritFruit), Albert Roca (Augustus Forum), Marc Castells (Marisc Mediterrani), Juan Alguero (Granja Alguero), Marcel Matamoros (Cambra Arrossera Montsià), Jordi Bosch (Ecoherbes), Rafael Muria (Mel Muria), Salvador García Arbós (gastronomy expert journalist), José López Alba (gastronome).

Introduction (Ramon Guàrdia): What is the Gastronomic Industry?

We define it as the industry whose main purpose is gastronomy, along with all the associated values, from productive innovation to the tangible and intangible values eventually received and perceived by the end consumer. Focusing solely on the producers, the Gastronomic Map takes on a tremendous dimension. We started by compiling a quick list of companies and already counted hundreds, continuously expanding. We faced a powerful challenge with endless possibilities. And, most importantly, the project was feasible.

Therefore, we believed there was no better space to present this project than the assembly hall of this University, and no better audience than all of you: producers, chefs, scientists, and innovators in this industry.

Let's get to the point. The Gastronomic Map, by its very logic, may seem like an existing task, but it is not entirely so. This new approach focused on gastronomy, in its broadest sense, opens perspectives and opportunities that have not been globally explored until now.

Why a Gastronomic Map? Simply to make available to everyone, in a simple and organized manner, a guide of products and producers that has never been done before. So that we obtain real, concrete, unified, and constantly updated information.

What will this Gastronomic Map be like? It will be a guide to products and producers. Chefs with their own brand and company will also be included; many of you will be part of it. The idea is that it covers from a local region to a country, being able to be organized with different criteria, from a productive sector to territorial location. As an example, let's look at a region like mine, L'Alt Empordà, and see what we're talking about:

- ✓ Wine producers, spirits, beers, waters, and derivatives: 60 companies;
- ✓ Oil, vegetables, honey, jams, and associated products: 47 companies;
- ✓ Fish and seafood: 14 companies;
- ✓ Poultry, meats, dairy, and derivatives: 27 companies;
- ✓ Sauces, broths, and creams: 3 companies;
- ✓ Desserts: 4 companies.

In total, we count 156 companies, and if we review rigorously today, many more would emerge.

If we take this example, being very cautious, we estimate that in each region there may be 50 producers linked to the Gastronomic Industry; in Catalonia, we find more than 2,000 producers, and in the country, there would be more than 10,000. Starting from all this information base, imagine the power of this tool that allows us to know how many companies produce cod, tuna, bonito, Iberian ham, IV and V range products, etc. By region, by province, each with its uniqueness and added value. The strength of this Gastronomic Map lies in showing and making available the richness and variety of a territory. Recalling the advertising campaign of the renowned chef José Andrés on this concept, “the richest country in the world,” this wealth is our starting point. But not only products, but also manufacturers

of utensils and machinery, generators and innovators of techniques, high pressure, vacuum cooking, regeneration, electromagnetic freezing... An infinite universe!

And what results can be obtained from this Gastronomic Map? As I said, the universe of opportunities is infinite. Just a few highlights. For example, actions can be taken in terms of gastronomic tourism, commercial actions by products and/or territories, distribution logistics, groupings and export pools, integrated and specific online commerce, territorial fairs of different dimensions. For now, the sector that is most defined and organized in this regard, the one that has a greater approach to the Gastronomic Map, is the wine and cava sector, with denominations of origin, samples, and their own fairs.

Why not then a congress-fair-forum of V range?, or one of vermouths and all associated products? A very powerful path also opens up for research and development areas, both from public and private or mixed entities, with all the dissemination and knowledge that this entails. Thus, in all fields and areas that we delve into.

This Gastronomic Map project, besides elaborating the list of producers, has defined development phases and established objectives on which we have already begun to work. Now is the time to devote more efforts to start generating content. For administrations, foundations, and companies, now is the time to get involved so that this Gastronomic Industry Map also becomes an economic engine from which, in the end, sustainable projects and, therefore, business emerge. Under the domain gastromap.org, this project can begin to take shape.

COMMITMENT DOCUMENT

“Gastronomic Map as a Tool for the Future”

Gathered in Barcelona, within the framework of the Science & Cooking World Congress Barcelona 2023, a wide spectrum of people related, directly or indirectly, to the world of companies in the gastronomic industry, under the common denominator of improving the interaction and impact on everything related to gastronomy and food in society, the signatories of the document, multidisciplinary professionals, from companies, administrations, and institutions linked to the food-gastronomic sphere,

undertake to contribute to ensuring that the different actors related to this sector adopt the principles agreed upon in this document, and

agree to write this manifesto promoted by professionals, administrations, and institutions, linked directly or indirectly to gastronomic industry, with the aim of establishing in a balanced and orderly manner, the bases and methodology that allow to elaborate, in a sustainable and beneficial way for society, of a gastronomic map, which will collect in a database all the actors, companies, and professionals who enrich our society with their daily work beyond the economic, cultural, and social development they bring.

With this large amount of information obtained, on which the undersigned commit to defining the parameters and model of a “working template” for each of them, valuable elements can be built both for the actors directly or indirectly involved and for society in general. Therefore, all the generated and shared information must be used with the objective and principle of defending and promoting these actors (producers, companies, professionals...), providing instruments and vehicles that allow revitalizing their approaches and continuing to promote universal values of quality, sustainability, traceability, and circular economy among others.

Linked to the previous point, both those who act as promoters of the initiative and those who directly or indirectly form part of this gastronomic map undertake to contribute their best practices beyond regulations, in order to build a project with value that we can define as “authentic”.

Thus, this compilation of material initially proposed to be housed under the domain “gastromap.org” offers a multitude of opportunities, starting from the knowledge dissemination will, to potential businesses linked such as visits or purchases in these producing companies, through the organization of fairs and/or related thematic events...

Delving into the values that should auspicate each and every one of the members of this gastronomic map, and

in line with the values and needs of present society and future legacy, the application of technologies to promote local products is necessary in all of them, reducing and eventually eliminating plastic packaging to be replaced by biodegradable materials, along with involvement in everything related to food waste. In short, then, this initiative aims for the gastronomic industry to postulate itself as as sustainable and healthy.

Likewise, the gastronomic industry sector must be involved in the presentation chain and dissemination of this document.

In order to channel the above points, a commission is created: Science and Cooking World Congress–Gastronomic Map, with the missions of:

- a. Seek the necessary support of both non-governmental organizations and institutions, administrations, or governments to encourage the gastronomic industry by creating an applicability map.
- b. Compile the list of companies, entities, and professionals subscribing to this manifesto.
- c. Provide advice facilitated by this commission.
- d. Audit companies/institutions so that they can meet these criteria.
- e. Create a quality seal in compliance with and adoption of the manifesto.

As a final point, but of utmost relevance, it is shared and assumed by all signatories that this initiative, made possible by the generosity and concern of various professionals linked to the sector, is offered in its current state and selflessly to this team/commission to be the promoter, guarantor, and builder of a project, generating the necessary agreements with third parties, provided that this is approved by this governing body.

For all the aforementioned, the promoters of this manifesto agree to work jointly and cooperatively to propose action measures that allow the construction of this gastronomic map, as well as to promote a scientific, sustainable, and healthy Gastronomic Industry.

Barcelona, November 15th, 2023

Note: A roundtable review has already been scheduled for Wednesday, November 13th, SCWC BCN 2024 at 2:15 pm, with the title: "Gastronomic Map/ Gastronomic Industry/5th range".



Restauració a la ciutat de Barcelona. Eix transversal: sostenibilitat



Coordinadors: Sergio Gil (Restaurants Sostenibles Barcelona) i Jordi Tresserras (UB)

Participants de la taula:

- Sergi de Meia–Banquet Restaurant
- Pere Carrió–Gat Blau Restaurant
- Markel Cormenzana–Espai Puntal
- Patricia Nieves–Can Culleres
- Germán Espinosa–Restaurant Mae
- Susanna Bareche–Pâtisserie Bareche
- Natalia Rodríguez–Asociación Barcelona Restaurantes Sostenibles

Punts extrets dels participants:

1. Sergi de Meia va plantejar l'existència d'una cuina nacional catalana.
2. Markel Cormenzana va destacar la importància del coneixement del territori i els productors.
3. Germán Espinosa va defensar els esforços per sintetitzar la gastronomia barcelonina.
4. Patricia Nieves va alertar sobre el perill de la gentrificació i la uniformitat gastronòmica.
5. Jordi Tresserras va subratllar la rellevància de la cuina ceremonial com a transcendent.
6. Sergio Gil va plantejar la necessitat de descobrir la cuina autèntica de la gent de Barcelona.
7. Susanna Bareche (Pâtisserie Bareche) va destacar la importància del dolç en la cuina local i la recuperació d'establiments emblemàtics.

8. Des de Barcelona Restaurants Sostenibles van destacar la importància dels vegetals en el receptari català tradicional i van subratllar la necessitat d'analitzar el subministrament en una ciutat que ha deixat de ser agrària, malgrat tenir el Maresme i el Baix Llobregat a prop.

Compromisos:

1. Constituir, per iniciativa de Science of Cooking World Congress, Fundació Restaurants Sostenibles i l'Associació Barcelona Restaurants Sostenibles una taula de treball sobre la cuina de Barcelona amb la participació de restaurants, mercats, gremis, acadèmia i administració pública, posant la mirada en la tradició, però també en aspectes clau com la innovació i la creativitat, amb la sostenibilitat ambiental, cultural i social com a eix transversal. És important destacar la tasca dels restaurants emblemàtics.
2. Elaborar un receptari participatiu de la cuina de Barcelona mitjançant accions en mercats, escoles i instituts per documentar receptes i històries de vida.
3. Realitzar una recerca acadèmica sobre les receptes "a la barcelonina".
4. Lluitar contra la homogeneïtzació culinària, fomentant les tradicions i l'autoestima gastrocultural, valorant l'artesania.

Desenvolupament post-taula: Sergio Gil (Restaurants Sostenibles Barcelona) i Jordi Tresserras (UB) han creat una comissió amb tots els participants per iniciar accions durant el 2024. La previsió és desenvolupar conclusions en dos escenaris: la 3a edició de Cubik Hub Barcelona organitzat per F.R.S i l'Ajuntament de Barcelona amb taula pròpia i la següent edició 5 de science cooking world congress el novembre de 2024.

Data: 15 de novembre de 2023, Barcelona



Restauración en la ciudad de Barcelona. Eje transversal: sostenibilidad

Coordinadores: Sergio Gil (Restaurants Sostenibles Barcelona) i Jordi Tresserras (UB)

Integrantes de la mesa:

- Sergi de Meia–Banquet Restaurant
- Pere Carrió–Gat Blau Restaurant
- Markel Cormenzana–Espai puntal
- Patricia Nieves–Can Culleres
- Germán Espinosa – Restaurant Mae
- Susanna Bareche -Patisserie Bareche
- Natalia Rodríguez–Asociación Barcelona Restaurantes Sostenibles

Puntos extraídos de los integrantes:

1. Sergi de Meia planteó la existencia de una cocina nacional catalana.
2. Markel Cormenzana enfatizó la importancia del conocimiento del territorio y los productores.
3. Germán Espinosa abogó por esfuerzos para sintetizar la gastronomía barcelonesa.
4. Patricia Nieves alertó sobre el peligro de la gentrificación y la uniformidad gastronómica.
5. Jordi Tresserras subrayó la relevancia de la cocina ceremonial como la trascendente.
6. Sergio Gil planteó la necesidad de descubrir la cocina auténtica de la gente de Barcelona.
7. Susanna Bareche (Patisserie Bareche) resaltó la importancia del dulce en la cocina local y la recuperación de establecimientos emblemáticos.
8. Desde Barcelona Restaurantes Sostenibles destacaron la importancia de los vegetales en el recetario catalán tradicional. Subrayaron la necesidad de analizar el suministro en una ciudad que ha dejado de ser agraria, a pesar de contar con el Maresme y el Baix Llobregat cerca.

Compromisos:

1. Constituir por iniciativa de Science of Cooking World Congress, Fundación Restaurantes Sostenibles y la Asociación Barcelona Restaurantes Sostenibles, una mesa de trabajo sobre la cocina de Barcelona con participación de restaurantes, mercados, gremios, academia y administración pública, poniendo la mirada en la tradición, pero también en aspectos claves como innovación y creatividad, teniendo como eje transversal la sostenibilidad ambiental, cultural y social. Es importante destacar la labor de los restaurantes emblemáticos.
2. Elaborar un recetario participativo de la cocina de Barcelona mediante acciones en mercados, escuelas e institutos para documentar recetas e historias de vida.
3. Realizar una investigación académica sobre las recetas “a la barcelonesa”.
4. Combatir la homogenización culinaria, fomentando las tradiciones y la autoestima gastrocultural, valorando la artesanía.

Tras el desarrollo de la mesa, Sergio Gil (Restaurants Sostenibles Barcelona) y Jordi Tresserras (UB) han formado una comisión con todos los participantes para iniciar acciones durante 2024. La previsión es desarrollar conclusiones en 2 escenarios: la 3ª edición de Cubik Hub Barcelona, organizado por F.R.S y Ajuntament de Barcelona con mesa propia y siguiente edición 5 de science cooking world congress BCN en noviembre 2024.

Barcelona 15 de noviembre 2023

Ristorazione nella città di Barcellona. Asse trasversale: sostenibilità



Coordinatori: Sergio Gil (Ristoranti sostenibili Barcellona) e Jordi Tresserras (UB).

Membri del tavolo:

- Sergi de Meia–Ristorante Banquet
- Pere Carrió–Ristorante Gat Blau
- Markel Cormenzana–Espai puntal
- Patricia Nieves–Can Culleres
- Germán Espinosa – Ristorante Mae
- Susanna Bareche–Patisserie Bareche
- Natalia Rodríguez–Associazione Barcelona Restaurants Sostenibles

Punti emersi dai partecipanti:

1. Sergi de Meia ha sollevato l'esistenza di una cucina nazionale catalana.
2. Markel Cormenzana ha enfatizzato l'importanza della conoscenza del territorio e dei produttori.
3. Germán Espinosa ha sostenuto gli sforzi per sintetizzare la gastronomia barcelonese.
4. Patricia Nieves ha messo in guardia sul pericolo della gentrificazione e dell'uniformità gastronomica.
5. Jordi Tresserras ha sottolineato la rilevanza della cucina cerimoniale come trascendente.
6. Sergio Gil ha sottolineato la necessità di scoprire la cucina autentica della gente di Barcellona.
7. Susanna Bareche (Patisserie Bareche) ha evidenziato l'importanza del dolce nella cucina locale e il recupero di locali emblematici.
8. Dalla Barcelona Restaurants Sostenibles hanno sottolineato l'importanza delle verdure nel ricettario catalano tradizionale. Hanno sottolineato la necessità di analizzare l'approvvigionamento in una città che ha smesso di essere agraria, nonostante abbia il Maresme e il Baix Llobregat vicino.

Impegni:

Costituire, su iniziativa di Science of Cooking World Congress, Fundació Restaurants Sostenibles e l'Associazione Barcelona Restaurants Sostenibles, un tavolo di lavoro sulla cucina di Barcellona con la partecipazione di ristoranti, mercati, gilde, accademie e amministrazione pubblica, focalizzandosi sulla tradizione, ma anche su aspetti chiave come l'innovazione e la creatività, con la sostenibilità ambientale, culturale e sociale come asse trasversale. È importante evidenziare il lavoro dei ristoranti emblematici.

1. Creare un ricettario partecipativo della cucina di Barcellona attraverso azioni nei mercati, nelle scuole e negli istituti per documentare ricette e storie di vita.
2. Condurre una ricerca accademica sulle ricette "alla barcelonese".
3. Combattere l'omogeneizzazione culinaria, promuovendo le tradizioni e l'autostima gastroculturale, valorizzando l'artigianato.

Dopo lo sviluppo del tavolo: Sergio Gil (Ristoranti Sostenibili Barcellona) e Jordi Tresserras (UB) hanno formato una commissione con tutti i partecipanti per avviare azioni durante il 2024. Si prevede di sviluppare conclusioni in due scenari: la 3a edizione di de Cubik Hub Barcelona, organizzato da F.R.S e dal Comune di Barcellona con un proprio tavolo e la successiva edizione 5 science cooking di BCN a novembre 2024.

Barcelona, 15 novembre 2023

Restoration in the City of Barcelona. Transversal Axis: sustainability



Coordinators: Sergio Gil (Sustainable Restaurants Barcelona) and Jordi Tresserras (UB).

Members of the Table:

- Sergi de Meia–Banquet Restaurant
- Pere Carrió–Gat Blau Restaurant
- Markel Cormenzana–Espai puntal
- Patricia Nieves–Can Culleres
- Germán Espinosa–Restaurant Mae
- Susanna Bareche–Patisserie Bareche
- Natalia Rodríguez–Association Barcelona Sustainable Restaurants

Points Extracted from Participants:

1. Sergi de Meia raised the existence of a Catalan national cuisine.
2. Markel Cormenzana emphasized the importance of knowledge of the territory and producers.
3. Germán Espinosa advocated efforts to synthesize Barcelona's gastronomy.
4. Patricia Nieves warned about the danger of gentrification and gastronomic uniformity.
5. Jordi Tresserras underscored the relevance of ceremonial cuisine as transcendent.
6. Sergio Gil proposed the need to discover the authentic cuisine of the people of Barcelona.
7. Susanna Bareche (Patisserie Bareche) highlighted the importance of sweets in local cuisine and the recovery of emblematic establishments.
8. Barcelona Sustainable Restaurants emphasized the importance of vegetables in the traditional Catalan recipe book. They emphasized the need to analyze the supply in a city that has ceased to be agrarian, despite having Maresme and Baix Llobregat nearby.

Commitments:

1. By the initiative of the Science of Cooking World Congress, Foundation Sustainable Restaurants, and the Association Barcelona Sustainable Restaurants, establish a working group on Barcelona's cuisine with the participation of restaurants, markets, guilds, academia, and public administration. Focus on tradition, as well as key aspects like innovation and creativity, with sustainability in the environmental, cultural, and social domains as the transversal axis. It is important to highlight the work of emblematic restaurants.
2. Develop a participatory recipe book of Barcelona's cuisine through actions in markets, schools, and institutes to document recipes and life stories.
3. Conduct academic research on “a la barcelonesa” recipes.
4. Combat culinary homogenization, promoting traditions and gastro-cultural self-esteem, valuing craftsmanship.

Post-Table Development: After the table's development, Sergio Gil (Sustainable Restaurants Barcelona) and Jordi Tresserras (UB) have formed a commission with all participants to initiate actions during 2024. The plan is to develop conclusions in two scenarios: the 3rd edition of Cubik Hub Barcelona, organized by F.R.S and Barcelona City Council with its own table and the following 5th edition science cooking of the BCN in November 2024.

Barcelona, November 15, 2023

