

ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT DEL GALL DEL PENEDÈS

13/09/2019



Treball realitzat amb el finançament de:

 Generalitat de Catalunya
**Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació**

 **Fons Europeu Agrícola de
Desenvolupament Rural:**
Europa inverteix en les zones rurals



Índex

Introducció	3
Història i continuïtat del Gall del Penedès	3
La IGP del Gall del Penedès	4
Àmbits d'acció de l'estratègia	5
Àmbit de sostenibilitat	5
Àmbit d'identitat	6
Àmbit de respecte a l'animal.....	6
Àmbit Salut – Producte Saludable	8
Metodologia emprada i treball de camp realitzat	9
Anàlisi del Treball de Camp	10
Debilitats	11
Amenaces	12
Fortaleses	13
Oportunitats	13
Resum de l'anàlisi del treball de camp: Què tenim?.....	14
Proposta estratègica	15
Sostenibilitat.....	16
Aspectes ecològics vinculats a la sostenibilitat	16
Aspectes socials vinculats a la sostenibilitat	17
Identitat.....	17
Educació	18
Turisme.....	19
Respecte Animal i Salut	21
Materials divulgatius	21
Esquema resum de l'estratègia i les accions	23
Bibliografia.....	24



Introducció

En aquest document es presenta l'estratègia de posicionament del Gall del Penedès i el procés de treball que ha conduït a l'elaboració de la mateixa. El document està desglossat en diferents apartats que expliquen alhora el procés que s'ha desenvolupat i les propostes d'accions plantejades per implementar l'estratègia. S'inicia amb una introducció on es posa en context la història del Gall del Penedès, la realitat de la IGP i s'explica quins són els àmbits d'acció de l'estratègia. Seguidament es fa referència a la metodologia emprada que ens ha permès accedir a la documentació i informació necessària per dissenyar l'estratègia. El següent bloc es correspon amb l'anàlisi de les dades obtingudes. A partir d'aquesta anàlisi s'exposa la proposta estratègica fonamentada en els àmbits indicats a més a més d'aportar coneixement sobre especejament i elaborats. Finalment s'aporta un receptari que posa en valor diferents tècniques de cocció i elaboracions que permeten posar en valor i mostrar la versatilitat del producte.

Història i continuïtat del Gall del Penedès

El Gall Negre del Penedès és una au molt identificada amb un territori concret i amb unes pràctiques i gestió agrària pròpia de la realitat pagesa tradicional tal i com la documentació històrica ens demostra. La vinculació geogràfica del Gall del Penedès es concreta amb les comarques de l'Anoia, de l'Alt Penedès, el Baix Penedès, el Garraf i l'Alt Camp. En el llibre de Joan Solé Bordes (2009), s'explica que aquesta espècie d'au va conviure durant segles amb la resta d'animals domèstics, com l'aviram i el bestiar de les cases de pagès de les comarques de l'Alt Penedès.

De totes maneres no serà fins a principis del segle XX que es comença a escriure sobre aquesta raça autòctona d'aviram. Segons el document "El plec de condicions de la IGP del Gall del Penedès" aquesta espècie es va mantenir invariable durant segles. En el document també s'explica el progressiu interès en el manteniment i la millora de l'espècie: degut al risc de la seva desaparició, l'any 1928 es parla de prevenir l'extinció de la raça de gallina penedesenca caracteritzada per la posta d'un ou de closca marró rogenç molt intens. Més endavant, degut a un interès del procés de conservació, l'any 1993 es presenta un pollastre millorat, que es coneixerà amb el nom de Gall del Penedès.

Així doncs, gràcies a la recuperació d'aquesta espècie durant els anys vuitanta del segle XX i l'impuls que la fira del Gall de Vilafranca va aportar, el Gall del Penedès és actualment conegut com una menja exquisida pròpia de la taula de les grans ocasions, com ho són les festes de Nadal. A partir d'aquest moment, es va considerar necessari la constitució d'una Associació de Criadors que pogués actuar precisament en la conservació, protecció i divulgació de la raça de gallines penedesenques.

Els estudis de l'IRTA tenen un pes important a l'hora d'aconseguir definir les característiques que representa aquesta espècie d'au tan característica d'aquest territori. Tanmateix, el Gall del Penedès ha estat definit en funció dels criteris següents: l'antiguitat i reputació del producte, la realitat econòmica, social i històrica del territori i, els factors mediambientals que l'acompanyen.

En primer lloc, cal ressaltar l'àmbit històric, ja que ens trobem amb uns usos atàvics heretats de



generació en generació creant una “cuina cultural”, que comprèn, entre altres aspectes, la consideració dels valors alimentaris de determinats productes, les pràctiques relacionades amb la cuina i l'elaboració dels productes, com també, la seva combinació i presentació en el context dels diversos tipus d'àpats.

En segon lloc, cal que ens fixem amb la totalitat de la cadena de producció, començant pels tractes que rep l'animal a l'hora de reproduir-se, créixer i nodrir-se; la matança, l'especejat, la comercialització i acabant pel consum del Gall del Penedès. Com ens indica Solé “tot aquest procés ha format part durant segles de l'aprenentatge consuetudinari de la pagesia de la nostra terra i, protagonistes dels hàbits alimentaris i comercials del grup social que es troben inserits en el nostre àmbit geogràfic” (Solé, B, J. 2009:13). En tercer lloc, com ja hem dit, és molt important la figura del mercat i la fira, una activitat iniciada segons Josep M. Salrach (a Solé, B, J. 2009) al segle XI a la Catalunya Vella. Gràcies a això, s'ha anat creant un nom, una marca, en aquest cas, la del Penedès. Segons Pere Grases (a Solé, B. J. 2009), el mercat hauria estat fins i tot anterior a la mateixa fundació de Vilafranca i al segle XII ja podríem parlar de la fira del Penedès. En qualsevol cas, s'ha remarcat que l'origen de les fires penedesenques és antiquíssim i que en arribar al segle XIX, Vilafranca en tenia cinc a l'any, de les quals la del 21 de desembre, anomenada de Sant Tomàs o del Gall, és la que tradicionalment fornava d'aviram les famílies benestants de les principals viles penedesenques.

La IGP del Gall del Penedès

En l'actualitat qui vetlla per la continuïtat del Gall del Penedès és la IGP (Indicació Geogràfica Protegida). És la institució que es preocupa per la qualitat del producte mitjançant l'aplicació de la normativa establerta per a una correcta comercialització. Detallem a continuació les característiques específiques que ha de complir el Gall en el marc de la normativa de la IGP:

- Raça d'aviram autòctona del Penedès, de creixement lent, d'un mínim de 16 setmanes, fins que agafa tots els valors nutricionals de l'au.
- Au rústica, amb bona vitalitat i resistent al fred i la calor, per la qual cosa s'adapta perfectament a la cria en llibertat, els seus galliners disposen d'accés a l'exterior durant tot l'any.
- La dieta es distingeix per incloure granet (llavor) de raïm, la qual cosa és un tipus d'alimentació amb unes característiques organolèptiques diferencials respecte d'altres dietes. Això té com a conseqüència que la seva carn tingui més proteïna, menys aigua i un baix contingut de greix, el qual, és més saludable (amb un percentatge més elevat de greixos insaturats) i està més repartit i infiltrat en la carn.
- Ossos més consistent i saborosos a l'hora de fer brou i aporten més proteïnes. De la mateixa manera, la carn és més sana, ja que la cria en règim en llibertat i en contacte amb la natura fa que el gall desenvolupi mecanismes immunitaris.



Àmbits d'acció de l'estratègia

L'estratègia que es planteja per al Gall del Penedès és, en part, el resultat d'analitzar el plec de condicions de la normativa. L'aposta principal gira al voltant de la idea de conferir valor al producte i aconseguir que es reconegui com una aposta de consum saludable, responsable i de qualitat. Partint d'aquest objectiu, decidim desenvolupar quatre àmbits d'acció que hauran de sustentar les futures accions comunicatives: sostenibilitat, identitat, respecte per l'animal i salut.

Àmbit de sostenibilitat

Aquest àmbit d'acció es caracteritza amb dos conceptes claus: el medi ambient i els recursos disponibles de proximitat que determinen l'alimentació del Gall. Així doncs, per un costat, el Gall del Penedès és sostenible, ja que té en compte el medi ambient en la fase de producció, concretament en els parcs que els pollets disposen per accedir a l'aire lliure i per l'altre, l'aprofitament d'altres recursos que genera el territori, concretament del sector vitivinícola i que en determina la seva alimentació.

Per una banda, en aquesta fase de creixement de les aus, segons el document "El Plec de condicions de la IGP del Gall del Penedès" tenen en compte el benestar de l'animal de la següent manera:

- Els parcs hauran de disposar d'espais de cobertura aèria (arbres, arbusts o d'altres) per a proporcionar a les aus protecció enfront als rapinyaires i recer per a les condicions climàtiques extremes.
- La superfície mínima de la zona a l'aire lliure disponible anualment i per cap serà de 2 m².
- Els parcs han de descansar un mínim de 8 setmanes (inclou el buit sanitari i el temps que triguen els pollets a poder sortir als parcs) perquè es regeneri el sòl i la vegetació.

En aquest sentit, doncs, decidir-se pel consum del Gall del Penedès és una opció pertinent per tots aquells consumidors que miren de fugir d'adquirir productes animals provinents de granges intensives. **El tractament que els criadors fan amb el Gall del Penedès ha de ser visualitzat com a òptim i adequat pels consumidors que no volen deixar de menjar carn, però que no volen contribuir a una pressió de l'entorn natural.**

Per altra banda, la cria del "Gall del Penedès" està estretament lligada al cultiu i maneig de la vinya. Antigament la brisa de la vinya procedent del premsat del raïm es deixava assecar en els camps per després ser donat com a aliment a aquestes aus. El 1937 un estudi sobre l'alimentació de les aus de corral ("L'alimentació de l'aviram en temps de guerra" Publicació de la Direcció General d'Agricultura. Barcelona, 1937) remarcava que el granet de raïm té un notable valor nutricional en pollastres pel seu contingut en cel·lulosa o fibra vegetal, amb certa abundància de greix i algunes proteïnes i hidrats



de carboni. (Generalitat de Catalunya, 2014: 8). **La inclusió avui dia del granet de raïm en l'alimentació del Gall ens acosta a la lògica de la sostenibilitat i de l'aprofitament dels recursos alhora que es garanteix una alimentació adequada del Gall.**

Àmbit d'identitat

Com hem vist anteriorment, és un producte arrelat al territori, que parla del territori i per tant, de la identitat de la seva població. En aquest apartat, és important ressaltar que tot i les etapes de decadència i gairebé desaparició de la varietat, el gall i la gallina penedesenca en les seves diverses variants de color són característics d'aquest àmbit geogràfic del Penedès (Solé, B, J. 2009).

“Els Galls del Penedès caracteritzen aquest entorn, històricament han estat determinats pel mercat que els ha comercialitzat, amb capital reconeguda a Vilafranca i pel tipus d'alimentació característica d'animals criats en llibertat, que complementen el cycle d'aprofitament dels productes naturals. Productes del model de la brisa de raïm que, com hem indicat, donen a la carn de l'aviram una textura i un gust prou específic. Així, podríem afirmar que al costat dels característics vins i caves penedesenc hi ha, resultat del caràcter d'aquesta terra i aquests conreus, la varietat de l'aviram: la del Gall del Penedès” (Solé, B, J. 2009:45).

La tasca dels criadors i el producte que es deriva de la seva activitat s'han d'associar al territori. A la simbiosis que es deriva d'una interpretació correcta de l'ús dels recursos, coneixement transmès de generació en generació i que ha permès mantenir un equilibri ambiental entre la producció i la necessitat de la població. Ha de ser l'exaltació de l'expertesa, del savoir faire, lligat a tècniques i pràctiques constantment reproduïdes pels criadors que faciliten el manteniment de l'equilibri ecològic. Aquest valor s'ha de ressaltar com un tret identitari i com un principi que consolida el sentiment de pertinença entre l'ésser humà i el territori.

Com podem apreciar, l'àmbit de sostenibilitat i d'identitat van relacionats un amb l'altre i gairebé podríem parlar d'un mateix àmbit d'acció.

Àmbit de respecte a l'animal

Per desenvolupar aquest àmbit és important resseguir el procés de producció i per argumentar-ho utilitzem l'estudi fet per la Generalitat de Catalunya (2014:8-10). Per començar, es distingeixen dos tipus d'espais en funció de l'edat dels animals i les seves necessitats.

- Per un costat, la pollera és on els pollets arriben a les granges de producció amb 24-48 hores de vida.
- La climatització d'aquest espai ha de satisfer les necessitats dels animals fins que aquests



adquireixen el plomatge definitiu.

- L'aportació tèrmica suplementaria es va reduint fins arribar als 42- 56 dies de vida quan es permet als animals accedir als parcs a l'aire lliure.

Per l'altre costat, es parla dels galliners, on els pollastres creixeran:

- Els galliners han de mantenir la calor a l'hivern i un ambient fresc a l'estiu, evitant canvis bruscs de temperatura.
- Han de permetre una correcta ventilació per a un benestar dels animals i han d'incloure un jaç que els aïlli tèrmicament quan així es requereixi i d'altra banda, ha de garantir l'absorció de les dejeccions i de l'aigua.

Seguidament, en el document s'explicita que el transport d'animals constitueix un procés d'una rellevància enorme dins de la producció avícola:

- La recollida es durà a terme amb la finalitat de minimitzar qualsevol risc sanitari, estrès o lesions als pollastres. En aquest sentit, s'intentarà reduir l'operació al mínim temps possible, realitzar els treballs d'atrapada i engabiats amb cura i calma.
- Les condicions de transport i espera per al sacrifici són les adequades per ocasionar el mínim d'agressions i trastorns als animals.
- El criador s'haurà d'assegurar que tan el vehicle com les gàbies estan netes i que un cop engabiats els animals, no tenen cap membre o extremitat fora de la gàbia.
- Els pollastres hauran de disposar d'espai suficient per restar en la seva posició natural durant tot el trajecte.
- El mitjà de transport ha de tenir en compte les condicions climàtiques i adequar-se a les necessitats dels pollastres durant tot el trajecte per tal que no pateixin estrès tèrmic.
- La durada del transport des de la granja fins a l'escorxador no podrà excedir les 4 hores per ocasionar el mínim estrès i trastorns als animals i garantir la qualitat del producte final.

Finalment, el sacrifici, espedejat i condicionament dels pollastres de la IGP "Gall del Penedès" es poden efectuar fora de l'àmbit de la IGP sempre i quan es respecti el temps de transport descrit en l'apartat anterior.

- El sacrifici dels animals es realitza a una edat mínima de 98 dies.
- Es du a terme en els escorxadors, registrats per la IGP, sempre que garanteixin la separació dels animals emparats per la IGP i dels que no ho estan.
- Es poden comercialitzar amb canal sencera o espedejades en les diferents presentacions legalment autoritzades.

La carn que no compleixi totes les característiques especificades no es podran comercialitzar sota l'etiqueta de la IGP "Gall del Penedès". (Generalitat de Catalunya, 2014:10)

En un context contemporani on el consum de carn es posat en qüestió, no tant per si la carn d'animal és saludable o no, que també, sinó més aviat per la pressa de consciència de sectors



amplis de la població que identifiquen el tracte a l'animal com un cavall de batalla per defensar els drets dels éssers vius, que identifiquen el sacrifici com un assassinat i que posen en qüestió les pràctiques de la indústria càrnica, l'estratègia ha de mirar de ressaltar que això no significa que l'animal no tingui una vida digna, sense amagar la realitat, és a dir que per consumir carn s'ha de sacrificar l'animal. La pràctica dels criadors ha de ser percebuda com aquella que garanteix el respecte per a l'animal.

Àmbit Salut – Producte Saludable

Tots els àmbits anteriors caracteritzen el valor del producte i en fan que sigui de qualitat i per tant, també ens garanteix que sigui saludable. Dit això, partim de la base que **estem parlant d'un producte que podria ser associat a la tendència healthy; producte de proximitat, vida digna de l'animal, alimentació saludable i un estat òptim de creixement.** En definitiva, tots els quatre àmbits d'acció són igual d'importants i tots ells estan relacionats, però perquè aquest producte sigui saludable és necessari que es respectin tots als àmbits d'acció anteriors. A més a més, cal destacar els valors nutricionals i les característiques del producte que el converteixen en un producte saludable.

Descripció nutricional		
Valors Nutricionals	Cuixa	Pit
Proteïna	19,42	23,85
Hidrats de carboni	0,27	0,00
Greix	3,70	0,58
% Àcids grassos saturats	36,18	33,42
% Àcids grassos monoinsaturats	33,69	24,50
% Àcids grassos poliinsaturats	30,13	42,08
%Àcids grassos Omega 6	93,69	86,03
% Àcids grassos Omega 3	6,31	13,97
Insaturats: Saturats	1,76	1,99

* Valors en grams de proteïna, hidrats de carboni i greix per 100 g de cada carn fresca.

* % d'àcids grassos saturats, monoinsaturats i poliinsaturats sobre el total d'àcids grassos.

* % d'àcid grassos Omega 6 i Omega 3 dins els greixos poliinsaturats.

* Valors obtinguts en base a la dieta que li és típica, que conté un 59% del blat de moro i un 38% de soja i derivats com a matèries primeres.

* Dades aportades pel Subprograma de Genètica Avícola de l'IRTA.

Hem de tenir en compte, que els greixos insaturats més abundants que els saturats, fan de la seva carn un aliment molt saludable. Aquesta au dobla el pes tradicional, tot conservant la qualitat de la seva carn. És molt rústic i s'adapta perfectament a la cria en llibertat, és una carn rica en proteïna i



molt baixa en greixos, i la carn pujada de color destaca per la seva tendresa i suculència.

En síntesis, podem garantir que aquest producte és de qualitat i saludable per al consumidor perquè la IGP controla que tots els àmbits d'acció explicats anteriorment es compleixin. També el consumidor ha de tenir la sensació que el preu que paga s'ho val. I que fins hi tot el producte acaba essent varat per la qualitat que té, ja que això repercuteix en la bona alimentació de les persones.

D'altra banda, el marc de la IGP, ha de ser percebut com un marc que garanteix al consumidor la seguretat del producte. Que passa les anàlisis i els controls pertinents i que garanteix la traçabilitat del producte en tot el procés de producció.

Metodologia emprada i treball de camp realitzat

La metodologia emprada, prèvia al plantejament de l'estratègia, ha constatat de dues parts diferenciades. La primera es correspon amb la realització de treball de camp i la segona amb l'exploració en cuina.

A - Treball de camp:

Durant el procés de treball de camp s'han utilitzat diferents tècniques que han permès obtenir una visió de conjunt de la realitat associada al Gall Negre del Penedès:

- Reunions d'aproximació al camp i de control:
 - Reunió amb els criadors de la IGP que ha permès i visualitzar el panorama del sector, les seves preocupacions i interessos i al mateix temps obtenir una informació estratègica per a identificar els primers passos a seguir en l'execució del treball de camp.
 - Sessions de control amb la tècnica del Consell Comarcal que han permès identificar els actors necessaris amb els que s'havia de treballar i que posteriorment s'han validat amb els criadors de la IGP.
- Recopilació de bibliografia:
 - Recopilació i anàlisi de literatura tècnica sobre la producció del Gall Negre del Penedès.
 - Recopilació i anàlisi de literatura històrica sobre el Gall Negre del Penedès.
 - Contrast i validació de les dades nutricionals vinculades al Gall Negre del Penedès.
- Entrevistes en grup i individuals:
 - Realització d'una entrevista amb els criadors del Gall Negre del Penedès orientada a recopilar informació derivada de la seva activitat productiva i de les problemàtiques associades.
 - Realització d'una entrevista amb restauradors del territori orientada a conèixer la presència i us del Gall del Penedès en la cuina professional i els motius per la major o



menor presència del producte a les cartes dels restaurants així com les facilitats i dificultats per a introduir el producte al sector de la restauració.

- Realització d'entrevistes individuals a responsables d'establiments de venda de productes càrnics amb presència del Gall Negre del Penedès. Orientada tan a conèixer la facilitat i/o dificultat de garantir una presència de producte en els seus establiments com també per conèixer quin és el comportament i valoració que el consumidor té del producte.
- Observació participant:
 - Visita i observació en el marc de la fira del Gall del Penedès per tal de copsar els missatges difosos, l'estètica posada en escena, la dinàmica dels visitants, els valors transmesos, els processos d'interacció entre consumidors/visitants i criadors.

B – Exploració en cuina:

- Cerca informativa:
 - Cerca d'informació sobre les característiques morfològiques, de volum de carn del producte i de la cuina associada al producte.
 - Cerca explorativa de la cuina del territori que ha permès posar en un context culinari el producte del Gall del Penedès.
- Cerca bibliogràfica:
 - Recopilació de receptaris orals i escrits sobre el producte. Tipus de receptes, tècniques i processos emprats.
 - Recopilació de receptes i cuina de productes semblants i races rústiques d'arreu del món.
- Ideació i disseny:
 - Ideació i disseny de propostes culinàries adaptades al producte amb la intenció d'ampliar l'oferta culinària del rostit i mirar d'establir sinèrgies amb d'altres productes del territori.
 - Ideació de propostes que ajudin a ampliar el ventall d'opcions culinàries per poder donar resposta a tots els sectors de la població: restauradors, establiments de venda i públic en general.
 - Aportar coneixement sobre les diferents opcions de tall i especejament.

Anàlisi del Treball de Camp

Durant la realització del treball de camp, la recollida de dades i l'anàlisi de les mateixes s'han detectat un conjunt de circumstàncies que ens permeten esbossar les reflexions oportunes destinades a posar damunt de la taula tan les oportunitats i fortaleses com les debilitats i amenaces. Aquest conjunt de circumstàncies es concreten amb qüestions econòmiques pròpies del sistema agroalimentari en el que el Gall del Penedès participa, en les característiques organolèptiques pròpies del producte, en el coneixement de la seva manipulació, en la valoració i coneixement del



producte per part del mercat i el consumidor i en el grau d'implicació dels agents involucrats en el marc de l'univers del Gall del Penedès. Per tal de detallar amb claredat els elements que componen aquest anàlisi, les reflexions que aquí es detallen s'agruparan en els següents blocs: oportunitats, fortaleeses, debilitats i amenaces.

Som conscients de que moltes de les qüestions que apuntem potser no tenen una resolució immediata o inclús poden ser de difícil transformació, tot i així creiem oportú visibilitzar-les perquè inevitablement les accions que es vulguin dissenyar i implementar en un futur hauran de tenir en compte aquesta realitat per tal de que jugui a favor de l'estratègia i no com a impediments per a la seva implementació.

D'altra banda també som conscients que algunes d'elles poden ser conegudes per els criadors i els agents que fan possible la continuïtat de la IGP Gall Negre del Penedès, però hem cregut oportú indicar-les per tenir una visió de conjunt de reflexions que sovint podem trobar de manera dispersa i desconnectada. Aquesta visió del tot ens permet obtenir una perspectiva d'acció més completa.

Debilitats

Interpretem les debilitats com a problemàtiques internes de la IGP que tenen incidència directa amb la comercialització i/o promoció del Gall del Penedès.

- **Preu:** No entrem tan a valorar si el preu del Gall és elevat o no, sinó que més aviat posem de relleu com l'imaginari col·lectiu interpreta la qüestió del preu. En aquest cas la percepció és que estem davant d'un producte car i per tant no es considera una opció la seva elecció en el dia a dia. Aquesta circumstància el relega a un producte que s'accedeix en dates assenyalades.
- **Manca de presència:** Tot i tenir un forta vinculació amb el municipi de Vilafranca del Penedès i per extensió de la comarca del Penedès i voltants, la seva presència no és evident. No es respira Gall del Penedès, els establiments no el promocionen, no és promocionen les visites a les instal·lacions. Aquesta poca presència en el dia a dia es trasllada a un desconeixement per part del conjunt de la població.
- **Poca oferta visible:** No té una presència continuada en els establiments. No és un producte que se l'hagin fet seu i per extensió que l'identifiquin amb la seva identitat. Aquesta circumstància fomenta també el desconeixement que el conjunt de la població té sobre aquest producte.
- **Gestió de la demanda poc flexible:** Sovint sembla que hi ha dificultat per donar resposta a la demanda, sobretot en moments extrems. No estem identificant el període de la Fira sinó



més aviat demandes puntuals de clients que necessiten un volum determinat que el criador que ha de fer front a la demanda no pot assumir.

- Regulacions pròpies: s'apunta la idea de que la pròpia regulació de la IGP potser es poc flexible. Per exemple en la qüestió del pes. Si no coincideix amb el pes determinat el producte ja no es pot servir com a Gall de la IGP, la qual cosa condueix als criadors a situacions de conflicte amb la normativa.
- Poc rendiment: Sembla ser que l'especejament té certes complicacions, bàsicament perquè el Gall té molt de cos però poca carn. El filetejat sembla que sigui complicat de donar-li sortida degut a la competència amb d'altres Galls que tenen més carn.

Amenaces

Les amenaces farien referència a elements externs a la IGP que es poden considerar obstacles o reptes a superar.

- Millor valoració d'altres productes càrnics: Es fa evident que el Gall Negre del Penedès competeix amb la presència d'altres carns al mercat. No només amb d'altres carns de pollastre sinó amb d'altres tipus d'animals, com per exemple la vedella. Sembla que avui dia la carn de porc o de vedella tingui una valoració més positiva per part del consumidor, sobretot pel que fa referència a la dimensió hedònica. Sembla difícil competir amb entrecots, filets i "Txuletons". D'altra banda tot i que puguin ser de més baixa qualitat l'existència de pollastres al mercat amb indicació "ecològica" o de "pagès" a preus més econòmics pressionen el mercat del Gall del Penedès.
- Dificultats en la distribució: Més concretament fa referència a la relació entre els criadors i l'escorxador. Un volum baix de producció i una mida superior a la resta de pollastres, per exemple tipus broiler, dificulta i encareix el procés que es du a terme a l'escorxador perquè s'ha de fer una matança exclusiva i particular per al Gall.
- Poc recorregut culinari: No es que signifiqui que el Gall no tingui recorregut culinari sinó que més aviat la població té un coneixement culinari mínim per treure el màxim rendiment del Gall i que el seu consum no es converteixi en una cosa monòtona. Si bé el rostit és una de les elaboracions més recurrents manca la presència d'altres maneres de cuinar-lo.



Fortaleses

Identifiquem les fortaleses en aquells elements que diferencien el Gall del Penedès d'altres productes similars.

- **Qualitat:** El valor de la qualitat del producte derivat de la seva genètica i manipulació en l'àmbit de la producció. Tracte de l'animal, alimentació i condicions de vida i sacrifici en l'estat òptim de maduració.
- **Identitat:** Producte que s'identifica amb un territori específic, amb una tradició que s'ha transmès de generació en generació que facilita la construcció del relat de la proximitat, el compromís amb la salvaguarda de la biodiversitat i de l'arrelament a la cultura pagesa.
- **Temporada consolidada:** Lluny de ser un producte que necessiti introduir-se en el mercat, el Gall del Penedès disposa de dos temporades a l'any, Nadal i Festa Major, en el que la seva comercialització està consolidada. Tot i que en algun moment pot ser considerat com una debilitat, creiem identificar-ho com una fortalesa perquè d'entrada ja disposa d'un reconeixement i d'una comercialització assegurada.
- **Sector conscienciat:** Cal identificar aquí que els criadors del Gall del Penedès estan conscienciats de la necessitat d'implicar-se en l'estratègia que ha de mirar de posicionar el Gall del Penedès.

Oportunitats

Identifiquem les oportunitats com aquells elements positius externs a la IGP, que formen part del paisatge en el que es tracta de comercialitzar el Gall i que poden ser aprofitats i explotats per millorar el posicionament del producte.

- **Nous consumidors reflexius:** Creix en un gruix considerable de consumidors la necessitat d'accedir a productes càrnics de qualitat. Sobretot les famílies desitgen accedir a productes que tinguin la garantia de que fomenten un consum saludable per als seus fills. En aquests casos el preu no és un problema.
- **Sector restauració receptiu:** Els cuiners i cuineres de Vilafranca consideren que cal participar i col·laborar per tractar de posicionar el Gall del Penedès i capitalitzar una icona del territori. Sembla que tenen interès en treballar conjuntament i establir sinèrgies amb el sector productiu.



- Capacitats de maridatge: El Penedès i els territoris propers disposen d'una certa biodiversitat que es tradueix amb l'existència de productes locals emblemàtics, com ara el vi, el préssec o productes del mar entre d'altres. Aquesta realitat pot permetre la col·laboració entre productes i esbossar idees de maridatge entre ells.
- Fomentar especejament i elaborats: El Gall del Penedès tradicionalment s'ha vingut comercialitzant en una sola peça. Per tant, abordar la possibilitat de l'especejament per poder comercialitzar-lo per parts pot ser una estratègia adequada per facilitar la seva compra per part del consumidor final.
- Implicació de l'administració: Si considerem que el Gall del Penedès és una icona tan del municipi de Vilafranca com del conjunt de la comarca del Penedès es contempla com una oportunitat la possibilitat de que l'administració pública s'impliqui més amb la promoció del producte perquè de retruc el territori s'emporta una benefici.
- Sinèrgies amb l'enoturisme: Com a experiència turística l'enoturisme al Penedès està consolidat. La història i la tradició del vi del Penedès es un motiu d'atracció i desenvolupa un conjunt nombrós d'activitats que ocorren tan en l'àmbit públic i popular com en l'àmbit privat i propi dels cellers productors. Es valora establir col·laboracions entre aquest sector i la IGP del Gall del Penedès.

Resum de l'anàlisi del treball de camp: Què tenim?

PRODUCCIÓ-IGP

- Un grup reduït de criadors sota la marca IGP Gall del Penedès.
- IGP de dos anys de vida, poc coneguda.

IGP-DISCURS

- Discurs de la IGP sobre els valors del Gall poc marquetinià.

OFERTA DE GALL

- Oferta limitada tant en quota de part dels criadors com en el número de restaurants i establiments de venda.
- Només 2 criadors amb possibilitats de creixement.
- Preu elevat en consonància amb la forma de criar, el temps de cria i sacrifici.
- Fira del Gall de Vilafranca: el gran aparador de la IGP, consolidadíssima i un èxit quant a assistència, però poc explotada i poc innovadora pel que fa precisament al pollastre.



DEMANDA DEL GALL

- Demanda limitada i molt concentrada al Nadal i a la Festa Major de Vilafranca i altres festes majors dels pobles del voltant.

LA CUINA DEL GALL

- Receptari tradicional limitat al rostit de peça sencera.
- Escassa innovació culinària.

CONeixEMENT SOBRE EL GALL

- Escàs coneixement del Gall fora de Vilafranca.

COL·LABORACIONS-TURISME

- No col·laboració IGP Gall-DO Penedès.
- Obren portes -puntualment- 2 criadors.

Proposta estratègica

En aquesta estratègia de posicionament proposem que el material elaborat sigui la base d'un treball de comunicació que ajudi a promoure la IGP, a incrementar la demanda i a desestacionalitzar-la. **La manera de fer-ho és a través d'una segmentació tant del treball de promoció com dels públics-clients als quals arribar.** Volem augmentar la demanda, però tenint sempre en compte que l'oferta és limitada. És per això que una estratègia segmentada pot arribar als perfils de públic escollits d'una manera més eficient i controlada; no ens interessa arribar a un públic generalista, doncs el Gall és un producte Premium amb un preu elevat i l'especejament d'entrada sembla que encarirà el producte. En cas de baixar el preu per una demanda més alta, no sembla ser que les condicions actuals de producció permetin variacions de preu notables. Al contrari, els agents involucrats reconeixen la qualitat del producte i no jutgen el preu del Gall en tant que injust, sinó que al·ludeixen a una manca de coneixement com el factor principal de manca de demanda.

Els valors del Gall del Penedès com a producte agroalimentari són molts i àmpliament demostrats i, des de 2016, sota els paràmetres d'una IGP que en certifica la qualitat i l'origen.

La **qualitat**, en referència al Gall, és fa palesa a partir de diferents àmbits, que conjuntament, atorguen al Gall la seva singularitat en el marc de les carns d'alta qualitat. El preu del Gall va en consonància amb les característiques pròpies de la cria. Queda clar que és difícil que el preu baixi, per tant calen estratègies que comuniquin de manera clara el valor/s del Gall.

Els diferents públics als quals es pot arribar com a potencials consumidors del Gall es regeixen per diferents maneres d'entendre la qualitat d'un producte agroalimentari. Aprofitant la riquesa dels diferents paràmetres que fan la carn del Gall tan especial a nivell gastronòmic, proposem una segmentació tant del discurs de promoció del Gall com de les eines per a aquesta promoció.

1) Sostenibilitat: proximitat i aprofitament de recursos.



Clients: públic que prioritza la traçabilitat i el producte local.

2) Benestar animal: cria en llibertat, sacrifici tardà, transport adequat.

Clients: flexiterians, consumidors èticament responsables, públic no-local.

3) Identitat: territori, història, “gastronomia penedesenca”

Clients: públic local (més enllà de les generacions que actualment ja el consumeixen), escoles, enoturistes i turistes del Penedès, amants de les gastronomies locals (atrets pels vins i caves, pel préssec de l’Ordal, oli del Penedès-DOP Siurana, vinagres, altres). Aprofitar que menja granet de raïm per jugar a la idea que comparteix matèria primera essencial amb els famosos vins del Penedès.

4) Salut: carn blanca saludable i tendra, rica en proteïna i molt baixa en greixos (alimentada “naturalment” i sense forçar rendiments, etc. Garantir que sigui així).

Clients: famílies que prioritzen els aliments saludables, públic no-local, i 1) i 2).

Un cop definits els àmbits d’actuació que han de suportar l’estratègia del Gall del Penedès per als propers anys i un cop analitzada la situació actual, seguidament, es proposen un seguit d’accions encaminades a respondre a les necessitats requerides per la IGP del Gall del Penedès. Aquestes accions estan agrupades en funció dels àmbits identificats.

Sostenibilitat

Partint de la base de que la sostenibilitat no és únicament un valor o factor que s’ha d’associar a la qüestió ecològica sinó que també a la qüestió social, en el sentit de garantir la continuïtat de l’activitat professional de les persones que fan possible que existeixi una producció de Gall del Penedès, en principi les propostes que s’agrupen en aquest àmbit miren de donar resposta tan a la necessitat ecològica com social.

Aspectes ecològics vinculats a la sostenibilitat

En aquest sentit la proposta bàsica és la d’anar introduint en qualsevol de les publicitats, díptics, tríptics i/o fulletons divulgatius la informació que evidencii que el Gall del Penedès és un producte sostenible i respectuós amb el medi.

S’ha d’associar el sistema de producció del Gall com un sistema respectuós amb el medi, que equilibra producció amb recursos naturals sense pressionar l’entorn ecològic.

Difondre el missatge de que consumir Gall del Penedès és ajudar al manteniment de l’ecosistema: si consumeixes Gall del Penedès contribueixes a la sostenibilitat ambiental.



Una de les accions que considerem estratègica gira al voltant de l'aprofitament del Gall per a obtenir subproductes. En principi la tendència de venda del Gall seria la d'una única peça i per tant no tindria sentit aprofitar parts del Gall per a obtenir altres productes, però si tenim en compte que l'especejament és una realitat i que potser hi ha una demanda d'unes parts del Gall concretes més que d'altres, llavors pren sentit tractar de plantejar una oferta de nous productes derivats del Gall del Penedès.

En aquest sentit ja s'ha detectat l'interès de la Fundació Mas Albornà per tal de realitzar algun projecte d'innovació de producte vinculat al Gall del Penedès. Aquesta s'ha de considerar com una línia estratègica prioritària.

Aspectes socials vinculats a la sostenibilitat

D'entrada tota l'estratègia va orientada a garantir la continuïtat de la cria de Gall del Penedès i per tant de garantir l'activitat professional dels criadors. Ara bé es pot plantejar d'explorar i de planificar accions de futur que vagin en aquesta direcció. En aquest cas es plantegen dos possibles camins a seguir. Un de llarg recorregut i un altre a mig terme. L'objectiu és el de garantir la continuïtat dels criadors i d'altra banda valorar la capacitat que aquest sector pot tenir per fomentar activitats i llocs de feina.

A curt termini: obertura de les explotacions per a realitzar visites concertades que expliquin la vida al camp i el procés de cria del Gall. No és necessari que siguin els mateixos criadors qui facin la visita. Es pot explorar la col·laboració amb l'administració pública perquè formi a guies que puguin realitzar les visites sense que això alteri el dia a dia del criador.

A llarg termini: Es pot plantejar la creació d'un espai d'interpretació del Gall del Penedès. Que funcioni com a un espai polivalent, espai museïtzat, espai d'aules, espai de demostració culinària i tast. El fil conductor pot ser el Gall del Penedès però això sí, cal assegurar-se que un equipament d'aquest tipus tingui garantida la seva sostenibilitat (continuïtat) econòmica i funcional. En el cas de que fos possible aquest equipament podria ser complementari amb les visites guiades. Ara bé, es pot plantejar que la continuïtat de la iniciativa sigui a través de l'aliança del Gall amb d'altres productes típics del territori. Es tracta d'establir sinèrgies perquè l'espai d'interpretació sigui sostenible. Es pot plantejar com un centre dedicat a la biodiversitat de l'entorn on el Gall sigui un actor més de l'espai i no tingui la pressió de ser l'únic que dinamitza l'espai.

Identitat

És evident que la pròpia identificació de la IGP ja s'encamina cap a la identificació entre producte i territori. Aquesta associació facilita entendre el valor identitari del producte, si més no a partir del sentiment de pertinença que el conjunt de la població pot establir-hi. Tot i així la IGP no garanteix que aquesta relació s'esdevingui de manera natural o en qualsevol cas immediata. Cal doncs

reforçar-ho amb accions que visibilitzin el vincle i que permetin a la població establir aquest lligam que es tradueixi amb una adscripció identitaria.

En aquest cas les accions que es proposen van encaminades cap a dos sectors concrets: el de l'educació i el del turisme.

Educació

Quan identifiquem l'educació com a receptora d'accions ho estem plantejant des de dos vessants molt definides. La primera fa referència a accions encaminades a l'**educació primària**, bàsicament focalitzada en les escoles dins de l'àmbit de tot el territori de la IGP i que es tradueixen amb visites a les explotacions, realització de projectes a l'aula, xerrades i/o tallers en el marc de les escoles, per exemple.

D'aquí se'n poden derivar materials que han de donar suport a aquestes iniciatives: contes il·lustrats, guions de presentacions a l'aula o per realitzar els projectes de curs i fins hi tot guions de com s'han d'executar les visites a les explotacions.



L'interès d'aquestes accions no van tan encaminades a augmentar la venda directa del Gall del Penedès sinó més aviat a reforçar el coneixement i el sentiment de pertinença cap aquest producte. Conèixer les seves propietats, conèixer la feina dels criadors, conèixer la història del Gall vinculada al territori, conèixer l'animal i les seves característiques morfològiques, conèixer qüestions relacionades



a la seva cuina. De tota manera, hi ha d'haver possibilitat de que els visitants puguin comprar productes elaborats a partir del Gall del Penedès sense problemes de conservació ni seguretat alimentària perquè se'ls puguin endur, que no calgui coneixement per manipular-los abans de consumir-los, etc... Si no pot comprar, part del públic pot trobar frustrant l'experiència. Aquí pren rellevància l'acció d'innovació encaminada a l'elaboració de subproductes del Gall.

En segon cas, agrupat dins del sector de l'educació i per tal de fomentar el coneixement del Gall, es considera pertinent desenvolupar **tallers de formació** oberts a diferents perfils i amb objectius relativament diferents. Identifiquem tres perfils possibles: **públic general, restauradors/es i botiguers/eres**.

La formació s'adaptaria a cada un dels perfils en funció de les seves necessitats i interessos de la pròpia IGP. En qualsevol cas les formacions s'estructurarien amb els materials que ja s'aporten en aquesta memòria, a saber: materials d'acompanyament, gestió bones pràctiques i receptari.

- **Públic en general:** formació orientada a conèixer i explotar les potencialitats del Gall del Penedès i a ampliar les habilitats culinàries relacionades amb l'elaboració de plats a base de Gall del Penedès. En aquest cas es pot analitzar la conveniència de fer formacions més dirigides a perfils concrets: foodies, joves, famílies...
- **Restauració:** formació orientada a compartir coneixement per facilitar o millorar la presència de plats de Gall del Penedès en l'àmbit de la restauració.
- **Botigues:** Aportar coneixement del sistema de producció i de la varietat d'ús culinari del Gall perquè pugui ser transferit al consumidor i per empoderar els botiguers com a prescriptors del producte. Afavorir la visibilització i la verbalització de valors associats a la traçabilitat, garantia de procedència, garantia de manipulació i bondats gastronòmiques i de salut.

Turisme

En aquest cas no es tracta únicament de crear experiències noves, tan sols centrades al voltant del Gall del Penedès, sinó més aviat explorar la possibilitat d'encaixar la presència del Gall dins de sectors estratègics del turisme del Penedès i de la resta de comarques que conformen el territori de la IGP.

Aquí entra la noció de maridatge amb d'altres productes. D'entrada, bàsicament, s'indiquen dos productes a través dels quals el Gall del Penedès pot guanyar presència. Aquests són el préssec de l'Ordal i el vi del Penedès. Associar-se amb aquests productes pot facilitar la desestacionalització del consum del Gall.



- **Maridatges:** Sumar-se o introduir el Gall a les *culinary and wine experiences* dutes a terme en el marc de la DO Penedès i que es poden trobar al llarg del territori de la IGP. Vendre-ho amb la idea de que són maridatges de productes amb garantia i que es tracta dels productes de qualitat del territori. En aquest mateix sentit es pot tantejar de quina manera el Gall del Penedès pot ser present en la Carretera del vi.

Explorar la possibilitat de tenir una presència continuada durant la campanya de la **temporada del Préssec de l'Ordal** o bé establir algun tipus de sinergia amb el préssec, encara que sigui fora de l'àmbit natural en el que es desenvolupa el mercat del préssec, és a dir, explorar la possibilitat que durant la temporada del préssec aquest pugui sortir del seu àmbit territorial per aparèixer en l'àmbit territorial del Gall del Penedès. Establir sinergies *win to win*.

D'altres possibles maridatges que es poden explorar poden ser els següents: coca enramada, garrofa, calçots, oli DO Siurana o cigronet de l'Alta Anoia.

- Valorar la possibilitat de tenir presència en el **Vijazz Penedès**. En el web publiciten l'espai de tastos i maridatges que a hores d'ara no està en funcionament. Pot ser un bon espai per mirar de visibilitzar el Gall, no només per al públic de Vilafranca sinó que també per al públic de l'àrea metropolitana de Barcelona.
- **Most. Festival Internacional de Cinema del Vi i el Cava** (8-18/11/2018, Vilafranca). Explorar les maneres en les quals el Gall, la seva història, els valors que l'envolten i el seu lligam al Penedès tinguin presència en aquest festival. Aquest és un esdeveniment amb vuit edicions a la seva esquena i que reuneix a totes aquelles persones vinculades al món del vi i del cava. Es podria aprofitar l'enorme projecció que significaria per al Gall no només en difusió, si no també en provocar sinèrgies amb els cellers, l'enoturisme, etc.

Explorar com des de la IGP, el Consell Comarcal del Penedès, Diputació, sponsors del Festival, etc., es poden motivar/subvencionar accions de promoció del Gall en format audiovisual.

- **Gallexperience:** D'altres tipus d'activitats d'oci i turisme poden anar orientades a obrir les explotacions i participar de les activitats pròpies del procés productiu del Gall, com per exemple: preparar el menjar, alimentar els Galls, canviar-los de tancats, seleccionar els animals que s'hauran de dur a l'escorxador. Aquest conjunt d'activitats es relacionen amb explicacions sobre la tasca pagesa, la història del Gall, el valor de la IGP i poden concloure amb àpats on el producte estrella sigui el Gall del Penedès.

A més a més si es treballa en la línia d'obtenir algun tipus de producte elaborat de llarga conservació aquest és pot incloure com a souvenir. Aquesta circumstància facilitaria l'accés de la venda directa i la possibilitat de que el turista de llarga distància se'n pugui endur a casa una mostra. Aquesta estratègia podria superar la limitació que suposa el fet de treballar amb un producte animal viu.



D'altra banda el producte elaborat pot permetre una presència més continuada a diversos tipus d'establiments que el puguin comercialitzar sense la necessitat d'haver de competir amb productes frescos similars per tractar-se d'un producte diferent. Aquesta presència pot facilitar la promoció del producte IGP i fresc.

Respecte Animal i Salut

En aquest cas s'agrupen els àmbits de respecte a l'animal i la salut perquè el format de les accions poden ser similars i van orientades, sobretot a la divulgació i a l'educació del públic en general al voltant del Gall del Penedès.

En aquest sentit, de nou i de manera similar a l'àmbit de sostenibilitat, la proposta bàsica és la d'anar introduint en qualsevol de les publicitats, díptics, tríptics i/o fulletons divulgatius la informació que evidencii que el Gall del Penedès és un producte saludable i respectuós amb l'animal.

L'objectiu d'aquesta acció és la de difondre transparència. Es basa en el convenciment que el sistema de cria del Gall és l'adequat i òptim. Els missatges han de ser clars i entenedors i es poden anar combinant amb altres informacions de caràcter culinari com ara receptes.

Bàsicament es tracta d'aportar materials que puguin ser utilitzats pels establiments de venda i per els restauradors i que funcionin com a eines de promoció. Per exemple la venda del producte pot anar associada a l'entrega d'un targetó informatiu on s'explicitin alguna de les característiques que fan únic el producte en matèria de salut i respecte a l'animal.

Materials divulgatius

Juntament amb l'estratègia de posicionament s'afegeixen dos documents pràctics dels quals se'n poden editar materials divulgatius per tal de donar a conèixer les possibilitats culinàries del Gall del Penedès amb la intenció de facilitar la seva utilització i coneixement de manipulació. Els documents esmentats es corresponen amb: *Especejament, elaborats, guia de bones pràctiques i mapa d'acompanyament* i *Receptari per al Gall del Penedès*.

El document *Especejament, elaborats, guia de bones pràctiques i mapa d'acompanyament* conté:

- Sobre especejament: Identificació de les diferents parts del Gall i tipus d'elaboracions relacionades. S'acompanya d'imatges.
- Sobre elaborats: Idees d'elaborats de 5ª gamma inicialment destinats al sector de la restauració però que es poden dirigir a altres tipus d'establiments i al públic en general. S'acompanya d'imatges.

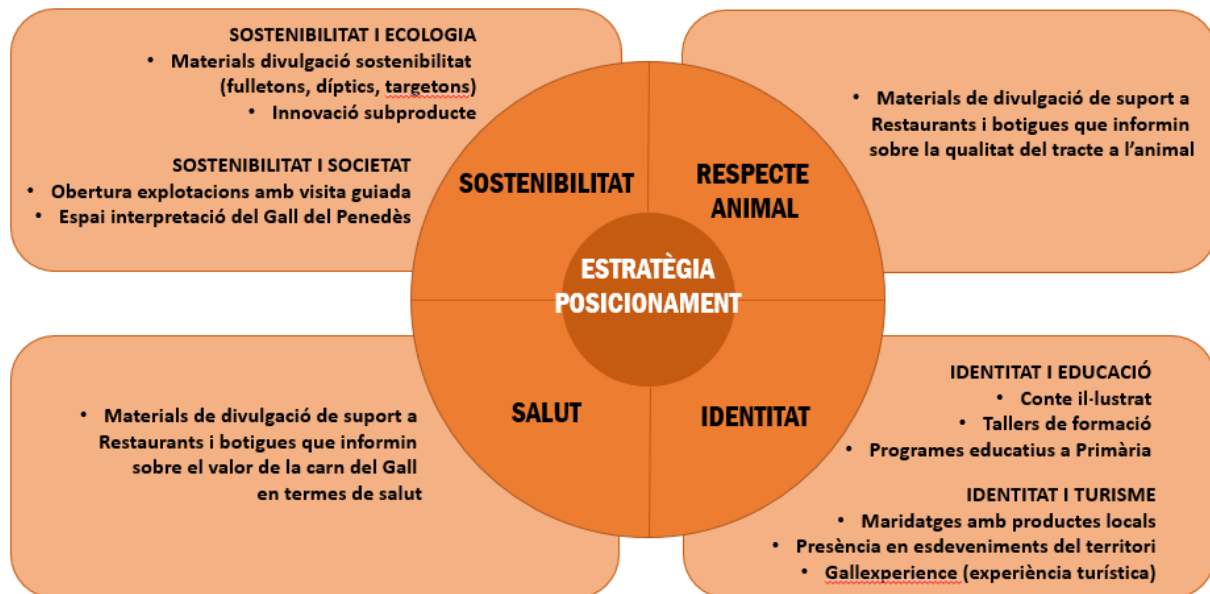


- Guia de bones pràctiques: Pensada per difondre coneixement en relació a la conservació, manipulació i especejament, cocció del gall. S'acompanya d'imatges.
- Mapa d'acompanyament: Recordatoris i recomanacions per cuinar el gall, tipus de coccions i tècniques culinàries relacionades.

El document *Receptari per al Gall del Penedès* conté:

- Receptes amb Gall del Penedès associades a tècniques culinàries per mostrar la diversitat de la cuina del Gall.

Esquema resum de l'estratègia i les accions





Bibliografia

Ajuntament de Vilafranca, Consum (2016): Vilafranca Ve de Gust! i el Gall del Penedès.

Ansón, Sergi (2016): La primera edició del curs de cuina del Gall del Penedès finalitza amb molt bona participació. Rtvvilafranca.cat, 15 de desembre de 2016.

Associació de Criadors de la Raça de Gallines Penedesenca [en línia] «IGP» URL: <<https://www.galldelpenedes.cat/igp>> (30 d'octubre del 2018).

DARPA (2016): Ordre ARP/28/2016, de 16 de febrer, per la qual s'aproven el reconeixement transitori i el reglament de la Indicació Geogràfica Protegida Gall del Penedès, i es reconeix el seu consell regulador provisional. DOGC núm. 7066.

Francesc i Vidal, Amadeu (1989): "Les races de gallines catalanes: del passat cap al futur". Comunicació presentada a la Universitat Catalana d'Estiu, Prada. Quaderns Agraris, Barcelona.

Generalitat de Catalunya (2014): Plec de condicions de la Indicació Geogràfica Protegida (IGP) Gall del Penedès.

IRTA (2012): Inclusió de granet de raïm en el pinso per la IGP del Gall de Penedès. Informe IRTA-Recerca i Tecnologia Agroalimentàries, genètica Avícola, Mas de Bover.

Jordà, A. (1984): "Recuperació de dues races de gallines autòctones de Catalunya: Penedesenca i Empordanesa. Publicacions del Centre Agropecuari Mas Bové, núm. 42.

Rossell i Vilà (1928): "La raça de gallines del Penedès" Agricultura i Ramaderia, any X, nº 7.

Solé Bordes, Joan (2014): El gall del Penedès a l'entorn del mercat de Vilafranca. Consell Comarcal Alt Penedès, Vilafranca del Penedès.

Turisme Vilafranca: Curs de cuina: el Gall del Penedès a la cuina de Nadal, Cuina per a tothom! Accés: 8/05/2018.