

GASTRONOMÍA

'Foodies' viajeros

FORO OMT Chefs, cocina popular o rutas culinarias impulsan el turismo gastronómico.

Marta Fernández Guadaño, San Sebastián. Aunque hace un par de décadas, los pintxos de *lo viejo* de San Sebastián, la *Nouvelle Cuisine* de los grandes chefs parisinos o las barras de sushi de Tokio ya eran reclamo para turistas *gourmet*, los datos avalan la existencia de un nuevo perfil de *foodie* viajero dispuesto a *andar* kilómetros o casi cruzarse el mundo para comer. "Hace 20 años nadie hablaba sobre gastronomía en turismo", defiende Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial de Turismo (OMT). "Turismo y gastronomía crean empleo y oportunidades locales", añade Sandra Carvão, jefa del Departamento de Inteligencia de Mercados de la OMT.

Esta semana, el Foro Mundial de Turismo Gastronómico, organizado en San Sebastián por la OMT y Basque Culinary Center (BCC), reunió a 700 profesionales de 85 países de los 5 continentes, con una aparente evidencia: la masa de turistas *foodies* se multiplica año a año. "Descubrir la gastronomía del lugar que se visita es elemento clave para decidir destino", opina Joxe Mari Aizega, director general de BCC. Algunas cifras lo corroboran. "En 2018, más de 260.000 turistas visitaron España por gastronomía, un 16,7% más que el año anterior; gastaron más de 18 millones de euros en gastronomía", estima Isabel Oliver, secretaria de Estado de Turismo en funciones, para quien "el turismo gastronómico no es solo un revulsivo económico, sino social".

Para Rafael Ansón, presidente de la Real Academia de Gastronomía y Embajador de Turismo Responsable de la OMT, ese segmento del mercado es aún mayor. "La gastronomía es motivación complementaria al viajar o, cada vez más, la principal, hasta llegar a un 20% de los turistas (más de 12 millones) que vienen a España por la gastronomía por tres razones: materia prima, forma de comer y hospitalidad".

Frente a los números, están los casos reales. Elena Arzak es Embajadora de Turismo Responsable de la OMT. "La gastronomía contiene una poderosa motivación para viajar", dice la codirectora con su padre Juan Mari Arzak del triestrellado donostiarra Arzak. Enumera razones que mueven a los turistas hacia destinos vascos: "rutas gastronómicas a sidrerías, asadores de carne o pescado o bares de pintxos; clases de cocina, degustaciones o visitas a granjas, queserías, bodegas o mercados. El futuro del turismo gastronómico debe evitar una peligrosa masificación cló-



Ana Ros, elegida Mejor Cocinera del Mundo en 2017 por la lista 'The World's 50 Best Restaurants', ha aumentado el atractivo gastronómico de Eslovenia.

Ganbara, uno de los bares donostiarra de pintxos más conocidos de la parte vieja.



Juan Mari y Elena Arzak, cocineros y codirectores de Arzak, restaurante con tres estrellas en San Sebastián.



nica porque perderíamos la identidad".

Eva Štravs Podlogar, secretaria de Estado de Turismo de Eslovenia, recuerda cómo su país realizó en 2006 la primera estrategia ligada a gastronomía; ahora, apunta un reclamo evidente: Ana Ros, elegida Mejor Cocinera del Mundo en 2017 por *The World's 50 Best Restaurants*. Culinary Tourism Alliance, creado en 2011 en Canadá, acoge la consultora Grow Food Tourism, con Trevor Benson al frente, que cree que "la tecnología está cambiando el mecanismo de demanda del turista gas-

tronómico: los destinos nos tenemos que acostumbrar a trabajar más cerca del consumidor". Por el lado de los proyectos sociales, la turca Ebru Baybara Demir impulsa proyectos como *From Soil to Plate* en la provincia fronteriza de Mardin para "revitalizar el atractivo local, recuperando cultivos, usando técnicas tradicionales y combatir el desempleo femenino, lo que ayuda a mejorar la imagen de nuestra tierra".

Cada localidad, región o país identifica así su *sex appeal* culinario para atraer visitantes. "Un reto es conseguir que la gastronomía de una zona

y sus singularidades sean el ADN de la oferta para atraer visitantes", recalca Amaia López de Heredia, directora del Máster de Turismo Gastronómico de BCC, de cuya primera promoción salió la mexicana Paloma García Castillejos; entre otros proyectos, organiza rutas culinarias: "En México, el turismo gastronómico se da por hecho, pero es necesario generar propuestas genuinas y que el profesional que lo atiende tenga carisma, trabajo y empatía".

México es, junto con Perú, "los dos países que más han usado la gastronomía como marca de turismo en mi región, que reúne a 14 de los 50 mejores restaurantes del mundo. Tenemos producto; lo que falta es venderlo", destaca Rebeca Grynspan, de la Secretaría General Iberoamericana.

El foro de la OMT acogió una competición de *start up* de turismo gastronómico, que recibió más de 700 proyectos innovadores, con una ganadora: Dinify, plataforma para el desarrollo de menús multilingüaje. Con Iñaki Gaztelumendi, consultor de la OMT, López de Heredia presentó una guía para el desarrollo del turismo gastronómico, con ideas como "el reconocimiento de la gastronomía local como patrimonio cultural o la inteligencia de mercado para caracterizar a este tipo de turista".



Ceremonia de la lista '50 Best', celebrada en junio de 2018 en Bilbao: la eslovena Ana Ros, la vasca Elena Arzak o los peruanos Gastón Acurio, Virgilio Martínez o Mitsuharu Tsumura son reclamo para atraer 'foodies' sus países.