



“Portugal tem o melhor peixe do mundo”

>> PAULA SILVA >> Fotos: DR

A afirmação foi proferida por Ferran Adriá, famoso Chefe do restaurante El Bulli, entretanto encerrado, e repetida por José Borralho, presidente da Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE), que falou ao Publituris sobre o projecto ‘Portugal Figura de Proa’.



>> José Borralho, presidente da APTECE

‘Portugal Figura de Proa’ é um projecto que que pretende engrandecer o peixe e, consequentemente, a gastronomia nacional. José Borralho, presidente da APTECE, explica que a ideia não é totalmente nova uma vez que, com o programa ‘Portugal Exclusivo’ já tinham trabalhado “a mensagem das histórias únicas” associadas à gastronomia portuguesa, tendo trazido inclusivamente “prescritores internacionais a Portugal.”

Depois, com o ‘Portugal à Mesa’, evoluíram para a promoção internacional através de “parcerias com associações de produtores como a Portugal Foods e o Inovcluster e agora surge o foco naquele que é uma das referências nacionais, o sector do pescado”. Para este projecto em concreto, ‘Portugal Figura de Proa’, a APTECE pegou na afirmação de Ferran Adriá, que em 2011 “surpreendeu o mundo afirmando que o melhor peixe (...) era o português” e como estratégia de promoção está a desenvolver um guia da Rota do Peixe Português, bem como uma versão da rota em três línguas, português, inglês e espanhol com branding adaptado. Contudo, “a nossa maior aposta será em SEO alcançando assim o público internacional. Neste âmbito, estamos com acções de promoção internacional, aproveitando a presença da indústria, em eventos na Alemanha, Áustria, Espanha, Reino Unido, Emirados Árabes, Japão, França, Brasil e Estados Unidos”, esclareceu José Borralho.

NA ROTA DO PEIXE PORTUGUÊS

A criação desta rota “é o eixo central de toda a comunicação e visibilidade do projecto”, elucida o presidente da APTECE. Na verdade, não se trata de apenas uma rota, mas de várias que fazem sobressair “os melhores peixes em cada região do País, as formas de confeção e onde usufruir deles, contemplando um conjunto de actividades de que qualquer pessoa pode beneficiar e que realçam a ligação do destino ao mar, ao rio e à oferta complementar de qualidade.”

Assim, numa única rota poderão constar um passeio em embarcações tradicionais, uma albufeira para pesca desportiva, um desporto náutico, entre outras sugestões de actividades e visitas. Os restaurantes, os “grandes responsáveis pela promoção”, não poderiam faltar. Sobre a duração do projecto e investimento envolvido, José Borralho indica que o término é Setembro do próximo ano e que foram investidos cerca de 900 mil euros, dos quais 760 mil são financiados pelo SIAC | COMPE-TE no âmbito do Portugal 2020.

PEIXE PORTUGUÊS PELO MUNDO

Nos países onde fizeram promoção, conta o presidente da APTECE, houve uma presença regular de sessões de showcooking e master classes e logo aí a estratégia passou por adaptar a experiência gastronómica ao sítio. Assim, na Foodex, em Tóquio, no Japão, por uma questão logística, trabalharam mais as conservas, integrando-as no receituário local ao preparar uramaki de escabeche ou hossomaki de cavala, por exemplo.

Na 30ª edição do Salão de Gourmets, em

Madrid, Espanha, tentaram fugir ao tradicional bacalhau que, como lembra aquele responsável, já “está assimilado como produto português” e, nesse sentido, optaram pelo “produto fresco” para “mostrar a qualidade do nosso choco de Setúbal, da sardinha, do robalo, do peixe-espada.” O resultado tem sido uma “aceitação deste nosso posicionamento.”

Sobre o objectivo destes eventos, José Borralho revela que o que pretendem é “captar a atenção dos media, dos prescritores, dos profissionais e mostrar que Portugal é um País com bom peixe para vender, mas muito melhor ainda para usufruir cá, nos nossos restaurantes, e, assim, promover a procura do pescado e do marisco como experiência gastronómica de qualidade.”

“Por coincidência, na semana em que estivemos no Salão de Gourmets foi publicado um artigo num jornal espanhol onde a gastronomia portuguesa surge no TOP 10 de gastronomias mundiais a não perder, o que revela o trabalho conjunto que todos temos vindo a fazer”, concluiu.

Mas o projecto também tem outras vertentes, procurando “ainda motivar os empresários para os factores essenciais para vingar na promoção e na exportação de produtos portugueses típicos de qualidade” e “dinamizando actividades nas regiões do Norte, Centro e Alentejo com impacto nas economias locais.”

O presidente da APTECE avança ainda que está previsto um estudo “sobre a sustentabilidade do peixe e sobre a importância que a gastronomia representa para quem nos visita”. ¶