Economia social

Gust de Lleida, segell gastronòmic per a la Cerdanya i l'Alt Urgell

La marca agroalimentària de la Diputació de Lleida es presenta a la Seu amb voluntat d'incorporar productors, restauradors i allotjaments

MIQUEL SPA
La Seu d'Urgell

La marca agroalimentària Gust de Lleida s'ha presentat a la Seu d'Urgell davant de productors, elaboradors i professionals de la restauració, el comerç i l'hostaleria de l'Alt Urgell i la Cerdanya. La iniciativa, impulsada pel Patronat de Promoció Econòmica de la Diputació de Lleida, vol ampliar la seva implantació al Pirineu i crear una xarxa d'agents vinculats al producte de proximitat.

La jornada va servir per explicar el funcionament del projecte i els avantatges d'adhesió, així com per recollir aportacions i necessitats dels professionals de les dues comarques. L'objectiu és que productors, elaboradors, restaurants, comerços d'alimentació, hotels, cases rurals i altres establiments comparteixin una mateixa identificació i participin en accions de promoció conjuntes.

El tècnic de promoció econòmica de la Diputació de Lleida, David Sanahuja, va explicar que Gust de Lleida és l'eina amb què la institució vol donar més projecció als productes agroalimentaris del territori i reforçar la cadena de valor que hi ha al darrere. Ha assenyalat els productors, els restauradors i els comerciants com els principals eixos de la iniciativa.

La marca dona continuïtat al projecte «Aliments del territori i tu» i agrupa sota una identitat comuna una oferta diversa que inclou formatges, carns, vins, olis i fruites. La proposta posa l'accent en la qualitat, l'autenticitat, la proximitat i l'arrelament territorial, i pretén reforçar la relació entre els aliments, el seu origen i la gastronomia local.

Sanahuja va remarcar que el projecte encara es troba en una primera fase d'implantació i que actualment la Diputació concentra bona part dels esforços en donar-lo a conèixer i ampliar-ne la difusió. Una de les vies explorades és la vinculació amb altres àmbits amb capacitat de projecció pública, com l'esport. La marca compta amb el patrocini de diversos clubs esportius d'elit, entre els quals el Cadí la Seu, amb la intenció d'associar el consum de productes locals amb aquests espais de visibilitat.

Els agents que s'incorporin a Gust de Lleida podran utilitzar la marca segons les condicions establertes, aparèixer en els canals de comunicació i participar en campanyes i activitats compartides. El programa preveu fires, tastos, experiències gastronòmiques, promoció digital i formació. ■

Diputació de Lleida



Dos xefs de Ca la Núria de Cerdanya de Núria Bonet