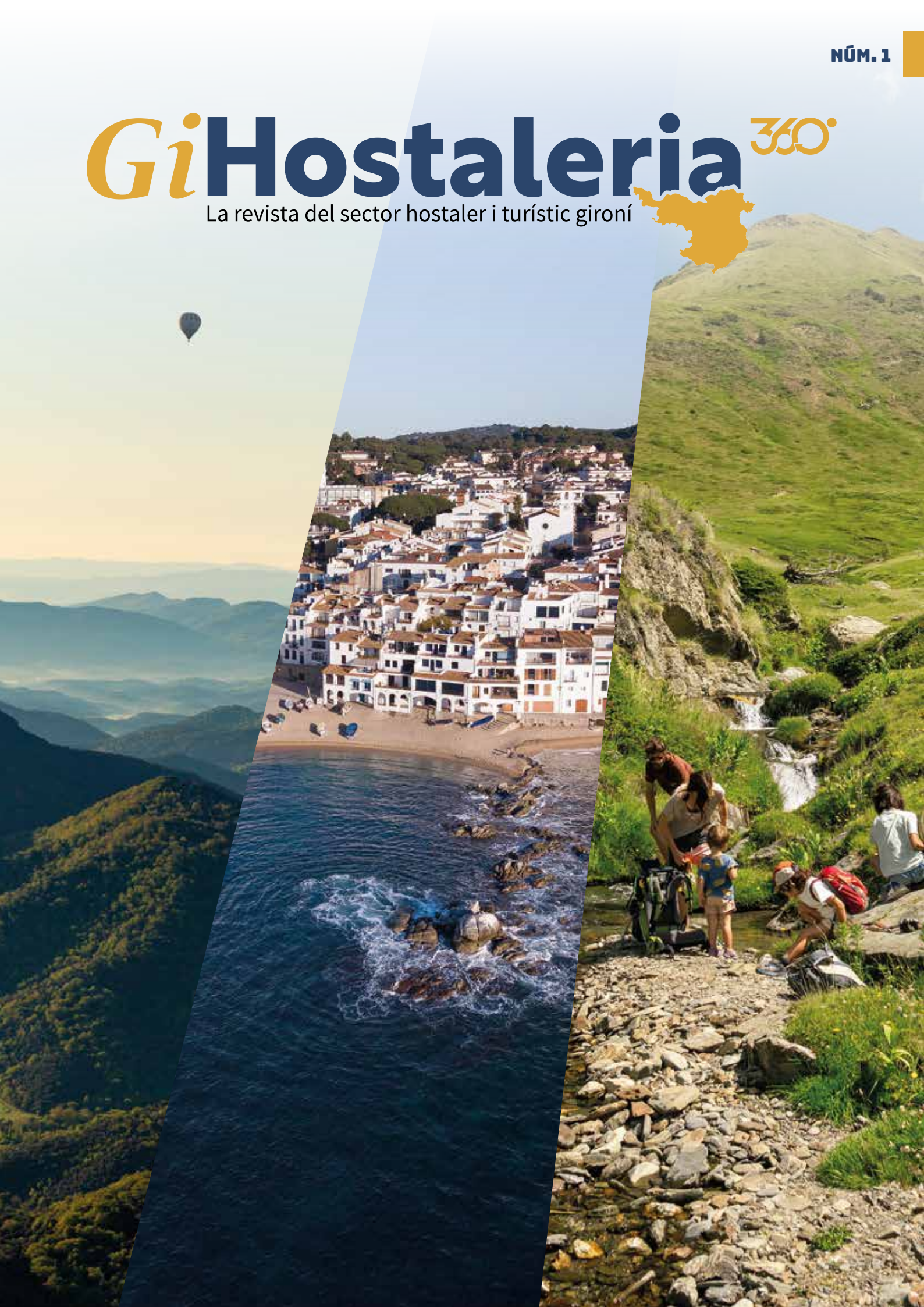


*Gi*Hostaleria ^{360°}

La revista del sector hostaler i turístic gironí



EDITA

Federació d'Hostaleria i Turisme
de les Comarques de Girona
Carrer Montnegre, 48-50
17006 Girona
Telèfon 972 224 344
info@gihostaleria.org
www.gihostaleria.org

DIRECCIÓ I COORDINACIÓ

Marina Figueras Carreró

DISSENY I MAQUETACIÓ

Marc Bech Presas

FOTOGRAFIA PORTADA

Imatges cedides per Arxiu d'Imatges del
Patronat de Turisme Costa Brava Girona
Autors:
Eduard Sánchez, Makontro, Álvaro Sanz

IMPRESSIÓ

SolgestXXI, S.L.

DIPÒSIT LEGAL

Gi1239-2017

Amb el suport de:



SUMARI

EDITORIAL

- 03** Neix un nou projecte editorial: 'GiHostaleria 360°'

TURISME I DESTINACIÓ

- 04** Entrevista a Miquel Noguer
08 Dades turístiques de Caixabank

ACTUALITAT TURÍSTICA

- 11** Entrevista a Cristina Lagé
15 Notícies
18 Miscel·lània
20 Articles de les patronals

TERRITORI

- 23** Costa Brava
27 Turisme rural i interior
28 Pirineu
30 Girona ciutat

FORMACIÓ I TALENT

- 32** Entrevista a Lluís Font
35 Article d'opinió de Neus Vila
37 Consorci per a la Normalització Lingüística

INNOVACIÓ I GESTIÓ

- 38** Protecnia
39 Bioscore
40 Entrevista a Ana Mastral

HOSTALERIA I GASTRONOMIA

- 42** Entrevista a Albert Reinoso
45 Groupe GM
46 La Fleca de l'Empordà
47 Article d'opinió d'Anna Vicens
48 Reportatge de l'anxova de l'Escala

Neix un nou projecte editorial: 'GiHostaleria 360°'

La junta directiva i tot l'equip de la Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona estem molt contents de presentar-vos la primera edició del nou projecte editorial, la revista GiHOSTALERIA 360°. Una publicació anual especialitzada en hostaleria i turisme, adreçada als professionals, associacions i institucions del sector.

El turisme i l'hostaleria són molt més que una activitat econòmica. Són una forma de fer país i de donar vida als nostres carrers, pobles i ciutats. Són un espai de trobada, de celebració, de conversa i, sobretot, de relacions humanes.

Des de la Federació, afrontem cada nova temporada amb la convicció que el nostre sector té molt a aportar i, alhora, amb la responsabilitat de continuar donant resposta als reptes que tenim al davant. Perquè aquest sector no és immòbil: evoluciona, s'adapta i innova constantment.

Amb la nova publicació de GiHostaleria 360° parlem de turisme, d'activitat econòmica i de territori, però també d'innovació, de sostenibilitat, de salut, de formació i de gastronomia.

El futur ens planteja reptes importants, però també moltes oportunitats. I estic convençut que la millor forma d'afrontar-los és fer-ho junts: empreses, professionals, entitats, administracions i societat.

Des de la Federació continuarem treballant perquè el turisme i l'hostaleria tinguin el reconeixement que mereixen, perquè les empreses puguin desenvolupar la seva activitat amb garanties i perquè les noves generacions vegin en aquest sector una oportunitat professional i de futur.

Vull expressar el meu agraïment a totes les empreses i institucions que han col·laborat en aquest nou projecte perquè sense ells no hagués estat possible. La seva implicació és la mostra del compromís compartit per uns serveis de qualitat i pel creixement conjunt del nostre sector. També és l'evidència que el sector turístic és transversal i que és negoci d'altres activitats econòmiques com les que trobareu a la revista.

Desitgem que us agradi GiHostaleria 360° i que sigui un projecte que perduri en el temps.



Antoni Escudero i Martínez

President de la Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona

PRESIDÈNCIA

Antoni Escudero Martínez

SECRETARIA

Jesús Pont Colldecarrera

VICEPRESIDÈNCIES

Enric Dotras Ruscalleda
Miquel Gotanegra Portell
Bàrbara Hallé Boix
Francesc Zucchitello Coris
Xavier Garcia Senés
Anna Portas Ros
Ane Movilla García
Carles Castillo Esteba
Gerard Xifra Olivé
Fran Barroso Cascos
Nativitat Bover Tarrés
Marc Linares Roig

VOCALIES

Josep Martí Utset
Max Huguet Espelta
Francesc Alsius Agustí
Esther Soler Ginjaume
Enric Portas Coll
Antoni Creus González
Maria Isabel Castro Iglesias
Mònica Isern Serrano
Ramón Corominas Estany



FEDERACIÓ
D'HOSTALERIA I TURISME
DE LES COMARQUES DE GIRONA

ENTREVISTA

President de la
Diputació de Girona
i del Patronat de
Turisme Costa Brava
Pirineu de Girona,
Miquel Noguera

ESCRIT PER REDACCIÓ



Foto: Miquel Millán

“El repte és avançar cap a un model en què resident i visitant no siguin dues realitats contraposades”

Com està valorant, fins ara, la temporada d'estiu a la Costa Brava i al Pirineu de Girona? Quines dades i tendències destacaria respecte d'altres anys?

Provisionalment valorem la temporada d'estiu 2026 a les destinacions gironines com a positiva i satisfactòria. Consolidem les xifres d'ocupació turística dels darrers dos exercicis, registrant dades similars i ressaltant un increment del 2,2% en el darrer mes de juny. Tanmateix, percebem estabilitat en el funcionament del sector i les variacions detectades en la procedència i el comportament dels nostres visitants són atribuïbles a la situació geopolítica actual; als preus del transport i del combustible, més que als preus dels productes i serveis turístics, que s'han mantingut respecte a l'any anterior; a les onades de calor i també a l'atractiu de la mateixa destinació, que té bona reputació i assoleix satisfactòriament les expectatives de viatge dels nostres visitants.

L'aeroport Girona – Costa Brava continua sent una peça clau per a la connectivitat i la competitivitat turística del territori. Com valora actualment la seva situació i quins considera que haurien de ser els seus principals reptes i prioritats?

L'aeroport continua essent una infraestructura fonamental a la nostra demarcació, ja que ens connecta amb Euro-

pa i els països de l'Est, mercats emissors de turisme per a les destinacions gironines. Actualment estem operant cinquanta rutes en quinze països i amb deu companyies. Cal ressaltar les noves connexions d'enguany: Luxemburg amb Luxair, Palma de Mallorca amb Air Nostrum, Londres-Gatwick i Edimburg amb Jet2 i Bucarest amb Ryanair. En els primers set mesos de l'exercici hem acumulat 1.153.755 passatgers (un 5,9% menys interanual), però amb un increment del 6,5% de les operacions.

La Taula Estratègica de l'Aeroport —formada per la Diputació de Girona, la Generalitat i la Cambra de Comerç de Girona—, a través de la marca GROWing, treballa en la promoció de la terminal de Vilobí d'Onyar per atraure-hi noves connexions amb les principals capitals europees i noves companyies, especialment en la temporada d'hivern, fet que contribuirà a incrementar la usabilitat de la infraestructura i la desestacionalització turística. A l'horitzó hi ha garantir l'execució de les inversions pendents a les instal·lacions aeroportuàries i, en concret, l'estació d'alta velocitat projectada a partir de 2030, que donarà un nou impuls a la demarcació.

En alguns territoris, el turisme ha generat una percepció negativa entre part de la població resident i ha fet créixer el fenomen conegut com a turismofòbia. Quin paper poden

Jugar la Diputació i el Patronat de Turisme per afavorir una millor convivència entre l'activitat turística i els residents?

No podem obviar que el turisme té algunes externalitats negatives, però alhora és un sector del qual no podem prescindir, que representa el 19% del PIB de les comarques gironines. El repte és avançar cap a un model en què resident i visitant no siguin dues realitats contraposades, sinó que comparteixin els beneficis d'una activitat turística ben gestionada. Sobretot hem de treballar perquè el turisme generi valor per al resident; que la ciutadania percebi que disposar d'una destinació turística atractiva també significa tenir més activitat econòmica, més oportunitats laborals, comerç i serveis de proximitat més dinàmics, i una major capacitat per preservar i posar en valor el patrimoni natural, cultural i gastronòmic del territori. Des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona es pot contribuir a millorar-ne la imatge, impulsant el perfil de turista respectuós amb els valors del territori i endegant campanyes de comunicació per donar a conèixer els valors i la riquesa de l'activitat turística. En definitiva, el turisme és un motor econòmic però també ha de ser una eina de cohesió social i inclusió generadora de benestar per a tothom: per als qui hi viuen i per als qui ens visiten.

El turisme ha de créixer, però també ha de gestionar millor els moments de màxima afluència. Com es pot avançar cap a un model que combini competitivitat, sostenibilitat i una millor distribució dels fluxos turístics?

Volem que el turisme creixi en valor i qualitat, i no necessàriament en volum, especialment en aquells períodes i espais on la concentració de visitants és més elevada. La clau, al meu entendre, és la gestió: gestionar millor els fluxos, distribuir-los en el temps i en el territori, i avançar cap a una desestacionalització real de l'activitat turística. Això requereix una acció coordinada entre el sector públic i el privat per identificar i captar el visitant que s'alineï amb el model de destinació que volem: un turista respectuós amb el territori, amb la comunitat local i amb el patrimoni, que valori l'autenticitat, que consumeixi producte local i que entengui que viatjar també implica tenir cura del lloc que visita. En aquest sentit, necessitem treballar la diversificació de productes, l'especialització de l'oferta, la creació d'experiències amb valor, i donar a conèixer aquells indrets i atractius menys coneguts a fi de redistribuir el turisme al territori. Un model més equilibrat ens ha de permetre ser més competitius i, alhora, preservar els nostres recursos, millorar la convivència amb la ciutadania i garantir que el turisme continuï sent una activitat que genera prosperitat i valor per al territori.

Un dels grans reptes del sector és la desestacionalització. Quines estratègies està impulsant el Patronat de Turisme per aconseguir que la Costa Brava i el Pirineu siguin destinacions atractives durant tot l'any?

Entre les estratègies que impulsem des del Patronat hi ha, en primer lloc, la segmentació de productes i de públics, que desenvolupem a través dels nou clubs de màrqueting, amb més de 800 entitats i empreses gironines adherides. Aquesta especialització ens permet treballar productes amb un gran potencial desestacionalitzador i connectar-los amb els públics que tenen més interès a viatjar fora dels mesos de màxima afluència. En segon lloc,

la campanya «Viu el doble» ens permet desplegar durant el 2026 una estratègia de comunicació integral als mercats objectiu, amb un èmfasi especial en les temporades mitjana i baixa. Però, més enllà de cada campanya concreta, hi ha un missatge que volem consolidar: la Costa Brava i el Pirineu de Girona són destinacions que es poden viure els 365 dies de l'any. Cada estació ens ofereix una manera diferent de descobrir el territori, i precisament aquesta diversitat és una de les nostres grans fortaleeses.

El perfil del visitant està canviant i també ho fan els seus hàbits de consum. Quins mercats i segments de turisme creu que oferiran més oportunitats de creixement per a Girona en els propers anys?

Certament, el turisme evoluciona i es transforma amb molta rapidesa. La irrupció de noves generacions i de canvis en les preferències dels viatgers accelera la capacitat de transformació i la resiliència del sector. Amb tot, cal seguir consolidant els mercats de proximitat i europeus i, a continuació, diversificar mercats i segments mitjançant propostes d'alt valor afegit i una segmentació avançada del visitant. Entrant en el detall, posem la mirada en la progressió dels mercats de països d'Europa de l'Est (Polònia i República Txeca) i del nord-americà (Es-

“

«Disposar de professionals ben formats és clau per garantir la competitivitat i la qualitat de les nostres destinacions»

”

tats Units i Canadà); aquests darrers veuen incrementada la connectivitat aèria amb Europa i tenen un alt poder adquisitiu. Per segments, posem especial èmfasi en el turisme d'alta gamma o luxe, en el turisme de natura i actiu, i destaca concretament el públic sènior, que augmentarà en els propers anys fruit de la corba demogràfica i presenta més flexibilitat temporal a l'hora de viatjar.

El sector de l'hostaleria reclama sovint més mà d'obra, millor formació i més professionalització. Quin paper poden tenir la Diputació i el Patronat de Turisme davant d'aquestes dificultats?

Dins del nostre marc competencial, treballem per reforçar la formació, la professionalització i el talent del sector turístic, perquè disposar de professionals ben formats és clau per garantir la competitivitat i la qualitat de les nostres destinacions.

En aquest àmbit, enguany arribem a la 17a edició del programa formatiu Turisme 360°, orientat a fomentar el coneixement continuat i a donar eines a les empreses i professionals per afrontar els principals reptes del sector: des de l'estalvi i la gestió energètica eficient fins a les estratègies comercials i de comunicació, passant per la di-

gitalització i la incorporació de noves tecnologies, amb la irrupció de la intel·ligència artificial en el sector turístic. Alhora, mantenim una estreta col·laboració amb els centres de formació turística de la demarcació de Girona i amb els gremis i entitats sectorials, perquè creiem que cal connectar cada vegada més la formació amb la realitat i les necessitats de les empreses.

La Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona, a través del seu president, forma part dels òrgans de govern del Patronat, com també altres entitats del sector privat. Considera que és important que el sector privat tingui un paper actiu en la presa de decisions del Patronat?

El sector privat és una peça primordial en el Patronat de Turisme Costa Brava Girona de la Diputació de Girona, des de la seva fundació ara fa cinquanta anys, ha estat el que ha mogut i impulsat l'activitat a la demarcació de Girona. La nostra entitat és un bon exemple de col·laboració publicoprivada, que no només es reflecteix en la coparticipació en els òrgans de govern, sinó també en el funcionament dels clubs de producte que aglutinen el sector i defineixen les estratègies i les accions que cal dur a terme anualment.

La Costa Brava té una marca turística molt consolidada, però també afronta una competència internacional creixent. En què considera que Girona ha de diferenciar-se per continuar sent una destinació de referència?

La competència hi és sempre present, especialment en un món que viu en un context d'incertesa i de canvis constants. Per això, la nostra millor estratègia és posar en valor allò que ens fa diferents i que és difícil de replicar: l'autenticitat, la qualitat, la diversitat i la identitat del nostre territori.

La Costa Brava i el Pirineu de Girona són avui una destinació madura, segura i consolidada, amb una oferta turística molt diversa i ben estructurada: sol i platja, cultura i patrimoni, enogastronomia, turisme esportiu, natura i activitats a l'aire lliure, turisme de congressos i negocis, entre d'altres. A tot això hi sumem uns espais naturals d'alt valor, una gastronomia reconeguda i un sector turístic professionalitzat, capaç d'oferir serveis i experiències autèntiques i de qualitat. Precisament aquí tenim una fortalesa diferencial: la complementaritat de les dues marques, Costa Brava i Pirineu de Girona. Són dues

“

«La nostra aposta és continuar explicant al món que Costa Brava i Pirineu de Girona són dues marques amb personalitat pròpia»

”

realitats amb una identitat pròpia, però que, juntes, ofereixen una destinació extraordinàriament completa. Per tant, més que competir només en volum o en preu, hem de competir en valor i en experiència. La nostra aposta és continuar explicant al món que Costa Brava i Pirineu de Girona són dues marques amb personalitat pròpia que, alhora, formen part d'una mateixa destinació amb capacitat per sorprendre el visitant durant tot l'any.

Mirant cap al futur, quin és el principal repte que hauria d'abordar el sector turístic gironí durant els propers quatre o cinc anys? I quina oportunitat considera que no podem deixar escapar?

El nou pla estratègic del Patronat de Turisme Costa Brava i de la destinació Costa Brava – Pirineu de Girona (2026-2029) és l'instrument que ha de guiar el desenvolupament de l'activitat turística a la destinació, així com de l'ens de promoció i màrqueting turístic del territori dels propers anys. Entre els reptes que tenim a curt termini hi ha la regeneració i el reposicionament de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, fer de la sostenibilitat un eix de posicionament central, impulsar el màrqueting digital com a palanca principal de promoció, innovar en la generació d'accions promocionals i de comunicació, i enfortir les relacions amb el sector, entre d'altres.

De manera més concreta, l'oportunitat que hem d'aprofitar és la celebració de la Ryder Cup el 2031, com a gran esdeveniment mundial que aportarà valor i notorietat a les nostres comarques.

aplitec Distribuidors oficials de **bdp**

La tecnologia que necessites per el teu negoci.

Aplitec Informàtica és distribuïdor de Bdp Software i especialista en solucions informàtiques per a hostaleria:

TPV Gestió Control d'efectiu Xarxes Hardware Servei tècnic





**Especialistes en control
d'accessos i portes
automàtiques de vidre**

**Som la delegació de Manusa
a Girona, líders en el sector
d'accessos intel·ligents.**

Seguretat

Privacitat

Accessibilitat

Eficiència energètica

Prestigi

Qualitat

Exclusivitat



**Oferim solucions
exclusives
per a cada client.**

☎ **972 64 14 16 - 699 47 03 15**

✉ girona@manusa.com

El valor econòmic del turisme a les Comarques Gironines

ROSER PRATS · CAIXABANK HOTELS & TOURISM
DIRECCIÓ TERRITORIAL DE CATALUNYA

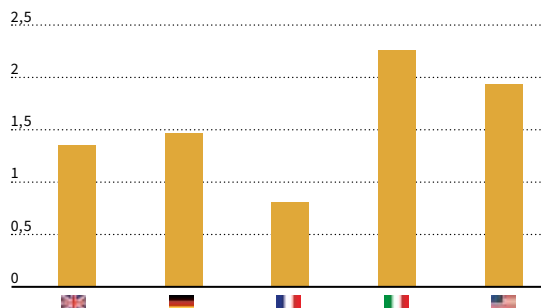
Ales comarques gironines, així com a molts altres territoris de la Península, començàvem la temporada amb bones perspectives però amb certes incerteses. Des de CaixaBank Research ens en destacaven dues d'especialment remarcables.

Per una banda, hi havia preocupació per com afectaria la disminució de la renda bruta disponible (RBD) de determinats països emissors de turistes les arribades al nostre territori. La disminució d'1 punt percentual en la RBD podia repercutir en 1,7 milions de turistes menys a nivell nacional.

El turisme és altament sensible a la seguretat i al creixement de la renda bruta disponible

Creixement de les arribades de turistes internacionals per cada punt addicional de renda bruta disponible real

En punts percentuals (p.p.)

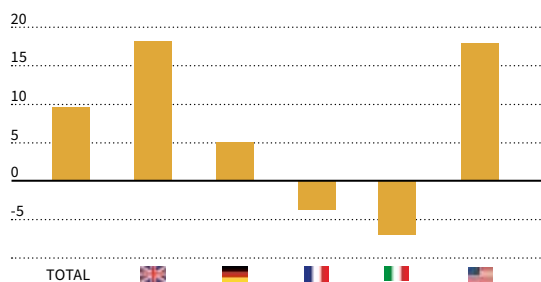


Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE y de Thomson Reuters Datastream

Creixement de les arribades de turistes internacionals per cada punt addicional d'índex de risc geopolític

En punts percentuals (p.p.)

RISC geopolític a Turquia



La inestabilitat actual empenyeria entre ca 3,8 milions d'arribades addicionals. Un deteriorament de les rendes brutes disponibles de 1 p.p. reduiria les arribades aprox. 1,7 p.p. (-1,7 milions de turistes) 5% del turisme internacional: Àsia i Orient Mitjà. Una caiguda del 20% (ca 900.000 turistes) 0,65 p.p. de PIB turístic menys. L'efecte seguretat hauria de dominar a l'escenari central. En un escenari advers (caigudes d'RBD > 2,5% dominaria l'efecte rendes.)

L'altre punt que calia tenir en compte era com afectarien als fluxos de visitants els riscos geopolítics, aquest any especialment, per causa de la guerra a l'Orient Mitjà. En aquest cas, s'estimava que la inestabilitat generada per la guerra podia empenyer 3,8 milions d'arribades addicionals a tot l'Estat.

En termes globals, en els primers mesos de 2026 el turisme internacional ha mostrat resiliència, mentre que el turisme domèstic s'ha accelerat (+2,7% de pernoctacions domèstiques al gener-abril versus +0,4% el 2025).

Abans de l'inici del conflicte a l'Iran, el PIB turístic apuntava a un creixement el 2026 de +2,1%. Es preveien 99 milions d'arribades internacionals, enfront de 96,8 milions el 2025.

Valorant tot el que hem comentat fins ara, tenim que l'augment del risc geopolític ha redireccionat una part del turisme internacional cap a Espanya. Aquest efecte s'ha vist mitigat parcialment pel deteriorament de la renda bruta disponible als països emissors i l'encariment del transport aeri. Però, finalment, l'efecte net, a l'espera de tenir el recompte de final d'any, pot empenyer les arribades turístiques el 2026 per sobre dels 100 milions.

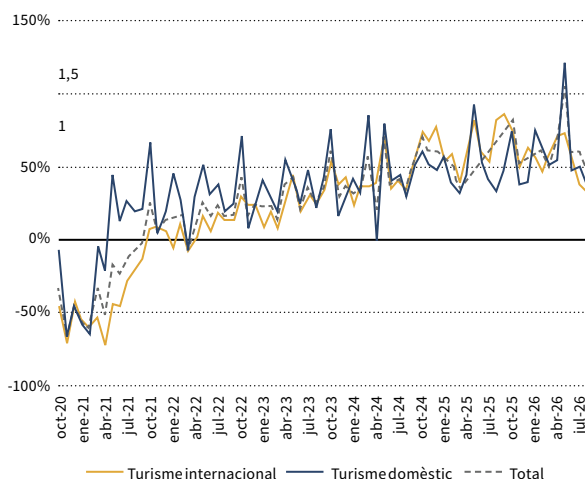
Però el més important és que la previsió del PIB turístic net (un cop descomptada la inflació) s'ha vist revisat a l'alça, fins a establir-se una previsió de creixement del 3,1%. L'impacte econòmic del turisme novament serà notable.

Pel que fa concretament a les comarques gironines, amb dades de tancament de l'agost, hem començat a veure publicades dades d'ocupació molt rellevants, en què els càmpings gironins apuntaven a una ocupació del 65% al juliol i del 80% a l'agost, i el Grup Costa Brava Centre també publicava unes ocupacions rècord, d'entre el 90 i el 95%, de Sant Joan a tancament d'agost.

A CaixaBank hem analitzat les dades de despesa turística d'aquest 2026 fins a tancament d'agost de les comarques gironines.

Despesa turística amb targeta

Variació vs mateix mes de 2019



Comencem mostrant la gràfica que analitza l'evolució de la despesa turística a les comarques gironines dels darrers anys. Aquesta gràfica mostra les dades per variació de cada període comparat amb l'any base, que és el 2019.

Destaquem que aquestes dades reflecteixen el total del consum dels turistes a les nostres destinacions, no reflecteixen les arribades. L'observació discrimina totes les targetes que tenen un domicili de la mateixa zona o 20 km a l'entorn, per considerar-se consum local. I un cop tenim les dades dels turistes, els observem segons dades relatives a l'origen, segons si són domèstics o internacionals, i de cadascun dels orígens també en comentarem el detall.

	Variación 2025 vs 2024			Variación 2026 vs 2025	
	Gen Desem	Jun-Set	Any	Gener Agost	Any
Internacional	9%	9%	2024 2025	6%	2025 2026
Domèstic	2%	2%	2024 2025	7%	2025 2026
Total	6%	7%	2024 2025	6%	2025 2026

En primer lloc, veiem que el turista internacional ha tornat a mostrar un creixement notable en termes de despesa turística, situant-se aquest 2026 un 6% per sobre del 2025.

Pel que fa al domèstic, el 2025 el territori en va percebre una davallada en les dades d'ocupació i això també es va veure reflectit en les dades de despesa turística. En canvi, aquest any 2026 veiem que la variació interanual ha estat superior en el domèstic (+7%) respecte a l'interanual (+6%).

Si comparem aquestes dades amb les que publica l'INE de gener a juliol, veiem que el nombre de turistes domèstics el 2026 s'ha incrementat un 1,02% envers el 2025, i l'interanual un 3,25%. Per tant, la despesa turística s'hauria incrementat més que proporcionalment el nombre de turistes presents en el territori.

Un altre punt que acostuma a ser interessant és veure quins són els mercats emissors que deixen més despesa al nostre territori.

El mercat domèstic reforça la importància del mercat de Barcelona amb un pes del 67%, visitants de la mateixa província de Girona (pes del 18,8%), seguits de Madrid (2,8%) i Tarragona (2,1%), amb variacions interanuals positives.

Pel que fa a la despesa turística internacional, tot i que el mercat francès té un pes relatiu indiscutiblement rellevant a la zona (+52,6%) i una variació interanual del +1,3%, la resta de mercats queden molt repartits. Segueixen França els Països Baixos amb un pes del 9,9% i una variació interanual del 4,8%, el següent és Alemanya (pes del 6%) amb una variació interanual molt destacada de l'11,6%, i el Regne Unit amb un pes del 5,6% i una variació interanual del 16,4%, seguit de Bèlgica i els EUA.

Destaquem les variacions interanuals especialment rellevants d'Alemanya (+11,6%), el Regne Unit (16,4%) i els EUA (16,5%).

Arribats a aquest punt, reprenem els dos punts principals d'observació que ens comentava CaixaBank Research a principis de temporada.

Per una banda, veiem la sensibilitat dels països emissors a la renda bruta disponible, on veiem que la possible disminució podia afectar molt negativament les arribades d'Itàlia, els EUA, Alemanya i el Regne Unit (vegeu la gràfica).

I per altra banda, els països amb una alta sensibilitat als riscos geopolítics, on novament es destacava el Regne Unit, Alemanya i els EUA com a països que podien escollir la seguretat de les nostres destinacions, evitant les zones de conflicte (vegeu la gràfica).

Veient les dades obtingudes fins avui, a les comarques gironines podem afirmar que l'efecte seguretat ha dominat per damunt de la resta de factors.



www.caixabank.cat



**Soluciones
hostaleria**

Textil ■ Un sol ús ■ Vaixela ■ Cartes



www.solucioneshostaleria.com

EL SERVEI I LA QUALITAT DE SEMPRE

DISPUIG

C/ Riera Rimau, 2. 17007 Girona. T. 972 20 67 13. ven@dispuig.com www.dispuig.com

**DISTRIBUCIONS
ROGET 1966, SL**

CIF: B17983149

**VENTA AL MAJOR DE PRODUCTES
D'ALIMENTACIÓ I BEGUES**

Ctra. Nacional - II, s/n
(Camí de la piscina)
LA JONQUERA - Tel. 972 55 52 73



www.fritravich.com





ENTREVISTA

Directora General de
Turisme,
Cristina Lagé

La directora general de turisme ens parla de l'evolució positiva del turisme a Catalunya, dels principals reptes del sector i de les estratègies per avançar cap a un model més sostenible, desestacionalitzat i equilibrat, amb especial atenció al potencial de les comarques de Girona.

ESCRIT PER REDACCIÓ

“Jo parlaria més de conflicte d'usos i de percepció dels impactes del turisme que no pas de turismofòbia”

Com valora l'any turístic a Catalunya? Quines dades i tendències destacaria fins ara i quina previsió tenen per al conjunt de l'any?

El turisme és una indústria cada cop més desestacionalitzada, de manera que l'anàlisi de les dades s'ha de fer al gener. Es veu clarament com els valors de les «antigues temporades altes» es van matisant, mentre que la temporada mitjana adquireix cada cop més importància.

Tot i així, les dades disponibles fins ara ens permeten fer una valoració molt positiva de l'any turístic a Catalunya. Catalunya consolida el seu lideratge en despesa turística internacional i reforça una tendència que és central en el nostre model: avançar del volum al valor.

Entre gener i juliol, els visitants internacionals han generat una despesa de 15.518,74 milions d'euros, el 18,9% del total estatal, fet que situa Catalunya com la primera comunitat en despesa turística internacional acumulada. Al juliol, aquesta despesa va arribar als 3.707 milions d'euros, un 13% més que l'any anterior.

També és especialment significativa l'evolució del valor generat per cada visita: la despesa mitjana per turista va créixer un 12,1%, fins als 1.561 euros, i la despesa diària va arribar als 241 euros, un 10,6% per sobre de la mitjana estatal.

De cara al conjunt de l'any, la perspectiva és positiva. Catalunya arriba a la segona meitat de l'any amb uns indicadors molt sòlids i amb una evolució coherent amb l'estratègia de generar més valor i un major impacte econòmic positiu a través de l'activitat turística.

Quan està previst que es publiquin les noves ajudes destinades a la renovació i modernització dels establiments hotelers, finançades per l'ICF?

Actualment encara estan vigents les línies d'ajuts 2026, fins a finals de desembre de 2026. Tenim previst obrir noves línies d'ajuts el 2027 amb la novetat que incorporaran altres negocis turístics, més enllà dels ajuts als allotjaments turístics, empreses i autònoms que contribueixen a dinamitzar i promoure el turisme a través de productes turístics com el senderisme, el cicloturisme, l'enoturisme, etc., els guies turístics o les oficines de turisme.

També hi ha una necessitat creixent d'invertir en estalvi energètic i sostenibilitat. Quan sortiran les ajudes específiques per impulsar aquestes actuacions i quins tipus de projectes podran beneficiar-se'n?

Tos just ara acaben els ajuts que hem gestionat amb fons europeus per a la millora de l'estalvi energètic i la circula-

“

“Catalunya arriba a la segona meitat de l'any amb uns indicadors molt sòlids”

”



ritat en establiments d'allotjament turístic. També s'han gestionat els ajuts d'eficiència hídrica finançats amb l'impost d'estades en establiments turístics. Durant el primer semestre de 2027, i també amb els fons de l'impost, traurem noves línies de suport que donaran continuïtat i reforçaran els ajuts que hem pogut gestionar fins ara.

Quins són, ara mateix, els principals reptes que afronta el turisme català? La massificació, la sostenibilitat, la manca de mà d'obra o l'accés a l'habitatge poden condicionar el futur del sector?

El primer repte és entendre que les polítiques turístiques que la ciutadania i el sector econòmic reclamen en ple segle XXI no es poden reduir a les polítiques tradicionals de promoció i foment del turisme. Necessitem una governança turística integral i territorial, capaç d'aglutinar el conjunt d'actors i agents turístics i d'interès turístic, les administracions locals, els agents socials, el món acadèmic i, molt especialment, la ciutadania.

I aquesta governança ha d'estar absolutament orientada a la dada i al coneixement de la realitat: hem de saber on, quan i com es produeix l'activitat turística, quin impacte té sobre el territori, l'economia, el medi ambient i la societat, i com maximitzar els impactes positius que genera i es detecten. Només a partir d'aquesta informació podrem fer una anàlisi rigorosa, construir perspectives fiables i prendre les decisions en relació amb la regulació i la planificació estratègica i territorial.

Respecte a la massificació, cal insistir que Catalunya no és, en el seu conjunt ni durant tot l'any, una destinació turística massificada. El que tenim són episodis de concentració turística molt intensos, en determinats espais i moments de l'any, que poden generar saturació i conflictes amb els residents. Per tant, el repte no és simplement «tenir menys turistes», sinó ordenar intel·ligentment els fluxos turístics, desconcentrar-los territorialment i temporalment i gestionar millor els espais sotmesos a una pressió puntual elevada.

Això implica avançar en polítiques de desestacionalització, diversificació i desconcentració i ordenació territorial i sectorial, tot passant d'una lògica basada en el volum a una lògica basada en el valor i en un turisme que no su-

posi cap càrrega per a les comunitats que l'acullen.

Al concepte de sostenibilitat, jo n'hi afegiria un de més ambiciós: la regeneració. No n'hi ha prou que el turisme contamiני menys o consumeixi menys recursos; hem d'aconseguir que, quan sigui possible, contribueixi a preservar i recuperar els actius naturals, culturals i socials del territori.

En tercer lloc, tenim un repte social de primera magnitud: la qualitat de l'ocupació turística. No podem parlar de turisme de qualitat si les persones que hi treballen no tenen unes condicions laborals dignes, salaris adequats, estabilitat, possibilitats de formació i desenvolupament professional i una conciliació raonable. Cal dignificar les professions turístiques i fer que treballar en el sector sigui una opció professional atractiva. La competitivitat futura del turisme català dependrà també de la seva capacitat per retenir i captar talent.

I, finalment, tenim la qüestió de l'habitatge. En determinats territoris, la pressió turística i la proliferació d'habitatges d'ús turístic poden arribar a tensionar el mercat residencial. És un problema complex que és molt injust que s'atribueixi exclusivament al turisme, però que la política turística no pot ignorar. La regulació dels habitatges d'ús turístic en municipis amb problemes d'accés a l'habitatge és un exemple de com les polítiques turístiques han de coordinar-se amb les polítiques territorials i d'habitatge.

El turisme de proximitat i la desestacionalització continuen sent assignatures pendents. Quines estratègies està impulsant el Govern per aconseguir que Catalunya rebi visitants durant tot l'any i no només durant els mesos de temporada alta?

L'estratègia «(+) Catalunya, millor turisme» que el Govern va presentar l'any passat té com objectiu ajudar a transicionar el model turístic del volum al valor. Valor entès com el que aporta aquell turisme que millor contribueix a l'aportació de benestar a la comunitat. La desestacionalització, la desconcentració, la diversificació, la distribució de la despesa, la sostenibilitat ambiental, l'equilibri de la relació resident-visitant, la fidelització i la marca Catalunya com a marca-país són els objectius estratègics que ens han de permetre assolir aquest valor.

El turisme cultural i el turisme gastronòmic són tipologies de turisme que ens ajuden en bona part d'aquests vuit objectius, i en particular en el de la desestacionalització, però també en la dinamització del turisme de proximitat, d'aquell que millor ens coneix. Un altre producte clau per al turisme de proximitat és el Grand Tour de Catalunya, un itinerari perimetral de 2.200 quilòmetres en cinc etapes que permet descobrir la gran diversitat de productes que tenim al nostre país.

Com valora l'evolució del turisme a les comarques de Girona? Quins territoris o productes turístics considera que tenen més potencial de creixement en els propers anys?

L'evolució del turisme a les comarques de Girona és positiva, però el repte dels propers anys és créixer en valor, no en volum. La Costa Brava i el Pirineu de Girona tenen un potencial enorme per avançar cap a un turisme més desestacionalitzat, diversificat i arrelat al territori.

Hi tenen un paper destacat productes com la gastronomia, l'enoturisme, la cultura, el comerç, l'esport, i les experiències vinculades al paisatge i al patrimoni.

En definitiva, hem d'avançar cap a un «turisme de persones», que valori l'autenticitat i que generi retorn per al conjunt del territori. Per això, avui la gestió és tan important com la promoció: volem una destinació competitiva, sostenible i, sobretot, un bon lloc per viure-hi.

En alguns territoris, el turisme ha generat una percepció negativa entre part de la població resident i ha fet créixer el fenomen conegut com a turismofòbia. Des de la Direcció General de Turisme es treballa amb una alguna estratègia per afrontar aquest fenomen?

Jo parlaria més de conflicte d'usos i de percepció dels impactes del turisme que no pas de turismofòbia. El terme pot ser útil per descriure determinades actituds, però no ens ha de fer perdre de vista que darrere d'una part del malestar hi ha problemes reals: dificultats d'accés a l'habitatge, saturació d'espais públics, soroll, mobilitat, transformació del comerç, pèrdua d'identitat o sensació que determinats barris i municipis deixen d'estar pensats principalment per als seus residents.

Per això, la resposta no pot consistir només a fer campanyes per millorar la imatge del turisme. La millor política contra el rebuig al turisme és un turisme ben governat, que sigui compatible amb la vida quotidiana de les persones que viuen als territoris receptors.

Això significa incorporar els residents a la governança turística, escoltar-los, disposar de mecanismes de participació i, sobretot, tenir dades que permetin detectar els punts de tensió i actuar-hi abans que el conflicte es cronifiqui. El principi hauria de ser molt senzill: el que és bo per als residents ha de ser bo també per als visitants. Aquesta idea és coherent amb els principis de governança intel·ligent i inclusiva que defensem des del Govern.

Això ens porta també a parlar de la gentrificació turística. És un fenomen que hem de vigilar i gestionar perquè, des del punt de vista estrictament turístic, també és negatiu: quan una destinació expulsa residents, substitueix comerç de proximitat o perd part de la seva identitat, també perd qualitat, autenticitat i atractiu. Per tant, la política turística ha de treballar perquè l'activitat turística generi valor per al territori i no contribueixi a expulsar-ne la població. Aquest fenomen es dona quasi exclu-

sivament a Barcelona, que està fent importants esforços per corregir-los.

La resposta, doncs, és una combinació d'ordenació, regulació, gestió dels fluxos, participació sectorial i ciutadana i redistribució dels beneficis del turisme (progrés compartit). I això exigeix una governança des de l'administració turística de la Generalitat de Catalunya que vagi molt més enllà de l'administració turística catalana.

Mirant cap al futur, quin model turístic vol impulsar el Govern per a Catalunya? Quins objectius considera que haurien d'haver-se assolit d'aquí a cinc o deu anys?

El model que hem d'impulsar és el d'un turisme sostenible, responsable, equilibrat territorialment i, cada vegada més, regeneratiu. Un model que no mesuri el seu èxit únicament pel nombre de visitants, sinó pel valor que és capaç de generar per al conjunt del país i ciutadania.

Cal passar del volum al valor: més valor econòmic, però també més valor social, territorial, ambiental i cultural. I significa assumir que el turisme és una activitat transversal que afecta l'habitatge, la mobilitat, l'aigua, l'energia, el mercat laboral, el patrimoni, el comerç i la convivència, entre molts altres apartats. Per tant, no podem governar-nos turísticament de manera aïllada.

D'aquí a cinc o deu anys m'agradaria que poguéssim dir que Catalunya ha fet aquest canvi de paradigma i que disposem d'una veritable governança integral del turisme, amb informació territorialitzada i sistemes d'indicadors i dades que permetin, no només conèixer en temps real els fluxos, els impactes i la capacitat de càrrega dels diferents territoris, sinó predir-los i anticipar-nos en les solucions; és a dir, analitzar, predir i actuar.

D'una manera succinta, dins aquest termini de cinc-deu anys hauríem de ser capaços d'avançar decididament en quatre grans direccions:

Primer, menys concentració i més equilibri. Hauríem d'haver reduït els episodis de saturació dels espais més pressionats, desestacionalitzat l'activitat i aconseguit que els beneficis del turisme arribin a més territoris. No es tracta de repartir indiscriminadament els turistes, sinó de desenvolupar una oferta atractiva allà on tingui sentit territorialment i capacitat per acollir-la.

Segon, més valor i menys dependència del volum. L'èxit no hauria de ser batre cada any el rècord de visitants, sinó incrementar el valor econòmic i social de l'activitat, allargant estades, millorant la despesa de manera compatible amb la sostenibilitat i atraient segments i mercats que aportin valor al territori. La mateixa planificació turística catalana ja ha plantejat aquesta orientació cap a la qualitat, la diversificació i la desconcentració.

Tercer, un turisme compatible amb la vida dels residents. En deu anys hauríem d'haver aconseguit que el turisme sigui percebut majoritàriament com una activitat que aporta benestar i oportunitats al territori. Això requereix actuar sobre els impactes negatius, especialment en aquells punts on hi ha conflictes d'ús, pressió sobre l'habitatge o processos de gentrificació.

I quart, un sector professionalitzat i socialment sostenible. Hauríem de poder parlar d'un mercat laboral turístic amb més estabilitat, millors condicions de treball, més qualificació i més reconeixement professional. No hi haurà turisme de qualitat sense treballadors i treballadores de qualitat.

Els millors CÒCTELS

PURÉ DE FRUITES
I XAROPS ELABORATS
AMB FRUITA

100% NATURAL

MIXER
PROFESSIONAL
cocktail
PRODUCTS

VEDRENNE
DEPUIS 1923

EXPLORATION
DE SAVEURS



elivisa
desde 1998
EXCLUSIVO LABORATORIO Y ENDOCAL, S.A.

Polig. Logis Empordà - Telf. 972 527 410
17469 El Far d'Empordà - www.elivisa.es

Les noves tarifes de l'impost turístic ja són una realitat a Catalunya

Des de l'1 d'abril de 2026, Catalunya aplica les noves tarifes de l'impost sobre les estades en establiments turístics (IETT), després que el Parlament aprovés la reforma de la normativa durant el primer trimestre de l'any. La modificació comporta un increment generalitzat de l'impost i introdueix canvis significatius tant a Barcelona com a la resta del territori.

La reforma ha estat rebuda amb un ampli rebuig per part de les organitzacions empresarials del sector turístic, que durant els mesos previs havien expressat la seva preocupació per l'impacte que l'increment de la fiscalitat podia tenir sobre la competitivitat de la destinació Catalunya.

Ja a l'abril de 2025 la Federació d'Hostaleria, juntament amb altres entitats representants del sector turístic gironí, va mostrar el seu rebuig en el marc d'una roda de premsa davant dels mitjans de comunicació.

A Barcelona es duplica la tarifa

La ciutat de Barcelona és el municipi on els canvis tenen una incidència més notable. A partir de l'1 d'abril es duplica la tarifa general de l'IETT i, paral·lelament, s'amplia el límit màxim del recàrrec municipal, que passa de 4 a 8 euros per persona i nit.

Increment progressiu a les comarques gironines i a la resta de Catalunya

La reforma comporta un augment de les tarifes de l'impost a tot Catalunya. Fora de la ciutat de Barcelona, l'increment es planteja en dues fases: des de l'1 d'abril de 2026 s'aplica el primer increment, equivalent al 50% de la pujada prevista, i la resta s'aplicarà a partir de l'1 d'abril de 2027.

La nova normativa també habilita els municipis de la resta de Catalunya perquè puguin crear un recàrrec municipal propi de fins a 4 euros per persona i nit. Aquesta possibilitat entrarà en vigor l'1 d'octubre de 2026, sempre que cada ajuntament l'hagi aprovat prèviament mitjançant la corresponent ordenança fiscal.

D'acord amb l'ordenança fiscal aprovada per l'Ajuntament, aquest increment s'estableix de manera progressiva. Durant el període comprès entre l'1 d'abril de 2026 i el 31 de març de 2027, el recàrrec municipal és de 5 euros per persona i nit. Posteriorment, continuarà augmentant un euro anual fins a assolir els 8 euros l'any 2029.

El sector de l'hostaleria renova el seu conveni col·lectiu

Una vegada més la Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona ha participat en la negociació del conveni laboral del sector de la indústria de l'hostaleria i el turisme de Catalunya, gràcies als serveis de l'advocat Joan Carles Casas.

Des del desembre de l'any 2024 la Federació, juntament amb les associacions que formen la Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració de Catalunya (Confe-Cat), va estar negociant amb els principals sindicats de Catalunya, CCOO i UGT, per assolir un acord que actualitzés el marc de les relacions laborals del sector.

Després de diversos mesos de negociació, les parts van arribar a un acord per renovar el conveni col·lectiu, que tindrà una vigència de quatre anys, des de l'1 de gener de 2025 fins al 31 de desembre de 2028. El nou text incorpora diverses modificacions que afecten tant l'organització del treball com les condicions laborals dels treballadors i treballadores del sector.

El nou conveni incorpora mesures derivades dels canvis normatius i de les noves realitats laborals. Entre elles, s'inclou un article específic sobre el dret a la desconexió digital i un altre dedicat als protocols per garantir la igualtat i la no discriminació de les persones LGTBIQ+.

En l'àmbit econòmic, les parts han acordat un increment salarial progressiu durant tota la vigència del conveni. Les taules salarials s'incrementen un 4% els anys 2025, 2026 i 2027, i per a l'any 2028 s'ha pactat un augment del 3%.

La participació de la Federació en aquest procés de negociació forma part de la seva tasca de representació dels interessos de les empreses associades de les comarques gironines en els òrgans de negociació col·lectiva d'àmbit català. Aquesta presència permet traslladar les necessitats del territori i contribuir a la definició d'un marc laboral compartit per al conjunt del sector.

La Federació d'Hostaleria i Turisme, a favor del retorn dels peatges



Foto: Àngel Reynal

En els darrers mesos s'ha generat un debat al Parlament de Catalunya sobre la possibilitat de tornar als peatges amb barrera a l'AP-7. La Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona es posiciona a favor d'aquesta mesura.

L'Autopista del Mediterrani és la via de connexió entre Catalunya, la resta d'Europa i l'Estat espanyol. En cinc anys, després que l'1 de setembre de 2021 s'eliminessin els peatges, en aquesta via s'ha incrementat el tràfic diari en un 40% i en el mateix percentatge el nombre d'accidents amb víctimes. Així mateix, l'abolició dels peatges ha provocat que l'AP-7 sigui la via principal dels camions, i s'ha arribat a un percentatge del 80% d'increment de vehicles pesants diaris.

Actualment, aquesta via de circulació es troba en un estat de col·lapse permanent a causa de les retencions diàries que s'hi produeixen. A aquesta situació s'hi afegeix el deficient estat de conservació dels carrils, com a conse-

qüència de la manca de manteniment. Així mateix, és freqüent la presència d'objectes peril·losos a la calçada, com ara pneumàtics o pivots, que incrementen el risc per als usuaris de la via. D'altra banda, a causa dels accidents es produeixen incendis de camions i de vehicles, amb el consegüent perill tant per a l'entorn com per als conductors.

Inseguretat a l'AP-7

Un territori com Catalunya no es pot permetre unes infraestructures tan malmeses, col·lapsades i, el més important, peril·loses. Circular per l'AP-7 s'ha convertit en una opció insegura, i les dades ja indiquen que l'índex d'accidentalitat és molt alt. Així mateix, s'ha detectat un increment dels robatoris a conductors perpetrats per delinqüents multireincidents, que es desplacen per aquesta via sense cap obstacle que en limiti la mobilitat, després de la desaparició de les barreres dels peatges.



Forn Comtal
· fundat el 1940 · Besalú
Productes de qualitat artesanal



Carrer Joan Maragall, 6 · 17850 Besalú · Tel: 972 59 00 21
www.forncomtal.com



FRUITES HURTÓS



**Carretera Nacional II (Km. 765)
Els Hostalets (Llers) - Tel: 972 505 676**



Foto: Àngel Reynal

Si volem ser un destí segur per als residents i per als visitants, hem d'apostar per tenir les millors infraestructures, i per això s'hi ha d'invertir i s'ha d'aconseguir que tothom hi col·labori. En aquest sentit, la Federació considera que el peatge és la millor opció, amb una empresa concessionària que gestioni la via i que determini un preu just i assequible per als conductors.

El peatge, una opció millor que la vinyeta

La setmana anterior el Parlament va avalar la possibilitat d'instaurar el model de vinyeta i així no tornar a col·locar les barreres dels peatges. L'organització empresarial

reitera que la millor opció són els peatges amb barreres. D'aquesta forma es té un control dels usuaris de la via, paguen aquells que en fan ús, s'evita el risc de saturació d'altres vies secundàries i es té un control dels conductors estrangers que són turistes, ja que si la implantació de la vinyeta no és eficient, pot acabar passant que no paguin.

Carril per als vehicles pesants

La Federació d'Hostaleria considera que la remodelació de l'AP-7 hauria d'incloure la implantació d'un carril específic destinat exclusivament a la circulació de vehicles pesants. La convivència de camions i vehicles lleugers en una mateixa infraestructura incrementa el risc d'accidents, dificulta la fluïdesa del trànsit i contribueix a la formació de retencions i col·lapses circulatoris, especialment en els trams amb una elevada intensitat de trànsit.



Foto: Àngel Reynal

Cuidem el que mengem

cusins
CUIDEM EL QUE MENGEM

C. de Portugal 3, 17600 Figueres, Girona - Tel.: 972 510 717 - cusins.eu

Turisme, hostaleria i salut: una aliança amb impacte social

ESCRIT PER LAIA CASADELLÀ BANÚS

En un territori on el turisme i l'hostaleria són sectors estratègics, la seva contribució pot anar més enllà de l'activitat econòmica. La col·laboració amb iniciatives de salut i benestar ofereix una oportunitat per generar un impacte positiu en la comunitat.

En aquest context es troba el programa de mecenatge de l'Hospital Universitari de Girona Dr. Josep Trueta i de l'Institut d'Assistència Sanitària, una iniciativa que connecta empreses i ciutadania amb projectes destinats a millorar l'atenció sanitària, fent-la més humana, innovadora i propera.

A través d'accions com l'arrodoniment solidari o la participació en el finançament de projectes, es poden impulsar nous programes assistencials, incorporar tecnologia mèdica d'avantguarda, millorar els espais hospitalaris o reforçar la formació dels professionals, entre altres. D'aquesta manera, cada establiment pot transformar la seva activitat quotidiana en un impacte positiu en la salut de pacients i famílies, alhora que reforça el compromís del sector turístic amb el benestar del territori.



Les col·laboracions gaudeixen de beneficis fiscals segons la normativa vigent, aplicables tant a persones físiques com jurídiques.

Els establiments interessats poden adreçar-se al correu mecenatge_iastrueta@gencat.cat o visitar la web <https://colabora.hospitaltrueta.cat/>, i sumar-se a aquesta xarxa que contribueix a enfortir la salut del territori.



Cardioprotecció: un element diferenciador per al turisme de Girona

ESCRIT PER ALBA SORIANO, RESPONSABLE DE COMUNICACIÓ DE CARDIOSOS GLOBAL PROTECTION

Amb més de vuit milions de visitants l'any, la demarcació de Girona concentra una part molt important del turisme de Catalunya. Aquesta elevada afluència fa necessari oferir no només experiències de qualitat, sinó també entorns segurs i preparats per actuar davant de qualsevol emergència.

Disposar d'espais cardioprotegits en hotels, apartaments, càmpings, platges i altres espais públics, així com de personal format en primers auxilis i en l'ús de DEA, permet reduir el temps de resposta davant d'una aturada cardíaca, un factor clau per augmentar les possibilitats de supervivència fins a l'arribada dels serveis d'emergència.

Girona és, a més, una destinació de referència per al ciclisme. Competicions internacionals com la UCI Gra-



vel World Series apleguen esportistes i visitants d'arreu del món i evidencien la importància de disposar de dispositius sanitaris preventius i protocols d'actuació adaptats a esdeveniments amb una elevada concentració de persones.

En aquest context, la cardioprotecció es consolida com un element que reforça la qualitat, la seguretat i la capacitat de resposta de la destinació. Apostar per espais preparats per actuar davant d'una emergència és també una manera de protegir residents i visitants i de contribuir a un model turístic més responsable i resilient.



Contacta amb nosaltres

 **93 383 28 75**

 **615 729 306**

Carrer de les Teixidores, 7, 08918 Badalona, Barcelona.

Calle Laguna del Marquesado, 49K, 28021, Madrid.

Carrer Conradores, 62, Nau 34A, 07141 Marratxi, Palma.

 **www.pasteleriaarpa.com**

 **info@pasteleriaarpa.com**

Federació d'Organitzacions Empresariales de Girona (FOEG)

FOEG: l'organització al servei del teixit empresarial gironí

La FOEG és la patronal de les comarques gironines i representa més de 15.000 empreses del territori. Des d'aquesta alta representativitat, treballem per defensar l'activitat econòmica, fer sentir la veu de les pimes i impulsar projectes que ajudin a construir un territori competitiu, equilibrat i amb futur.

Per a sectors com l'hostaleria i el turisme, el talent és un dels reptes principals. Per això, des de la FOEG treballem en favor de la formació professional, per dignificar els oficis i per apropar el món de l'empresa als joves a través de projectes amb escoles. Alhora, l'Escola de Negocis ofereix formació pràctica i adaptada a les necessitats reals de les empreses, en àmbits com la gestió, el lideratge, la digitalització o la intel·ligència artificial.

També acompanyem empreses i associacions a través de l'Oficina d'Ajuts i Subvencions, facilitant informació i suport per accedir a oportunitats de finançament i a nous projectes.

En paral·lel, impulsem iniciatives vinculades al funcionament quotidià del territori, com la DUM, per avançar cap a una distribució urbana de mercaderies més ordenada i eficient. També hem impulsat projectes com la Comerçjada, que dinamitza el comerç local

i reforça la vida als municipis, un factor essencial per mantenir pobles i ciutats atractius per a visitants, residents i empreses.

La FOEG també acompanya els municipis amb eines de regulació i millora del comerç local, amb l'objectiu de preservar un model de comerç de qualitat, arrelat i propi. Un comerç que contribueixi a un turisme de qualitat, capaç d'oferir una experiència més autèntica i atractiva. I, a través d'estudis com el de concertació territorial, treballem amb dades per anticipar necessitats i defensar millor cada comarca.

Creiem en el territori, en la col·laboració entre sectors i en la força de les empreses gironines per construir futur. Des de la FOEG, restem a disposició de les empreses i associacions del sector per escoltar necessitats, compartir coneixement i impulsar noves vies de col·laboració.



C/ Bonastruc de Porta, 15
17001 Girona - Tel. 972 21 55 34
foeg@foeg.cat
www.foeg.cat

Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos

Historias que nos unen: recordar el valor humà de l'hoteleria

Hi ha llocs que formen part dels nostres millors records. Un viatge en família, una celebració, una escapada amb amics, un retrobament o el descans després d'una llarga jornada. En molts d'aquests moments hi ha un hotel al darrere. Tanmateix, sovint oblidem que aquests records són possibles gràcies a la feina de milers de professionals que cuiden cada detall perquè cada estada sigui especial.

Amb aquest objectiu va néixer «Historias que nos unen», la campanya impulsada per la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) per posar en valor la vessant més humana dels hotels i allotjaments turístics d'Espanya. Perquè som molt més que llits: som els escenaris on es creen records, s'enforteixen els vincles i es construeixen experiències que es mantenen amb nosaltres durant tota la vida.

La iniciativa convida a la ciutadania, els professionals i les institucions a compartir històries reals que reflecteixin com l'hospitalitat contribueix al benestar de les persones i al desenvolupament de les destinacions. També



<https://historiasquenosenen.com/> Hashtag oficial: #HistoriasQueNosUnen

reivindica el paper d'un sector compromès amb l'ocupació, la sostenibilitat, la innovació, l'accessibilitat i l'impacte positiu en les comunitats on es desenvolupa la seva activitat.

En un moment en què el turisme necessita ser explicat des de la proximitat, volem recordar que darrere de cada recepció, de cada esmorzar o de cada benvinguda hi ha persones que treballen per fer felices altres persones. Perquè, al cap i a la fi, el que perdura no són només els llocs que visitem, sinó les històries que hi vivim.



C/ Orense 32
28020 Madrid - Tel. 91 556 71 12
cehat@cehat.com
www.cehat.com

PIMEC

El valor de les dades per a l'hostaleria gironina

Per a l'hostaleria gironina, competir avui ja no depèn només d'oferir un bon servei o una experiència diferencial. També exigeix conèixer millor el comportament dels visitants, anticipar tendències i prendre decisions basades en dades. Amb aquest objectiu, Pimec ha impulsat el Data Hub de l'Economia del Visitant, una eina d'intel·ligència empresarial que posa la informació al servei del sector turístic i de l'hostaleria.



En un territori com les comarques gironines, on conviuen destinacions tan diverses, disposar d'una visió detallada de la realitat turística és un avantatge competitiu. El Data Hub permet analitzar els fluxos de visitants, la seva procedència, els tipus d'allotjament que utilitzen, la despesa o l'estacionalitat, amb un elevat nivell de detall. Aquesta informació facilita que hotels, restaurants i altres negocis adaptin la seva oferta, planifiquin millor les inversions i optimitzin la gestió dels recursos.

L'eina també contribueix a avançar cap a un model turístic més sostenible. La identificació dels períodes de màxima pressió, dels punts de concentració de visitants o de les oportunitats de desestacionalització ajuda les empreses a prendre decisions més eficients i equilibrades, generant més valor econòmic sense comprometre la qualitat de vida ni l'atractiu de les destinacions.

En definitiva, el Data Hub de l'Economia del Visitant representa un canvi de paradigma: permet passar de les intuïcions a les decisions fonamentades en evidències. Per a l'hostaleria de Girona, això significa disposar d'una eina estratègica per entendre millor el mercat, detectar noves oportunitats de negoci i reforçar la competitivitat. Conèixer millor el visitant és, avui, una de les millors maneres de preparar el futur del sector.

Carlos Rabaneda
President de Pimec Turisme

pimec

C/ Manel Bonmatí i Romaguera, 2
17003 Girona - Tel. 972 22 55 77
pimec.girona@pimec.org
www.pimec.org

ConfeCat

ConfeCat: una veu única per defensar i transformar l'hostaleria catalana

La Confederació Empresarial d'Hostaleria i Restauració de Catalunya (ConfeCat) és avui la principal organització de representació del sector a Catalunya. Integrada per les federacions i gremis de tot el territori, agrupa milers d'empreses d'allotjament, restauració i activitats turístiques, erigint-se com un espai de defensa, coordinació i impuls dels interessos comuns del sector.

En un context de grans transformacions, la tasca de ConfeCat va molt més enllà de la representació institucional. L'entitat treballa diàriament per garantir que la veu dels empresaris sigui escoltada davant els principals reptes que afecten l'activitat: la regulació turística, la fiscalitat, el mercat laboral, la sostenibilitat, la digitalització o la seguretat jurídica de les empreses. Durant els darrers anys, ha mantingut una participació activa en qüestions tan rellevants com el registre de viatgers, la sequera, la fiscalitat turística o l'impacte de noves regulacions sobre l'activitat empresarial.

Però ConfeCat no només defensa el present del sector; també contribueix a construir-ne el futur. Catalunya és

una destinació madura i líder, que ha d'afrontar els nous escenaris apostant per la qualitat, la innovació, la sostenibilitat i la generació de valor. En aquest sentit, la ConfeCat impulsa una visió compartida basada en la competitivitat empresarial, l'excel·lència en el servei i la col·laboració públicoprivada com a eina imprescindible per seguir generant riquesa, ocupació i cohesió territorial.

En el Dia Mundial del Turisme és especialment oportú recordar que darrere de cada establiment hi ha empresaris, professionals i equips humans que contribueixen cada dia al desenvolupament econòmic i social del país. Donar suport al sector és donar suport a una de les principals activitats generadores d'ocupació i de prosperitat de Catalunya. Aquesta és, precisament, la missió que inspira la feina de ConfeCat: defensar les empreses d'avui i ajudar a construir l'hostaleria de demà.

Santiago García-Nieto
President



CONFECAT
Confederació Empresarial d'Hostaleria
i Restauració de Catalunya

Via Laietana 47, 1r 2a
08003 Barcelona
T 933 016 240
info@confe.cat



+20
ANYS

LA SEGURETAT ÉS EL PRIMER INGREDIENT

MÉS DE 20 ANYS IMPLANTANT
PREVENCIÓ EN EL SECTOR
DE L'HOSTALERIA

Acompanyem restaurants, hotels i
establiments gastronòmics per crear
entorns de treball segurs, saludables i
eficients.

PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS ESPECIALISTES EN EL SECTOR DE L'HOSTALERIA



FORMACIÓ ESPECÍFICA

Cursos adaptats al
sector: cuina, sala,
manteniment...



PROTOCOLS I PROCEDIMENTS

Protocolos de seguretat,
emergències i bones
pràctiques.



ERGONOMIA I SALUT LABORAL

Prevenió de lesions,
càrregues, postures i
moviments repetitius.



PLANS D'EMERGÈNCIA

Disseny i implantació
de plans d'actuació
efectius.



CUIDEM DEL TEU EQUIP

La prevenció no és una
obligació, és el millor ingredient
per a l'èxit del teu negoci.

*Fem de la seguretat
el teu millor plat*



PREVENCIÓ · FORMACIÓ · SALUT LABORAL



972 41 71 76



info@ergolaboris.com



www.ergolaboris.com

GIRONA SEU CENTRAL

C/ Riera Bugantó, 5 - 17003 Girona
BARCELONA - SABADELL - VIC



@ergolaboris

Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar

El gremi aposta per consolidar Lloret de Mar com a destinació turística de referència

El Gremi d'Hostaleria de Lloret de Mar és una associació sense ànim de lucre fundada el 1976 amb l'objectiu de donar suport al sector de l'allotjament i contribuir al lideratge turístic de Lloret de Mar a la Costa Brava.

L'entitat ofereix als seus agremiats assessorament especialitzat en matèria laboral, fiscal, mediambiental i turística, així com informació diària sobre normativa, estadístiques i novetats del sector. També impulsa programes de formació contínua en àmbits com la gestió hotelera, el màrqueting digital, la sostenibilitat, la ciberseguretat o la intel·ligència artificial.

Entre els seus serveis destaquen la negociació d'acords amb proveïdors, entitats financeres i asseguradores, la recerca de subvencions, la defensa dels interessos empresarials davant les administracions i la promoció dels establiments associats a través de canals propis.

El Gremi fomenta la col·laboració entre empresaris i participa activament en la promoció turística de Lloret de



Mar, contribuint a reforçar l'atractiu de la destinació tant en l'àmbit nacional com internacional.

A més, forma part de les principals organitzacions empresarials i turístiques de Catalunya i de l'Estat, fet que li permet representar eficaçment els interessos dels seus associats i participar en els principals espais de decisió del sector. L'objectiu és millorar la competiti-

vitat dels establiments, enfortir el teixit empresarial i consolidar Lloret de Mar com una destinació turística de referència.



C/ Passatge Sant Pere, Núm.2, Planta 2
17310 Lloret de Mar - Tel. 972 365 282
info@hotellsloret.com
www.hotellsloret.com

Associació d'Empresaris d'Hostaleria de l'Alt Empordà

L'associació que promou el turisme i la gastronomia de l'Alt Empordà

L'Associació d'Empresaris d'Activitats d'Hostaleria de l'Alt Empordà, creada el 1979, és una entitat sense ànim de lucre que representa prop de 200 empreses dels sectors de l'hostaleria i el turisme de la comarca. La seva missió és defensar els interessos del sector i impulsar-ne la competitivitat, la professionalització i la promoció.

Dins l'associació destaca La Cuina del Vent, un col·lectiu de professionals que promou la gastronomia de l'Alt Empordà com a expressió de la seva cultura, tradició, paisatge i producte local. El grup treballa per compartir coneixement, millorar la qualitat del servei i posicionar la cuina empordanesa com un referent gastronòmic.

L'entitat ofereix serveis de representació institucional, assessorament empresarial, formació, promoció dels establiments associats i difusió de la cultura de la qualitat. També impulsa projectes gastronòmics com Empordà Origen i La Cuina del Vent, i promou la responsabilitat social empresarial.



Entre els projectes previstos per al període 2026-2027 destaquen la creació d'un carnet turístic comarcal per fomentar el consum local i les pernoctacions, l'organització de la IX Nit del Turisme Empordanès, la integració del sector en una única associació gremial i la promoció dels associats a través de les plataformes Empordà Turisme, Empordà Hostaleria i La Cuina del Vent.



Tel. 605 403 418
info@empordahostaleria.com
www.empordahostaleria.com

Unió d'Hostaleria i Turisme de la Costa Brava Centre

La formació és un dels eixos principals de l'associació

La Unió d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme Costa Brava Centre és una entitat gremial que treballa per la representació i la defensa dels interessos de les empreses del sector de l'hostaleria i el turisme, principalment, de la comarca del Baix Empordà.

Treballa per enfortir el teixit empresarial i contribuir al desenvolupament d'un model turístic de qualitat, sostenible i arrelat al territori.

Entre els serveis que ofereixen als seus associats destaquen l'assessorament i l'acompanyament empresarial, la representació institucional davant les administracions, la difusió d'ajuts i novetats normatives, així com l'impuls d'accions de promoció i dinamització del sector.

Des de fa molts anys, la formació és un departament clau de la Unió d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme Costa Brava Centre, amb una oferta àmplia i diversa adaptada a les necessitats canviants del sector. Al llarg de l'any impulsen cursos, jornades tècniques i sessions informatives sobre normativa, sostenibilitat, digitalització, gestió empresarial i altres àmbits d'interès, contribuint a la professionalització i competitivitat de les empreses associades.



La responsabilitat social corporativa és també un dels eixos de la seva activitat. Col·laboren en iniciatives solidàries que generen un impacte positiu al territori, com la campanya «Restaurants que es mullen», de la Fundació Esclerosi Múltiple, o accions amb Oncolliga Girona com «Xefs amb cor i plats amb causa», que uneixen el sector gastronòmic amb la solidaritat i el compromís social.



C/ Centre Comercial Cavallers, 10
17200 Palafrugell - Tel. 972 600 069
associacio@grupcostabravacentre.com
www.grupcostabravacentre.com

A los que comen queso con pasta en lugar de pasta con queso...

¡No estáis solos!

En TGT llevamos más de 50 años locos por los quesos, ofreciendo más de 100 variedades con la mejor calidad.

¿Eres uno de los nuestros?

#TGTcheeselovers grupotgt.com

The Cheese Lovers

Tgt

Associació d'Hostaleria de Blanes

L'entitat que exerceix com a lobby empresarial dels sectors turístic i de l'hostaleria de Blanes

Fundada l'any 1977, l'Associació d'Hostaleria de Blanes continua consolidant-se com una de les principals entitats de representació del sector turístic i de la restauració al municipi blanenc. Amb gairebé mig segle de trajectòria, l'organització treballa per defensar els interessos econòmics, socials, professionals i culturals dels seus associats, actuant com a interlocutora davant les administracions locals, autonòmiques i estatals.

Entre els principals serveis que ofereix destaca la defensa dels interessos de l'hostaleria i la restauració, així com la informació permanent sobre les noves normatives turístiques, laborals, fiscals i mercantils que afecten els professionals. L'associació també manté informats els seus membres sobre subvencions, línies de finançament, novetats d'interès i oportunitats de negoci.

A més, impulsa la signatura de convenis amb empreses i entitats per oferir avantatges als associats, promou reuni-



ons periòdiques per abordar qüestions d'actualitat i facilita descomptes especials amb proveïdors i serveis d'assessorament.

Des de l'Associació d'Hostaleria de Blanes expliquen que la seva funció va més enllà de la prestació de serveis als associats. L'entitat exerceix també com a lobby empresarial, defensant els interessos del sector davant les administracions i participant activament en iniciatives que

contribueixen a dinamitzar l'activitat econòmica i turística de la vila.



C/ Manresa, 14
17300 Blanes - Tel. 972 332 908
associacio@ahblanes.com
www.ahblanes.com

Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de Tossa de Mar

L'APEHT treballa per consolidar Tossa de Mar com una destinació de qualitat

L'Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de Tossa de Mar (APEHT) agrupa una part molt representativa del teixit empresarial vinculat al turisme del municipi: allotjaments, restauració, comerç i altres empreses de serveis.

La seva missió és representar i defensar els interessos dels associats, actuar com a interlocutor amb les administracions i impulsar iniciatives que contribueixin a millorar la qualitat, la competitivitat i la sostenibilitat de la destinació. També fomenta la col·laboració entre empreses, ofereix informació i assessorament als associats i promou espais de participació i debat sobre el futur del turisme a Tossa de Mar.

Durant la temporada 2026-2027 continuarà treballant en accions de promoció i dinamització del municipi, en la defensa dels interessos del sector i en la participació acti-



va als òrgans de governança turística, amb l'objectiu de consolidar Tossa de Mar com una destinació de qualitat durant tot l'any.

En l'àmbit gastronòmic, dona suport i col·labora en la difusió de les jornades organitzades per la cuina tradicional tossenca, com per exemple la cuina del bacallà, la cuina del cim i tomba o els fideus a la cassola, contribuint a posar en valor la gastronomia local com un dels grans atractius de la destinació.



17320 Tossa de Mar
Tel. 605 403 418
apehtossa@gmail.com
www.costabrava-tossademar.org

Gremi de Bars, Restaurants i Cafeteries de Lloret de Mar

El gremi treballa perquè Lloret sigui una destinació gastronòmica

El Gremi de Bars, Restaurants i Cafeteries de Lloret de Mar és l'entitat que representa i dona suport al sector de la restauració del municipi. Treballa per defensar els interessos dels seus establiments associats, potenciar la gastronomia local i contribuir al posicionament de Lloret de Mar com a destinació gastronòmica de referència.

Ofereix assessorament i informació al seu teixit associatiu, impulsa accions de promoció, fomenta la col·laboració entre empreses i institucions i organitza iniciatives que generen activitat econòmica i visibilitat per als establiments. També actua com a interlocutor davant les administracions i altres agents del sector.

De cara a la tardor de 2026 i durant el 2027 continuaran treballant en noves accions de dinamització gastronòmica, campanyes de promoció, activitats formatives i projectes de col·laboració amb Lloret Turisme, l'Ajuntament i la resta d'entitats del municipi, amb l'objectiu de reforçar la qualitat, la competitivitat i la projecció de la restauració local.

Entre les seves principals iniciatives destaquen les Jor-



nades Gastronòmiques de l'Arròs, que se celebren anualment durant el mes de maig amb la participació de restaurants del municipi, així com altres campanyes gastronòmiques i promocionals que impulsen al llarg de l'any per donar valor al producte, al talent dels seus professionals i a la gastronomia de Lloret de Mar.



C/Josep Tarradellas 3-5, local 18
17310 Lloret de Mar - Tel. 639 793 239
gremibrclloret@gmail.com
www.gremibrclloret.com

Pollastre
 Desfet de pollastre
 Aus vàries i desfet
 Ànec
 Conill
 Indiot
 Caça
 Ous
 Porc
 Vedella / Bou
 Xai / Cabrit
 Porc Ibèric
 Congelats
 Patates fresques
 Bolets
 Làctics
 Embotits
 Varis
 Glaçons

Jaume Ferrer i Fills SL
 Ctra. Roses 36-38-40 - 17600 Figueres
 Tel. 972 503 319
 info@ferrerifills.com
 www.ferrerifills.com



Associació Turisme Rural Girona

Turisme Rural Girona impulsa el nou sistema de reserves per ser la plataforma de referència del turisme rural gironí

Turisme Rural Girona és l'associació de cases de turisme rural de les comarques gironines. Constituïda el 1992, representa més de 130 associats i una oferta de més de 240 cases rurals legalitzades amb prop de 1.800 places. Els establiments, ubicats en municipis de menys de 2.000 habitants de la Costa Brava, l'interior i el Pirineu de Girona, ofereixen un model de turisme de proximitat, sostenible i de qualitat, amb una atenció propera i familiar.

L'associació treballa per defensar els interessos del sector davant les administracions i ofereix serveis com assessorament jurídic i de gestió, suport tècnic, tramitació de senyalització i avantatges a través del Club de Proveïdors. També promou els allotjaments mitjançant el portal gironacasesrurals.com, la guia Girona Cases Rurals i el programa Ruralxec.

De cara al període 2026-2027, la principal aposta és consolidar el nou sistema de reserves integrat a gironacasesrurals.com, amb l'objectiu de convertir-lo en la plataforma de referència del turisme rural gironí. També es preveu ampliar el programa Ruralxec i continuar dinamitzant el Club de Subscriptors per impulsar el turisme rural i d'interior durant tot l'any.



C/ Bonastruc de Porta, 15
17002 Girona - Tel. 972 226 015
info@turismeruralgirona.org
www.turismeruralgirona.org

Associació d'Hostaleria de la Selva

Un dels objectius de l'associació és créixer en nombre d'associats

L'Associació d'Hostaleria de la Selva neix amb la voluntat d'agrupar i donar suport als establiments d'hostaleria, restauració i allotjament de la comarca. Són una entitat propera, arrelada al territori, que treballa per representar el sector, defensar-ne els interessos i crear xarxa entre empreses.

Ofereixen a les empreses associades acompanyament en el dia a dia, suport en tràmits i subvencions, informació útil del sector, accés a formació, convenis i avantatges a través de la Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona i PIMEC, així com accions de comunicació i dinamització per donar visibilitat als establiments associats.

De cara als pròxims mesos, volen reforçar la captació de nous socis i impulsar projectes que ajudin a posicionar la Selva com un territori atractiu per al turisme, la gastronomia i l'hostaleria.



Un dels projectes destacats és una iniciativa per vincular gastronomia i esport, amb l'objectiu de connectar els establiments del territori amb noves experiències turístiques i de lleure.

Per a la tardor de 2026 i hivern, primavera i estiu de 2027, treballaran en campanyes de promoció, accions de temporada, formació i comunicació conjunta. També volen començar a estructurar un calendari de campanyes gastronòmiques i experiències vinculades al producte local, amb l'objectiu de dinamitzar el sector durant tot l'any.



Passeig Sant Salvador, 25-27
17430 Santa Coloma de Farners
Tel. 972 841 702
comerselva@fcs.cat
www.hostaleriasselva.cat

Associació d'Hostaleria del Ripollès

L'Associació d'Hostaleria del Ripollès col·labora amb l'Aula d'Hostaleria per fomentar la captació de talent

L'Associació d'Hostaleria del Ripollès, fundada l'any 1977, representa empreses de restauració, allotjament i serveis turístics de la comarca. Treballa per defensar els interessos del sector, fomentar la col·laboració entre empreses i contribuir a la promoció turística i gastronòmica del Ripollès. També forma part activa de la Federació d'Hostaleria i Turisme de les Comarques de Girona, fet que els permet traslladar les inquietuds del territori als principals espais de representació sectorial.

Entre els serveis que ofereixen destaquen l'assessorament tècnic, econòmic i normatiu, el suport en la recerca d'ajuts i subvencions, la informació sobre novetats legislatives, l'organització de formació especialitzada i l'acompanyament en processos de digitalització i millora de la gestió empresarial. També promouen espais de trobada i cooperació entre empreses per reforçar la competitivitat del sector.

Durant la tardor de 2026 i al llarg de 2027 continuaran impulsant accions formatives adaptades a les necessitats



de les empreses, especialment en àmbits com la captació de talent, la sostenibilitat, la digitalització i l'aplicació de la intel·ligència artificial als negocis turístics. Igualment, reforçaran la col·laboració amb l'Aula d'Hostaleria del Ripollès, centres educatius i administracions per contribuir a donar resposta a la manca de professionals qualificats del sector.

Paral·lelament, continuaran treballant per posar en valor la gastronomia, el producte local i l'oferta turística del Ripollès mitjançant jornades i activitats de promoció que contribueixin a posicionar la comarca com una destinació de qualitat durant tot l'any.



**Polígon Els Pintors. C/ Joan Miró, 2-4
17500 Ripoll - Tel. 972 704 499
aula@ripollesdesenvolupament.com
www.ripollesdesenvolupament.com**

Associació d'Hostalatge de la Garrotxa

L'Hostalatge de la Garrotxa fomenta una hostaleria arrelada al territori

L'Associació d'Hostalatge de la Garrotxa és l'entitat que representa i dona suport al sector de l'hostaleria de la comarca, agrupant restaurants, bars, allotjaments i altres empreses vinculades. Treballen per reforçar la competitivitat de les empreses associades, defensar-ne els interessos i impulsar una hostaleria compromesa amb el territori, el producte local i la qualitat.

Ofereixen assessorament, informació sectorial, formació, representació institucional, convenis amb empreses proveïdores, suport en comunicació i promoció, així com l'organització de campanyes gastronòmiques i accions de dinamització que contribueixen a generar activitat econòmica i donar visibilitat als establiments. També col·laboren estretament amb Turisme Garrotxa en projectes vinculats a la sostenibilitat, la innovació i la promoció turística de la comarca.

Durant la tardor de 2026 celebraran el 40è aniversari de la Mostra Gastronòmica de la Garrotxa i una nova edició de Connectat a l'Hostaleria, la trobada anual del sector,



en què es lliuraran els Volcanets d'Or i d'Argent, uns reconeixements a persones i empreses que contribueixen a valoritzar i impulsar l'hostaleria de la Garrotxa. Alhora, s'iniciarà una nova etapa del col·lectiu Cuina Volcànica.

De cara al 2027, el Dijous Llarder donarà el tret de sortida al Porcus Refinatus, continuaran amb la consolidada Ruta de les Tapes, participaran a la Festa de Corpus oferint gastronomia local i seguiran reforçant els serveis i l'acompanyament a les empreses associades.



**Av. Onze de setembre, 16
17800 Olot - Tel. 607 401 947
info@garrotxahostalatge.cat
www.garrotxahostalatge.cat**

Associació d'Allotjament Turístic de la Cerdanya

La sostenibilitat és un dels eixos estratègics de l'associació

L'Associació d'Hotels i Allotjaments Turístics de la Cerdanya, constituïda el 1993, agrupa hotels i càmpings de la comarca amb l'objectiu de defensar els interessos del sector, promocionar la destinació i reforçar la competitivitat dels establiments associats.

Formada principalment per empreses familiars i professionals del sector, l'entitat treballa per oferir experiències de qualitat. També actua com a espai de col·laboració entre empresaris, afavorint l'intercanvi d'experiències i la cooperació entre els diferents agents turístics.

Entre els seus objectius destaquen la promoció dels establiments associats de la Cerdanya, la defensa dels interessos del sector davant les administracions, la professionalització de les empreses i el posicionament de la comarca com una destinació turística de referència durant tot l'any.

L'associació ofereix serveis de promoció i màrqueting, assessorament empresarial, formació especialitzada, in-



formació sectorial i accés a acords amb proveïdors. També fomenta la creació de sinèrgies i projectes conjunts entre els seus membres.

La sostenibilitat és un dels seus eixos estratègics, en què impulsa iniciatives relacionades amb l'estalvi energètic, el reciclatge, la reducció del consum d'aigua i la col·laboració

amb productors locals. Amb aquesta tasca, l'entitat contribueix a consolidar una oferta turística de qualitat, sostenible i arrelada al territori, reforçant la imatge de la Cerdanya com una de les principals destinacions de muntanya dels Pirineus.



Ctra. Nacional, 152
17520 Puigcerdà - Tel. 972 146 206
hotelsicampingscerdanya@gmail.com
www.hotelscerdanya.com

Associació de Bars i Restaurants de la Cerdanya

Trenta-dos anys impulsant la gastronomia i el teixit empresarial del territori

El passat 25 de gener, l'Associació de Bars i Restaurants de la Cerdanya va celebrar el seu 32è aniversari. Constituïda l'any 1993, l'entitat ha esdevingut un referent per al sector, agrupant establiments familiars que comparteixen el compromís amb la qualitat, l'hospitalitat i la promoció de la gastronomia cerdana.

L'associació està integrada per empreses amb identitat pròpia i un estil singular, que contribueixen a enriquir l'oferta gastronòmica de la comarca.

Una bona part dels establiments associats mantenen viva la cuina tradicional, elaborant receptes autòctones amb productes de proximitat i de gran qualitat, molts dels quals són cultivats o produïts a la mateixa comarca. Aquesta aposta pel producte local i la cuina de territori reforça la identitat gastronòmica de la Cerdanya i contribueix al desenvolupament del seu sector agroalimentari.

Gràcies a un conveni de col·laboració corporatiu, les empreses disposen d'assessorament especialitzat en matèria



laboral, fiscal i jurídica, cosa que facilita la gestió diària dels seus negocis.

Els establiments associats poden publicar les seves ofertes de treball a través de l'entitat, tant al web com als seus canals de xarxes socials. Aquest servei facilita el contacte entre les empreses i les persones que busquen feina i permet seleccionar els perfils professionals més adequats a les necessitats de cada establiment.



Confluència Nacional 152-160
17520 Puigcerdà
Tel. 637 497 328
isarestbarcerdanya@gmail.com

Associació d'Hostaleria, Turisme i Restauració de Girona

Descobreix els avantatges de formar part de l'Associació d'Hostaleria de Girona

Formar part de l'Associació d'Hostaleria de Girona significa disposar d'un suport per fer créixer els negocis de restauració i afrontar els reptes del sector amb més eines, visibilitat i oportunitats. L'entitat treballa activament per representar els interessos dels associats davant l'administració pública, establint vies de diàleg i cooperació per millorar la competitivitat del sector.

Entre els serveis més destacats hi ha la borsa de treball, que facilita la recerca de professionals gràcies als convenis amb empreses i a la participació en iniciatives com les fires de treball.

També ofereix informació setmanal sobre subvencions, ajuts, normatives, formació específica i esdeveniments d'interès per als associats.

La promoció és un altre dels pilars de l'associació. Les campanyes gastronòmiques i promocionals, tant pròpies com compartides amb altres entitats, arriben a milers de persones a través de butlletins, xarxes socials i la web corporativa.



Els associats poden beneficiar-se de condicions especials i avantatges exclusius gràcies als acords amb empreses col·laboradores.

També poden gaudir d'un punt de trobada, a la Nit de l'Hostaleria, un esdeveniment anual que agrupa tot el sector.



Plaça Salvador Espriu, 5
17002 Girona • Tel. 659 468 847
info@gironahostaleria.com
www.gironahostaleria.com

Més de 25 anys al teu servei

Entra a la web
www.tallfresc.cat
i descobreix el catàleg

tall FRESCH

NUTREX BO

Nova incorporació al Grup Nutrex!
Tall Fresch assumeix la distribució de Nutrex Bo

f i

tallfresc_



GRUP SIMON Global
Assessors Consultors Estratègics 1956



70 anys al costat de l'empresa i del territori

ASSESSORIA • CONSULTORIA • ESTRATÈGIA



EQUIP PROFESSIONAL

Mes de 50 professionals
al vostre servei



VISIÓ ESTRATÈGICA

Anticipem i acompanyem
el creixement del
vostre negoci



CONFIANÇA I PROXIMITAT

Relacions sòlides
basades en la confiança
i el compromís



SOLUCIONS INTEGRALS

Assessoria fiscal, laboral,
comptable, jurídica
i consultoria

CREIEM EN LES PERSONES, IMPULSEM EMPRESES, CONSTRUÏM FUTUR

GIRONA | BARCELONA | FIGUERES | CASSÀ DE LA SELVA | L'ESCALA

☎ 972 202 202 | 🌐 www.grupsimonglobal.com

ENTREVISTA

Director del Consorci
per a la Formació
Contínua de
Catalunya,
Lluís Font

Lluís Font, director del Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya, exposa què és aquesta entitat i com ajuda el sector turístic i de l'hostaleria a captar, conrear i mantenir el talent.

ESCRIT PER MARINA FIGUERAS



«Les empreses que aposten per la qualificació dels seus equips estan millor preparades per diferenciar-se, generar valor afegit i retenir talent»

Lluís Font va néixer a Barcelona el 1958. És doctor en Filosofia i Lletres per la Universitat Autònoma de Barcelona i ha centrat la seva trajectòria professional en la docència i la formació de les persones. Entre 1994 i 2023 va exercir com a professor titular de la Universitat Ramon Llull. En l'àmbit polític, ha ocupat el càrrec de secretari de Polítiques Educatives al Departament d'Educació de la Generalitat (2011 i 2012) i ha estat diputat al Parlament de Catalunya (2018-2021). Des de gener de 2025 és director del Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya.

Què és el Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya?

El Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya és una entitat de dret públic. Creat el 2004, aplega els agents econòmics i socials més representatius del país: CCOO, UGT, Foment del Treball i PIMEC, més l'administració, a través del Departament d'Empresa i Treball, al qual està adscrit. Com el seu nom indica, té per missió fer possible la formació contínua de les persones treballadores (principalment, ocupades), al llarg de la vida i arreu del territori. Aquesta tasca la realitza amb la col·laboració de més d'un centenar d'entitats, empreses, sindicats, centres d'FP, universitats, associacions empresarials, gremis, cambres de comerç i col·legis professionals, les quals constitueixen un ecosistema formatiu especialitzat i in-

novador, expressió de la riquesa i la bona articulació de la societat civil catalana, i són els que implementen els programes d'orientació i de formació, sota supervisió del mateix Consorci.

Per als empresaris que no coneixen el Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya, expliqui què els pot aportar.

Captar, conrear i mantenir el talent esdevé el gran repte de les empreses que volen ser competitives en un mercat global i en constant evolució. I més quan la intel·ligència artificial i les aplicacions tecnològiques més sofisticades ofereixen l'oportunitat de millorar la productivitat i incrementar la qualitat del treball. La formació sempre ha estat un factor clau, tant l'especialitzada com aquella que fa referència a les competències transversals. Penso en la capacitat de treballar en equip, de comunicar-se, de cultivar l'empatia, d'analitzar les situacions i convertir els problemes, petits i grans, en oportunitats, en definitiva, d'arreglar el treball de tots en una mateixa direcció. Aquesta centralitat de la formació s'accentua en el context actual, en què el model de negoci sovint s'ha d'adaptar als nous temps.

El Consorci ofereix un programa d'orientació per a persones treballadores ocupades, amb un enfocament sectorial, que té per objectiu ajudar-les a créixer professi-

onalment i a prendre decisions fonamentades sobre la formació que els cal, per al seu progrés i per a la millora de l'empresa. Així mateix, el Consorci té una oferta formativa molt àmplia, especialitzada i actualitzada permanentment, que abasta tots els sectors professionals i moltes de les competències transversals anteriorment descrites. I tot plegat sense cost per a l'usuari, atès que els recursos originàriament procedeixen de les cotitzacions de les persones treballadores i de les aportacions empresarials per a la formació.

Quin paper té la formació contínua en la millora de la competitivitat del sector turístic i de l'hostaleria a Catalunya?

La competitivitat d'una destinació turística depèn en gran part de les persones que hi treballen. La qualitat del servei, la capacitat d'innovació, el coneixement d'idiomes, l'ús de la tecnologia o la gestió de l'experiència del client són factors directament vinculats a la formació. En un entorn cada vegada més exigent i globalitzat, les empreses que aposten per la qualificació dels seus equips estan millor preparades per diferenciar-se, generar valor afegit i retenir talent. La formació contínua no és només una eina de desenvolupament professional; és també una inversió en competitivitat empresarial i en qualitat de la destinació turística.

Com s'està adaptant l'oferta formativa del Consorci als nous reptes del sector, com ara la digitalització, la sostenibilitat o la intel·ligència artificial?

L'oferta formativa evoluciona constantment per anticipar-se als canvis que afecten les empreses. Anualment se celebren els GAP (Grups d'Actualització Permanent del catàleg formatiu del Consorci), en els quals participeu activament des de la Federació. A través d'aquests grups aconseguim mantenir una oferta formativa actualitzada i que doni respostes als reptes dels sectors productius.

Actualment estem reforçant especialment la formació en competències digitals, comercialització en línia, anàlisi de dades, gestió de xarxes socials, sostenibilitat aplicada als establiments turístics, eficiència energètica i economia circular. També estem incorporant continguts relacionats amb la intel·ligència artificial. No es tracta només de conèixer una nova tecnologia, sinó d'entendre com pot ajudar a millorar processos, personalitzar l'atenció al client, optimitzar la gestió i augmentar la productivitat. L'objectiu és que les empreses i els professionals disposin de les eines necessàries per transformar els reptes en oportunitats.

Les comarques de Girona tenen una forta dependència de l'activitat turística. Quines accions específiques impulsa el Consorci per donar resposta a les necessitats formatives d'aquest territori?

Les comarques gironines són un territori estratègic per al turisme català, amb una gran diversitat d'activitats vinculades a l'hostaleria, la restauració i els serveis. Per això treballem per garantir una oferta formativa que arribi al territori, facilitant l'accés a la formació i apostant per diversitat de modalitats d'impartició, com la formació presencial a través d'aula virtual o la teleformació. A més, gràcies a la Federació, mantenim un contacte permanent per identificar noves necessitats i ajustar l'oferta formativa de manera àgil.

La manca de personal qualificat és una preocupació recurrent entre empresaris i professionals. Pot la formació contínua contribuir a reduir aquest dèficit de talent?

Sens dubte. La formació és una de les eines més eficaces per reduir les mancances de qualificació i generar noves oportunitats professionals. Quan una persona adquireix noves competències augmenta la seva confiança, la seva productivitat i les seves possibilitats de desenvolupament laboral. I quan una empresa aposta per formar els seus equips, millora la seva capacitat per retenir talent i reduir la rotació. La resposta al dèficit de talent no depèn exclusivament de la formació, però la formació és una part imprescindible de la solució.

A més, com ja he dit abans, des del Consorci també impulsem el programa «Projecta't», que permet oferir una orientació personalitzada i ajudar les empreses a definir el pla de formació dels seus equips.

“

«Gràcies a la Federació, mantenim un contacte permanent per identificar noves necessitats i ajudar l'oferta formativa de manera àgil»

”

Com es treballa amb les empreses del sector per identificar les necessitats reals de formació i dissenyar programes útils i actualitzats?

La col·laboració amb el teixit empresarial és fonamental, per això treballem de manera coordinada amb associacions sectorials, organitzacions empresarials, sindicats, experts i centres de formació. Aquesta col·laboració ens permet identificar quines competències estan emergint, quins perfils són més difícils de cobrir i quins coneixements necessitaran les empreses en els pròxims anys. Volem que la formació tingui una aplicació pràctica immediata i que respongui a necessitats reals, no teòriques. Per això l'escolta activa del sector és una prioritat permanent.

Quins resultats estan obtenint els programes de formació adreçats a persones treballadores del sector turístic i de l'hostaleria?

Els resultats són molt positius. Observem una elevada participació en les accions formatives vinculades al sector i una valoració molt favorable per part de les persones participants i de les empreses. La formació contribueix a millorar les competències professionals, facilita l'adaptació als canvis tecnològics i incrementa les oportunitats de promoció laboral.

A tall d'exemple, més de 4.600 persones treballadores de les comarques de Girona s'han format en accions espe-

cífiques de la família professional d'hostaleria i turisme en els últims deu anys. I aquí no estan incloses les accions formatives transversals, com idiomes, habilitats personals o competències digitals.

Quines oportunitats ofereix la formació contínua per afavorir la promoció professional i la fidelització dels treballadors del sector?

La formació és una de les principals eines de creixement professional. Permet actualitzar coneixements, assumir noves responsabilitats i accedir a llocs de treball de major qualificació. Al mateix temps, quan una empresa ofereix oportunitats de desenvolupament professional està enviant un missatge clar als seus treballadors: que aposta per ells i pel seu futur. Això contribueix a incrementar el compromís, la motivació i la fidelització dels equips, un aspecte especialment rellevant en un sector que afronta importants reptes en matèria de captació i retenció de talent.

Mirant cap al futur, quins canvis creu que marcaran l'evolució de les necessitats formatives del sector turístic i de l'hostaleria durant els pròxims cinc anys?

Veurem tres grans transformacions. La primera serà la digitalització avançada, amb una presència creixent de la intel·ligència artificial i de les eines d'automatització en la gestió dels negocis. La segona serà la sostenibilitat, ja que les empreses hauran d'incorporar criteris ambientals i de responsabilitat social de manera cada vegada més trans-



versal. I la tercera serà la importància de les competències humanes: en un entorn cada cop més tecnològic, habilitats com el lideratge, la comunicació, la gestió d'equips, l'atenció al client i la capacitat d'adaptació continuaran sent determinants.

Per això estem avançant cap a un model de formació contínua cada vegada més flexible, personalitzat i orientat a l'aprenentatge al llarg de tota la vida professional. El futur del sector dependrà en gran mesura de la capacitat que tinguem per aprendre, adaptar-nos i innovar de forma constant.

altimir
Checkdot

Digitalitza els **registres d'autocontrol higienicosanitaris**
de forma senzilla i centralitzada

L'App d'Altimir Grup t'**ajuda a:**

● **Optimitzar i reduir el temps** dedicat als registres d'autocontrol

● **Complir amb la normativa, fàcil i àgilment**, gràcies a alertes intel·ligents

● Disposar de **tots els requeriments documentals centralitzats i accessibles**

Una solució modular: actives només els mòduls que necessites!

- Seguretat Alimentària
- Legionel·la
- Aigua de consum humà
- Piscines
- Control de Plagues
- Malbaratament alimentari

+170
establiments de **12 sectors**
ja utilitzen CheckDot



Vols concertar una **Demo?**

checkdot@altimir.com
+34 617 945 610



La formació com un estímul per inspirar i fidelitzar el personal

No busquis el talent a fora, cultiva el que ja tens a dins

NEUS VILA I FIGAREDA FORMADORA AMB ÀNIMA

El futur del sector del turisme depèn de molts factors. Un d'ells és la formació com la porta d'entrada del coneixement i del propòsit permanent per seguir aprenent i liderar millor l'art de l'hostalitat. En un mercat en canvi constant, cal renovació, adaptació i aplicar màrqueting emocional, perquè l'experiència del client d'avui no és la mateixa de fa unes dècades. Hem de tenir la capacitat de maridar talent, innovació, necessitats del client i evolució de la societat. Hauríem de ser fans de l'aprenentatge, aprendre i seguir aprenent per poder donar sempre la nostra millor versió. Més enllà dels números, l'èxit d'una empresa depèn de la capacitat d'adaptació de la seva gent. Invertir en el desenvolupament de l'equip és la decisió més estratègica per guanyar eficiència i seducció amb la pròpia marca. I hem de seduir perquè s'enamorin de nosaltres. I hem de seduir qui treballa a casa per fer enamorar els turistes. La formació ja no és un benefici extra, sinó una eina clau de supervivència econòmica i el pilar del salari emocional que genera el millor talent. És el pont indispensable que connecta el potencial de l'equip amb la productivitat desitjada.

Adaptabilitat, flexibilitat, coherència amb la manera de viure avui. Transformació i no pas canvis. Les empreses que no creixen des de dins es queden enrere per fora, i les que són més competitives comparteixen un secret: no busquen el talent a fora, el cultiven a dins. Analitzar els objectius clau que fomenten l'aprenentatge permanent és la millor estratègia per optimitzar processos, fidelitzar

equips i liderar el mercat. Proposo que observeu quines mancances té el vostre equip i quins coneixements cal actualitzar, i que creeu programes rellevants que us ajudin en el vostre dia a dia. La satisfacció del client i la qualitat del servei sempre augmenten si hi ha més preparació, més empatia i més connexió amb la filosofia, identitat i essència de la vostra empresa. Incrementar la productivitat, optimitzant els processos de treball per reduir errors gràcies a mètodes més eficients. Oferir un pla de carrera atractiu que eviti la fuga que habitualment hi ha al sector.

Estimular el pensament crític i la cocreació de noves experiències i serveis. Provocar més i millor compromís perquè els fem sentir valorats, facilitant una flexibilitat organitzativa quan hagin d'assumir nous rols. Tot per posicionar l'empresa com un lloc desitjable per treballar, amb seguretat i compliment de normatives legals i de prevenció de riscos, però també amb la seguretat psicològica necessària. I per què no, també l'adaptació tecnològica per mantenir l'equip al dia en noves eines, programari i intel·ligència artificial.

La confiança és l'aliment del talent. Les empreses que lideren el futur no són les que tenen més recursos avui, sinó les que demostren més il·lusió i capacitat per aprendre, per crear equips amb cor, consciència i propòsit i adaptar-se al que arribi. La formació no s'ha d'entendre mai com una despesa, sinó com l'actiu més rendible perquè som competitiu segons ho és el nostre equip humà. Fomentar aquest desenvolupament continu de les seves habilitats és la garantia directa d'un creixement sostenible, eficient i preparat per als nous reptes.

La Federació té un programa de formació variat, nutritiu i subvencionat, i és un luxe format-ne part. T'ho perdràs?



DESCOBREIX

EL LLIBRE VERMELL DE



La guia essencial per als professionals del sector



CATÀLEG GENERAL

DESCARREGA-TE'L



Massegur.com

Packaging
alimentari
i delivery

Embalatge
comercial

Parament
i equipament



Neteja

Oficina
i festes

Mobillari
i terrassa

LLAMBILLES Tel. 972 46 92 00
info@massegur.com

GIRONA Tel. 972 20 27 49
urbangirona@massegur.com

PUIGCERDÀ Tel. 972 88 44 61
puigcerda@massegur.com



WhatsApp atenció personalitzada Llambilles: 610 173 626



WhatsApp atenció personalitzada Puigcerdà: 609 004 605

A la restauració, el català et serveix

ESCRIT PER REDACCIÓ

La restauració es caracteritza per una estacionalitat molt marcada i una gran rotació dels equips. Ambdues particularitats determinen l'ús del català en aquest entorn laboral i, en conseqüència, el grau de satisfacció del client, perquè fer servir el català genera confiança i proximitat a la clientela que el parla i, a més, projecta en el negoci una imatge de qualitat i de compromís amb l'entorn.

Perquè els establiments d'aquest àmbit incorporin la llengua catalana amb normalitat, el Centre de Normalització Lingüística de Girona (CNL), del Consorci per a la Normalització Lingüística (CPNL), ha començat la campanya «El català et serveix».

S'han visitat una vuitantena d'establiments del Baix Empordà, concretament de l'Estartit, Calella de Palafrugell, Llafranc, Tamariu, Calonge i Platja d'Aro, amb la complicitat de la Unió d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme de la Costa Brava Centre, i se'ls han ofert recursos perquè puguin funcionar plenament en català tant en les comunicacions escrites com en l'atenció oral als clients.

Per millorar l'atenció oral se'ls proposa una formació a l'establiment mateix, de quatre hores, i també el vo-



luntariat per la llengua. Perquè la comunicació escrita sigui acurada, es revisen cartes, rètols i altres materials. El CNL de Girona preveu estendre la campanya a altres comarques i treballar-hi durant tot el 2027.



Comercial Miquel-Valentí, S.L.

pernils i embotits

c/ Indústria, 7 · 17240 Llagostera (Girona)
Tel. 972 80 50 17 · Fax 972 83 18 02
www.pernilsmv.com · info@pernilsmv.com

La gestió eficient de l'aigua: un repte estratègic per al turisme i l'hostaleria

ESCRIT PER MARINA FIGUERAS

La sostenibilitat ja no és una opció per al sector turístic i de l'hostaleria, sinó una necessitat estratègica. En un context marcat per la sequera, l'increment dels costos energètics i unes exigències mediambientals cada vegada més estrictes, la gestió eficient de l'aigua s'ha convertit en un factor clau per garantir la competitivitat dels establiments turístics.

En aquest escenari, empreses especialitzades com PROTECNIA aporten solucions innovadores per al tractament i la reutilització de les aigües residuals, ajudant els establiments d'allotjament turístic i de restauració a reduir el seu impacte ambiental i optimitzar recursos.

Amb més de 45 anys d'experiència, aquesta empresa gironina s'ha consolidat com un referent en el sector del tractament de l'aigua, oferint tecnologies adaptades tant a petites instal·lacions com a grans equipaments turístics.

Un dels grans reptes actuals és entendre que les aigües residuals no són un residu, sinó un recurs renovable que contribueix significativament a la conservació del medi ambient i la salut pública. Les noves tecnologies de depuració permeten regenerar l'aigua per donar-li nous usos, especialment en activitats no potables com el reg de jardins, la neteja d'espais exteriors o determinats processos industrials. Aquesta reutilització contribueix directament a reduir el consum d'aigua potable i a avançar cap a un model d'economia circular.

Precisament, la normativa espanyola cada vegada impulsa més l'ús de l'aigua regenerada, sobretot en territoris amb estrès hídric com Catalunya. Per al sector turístic, això representa una oportunitat per incorporar pràctiques més sostenibles i reforçar el seu compromís ambiental davant uns clients cada vegada més conscienciats.

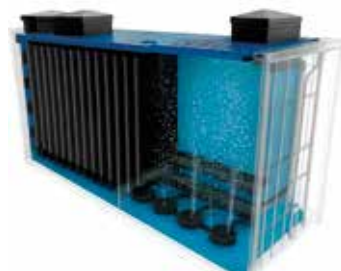
PROTECNIA treballa amb proveïdors líders al mercat per oferir solucions de depuració avançades i eficients. Aquestes solucions poden aplicar-se tant en petits establiments rurals com en hotels, càmpings o complexos turístics amb una elevada demanda d'aigua.

Entre les tecnologies que comercialitza, destaca la gamma de depuradores compactes i modulars ClearFox®, que inclouen contenidors modulars i kits de muntatge premuntats que es poden integrar en sistemes de tractament d'aigües residuals ja existents, tant industrials com domèstics.

Algunes d'aquestes solucions funcionen fins i tot sense electricitat, gràcies a sistemes de filtració biològica i ventilació natural, fet que les converteix en alternatives especialment sostenibles per a entorns rurals o establiments allunyats de grans infraestructures.

L'empresa també posa l'accent en la importància d'escollir correctament el sistema de tractament d'aigües residuals. Encara avui hi ha una certa confusió entre una fossa sèptica convencional i una depuradora biològica. Mentre que les fosses simplement acumulen i decanten residus, les depuradores permeten un tractament molt més complet de l'aigua, redueixen significativament la contaminació i faciliten la posterior reutilització.

Per al sector turístic i de l'hostaleria, aquesta diferència és especialment rellevant. Una mala gestió de les aigües



Depuradora Can Solà: tecnologia ClearFox® SBR per a un tractament d'aigües més eficient i sostenible

residuals pot comportar problemes ambientals, males olors, costos de manteniment elevats o fins i tot sancions derivades de la normativa vigent. Apostar per sistemes moderns de depuració no només millora l'eficiència de les instal·lacions, sinó que reforça la imatge sostenible de l'establiment.

La sostenibilitat hídrica serà un dels grans desafiaments dels pròxims anys i el sector turístic haurà de jugar-hi un paper protagonista. En aquest camí, comptar amb empreses especialitzades en la compravenda de maquinària i accessoris per a la filtració i tractament de l'aigua com PROTECNIA pot marcar la diferència entre adaptar-se als nous temps o quedar-se enrere.

Perquè gestionar millor l'aigua ja no és només una qüestió ambiental: és també una aposta de futur per a la competitivitat turística.



Les empreses associades a les entitats de la Federació podran gaudir d'un 5% de descompte en els productes, si en demanar l'oferta s'indica el codi següent: PROTECNIAXGIHOSTALERIA

Bioscore Sustainability: un ecosistema integral per a la sostenibilitat turística

ESCRIT PER BIOSCORE

Bioscore Sustainability ajuda els allotjaments, restaurants, empreses i destins turístics a gestionar, mesurar i demostrar la seva sostenibilitat mitjançant un ecosistema que integra tecnologia, certificació i consultoria estratègica. A través de metodologies tècniques, auditories externes independents i analítica avançada de dades, converteix la sostenibilitat en un avantatge competitiu, alineada amb criteris ASG (d'àmbit ambiental, social i de governança).

La Bioscore Data Platform centralitza la gestió de la sostenibilitat en una única plataforma SaaS. Permet registrar i monitoritzar indicadors ASG, automatitzar càlculs ambientals, gestionar documentació, definir objectius, comparar l'acompliment entre establiments i generar informes per facilitar la presa de decisions. A més, integra solucions especialitzades com Don't Waste Food by Bioscore, per a la prevenció i la reducció del malbaratament alimentari; Bioscore Waste Management Platform, per a la digitalització i traçabilitat de la gestió de residus; i ESG Supplier Rating by Bioscore, que avalua el rendiment sostenible dels proveïdors i reforça la gestió responsable de la cadena de subministrament. A més, es complementa amb mòduls per al càlcul de l'empremta de carboni i hídrica, diagnòstics de circularitat, certificació, autoavaluació i automatització mitjançant IA, oferint una gestió integral, traçable i verificable de la sostenibilitat.

La Certificació Bioscore per a Allotjaments Turístics, avalada per auditories independents, és una eina reconeguda internacionalment per demostrar el compromís amb la sostenibilitat. Bioscore forma part de la Travalyst Certification Initiative, ha estat reconeguda com a credencial oficial de Swisstainable, està inclosa en la llista d'ABTA/ANVR de Sustainability Certification Schemes for Accommodation, permet als destins obtenir puntuació en el GDS-Index i els allotjaments certificats poden formar part de la Green Collection de GHA DISCOVERY.



La certificació Bioscore també està integrada a Booking.com, Google Travel, Destinia, Expedia, On the Beach, etc., cosa que augmenta la visibilitat dels establiments certificats. A més, Bioscore disposa de certificacions específiques per a destins turístics, restaurants, empreses turístiques i Blue Leaf (especialitzada en la gestió sostenible de l'aigua).

Bioscore ofereix serveis de consultoria estratègica per dissenyar i implantar estratègies ASG, calcular empremtes ambientals, elaborar memòries de sostenibilitat (VSME, EINF, etc.), desenvolupar plans de circularitat, implantar sistemes de gestió per destins, formar equips i externalitzar departaments de sostenibilitat.

Amb presència a més de 40 països i amb més de 1.400 establiments certificats, Bioscore acompanya el sector turístic en la seva transició cap a un model més eficient, transparent i sostenible.



Contacte per coordinació:

Erica Delai

Sales Manager & Business Development en Bioscore Sustainability

erica@bioscore.info

(+34) 683 636 685

Certificat d'estalvi energètic (CAE)

Et comprem el teu estalvi

Ajuts per invertir en eficiència energètica



Dynamitzem l'eficiència
www.certificat-estalvienergetic.cat



972 180 603

ENTREVISTA

Responsable de Hostaleria #PelClima a ECODES, **Ana Mastral**

ESCRIT PER MARINA FIGUERAS



Què és el projecte Hostaleria #PelClima?

Hostaleria #PelClima és una iniciativa impulsada per ECODES i Coca-Cola, amb el suport institucional d'Hosteleria de España, que ajuda els bars, restaurants, cafeteries i locals d'oci a reduir el seu impacte climàtic. Ofereix eines pràctiques per mesurar, actuar i millorar: un diagnòstic ambiental, una eina de càlcul de la petjada de carboni per a l'hostaleria, plans d'acció personalitzats i més de 50 mesures de reducció d'emissions per a establiments hostalers.

Com va sorgir la idea d'aquesta iniciativa?

La iniciativa neix el 2017 en el marc de la Comunidad #PorElClima, un projecte derivat de l'Acord de París i impulsat per ECODES per mobilitzar persones, empreses, entitats i institucions davant del canvi climàtic. Ben aviat es va identificar la necessitat de treballar de forma sectorial amb l'hostaleria, un sector molt arrelat i amb una gran capacitat d'influència, per facilitar mesures concretes, senzilles i adaptades a la seva realitat diària.

Quin és el paper d'ECODES dins d'aquest projecte?

ECODES aporta la direcció estratègica, tècnica i climàtica del projecte. Des de la secretaria executiva i tècnica de la Comunidad #PorElClima, aporta coneixement científic, metodologia i eines de mesura i d'enfocament de la descarbonització, treballant conjuntament amb Coca-Cola en la planificació i el desenvolupament anual de la iniciativa.

Què suposa que una multinacional tan rellevant com Coca-Cola formi part d'aquesta iniciativa?

Suposa reforçar l'abast, l'arrelament i la capacitat d'implementació del projecte. Hostaleria #PelClima és fruit de

l'aliança entre ECODES i Coca-Cola, amb el suport d'Hosteleria de España: ECODES aporta la seva visió tècnica i climàtica, mentre que Coca-Cola aporta coneixement del sector, presència territorial i capacitat de mobilització. Aquesta col·laboració permet portar l'acció climàtica a milers d'establiments de forma pràctica i escalable.

Actualment, quants establiments de restauració s'han adherit al projecte a Espanya, Catalunya i Girona?

En l'àmbit nacional, el projecte reuneix prop de 20.000 establiments adheritats, una xifra que continua creixent. Catalunya se situa entre els territoris amb major participació, amb més de 5.000 establiments vinculats al projecte, i Girona compta amb prop de 1.000. Aquestes dades mostren un interès creixent del sector per reduir emissions, millorar l'eficiència i trobar solucions que també ajuden a reduir costos.

Què representa aquesta iniciativa per al sector de l'hostaleria?

Representa una eina de transformació per a un sector que ja realitza moltes accions ambientals, però que necessita ordenar-les, mesurar-les i convertir-les en una estratègia climàtica. El projecte ajuda a identificar prioritats, visualitzar bones pràctiques i demostrar que la sostenibilitat pot millorar l'eficiència, reduir costos i reforçar la competitivitat de bars i restaurants.

Com pot un establiment de restauració associat adherir-se a Hostaleria #PelClima?

L'adhesió es duu a terme de forma gratuïta a través de la web d'Hostaleria #PelClima. Una vegada registrat, l'establiment pot accedir a eines com per exemple el diagnòstic ambiental o el càlcul de la petjada de carboni i recomanacions per saber en quin punt es troba i quines mesures pot aplicar per seguir millorant.

El 2023 es va posar en marxa el programa de bons climàtics. Com pot un establiment de restauració accedir a aquesta ajuda?

El programa de bons climàtics és una acció totalment innovadora i que demostra que Hostaleria #PelClima ajuda realment a la descarbonització dels establiments. Els bons climàtics són ajudes directes perquè els establiments puguin implantar millores tecnològiques que redueixin les seves emissions. El procés es basa en mesurar la petjada de carboni inicial, identificar la principal font d'emissions, aplicar una millora —per exemple, en eficiència energètica, climatització o equipament— i realitzar una segona mesura per comprovar la reducció aconseguida. Entre el 2023 i el 2025 s'han concedit 275 bons climàtics.

El 2024 es va llançar l'Observatori d'Acció Climàtica del Sector Hostaler. Podria explicar en què consisteix aquesta eina?

L'Observatori és l'espai d'anàlisi climàtica del sector hostaler. Recopila i estudia dades reals de la petjada de carboni, mesures de reducció i millores implantades en bars, restaurants i cafeteries, obtingudes del treball d'Hostaleria #PelClima amb el sector. El seu objectiu és generar coneixement útil per a la presa de decisions, visualitzar avanços i orientar el sector cap a una descarbonització basada en dades.


**TRANSGOURMET
GROS MERCAT**

El cash dels professionals de l'HOSTALERIA i el COMERÇ
UN AMPLI ASSORTIMENT, AMB LA QUALITAT QUE NECESSITES

**EL MERCAT
DE FRESCOS**

EL CELLER

Incloues les nostres
marques exclusives



**Som el proveïdor de
confiança de l'hostaleria
amb un servei exclusiu**

Fes-te client aquí:



**GROS MERCAT
LLORET DE MAR**

Avda. de Las Alegrías, 81-83.
17310 - LLORET DE MAR
Tel: 972 36 55 45

GROS MERCAT GIRONA

Pol. ind. Mas Xirgu II,
c/ Torre Vedruna, s/n.
17005 - GIRONA
Tel: 972 24 19 12

GROS MERCAT FIGUERES

Avda. de Roses, s/n.
17600 - FIGUERES
Tel: 972 50 42 62

GROS MERCAT BLANES

Avda. de Europa, 56-61.
17300 - BLANES
Tel: 972 34 80 61

GROS MERCAT PALAMÓS

Pol. ind. Plaza de Sant Joan, s/n.
17230 - PALAMÓS
Tel: 972 31 72 74

GROS MERCAT OLOT

Pol. ind. Les Mates,
c/ Mestre Falla, s/n.
17800 - OLOT
Tel: 972 26 42 50

ENTREVISTA

Gerent i cap de projectes de Complet Hotel, **Albert Reinoso**

Albert Reinoso, gerent i cap de projectes de Complet Hotel, analitza l'evolució del sector, les noves tendències en equipament i el paper creixent de la cuina com a element central de l'experiència gastronòmica

ESCRIT PER MARINA FIGUERAS



«La cuina ha passat de ser un espai ocult a formar part de l'espectacle»

Amb més de 30 anys d'experiència en el sector, Complet Hotel s'ha consolidat com una empresa de referència en el disseny i equipament de cuines professionals. Liderada per Antoni i Albert Reinoso, aquesta empresa familiar ha evolucionat des d'un àmbit local fins a treballar en projectes d'alt nivell a la Costa Brava, les illes Balears i les Canàries.

Parlem amb Albert Reinoso per conèixer com ha canviat el sector i cap a on es dirigeix.

Porteu més de 30 anys treballant en projectes d'hostaleria. Com ha canviat Complet al llarg dels anys?

Hem fet un canvi molt important. Vam començar com una empresa local, treballant principalment en municipis com Malgrat, Calella o Girona, en projectes petits. Amb el temps vam començar a treballar amb clients de més nivell i en restauració mitjana-alta.

Avui dia treballem en projectes a la Costa Brava, les illes Balears i també a les Canàries, on hem desenvolupat projectes hotelers d'alt nivell, sovint amb clients internacionals i fons d'inversió. Ens hem especialitzat en projectes més exclusius i amb un alt nivell de detall.

“

“Una bona cuina és una inversió a llarg termini”

”

Quina creieu que és la clau de l'èxit de la vostra empresa? En què diríeu que sou especialment forts respecte a la competència?

Un dels nostres punts forts ha estat avançar-nos a les tendències. Per exemple, fa anys vam apostar per integrar la cuina dins l'espai de sala, trencant la idea tradicional de cuina tancada. Avui, la cuina forma part de l'experiència del client. El xef té més protagonisme i l'espai culinari es converteix en un element visual i emocional. També treballem molt la coherència estètica: que la cuina, la sala i el disseny vagin alineats.



“Ens agradaria evolucionar cap a un turisme de qualitat, més familiar i sostenible”

Hi ha algun projecte especialment complex o emblemàtic que us hagi marcat?

N'hi ha diversos, però un punt d'inflexió va ser el projecte de l'Hotel Condés de Barcelona, entre el 2009 i el 2010, que ens va permetre entrar en el món de la restauració vinculada a estrelles Michelin.

També destacaria el projecte del restaurant Arco by Paco Pérez a Polònia, un repte tècnic molt complex en una planta 43, on tota la instal·lació s'havia de fer amb ascensor. Va ser un projecte espectacular, amb una cuina fins i tot més gran que la sala.

Hi ha canvis significatius en les necessitats dels clients?

Sí, cada vegada són més exigents i més atrevits. Busquen que la cuina formi part del «xou», que sigui visible i aportï valor a l'experiència gastronòmica.

Quines innovacions estan marcant el sector?

Sobretot destacaria l'evolució dels forns. S'han convertit en eines molt avançades: són intuïtius, tàctils, permeten guardar i compartir receptes, i fins i tot treballar amb sistemes al núvol. Això facilita molt la feina i permet mantenir la qualitat encara que el xef no hi sigui. Avui dia, pràcticament tots els establiments treballen amb aquest tipus de tecnologia.

Quin consell donaríeu a empresaris d'hostaleria sobre la importància de la cuina i els espais de treball?

El més important és la distribució i l'organització de la cuina. Ha de ser funcional, eficient i pensada per donar un bon servei. Invertir en qualitat és clau. Una bona cuina, ben mantinguda, pot durar dècades. A llarg termini, és més rendible apostar per equips de qualitat que no haver de renovar-los constantment.

Quines tendències han arribat per quedar-se?

Més que en maquinària, fa uns deu anys vam observar la tendència en la importància de la vaixel·la. Per aquest

motiu, vam apostar molt per aquesta línia, incorporant a l'empresa dos comercials especialistes, que ens van obrir mercat en aquest producte. Fins i tot, estem llançant una marca pròpia de vaixel·la, sota el nom de Complet.

Avui triomfen els materials naturals, colors terra i dissenys personalitzats. També està creixent l'ús de la melamina per la seva resistència i versatilitat, especialment en bufets.

Què us sorprèn encara del sector?

Sorprèn veure com inversors sense experiència aposten per equipaments d'alt nivell, mentre que professionals del sector a vegades opten per opcions més limitades. També és un sector molt estacional, especialment a la Costa Brava, on gran part de l'activitat es concentra abans de Setmana Santa.

Cap a on creieu que evolucionarà l'hostaleria en els propers anys?

Ens agradaria evolucionar cap a un turisme de qualitat, més familiar i sostenible. El territori té molt potencial: clima, paisatge, gastronomia... També és clau atraure inversió per modernitzar instal·lacions i continuar millorant l'oferta.

A on voleu portar l'empresa en els pròxims anys?

Volem continuar amb la línia empresarial actual, ens sentim còmodes amb el tipus de clients que hem consolidat. No busquem expandir-nos en moltes més línies, sinó donar un bon servei amb allò en què som especialistes.

Estic molt content de l'equip de treball que hem creat, format per quaranta professionals en l'àmbit de l'hostaleria: comercials, personal administratiu, mecànics...

Vull fer menció de la importància del nostre servei postvenda, perquè quan el client té un problema amb la seva maquinària un diumenge al migdia, li oferim una solució o almenys una resposta immediata. Donar resposta ràpida als clients és fonamental i genera confiança a llarg termini.



Mocay

Maestros del café.

Vint anys transformant els 'amenities' en l'experiència de l'hoste

ESCRIT PER GROUPE GM

Durant les últimes dues dècades, l'hostaleria ha experimentat una transformació profunda. El que abans era un gest merament funcional és avui part integral de l'experiència de l'hoste. Els *amenities* han deixat de ser un cost per convertir-se en un element de diferenciació, identitat i posicionament.

En aquest context, Groupe GM Península Ibèrica celebra 20 anys d'activitat, dues dècades marcades per una evolució constant, sempre sobre els mateixos pilars: qualitat cosmètica, marques rellevants i un servei d'excel·lència.

Amb presència internacional a més de 70 països i més de 45 anys d'experiència, l'empresa s'ha consolidat com una referència global en cosmètica hotelera, col·laborant amb marques de *beauty*, *spa*, alta perfumeria i *lifestyle* reconegudes internacionalment.

Més que acompanyar el mercat, el nostre paper ha estat contribuir activament a liderar aquesta evolució.

Sostenibilitat: de tendència a exigència

Si hi hagut un canvi clar en els últims anys, ha estat en la forma en què la sostenibilitat ha deixat de ser un tema secundari per convertir-se en una exigència real, tant des del punt de vista regulador com del mateix client final.

El programa Care About Earth® és la resposta estructurada de Groupe GM a aquest desafiament. Llançat el 2018, es tradueix en accions concretes que busquen reduir l'impacte ambiental, sense comprometre la qualitat cosmètica ni l'experiència de l'hoste.

Parlem de fórmules amb un alt percentatge d'origen natural, de l'eliminació progressiva de plàstics d'un sol ús i del desenvolupament de solucions més responsables durant tota la cadena de valor, orientades per principis d'*ecodesign*.

Avui, la sostenibilitat ha deixat de ser un argument comercial. És un criteri de decisió.

Ecofill: la nova referència en el sector

En aquest context d'evolució, el sistema Ecofill assumeix un paper central. Més que un simple dosificador, es tracta d'una solució completa que respon a tres desafiament crítics de l'hostaleria actual: sostenibilitat, seguretat i eficiència operativa.

Amb un sistema de recàrregues segellades, traçables i de substitució ràpida, Ecofill permet reduir dràsticament l'ús del plàstic, millorar la higiene i simplificar els processos interns dels equips de *housekeeping*. Al mateix temps, manté una presentació estètica alineada amb hotels d'alt nivell.

No és casualitat que els sistemes de dispensació siguin avui la norma en gran part del sector, també impulsats



GROUPE GM
AMENITIES EXCLUSIVOS

per noves regulacions europees que limitaran de manera significativa els formats individuals en els propers anys. El camí està definit. La qüestió ja no és «si», sinó «quan».

Molt més que cosmètica

Paral·lelament, Groupe GM Península Ibèrica ha reforçat la seva oferta amb solucions globals per a l'hoste, a través del desenvolupament de l'EPPO (equipament, personalitzacions, projectes especials i altres).

L'objectiu és clar: respondre a les necessitats de l'hotel amb un enfocament integrat, on cada detall contribueix a l'experiència final.

Des d'equipament d'habitació fins a solucions personalitzades, passant per marxandatge i accessoris, tot està pensat per reforçar la identitat de l'hotel i crear un vincle emocional amb l'hoste.

Perquè, al final, això és el que defineix una bona estratègia.

Els propers 20 anys

El sector seguirà evolucionant. La pressió reguladora s'intensificarà, el client serà cada vegada més exigent i la diferenciació residirà, encara més, en els detalls.

El desafiament no és només acompanyar aquest canvi, és anticipar-lo.

A Groupe GM Península Ibèrica, els propers anys estaran guiats per la mateixa lògica que ens ha portat fins aquí: innovació amb sentit pràctic, sostenibilitat real i la convicció que els *amenities* formen part de l'experiència global de l'hotel.

I aquesta experiència comença, moltes vegades, en el detall més simple.

La Fleca de l'Empordà, compromís artesanal amb visió de futur

ESCRIT PER LA FLECA DE L'EMPORDÀ

La Fleca de l'Empordà és una empresa familiar de llarga tradició al Baix Empordà per la seva trajectòria, la fidelitat al gremi i el respecte pel territori. Representa la tercera generació de flequers i any rere any ha anat ampliant la seva xarxa i evolucionant fins a convertir-se en una empresa exemplar en el seu sector.

Avui convertida en una realitat adaptada als nous temps, té l'ambició de satisfer les necessitats d'un mercat canviant per erigir-se en el millor soci dels seus clients.

A través de la seva xarxa de botigues, exposa el seu gran potencial en el món del pa oferint una gran varietat de productes, tant dolços com salats, amb un denominador comú: disposar d'una oferta variada i actual amb productes de màxima qualitat, saludables i, evidentment, de sabor exquisit. La seva filosofia i la diversitat en el mercat són una motivació per ells a l'hora de reinventar-se per



arribar a les necessitats del màxim de persones possible, i sempre des d'una mirada sostenible.

Cal destacar que disposen d'una xarxa comercial pròpia que dona servei a gairebé un miler de clients del món de la restauració i l'alimentació. Ofereixen pa i brioixeria a diari, cuits als forns de pedra de la fàbrica que tenen a Palamós, o també la distribuïxen congelada.

Alhora, col·laboren amb petites i grans empreses del sector en les nombroses campanyes i festivitats anuals (coques de Sant Joan, panellets, tortells de Reis, bunyols per Setmana Santa, productes especials per a la Diada de Catalunya, Sant Jordi, etc.).

Una empresa familiar que estima el seu ofici i manté la passió, la il·lusió i el compromís del primer dia.

Originàriament van començar amb petits clients de la zona i amb els anys han anat ampliant territori i guanyant la confiança dels clients de tota l'àrea de la província de Girona i el Maresme. Disposen també d'un magatzem regulador a Badalona per subministrar a tota la zona del Vallès, Barcelona i àrea metropolitana. Són una empresa inquieta i tenaç fins al punt d'ampliar mercat amb clients de la zona de Sudamèrica.

En definitiva, és una empresa familiar que estima el seu ofici i manté la passió, la il·lusió i el compromís del primer dia.



VINS PAGES
De la vinya a la teva taula desde 1954
vinspages.cat / info@vinspages.cat
972549003 / 669572824

El restaurant no pot descuidar el vi

ESCRIT PER ANNA VICENS, SUMMILLER



Hi ha restaurants que inverteixen en una cuina excellent, un espai cuidat i un servei impecable, però continuen tractant el vi com un simple complement. És una contradicció que perjudica l'experiència del client i també la rendibilitat del negoci.

El vi és molt més que una beguda: forma part de l'experiència gastronòmica, identifica el territori i genera valor tant per al client com per al restaurant. Tot i això, continua sent una de les àrees menys gestionades. Cartes sense criteri, referències sense rotació, vins mal conservats, copes inadequades o un equip que no sap recomanar una ampolla fan perdre oportunitats.

La persona responsable del vi no només ha d'elaborar la carta. Ha de seleccionar un assortiment coherent amb la cuina, negociar amb proveïdors, controlar l'estoc, assegurar



la rotació de totes les referències i definir una política de preus equilibrada. També ha de garantir que cada ampolla es conservi i se serveixi en les millors condicions, sempre amb la copa adequada.

Però la seva aportació més valuosa és formar l'equip de sala perquè recomani amb naturalitat i seguretat. Un personal preparat genera confiança, millora el servei i contribueix a augmentar tant la satisfacció del client com la rendibilitat del restaurant. No tots els establiments necessiten un sommelier a temps complet, però sí algú que assumeixi aquesta responsabilitat amb criteri professional.

Avui, el client busca molt més que menjar bé: vol viure una experiència que recordi i pugui explicar. Descobrir un petit celler, una varietat desconeguda o un vi de proximitat pot convertir un bon àpat en un record memorable. I això no depèn de servir els vins més cars, sinó de saber seleccionar-los, explicar-los i recomanar-los. Sovint, una ampolla amb una bona relació qualitat-preu i una història al darrere deixa una empremta molt més profunda que una gran etiqueta.



WINE PALACE
Especialistes en vins i destil·lats

winepalace.es

@winepalace

Cada ampolla té una història

Troba'ns a 33 botigues físiques:

Barcelona: BCN (Av. Sarrià, Còrsega, Gràcia, Muntaner, Poble Nou, Sant Antoni i Sants), Granollers, Mataró, Premià de Mar, Sabadell, Sant Cugat del Vallès, Sant Pere de Ribes, Santa Susana, Terrassa, Vic

Girona: Blanes, Empuriabrava, Figueres, Girona, L'Escala, Llívia, Lloret de Mar (Zona Clotilde, Zona Karts y Vinoteca), Platja d'Aro (Zona Cines y Zona Parkings), Sant Feliu de Guixols, Roses (Av. Pau Casals, Ciutadella i Santa Margarita).

Tarragona: Salou i Salou Vinoteca



Foto: Àngel Reynal

L'anxova de l'Escala: una tradició que mira al futur sense perdre les arrels

ESCRIT PER MARINA FIGUERAS

La Unió de Saladors Històrics de l'Escala està formada per quatre fàbriques d'anxoves del municipi: Anxoves Solés, Anxoves Fill de J. Callol i Ser-rats, El Xillu i Anxoves de l'Escala. Totes quatre ens expliquen els orígens i els reptes d'aquest ofici.

A l'Escala, la història de les anxoves és també la història del poble. Durant generacions, pràcticament cada casa tenia als seus baixos un salí, una petita fàbrica on es preparaven les anxoves, principalment vora la platja. Amb el pas dels anys, moltes d'aquestes fàbriques van desaparèixer, però algunes han resistit el pas del temps i continuen mantenint viu aquest ofici.

Els responsables de les empreses que formen la Unió de Saladors defineixen la seva manera d'entendre la professió amb tres paraules: tradició, qualitat i autenticitat.

Però què fa que una anxova de l'Escala sigui diferent?

La resposta no es troba en un únic ingredient, sinó en la suma de diversos factors. Tot comença amb una matèria primera excellent, continua amb un profund coneixement del procés de maduració —heretat de generació en generació— i culmina amb un element que només ofereix el territori: la tramuntana. La combinació de tot això fa que aquesta anxova sigui l'expressió màxima del sabor del mar.

Aquesta identitat ha convertit les empreses del sector en autèntiques ambaixadores gastronòmiques de l'Escala. Tot i això, remarquen que aquest paper és compartit amb els restauradors que serveixen el producte i amb els mateixos escalencs. «Sempre van amb un pot d'anxoves a la mà quan tenen un compromís», expliquen, orgullosos de veure com, quan algú pregunta d'on són, molts responen: «de la vila de l'anxova».

Malgrat els canvis experimentats al llarg dels anys, l'essència de l'ofici continua intacta. La selecció del millor peix, l'esganyat i el procés de salaó i maduració es fan

Ceres
Comercial Frutos Secos

Avda. Alfons XIII, 210 bj
Esq. J.V.Foix
Badalona
fsceres@fsceres.com
Tel. 625 456 836

alls RIBAS
Banyoles

C/Pintor Solives, 72 - Banyoles - Pla de l'Estany
www.allsribas.com - info@allsribas.com

☎ 972 57 07 73 ☎ 609 760 470

avui exactament igual que abans. Les principals transformacions han vingut marcades per les normatives sanitàries, que han substituït els tradicionals recipients de fusta per materials com l'acer inoxidable, el plàstic o el vidre.

El sector, però, afronta reptes importants. El primer és la incertesa de cada temporada: disposar d'anxova de la mida i la qualitat adequades és imprescindible per garantir la continuïtat de la producció. A això s'hi suma la competència de productes procedents d'altres països, elaborats sovint amb estàndards de qualitat inferiors i amb costos laborals i empresarials molt més baixos. Aquesta diferència acaba traduint-se en preus finals amb els quals és difícil competir.



Foto: Àngel Reynal

Anxoves de l'Escala



Foto: Àngel Reynal

Anxoves Fill de J. Callol i Serrats

Malgrat els canvis experimentats al llarg dels anys, l'essència de l'ofici continua intacta

Mirant cap al futur, la principal preocupació és el relleu generacional. Els propietaris de les quatre empreses admeten que d'aquí a deu anys molts ja estaran jubilats o a punt de retirar-se. Tot i que els agradaria veure els seus fills continuar el negoci, reconeixen que

Masoliver®

*Especialistes
de la distribució
amb més de
40 anys
d'experiència*



www.masoliver.com

f X @ in



Foto: Àngel Reynal

El Xillu

la realitat és complicada. La burocràcia, les exigències administratives i les dificultats per gestionar el dia a dia fan que molts joves s'ho repensin abans d'assumir el relleu. «Gran part de la nostra energia s'esgota en resoldre gestions en comptes de dedicar-la a aquest ofici tan bonic».

Malgrat tot, mantenen viva l'esperança que aquesta tradició no es perdi. Quan se'ls pregunta què voldrien que recordessin les futures generacions del seu ofici, responen que el seu desig és, precisament, que no acabi convertint-se en un record, com ja ha passat amb altres professions tradicionals vinculades al món del mar, com els boters, els mestres d'aixa, els calafats, els esclopeters o les remendadores.

Perquè preservar l'ofici de salaoner no és només conservar una activitat econòmica. És mantenir viva una part essencial de la identitat de l'Escala i garantir que el llegat de generacions continuï arribant, amb el mateix gust de sempre, a les taules del futur.

El seu desig és, precisament, que aquest ofici no acabi convertint-se en un record



Anxoves Solés

Foto: Àngel Reynal



LA FUSTA, LA NOSTRA PASSIÓ

El nostre compromís és crear mobles sòlids, duradors i còmodes que envelleixin amb dignitat i bellesa. Incorporem tècniques innovadores que optimitzen la fabricació i ens permeten explorar llenguatges contemporanis amb la fusta.

Projecte: Hotel Boutique CA-LIU
Arquitectura: Clara Crous Arquitectura
Fotografia: Montse Capdevila

VERGÉS
www.verges.design



Tria com vols estalviar en el negoci

Tres solucions energètiques a mida per a l'hostaleria



Contracta la llum i el gas natural a un preu especial per sumar-les totes dues

Amb les nostres tarifes a un preu fix per a HORECA, podràs estar tranquil encara que s'apugin els preus.



Contracta la llum i El Teu Assistent 24 h Pimes i te'n descomptarem el 50 %

Cobreix les avaries que puguin sorgir amb el nostre servei d'assistència per 4,99 €/mes.



Contracta el gas natural i el Servei Integral de Gas i te'n descomptarem el 20 %

Cobreix les avaries que puguin sorgir amb el nostre servei d'assistència per 10,79 €/mes.

Posa't en contacte amb
nosaltres i t'ajudarem a triar
la millor solució per al teu
negoci.



Oferta de Repsol Comercializadora de Electricidad y Gas, S. L. (en endavant, Repsol) adreçada als clients del segment HORECA. Tarifes a preu fix. Productes habilitats per al subministrament d'electricitat, en les tarifes 2.OTD i 3.OTD, i per al subministrament de gas natural, en les tarifes RL1, RL2 i RL3. El descompte del 50 % sobre el servei El Teu Assistent 24 h Pimes (preu base 9,99 €/mes) s'aplica durant tota la vigència del contracte de subministrament d'electricitat. El descompte del 20 % sobre el Servei Integral de Gas (preu base 10,79 €/mes) s'aplica durant tota la vigència del contracte de subministrament de gas natural. Els descomptes en serveis de valor afegit es manté mentre el client té vigent el contracte de subministrament de la mercaderia associada. Oferta no acumulable a altres promocions vigents. La contractació depèn de les condicions generals i particulars del contracte de subministrament aplicable. Consulteu-ne les condicions a repsol.es/empresas. IVA no inclòs.