

Més enllà de la pesca: Roses i l'Escala com a models de valor afegit

Al port de Roses, els pescadors participen en la transformació i comercialització del seu peix a través d'un model singular que els obre a nous mercats. A l'Escala, en canvi, la indústria gira entorn d'una tradició centenària de salaó. Dos camins diferents que, en el fons, responen a una mateixa necessitat: donar valor a la pesca més enllà de la captura.

Text > **LLUÏSA FUENTES**, periodista

Al port de Roses, la pesca ja fa temps que no s'acaba a la llotja. Els pescadors no només capturen el peix, sinó que també participen en la comercialització i transformació del producte a través d'un model poc habitual: una empresa mixta amb el sector privat que els permet incidir en els preus perquè no baixin a la llotja, donar sortida al peix i arribar a mercats que van molt més enllà de la Costa Brava.

Aquest model s'ha construït sobre una base sòlida. La Confraria de Pescadors de Roses, fundada el 1921, és una de les més importants del litoral gironí i una de les poques on conviuen totes les modalitats de pesca. Amb més d'un segle d'història, ha estat un actor clau del sector, però en els últims anys ha anat un pas més enllà. La creació de Pescadors de Roses Planta Envasat SL, el 2009, marca el punt d'inflexió. La iniciativa neix a partir d'una antiga planta de filetejat i es transforma en una estructura més ambiciosa després de l'aliança amb una empresa vinculada a la família Gotanegra. Els pescadors mantenen el 51 % de la societat, mentre que el soci privat en controla el 49 %, una combinació poc habitual que explica bona part de la singularitat del model. Avui, la iniciativa ha anat molt més enllà de la distribució de peix fresc i elaborat. Ha aconseguit obrir mercat a diversos països, amb una presència



>> Fumet de peix dels Pescadors de Roses.

(Foto: LLUÏSA FUENTES)

consolidada arreu de l'Estat i a Europa (Itàlia, França, Àustria o Portugal) i amb noves perspectives cap a destinacions com Dubai. Però darrere d'aquesta expansió hi ha una història que ve de lluny.

A Roses, la pesca no s'entén sense les famílies. No és només una activitat econòmica, sinó una manera de viure que passa de generació en generació. Pere Gotanegra, reconegut empresari del sector pesquer, gerent de la

planta d'envasat Pescadors de Roses i descendent d'una llarga nissaga vinculada al comerç de peix, ho explica sense embuts: «La meva besàvia ja comprava peix a la plaça Sant Pere per anar-lo a vendre a Castelló d'Empúries caminant, amb un cistell al cap». Aquella besàvia era Dionísia Marcó. I a més de vendre peix, hi ha un detall que avui pren més sentit. «Els diumenges feia arròs per a tota la família, amb un fumet molt bo, i en passava la recepta a

altres cases de Roses», explica Gotanegra. La dona no sabia llegir ni escriure però tenia un instint molt fi per a l'ofici. «Quan anava a comprar peix, si li havien posat alguna cosa que no havia demanat ho detectava de seguida i anava al pòsit a reclamar-ho», recorda. Feia els números a la seva manera, amb un sistema propi, però controlava perfectament el que entrava i el que sortia.

Amb els anys, aquella recepta de finals del segle XIX ha acabat convertint-se en un dels elaborats més representatius de la iniciativa impulsada pels pescadors de Roses. El fumet, que avui es pot trobar a supermercats i que es distribueix fora del país, té un origen domèstic. I això explica amb claredat el que ha passat a Roses: una evolució que no trenca amb el passat, sinó que el transforma.

La història continua amb l'avi, que repartia peix pels pobles de l'Empordà amb una camioneta; era una feina de proximitat i de relació directa amb la gent, i amb el pare, que va ampliar el negoci cap a l'interior, cap a la Garrotxa.

Gotanegra va començar de ben jove. «Amb setze anys ja comprava peix, i amb divuit ja en venia. Això et dona molta escola i et fa entendre l'ofici des de baix», recorda. Amb el temps, el negoci ha anat canviant. Del tracte directe amb els clients s'ha passat a una estructura molt més complexa, amb distribució a gran escala i exportació. Però, insisteix, la base continua sent la mateixa: el peix de Roses.

Una aliança poc habitual

El model que s'ha construït a Roses no és habitual. «És un cas singular. No n'hi ha més com aquest», diu Antoni Abad, president de la confraria de pescadors. La singularitat no és només una qüestió de discurs, sinó d'estructura.

La societat va néixer de la necessitat d'incidir en els preus del peix. «Ens vam adonar que la manera de fer-ho era transformant-lo», explica Abad. Però abans calia establir unes regles clares. «El comprem a la subhasta com qualsevol peixater. Sinó, hauria estat competència deslleial», sosté.

Aquest detall és clau perquè explica com el model s'integra dins del sistema sense trencar-lo. No es tracta de crear un circuit paral·lel, sinó d'actuar dins del mateix mercat però amb una estra-

Del tracte directe amb els clients s'ha passat a una estructura molt més complexa, amb distribució a gran escala i exportació. Però la base continua sent la mateixa: el peix de Roses.



>> Una treballadora de la planta d'envasat de Roses manipulant gambes.
(Foto: LLUÏSA FUENTES)



>> Un treballador de la planta de Roses, en el procés d'envasar carpaccio.
(Foto: LLUÏSA FUENTES)

tègia diferent. A partir d'aquí es construeix el model: els pescadors aporten el peix i les instal·lacions, i el soci privat hi col·labora amb la part comercial. «Nosaltres pesquem i el nostre soci comercialitza. Aquesta conjunció és la clau», resumeix Abad.

En paral·lel, la confraria també ha obert noves línies per garantir el futur del sector, com l'impuls de l'aqüicultura. En aquest àmbit, s'ha especialitzat en la cria de llobarro i orada en instal·lacions a la badia de Roses, una activitat que complementa la pesca extractiva i contribueix a diversificar els ingressos i reforçar la sostenibilitat del model.

És una manera d'organitzar-se que no s'ha reproduït en altres ports. I això, segons Abad, continua sent una pregunta oberta: Per què no hi ha més iniciatives com aquesta?

De la llotja al valor afegit

La iniciativa neix amb una funció ben concreta: gestionar els excedents de captura. La pesca és una activitat irregular. Depèn del temps, de les condicions del mar i de molts factors que sovint no es poden controlar. Hi ha dies

que no s'atrapa res i dies que n'hi ha molt, de peix. Quan hi ha excés, el preu baixa. És aquí on entra en joc la planta. «Quan passa això, comprem el peix a la subhasta i el transformem», explica Gotanegra. Amb els anys, aquesta pràctica ha anat configurant una estructura més complexa. A la planta no només es fileteja peix: es congela, es cou i s'elaboren aliments pensats per al consum actual.

El fumet és un dels exemples més clars. D'un producte que abans es descartava o tenia poc valor comercial, s'ha passat a una línia de producció consolidada. «Vam començar-ne fent un litre i aquest any potser arribarem al milió», confirma Abad. A més hi ha els *carpaccios*, que han trobat sortida en restauració i exportació. A partir de peix local, es creen elaborats que responen a nous hàbits de consum. «El consumidor ha canviat molt», diu Gotanegra. «Busca comoditat, aliments que pugui preparar ràpid i que li facilitin el dia a dia», afirma. Aquest canvi en el consum és un dels motors de la transformació del sector. L'elaboració d'aquests aliments els ha permès obrir mercat arreu del món. Gotane-

gra recorda que van començar amb el fumet i, tot seguit, amb aquests elaborats. «A partir d'aquí vam comprovar que hi havia recorregut», explica. Avui, a la planta elaboren una àmplia gamma d'aliments: des del *carpaccio* de gamba del cap de Creus fins al d'escamarlà o de pop de roca, així com potes de pop pasteuritzades, entre altres elaborats de gamma alta. Aliments que es poden trobar tant en circuits de distribució tradicional com a través de venda en línia, però que també s'han anat obrint camí en mercats internacionals.

Diversificar per estabilitzar el model

Amb el temps, el model s'ha anat ampliant fins a estructurar-se en diferents línies de negoci: la distribució de peix fresc a grans superfícies, la transformació en elaborats, la venda directa al port i la distribució a restauradors.

Aquesta diversificació permet no dependre només del peix fresc i dona més estabilitat al sistema. «Guanyem per dues bandes», afirma Abad. «No deixem caure el preu a la llotja i, a més, venem l'elaborat», recorda.

És una manera de compensar la incertesa pròpia del sector, tot i que no elimina els problemes estructurals. A més, evidencia la dimensió que ha anat adquirint la iniciativa: la societat mixta recapta una facturació anual de diversos milions d'euros: segons dades mercantils, en una forquilla d'entre 3 i 6 milions, una xifra significativa per a una empresa vinculada directament a una confraria de pescadors.

Aquest model ha obert la porta a mercats que fa uns anys quedaven lluny. Un recorregut que no ha estat immediat, sinó progressiu, sovint lligat al contacte amb restauradors, a la projecció de la gastronomia i a la capacitat d'adaptar el peix a nous mercats. El resultat és que el producte que surt del port de Roses pot acabar en restaurants o supermercats d'altres països. El peix és local, però el mercat és global.

Malgrat aquests avenços, el sector pesquer continua afrontant dificultats. El cost del gasoil, la pressió normativa i la manca de relleu generacional són alguns dels problemes principals. «Cada vegada hi ha menys gent jove que vulgui dedicar-s'hi», confessa Gotanegra. També hi ha la qüestió ambiental: «El mar és com un hort: si el cuides, et res-

pon», reflexiona. La sostenibilitat no és només una qüestió teòrica, sinó una condició imprescindible per mantenir l'activitat a llarg termini.

L'Escala: la força de la tradició

A pocs quilòmetres, a l'Escala, la indústria entorn de la pesca segueix un camí diferent. Si a Roses la transformació s'ha articulada en els últims anys com una estratègia per adaptar-se al mercat, a l'Escala forma part de l'essència local des de fa segles. Aquí, l'element central és l'anxova. I el seu valor no es construeix tant a partir de la innovació com de la continuïtat.

«És una tradició que ha passat de pares a fills», explica Rosa Hostench, presidenta de la Unió de Saladors Històrics d'Anxova de l'Escala. Les quatre empreses que formen part de la Unió —Salaons Solés, SA; Fill de J. Callol i Serrats, SL; Anxoves El Xillu, SL, i Anxoves de l'Escala, SA, totes amb una llarga trajectòria— mantenen un model basat en l'elaboració artesanal i en una manera de fer que

s'ha anat transmetent de generació en generació.

Aquest model té una dimensió econòmica clara: genera prop de dos-cents llocs de treball i manté una activitat que també dona vida al municipi a part de la temporada turística. També té una dimensió cultural. L'anxova no és només un aliment, sinó un component de la identitat local. «Nosaltres hem sabut convertir aquest element de la pesca en un reclam gastronòmic i turístic», defensa Hostench. «La gent ve i s'emporta un pot d'anxoves», diu.

A diferència del cas de Roses, però, el model de l'Escala no busca créixer en volum. «Nosaltres no volem créixer en quantitat, sinó en qualitat», insisteix. «Aquest aliment necessita una maduració. Si creixes massa i això t'obliga a abaixar la qualitat, llavors no té sentit», opina.

Un model basat en la qualitat

La indústria de la salaó es basa en una lògica diferent. No es tracta tant d'adaptar-se a la demanda immedi-

ata com de respectar uns temps i uns processos. L'anxova es treballa amb un mètode propi, amb controls estrictes i amb una denominació de qualitat reconeguda des de fa dècades. Això implica limitacions. No es pot accelerar ni produir de qualsevol manera. «És un aliment que necessita temps», diu Hostench. «I això marca el ritme de tot», afirma.

A més, la matèria primera no sempre acompanya. Des de fa anys, la mida del peix ha anat disminuint, i això en dificulta la producció. «Fa temps que no surt anxova de mida per a fàbrica», explica. Aquesta circumstància obliga moltes empreses a treballar amb peix d'altres zones, tot i mantenir el procés d'elaboració a l'Escala.

Identitat, territori i economia

Per a l'alcalde de l'Escala, Josep Bofill, el valor d'aquest model va més enllà de l'econòmic. «Aquí, el procés de salaó ve de l'època grega, de les primeres fàbriques d'Empúries, i s'ha mantingut al llarg dels segles sense aturar-se», ex-



>> Dones treballant a la indústria de la salaó de l'Escala. (Foto: AJUNTAMENT DE L'ESCALA)



>> Sardines de l'Escaló. (Foto: AJUNTAMENT DE L'ESCALÓ)

plica. Aquesta continuïtat és el que ha consolidat el nom d'Anxova de l'Escaló com una marca pròpia. Altres municipis han tingut indústria de la salaó (com Sant Feliu de Guíxols, Palamós, Llançà o el Port de la Selva), però en molts casos s'ha interromput. A l'Escaló, en canvi, s'ha mantingut, fet que ha permès construir un relat al voltant de l'anxova. Festes com la de l'Anxova o la de la Sal, o iniciatives vinculades a la gastronomia local, han contribuït a reforçar aquesta identitat. «És un tret distintiu», assegura Bofill. «En un món globalitzat, la identitat és el que et defineix com a poble», conclou.

Una indústria també social

La indústria de la salaó té també una dimensió social molt marcada. Tradicionalment, mentre els homes sortien a pescar, les dones s'encarregaven de treballar el peix a les fàbriques. Una realitat que, en part, encara es manté. «A dia d'avui, moltes de les persones que treballen a les fàbriques són dones», matisa Bofill.

Aquesta especialització ha estat, històricament, una font d'ocupació important per al municipi. I continua sent-ho. Però, malgrat la solidesa del model, el sector no està exempt de dificultats. Josep Lluís Sureda, patró

major de la confraria de pescadors de l'Escaló, manifesta que «aquí la flota és principalment de peix blau: sardina i anxova. Però cada vegada ens costa més tenir el peix adequat per a la indústria».

Una part important del peix que es pesca no es queda a l'Escaló, sinó que es distribueix a fora. «El peix sovint se'n va a altres punts de la Península o a França», diu. Això té a veure, en part, amb el canvi climàtic i les condicions del mar, que han alterat els cicles naturals. «El plàncton alimenta menys, el peix no s'engreixa igual, i això afecta directament la mida», assegura Sureda. A més, la presència de noves espècies i els canvis en les migracions també influeixen.

Davant d'aquesta situació, el sector busca maneres d'adaptar-s'hi. Una de les línies que s'estan explorant és la venda directa de peix a restaurants de la costa. «Estem mirant de portar la sardina a restaurants i xiringuitos», respon Sureda. És una manera de donar més valor al peix, tot i que no té la dimensió industrial del model de Roses.

Dos models, dues maneres d'entendre el futur

El contrast entre Roses i l'Escaló és evident. A Roses, el model es basa en

Aquest model té una dimensió econòmica clara: genera prop de 200 llocs de treball i manté una activitat que dona vida al municipi més enllà de la temporada turística

la transformació, la diversificació i l'obertura a nous mercats. A l'Escaló, la força rau en la continuïtat, en el valor del peix i en una manera de fer que no vol créixer a qualsevol preu. Però, en el fons, comparteixen una mateixa idea: el valor de la pesca no es troba només en la captura, sinó en tot el que es construeix al seu voltant.

El futur és incert per a tots dos models, però també ple de moviment. A Roses es plantegen créixer, diversificar i explorar noves línies, com ara una iniciativa de cultiu d'algues mediterrànies que es vol comercialitzar a través del canal Horeca dels Pescadors. A l'Escaló, el repte és mantenir la qualitat i adaptar-se a un context en què la matèria primera ja no és la mateixa.

En tots dos casos, la clau és trobar l'equilibri. Perquè, al capdavant, la pesca ja no és només sortir al mar. També és tot el que ve després.



>> Pa amb tomàquet i anxoves. (Foto: AJUNTAMENT DE L'ESCALÓ)