

Anna Raventós Clavé

ELS CELÍACS: UN NÍNXOL TURÍSTIC EMERGENT.
ALGUNES CLAUS A LA COSTA DAURADA

TREBALL DE FI DE GRAU

Dirigit per la Dra. María Jesús Muiños Villaverde

Grau de Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-Seca

2018

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	1
2. NOUS SEGMENTS DEL MERCAT TURÍSTIC	3
2.1. Canvis socioeconòmics i Turisme	3
2.2. Menjar i Turisme: més enllà del turisme gastronòmic	4
2.3. Un nínxol desatès: els celíacs	7
3. EL TURISME PER CELÍACS.....	10
3.1. Especificitats del segment	10
3.2. Normativa i acreditacions.....	11
3.3. Oferta turística existent.....	16
3.3.1. Agències de viatges	16
3.3.2. Hotels.....	16
3.3.3. Destinacions sense gluten.....	18
4.1. El turisme gastronòmic a la Costa Daurada	25
4.1.1. Principals destinacions.....	26
4.1.2. Perfil del turista gastronòmic.....	27
4.2. L'oferta específica per a celíacs en tres destinacions gastronòmiques.....	29
4.2.1. Valls.....	30
4.2.2. Falset.....	34
4.2.3. Cambrils	38
5. CONCLUSIONS.....	45
6. FONTS I BIBLIOGRAFIA	48
7. ANNEXOS.....	52
ANNEX 1. Model d'enquesta	52
ANNEX 2. Pautes de seguretat alimentària a la cuina sense gluten	55

1. INTRODUCCIÓ

Una de les activitats més dinàmiques i en creixement de l'actualitat és el turisme, el qual ha presentat una ràpida evolució en les darreres dècades. Una de les característiques principals d'aquest sector és que avarca un seguit de segment molt diversos entre sí degut a l'alt nivell de competitivitat que existeix. Aquest fet li proporciona una gran importància a l'acció de segmentar la demanda per tal de poder proporcionar una oferta dirigida a cobrir les necessitats de cada grup de la forma més satisfactòria possible.

La importància de la segmentació ha arribat fins a tal punt que s'ha convertit en un element imprescindible per les empreses i destinacions a l'hora de diferenciar-se dels seus competidors, ja que proporciona valor afegit al producte.

Així doncs, descobrir i invertir en nous segments i nínxols de mercat es presenta com una necessitat en el funcionament del mercat turístic actual, amb l'objectiu de captar nous visitants i consumidors, incentivar la seva fidelització i continuar en una posició competitiva.

Un dels segments que ha mostrat un fort creixement en els darrers anys ha estat el del turisme gastronòmic. Aquest es basa en una necessitat fisiològica bàsica, com és el fet de menjar, i la converteix en un producte turístic a partir de proporcionar-li un valor afegit a l'experiència. Però no tothom pot gaudir de la gastronomia amb la mateixa tranquil·litat com a conseqüència d'al·lèrgies o intoleràncies a certs aliments, els quals suposen una barrera per aquestes persones a l'hora de realitzar àpats fora de casa. Aquest seria el cas de les persones celíaques, les quals han de seguir una dieta estricta sense gluten.

L'acte d'alimentar-se afecta tant a la vida quotidiana com a l'activitat turística, i no és exclusiu del turisme gastronòmic, sinó que és una necessitat que irremeiablement ha d'estar coberta. Per aquest mateix motiu la manca d'oferta sense gluten en els establiments de restauració pot suposar un gran impediment per al col·lectiu celíac en el desenvolupament dels seus viatges.

De la mateixa forma que pot significar una dificultat pels celíacs, també suposa una gran oportunitat per les destinacions turístiques ja que es tracta d'un nínxol de mercat que, amb prou feines, ha començat a explotar-se.

Hi ha pocs estudis sobre aquest segment específic, la informació és principalment de caire medicinal i enfocat en la celiàquia i les seves conseqüències a nivell de salut, però en cap cas es troben grans estudis referents a l'activitat turística orientada a aquest

nínxol de mercat. Així doncs, aquest Treball de Fi de Grau pretén realitzar unes pinzellades sobre el turisme sense gluten.

Per tal d'assolir aquesta meta s'ha extret informació de fonts secundàries, tals com articles o pàgines web concretes de les diferents associacions de celíacs a nivell català i espanyol. D'altra banda, també s'ha extret bona part de la informació a partir dels resultats obtinguts del treball d'enquestació a tres municipis de la Costa Daurada: Valls, Falset i Cambrils.

El treball s'estructura entorn a cinc apartats, començant per la introducció. El segon punt "Nous segments del mercat turístic" fa una aproximació a la realitat turística actual i a la importància de la segmentació, més concretament, es focalitza sobre el paper que juga l'acte de menjar i es presenta el nínxol corresponent a les persones celíaques. La informació exposada en aquest apartat s'ha extret de les principals fonts primàries de la bibliografia.

El punt número tres se centra principalment a les necessitats específiques que presenten les persones celíaques i quines barreres es poden trobar a l'hora de viatjar. Es presenta un subapartat amb un seguit d'acreditacions i normatives d'àmbit espanyol i europeu per tal d'ajudar a regular l'oferta sense gluten i apta per celíacs en els establiments de restauració. Aquesta informació ha sigut proporcionada en bona part per la FACE (Federació d'Associacions de Celíacs d'Espanya).

A més a més, el subapartat 3.3 té com a missió obrir de forma resumida l'oferta sense gluten turística existent a nivell espanyol exposant un seguit d'exemples d'empreses i destinacions que treballen pensant en aquest nínxol tant especial.

El quart apartat consisteix en el turisme per celíacs a la Costa Daurada, el qual s'inicia amb un primer subapartat de contextualització del turisme gastronòmic en aquesta regió, fent especial èmfasi en les destinacions més importants i en el perfil que presenta aquest tipus de turista. El segon subapartat està dedicat de forma específica als resultats obtinguts a partir de les enquestes sobre l'oferta sense gluten en els tres municipis analitzats.

Finalment, l'apartat dedicat a les conclusions recull de forma resumida tota la informació del treball per tal de poder oferir una idea global sobre algunes de les claus del turisme sense gluten i com aquest es desenvolupa a la Costa daurada.

2. NOUS SEGMENTS DEL MERCAT TURÍSTIC

El turisme és actualment un dels sectors amb un creixement més important en l'economia de molts països, i és una activitat que cada vegada engloba un volum major de població. Degut a aquesta situació, és necessari dur a terme una segmentació acurada de la demanda per tal de poder adaptar l'oferta de la forma més adient i millorar la posició competitiva de les destinacions i de les empreses en el mercat turístic.

2.1. Canvis socioeconòmics i Turisme

El turisme s'ha convertit en els darrers anys en una de les activitats més dinàmiques de les economies actuals degut, en gran mesura, als canvis que s'han produït en el consumidor turístic.

El sorgiment de nous segments i de nínxols de mercat més específics ha creat la necessitat de conèixer i analitzar les característiques de la demanda i, d'aquesta manera, poder classificar-la de la forma més adient.

La saturació de determinats mercats emissors, l'aparició de noves destinacions i la necessitat de rejuveniment de les destinacions madures de turisme massiu són alguns dels principals canvis que s'han produït i que han tingut una repercussió força significant en el comportament turístic. A banda, no s'han d'oblidar aspectes com el ràpid avanç tecnològic de la societat actual que ha comportat modificacions en els gustos i hàbits dels consumidors, com ara el desenvolupament d'una elevada demanda de serveis cada vegada més personalitzada i individualitzada envers a formes d'oci més massives. A més a més, l'augment de la competència també s'ha posicionat com un dels elements claus que han impulsat a les diferents destinacions i empreses a buscar elements de diferenciació, l'especialització en un determinat sector n'és el resultat (Molina, 2007).

L'especialització de les destinacions sorgeix a partir de la dificultat per satisfer a tots els consumidors amb un sol producte o servei, ja que la varietat d'interessos comporta que cada client té unes necessitats diferents. Tot i així, es poden agrupar en segments que presentin característiques semblants.

Així doncs, el mercat turístic actual es caracteritza per l'existència de segments diferenciats com a resultat de l'aparició d'una demanda de serveis molt més individualitzats i personalitzats.

Arturo Molina, David Martín-Consuegra, Águeda Esteban i Estrella Díaz remarquen la dependència de l'eficàcia de la segmentació a la facilitat d'accés a grups d'individus que siguin mesurables, rellevants i diferents. Els criteris de segmentació més utilitzats són els que classifiquen segons aspectes demogràfics, socials i psicològics.

2.2. Menjar i Turisme: més enllà del turisme gastronòmic

Estretament relacionat amb la segmentació de la demanda, els canvis en el comportament dels consumidors fan aparèixer noves modalitats turístiques, la gastronomia n'és un dels exemples més importants ja que, aquest segment requereix d'un turista interessat en conèixer i desenvolupar el seu paladar, a més a més d'una destinació igualment interessada en oferir un turisme gastronòmic de qualitat.

El turisme gastronòmic no només és menjar, sinó que engloba tot allò relacionat amb la cuina, les begudes, els materials o instruments utilitzats en l'elaboració del menjar, l'espai i l'entorn, els aspectes ambientals, històrics i culturals, els ingredients utilitzats i el comportament dels comensals (Mazón, 2012). Així doncs, és una activitat molt més complexa del que podria semblar a simple cop d'ull.

Abans de res, cal destacar la doble funció que amaga el simple acte de menjar. En primer lloc es presenta l'alimentació com a necessitat fisiològica bàsica, i en segon lloc, es concep com un moment de socialització molt important. Aquestes dues funcions es presenten tant durant la vida quotidiana com fora d'ella, per tant no es pot desvincular aquest acte de l'activitat turística.

D'altra banda, es pot distingir entre dos tipus de turistes en relació a la seva posició enfront de l'acte de menjar: en primer lloc hi ha el turista que s'alimenta i, en segon lloc, el turista que viatja per menjar.

Kerlei Sonaglio (2017), defineix els restaurants com un espai d'oci i socialització que contribueix a l'intercanvi cultural. Aquesta experiència pot ser agradable i satisfactòria o pot ser, si se centra el focus únicament sobre els impactes dels aliments consumits, insatisfactòria, ja sigui perquè poden desencadenar problemes en la salut de determinats comensals o perquè provoquin repulsió. L'activitat gastronòmica presenta un alt volum de riscos en el camp de la salut, aquest fet va estretament relacionat amb l'augment de les persones diagnosticades amb al·lèrgies, intoleràncies o malalties que requereixen d'una dieta estricta.

L'augment de l'oferta de productes, el sorgiment de nous productes, l'adaptació de dietes de productes importats i la contaminació creuada són algunes de les causes més rellevants. En el context actual de globalització, factors com el desenvolupament

tecnològic (que facilita la seva detecció), els canvis en els hàbits alimentaris i l'exposició a grans quantitats d'additius han comportat un augment significatiu de persones amb al·lèrgies. A més a més, s'hi ha de sumar un dels problemes més habituals i que comporta un fort increment dels riscos, aquest és l'abundància d'aliments i productes alimentaris processats, complexos i, fins i tot, retolats de forma inadequada.

Cal recordar que, degut a que l'acte d'alimentar-se afecta tant a la vida quotidiana com a l'activitat turística sense ser un component exclusiu del turisme gastronòmic, és imprescindible tenir en compte aquests riscos als quals s'exposen determinades persones a l'hora de menjar fora de casa. Pel turista gastronòmic, l'oferta dels aliments es converteix en l'element clau per escollir una destinació o una altra, per tant, el fet d'oferir productes aptes per a tot tipus de persones pot afavorir al seu reconeixement de forma positiva. D'altra banda, l'alimentació, juntament amb l'allotjament i el transport, es posiciona com un dels pilars més importants per qualsevol modalitat turística, ja que no és una activitat exclusiva del turisme gastronòmic degut a que els turistes poden renunciar a qualsevol de les activitats programades pel seu viatge, menys a menjar i beure.

Així doncs, Kerlei Sonaglio (2017) deixa molt clar que per tal d'aconseguir un bon desenvolupament turístic, especialment gastronòmic, és necessari tenir en compte tots aquells grups que presenten restriccions o impediments a l'hora de realitzar una dieta que no posi en perill la seva salut. Aquesta sentència és aplicable tant a les destinacions en general com, de forma més concreta, als establiments. A més a més, el fet d'oferir una gamma de productes aptes per diversos grups de consumidors afavoreix l'especialització en determinats segment del mercat, creant d'aquesta manera un producte ben diferenciat per tal d'obtenir una posició més competitiva.

Es poden establir quatre grups considerats els més importants (degut al seu volum) que requereixen d'una atenció especial pel que fa a l'oferta gastronòmica. Aquests són els diabètics, els celíacs, persones amb hipertensió arterial i els vegetarians, sent aquest últim l'únic grup que no està relacionat amb una malaltia però, com a conseqüència del seu creixement i de les limitacions que comporta aquesta ideologia, es considera un segment molt important (Rodríguez, 2015).

L'oferta gastronòmica d'un establiment o d'una destinació en general pot presentar unes barreres importants per aquells sectors de la població que presenten requeriments especials pel que fa a l'alimentació. Així doncs, no només es tractaria del turisme gastronòmic sinó que s'està parlant de turisme accessible.

Tot i haver-se produït importants canvis en el marc de l'oferta accessible, aquests beneficis sovint es limiten a la millora de l'accessibilitat física a atractius i serveis, oblidant completament altres tipus de limitacions ben diverses.

La discapacitat és qualsevol alteració en la capacitat d'actuació i participació de la persona, originada per una deficiència, que representa una desviació de la «norma» generalment acceptada en relació a l'estat biomèdic del cos i les seves funcions. Les deficiències poden ser temporals o permanents, progressives, regressives o estàtiques i no tenen relació causal ni amb la seva etiologia ni en la seva forma de desenvolupar-se (OMS, 2001). A partir d'aquesta definició, l'Ecom (moviment associatiu integrat per persones amb discapacitats) presenta una diferenciació entre discapacitat, minusvalidesa i deficiència:

- Una **deficiència** és la pèrdua o anormalitat d'una estructura o funció psicològica, fisiològica o anatòmica.
- Es coneix com a **discapacitat** aquella restricció o absència de la capacitat per a desenvolupar una activitat normalment, és a dir, les conseqüències provocades per una deficiència.
- Una **minusvalidesa** és la situació desavantatjosa en el desenvolupament de les activitat quotidianes, dit d'altra manera, com afecten les discapacitats.

Es calcula que el 15% de la població mundial pateix alguna forma de discapacitat (OMS, 2017). Però el fet de viure amb certes limitacions no hauria d'impedir poder gaudir dels mateixos drets que el que es considera “normal”, partint d'aquesta idea s'ha desenvolupat el concepte de turisme accessible, que és aquell que pretén facilitar l'accés de les persones amb discapacitat als serveis turístics. Actualment, aquest és un segment en augment i que presenta unes projeccions de futur emmarcades en el creixement.

El nivell de participació d'aquest grup en l'activitat turística té cada vegada una freqüència major, tot i els impediments amb els que es troben. I es que un gran percentatge de les instal·lacions turístiques no proporcionen suficient accessibilitat per satisfer les necessitats derivades d'aquest segment, aquestes barreres engloben des de les arquitectòniques fins a les actitudinals. Així doncs, aquest és un camp en el que encara hi ha molt per fer.

Cal puntualitzar alguns dels aspectes més rellevants per als turistes que requereixen d'atenció especial. L'existència d'informació i el seu fàcil accés són uns dels elements més importants, es busca en tot moment que els serveis i instal·lacions estiguin ben detallats. A més a més, per tal de poder atendre de forma adequada a aquest segment turístic, es requereix de personal especialitzat, informat i preparat (Cruciani, 2012).

El turisme accessible involucra diversos segments de la demanda, com ara les persones de la tercera edat, famílies amb nens petits, discapacitats temporals (per exemple

embarassades, persones amb alguna extremitat enguixada, etc.) i permanents (motrius, sensorials, visceral i mentals).

Dins de les discapacitats visceral s'hi troben la intolerància a la lactosa i la celiaquia, les quals són considerades les restriccions cròniques en l'àmbit alimentari que afecten a un major volum de població.

2.3. Un nínxol desatès: els celíacs

La celiaquia és la intolerància permanent al gluten, és un procés crònic que principalment provoca lesions a l'intestí, tot i que pot afectar a qualsevol òrgan o teixit. El gluten és un conjunt de proteïnes que es troben presents en el blat, la civada, l'ordi, el sègol i en tots els productes derivats d'aquests cereals. La celiaquia pot desenvolupar-se a qualsevol edat en persones que presenten una predisposició genètica, predomina en les societats europees, afectant lleugerament més a la població femenina que a la masculina.

L'1% de la població mundial pateix de celiaquia, a més a més, tant aquests com les seves respectives famílies són potencials consumidors de productes sense gluten, ja que l'únic tractament per a la celiaquia és no consumir gluten, és a dir, portar una dieta totalment lliure d'aquesta proteïna.

La celiaquia és comuna a tot el món però, és a Europa i als països que corresponen a les antigues colònies on es diagnostiquen més casos. Aquest fenomen es deu en bona part a un aspecte cultural, ja que són societats on l'ús d'aquests cereals (especialment del blat) està molt estès, mentre que en altres regions del món no tant, serien el cas de Sud-Amèrica, on és més habitual l'ús del blat de moro, i del sud-est asiàtic, on predomina l'arròs.

Tradicionalment era considerada un trastorn únicament digestiu, però els avenços en la matèria han demostrat que es tracta d'una malaltia sistèmica, ja que la resposta immunitària causada pel gluten origina una varietat d'anticossos que poden afectar qualsevol part de l'organisme.

Es calcula que aproximadament el 75% dels celíacs al món no han estat diagnosticats, degut en bona part a la manca de símptomes. Aquest és un dels motius pels quals moltes vegades no es diagnostica aquesta malaltia fins a l'etapa adulta de l'afectat.

Però no s'ha de confondre la celiaquia (malaltia celíaca) amb l'al·lèrgia al blat o amb la intolerància al gluten, ja que aquests tres conceptes no són pas el mateix.

- La **celiaquia** es caracteritza per l'existència d'una resposta autoimmunitària al gluten quan aquest entra en contacte amb l'intestí. Els símptomes que es desencadenen es relacionen amb la morfologia i la digestió, l'individu pot desenvolupar diarrees, danys a la paret intestinal, mala absorció i desnutrició.
- L'**al·lèrgia al blat**, igual que les altres al·lèrgies alimentàries, és una reacció exagerada, immediata o de curt termini del sistema immunològic a una proteïna específica, en aquest cas, el gluten correspon a una molècula complexa la qual està composta per diverses unitats proteiques, les principals són la glutenina i la gliadina. De totes maneres, no seria pas una al·lèrgia al gluten, sinó al blat.
- En canvi, es diagnostica com a **intolerància al gluten** un cop han estat descartades les altres dues opcions. La intolerància és una conseqüència a la mala digestió del gluten. Sorprenentment, el nombre de persones amb intolerància al gluten és significativament superior als celíacs (Sonaglio, 2017).

Els celíacs i persones que no poden consumir gluten poden formar un nou nínxol en el mercat turístic, el qual encara està per explotar i podria convertir-se en un important element de diferenciació. Tenint en compte que el consumidor potencial serien totes aquelles persones que no poden consumir gluten i que viatgen o mengen fora de casa, a més a més dels seus acompanyants i familiars.

D'altra banda, des del punt de vista del turisme accessible, i per tal de poder garantir que una necessitat bàsica com és l'alimentació pugui arribar a tots els grups, s'ha de promoure la inclusió d'aquest segment en l'elaboració de les cartes dels establiments (Rodríguez, 2015).

L'atenció de celíacs porta implícita l'aplicació de mesures molt estrictes durant el procés d'elaboració dels plats especials. En primer lloc es requereix d'una cuina adequada, amb el material i instruments reservats únicament a l'elaboració de productes aptes per celíacs, a més a més, és imprescindible disposar de personal capacitat en la manipulació d'aliments. Aquestes mesures rigoroses es deuen a l'alt risc que hi ha de produir-se algun tipus de contaminació creuada, la qual és el major problema que presenta la cuina per celíacs.

La contaminació creuada es produeix quan un aliment lliure de gluten entra en contacte amb el gluten de forma indirecta. El més habitual és que es produeixi aquest tipus de contaminació a l'utilitzar els mateixos estris per preparar tants els productes amb gluten com els que no en contenen (ganivets, taules per tallar, paelles i olles, fregidores, pinces per servir, etc.). així doncs, no n'hi ha prou amb utilitzar productes que no contenen

gluten, ja que aquests es poden contaminar durant la seva elaboració segons el medi on es preparen.

El principal motiu de l'absència d'una oferta adequada d'establiments gastronòmics aptes per celíacs són els alts costos que requereixen la correcta habilitació de les cuines, ja que bona part dels establiments sí que compten amb personal capacitat i format per la manipulació d'aliments. Una possible solució que presenta és la terciarització d'aquests productes per tal de poder saltar la barrera cost-benefici. Tot i així, d'aquesta forma no es garanteix la total satisfacció d'aquest segment que reclama els mateixos drets que la resta de població durant els seus viatges (Rodríguez, 2015).

Pel celíac, la fàcil identificació dels productes que pot consumir i els que no és un dels elements clau per la seva satisfacció. Així doncs, els productes es poden classificar en tres tipologies: els aliments prohibits, que són tots aquells derivats dels quatre cereals que contenen gluten, els aliments dubtosos, deguda a la possibilitat de que s'hagi produït contaminació creuada, i els aliments aptes, que es poden consumir amb total tranquil·litat (Cruciani, 2012).

L'objectiu principal, des de l'òptica del turisme accessible, és fer que aquest grup que moltes vegades pot sentir-se exclòs de l'oferta gastronòmica se senti a gust, pugui consumir amb total tranquil·litat i sense por d'ingerir aliments perjudicials per la seva salut. D'altra banda, és una oportunitat per les destinacions i pels establiments de restauració per diferenciar-se de la resta de competidors (Álvarez, 2014).

3. EL TURISME PER CELÍACS

El col·lectiu format per les persones que han de seguir una dieta lliure de gluten conformen un nínxol de mercat molt específic dins del segment del turisme gastronòmic. L'especialització d'un establiment o, fins i tot, d'una destinació en aquest nínxol pot suposar un avantatge competitiu important i pot contribuir en la diferenciació respecte dels principals competidors.

D'altra banda, el fet de que un establiment inclogui opcions especials per aquest tipus de dieta pot aportar valor afegit a la imatge del local en qüestió, ja que es percep com una mostra d'interès cap a les necessitats especials que presenta aquest grup.

No s'ha d'oblidar que el client al qual es dirigeix l'oferta de restauració sense gluten no són únicament les persones celíaques o intolerants. Cal adequar l'oferta també als seus acompanyants, els quals poden o no dur una dieta corrent que sí que inclogui el consum de gluten, ja que per les persones no celíaques és important no deixar de consumir aquesta proteïna.

3.1. Especificitats del segment

Tot i que els celíacs només són sensibles al gluten, el qual únicament es troba en el blat, l'ordi, el sègol i la civada, les restriccions alimentàries que han d'afrontar es multipliquen a causa de la contaminació creuada produïda a partir del contacte entre aliments que no contenen gluten i aliments que sí. Aquest és un risc que tant es pot produir a casa i durant la vida quotidiana com, en especial, quan es consumeix fora de casa, ja sigui a l'habitatge d'una altra persona o en un establiment de restauració.

Les probabilitats de que es produeixi una contaminació creuada augmenten per la falta de coneixement. Per aquest motiu, és molt important seguir les recomanacions llistades en pàgines oficials o proporcionades pel metge responsable.

Des d'organismes com l'Associació de celíacs de Catalunya¹ o la Federació d'Associacions de Celíacs d'Espanya (FACE)² s'han elaborat llistats amb les principals recomanacions per evitar la contaminació creuada i facilitar el consum d'aliments amb total tranquil·litat per persones celíaques o amb intolerància al gluten.

Així doncs, és necessari tenir en compte tot un seguit de factors per tal d'assegurar un consum de productes lliures de gluten, entre els més destacats es troba: la bona neteja de l'espai i els utensilis usats durant l'elaboració i la manipulació del menjar; utilització de materials no porosos per tal de facilitar la seva neteja (la fusta queda terminalment

¹ Pàgina web de l'Associació de Celíacs de Catalunya, Pautas de seguretat alimentària a la cuina sense gluten:

https://www.celiacscatalunya.org/es/pautas_de_seguridad_alimentaria_en_la_cocina_sin_gluten

² Pàgina web de la FACE, Manipulació dels aliments: <https://www.celiacos.org/la-dieta-sin-gluten/manipulacion-de-los-alimentos.html>

prohibida a no ser que estigui 100% garantit el seu ús exclusiu per productes sense gluten; no reutilitzar l'oli de fregir altres productes que podrien contenir gluten; guardar i emmagatzemar de forma separada els productes sense gluten per tal d'evitar la contaminació creuada; que tot el personal estigui conscienciat i informat sobre les precaucions que s'han de dur a terme³.

Aquests tan sols són alguns dels aspectes bàsics que s'han de tenir sempre en compte a l'hora de cuinar sense gluten, ja que la contaminació creuada es pot produir en qualsevol etapa del procés, des de l'elaboració dels productes bàsics, fins a la distribució, compra i posterior cocció o manipulació d'aquests. Així doncs, no es pot deixar de prestar-hi atenció fins que el comensal no ha consumit l'àpat sencer.

3.2. Normativa i acreditacions

Des de la Unió Europea s'han establert diferents normatives relacionades amb l'etiquetatge i la informació que es proporciona al consumidor en relació als aliments que es venen. L'objectiu principal d'aquestes polítiques és aconseguir que el consumidor estigui ben informat sobre allò que compra i, d'altra banda, que aquesta informació tingui uns estàndards i sigui homogènia pel conjunt de països europeus.

Més concretament, el Reglament (UE) N° 1169/2011 estableix els requisits indispensables referents a la informació alimentària. Va dirigit especialment als aliments que s'ofereixen al consumidor final o a col·lectius, i la seva aplicació és obligatòria des del desembre del 2014.

Reglament (UE) N° 1169/2011⁴

Aquest reglament estableix un seguit d'informació que s'ha de comunicar al consumidor de forma obligatòria, a més a més, presenta importants novetats respecte de reglaments anteriors els quals abasten els principals àmbits fonamentals per tal que el client final pugui consumir els productes amb total coneixement.

La denominació del producte, la quantitat neta de l'aliment i de determinats ingredients, i la data de caducitat són alguns dels exemples que ja es tenen més en compte i que els propis consumidors busquen abans d'adquirir un producte. Però segons aquesta normativa això no és suficient, és necessari informar degudament de totes les característiques que presenta un producte, així doncs, és imprescindible

³ Veure llistat a Annexos, Annex 2.

⁴ Pàgina web de la FACE, Reglamentació: <https://www.celiacos.org/la-dieta-sin-gluten/reglamentacion.html>

detallar aspectes com condicions especial de conservació o utilització, la identificació de l'empresa i el país d'origen, entre d'altres.

En relació al cas que ens incumbeix, és completament necessari que en l'etiquetatge estigui indicada la informació nutricional i, especialment, la llista d'ingredients, ja que s'ha de poder identificar si un producte determinat pot contenir o no gluten. Tot i que l'aliment en sí mateix no porti gluten, és probable que degut a conservants o al mètode d'elaboració s'hagi pogut contaminar. En tal cas, és indispensable que s'indiqui de forma adequada en l'etiqueta del producte. La normativa estableix un total de 14 al·lèrgens de declaració obligatòria, d'entre els quals es destaquen els cereals amb gluten. Aquests han de destacar-se tipogràficament i, en el cas de productes mancants de llista d'ingredients, és necessari indicar-ho com a «conté» seguit de l'al·lèrgen.

D'altra banda, no és obligatori indicar l'al·lèrgen en aquells productes la denominació dels quals ja faci referència directa a la seva presència. L'etiquetat del que es coneix com a «traces» és un dels temes amb més controvèrsia degut a que aquesta informació és d'aplicació voluntària per part de les indústries agroalimentàries.

Per últim, tots els establiments de restauració, com ara restaurants i bar, i els càterings han d'identificar els 14 al·lèrgens de declaració obligatòria en aquells plats que els continguin. L'objectiu d'aquesta mesura és que els clients amb algun tipus d'al·lèrgia alimentària puguin identificar de forma clara aquells productes que poden consumir i els que no, evitant d'aquesta manera qualsevol perill derivat de la manca d'informació.

Reglament Europeu (UE) N° 828/2014⁵

El Reglament (UE) N° 1169/2011, tot i presentar algunes especificacions referents a aquells productes que contenen gluten, relata principalment les normes de caràcter general sobre l'etiquetatge dels productes. Però a nivell europeu també existeix una normativa més específica sobre l'absència o la presència reduïda de gluten en productes envasats: el Reglament Europeu (UE) N° 828/2014. Aquest reglament és aplicable des del 20 de juliol de 2016, per la qual cosa queda derogat l'antic Reglament (UE) N°41/2009.

Aquest reglament estableix que únicament es podrà utilitzar l'etiqueta «sense gluten» en aquells aliments que no continguin més de 20 mg/kg de gluten en el moment de venda al consumidor final.

L'etiqueta «molt baix en gluten» s'haurà d'utilitzar únicament en aquells productes que consistixin en blat, civada, ordi, sègol o les seves varietats híbrides que s'hagin

⁵ Pàgina web de la FACE, Reglamentació: <https://www.celiacos.org/la-dieta-sin-gluten/reglamentacion.html>

processat específicament per reduir el seu contingut de gluten. Així doncs, no han de contenir més de 100 mg/kg de gluten en el producte que arriba al consumidor final.

Però no s'ha oblidar que només aquells productes que contenen com a màxim 20 mg/kg de gluten són els que s'han pogut establir com a aptes pel consum de persones celíaques o amb intolerància a aquesta proteïna. Així doncs, la única menció que no posaria en risc la salut d'aquest col·lectiu és la que s'indica com a «sense gluten».

Una altra de les novetats que presenta aquest reglament és que les dues etiquetes anteriors es podran acompanyar d'unes determinades declaracions, com ara: «adequat per persones amb intolerància al gluten», «adequat per celíacs», «elaborat específicament per persones amb intolerància al gluten» o «elaborat específicament per celíacs».

Sistema de Llicència Europeu «Espiga Barrada» (ELS)⁶

A banda de l'aplicació dels reglaments esmentats anteriorment, per tal de facilitar una ràpida identificació dels productes lliures de gluten des de la Unió Europea s'ha creat el Sistema de Llicència Europeu «Espiga Barrada» (ELS).

El símbol internacional per indicar «sense gluten» és l'espiga barrada, actualment aquesta icona està regulada per la AO ECS (Societat d'Associacions de Celíacs d'Europa), però la concessió del seu ús i control està delegada a les associacions que en formen part.

En el cas espanyol, FACE (Federació d'Associacions de Celíacs d'Espanya) és l'organisme encarregat d'atorgar aquesta certificació a totes aquelles empreses i indústries interessades en utilitzar aquest símbol. Prèviament, aquestes empreses hauran de certificar-se sota el «Sistema de Llicència Europeu» (ELS).

L'espiga barrada s'ha posicionat com el símbol internacional reconegut per aquelles persones que no poden consumir productes amb gluten, a més a més, s'ha convertit en una referència per tot el col·lectiu celíac ja que ofereix una ràpida identificació d'aquells productes aptes pel seu consum i s'assimila com un indicador de seguretat. A més a més, en molts casos la utilització d'aquest símbol aporta un avantatge competitiu en el mercat per les diferents empreses.

Per tal de poder utilitzar el símbol de l'espiga barrada és necessari que el producte que es vol etiquetar compleixi uns requisits mínims, el més important és complir el límit màxim de gluten que pot contenir: 20 mg/kg de gluten en el producte que arriba al consumidor final.

⁶ Pàgina web de la FACE, Sistema de Llicència Europeu (ELS):
<https://www.celiacos.org/informacion/certificaciones-face/sistema-de-licencia-europeo-els.html>

Són els Laboratoris acreditats per l'ENAC o qualsevol organisme membre de l'ECA (European Cooperation for Accreditations) els encarregats de controlar els nivells màxims de gluten, sota la Norma 17025:2005 (UNEEN ISO) i autoritzats per FACE. A més a més, es requereix la realització d'un control periòdic de caràcter anual dels sistemes d'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crítics (APPCC) per les indústries agroalimentàries.

El símbol homologat de l'espiga barrada va sempre acompanyat d'un codi, compost per vuit caràcters: les dues primeres lletres corresponen al codi del país, degut a que ELS és una certificació d'àmbit europeu, es poden trobar productes certificats per les associacions de celíacs d'altres estats membres, així doncs, els productes certificats a Espanya començaran per ES. Les tres següents xifres corresponen al codi de l'empresa, i les darreres tres fan referència al codi del producte.

Per tant, els primers cinc caràcters sempre seran comuns en tots els productes elaborats per una mateixa empresa, canviant únicament les últimes tres xifres ja que són les que corresponen a cada producte.

FACE adoptarà definitivament el símbol de l'espiga barrada, homologat pel Sistema de Llicència Europeu (ELS), a partir de l'1 de gener del 2020. Actualment, aquest conviu amb la Marca de Garantia «Controlat per FACE».

Marca de Garantia «Controlat per FACE»⁷

La Marca de Garantia «Controlat per FACE» és propietat de la pròpia Federació i va ser creada l'any 1999 amb l'objectiu de garantir el compliment dels requisits establerts per FACE en relació als nivells màxim de gluten que pot contenir un producte per tal de poder ser consumit per persones celíaques sense tenir efectes perjudicials en la seva salut. Així doncs, els productes certificats per la Marca de Garantia «Controlat per FACE» es classifiquen com a aptes pel consum de celíacs i intolerants al gluten.

A partir de l'1 de gener del 2020 se substituirà aquesta certificació per l'espiga barrada del Sistema de Llicència Europeu (ELS) per tal d'homogeneïtzar la imatge amb la resta de comunitat europea.

El motiu de la creació d'aquesta marca de garantia per part de la FACE deriva de la pregunta sobre quina és la quantitat màxima de gluten que pot ingerir una persona celíaca sense que sigui perjudicial per la seva salut. Encara ara no s'ha pogut donar una resposta clara a aquesta qüestió. Així doncs, mitjançant la Marca de Garantia, FACE proporciona un nivell més alt de seguretat per la població celíaca ja que els productes que s'etiqueten sota aquesta imatge han passat prèviament un control per certificar que els seus nivells de gluten siguin els més baixos possibles segons cada moment. En

⁷ Pàgina web de la FACE, Marca de Garantia "Controlat per FACE":
<https://www.celiacos.org/informacion/certificaciones-face/controlado-por-face.html>

tot moment FACE adapta el seu protocol intern als resultats que es van publicant i a les noves investigacions que es duen a terme en aquest camp.

En el moment de la seva creació, aquesta certificació va contribuir en gran mesura a la conscienciació per part de la indústria agroalimentària del perill que pot suposar el fet d'ingerir gluten per les persones intolerants o celíaques.

A banda de dur a terme un control exhaustiu sobre el procés d'elaboració de la indústria agroalimentària que produeix el producte que es vol certificar, per aconseguir aquesta certificació també es controlen els diferents proveïdors de matèries primeres i tot el procés de manipulació, així doncs, en l'etapa final només cal verificar el resultat. Aquesta forma d'operar aporta més seguretat en els resultats i facilita la detecció i posterior correcció «d'errors» en el procés.

De la mateixa manera que en el cas de l'espiga barrada, la garantia «Controlat per FACE» també incorpora un seguit de codis. En primer lloc es troba el número de llicència, el qual és designat per FACE, i en segon lloc el número de certificació, designat per la pròpia empresa.

Llista d'aliments sense gluten⁸

Anualment, FACE redacta un llistat amb els aliments i productes lliures de gluten dirigida principalment a les empreses i marques sòcies de la Federació, les quals poden obtenir-la de forma completament gratuïta.

La llista es crea a partir de la informació que les diferents empreses agroalimentàries faciliten. Aquestes proporcionen informació referent a les matèries primeres utilitzades, els processos de producció, anàlisi dels Punts Crítics en les diverses fases d'elaboració i la certificació del producte final.

El procés de recollida de dades, redacció i distribució dels resultats es finança gràcies a l'aportació de tots els socis de les diverses associacions que formen la Federació, és per aquest motiu que el Llistat d'Aliments sense Gluten va dirigit exclusivament als socis de la FACE.

La última llista publicada és la de 2018, la qual anul·la totes les llistes anteriors, ja que anualment s'apliquen canvis i noves incorporacions. En aquesta última edició han sigut 533 firmes comercials les que han aportat dades per a la seva realització. En total recull 18.199 productes aptes pel consum de celíacs, d'entre els quals 2.951 estan certificats per la Marca de Garantia «Controlat per FACE», 2.130 estan certificats sota el Sistema de Llicència Europeu (ELS) i 1.101 estan certificats per tots dos sistemes.

⁸ Pàgina web de la FACE, FACE publica la Llista d'Aliments Sense Gluten 2018:
<https://www.celiacos.org/blog/item/1393-face-publica-la-lista-de-alimentos-sin-gluten-2018.html>

De totes maneres, no tots els productes etiquetats com a «sense gluten» es troben dins d'aquesta llista, el motiu principal és per la manca de certificació. De totes maneres, en el moment en que es presenten com a «sense gluten» aquests han de complir el Reglament Europeu 828/2014, el qual obliga per llei a que aquests productes no continguin més de 20 mg/kg de gluten en el moment que arriba al consumidor final.

3.3. Oferta turística existent

Tot i que el turisme per celíacs és encara un segment per explotar, sí que és cert que ja hi ha un seguit d'empreses de caràcter turístic que s'han decantat per oferir serveis especialitzats per aquest nínxol de mercat. Entre elles s'hi poden identificar des d'agències de viatges que organitzen «escapades sense gluten» fins a hotels i restaurants que han optat per certificar-se com a establiments sense gluten amb garanties. Un pas més enllà s'hi troben aquelles destinacions que es promocionen com a ciutats sense gluten, les quals basen la seva imatge turística en l'àmplia oferta d'establiments que compleixen aquests requisits i que es troben associats entre ells com a estratègia de mercat.

3.3.1. Agències de viatges

L'agència de viatges online *Destinos Sin Gluten*⁹ és un clar exemple d'especialització en el sector per celíacs. El funcionament d'aquesta es basa en la creació de viatges totalment personalitzats depenent de les necessitats de cada client, ja que no es presenta un llistat d'establiments amb garanties sense gluten. El procediment habitual és posar-se en contacte per e-mail amb l'agència i, a partir de la informació facilitada, el personal s'encarrega d'organitzar els diferents aspectes i garantir que els productes oferts siguin aptes per celíacs.

Destinos Sin Gluten es va crear l'any 2009 com a resultat de viure les limitacions que pot comportar haver de seguir una dieta lliure de gluten, així doncs, es va iniciar aquest projecte amb l'objectiu de facilitar la concertació de viatges a tots aquells que presenten aquestes necessitats especials.

3.3.2. Hotels

El desconeixement per part del personal de l'hotel sobre les necessitats i requeriments especials de la dieta sense gluten és una de les principals barreres amb les que s'enfronten diàriament les persones celíaques i els seus familiars a l'hora d'anar de vacances o de realitzar algun àpat fora de casa. Aquesta falta de formació i d'informació

⁹ Pàgina web *Destinos Sin Gluten*: <http://www.destinos-singluten.com/>

genera pel consumidor celíac una sensació d'inseguretat que pot portar-los a sentir-se indefensos en aquest àmbit.

Progressivament va sorgint una major sensibilitat dins d'aquest sector, en bona part impulsada per la FACE, organisme que està lluitant contínuament per establir amb diverses cadenes hoteleres un compromís de qualitat a canvi d'oferir formació i informació sobre productes aptes per celíacs, formes d'elaboració, emmagatzematge i presentació sense riscos per aquest col·lectiu¹⁰.

A través d'un conveni de col·laboració, els hotels i restaurants es comprometen a elaborar un menú sense gluten apte per celíacs per, d'aquesta forma, poder incrementar la seguretat per les persones amb aquest tipus de necessitats.

A més a més de la formació proporcionada per la FACE, els diferents establiments compten amb assessorament permanent per tal de resoldre qualsevol dubte o qüestió que pugui sorgir en relació a aquest tema.

L'objectiu final d'aquest conveni de col·laboració és poder atorgar als diferents establiments una placa identificativa dissenyada per la FACE que diferencia els locals de restauració que presenten una oferta d'un menú sense gluten, amb garanties de qualitat. I per tant, poder facilitar l'acció d'elecció al consumidor celíac, augmentant d'aquesta manera la seva seguretat i tranquil·litat a l'hora de viatjar.

D'altra banda, des de la pròpia FACE es recomana contactar directament amb els hotels, especialment quan no presenten cap tipus d'acreditació, per tal d'assegurar-se que estan adaptats i que tenen la capacitat de proveir una oferta lliure de gluten i apta per celíacs.

A més a més, cal recalcar la importància d'informar sempre i des del primer moment de la condició especial que pateix una persona celíaca, per tal de garantir que tot el personal en tingui la cura necessària i que n'estigui al corrent.

El cas de Servigroup¹¹, una cadena hotelera enfocada al sector celíac, és un exemple de grup hotelier que ha establert un conveni de relació amb la FACE. Servigroup es promou com una forma de viatjar sense gluten, pel que ja no és únicament un servei complementari que s'ofereix al client, sinó que l'oferta sense gluten s'ha convertit en la imatge principal de la companyia i en una forma de promoció. A més a més, a través de la seva pàgina web, qualsevol possible client interessat en la seva oferta apte per celíacs pot accedir al contingut del menú sense gluten.

A banda de Servigroup, es poden trobar altres cadenes hoteleres que mantenen el conveni amb la FACE, les principals són: Garden Hotels, Playa Senator, els Paradores Nacionales i els hotels Melià.

¹⁰ Pàgina web de FACE: <https://www.celiacos.org/informacion/de-interes/comer-fuera-de-casa/128-informaci%C3%B3n/de-inter%C3%A9s/comer-fuera-de-casa/48-hoteles.html>

¹¹ Pàgina web de Servigroup: <https://www.servigroup.com/es/hoteles-sin-gluten/>

3.3.3. Destinacions sense gluten

Paral·lelament, gràcies a la creixent conscienciació, alguns municipis han optat per incorporar a les seves pàgines web de turisme un apartat específic on es poden identificar diferents establiments de restauració i comerços amb oferta apta per celíacs. L'objectiu d'aquesta acció és facilitar l'estada de turistes amb intolerància permanent al gluten en aquesta destinació i, d'aquesta manera, crear un element de diferenciació respecte d'altres ciutats.

Aquest seria el cas de Madrid¹², o Gijón¹³. En la pàgina web oficial de turisme de Madrid presenta un enllaç directe a la web de l'Associació de Celíacs de la ciutat, en la qual s'hi pot trobar un llistat de tots els establiments certificats aptes per celíacs.

Fig. 1: Captura de pantalla de la web de turisme del municipi de Gijón



Font: <http://www.gijon.info/>

¹² Pàgina web Turisme de Madrid, Celíacos Madrid: https://www.esmadrid.com/celiacos-madrid?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F

¹³ Pàgina web Turisme de Gijón: <http://www.gijon.info/page/12292-gijon-xixon-sin-gluten>

A la web de turisme de Gijón s'hi troba un llistat dels establiments de restauració amb oferta sense gluten, aquests estan classificats segons el volum d'oferta enfocada a aquest sector que presenta cada establiment. Hi ha un total de tres categories: la primera per aquells establiments que compten amb un seguit de productes aptes per celíacs que, generalment, ja venen envasats i catalogats com a lliures de gluten. En segon lloc, establiments en que la meitat de la seva oferta pot ser consumida per clients celíacs, aquests negocis han d'estar associats a ACEPA, FACE o realitzar controls alimentaris específics. Per últim, establiments on tots els productes són aptes per persones amb intolerància permanent al gluten, aquests locals han de seguir un protocol molt específic i han de sotmetre's a controls periòdics.

Des del portal de turisme de la comunitat autònoma d'Astúries també es pot accedir a l'oferta gastronòmica sense gluten de la regió, ja que en l'apartat de recerca d'establiments hi ha l'opció de filtrar per "sense gluten".

Captura de pantalla de la web de turisme de la ciutat de Madrid

Comercios centenarios
Las tiendas y comercios que han visto nacer y crecer a más de tres generaciones de madrileños. Consúltalos en la WebAPP Comercios centenarios de Madrid.

Madrid, con Denominación de Origen
Descubre los excelentes vinos, aceites, carnes y demás productos de Madrid con Denominación de Origen.

Escuelas de cocina
¿Te gustaría aprender esos trucos que pueden convertir una receta tradicional en algo delicioso? En Madrid tienes dónde hacerlo.

Celíacos Madrid
Toda la información para que puedas disfrutar con toda seguridad de tu visita a Madrid.

PRODUCTOS OFICIALES
Faro de Moncloa
Vistas panorámicas a 92 metros de altura.
Madrid City Tour
El bus turístico de Madrid

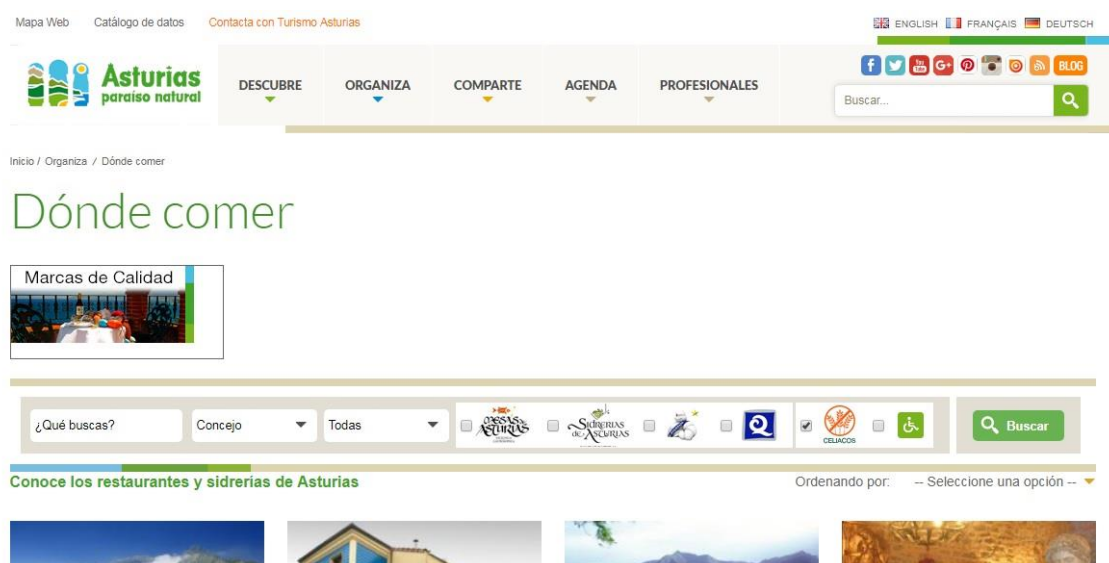
BLOGGIN'MADRID TE RECOMIENDA
Alicia Hernández, nuestro bloguera especializada, te da los mejores consejos para que disfrutes al máximo de tu estancia en Madrid.

Publicidad
SHOW THIS OFFER AND RECEIVE A COMPLIMENTARY HARD ROCK SOUVENIR WITH 35€ PURCHASE.
One offer per person. Expires 30/12/2017, valid only at Hard Rock Cafe Madrid.
MADRID | PASEO CASTELLANA 2 | +34 914 364 340
HARDROCK.COM #THISISHARDROCK
JOIN HARDROCKREWARDS.COM

Vuelve a Madrid

Font: <https://www.esmadrid.com/>

Fig. 2: Captura de pantalla de la web de turisme d'Astúries



Font: <https://www.turismoasturias.es/>

Hi ha destinacions turístiques que han fet un pas més enllà, iniciant accions amb l'objectiu de posicionar-se com a destinacions sense gluten i obtenir una imatge pròpia valent-se d'aquesta oportunitat de mercat. El cas més significatiu a nivell estatal ha sigut el del municipi asturià de Cangas del Narcea, el qual es promociona sota la marca «Cangas Sin Gluten»¹⁴.

Fig. 3: Captura de pantalla de la web de Cangas sin Gluten



Font: <https://cangassingluten.com/>

El principal objectiu és convertir-se en el municipi pioner d'Espanya en relació a la seva oferta de restauració sense gluten, de qualitat i segura. A més a més, també es busca incrementar el compromís amb el col·lectiu celíac i conscienciar el sector de la restauració sobre les necessitats que presenta. El projecte engloba tant allotjaments, bars i restaurants, com botigues especialitzades, productes de la zona 100% lliures de gluten i jornades de divulgació referents a la celiaquia i la dieta sense gluten. La seva realització va a càrrec de l'Ajuntament de Cangas del Narcea amb la col·laboració de Celicidad, especialistes en celiaquia, dietes lliures de gluten i restauració sense gluten.

Fig. 4: Captura de pantalla de la web de *Cangas sin Gluten*



Font: <https://cangassingluten.com/>

El projecte va iniciar-se l'any 2016 i d'ençà el municipi ha detectat un augment significatiu de turistes que presenten necessitats especials relacionades amb la dieta sense gluten, des de l'Ajuntament es relaciona aquest fet amb la difusió intensiva que s'ha fet per tal de donar a conèixer la marca «Cangas Sin Gluten».

L'àmplia oferta, varietat i garantia encarada al segment celíac està dotant la marca de valor afegit, fet que constitueix un clar element beneficiari pel municipi en termes turístics.

A banda de la promoció de la marca per atreure el mercat turístic, també és necessari construir-la internament, en aquest cas a partir de la realització periòdica de les

Jornades *Cangas Sin Gluten* que organitza Celicidad. Aquesta s'encarrega de la formació dels establiments interessats en formar part del projecte mitjançant xerrades informatives, repartint manuals actualitzats sobre les novetats referents a la celiaquia i tallers pràctics per aprendre a tractar amb productes sense gluten i evitar els riscos de la contaminació creuada. Actualment hi ha un total de 17 restaurants, 15 són allotjaments i 12 corresponen a botigues¹⁵.

Seguint l'exemple de *Cangas Sin Gluten*, en el municipi de Blanes una vintena d'establiments de restauració han rebut formació referent a la celiaquia per part de l'Associació de Celíacs de Catalunya amb l'objectiu d'aconseguir la certificació de locals sense gluten. El resultat que es busca és posicionar-se com a destinació sense gluten per tal d'atreure un major volum de turistes que ajudin en la desestacionalització de la temporada turística tradicional.

Es preveu que els establiments que opten per presentar una oferta apte per celíacs poden obtenir un increment d'entre un 5% i un 7% en la seva facturació habitual degut a l'alt nivell de fidelitat que caracteritza aquest segment. Tot i així, només el 3% dels establiments de restauració de Catalunya ofereixen opcions sense gluten segures i amb garanties¹⁶.

L'Associació de Celíacs de Catalunya calcula que a finals d'any una persona celíaca es gasta una mitjana de 1.400€ més en la compra bàsica que una persona que no ho és, tot i així només a les comunitats autònomes de Navarra, Extremadura i el País Basc s'ofereixen ajudes de caràcter mensual a aquells que pateixen una intolerància permanent al gluten. El motiu pel qual en altres regions no es contempla aquesta opció és perquè aquesta malaltia no requereix de consum de medicaments, només realitzar una dieta lliure de gluten. Però els productes especials per celíacs són un 300% més cars que els que poden consumir les persones no celíaques. A més a més, els preus es van incrementant progressivament degut a l'augment de la demanda per part no només dels celíacs sinó de la població en general, ja que hi ha molta gent tendeix a pensar que els productes sense gluten són més saludables tot i haver-se demostrat que el consum de gluten és necessari per aquelles persones que no en són intolerants¹⁷.

Per tal de que Blanes es posicioni com a municipi sense gluten és necessari que una part proporcional dels establiments obtinguin el certificat conforme són lliures de gluten amb garanties atorgat per l'Associació de Celíacs de Catalunya. El resultat que es vol aconseguir és l'expansió de la marca «Blanes Gluten Free».

¹⁵ Web Cangas Sin Gluten: <https://cangassingluten.com/>

¹⁶ Notícia La Vanguardia: <http://www.lavanguardia.com/local/girona/20170206/414037275207/blanes-restaurantes-comida-sin-gluten-celiacos.html>

¹⁷ Web Associació de celíacs de Catalunya: <https://www.celiacscatalunya.org>

Aquest projecte compta amb un pressupost propi per invertir-se en la promoció d'aquesta nova marca turística i en accions de sensibilització i formació. Així doncs, l'objectiu final consisteix en reduir l'estacionalitat turística mitjançant l'obertura del municipi a un nou segment de mercat caracteritzat pel perfil del client celíac. A més a més, s'espera que aquest fet repercuteixi positivament en el creixement econòmic de la ciutat i assolir un reconeixement internacional degut a la creació d'una marca que garanteix qualitat¹⁸.

El finançament destinat a aquest projecte és de 10.000€, des dels quals el 75% correspon a l'aportació de la diputació de Girona i el 25% restant de l'Ajuntament de Blanes. Els eixos principals sobre els que treballa el projecte són tres: Accions de Sensibilització, Accions de Formació i Accions de Promoció.

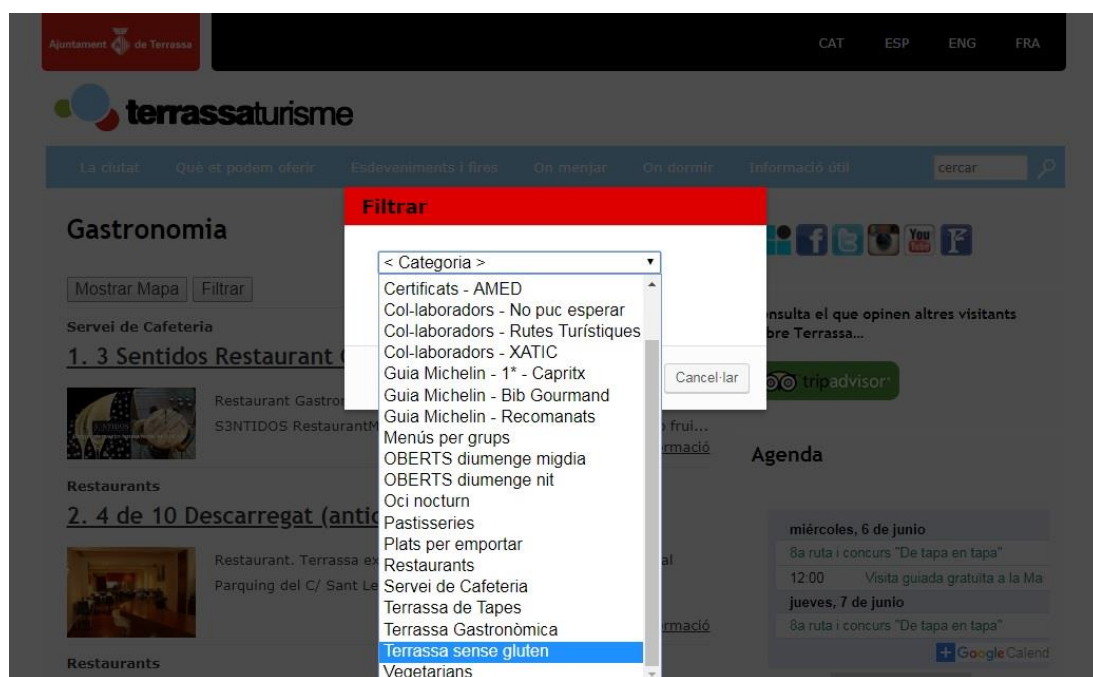
La creació de la marca «Blanes Gluten Free» es basa sobre l'oportunitat de mercat que genera l'actual manca d'oferta específica encarada cap al segment dels celíacs, constituint un clar avantatge competitiu pels locals i establiments del municipi que s'apunten a aquest projecte, ja que des de l'associació de celíacs de Catalunya es calcula que un 10% de la població es veu afectada pel consum de gluten. Aquest segment no només inclou a aquelles persones intolerants al gluten, sinó també als seus acompanyants.

Terrassa és un altre municipi català que recentment ha optat per reorientar part de la seva oferta cap al segment celíac. El projecte està dirigit per una comissió formada per la Farmàcia Montse Balasch, el Gremi d'Hostaleria de Terrassa i comarca, l'Associació de Celíacs de Catalunya i els Serveis de Comerç, Hostaleria i Turisme de l'Ajuntament de Terrassa. El principal objectiu és aconseguir una oferta gastronòmica accessible tant pels visitants com per la gent local amb intolerància permanent al gluten¹⁹. Així doncs, a la pàgina web de turisme de Terrassa es poden filtrar els establiments per si tenen o no oferta sense gluten.

¹⁸ Web Ajuntament de Blanes: <http://www.blanes.cat/docweb/2017-05-23-free>

¹⁹ Diàri Nació Digital: <https://www.naciodigital.cat/latorredelpalau/noticia/52803/terrassa/visibilitza/oferta/gastronomica/apte/celiacs>

Fig. 5: Captura de pantalla de la web de turisme del municipi de Terrassa



Font: <http://visitaterrassa.cat/es/>

Quadre resum

Madrid
Des de la pàgina de turisme de la ciutat hi ha un enllaç que porta a una web a part orientada a l'oferta sense gluten de Madrid. En aquesta web s'hi pot trobar un llistat dels locals i establiments que ofereixen productes sense gluten.
Gijón
A la pròpia pàgina web de turisme de Gijón s'hi inclou un apartat enfocat al segment celíac que pugui visitar el municipi. En aquest s'hi identifica un llistat amb els establiments sense gluten, a més a més, classificats segons el volum d'oferta sense gluten que posseeixen.
Cangas del narcea (Cangas Sin Gluten)
Aquest municipi ha creat una nova marca orientada al turisme per celíacs: <i>Cangas Sin Gluten</i> . Aquesta presenta una pàgina web a part de la web de turisme del municipi.
Blanes (Blanes Gluten Free)
El municipi està realitzant els primers passos per la creació d'una nova marca turística: Blanes Gluten Free. Tot i que s'estan duent a terme diverses accions de conscienciació, encara és necessari que bona part dels establiments se certifiquin en aquest camp.
Terrassa
En la mateixa pàgina web de turisme de Terrassa hi ha l'opció de filtrar els diferents establiments de restauració del municipi segons si presenten o no oferta sense gluten.

4. EL TURISME PER A CELÍACS A LA COSTA DAURADA

La Costa Daurada integra una oferta turística molt diversa, la qual engloba des d'activitats culturals i el patrimoni històric fins a una àmplia oferta comercial i de restauració. Pel que fa a la gastronomia, se'n destaquen algunes elaboracions típiques de cada regió: a l'Alt camp la calçotada, al Penedès la xatonada, a Tarragona i la Costa Daurada Central els plats típic es basen en el peix i el marisc del Mediterrani, i al Priorat resalta la seva tradició vinícola.

En conjunt, la Costa Daurada engloba sis Denominacions d'origen vinícoles: DOQ Priorat, DO Montsant, DO Conca de Barberà, DO Tarragona, DO Penedès i DO Cava.

Així doncs, actualment la gastronomia i l'enoturisme es posicionen com uns dels principals segments en creixement en aquesta regió. Aquest fet es dona gràcies a l'àmplia oferta de productes locals de qualitat, juntament amb la qualitat del servei i de les instal·lacions, primordialment orientats a l'activitat turística²⁰.

El 2017 ha suposat per a la Costa Daurada l'any en que s'ha batut el rècord de pernoctacions, superant així les xifres del 2006. Per a finals de temporada es van registrar més de 20 milions de pernoctacions en el conjunt de tota la Costa Daurada, i gairebé 6 milions de visitants²¹.

Evidentment, aquest increment de visitants presenta una repercussió positiva sobre els negocis turístics, dins dels quals s'hi inclouen els establiments de restauració.

4.1. El turisme gastronòmic a la Costa Daurada

Actualment, el turisme gastronòmic és un dels segments amb més potencial de creixement i desenvolupament a Espanya. Aquesta tipologia turística no és exclusiva de professionals i experts en gastronomia, sinó que s'ha detectat un interès creixent per part del turista «general» en la realització d'activitats vinculades a la gastronomia durant els seus viatges²².

Els beneficis que proporciona aquesta modalitat turística sobre el territori receptor són principalment tres: en primer lloc, genera un gran impacte econòmic a la destinació degut a que es basa sobre un producte amb un alt valor afegit, en segon lloc, la gastronomia ajuda a definir la imatge de la destinació i actua com a element

²⁰ Club Turisme Gastronòmic: <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2013/05/Gastronomia-CAT-def.pdf>

²¹ Notícies Tarragona: <http://www.noticiestgn.cat/2017/11/17/la-costa-daurada-supera-el-record-de-pernoctacions-turistiques/>

²² Pàgina web d'Hosteltur: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/019611_un-nuevo-estudio-caracterizara-el-perfil-del-turista-gastronomico.html

diferenciador de la competència, en tercer lloc, ofereix oportunitats de dinamització per a les zones rurals i agrícoles, ja que genera inversions i oferta de llocs de treball²³.

Segons un estudi de la *World Food Travel Association* (WFTA), per l'any 2013 el 30% dels turistes internacionals elegien la destinació en funció de l'oferta d'activitats relacionades amb la gastronomia, buscant experiències en bars i restaurants locals, festivals de productes típics o mercats agroalimentaris, entre d'altres²⁴.

4.1.1. Principals destinacions

Els tres municipis de la Costa Daurada Central (Salou, Cambrils i Vila-Seca) han iniciat en els darrers anys accions orientades a fomentar aquesta tipologia de turisme com a mitjà desestacionalitzador de la demanda. Cambrils ha aconseguit posicionar-se com la capital gastronòmica de la Costa Daurada, amb una gran importància dels productes procedents del mar lligats a la influència del seu port pesquer.

En aquest municipi s'organitzen congressos i jornades específiques amb l'objectiu de promocionar productes concrets de la zona, com ara el peix i marisc. D'altra banda, s'han introduït noves jornades gastronòmiques centrades en productes hortofructícoles, com la carxofa o l'oli d'oliva verge DOP Siurana, per potenciar d'aquesta manera les terres de l'interior de la Costa Daurada²⁵.

Salou ha començat a interessar-se per noves formes de turisme alternatives al producte típic del “sol i platja” cercant en elles aquest element desestacionalitzador de la demanda i, d'altra banda, aconseguir difondre una imatge del municipi més àmplia.

Així doncs, en els darrers anys des de l'organisme de promoció de la ciutat s'ha motivat la realització de jornades gastronòmiques, les més importants són la Fira Sabor Salou i la ruta de tapes Gastrotour. A més a més, s'ha intentat incentivar els establiments de restauració per a que facin la seva aportació a l'hora de la creació d'aquesta nova imatge, principalment es busca l'oferta d'experiències culinàries innovadores, com per exemple el “table mapping” al restaurant Cook&Travel.

Vila-Seca, tot i trobar-se per darrere dels altres dos municipis pel que fa a l'oferta gastronòmica, també ha iniciat accions per orientar-se a aquest tipus de turisme. En concret ressalta el “TASTVM Vila-Seca”, orientat a promoure els vins i gastronomia de la zona i deslocalitzar els fluxos turístics que es troben concentrats a La Pineda cap a la zona interior del municipi²⁶.

²³ Blog Aprende de Turismo: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>

²⁴ Pàgina web de Diario de Gastronomía: <http://diariodegastronomia.com/perfil-del-turista-internacional-aficionado-a-la-gastronomia/>

²⁵ Pàgina web de Turisme de Cambrils: <http://www.cambrils.cat/turisme/vacanes-a-cambrils/gastronomia/agenda-gastronomica-de-cambrils>

²⁶ Diari Notícies de Tarragona: <http://www.noticiestgn.cat/2017/07/07/turisme-gastronomic-a-la-costa-aurada-una-mostra-de-la-cuina-local-al-mon/>

Però a banda d'aquests tres municipis de la Costa Daurada Central, altres localitats també han apostat per una orientació gastronòmica de la seva activitat turística. L'Ametlla de Mar destaca pel seu Club de Gastronomia: col·lectiu format per restaurants, productors i elaboradors que, amb el suport de la confraria de pescadors, han optat per oferir una imatge unificada de la gastronomia local. Així doncs, l'objectiu d'aquesta associació és promoure de forma conjunta els productes de la llotja de l'Ametlla de Mar amb una cuina de proximitat que combina elements de la terra i del mar²⁷.

Els municipis que es veuen més repercutits pels beneficis del turisme gastronòmic són els de l'interior de la Costa Daurada. La gastronomia ha servit a les localitats per atraure fluxos turístics cap a les terres de l'interior, servint-se de l'àmplia tradició vinícola arrelada a la zona i d'altres productes locals, com l'oli d'oliva verge Denominació D'origen Protegida (DOP) en el cas de Siurana.

La comarca del Priorat ha construït la seva imatge turística a partir del reconeixement i la qualitat associada a la seva DO, així doncs, ha optat per orientar-se a l'enoturisme. La principal activitat és la visita a cellers i els tasts de vins. Però, és difícil separar l'oferta de vins de la gastronòmica, ja que es complementen mútuament. Així doncs, bona part d'aquests cellers han optat per incorporar un espai restaurant amb l'objectiu d'oferir un producte complert, compost per: visita al celler i a les vinyes, tast de vins, dinar al restaurant i botiga.

El turisme es viu com una activitat complementària a la producció agrícola, tot i així, en alguns casos s'ha arribat a convertir en la principal font d'ingressos. De moment aquest és un fet puntual però, en el cas que s'estengués aquesta pràctica, podria ocasionar una pèrdua de valor i d'autenticitat per a la marca turística.

4.1.2. Perfil del turista gastronòmic

Tal i com ja s'ha mencionat anteriorment, el turista gastronòmic va molt més enllà del professional i expert, cada vegada més inclou també el turista que ha incorporat la gastronomia com una activitat més durant el seu viatge però que, de mica en mica, aquesta va prenent més importància.

Tot i així, hi ha un seguit d'elements comuns que uneixen a aquest tipus de turistes i que permeten definir un perfil pel turista gastronòmic. A partir d'un estudi realitzat per la WFTA (World Food Travel Association), els resultats han determinat cinc característiques del turista gastronòmic:

En primer lloc, l'interès pels productes locals i la constant cerca d'experiències culinàries úniques, diferents de les quotidianes.

²⁷ Pàgina web Turisme de l'Ametlla de Mar: <http://www.ametllamar.cat/turisme/ca/turisme/>

Bona part d'aquests turistes acostumen a combinar les activitats relacionades amb la gastronomia amb altres modalitats turístiques, com per exemple activitats de tipus cultural, visita de patrimoni històric o experiències a la natura.

Les opinions i recomanacions de coneguts o els comentaris a les xarxes socials tenen una gran influència a l'hora d'escollir una destinació.

D'altra banda, esdeveniments com ara festivals i jornades gastronòmiques s'han posicionat com una de les principals motivacions per aquest tipus de turista. per la qual cosa, des dels organismes de promoció dels municipis, s'hauria d'aprofitar el potencial que tenen aquells productes típics d'ela zona.

Per últim, aquest tipus de turistes busquen ser educats «gastronòmicament», és a dir, un dels seus objectius principals és aprendre sobre la cultura local i la cuina típica de la destinació²⁸.

El perfil del turista interessat en la gastronomia es compon per persones en una franja d'edat moderadament elevada, així doncs, aproximadament el 60% tenen entre 36 i 55 anys i el 30% més de 55.

El 50% de les vegades acostumen a anar acompanyats de les seves parelles, el 18% correspon a viatges amb amics, i només el 15% es pot associar a un viatge organitzat amb una temàtica gastronòmica.

Generalment, busquen destinacions "autèntiques", és a dir, que ofereixin experiències diferenciades, que aportin un valor afegit i que es basin en la tradició local. De la mateixa manera, estan interessats en conèixer i aprendre sobre aquesta cultura culinària i sobre els productes típics de la terra que visiten.

Un punt a favor d'aquesta modalitat turística és que aquest perfil de viatger acostuma a presentar una despesa superior a la localitat en comparació a altres segments turístics. Però, a la vegada, també és un públic força més exigent pel que fa a la qualitat del producte i del servei i, sobre tot, en relació a la seva originalitat i personalització, ja que busquen experiències noves.

D'altra banda, aquest tipus de turista presenta un alt grau de fidelització en aquells casos en que l'experiència turística ha sigut satisfactòria i ha superat les seves expectatives.

Les rutes gastronòmiques, les classes i tallers de cuina, les degustacions de productes locals, les visites a granges i cellers, els mercats de productes de proximitat, la compra de productes gourmet i l'assistència a esdeveniments i fires gastronòmiques són les activitats que presenten un major èxit i demanda per part del turista gastronòmic. Però, s'ha de tenir en compte l'extrema importància que se li dona a la qualitat del producte i

²⁸ Pàgina web Diario de Gastronomía: <http://diariodegastronomia.com/perfil-del-turista-internacional-aficionado-a-la-gastronomia/>

a la bona organització d'aquestes activitats ja que, sí que és veritat que aquest client està disposat a tenir una despesa major, però només en aquells casos que creu que valen la pena.

Cal destacar la inserció d'un nou perfil dins del turisme gastronòmic, el qual està compost per la generació mil·lènnial. Aquest nou client conforma una demanda diferent a la que s'ha vist fins ara i afecta a tots els segments turístics. Concretament en el sector gastronòmic, aquest nou perfil s'identifica per comprendre una mitjana d'edat significativament més jove, ja que inclou a tots aquells nascuts entre 1985-1995 aproximadament, així doncs, les seves necessitats també són molt diferents²⁹.

4.2. L'oferta específica per a celíacs en tres destinacions gastronòmiques

Pel que fa a l'oferta sense gluten, aquesta pot ser molt variada dins d'una mateixa regió. El turisme és un element amb una gran incidència sobre el tipus d'oferta que es genera en un territori, per tant, diferents modalitats turístiques comporten una demanda molt diversa.

En aquest cas, per tal de poder comparar realitats diferents, s'han escollit els municipis de Valls, Falset i Cambrils per avaluar l'oferta gastronòmica sense gluten i, en conseqüència, la demanda que se'n genera en aquestes tres localitats.

La relació del municipi de Cambrils amb la gastronomia és obvia. Cambrils és considerada la capital gastronòmica de la Costa Daurada per tant, presenta una oferta molt àmplia i variada.

D'altra banda, Valls és la capital de la calçotada, el producte gastronòmic estrella de Catalunya. Tot i que té una temporada molt específica, és un gran element d'atracció per la ciutat i un símbol característic d'aquesta. Però, l'element clau de la calçotada és la salsa, la qual conté gluten. Així doncs, si es vol incorporar el sector celíac a aquesta activitat és estrictament necessari realitzar diverses modificacions i adaptacions a l'hora d'elaborar aquest plat.

Per últim Falset, i en conjunt la comarca del Priorat, és una regió on hi predomina l'activitat enoturística la qual, tot i ser diferent de la gastronòmica, sovint van de la mà ja que una complementa l'altra.

Per tal de fer una aproximació a la realitat de l'oferta gastronòmica sense gluten que presenta la Costa Daurada, s'ha dissenyat una enquesta composta per 18 preguntes, algunes de caràcter obert i altres de resposta tancada. Les primeres cinc preguntes estan orientades a recopilar dades sobre el model d'establiment enquestat i prenen la

²⁹ Blog Aprende de Turismo: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>

funció introductòria. Les següents tres preguntes tenen com a funció identificar el perfil del client habitual de cada establiment.

A partir de la pregunta número nou, el tema es comença a encarar més cap a l'oferta preparada pel col·lectiu celíac. En primer lloc es pregunta si l'establiment en concret presenta o no oferta sense gluten, a partir d'aquesta, si la resposta és negativa es demanden els motius pels quals no s'ofereixen aquest tipus de productes. Si la resposta és positiva, es detalla més sobre el tipus d'oferta sense gluten que presenta el local.

Per últim, des de la pregunta 13 fins a la 18 s'inclouen dins de l'apartat d'identificació de l'estratègia orientada al segment celíac. És a dir, els motius pels quals els diferents establiments ofereixen productes orientats a aquest segment, com identifiquen aquesta oferta i si la utilitzen com a valor afegit per tal de diferenciar-se dels seus competidors.

En conjunt, s'ha respost un total de 61 enquestes, 14 corresponen a establiments de Valls, 9 de Falset i 38 de Cambrils. D'aquesta manera s'ha intentat recollir dades de forma proporcional al volum de locals de restauració de cada municipi.

Les enquestes es van passar pels diferents locals durant el mes d'abril, principalment pels següents dos motius: en primer lloc perquè primer era necessari recopilar informació sobre el fenomen turístic de la gastronomia i del sector celíac, i en segon lloc per tal de trobar en funcionament el major nombre d'establiments possible.

4.2.1. Valls

Valls és la capital de la comarca de l'Alt Camp, situada a la província de Tarragona, Catalunya, i que limita amb la comarca de la Conca de Barberà, l'Anoia, l'Alt Penedès, el Baix Penedès, el Tarragonès i el Baix Camp. La principal activitat econòmica de la comarca és l'agricultura. La indústria es troba concentrada sobretot al voltant de la capital, Valls, la qual es veu reforçada pel complex petroquímic del Tarragonès.

Així doncs, la ciutat de Valls se situa a 19 km de Tarragona i a 215 m sobre el nivell del mar. A més a més, dins del territori municipal també s'hi inclou l'entitat municipal descentralitzada de Picamoixons³⁰.

Per l'any 2017 Valls comptava amb un volum de població de 24.112 habitants, xifra que suposa una densitat de població de 436,2 habitants/km². En comparació, en general la comarca de l'Alt Camp presenta una densitat de població de 81,8 habitants/km².

El PIB per càpita de Valls (2017) és de 30.700€, mentre que el comarcal és de 31.700€, lleugerament superior. Però comparat amb el de Catalunya, contant que aquest fos

³⁰ Web de l'Ajuntament de Valls: <http://www.valls.cat/>

100, el de Valls seria 105,9 així doncs, tal i com es pot observar, el PIB per càpita del municipi de Valls es troba per sobre de la mitjana de Catalunya³¹.

Com a elements d'atracció turística, Valls compta amb diferents festivitats i tradicions força arrelades. El municipi inicia l'any amb la celebració dels Tres Tombs per Sant Antoni Abat, el 17 de gener. Els Tres Tombs de Valls són uns dels més concorreguts de Catalunya degut a l'àmplia col·lecció de carros de treball i la complexitat del seu recorregut pel centre de la ciutat. Així doncs, ha estat declarada Festa Tradicional d'Interès Nacional per part de la Generalitat de Catalunya.

Tot seguit s'inicia la temporada de calçots, la qual s'ha convertit en la temporada alta turística del municipi degut als fluxos que genera el producte gastronòmic de la Calçotada. Valls és considerada la capital de la Calçotada degut a que és un producte propi d'aquest municipi tot i que actualment ha esdevingut un dels àpats nacionals de Catalunya.

La Festa Major de Sant Joan Baptista de Valls, 24 de juny, és considerada el punt d'inici de la temporada de castells, tradició catalana convertida en Patrimoni Immaterial de la Humanitat per la UNESCO l'any 2010 que té el seu origen a la ciutat de Valls. El municipi és considerat el bressol dels castells i al terra de la plaça del Blat s'hi troba una placa que assenyalava el km zero de l'univers casteller. La diada de Santa Úrsula és una de les diades castelleres més importants de tota Catalunya i marca la fi de la temporada castellera.

Pel que fa al volum de l'allotjament turístic, Valls compta amb un total de 2 hotels que, entre els dos, ofereixen 261 places hoteleres (2016), a més a més de 4 cases de turisme rural que sumen 21 places.

A la ciutat de Valls es van enquestar a un total de catorze establiments de restauració per tal d'analitzar-ne la seva oferta sense gluten. D'entre aquests locals, el 28,57% corresponen a bar-restaurants, el 7,14% correspon a restaurants, el 14,29% són hotels, un 35,71% fa referència a cafeteries i el 14,29% restant correspon a altres tipologies de locals. De tots els locals enquestats, el 71,43% no formen part de cap cadena, enfront a un 28,57% que sí que pertany a alguna cadena³².

El principal client dels locals de restauració de Valls és la pròpia població local, seguida de visitants de les comarques veïnes o de la resta de Catalunya, i amb menys proporció s'hi troba el turista procedent de la resta d'Espanya i per últim de l'estranger³³.

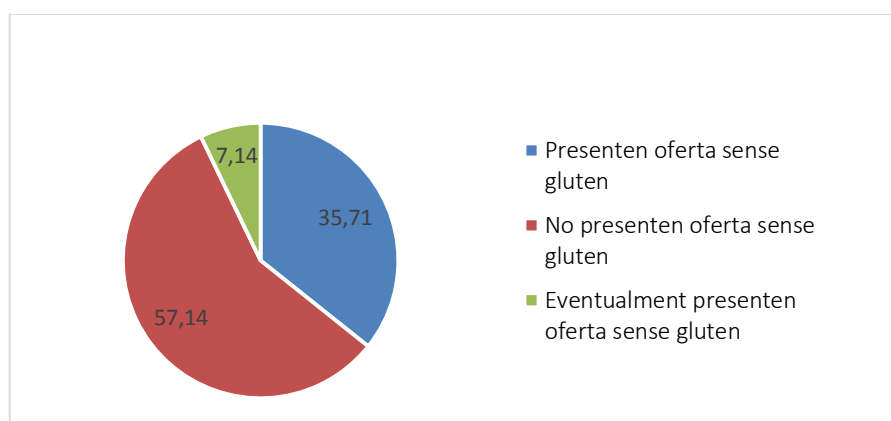
³¹ Institut d'Estadística de Catalunya: <https://www.idescat.cat/>

³² Informació extreta de la pregunta 1 de l'enquesta.

³³ Informació extreta de les preguntes 5 i 6 de l'enquesta.

Únicament el 35,71% dels establiments inclosos en aquest anàlisi presenten oferta sense gluten de forma regular, el 7,14% n'ofereix però només eventualment, mentre que el 57,14% no contemplen l'opció del segment celíac. El principal motiu pel qual més de la meitat dels locals de restauració de Valls no ofereixen productes sense gluten és perquè no s'ha detectat una demanda prou important com per prendre-ho en consideració, d'altra banda, prop del 17% dels locals que han confirmat que no presenten oferta sense gluten han afirmat que mai s'ho havien plantejat.³⁴

Fig. 6: Establiments amb oferta sense gluten a Valls (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 9 de l'enquesta

D'altra banda, dels establiments que sí que presenten oferta sense gluten, en el 83,33% dels casos no fa falta cap tipus de reserva prèvia, simplement anunciar-ho en el moment. El 16,67% restant correspon a locals que sí que requereixen que es reservi amb antelació en el cas que un dels comensals no pugui ingerir gluten, a més a més, aquests coincideixen amb els establiments que ofereixen productes sense gluten però només de forma eventual³⁵.

Dels establiments amb oferta sense gluten només el 20% tenen plats de la carta aptes per celíacs, el 80% restant en que fan és adaptar la seva oferta habitual als requeriments especials del col·lectiu, motiu pel qual no poden oferir tots els productes que podria consumir un altre client. Així doncs, en general l'oferta és força limitada. A més a més, cap dels locals enquestats ofereix un menú especial per celíacs ni tampoc presenten plats adaptats expressament per aquest col·lectiu al menú diari genèric³⁶.

Pel que fa a les motivacions que han impulsat a aquests locals a oferir opcions sense gluten no són gaire diverses en el cas de Valls, dels enquestats un únic establiment ha dit que la seva oferta sense gluten es deu a que estan sensibilitzats amb el tema, ja que una persona propera és celíaca i ho fan com una manera d'oferir un servei als clients.

³⁴ Informació extreta de les preguntes 9 i 10 de l'enquesta.

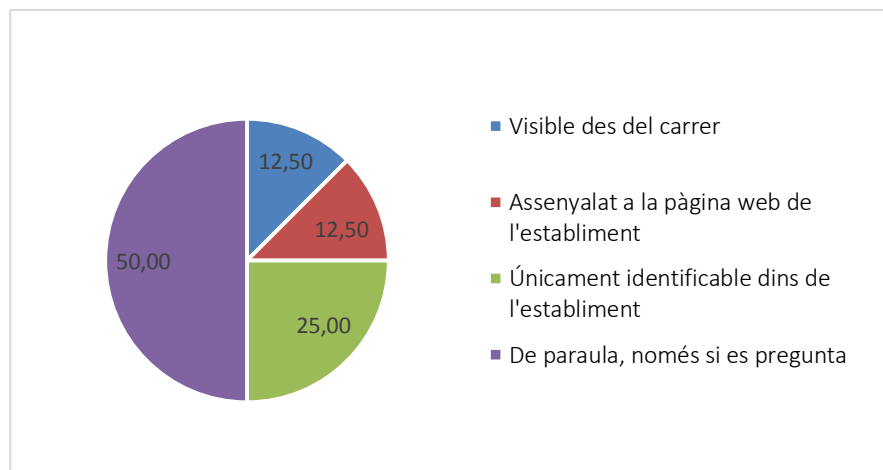
³⁵ Informació extreta de la pregunta 11 de l'enquesta.

³⁶ Informació extreta de la pregunta 12 de l'enquesta.

Un segon local ha detallat que presenta oferta sense gluten perquè li suposa un avantatge competitiu respecte d'altres establiments similars que no n'ofereixen pas. Però tota la resta han assegurat que presenten oferta lliure de gluten degut a que la naturalesa dels productes amb els que treballen habitualment ja estan exempts de gluten³⁷.

La meitat dels establiments que sí que tenen oferta sense gluten no la identifiquen, ni amb un símbol ni tipogràficament, per la qual cosa no s'està utilitzant com un avantatge competitiu ni un element per diferenciar-se de la competència. I per tant, aquesta oferta tampoc és visible des del carrer pells possibles consumidors interessats. Només un dels locals enquestats fa visible la seva oferta apta per celíacs des de l'exterior (aquest coincideix amb el local més conscienciat i sensibilitzat amb el tema)³⁸.

Fig. 7: Visibilitat dels establiments amb oferta sense gluten de Valls (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 15 de l'enquesta

En cap cas s'ha hagut de realitzar una gran inversió prèvia per tal d'adequar la cuina o el local en sí a l'oferta sense gluten i només la meitat dels establiments han assegurat que s'han hagut d'introduir canvis en la rutina i en el mètode de procedir en el dia a dia per tal de poder assegurar que la seva oferta és apta per celíacs. Cal tenir en compte que el 50% és una xifra molt baixa tenint en compte els riscos que pot comportar per la salut del col·lectiu celíac³⁹.

³⁷ Informació extreta de la pregunta 13 de l'enquesta.

³⁸ Informació extreta de les preguntes 14 i 15 de l'enquesta.

³⁹ Informació extreta de les preguntes 16 i 17 de l'enquesta.

Finalment, el 92,86% dels establiments que van participar en l'enquesta han conclòs que no veuen possible dur a terme una acció conjunta dels diferents locals de restauració de la ciutat de Valls per tal de convertir l'oferta sense gluten en un element d'atracció de visitants pel municipi⁴⁰.

4.2.2. Falset

Falset és la capital de la comarca del Priorat, situada a cavall entre el Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre, limita amb les comarques del Baix Camp, la Ribera d'Ebre, les Garrigues i la Conca de Barberà. Aquesta regió presenta un relleu força accidentat, rodejada per diverses serralades, de les quals en destaquen la Serra del Montsant i les Muntanyes de Prades⁴¹.

La capital es troba situada a aproximadament 30 minuts de la ciutat de Reus i a 40 minuts de Tarragona i és el municipi amb el major nombre d'habitants (aproximadament 2.820 habitants el 2017) i agrupació de comerços i serveis de la comarca. Així doncs, la densitat de població del municipi en comparació a la de la comarca és força superior: 89,2 habitants/km² i 18,7 habitants/km² respectivament.

Pel que fa al PIB per càpita de Falset, aquest ascendeix a una xifra de 32.400€, mentre que a nivell de comarca el priorat presenta un PIB per càpita de 19.100€. Pel que fa si el comparem amb la mitjana catalana, si Catalunya representa el 100, el municipi de Falset es trobaria en el 111,8, força per sobre⁴².

El municipi presenta un centre històric força conservat i d'un gran atractiu, on hi destaquen l'església parroquial de Santa Maria i el castell de Falset (conegut com a Malanyet) a més a més de la plaça de la Quartera, lloc on se situa l'Ajuntament. Es conserven també alguns trams de l'antiga muralla medieval i el Portal del Bou, l'últim que queda dels cinc que hi havia hagut en el seu temps.

També s'ha de destacar el valor de la Plaça d'Àngel Marquès, coneguda com a plaça Vella, aquest valor és més simbòlic que no pas arquitectònic, ja que és la plaça on es va celebrar l'última execució pública amb el garrot vil de Catalunya, l'any 1892.

Falset també compta amb un petit barri jueu, tot i que aquest ha patit diverses remodelacions urbanes durant l'edat moderna, fet que ha provocat la casi total destrucció d'aquest.

El municipi de Falset té 2 hotels que, en conjunt, ofereixen 40 places hoteleres i 3 cases de turisme rural que sumen 28 places en total.

⁴⁰ Informació extreta de la pregunta 18 de l'enquesta.

⁴¹ Web de l'Ajuntament de Falset: <http://www.falset.org>

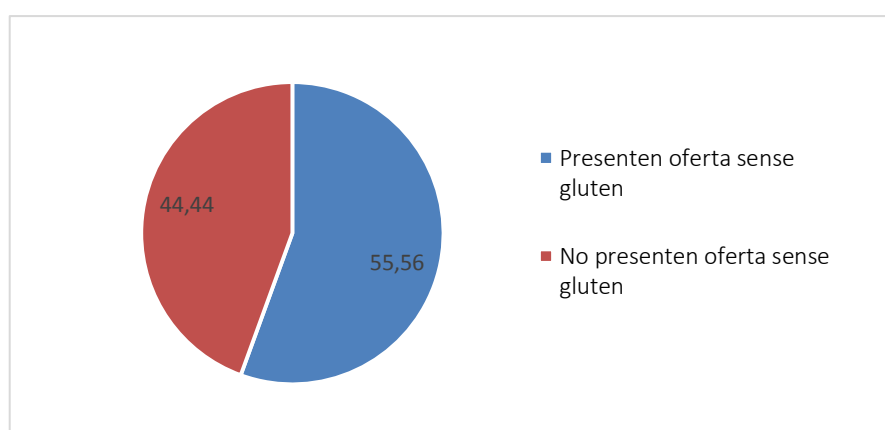
⁴² Institut d'Estadística de Catalunya: <https://www.idescat.cat/>

Són 9 el total d'establiments de restauració que han sigut enquestats en el municipi de Falset, dels quals l'11% correspon a la categoria de bars, el 44% bar-restaurants, l'11% restaurants, el 22% són hotels i l'11% cafeteries. Tots ells són locals independents, cap pertany a una cadena⁴³.

En el 70% dels casos, el principal client és el local del propi municipi, mentre que l'altre 30% restant ha respost que el seu client més nombrós és el visitant de cap de setmana, procedent majoritàriament de la resta de Catalunya o de l'estranger. El tipus de cuina de la majoria dels establiments és mediterrània i tapes, en alguns casos s'ofereixen totes dues⁴⁴.

El resultat que se n'extreu de les enquestes realitzades a Falset és que el 55,56% dels establiments analitzats presenten algun tipus d'oferta sense gluten, enfront a un 44,44% que no. El motiu principal pel qual no s'ofereixen productes sense gluten segons els establiments enquestats és la falta d'una demanda prou important (75%), i en segon lloc, representant el 25% restant, és perquè mai s'ha plantejat la qüestió en el negoci⁴⁵.

Fig. 8: Establiments amb oferta sense gluten a Falset (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 9 de l'enquesta

Dins del 55,56% corresponent als locals que sí que presenten oferta sense gluten, en el 80% dels casos no és necessari reservar i informar l'establiment prèviament de la condició especial d'algun dels comensals. Només en el 20% dels establiments es demana que en el cas d'haver-hi una persona amb una dieta sense gluten es comuniqui amb anterioritat, amb l'objectiu de poder preparar la cuina i convertir-la en apta per celíacs⁴⁶.

⁴³ Informació extreta de la pregunta 1 de l'enquesta.

⁴⁴ Informació extreta de les preguntes 5, 6 i 7 de l'enquesta.

⁴⁵ Informació extreta de les preguntes 9 i 10 de l'enquesta.

⁴⁶ Informació extreta de la pregunta 11 de l'enquesta.

Cap dels establiments enquestats posseeix un menú específic per celíacs, ni diari ni de cap de setmana. El 42,86% dels establiments només presenten opcions sense gluten a la carta general, d'altra banda, el 28,57% presenten opcions sense gluten dins del menú general que ofereix i, finalment, el 28,57% restant ofereix altres opcions, com ara adaptar alguns dels plats de la seva oferta regular a la demanda sense gluten però en cap cas mostren una oferta específica per aquest segment de mercat⁴⁷.

Les motivacions dels diferents establiments a l'hora de mantenir l'oferta sense gluten a Falset és força igualada entre tres motius: per una banda perquè els establiments estan sensibilitzats amb el tema, en segon lloc perquè s'ha detectat una demanda creixent en el municipi i, en tercer lloc, per altres motius com per exemple que la pròpia oferta gastronòmica del local ja està lliure de gluten de per sí. Però en cap cas s'ha marcat l'opció de que suposa un avantatge competitiu⁴⁸.

En canvi, a la última pregunta de l'enquesta referent a si es creu possible que una acció conjunta dels diferents establiments per convertir el municipi en una destinació sense gluten podria desembocar en un factor d'atracció de visitants, el 55,56% dels locals enquestats han respost afirmativament i el 45,44% no ho creuen possible, però aquests percentatges no es corresponen al 100% amb la divisió creada segons l'oferta de productes sense gluten. Per tant, alguns dels locals amb oferta per celíacs no veuen factible aquesta possibilitat i al revés, altres dels establiments sense oferta apta per celíacs si que creuen que podria ser una opció viable⁴⁹.

Tot i que més de la meitat dels locals presenten productes sense gluten, el 80% d'aquests no ho indiquen de cap manera i tampoc és visible en cap lloc de l'establiment. Així doncs, només el 20% de l'oferta sense gluten està marcada amb un símbol i és visible dins dels establiments, en cap cas està senyalitzada a la pàgina web o a fora al carrer⁵⁰.

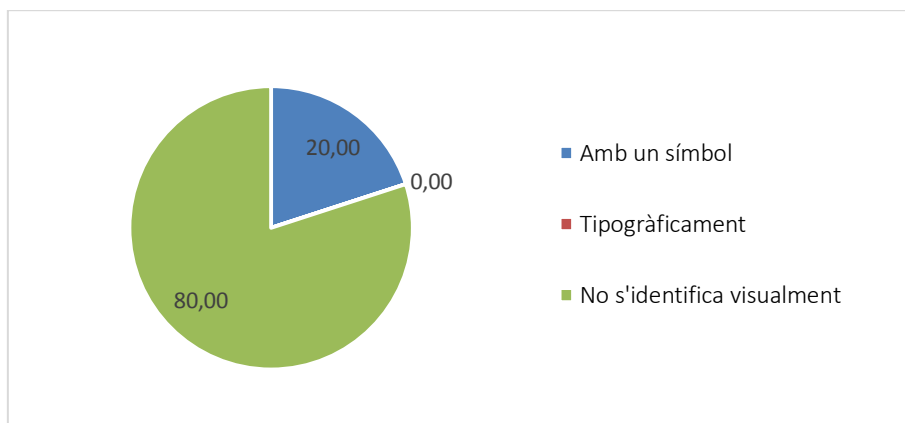
⁴⁷ Informació extreta de la pregunta 12 de l'enquesta.

⁴⁸ Informació extreta de la pregunta 13 de l'enquesta.

⁴⁹ Informació extreta de la pregunta 18 de l'enquesta.

⁵⁰ Informació extreta de les preguntes 14 i 15 de l'enquesta.

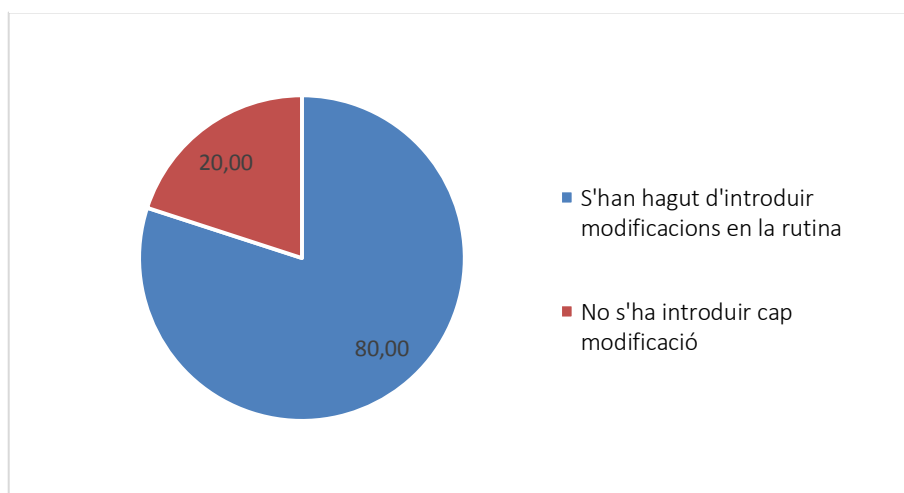
Fig. 9: Mode de senyalització de l'oferta sense gluten als establiments de Falset (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 14 de l'enquesta

Tots els locals enquestats han negat que hagin hagut de realitzar una inversió prèvia per tal de poder adequar l'establiment a l'oferta sense gluten, tot i que en el 80% dels casos sí que s'han hagut d'introduir modificacions i precaucions en la rutina diària.

Fig. 10: Establiments de Falset que han hagut d'introduir modificacions per adaptar-se a l'oferta sense gluten (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 17 de l'enquesta

4.2.3. Cambrils

Cambrils és un municipi coster que pertany a la comarca del Baix Camp, la capital de la qual és Reus, que es troba al sud-oest del Camp de Tarragona. Cambrils presenta dos nuclis clars: per un costat es troba la vila en sí, i per l'altra la zona del port. Tot o així, gràcies al creixement urbà de les darreres dècades, aquests dos espais es troben completament integrats i comunicats⁵¹.

Per l'any 2017, Cambrils comptava amb aproximadament uns 32.855 habitants i una densitat de població de 933,1 habitants/km². En canvi, a nivell comarcal aquesta xifra és força més baixa: 268,9 habitants/km².

Cambrils té un PIB per càpita de 15.000€ (xifres de l'any 2017), però la comarca del Baix Camp en general presenta una mitjana de 22.900€, força més elevat que el municipi de referència. I si es compara amb el conjunt de Catalunya, representant aquest el 100, el municipi de Cambrils seria tan sols un 51,6.

Tradicionalment, la principal activitat econòmica dominant en el municipi era la pesca i l'agricultura, però actualment aquesta posició ha estat ocupada pel sector dels serveis, especialment per aquelles activitats relacionades amb el turisme.

Cambrils és considerada com la Capital Gastronòmica de la Costa Daurada amb un tipus de cuina més aviat tradicional i pesquera que compta amb productes de qualitat i proximitat, tant derivats del mar com de la terra.

Cambrils compta amb un total de 25 hotels i 8.119 places hoteleres disponibles, però només presenta una única casa de turisme rural, amb 14 places. Gairebé igualant el número de places hoteleres, els 5 càmpings de Cambrils ofereixen un total de 7.086 places (2016)⁵².

Al municipi de Cambrils s'han enquestat un total de 38 locals de restauració, d'entre els quals el 23,68% són bar-restaurants, el 39,47% són restaurants, el 23,68% hotels, i el 13,16% restant correspon a la categoria "altres" que, en aquest cas han sigut geladeries⁵³.

El 86,84% dels locals no formen part de cap cadena, és a dir, són independents, mentre que el 13,16% sí que correspon a locals que s'insereixen en el model de la cadena que ens representa i que per tant segueixen les seves directrius⁵⁴.

⁵¹ Web de l'Ajuntament de Cambrils: <http://www.cambrils.cat/>

⁵² Institut d'Estadística de Catalunya: <https://www.idescat.cat/>

⁵³ Informació extreta de la pregunta 1 de l'enquesta.

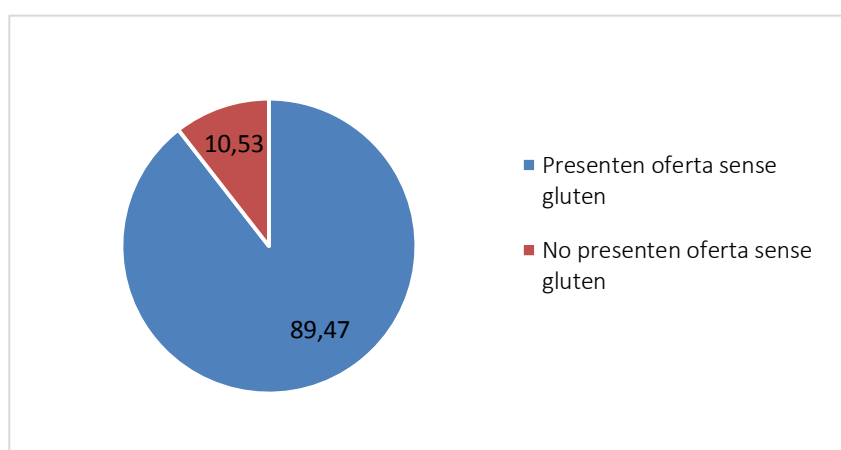
⁵⁴ Informació extreta de la pregunta 2 de l'enquesta.

En la seva majoria han establert com a principal client el turista català (30,34%) i l'estranger (29,66%), en tercer lloc es troba el procedent de la resta d'Estat el qual correspon al 22,30% i per últim el local, que tan sols representa el 12,64% tot i ser el client habitual en la temporada baixa a l'hivern⁵⁵.

El tipus de cuina és majoritàriament mediterrània (76,74%), més concretament, basada en el peix i el marisc, en segon lloc tenim l'opció "d'altres" que correspon a l'11,63% dels establiments enquestats, dins d'aquest percentatge s'hi troben bàsicament les geladeries ja que el producte que ofereixen no podria incloure's dins de cap altra categoria prèviament establerta en l'enquesta⁵⁶.

El 89,47% dels establiments de Cambrils participants en l'enquesta han assegurat que dins de la seva oferta regular s'hi inclouen opcions sense gluten, vers a un 10,53% de locals que no presenten oferta sense gluten. En tots els casos, el motiu pel qual no s'adapta l'oferta al col·lectiu celíac és perquè no compensen els costos amb els beneficis⁵⁷.

Fig. 11: Establiments amb oferta sense gluten a Cambrils (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 9 de l'enquesta

D'entre els locals que sí que presenten opcions sense gluten, el 94,12% no requereixen cap tipus de reserva prèvia, mentre que el 5,88% sí. Tot i aquesta alta proporció d'establiments amb plats sense gluten, cap d'ells presenten un menú específic sense gluten, això sí, el 19,05% mostren opcions sense gluten en el menú general, el 52,38% tenen plats que no contenen gluten a la carta del local i el 28,57% restant presenten altres opcions, com ara adaptar els plats a les necessitats específiques del client⁵⁸.

⁵⁵ Informació extreta de les preguntes 5 i 6 de l'enquesta.

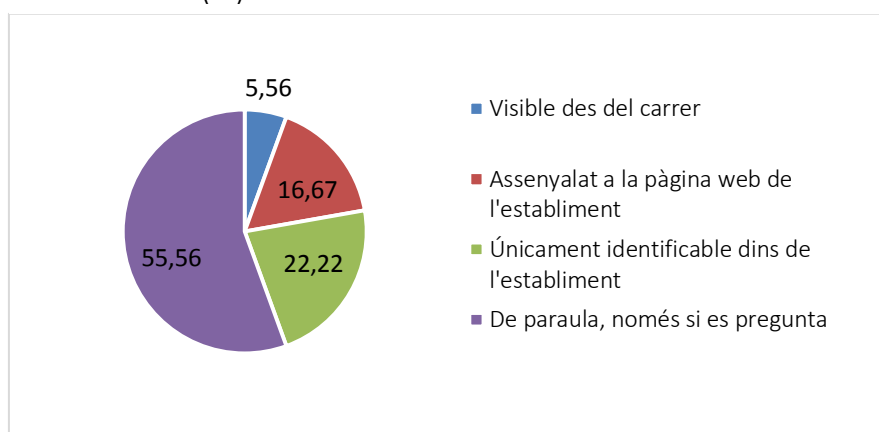
⁵⁶ Informació extreta de les preguntes 7 i 8 de l'enquesta.

⁵⁷ Informació extreta de les preguntes 9 i 10 de l'enquesta.

⁵⁸ Informació extreta de les preguntes 11 i 12 de l'enquesta.

Els motius pels quals els diversos establiments s'han decantat a adaptar la seva oferta per tal de poder acollir també al col·lectiu celíac són diversos. El 20% dels locals estan sensibilitzats amb el tema, ja sigui perquè tenen alguna persona propera celíaca o per la voluntat de voler oferir un servei per a tothom. El 40% és degut a que han detectat un augment de la demanda de plats sense gluten i per tant s'han adaptat a ella. El 31,11% ho han detectat com un avantatge competitiu, i el 8,89% han donat altres motius, com ara que la seva oferta ja de per sí no conté gluten⁵⁹.

Fig. 13: Visibilitat dels establiments amb oferta sense gluten de Cambrils (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 15 de l'enquesta

Tot i així només el 32,35% dels establiments diferencien la seva oferta sense gluten amb un símbol per identificar-la, el 67,65% no la senyalitzen de cap forma, simplement ho transmeten de veu si el client ho sol·licita⁶⁰.

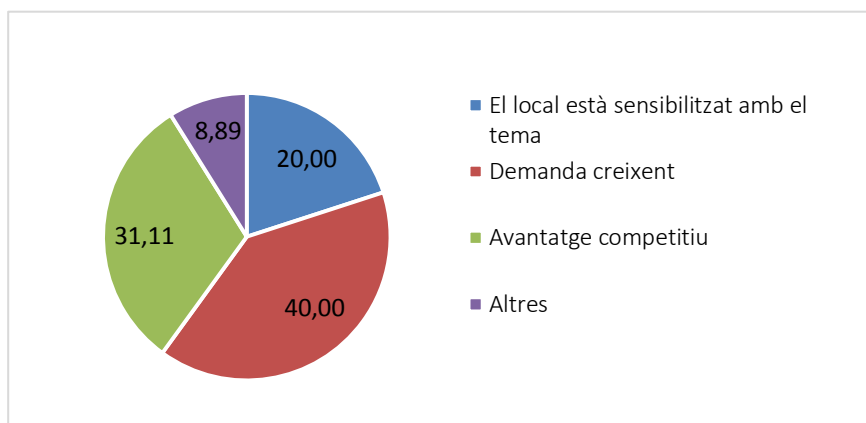
En el 5,56% dels casos l'oferta sense gluten de l'establiment és visible des del carrer, i el 16,67% dels establiments ho tenen identificat a la seva pàgina web. El 22,22% dels locals només identifiquen la seva oferta lliure de gluten dins del propi establiment, majoritàriament mitjançant un cartell on s'especifica que el local presenta aquest tipus d'oferta. Tot i així, el 55,56% dels establiments no ho marquen enlloc⁶¹.

⁵⁹ Informació extreta de la pregunta 13 de l'enquesta.

⁶⁰ Informació extreta de la pregunta 14 de l'enquesta.

⁶¹ Informació extreta de la pregunta 15 de l'enquesta.

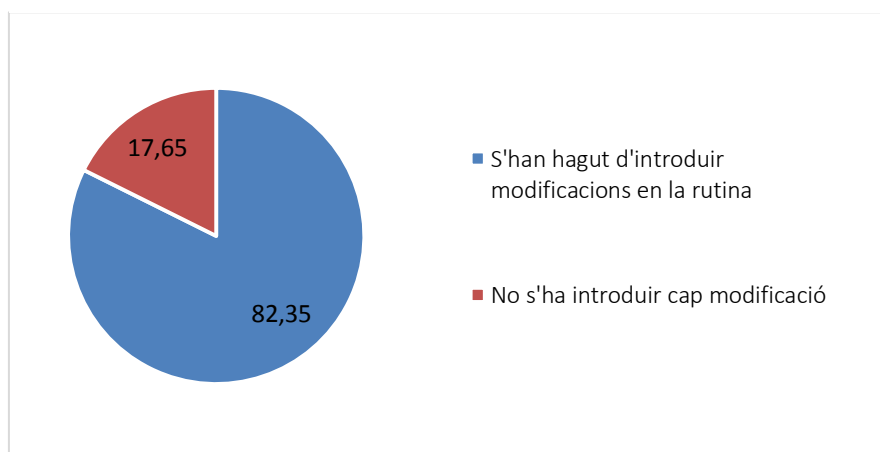
Fig. 12: Principals motius pels quals els establiments de Cambrils presenten oferta sense gluten (%)



Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 13 de l'enquesta

El 82,35% dels locals han assegurat que han hagut d'introduir centres modificacions en la seva rutina diària per tal de poder adequar la seva oferta i garantir que està lliure de gluten, mentre que el 17,65% han respost conforme a que no han hagut de variar res⁶².

Fig. 14: Establiments de Cambrils que han hagut d'introduir modificacions per adaptar-se a l'oferta sense gluten (%)



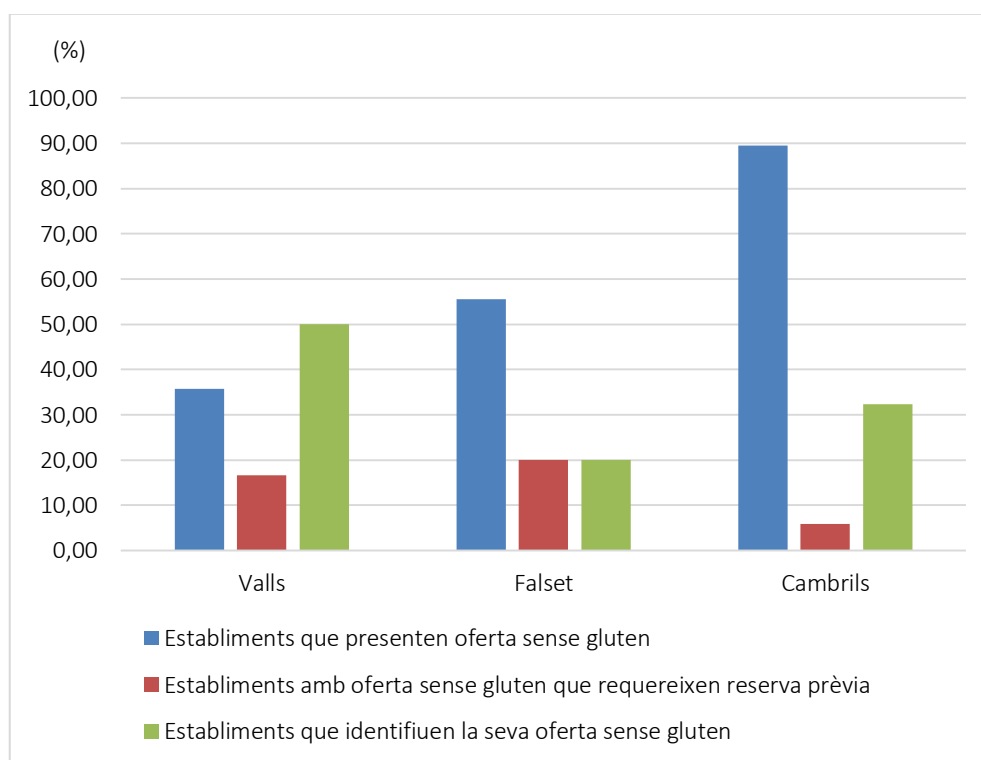
Font: Elaboració pròpia a partir de la pregunta 17 de l'enquesta

Finalment, en relació a l'efectivitat d'una possible acció conjunta dels diferents locals per ampliar l'oferta sense gluten de la destinació i així atreure un major volum de visitants interessats en el tema, el 84,21% dels establiments enquestats han contestat afirmativament, en front a un 15,79% que no creuen que tingués suficient repercussió⁶³.

⁶² Informació extreta de la pregunta 17 de l'enquesta.

⁶³ Informació extreta de la pregunta 18 de l'enquesta.

Fig. 15: Comparació entre l'oferta sense gluten de Valls, Falset i Cambrils



Font: Elaboració pròpia a partir de les preguntes 9, 11 i 14 de l'enquesta

Cambrils és, sense cap mena de dubte, el municipi que presenta una oferta més preparada per acollir el segment celíac, ja que un gran volum d'establiments s'han decantat per adaptar part de la seva oferta a les necessitats que inevitablement van lligades a aquest col·lectiu.

En canvi, la ciutat de Valls mostra una oferta força limitada pel que fa a aquest aspecte, el nombre d'establiments que presenten una oferta sense gluten (que en cap cas significa estrictament que aquesta sigui 100% segura pel consum per part de persones celíaques) és bastant reduït. Els pocs establiments de Valls que sí que presenten una oferta adaptada als consumidors que han de seguir una dieta lliure de gluten són principalment els hotels i algun restaurant de categoria un tant superior. En el cas dels bars-restaurant que també ofereixen productes sense gluten és degut o bé a que la seva oferta habitual ja no conté gluten de per sí o bé es limiten a prescindir de productes amb gluten quan un client ho sol·licita.

Però aquesta oferta tan limitada pot ser deguda a que els establiments de restauració de Valls tampoc han detectat una demanda de productes sense gluten prou important com perquè els locals vegin aquest segment com una oportunitat.

En el cas de Falset, aquest municipi es troba en una situació intermèdia. Tot i que de forma molt lleugera, més de la meitat dels establiments del municipi presenten dins de la seva oferta productes que no contenen gluten. El Priorat en general és una regió que està en ple procés de desenvolupament turístic, en concret per l'enoturisme. Aquest sector es caracteritza per atreure un determinat perfil de client, amb uns ingressos mitjans i unes expectatives més altes que en altres segments, que inevitablement comporta una alta exigència gastronòmica.

En aquest context, la regió pot veure's interessada en obrir-se a nous segments compatibles amb el seu producte estrella. Per tant, l'augment de l'oferta sense gluten suposa una oportunitat en el sentit que la zona cada vegada està més preparada per acollir a turistes i visitants que han de seguir una dieta estricta sense gluten però, que poden estar interessats en l'activitat vinícola i l'experiència gastronòmica.

De forma general, els locals dels tres municipis que presenten productes sense gluten no requereixen de reserva prèvia per tal de poder disposar de la seva oferta apta per celíacs. Tot i així, si que es pot observar una lleugera diferència entre els tres indrets analitzats.

Cambrils és la població amb un menor nombre d'establiments que requereixen de reserva prèvia per tal de poder oferir àpats sense gluten, ja que al tractar-se d'un municipi molt més turístic que els altres dos, els seus locals estan molt més adaptats i preparats per rebre diferents perfils de client en qualsevol moment.

En segon lloc se situa Valls, el motiu d'aquesta posició no és perquè la ciutat estigui més preparada per rebre el visitant o turista celíac, sinó perquè la majoria dels locals que presenten oferta sense gluten es deu a que els seus productes habituals ja no en contenen de per sí.

Pel que fa al cas de Falset, aquest és la població en la qual un major nombre d'establiments requereixen de reserva prèvia per tal de poder adaptar la seva oferta a un client celíac o que necessita seguir una dieta lliure de gluten.

Per últim, els resultats obtinguts a partir de la pregunta 14 de l'enquesta són força interessants, ja que Valls apareix com el municipi amb un percentatge més elevat d'establiments que fan visible la seva oferta sense gluten quan anteriorment s'ha vist que precisament és la ciutat amb un menor nombre de locals amb oferta sense gluten. El motiu d'aquestes dades és que, tot i que el nombre de locals aptes per celíacs és baix, en relació, la meitat d'aquests sí que ho identifiquen. En canvi, en els casos de Falset o, sobretot, de Cambrils, al presentar un major volum d'establiments amb oferta sense gluten proporcionalment els que la fan visible són molt menys.

Com a resultat d'aquest anàlisi s'observa com de diferent és l'oferta sense gluten en cada una de les tres destinacions. En primer lloc, Cambrils es presenta com el nucli amb una oferta apta per celíacs més potent i bona part d'aquesta ha sorgit com a conseqüència de que els locals han detectat un augment de la demanda i aquesta els resulta relativament fàcil de satisfer ja que la seva oferta habitual es basa en productes que no porten gluten de per sí. A més a més, el fet que molts locals comptin amb aquest tipus d'oferta ha arrastrat a altres establiments que, en un inici no s'ho plantejaven, hagin hagut d'adaptar la seva oferta per tal de continuar sent competitius.

En segon lloc, Falset es troba en procés de desenvolupar una oferta sense gluten força més potent que la actual, recolzada per una clara orientació a l'enoturisme i a l'experiència gastronòmica de qualitat.

I per últim, Valls és el municipi que presenta una oferta sense gluten més feble, tot i així s'hi pot trobar algun local amb una àmplia carta de productes sense gluten i aptes per celíacs. Tot i així, en general els establiments no presenten gaire interès a oferir aquest servei en el camp de la restauració degut a que no s'ha detectat una demanda prou important d'aquests productes. Però, precisament, aquesta situació podria suposar una oportunitat per aquell local que decidís introduir oferta sense gluten i especialitzar-se en aquest nínxol, amb l'objectiu de diferenciar-se de la competència.

5. CONCLUSIONS

En les darreres dècades, l'activitat turística ha emprès un gran dinamisme i un ràpid creixement dins de les economies de molts països. L'augment d'una demanda molt més individualitzada i personalitzada durant els darrers anys ha fet que l'oferta turística hagi optat per segmentar-se i d'aquesta manera poder satisfer les diferents necessitats dels usuaris.

Com a resultat dels diferents canvis que s'han produït en el comportament dels consumidors han aparegut noves modalitats turístiques molt més específiques i especialitzades, el turisme gastronòmic n'és un exemple.

Cal recordar però que el turisme gastronòmic engloba tot un seguit d'elements a banda del simple fet de menjar, tals com: la cuina, les begudes, els materials o instruments utilitzats en la seva elaboració, l'espai i l'entorn, els aspectes ambientals, històrics i culturals, els ingredients que s'utilitzen i el comportament dels comensals.

A més a més, l'acte de menjar presenta una doble funcionalitat: en primer lloc se situa com una necessitat fisiològica bàsica però, per altra banda, també pot tractar-se d'un element molt important de socialització. Tant l'un com l'altre es realitzen durant la vida quotidiana com fora d'ella, és a dir, no es pot desvincular aquest acte de l'activitat turística.

En aquest context on la gastronomia pren cada vegada més importància dins del turisme, no s'ha d'oblidar que existeixen certs grups de població amb unes necessitats especials en aquest camp. Les persones celíaques, per exemple, no poden consumir gluten, un conjunt de proteïnes que es troben presents en el blat, la civada, l'ordi, el sègol i en tots els productes derivants d'aquests cereals, i en una societat on l'ús de la farina procedent del blat està molt estès aquest fet pot suposar una barrera a l'hora de fer àpats fora de casa.

L'1% de la població mundial pateix de celiaquia, que és com s'anomena a la intolerància permanent al gluten. Aquest és un procés crònic que principalment provoca lesions a l'intestí, tot i que també pot afectar a qualsevol altre òrgan o teixit. Però a banda dels celíacs també hi ha altres casos que requereixen d'una dieta lliure de gluten, aquests són l'al·lèrgia al blat i la intolerància al gluten. Aquests darrers dos grups, tot i no semblar-ho, engloben un volum major de persones que no pas els afectats de celiaquia.

Per tant, els celíacs i persones que no poden consumir gluten poden arribar a formar un nou nínxol en el mercat turística, caracteritzat per aquesta necessitat especial a l'hora de menjar. Així doncs, aquesta podria ser una oportunitat de diferenciació pels diferents negocis ja que convertiria la seva oferta en molt més especialitzada, i un dels elements clau per aquest sector és la fàcil identificació de l'oferta sense gluten.

El segment celíac és encara un nínxol per explorar, tot i així ja han sorgit algunes empreses turístiques interessades en aquest i que han decantat la seva oferta a cobrir les necessitats d'aquest col·lectiu.

En els darrers anys han aparegut algunes agències de viatges online que s'han decantat per planificar "viatges sense gluten". Sí que és un gran pas que una agència estigui especialitzada en organitzar viatges d'aquest tipus, i que pot ser una forma perquè el turista celíac se senti més segur a l'hora de viatjar, però aquest canal requereix de tenir-ho tot planificat i, per tant, deixa poc marge a la improvisació.

Paral·lelament, cada vegada és més comú trobar oferta sense gluten en el sector hotel·ler, sobretot en els hotels de categoria mitjana-alta i alta degut a que la qualitat gastronòmica de l'establiment es posiciona com un element imprescindible per a la satisfacció del client. La FACE (Federació d'Associacions de Celíacs d'Espanya) juga un paper molt important en l'augment de l'oferta de productes sense gluten en el món hotel·ler i a l'hora de regular aquesta mateixa oferta. La seva certificació aporta garantia i seguretat pels consumidors que requereixen seguir una dieta totalment lliure de gluten, a més a més, l'organisme ha posat en marxa diferents programes per tal d'incentivar els establiments a contemplar aquest possible nínxol de mercat.

Pel que fa a l'avenç de l'oferta sense gluten pel conjunt d'una destinació turística, hi ha diversos casos que han decidit millorar la visibilitat d'aquesta oferta i d'altres que el que pretenen és convertir-la en el nucli de la seva imatge turística. Tot i així, aquestes darreres encara es troben en les etapes inicials del que podria arribar a ser una destinació turística sense gluten. L'exemple de *Cangas Sin Gluten* és, ara per ara, la destinació més especialitzada en aquest segment però, aquesta no s'inclou dins de la web de turisme del municipi ni de la regió, fet que dificulta la seva promoció.

A partir dels resultats obtinguts amb les dades procedents de les enquestes realitzades a diversos establiments de Valls, falset i Cambrils, es pot concloure que Cambrils és el municipi amb l'oferta més preparada per acollir a persones turístiques. Aquest resultat era esperable, ja que Cambrils es posiciona com la capital gastronòmica de la Costa daurada i, de les tres, és la població amb un pes turístic més important. Així doncs, quasi un 90% dels establiments de restauració presenten oferta lliure de gluten.

En el cas de Falset, lleugerament per sobre de la meitat dels locals ofereixen possibilitats *gluten free* per aquelles persones que han de seguir una dieta completament lliure de gluten. La regió del Priorat en general es troba en procés de creixement turístic, especialment enfocat en l'activitat enoturística, la qual va estretament lligada a la gastronomia.

D'altra banda, la ciutat de Valls és la que presenta un percentatge més baix d'establiments amb oferta sense gluten. Cal recordar però, que Valls és el municipi menys turístic dels tres analitzats. A partir d'aquest resultat doncs es pot arribar a la conclusió de que el desenvolupament de l'oferta sense gluten va estretament lligat al propi desenvolupament turístic.

En definitiva, s'observa que el segment celíac està força més atès al municipi de Cambrils que no pas a Falset o, especialment, que Valls. Tot i així, no en tots els casos aquesta oferta presenta les garanties necessàries per manca de certificació. D'altra banda, sovint l'oferta sense gluten es limita a aquells productes que per la seva pròpia naturalesa ja no contenen aquesta substància, com per exemple els arrossos de marisc. En canvi, el nombre d'establiments amb una oferta àmplia de productes adaptats per celíacs és bastant més inferior.

Així doncs, bona part de l'oferta sense gluten apareix com a conseqüència d'una demanda procedent del gran volum turístic que, per percentatge de població, fa augmentar el nombre de clients celíacs i pel baix nivell de complicació i inversió que requereix adaptar la seva oferta inicial a aquestes especificacions. Però no s'ha d'oblidar que, evidentment, també existeixen locals molt conscienciats amb les necessitats alimentàries que presenta el col·lectiu celíac, i que per tal de millorar el seu grau de satisfacció i d'oferir un servei complert al client, han ampliat la seva oferta gastronòmica amb productes elaborats especialment sense gluten, com ara pasta, pa o rebosteria a base de farines d'arròs o de cereals lliures de gluten.

En el cas de Cambrils, tot i que el percentatge d'establiments amb oferta és força alt, no s'ha detectat una iniciativa suficient com per poder desenvolupar quelcom semblant a la situació de Cangas del Narcea (*Cangas Sin Gluten*). De totes maneres, sí que de forma generalitzada els establiments estan d'acord amb que una major oferta específica sense gluten podria suposar l'aportació de valor afegit a la destinació.

Pel que fa a Valls, la majoria de locals no veuen possible que una situació com la de Cangas del Narcea es pugui produir a la ciutat, la manca de demanda i d'interès en poden ser les principals causants.

Pel contrari, a Falset s'ha detectat en diversos establiments una iniciativa per satisfer les necessitats d'aquest nínxol de mercat, però aquesta oferta encara es troba en unes fases molt inicials del seu desenvolupament.

6. FONTS I BIBLIOGRAFIA

FONTS

Enquesta d'elaboració pròpia als establiments de Valls, Falset i Cambrils

Agenda gastronòmica de Cambrils 2017. (2018). Recuperat de: <http://www.cambrils.cat/turisme/vacanes-a-cambrils/gastronomia/agenda-gastronomica-de-cambrils>

Ajuntament de Cambrils. (2018). Recuperat de: <http://www.cambrils.cat/>

Ajuntament de Falset - Priorat. (2018). Recuperat de: <http://www.falset.org>

Ajuntament de Valls. (2018). Retrieved from <http://www.valls.cat/>

Associació de Celíacs de Catalunya. (2018). Recuperat de: <https://www.celiacscatalunya.org>

Bàrbara Julbe. (2018). Blanes abre un nuevo mercado turístico como destino sin gluten. Recuperat de: <http://www.lavanguardia.com/local/girona/20170206/414037275207/blanes-restaurantes-comida-sin-gluten-celiacos.html>

Cangas Sin Gluten. (2018). Recuperat de: <https://cangassingluten.com/>

Catalunya és Gastronomia. (2018). Recuperat de: <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2013/05/Gastronomia-CAT-def.pdf>

Catalunya, I. (2018). Idescat. Institut d'Estadística de Catalunya. Pàgina principal. Recuperat de: <https://www.idescat.cat/>

Celíacos Madrid. (2018). Recuperat de: https://www.esmadrid.com/celiacos-madrid?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F

Claves del turismo gastronómico | Aprende de Turismo - Capacitación gratis en turismo. (2018). Recuperat de: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>

Claves del turismo gastronómico | Aprende de Turismo - Capacitación gratis en turismo. (2018). Recuperat de: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-gastronomico/>

Ecom. (2018). Guia de recursos per a la discapacitat. *Ecom.cat*. Recuperat de: http://www.ecom.cat/catala/e91b_guia.php

FACE. Federación de Asociaciones de Celíacos de España. (2018). Recuperat de: <https://www.celiacos.org/>

FACE. (2018) ¿Qué es la Enfermedad Celíaca? *Federación de Asociaciones de Celíacos de España*. Recuperat de: <https://www.celiacos.org/enfermedad-celiaca/ique-es-la-enfermedad-celiaca.html>

Gastronomía, D. (2018). Perfil del turista internacional aficionado a la gastronomía - Diario de Gastronomía: Cocina, vino, gastronomía y recetas gourmet. Recuperat de: <http://diariodegastronomia.com/perfil-del-turista-internacional-aficionado-a-la-gastronomia/>

Gijón/Xixón sin gluten. (2018). Recuperat de: <http://www.gijon.info/page/12292-gijon-xixon-sin-gluten>

Hoteles sin Gluten con menus para Celíacos | Hoteles Servigroup. (2018). Recuperat de: <https://www.servigroup.com/es/hoteles-sin-gluten/>

Mar, P. (2018). Patronat Municipal de Turisme de l'Ametlla de Mar. Recuperat de: <http://www.ametllamar.cat/turisme/ca/turisme/>

Noticia: La marca 'Blanes Gluten Free' comença a agafar embranzida. (2018). Recuperat de: <http://www.blanes.cat/docweb/2017-05-23-free>

NoticiesTGN, R. (2018). La Costa Daurada supera el rècord de pernoctacions turístiques | Notícies TGN - Notícies de Tarragona Diari Digital. Recuperat de: <http://www.noticiestgn.cat/2017/11/17/la-costa-daurada-supera-el-record-de-pernoctacions-turistiques/>

NoticiesTGN, R. (2018). Turisme gastronòmic a la Costa Daurada, una mostra de la cuina local al món | Notícies TGN - Notícies de Tarragona Diari Digital. Recuperat de: <http://www.noticiestgn.cat/2017/07/07/turisme-gastronomic-a-la-costa-daurada-una-mostra-de-la-cuina-local-al-mon/>

Palau, L. (2018). Terrassa visibilitza l'oferta gastronòmica apte per als celíacs. Recuperat de: <https://www.naciodigital.cat/latorredelpalau/noticia/52803/terrassa/visibilitza/oferta/gastronomica/apte/celiacs>

Pautas de seguridad alimentaria en la cocina sin gluten. (2018). Recuperat de: https://www.celiacscatalunya.org/es/pautas_de_seguridad_alimentaria_en_la_cocina_sin_gluten

Un nuevo estudio caracterizará el perfil del turista gastronómico | Notas de prensa en Comunidad Hosteltur. (2018). Recuperat de: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/019611_un-nuevo-estudio-caracterizara-el-perfil-del-turista-gastronomico.html

Viajes sin gluten – Destinos sin gluten. Agencia de viajes especializada en el servicio al celíaco. (2018). Recuperat de: <http://www.destinos-singluten.com/>

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez Pérez, I. (2014). *Plan de viabilidad para abrir un restaurante orientado a celíacos en San Cristóbal de la Laguna*. Universidad de la Laguna. Recuperat de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1196/PLAN%20DE%20VIABILIDAD%20PARA%20ABRIR%20UN%20RESTAURANTE%20ORIENTADO%20A%20CELIACOS%20EN%20SAN%20CRISTOBAL%20DE%20LA%20LAGUNA.pdf;sequence=1>
- Cruciani, T. (2012). *Turismo accesible en Bahía Blanca: celíacos, un segmento a integrar*. Universidad nacional del Sur. Recuperat de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3300>
- García-Nieto, V. M. (2013). Historia de la enfermedad celíaca. *Omnia Science Monographs*, 45–59. Recuperat de: <http://www.omniascience.com/monographs/index.php/monograficos/article/viewFile/163/26>
- Mazón Martínez, T., Colmenares López, M., & Hurtado Sánchez, J. A. (2012). Turismo gastronómico y turismo de masas: la satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 6, 122–141. Recuperat de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/33468>
- Molina Collado, A., Consuegra Navarro, D. M., Esteban Talaya, Á., & Díaz Sánchez, E. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de Análisis Turístico*, 4, 36–48. Recuperat de: <https://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/62>
- Mombelli, V. (2015). *Senza glutine, senza barriere. Esplorazione del mondo gluten-free nel settore turistico, fieristico ed economico*. Università Ca'Foscari Venezia. Recuperat de: <http://dspace.unive.it/handle/10579/6890>
- Rodríguez, C. y Cañulaf, P. (2015). Accesibilidad en la oferta gastronómica de la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro, Argentina. *Turismo Y Sociedad*, XVI, 31–42. Recuperat de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4432>
- Sonaglio, K. (2017). Capítulo 5: Reacciones adversas a los alimentos en el contexto del turismo gastronómico. *Gastronomía Y Turismo. Destinos Con Sal Y Pimienta*, 71-97. Recuperat de: http://www.unirio.br/cch/escoladeturismologia/pasta-virtuais-de-docentes/joice-lavandoski/alimentos-e-bebidas/textos-de-apoio/Destinos_con_sal_y_pimienta_LIVRO_Capitu.pdf

7. ANNEXOS

ANNEX 1. Model d'enquesta

IDENTIFICACIÓ ESTABLIMENT

1. Tipus d'establiment

☐ Bar ☐ Bar-restaurant ☐ Restaurant ☐ Hotel

2. L'establiment forma part d'alguna cadena?

☐ És independent ☐ Forma part d'una cadena

3. Capacitat de l'establiment (nº de clients màxim): _____

4. Data d'inauguració de l'establiment: __ / __ / ____

5. Inicialment, a quin tipus de client estava orientat l'establiment?

☐ Població local ☐ Visitants de cap de setmana ☐ Turistes de temporada alta ☐ Altres

IDENTIFICACIÓ CLIENT ACTUAL

6. Quin és el perfil del client actual? Valorar de l'1 al 5, sent 5 pel client més habitual.

☐ Local ☐ Comarques veïnes ☐ Catalunya ☐ Espanya ☐ Estranger

7. A quin segment de mercat s'orienta principalment l'establiment?

(Marcar tantes opcions com siguin necessàries)

☐ Menjar ràpid ☐ Menú diari econòmic
☐ Esdeveniments i banquets ☐ Tapes
☐ Turisme gastronòmic ☐ Altres:

8. Tipus de cuina

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ Mediterrània | ☐ Mexicana |
| ☐ Italiana | ☐ Tapes |
| ☐ Menjar ràpid | ☐ Cuina experimental |
| ☐ Asiàtica | ☐ Altres: |

IDENTIFICACIÓ DE LA SEGURETAT ALIMENTÀRIA PER A CELÍACS

9. L'establiment presenta oferta sense gluten?

- ☐ Sí ☐ Eventualment ☐ No

10. En cas negatiu, per què no s'ofereixen productes sense gluten?

- ☐ Mai s'ha plantejat la qüestió
- ☐ No hi ha una demanda prou important
- ☐ No compensen els costos amb els beneficis
- ☐ Altres:

11. En cas afirmatiu, el client pot sol·licitar plats especials sense gluten al moment o és indispensable fer reserva prèvia?

- ☐ És possible demanar-ho al moment ☐ Només amb reserva prèvia

12. Existeix un menú especial per celíacs?

- | | |
|--|--|
| ☐ Sí, diari | ☐ Sí, però només al cap de setmana |
| ☐ No, però al menú general hi ha opcions sense gluten | ☐ No, els plats sense gluten només es troben a la carta |
| ☐ Altres: | |

IDENTIFICACIÓ ESTRATÈGIA ORIENTADA AL SEGMENT DELS CELÍACS

13. Si hi ha oferta de plats especials sense gluten, per quin motiu s'ofereixen? (marcar més d'una opció si és necessari)

- ☐ Perquè estem sensibilitzats amb el tema des del començament
- ☐ Perquè hem detectat una demanda creixent d'aquest segment
- ☐ Com a avantatge competitiu respecte d'altres establiments
- ☐ Altres:

14. Els plats que no contenen gluten estan visiblement indicats en el menú o la carta?

- ☐ Sí, mitjançant un símbol
- ☐ Sí, ressaltat tipogràficament
- ☐ No

15. L'establiment utilitza la seva oferta sense gluten per promocionar-se? (Es pot marcar més d'una opció si és necessari)

- ☐ Sí, és visible des del carrer
- ☐ Sí, s'indica a la pàgina web
- ☐ Sí, es troba dins de l'establiment (indicat al menú o a la carta)
- ☐ No, s'ofereixen plats sense gluten però només a petició del client

16. S'ha hagut de fer alguna inversió prèvia per poder oferir aquests productes aptes per celíacs?

17. S'ha hagut de dur a terme alguna modificació en la rutina habitual del restaurant per tal de poder atendre les necessitats d'aquest segment?

Quines?

18. Tant si s'ofereixen o no productes sense gluten, pensen que una acció conjunta dels establiments de la zona per oferir menús aptes per a celíacs podria conferir avantatges de mercat respecte d'altres destinacions?

ANNEX 2. Pautes de seguretat alimentària a la cuina sense gluten

- Adquirir sempre ingredients aptes. Es recomana seguir una dieta equilibrada, que inclogui principalment aliments sense gluten per naturalesa. També es poden incloure aliments específics o elaborats, sempre comprovant la última edició de la Llista d'Aliments Sense Gluten, i tenint en compte les seves actualitzacions corresponents.
- S'ha d'assegurar sempre que els productes han estat ben emmagatzemats i no poden estar contaminats.
- Si l'etiquetatge genera confusió o no es suficientment clar, es recomana no adquirir-los ni consumir-los.
- Sempre s'han de rentar les mans abans de començar la manipulació dels productes.
- El lloc de manipulació dels aliments sense gluten (superfícies de treball) ha d'estar net de possibles residus d'anteriors elaboracions amb aliments amb gluten.
- Els utensilis de cuina han de ser de material no porós i, juntament amb altres eines, seran d'ús exclusiu. Es considera d'ús exclusiu la torradora, la *sandwichera*, ...
- D'altra banda, el forn i el microones no poden fornejar productes amb gluten i sense gluten a la vegada. Es podran fornejar productes amb i sense gluten de forma seqüencial, sempre que s'hagin netejat anteriorment amb aigua i sabó.
- Les eines desmuntables (batedora, picadora, ...) s'hauran de desmuntar per tal de netejar-les amb cura abans d'utilitzar-les per l'elaboració de productes sense gluten, de la mateixa manera que aquelles de difícil neteja (obrellaunes, ...). En cas de no poder-se garantir una neteja minuciosa, seran d'ús exclusiu.
- Cal destacar aquest punt a l'hora de comprar productes a la carnisseria i/o xarcuteria. És convenient no comprar productes tallats, picats, ... al moment, sinó que és millor preguntar quin dia es realitza la neteja en profunditat de les màquines de tallar i de picar, per tal que preparin i envasin els productes desitjats.
- Durant l'elaboració de productes amb i sense gluten no s'ha de compartir utensilis (olla, cullera, ...). No és necessari tenir un parament de cuina específic per l'elaboració de productes sense gluten.
- Evitar l'ús de draps de cuina. Substituir-los per paper d'un sol ús.
- Mai reciclar olis de fregir i/o arrebossar amb gluten, ni tampoc l'aigua de bullir pasta.
- És aconsellable que els productes d'untar i el saler de mà siguin d'ús exclusiu.