



Otras ferias, otros ámbitos

Estamos tan acostumbrados a ferias y eventos profesionales en los que la endogamia sectorial es la norma, que cuando encontramos un acontecimiento en el que el público es el no profesional, el de "a pie", no sabemos como reaccionar.



¿Por qué? Al fin y al cabo, ese público no profesional paga religiosamente por entrar, escoge el stand que más le apetece para probar y degustar lo que le viene en gana acompañado por la familia, por "su gente" y pasa un buen rato descubriendo nuevas ofertas gastronómicas mientras contempla como los cocineros realizan demostraciones en directo.

La Gastronomía es algo vivo y no conviene olvidar que hay sitio para todos, a pesar de que determinadas Academias, cofradías y clanes cerrados de dudosos intereses económicos se dediquen día tras día a dogmatizar y a señalar el único e indivisible camino que ha de seguirse.



En Barcelona Degusta se ha logrado, en muchos aspectos, acercar y popularizar el acto Culinario y vivir una aproximación al paladar popular que es el que, en definitiva, aceptará o no una tendencia o manera en la mesa de su casa o en la de un restaurante. El gesto de acercar a la calle la alta gastronomía y los productos gourmets, muy criticado por un determinado sector del mundo de la alimentación, ha sido un gran acierto para otros y muy especialmente para la organización, ya que la afluencia de visitantes, el número de expositores y las cifras de negocio casi se han duplicado en esta jovencísima segunda edición.



42.000 personas visitaron la segunda edición de Barcelona Degusta, un evento gastronómico en el que 2.000 productos, innovadores y tradicionales, fueron exhibidos en los 525 stands que integraban la oferta este año. La muestra ha dejado tras de sí un volumen de negocio aproximado de 2,5 millones de euros. La superficie neta de exposición aumentó un 27%, con respecto a la pasada edición y también hubo un incremento de la participación internacional con empresas procedentes de países entre los que se encuentran Italia, Francia, Chile, Colombia, Reino Unido, Portugal, Bélgica y Hungría.



La feria se complementó con un extenso programa de sesiones formativas paralelas a la exposición que contaron con la asistencia de 5.500 personas que querían aprender trucos de cocina de la mano de profesionales como Carne Ruscalleda o Elena Arzak. Los alimentos escogidos por cada cocinero para ofrecer estas demostraciones pertenecían a las siguientes familias de Alimentos: Frutas y verduras; Pescados y mariscos; Potajes, purés, cremas, Sopas y legumbres; Quesos y lácteos; Salsas, especias y condimentos; Arroces, cereales y pastas; Carnes, aves y caza; El cerdo: de crudo a curado; El aceite de oliva: virgen y en la cocina; y El vino en la cocina.

Además de demostraciones los cocineros también visitaron Degusta para actuar como ponentes y entre ellos destacó Albert Adrià que participó en una mesa redonda defendiendo el papel de la tecnología.

Presencia internacional

Las empresas internacionales se agrupaban en una zona de 1.000 m² de superficie. En el espacio que correspondía a las empresas italianas, los visitantes pudieron degustar la salsa de salvia o la de rúcula; el licor de higo chumbo o el pesto rojo. A pocos metros el mostrador chileno se llenaba de curiosos que querían conocer el sabor de los caracoles pelados en salsa o el paté de aves-truz, mientras que las mermeladas de cebolla y las confituras de chile inglesas levantaron gran expectación.

Francia ofreció degustaciones del Foie de caramelo, higo y mostaza, mientras que Portugal presentó sus deliciosos y singulares caramelos de membrillo. Los tarros de miel húngaros con pipas peladas fueron otro de los productos que más llamaron la atención de los asistentes.



También llamó la atención el vino naranja del Condado de Huelva, elaborado a partir de un licor dulce macerado en contacto con cáscaras de naranja amarga.



La empresa conquense J.R. Suárez presentó en su stand una cuidada gama de productos elaborados con ajo morado –uno de los más sabrosos y con mayor aroma del mundo- que incluía diferentes tipos de pasta, dados, láminas o dientes pelados listos para usar.

Novedosas propuestas

El stand del fabricante de embutidos Salgot era un hervidero de personas: todos querían probar un tierno y delicioso llaminet de fuet, verdadero aperitivo delicatessen. La base de este Llaminet de la Felicidad, un mini-fuet elaborado con magros seleccionados, rico en especias, con un sabor intenso y el punto justo de consistencia, estaba recubierta de chocolate de un 70% de cacao sobre el que se había espolvoreado chile habanero.

La empresa granadina Riofrío presentó en Degusta el Pudín de esturión, el Pate de Trucha y el Pudín de Esturión, productos bajos en grasa y elaborados de manera artesanal.



Y helados se quedaron, pero de gusto, los que visitaron el espacio de la empresa New Ice Company Experience para degustar una Vichyssoise de Caviar o una piña colada sobre platos y copas de hielo. ■