

Josep Montasell i Dorda

Enginyer tècnic agrícola. Director del Parc Agrari del Baix Llobregat

RESUM

La Carxofa Prat és un dels productes més emblemàtics del Parc Agrari del Baix Llobregat, i es cultiva en una superfície de 359 ha, extensió que representa el 18,9 % de la superfície agrària útil (SAU) del parc. Les produccions anuals són de 15-20 t/ha, segons si es tracta de plantacions de primer o segon any. Un 75 % del total de la producció es comercialitza a Mercabarna, orientada al mercat de producte fresc. La resta es distribueix a través de la venda directa dels productors al detall en botigues i mercats locals. A banda d'això, l'any 2009 el Parc Agrari va endegar una nova proposta de turisme especialitzat al voltant d'un producte hortícola: l'*holeriturisme*. L'anomenat *turisme d'horta* permet desplaçar-se fins al Parc Agrari, però no amb l'únic objectiu d'oferir un gaudi o una recreació a la persona participant, sinó que mitjançant el coneixement del producte i del territori pretén que el «turista» descobreixi aquest espai agrari i els seus productes.

Una jornada d'*holeriturisme* gira a l'entorn d'un producte des de quatre experiències personals: descobrir, observar, experimentar i assaborir. Mitjançant un qüestionari que han respost els participants s'ha intentat conèixer el perfil de la persona consumidora, els motius que l'han portat a participar en aquesta activitat turística i quants diners estaria disposat a pagar per aquest tipus d'activitat. S'han recollit respostes de qüestionaris corresponents als anys 2010 (amb un nombre total de 470 participants) i 2011 (656 visitants, corresponents a les 936 persones inscrites que han participat en les dotze sessions organitzades en sis caps de setmana). Les dades posen de manifest l'expectació que està adquirint aquesta oferta turística.

PARAULES CLAU: *holeriturisme*, turisme d'horta, Carxofa Prat, Parc Agrari, producte fresc.

Correspondència: Josep Montasell i Dorda. Masia de Can Comas. Camí de la Ribera, s/n. 08820 El Prat de Llobregat. Barcelona. A/e: montaselldj@diba.cat.

LA CARXOFA PRAT, PROTAGONISTA DEL *HOLERITURISMO*

RESUMEN

La Carxofa Prat (alcachofa que se cultiva en el delta del río Llobregat) es uno de los productos más emblemáticos del Parc Agrari del Baix Llobregat, y se produce en una superficie de 359 ha, extensión que representa el 18,9 % de la superficie agraria útil (SAU) del parque. Las producciones anuales son de 15-20 t/ha, según se trate de plantaciones de primer o segundo año. Un 75 % del total de la producción se comercializa en Mercabarna, orientada al mercado de producto fresco, mientras que el resto se distribuye a través de la venta directa de los productores al por menor en tiendas y mercados locales. Por otro lado, en 2009 el Parc Agrari puso en marcha una nueva propuesta de turismo especializado en torno a un producto hortícola: el *holeriturismo*. El llamado *turismo de huerta* permite desplazarse hasta el Parc Agrari, pero no con el único objetivo de ofrecer un disfrute o una recreación a la persona participante, sino que mediante el conocimiento del producto y del territorio pretende que el «turista» descubra este espacio agrario y sus productos.

Una jornada de *holeriturismo* gira en torno de un producto desde cuatro experiencias personales: descubrir, observar, experimentar y saborear. Mediante un cuestionario que han respondido los participantes se ha intentado conocer el perfil de la persona consumidora, los motivos que le han llevado a participar en esta actividad turística y cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por este tipo de actividad. Se han recogido respuestas de cuestionarios correspondientes a los años 2010 (con un número total de 470 participantes) y 2011 (656 visitantes, correspondientes a las 936 personas inscritas que han tomado parte en las doce sesiones organizadas en seis fines de semana). Los datos ponen de manifiesto la expectación que está adquiriendo esta oferta turística.

PALABRAS CLAVE: *holeriturismo*, turismo de huerta, Carxofa Prat, alcachofa, Parc Agrari, producto fresco.

THE CARXOFA PRAT (PRAT DE LLOBREGAT ARTICHOKE), THE HIGHLIGHT OF THE *HOLERITOURISM* AGRICULTURAL EVENT

ABSTRACT

The Carxofa Prat (Prat de Llobregat artichoke) is one of the most iconic products of the Parc Agrari del Baix Llobregat where it is cultivated over an area of 359 hectares. This extension represents 18.9% of the Parc's usable agricultural area (UAA). Annual production is 15-20 t/ha, depending on

whether they are first- or second-year plantings. Seventy-five percent of total production is marketed at Barcelona's central fruit and vegetable market, Mercabarna, and aimed at the fresh produce market. The remaining 25% is distributed through direct sales from producers to retail stores and local markets. Moreover, in 2009 the Parc Agrari launched *holeritourism*, a new form of tourism specialising in horticultural products and visits to gardens and orchards. *Holeritourism* provides visitors with access to the agricultural park so that in addition to providing leisure and recreation opportunities they can familiarise themselves with local products and the area.

Holeritourism is based on four personal experiences with a particular product: discovery, observation, experimentation and tasting. Based on a questionnaire completed by participants, an attempt has been made to learn more about consumer profiles, i.e. what led them to take up this sort of tourism and how much they would be willing to pay for this type of activity. Answers to questionnaires have been collated for 2010 (with a total number of 470 participants) and for 2011 (656 visitors, from a total of 936 persons registered, who have participated in twelve sessions organised over six weekends). The data bring to light the future prospects of this type of tourism.

KEYWORDS: *holeritourism*, tourism of gardens and orchards, Carxofa Prat, artichoke, Parc Agrari, fresh produce.

1. INTRODUCCIÓ

La Carxofa Prat és un dels productes més emblemàtics del Parc Agrari del Baix Llobregat i, especialment, del Prat de Llobregat, Sant Boi de Llobregat i Viladecans, municipis amb més producció d'aquesta hortalissa. La Carxofa Prat és un producte amb història i personalitat, resultat de la llarga i característica tradició a la comarca, del tipus de sòl on es conrea (sòl deltaic d'al·luvió) i del microclima que presenta el Baix Llobregat derivat de la proximitat al mar i de l'obertura als vents del nord, a través de la vall del Llobregat.

Per tal de comprendre la importància de la Carxofa Prat dins l'àmbit del Parc Agrari del Baix Llobregat i com s'incorpora en una nova activitat turística que s'ha denominat *holeriturisme*, cal saber algunes dades de la seva història i del marc socioeconòmic que en defineix el conreu.

2. LA CARXOFA PRAT, UNA CARXOFA AMB HISTÒRIA

L'origen d'aquesta hortalissa se situa a la conca mediterrània. Ens han arribat nombrosos escrits de l'època de la presència musulmana a la penín-

sula Ibèrica —sobretot dels segles XII i XIII— que testimonien de manera directa el cultiu de la carxofa. D'aquest període ha quedat el nom pel qual coneixem avui en català aquesta hortalissa: la carxofa.¹

El conreu ininterromput de les carxofes al delta del Llobregat està documentat des del segle XVI (Codina, 1971 i 1992). En el decurs de l'època moderna, destaca especialment el cultiu d'aquesta hortalissa als termes municipals de l'Hospitalet de Llobregat i el Prat de Llobregat, d'on s'arriba a dir que tots els camps dedicats a l'horticultura eren coneguts com a «carxofers».

Al Baix Llobregat, el cultiu de la carxofa sempre ha conviscut amb el de la resta de produccions hortícoles. La tesi doctoral de G. Tribó (1989) en reforça aquesta idea: «a mitjan segle XIX, al Baix Llobregat [les carxofes] no ocupaven molt terreny, segons la documentació fiscal [...], però es cultivaven a tot arreu i en realitat constituïen un dels cultius més importants de la comarca. Al llarg dels segles XIX i XX, gràcies a l'extensió del regadiu, la seva presència es va incrementar».

En el pas del segle XIX al XX, el panorama va canviar radicalment. L'any 1906 es van començar a crear els sindicats agrícoles,² i l'empenta organitzativa d'aquests i la qualitat de les produccions van permetre afrontar les noves demandes del mercat.

El 1919 es comencen a exportar les carxofes de la zona cap a Europa. «Tornada la pau internacional, comença l'exportació de carxofes dèltiques, la primera etapa en intensitat i importància, que va durar fins el 1936, amb el rècord l'esmentat any de quaranta vagons diaris durant la temporada només del Prat, localitat pionera de la zona, als mercats de França, Alemanya, Suïssa i Escandinàvia» (Codina, 1971).

En el registre d'exportadors de l'any 1933 s'han identificat —només al Prat— dotze exportadors inscrits. En la documentació existent d'alguns d'aquests consta la carxofa com un dels productes que comercialitzaven.

La Guerra Civil espanyola suposa una davallada en les exportacions. En acabar la guerra no es va recuperar l'exportació, però es mantingué el cultiu, destinat fonamentalment al mercat català. Aquest mercat coneixia —i encara coneix— popularment la carxofa produïda al delta del Llobregat com la «carxofa del Prat». I així era costum d'identificar-la a les pissarres que indicaven el preu als mercats i les botigues de venda al consumidor.

1. El nom d'aquesta hortalissa procedeix de l'àrab *ḥāršafa*.
2. *Ley de Sindicatos Agrícolas de 1906*. Primer marc jurídic del cooperativisme agrari de l'Estat espanyol.

Cal recordar que fins a la darrerria del segle xx el Prat de Llobregat ha estat el municipi amb més superfície agrícola del Delta, fins al punt que des de la ciutat de Barcelona i la resta de Catalunya, al conjunt del Delta i la seva horta se l'ha anomenat popularment «l'horta del Prat».

A partir de la dècada dels anys seixanta, la possibilitat de vendre les carxofes per a conserva va oferir l'oportunitat de derivar cap a aquesta línia de comercialització la producció no vendible en fresc o que el mercat no podia absorbir. Aquest fet també va comportar, de retruc, que d'aleshores ençà en el mercat en fresc només hi anessin a parar les carxofes de més qualitat, circumstància que ha contribuït a mantenir el prestigi de les populars carxofes del Prat en una època en què, en general, han augmentat les exigències de qualitat dels consumidors.

El 23 de març de 2006, i amb motiu de la tramitació de la indicació geogràfica protegida de la Unió Europea (IGP), es va constituir l'Associació de Promotors de la IGP Carxofa Prat. Es tracta de la culminació d'un procés iniciat uns quants anys abans en què, entre altres aspectes, les dues principals cooperatives de comercialització de la carxofa (l'Agrícola del Prat de Llobregat i l'Agrària Santboiana), després d'un ampli debat i conjuntament amb el Consorci del Parc Agrari i representants dels ajuntaments respectius, acorden denominar la carxofa produïda en l'àmbit establert per la IGP *Carxofa Prat*. Posteriorment es va aprovar un distintiu gràfic que la identifica.

FIGURA 1. *Distintiu de la Carxofa Prat*



3. LA CARXOFA PRAT, UNA CARXOFA AMB PERSONALITAT

La carxofa (*Cynara scolymus*) és una planta herbàcia perenne d'una alçada compresa entre seixanta i vuitanta centímetres que es conrea per consumir-ne les inflorescències. Des d'un punt de vista morfològic, la Carxofa Prat correspon a la varietat blanca de Tudela, que es caracteritza per tenir unes fulles llargues i pubescents, de color verd clar a l'anvers i blanquinós al

revers, tot i que a l'hivern el color de l'anvers tendeix cap al verd blavós amb el fred ambiental. Presenta uns nervis centrals molt marcats, i el limbe està dividit en lòbuls laterals. Les inflorescències són les carxofes, que adopten forma de capítols, i se'n produeixen entre dos i quatre en cada brot. En el decurs del període productiu la planta va generant brots nous des de la soca.

Les carxofes o capítols són compactes i en forma de pinya, i presenten la forma oval característica. Les bràctees, també ovalades, són petites, carneses i compactes, de color verd clar, com tot el conjunt de la planta. Els capítols tenen tendència a formar un clot en la part terminal, especialment en el període hivernal. Aquest clot és indicatiu de la seva tendresa, que es manté tot i havent assolit la mida comercial. La Carxofa Prat comença a produir cap al final de la tardor i la collita es perllonga fins al final de la primavera.

Segons la nota de tast realitzada per cuiners de l'Escola d'Hostaleria de Castelldefels l'any 2007, la Carxofa Prat es caracteritza per «ser lleugerament àcida, fresca, intensa i vellutada. Gustosa i suau. Aquestes característiques contrasten amb les carxofes d'altres procedències, especialment per la suavitat del seu gust, i per ser [la Carxofa Prat] menys oxidativa, així com per la seva textura fina, i la suau astringència produïda per la tanicitat³ de la carxofa».

4. LA CARXOFA PRAT. EL MARC SOCIOECONÒMIC

4.1. La producció

Al delta i la vall baixa del Llobregat es conreen unes 359 ha de Carxofa Prat. Aquesta superfície suposa el 18,90 % de les 1.899 ha de la SAU del Parc Agrari, o el 10,71 % si tenim en compte la superfície total del Parc Agrari (3.352 ha).

Un 78 % del conreu de Carxofa Prat se situa als municipis de Sant Boi de Llobregat i del Prat de Llobregat. Afegint als municipis anteriors la superfície de cultiu d'aquesta hortalissa de Viladecans, el percentatge dels tres municipis suposa un 87 % del total (taula I).

Atenent la superfície dedicada a aquest cultiu, les explotacions que cultiven carxofa es poden classificar tal com indica la taula II.

La producció mitjana per hectàrea de la Carxofa Prat és alta respecte a la d'altres zones productores d'Espanya (12.600 kg/ha) i de Catalunya

3. Presència de tanins, que tenen propietats antiinflamatòries.

TAULA I. *Distribució de la superfície de conreu de la carxofa Prat per municipis*

Municipi	Superfície conreu carxofa (ha)	Total SAU municipi (ha)	Percentatge conreu carxofa sobre total SAU del municipi
El Prat de Llobregat	88	180	49
Sant Boi de Llobregat	194	640	30
Viladecans	31	383	8
Santa Coloma de Cervelló	16	92	17
Sant Joan Despí	6	94	6
Gavà	8	329	3
L'Hospitalet de Llobregat	1	3	33
Cornellà de Llobregat	1	2	50
Sant Feliu de Llobregat	4	68	6
Sant Vicenç dels Horts	3	56	5
Molins de Rei	2	35	6
El Papiol	0,5	18	3
Castelldefels	0,5	2	25
Pallejà	0	0	0
Total	359	1.902⁴	19

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'*Estudi socioeconòmic de la Carxofa Prat* (2010). Documentació presentada en la tramitació per obtenir la IGP Carxofa Prat.

TAULA II. *Superfície conreada per explotació*

Rangs de superfície	Nombre d'explotacions	Superfície total aproximada (ha)
Entre 0,3 i 1 ha	67	30
Entre 1 i 5 ha	42	126
Entre 5 i 10 ha	20	118
Entre 10 i 20 ha	4	85
Total	132	359

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'*Estudi socioeconòmic de la Carxofa Prat* (2010). Documentació presentada en la tramitació per obtenir la IGP Carxofa Prat.

4. L'Hospitalet de Llobregat forma part del Consorci del Parc Agrari com a municipi, tot i que no aporta espai agrari al Pla Especial de Protecció i Millora del Parc Agrari del Baix Llobregat. És per aquest motiu que hi ha la discrepància de 3 ha en relació amb la SAU del Parc Agrari.

(13.400 kg/ha). Del treball de camp fet amb diversos pagesos es pot establir que les produccions mitjanes dins l'àmbit del Parc Agrari són les següents: en plantacions de primer any s'obtenen uns 20.000 kg/ha; en plantacions de segon any, entre 17.000 i 18.000 kg/ha, i en plantacions de tercer any, entre 13.000 i 15.000 kg/ha.

Tenint en compte aquestes produccions mitjanes (i les dades de comercialització) i considerant una densitat de plantació de 12.000 plantes/ha, aproximadament, es pot deduir una producció mitjana total de 17.000 kg/ha.

En conseqüència, la producció total estimada de Carxofa Prat al Parc Agrari se situa a l'entorn dels 6.000.000 kg.

4.2. La comercialització i la distribució

4.2.1. Canals de comercialització

La comercialització de la carxofa segueix diferents canals, tal com s'indica a la taula III.

TAULA III. *Diferents circuits de comercialització de la Carxofa Prat*

Canal de venda	Percentatge	tn	Productors
Venda directa al detall	5,0	300	28
Venda a detallistes a través de cooperatives amb parada a Mercabarna	50,0	3.000	59
Venda a majoristes amb parada a Mercabarna	38,3	2.300	64
Venda a distribuïdors, cadenes i altres mercats	6,7	400	4
Total	100	6.000	

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'*Estudi socioeconòmic de la Carxofa Prat* (2010). Documentació presentada en la tramitació per obtenir la IGP Carxofa Prat.

4.2.2. Abast territorial de la distribució

Un 75 % del total de la producció es comercialitza a Mercabarna (4.500.000 kg, aproximadament). Per tant, l'abast de distribució de la Carxofa Prat se situa dins l'àmbit d'influència d'aquest mercat central majorista.

Mercabarna és un centre important de distribució de productes hortofructícoles del sud d'Europa, des d'on també s'expedeix cap a diferents països europeus. Ara bé, pel volum de producció i l'anomenada popular de

què gaudeix, la Carxofa Prat es comercialitza fonamentalment a la província de Barcelona i a la resta de Catalunya.

S'estima que a Mercabarna es venen de mitjana uns 11.000.000 kg de carxofes. Un 40 % d'aquestes provenen del Parc Agrari; un 57 %, de la resta de l'Estat espanyol; i un 3 %, d'altres procedències, fonamentalment d'origen francès. Cal remarcar que mentre que l'any 2008 es comercialitzaven uns 3.000 kg de carxofes procedents de França, l'any 2010 es va arribar als 44.000 kg.

L'origen de la carxofa que prové de l'Estat espanyol correspon, per ordre d'importància, a les províncies de Castelló i Múrcia (amb uns 4.000.000 kg), i d'Alacant i Granada (entre 1.500.000 i 2.000.000 kg).

Les cooperatives Agrícola del Prat, Agrària Santboiana i Agrària de Santa Coloma de Cervelló tenen parada pròpia a la nau G de Mercabarna, des d'on comercialitzen conjuntament al voltant de 900-1.000 tn de carxofes. Aquesta quantitat suposa entre un 20 i un 23 % de la Carxofa Prat que es comercialitza a Mercabarna. La comercialitzadora més important de la Carxofa Prat és la Cooperativa Agrícola del Prat, amb un 69 % del volum total de les tres cooperatives (FCC, 2010).

La Carxofa Prat està orientada al mercat de producte fresc a través de la venda directa dels productors al detall en botigues i mercats locals. Aquest fet accentua la presència de la Carxofa Prat als mercats de l'àrea metropolitana de Barcelona.

Durant alguns anys es va derivar carxofa cap a la conserva, especialment a la primavera, quan n'augmenta notòriament la producció i el mercat se satura. En aquests casos, la conserva servia per a descarregar el mercat de carxofa en fresc i, també, per donar una sortida a la part de la producció que no tenia les condicions de mida que exigeix aquest mercat.

Aquesta carxofa es comercialitzava sense encaixar i es col·locava directament en camions, que la portaven cap a fàbriques conserveres de la regió de Múrcia. La carxofa que es comercialitzava per aquest canal no tenia cap mena de distintiu ni s'identificava com a Carxofa Prat.

S'ha de tenir en compte que els preus del mercat en fresc i els de la conserva són molt diferents. De fet, el preu pagat per a la conserva és molt baix, fins al punt que sovint se situa per sota del llindar del cost de producció. Per aquest motiu s'ha abandonat aquesta pràctica.

Al mercat, i dins la gamma de produccions de qualitat, la Carxofa Prat competeix directament amb la carxofa de Benicarló, que disposa d'una denominació d'origen pròpia.

La Carxofa Prat, comercialitzada en fresc, es destina a un ampli ventall de plats que demanen una carxofa en bon estat i que conservi les propietats organolèptiques que només pot garantir un producte fresc, sense marcimement després de la collita.

La proximitat de la zona de producció al seu mercat tradicional i natural, el metropolità de Barcelona, permet que la Carxofa Prat arribi al consumidor en un termini no superior a 24-48 hores. Així, la frescor esdevé un factor clau a l'hora de valorar aquesta carxofa.

4.3. Llocs de treball vinculats a la Carxofa Prat

El nombre de llocs de treball relacionats amb la producció i la comercialització de la Carxofa Prat s'ha d'entendre tenint en compte que aquest cultiu conviu en les explotacions agrícoles amb altres productes hortícoles. Per tant, el nombre de treballadors de les explotacions que es dediquen a la producció (titulars d'explotació i assalariats fixos i eventuais) i a la comercialització (cooperatives, parades de majoristes, distribuïdors, parades de mercats o botigues al detall de pagesos productors) s'aplica al mateix temps a altres productes de l'horta.

Tanmateix, i fent una abstracció del nombre de llocs de treball directes relacionats majoritàriament amb aquest cultiu, es pot afirmar que el conreu de la Carxofa Prat ocupa prop de tres-cents treballadors i treballadores, i uns cinquanta més pel que fa a la comercialització.

4.4. Dimensió econòmica actual de la Carxofa Prat

El preu de la carxofa, com tots els productes hortícoles, presenta oscil·lacions interanuals derivades de les circumstàncies climatològiques a les diverses zones de producció, especialment pel que fa al cicle de temperatures. També a la primavera influeix en el preu la demanda de producte per a la conserva, demanda que és determinant per a desviar del mercat de carxofa en fresc una quantitat importat d'aquesta hortalissa.

Així, en el decurs de la temporada el preu segueix una oscil·lació que comença amb el punt màxim (els mesos d'octubre, novembre i fins i tot desembre, si l'any és especialment fred), després davalla per situar-se al preu mitjà (els mesos de gener, febrer i la meitat de març) i, finalment i fins al final de la temporada (a mitjan maig), arriba als nivells més baixos. Aquesta línia general pot alterar-se per causa de fenòmens meteorològics puntuals com ventades intenses que ennegreixen els capítols de la carxofa, inundacions que maten les plantes o n'aturen la producció, o glaçades que destrueixen les carxofes i endarrereixen la nova collita, etc.

Pel que fa al cas concret de la Carxofa Prat, en el seu mercat natural de l'àrea metropolitana de Barcelona i Catalunya aquesta hortalissa obté un preu superior a les carxofes de la mateixa categoria que provenen d'altres territoris. La diferència es deu al coneixement que té el comprador de les bondats de la Carxofa Prat i de la seva frescor, derivada de les poques hores que passen entre la collita i la presentació al mercat.

Ara bé, la diferència de preu no es pot generalitzar al conjunt de la carxofa produïda dins la zona de producció de la Carxofa Prat, ja que una part important d'aquesta es comercialitza a través del mercat majorista i es distribueix conjuntament amb carxofes d'altres procedències. D'aquesta manera, la carxofa no es presenta prou diferenciada i es valora com la resta. Aquest és, doncs, un punt feble destacat que cal corregir per aconseguir que la Carxofa Prat es valori correctament i indistintament de la via per on es comercialitza.

Prenent com a referència els preus dels darrers cinc anys, es pot establir que el preu mitjà de venda a l'engròs i percebut pel pagès se situa entre 1,0 i 1,2 €/kg. Tenint en compte aquesta dada, s'estima un valor total de la producció a l'entorn dels 6.500.000 euros.

Tal com ja s'ha comentat abans, aquesta xifra està sotmesa a les variacions anuals de preus, al volum de producció comercialitzada i, fins i tot, a la variació del percentatge de producció que es comercialitza a través dels diferents canals de distribució. En tot cas, és una xifra important que fa més entenedora l'activitat econòmica que genera la producció, la comercialització i els serveis que té associada la Carxofa Prat i la seva potencialitat.

5. LA CARXOFA PRAT, PROTAGONISTA DE L'HOLERITURISME

Les carxofes han estat i són un cultiu molt important i característic del Baix Llobregat. La vinculació de la carxofa amb els principals municipis productors (el Prat de Llobregat i Sant Boi de Llobregat) s'ha fet evident també en el fet que des de fa uns quants anys en aquests municipis se celebren singulars «carxofades», festes populars que giren al voltant del consum i la gastronomia de la carxofa (Sant Boi n'organitza des de l'any 2000, i el Prat, des de l'any 2002). La Carxofa Prat ha esdevingut també la gran protagonista d'un nou producte turístic especialitzat com és l'*holeriturisme*.

FIGURA 2. Cartell de la Carxofada 2011 de Sant Boi de Llobregat



5.1. L'holeriturisme, un nou concepte

L'holeriturisme és una nova proposta de turisme especialitzat al voltant d'un producte hortícola com pot ser la carxofa. *Holeriturisme* és una paraula que uneix dos conceptes: HOLUS, -ERIS, paraula llatina que vol dir 'verdura', 'hortalissa' (i en què HOLTOR -ORIS és 'hortolà'), i «turisme», que fa referència al fet de viatjar pel simple gust de conèixer, per recreació. En definitiva, es tracta del turisme de l'hortalissa, el turisme de l'horta.

L'holeriturisme és un producte turístic ja que permet desplaçar-se amb l'única voluntat de conèixer o de recrear-se. Però per al Parc Agrari, l'holeriturisme no és una finalitat en si mateix, sinó mitjà per aconseguir un fi. L'holeriturisme no té com a objectiu oferir tan sols un gaudi o una recreació, sinó que pretén que mitjançant el coneixement i la recreació el «turista» descobreixi els productes del Parc Agrari i que es creï un *feeling* entre visitants i pagesia que faci que comparteixin la seva estima per la terra (l'un produint i l'altre consumint els productes). Aquest és l'objectiu: fidelitzar consumidors en la compra de productes del Parc Agrari.

L'holeriturisme és el turisme que té com a referència i element d'interès les hortalisses, tant des de la perspectiva de la qualitat (relacionada amb el sabor, el color, l'olor, la textura, etc.) com des de la de la tradició dels pagesos i les pageses en la manera de conrear-les. Es tracta de fomentar un turisme interessat en els usos i els costums dels horticultors i les horticultores, un

turisme que ofereix l'oportunitat de conèixer les produccions, el patrimoni i la tradició agrícoles, i de gaudir del paisatge d'una zona hortícola. Tot plegat a través de l'experiència personal que representa la visita als camps, l'experimentació amb els productes de consum a casa o als restaurants del Parc Agrari del Baix Llobregat.

FIGURA 3. Cartell d'una activitat d'holeriturisme, un itinerari guiat per a la descoberta de la Carxofa Prat



És per això que l'holeriturisme no és tan sols una proposta complementària vinculada a l'activitat agrícola d'una explotació, sinó quelcom que serveix per a arribar a un fi: vendre més o millor.

L'holeriturisme és un turisme de proximitat, de descoberta del que hi ha a prop, moltes vegades un gran desconegut. És un turisme de complicitat amb el medi ambient en la mesura que la proximitat de l'espai agrari redueix l'emissió de CO₂ i la despesa energètica en els desplaçaments, que fomenta la preservació d'un territori i que dóna valor i reconeixement a uns productes, i és també un turisme relacionat amb la gastronomia, la cultura i la salut.

Aquesta activitat turística al voltant de la Carxofa Prat suposa un pas més en la promoció dels productes del Parc Agrari i complementa les diverses accions que des de l'any 2003 s'estan impulsant, conjuntament amb el Consorci de Turisme del Baix Llobregat, com la campanya gastronòmica «Els sabors de l'horta», en què una sèrie de restaurants de la comarca ofereixen plats elaborats amb productes del Parc Agrari. Pel que fa a aquesta campanya, l'interès dels restauradors de la comarca és notable, com ho demostra

el fet que l'any 2003 hi van participar quinze establiments mentre que el 2011 la llista s'ha allargat fins a arribar als quaranta-dos.

L'any 2009 el Parc Agrari va organitzar la primera jornada d'*holeriturisme*. D'aleshores ençà, s'han fet diverses activitats destinades a donar a conèixer les produccions més emblemàtiques d'aquest espai agrari com són la Carxofa Prat, la bleda i altres hortalisses de fulla o les cireres del Baix. Durant la jornada, es presenta un mateix producte des de quatre experiències personals: descobrir, observar, experimentar i assaborir. Quatre maneres d'abordar aquest producte per conèixer-lo des del moment que es produeix fins al moment que es consumeix, així com les diverses possibilitats gastronòmiques que ofereix (*holerigastronomia*).

L'*holeriturisme* pretén que el visitant pugui «descobrir» l'oferta de productes de proximitat del Parc Agrari, amb la frescor que li confereix el fet de ser propers ja que no transcorren més de 24-48 hores des que es cullen fins que es consumeixen; productes de temporada (i com que no hi ha de tot durant tot l'any, la notícia «És temps de Carxofa Prat» s'espera amb expectació); i un producte el productor o la productora del qual es pot conèixer. En l'*holeriturisme* el visitant contacta amb el pagès que ha tingut cura d'allò que consumeix a partir d'«observar» els camps i tenir-hi un tracte directe.

La jornada de turisme de l'horta es completa amb un taller sensorial. Els tallers són una primera aproximació a la gastronomia del producte a través d'una cuinera, que ajuda a conèixer com «assaborir-lo» en fresc i sense manipulació a través dels diferents sentits (olfacte, oïda, vista, sabor i tacte). Posteriorment, els participants poden «experimentar» amb el producte manipulant-lo i descobrir-ne les possibilitats culinàries.

En el fons, se cerca que el consumidor es capbussi en un producte tot descobrint el paisatge que aquest genera, ja sigui al camp on es produeix o com a producte gastronòmic, és a dir, com a protagonista d'un plat o acompanyant en una elaboració culinària. Carxofa en cru, a la brasa, en carpaccio; carxofa bullida, xips, en truita; licor de carxofa, gelat de carxofa; o en un gran nombre de plats.⁵ Tot un món per descobrir en què la protagonista és la pagesia que any rere any té cura de produir aquesta flor.

5. Qualsevol de les formes tradicionals de cocció de la carxofa (al forn, bullides, a la brasa, etc.) no altera gaire les substàncies actives que conté aquesta hortalissa. Les carxofes contribueixen a eliminar toxines. Per esborrar les empremtes de l'estrès «un consell prudent és prendre dues o tres carxofes tres cops a la setmana» (Senpau, 2011).

FIGURA 4. Fulletó per difondre l'holeriturisme al Parc Agrari



5.2. Valoració d'una experiència

Mitjançant un qüestionari que han respost els participants en les diverses activitats d'holeriturisme, s'ha intentat conèixer, entre altres coses, el perfil de la persona consumidora, els motius que l'han portat a participar en aquesta activitat turística i quants diners estaria disposat a pagar per aquest tipus d'activitat. Cal recordar que, atès que s'han estat fent de manera experimental, les jornades d'holeriturisme han estat gratuïtes. Es considera, però, que en un futur l'han de desenvolupar empreses turístiques o la mateixa pagesia, com ja fan algunes empreses del vi amb les seves ofertes d'enoturisme.

S'han recollit respostes de qüestionaris corresponents als anys 2010 (470 persones) i 2011 (656 persones, corresponents als 936 inscrits que han participat durant les dotze sessions que s'han organitzat en sis caps de setmana). La dada posa de manifest l'expectació que està adquirint aquesta oferta turística.

Les enquestes del 2010 han estat analitzades amb profunditat pels professors Noelia Araújo, del Departament d'Organització d'Empreses i Màrqueting de la Universitat de Vigo, i Valerià Paül, del Departament de Geografia de la Universitat de Santiago de Compostel·la (Araújo, 2010).

De l'anàlisi dels qüestionaris del període 2010-2011 es desprèn que un 75 % dels participants a les activitats d'*holeriturisme* de la Carxofa Prat són residents a Barcelona, i un 67 %, dones. Un 35 % del total dels enquestats se situa dins la franja d'edat de 55-64 anys, mentre que un 28 % s'inclou dins la de 45-54 anys.

En relació amb el motiu pel qual han participat en l'activitat, un 66 % expressa la voluntat de conèixer el Parc Agrari i la Carxofa Prat, i solament un 27 % manifesta una finalitat de lleure, fer turisme o de recreació.

Quan es pregunta sobre quants diners estarien disposats a pagar per aquesta activitat (cal recordar que actualment és gratuïta), un 13 % respon que no pagaria, mentre que un 51 % pagaria menys de 20 €, i un 16 %, fins a 20 €. El percentatge de participants que pagarien més de 20 € no arriba a l'1 %.

Pel que fa a la valoració de les diverses activitats que es duen a terme durant una jornada d'*holeriturisme*, una gran majoria dels enquestats l'any 2010 (fins a un 86 %) va manifestar com a molt interessant la possibilitat de comprar carxofes directament del pagès al final de la jornada. Per contra, en les enquestes de l'any 2011 aquest interès baixa fins al 50 %, i l'activitat més apreciada pels participants ha estat el taller de la Carxofa Prat (un 71 % dels enquestats l'ha valorat com a molt interessant). Durant aquest taller, una cuinera col·laboradora organitzava un tast de Carxofa Prat i ensenyava a preparar diverses receptes per cuinar-la. L'activitat de la visita als camps de Carxofa Prat ha estat valorada com a molt interessant per un 65 % de les persones enquestades.

En un 74 % dels casos, totes les activitats que componen una jornada d'*holeriturisme* de la Carxofa Prat han estat puntuades per sobre de 4 (en una escala de l'1 al 5), és a dir, han estat valorades com a interessants o molt interessants.

TAULA IV. *Quadre resum d'holeriturisme/holerigastronomia de la Carxofa Prat*

Àmbit	Parc Agrari del Baix Llobregat i el seu entorn.
Territori	Vall baixa i delta del Llobregat.
Objectiu	Donar a conèixer un producte hortofructícol com és la Carxofa Prat i fidelitzar el comprador directament amb la pagesia en circuits de comercialització de proximitat (mercats locals, botigues, distribució de cistelles a domicili, etc.).
Singularitat	Paisatge agrícola viu i preservat amb una pagesia que ofereix productes de proximitat produïts en petites explotacions agrícoles situades en un delta i amb una estructura parcel·lària configurada per la xarxa de camins i la xarxa de reg. Algunes explotacions incorporen una masia, que constitueix un important patrimoni arquitectònic agrari.

Oferta	<ul style="list-style-type: none"> – La tradició i el saber fer de la pagesia. – L'origen i la proximitat del producte, que converteix el Parc Agrari en el rebost de l'àrea metropolitana de Barcelona. – La temporalitat que ofereix el pas del temps i de les estacions. Productes de temporada. – La frescor que confereix la reducció al màxim del temps entre la collita i el consum. – La qualitat que aporta collir en el punt adequat de maduresa i que, a l'hora de produir els productes, contribueix a la millora ambiental del Parc Agrari.
Activitats	<p><i>Holeriturisme</i> o turisme d'horta per descobrir de forma vivencial i emocional productes emblemàtics com la Carxofa Prat, les cireres del Baix o les hortalisses de fulla (bledes, cols, créixens, etc.).</p> <p>Aquesta activitat incorpora l'<i>holerigastronomia</i> dins la campanya «Els sabors de l'horta», en què col·laboren 36 restauradors de la comarca.</p>
Promoció	<ul style="list-style-type: none"> – Consorci del Parc Agrari del Baix Llobregat. – Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
Col·laboració	<ul style="list-style-type: none"> – Gremi d'Hostaleria i Turisme. – Gremi d'Hostaleria de Castelldefels i el Baix Llobregat. – Empresa Damm, amb el maridatge de la cervesa Inedit.

FIGURA 5. Cartell sobre el maridatge entre la cervesa Inedit de Damm i la Carxofa Prat

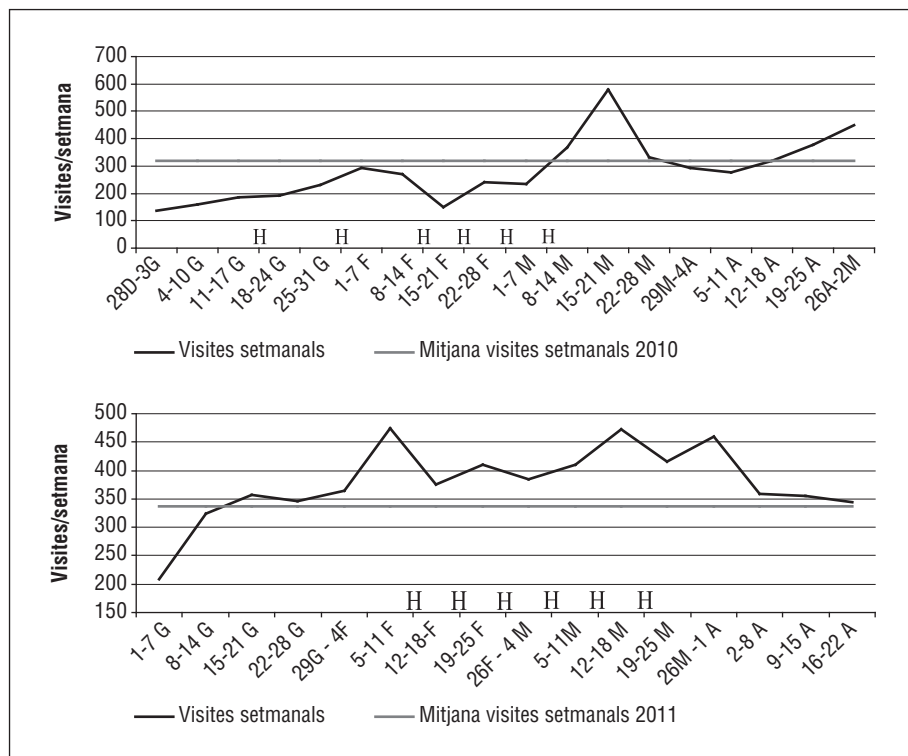


Una altra manera d'estudiar la repercussió de l'*holeriturisme* en les persones que hi participen és a partir del seguiment de les entrades registrades al portal web <http://www.elcampacasa.com>.⁶ Es pot apreciar que després de cada jornada hi ha un increment important de visites al web, fet que respon

6. Aquest portal web ofereix al consumidor (detallista o majorista) la possibilitat de contactar amb els pagesos i les pageses del Parc Agrari, i d'aquesta manera adquirir les hortalisses i fruites que produeixen.

a l'interès despertat i a la informació rebuda durant l'activitat *holeriturística*. Diàriament, el portal web del Parc Agrari rep una mitjana d'entre cinquanta i seixanta visites, amb una durada de set a nou minuts per visita.

FIGURA 6. *Visites setmanals al portal web www.elcampacasa.com durant les campanyes 2010 i 2011. (La H correspon a les sessions realitzades d'holeriturisme.)*



6. CONCLUSIONS

La Carxofa Prat és un producte emblemàtic del Parc Agrari que, per raons històriques de proximitat i de qualitat, respon adequadament a la demanda del mercat de proximitat que la valora. La temporalitat de la producció i el fet que és més primerenca que la d'altres indrets fan que sigui una hortalissa de la qual el consumidor espera l'arribada al mercat.

Aquestes circumstàncies fan que aquesta hortalissa s'adapti perfectament a una activitat com és l'*holeriturisme*, destinada a donar-la a conèixer millor i a promocionar-la. L'activitat, de tipus turístic, té com a objectiu fomentar el

consum de la Carxofa Prat a través de la coneixença amb profunditat (de la manera com es produeix, i de les seves virtuts alimentàries i possibilitats gastronòmiques), descobrint-la, observant-la, experimentant-la i assaborint-la.

Si bé fins avui l'*holeriturisme* ha estat una activitat impulsada des del Parc Agrari, una vegada experimentada i valorades les bondats cal que es faci un pas més i s'incorpori com una acció que pot realitzar la mateixa pagesia o una empresa especialitzada en turisme. De manera semblant com es fa amb l'enoturisme en el cas del vi i el cava, l'*holeriturisme* s'ha de convertir en una activitat complementària a l'activitat productiva de l'empresa agrària.

El Parc Agrari ofereix productes del temps i de la terra, però també paisatge, resultat de la tradició i de la feina ben feta dels pagesos i de les pageses. L'*holeriturisme* és una oportunitat per descobrir l'agricultura de proximitat a través d'un producte i conèixer els paisatges que li són propis. Com deia l'escriptor Josep Pla, «els paisatges més bells són els que neixen d'una bellesa utilitària, comestible».

BIBLIOGRAFIA

- ARAÚJO, N.; PAÜL, V. (2012). «Agroturismo en entornos periurbanos: enseñanzas de la iniciativa *holeriturismo* en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña)». *Cuadernos de Turismo*, núm. 29, p. 183-208.
- CODINA, J. (1971). *El delta del Llobregat i Barcelona: Gèneres i formes de vida dels segles XVI al XX*. Barcelona: Ariel.
- CODINA, J. [et al.]. (1992). *El Baix Llobregat el 1789: Respostes al qüestionari de Francisco de Zamora*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- FEDERACIÓ DE COOPERATIVES DE CATALUNYA (2010). «Estudi de les cooperatives: Agrària de Santa Coloma de Cervelló SCCL, Agrària Santboiana SCCL i Agrícola del Prat de Llobregat SCCL». Estudi inèdit encarregat pel Consorci del Parc Agrari del Baix Llobregat.
- PLA, J. (1976). «Tres guies». A: PLA, J. *Obra completa*. Vol. 30. Barcelona: Destino, p. 763.
- SENPAU, P. (2011). *Quan la vida puja a la bàscula: Claus perquè l'estrès no t'engreixi*. Barcelonesa d'Edicions, p. 45. (Pòrtic-Atrium)
- TRIBÓ, G. (1989). «Evolució de l'estructura agrària del Baix Llobregat (1860-1931)». Tesi doctoral inèdita.