

Entrevista a David Lapuerta, Director de Barcelona Degusta

"Barcelona Degusta es un modelo de feria que no requiere alcanzar una gran dimensión cuantitativa. Para nosotros es imprescindible asegurar una buena calidad de la oferta expositora, una representatividad de todos los sectores alimentarios y convertirnos en la plataforma para llegar al consumidor. En este sentido, edición tras edición trabajamos para que el consumidor encuentre, como dice nuestro eslogan: todo sobre el comer".

BARCELONA DEGUSTA: todo sobre el comer

Dado el panorama económico actual, ¿cómo se presenta esta edición de Degusta? Las cifras de la pasada edición y el resultado de las encuestas realizadas a expositores y visitantes nos auguraban un importante crecimiento para este año 2009. A partir del segundo semestre del 2008, cuando se empezaban a vislumbrar las posibles consecuencias de la recesión económica, preferimos ser más cautos y mantener los niveles de la pasada edición que ya eran razonables para una feria joven como la nuestra: 500 expositores y 40.000 visitantes en 20.000m².

¿Qué espera al visitante en esta feria, sea profesional o simple curioso?

Barcelona Degusta ofrece la posibilidad, tanto al consumidor como al profesional prescriptor, de acceder a un mercado de productos de calidad, procedentes de todos los sectores alimentarios y de distintos territorios. Además, por lo general hablamos de alimentos que no suelen encontrarse en los canales de venta habituales sino en canales más especializados. Por lo tanto, representa una buena oportunidad para informarse, descubrir nuevos sabores y comprar directamente al productor.

¿Qué retos ha de afrontar el sector de la alimentación actualmente?

La innovación, la salud y el placer van a ser los pilares en que se sustente gran parte del sector de la alimentación. Creo que debe seguir adaptándose a las nuevas tendencias y hábitos de consumo. Para conseguirlo, las grandes empresas invierten en I+D y lanzan innovaciones al mercado año tras año. Por otro lado, hay que comenzar a exigir acciones de Responsabilidad Social y una información clara y transparente como, por ejemplo, en el etiquetado. El consumidor cada vez quiere más información: origen de los alimentos, composición, raciones adecuadas para una alimentación saludable, apto para determinados colectivos, etc. Por último, el consumidor es cada vez más curioso y quiere poner a prueba sus sentidos, descubrir el placer en el paladar, nuevos sabores y relacionarse a través del buen comer.

¿Qué novedades se han preparado para esta edición?

Dos secciones nuevas son Paisajes y Tendencias. Paisajes supone una

ruta gastronómica por los diferentes territorios presentes, desde el alimento y las denominaciones de origen, hasta las tradiciones, gastronomía y el turismo. Por su parte, Tendencias acoge participaciones de empresas y colectivos que quieren transmitir sus valores al consumidor final y que es un reflejo de la actualidad del sector: artesanos, ecológicos, celíacos, alimentación funcional, etc.

Respecto a las actividades, las Ágoras del Gusto estarán centradas en la Dieta Mediterránea; crecerá el espacio dedicado a los niños con las actividades de l'Espai Boqueria de Mercats de Barcelona y los talleres de cocina de la Dieta Mediterránea; la Librería Gastronómica se convertirá en una "Librería Café" de la mano de "Coffeemotion" de Taurus que incluirá un programa de presentación y firma de libros; y l'Espai Solidari contará con 5 ONG's (Organización Nutrición sin Fronteras, Banc dels Aliments, Intermón-OXFAM, Yamuna y Slow Action) que también desarrollarán un programa de actividades de concienciación y juegos para niños.

Innovación, salud y placer: pilares que sustentarán el sector de la alimentación

Además de la consabida oferta de productos, ¿habrá espacio para otros ámbitos de la industria alimentaria, como la formación de profesionales, la educación, turismo gastronómico, etc.?

El aspecto educativo y cultural forma parte del concepto del salón, por eso apostamos por temas como la Librería Gastronómica o las Aulas del Gusto. Este año hemos dado más importancia a la alimentación saludable, a través del apoyo y colaboración con nutricionistas o del concepto

Dieta Mediterránea. También merece mención nuestra apuesta por un consumo responsable y la recuperación de valores que queremos reflejar en el Espacio Solidario citado anteriormente.

¿Qué significa para Barcelona la celebración de una feria como Degusta?

Personalmente y siendo objetivo, creo que es un acontecimiento muy importante para la ciudad ya que sobretodo esta dirigido al ciudadano de aquí, al consumidor urbano que, por lo general, tiene un menor acceso a productos tradicionales o procedentes de entornos más rurales, con denominación de origen o de agrobotiga. Otro factor importante, es la complicidad que hemos buscado con el comercio de la ciudad, tanto el detallista especializado como el de los mercados municipales.

¿Qué tipo de productos pueden ser la revelación en esta edición?

Por ejemplo, la empresa "La Casita de los Bombones" presenta un tipo de queso con forma de pequeño queso manchego cubierto de una fina capa de chocolate, queso de La Mancha, miel y vino tinto crianza. Crit D'Or acude con pipas acarameladas, ideales para preparar ensaladas. Por su parte, Innovacions Osona exhibe sales rosa del Himalaya que incorporan sabores de Oriente, otra variedad a base de ajo, chalote, cilantro, anís y tomillo, y otra con productos bio.

The Fresh Curry Company presenta una gama de salsas asiáticas, ya preparadas y listas para servir. Sabores de India, Tailandia, Malasia y Marruecos, en total, una gama de 14 variedades, que no contienen conservantes ni aditivos artificiales, con una oferta sin gluten y otra de salsas aptas para vegetarianos. En el campo de las bebidas, se descubrirán productos como un refresco de aloe vera natural y una cerveza con sabor a caramelo de la empresa Cervezas San

Gabriel.