

EMPRESSES



Josep Maria Matamala, a la seu d'Incatis a Girona. MANELL LLADÓ

Anar a vendre anxoves al Carib

Incatis, especialitzada en fires i accions de promoció relacionades amb el sector alimentari, introdueix els productes catalans a la República Dominicana per l'oportunitat de créixer en varietats d'alta gamma

JOAN POYANO
GIRONA

Incatis va organitzar amb el suport de la Cambra de Comerç de Girona –“la Generalitat, molt programa de promoció, però res de res”, es lamenta el seu director, Josep Maria Matamala– una missió comercial a la República Dominicana, que es va fer al juny amb la participació de quinze empreses gironines del sector de l'alimentació.

Per què aquest país? “La situació actual del mercat dominicà –explica Matamala– és molt interessant per a empreses d'alimentació i productes d'alta gamma gastronòmica i culinària catalans. Hi ha prou expectació i interès per generar negoci amb exportacions catalanes cap a aquest país, amb influència important sobre la resta dels que formen aquest gran mercat potencial que aplega tot el Carib”. La missió –feta amb la col·laboració tècnica de l'empresa Absolutgest de Palafrugell, especialitzada a oferir

LES XIFRES

FACTURACIÓ 2009

400.000 €

TREBALLADORS

8

FUNDACIÓ

1995

● Incatis és una empresa de serveis dedicada a l'organització de fires, congressos, accions promocionals, relacions públiques, patrocinis, incentius, fidelitzacions i inauguracions, des de la fundació especialitzada en producte alimentari i gastronomia. A través de la filial Scata també desenvolupa fires i mercats populars de caire més artesanal. Una altra filial, Illa Espais, s'ha estrenat aquest any amb una fira dedicada al sector del jardí.

serveis a les empreses interessades en la internacionalització, sobretot a la zona del Carib –va incloure dos *workshop*, un en un restaurant de Santo Domingo amb l'objectiu de trobar distribuïdor a la República Dominicana i a Puerto Rico, i un altre en un hotel de Punta Cana per promoure els productes gironins i els vins i cerves catalans per activar la venda directa als establiments de la zona. El director d'Incatis assenyala que la República Dominicana pot ser un bon mercat per als productes alimentaris catalans perquè és una destinació de “sol i platja durant 365 dies l'any”, amb un turisme amb un considerable poder adquisitiu –quasi una tercera part procedeixen dels Estats Units; un 20%, del Canadà, i un 40% és europeu– que també vol oferta gastronòmica, i de varietat no n'hi ha: “En un hotel de cinc estrelles tindràs tots els luxes, però el menjar que et donen és el mateix d'un de tres”.

Satisfet de la prova –“els van agradar molt productes com ara

el *foie d'oca*, i amb l'anxova va ser espectacular”–, Matamala està preparant per al novembre del 2011 la celebració a Santo Domingo d'un fòrum gastronòmic, amb cuiners d'aquí i d'allà, de tots els països del Carib. “No es tracta de colonitzar, d'anar-los a vendre la botifarra amb mongetes, sinó que els dominicans mirin què poden fer amb les tecnologies que els portin els catalans; i a la inversa, què poden fer els nostres cuiners amb productes seus que aquí no tenim; per exemple, tenen 165 tipus de mangos. Serà un fòrum per fer intercanvi d'experiències, de tecnologies...” I després? El pas següent que té en cartera és organitzar missions comercials a la Ribera Maya i Puerto Rico, com a porta d'entrada al mercat dels Estats Units.

PENSADA A REGGIO EMILIA La missió comercial a la República Dominicana ha estat el primer pas cap a la internacionalització d'una empresa fins ara centrada a Catalunya. Tot va començar amb una visita de l'àrea de promoció

econòmica de l'Ajuntament de Girona –Matamala en formava part com a regidor de l'oposició– a Reggio Emilia, d'on van treure la idea de muntar una fira de rebaixes. “Vaig organitzar Firarebaixa perquè els de Fira de Girona no se'n sortien, però al tercer any ho van agafar ells; això em van empenyar una mica i vaig decidir crear una empresa pròpia”, amb la qual va organitzar a Girona la segona idea que havia importat d'Itàlia, la mostra Firatast.

Firatast va néixer per concentrar en un sol lloc tota l'oferta gastronòmica de la ciutat de Gi-

El pas següent és la Ribera Maya i Puerto Rico, com a porta d'entrada als EUA

rona, però amb l'èxit de públic es va acabar convertint en un gran menjador, i algunes empreses van demanar que també s'organitzés alguna cosa destinada als professionals. El 2002 naixia Tecnotast, fira professional de l'hostaleria i serveis per a la restauració, i mentrestant el model Firatast es portava a Blanes, Lleida, Reus, Sant Feliu de Guíxols, l'Hospitalet de Llobregat, Olot i Manresa.

Organitza tota mena de fires i mostres locals relacionades amb la gastronomia: del brunyol, de la mel, tastos de vi..., i també d'artesania. “Molt temàtiques, i com més petites més apreciades per les empreses. Moltes ja no van a Alimentaria o a Hostelco, perquè en les petites es va per feina”.

Afecta la crisi? “No. En les fires de carrer, quan la gent hi decideix anar a fer un volt sempre tindrà 10 euros per gastar en una cosa o en una altra. I en les fires tancades, potser fins i tot beneficia, ja que no trobaràs un lloc on per 15 euros puguis fer un bon àpat”. De fet, en l'edició de l'any passat del Firatast gironí hi va haver 58 estands, 12 més que el 2008, per la consciència del sector de la necessitat de promocionar-se en temps de crisi. I en quatre dies va tenir més de 16.000 visitants, més del previst.

L'art efímer de la cuina

Des del 2007, Incatis coorganitza el Fòrum Gastronòmic de Girona, on participa la *crème de la crème* de l'alta cuina internacional. Preguntar a Matamala si la crisi posarà fi a la moda de pagar una fortuna pel menjar que cuina Ferran Adrià és tocar-li el voraviu. “A El Bulli, al Cellar de Can Roca o al Restaurant de Carme Ruscalleda no s'hi va per menjar. El que fan és art, i

aquest art efímer és molt barat. Tots hi perden diners amb el restaurant, que requereix unes inversions molt grans; per guanyar diners han de fer conferències”.

Amb la crisi, els restaurants que pateixen són els del mig. “Haurien d'anar al menú tancat, de 30, 40, 50 euros... Ara la gent quan surt vol saber què li costarà, no es vol trobar amb la carta sorpresa”.