l'avellana de muntanya

4, 5, 6 i 7 de novembre de 2021 | Casal Vilaplanenc

Segones Jornades de Promoció de l'Avellana de Muntanya

Josep Moragas Pagès | President de l'AAMP

Per segon any consecutiu, l'Associació d'Amics de les Muntanyes de Prades ha organitzat unes jornades per promocionar l'avellana de muntanya a l'empara de la convocatòria d'ajuts a la promoció de productes agroalimentaris de proximitat convocats pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Des de Vilaplana, amb el suport logístic del seu ajuntament, hem fet quatre xerrades: una, sobre les bondats de l'avellana de muntanya per la salut una altra sobre màrqueting i les estratègies de diferenciació del producte i sobre la sostenibilitat i la responsabilitat social; i, finalment, una sobre les possibilitats turístiques del paisatge i els pobles que conreen avellanes a les nostres muntanyes. Però, a més d'escoltar aquestes veus expertes (la de la Dra. Rosa Solà, el Dr. Miquel Àngel Bové, Josep Moragas i Jaume Salvat), enguany hem introduït altres novetats.

Novetats

Hem fet un tast d'avellana dirigit per Eudald Salvat, membre del panel del tast d'avellana, amb la col·laboració de Jaume Salvat. I hem tastat també l'avellana en les presentacions culinàries de Maria Teresa Llauradó, la popularíssima *instagramer* de #mussarafoods, i en una crema d'avellana i mel de Joan M. Llorens, apicultor de les nostres Muntanyes i soci de l'AAMP. Aquests actes, inclosos en una jornada matinal de dissabte, van congregar una altíssima participació i interès.

Amb la col·laboració de:

Ajuntament de Vilaplana

Patronat de Turisme

Amb el suport de:

Diputació Tarragona

2022_Avellana.indd 1 28/1/22 13:04

La visita als conreus

El diumenge 7 de novembre, amb la col·laboració de la DOP Avellana de Reus, vam introduir una altra novetat: una caminada popular pels conreus de l'avellana de muntanya. En aquesta ocasió 75 participants, entre senderistes i voluntaris, es van reunir a Capafonts per recórrer un itinerari circular de 14,25 km entre Capafonts i La Febró. L'objectiu era caminar vora alguns conreus d'avellana d'aquest dos pobles del Massís de les Muntanyes de Prades. Valorar el paisatge i els seus preciosos colors de Tardor, un autèntic espectacle visual que és i ha de ser atractiu turístic del nostre entorn.

Amb tot plegat, en quatre dies hem vist reunits experts i enamorats del producte agroalimentari per excel·lència de les nostres muntanyes: l'avellana, que rep els complements d'altres productes arrelats, com la castanya, l'ametlla i l'oli verge extra (DOP Siurana o DOP Garrigues), ja tradicionals, com la trufa i la mel, i d'altres més nous que s'estan introduint, com la vinya o el llúpol. Hem parlat d'atributs molt importants i diferenciats que podreu llegir en els articles que segueixen i que afegim a tots els que ja es van donar en l'Opuscle de les primeres Jornades publicat l'any passat.

Volem que tot plegat serveixi per donar valor al producte, al conreu, al Pagès, al poble, al paisatge. Hem donat en aquestes dues edicions molts arguments objectius, per part d'investigadors i investigadores que han dedicat hores i recursos a la recerca de diferencia i atributs. Però res pot suplir, només tot pot afegir, la passió per aquest fruit de la natura que és inherent a la vida de tantes persones que l'han treballat al camp, que han anat al jornal, que són aiguaders, sindicalistes, trencadors, comerciants, cuiners, guies de muntanya i molts altres oficis que han posat al món l'avellana, Reus i els voltants, sigui el pla o la muntanya.

Volem donar les gràcies des de l'AAMP a tots els organismes que d'una manera o altre han donat suport a aquestes segones Jornades: Serveis Territorials a Tarragona del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya, Eurecat, Ajuntament de Vilaplana, Temps d'Avellana, DOP Avellana de Reus i, sobre tot, al Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona pel seu suport des del programa "Productes agroalimentaris i artesans de proximitat".

Amb el concurs de tots hem fet i farem una acció de promoció constant. Com vaig assenyalar a la cloenda: "Tots som prescriptors. I només així augmentarem el coneixement i el consum de l'avellana, que és el que necessitem tots i que és l'objectiu primer d'aquestes Jornades".

Josep Moragas Pagès, president de l'AAMP, en la presentació de les II Jornades sobre l'avellana de muntanya al Casal Vilaplanenc, moments abans de la conferència de la Dra. Rosa Solà Alberich

L'avellana de muntanya, una avellana de qualitat

Àngel Xifré Arroyo l
Director dels Serveis Territorials del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

D'avellanes n'hi ha de diferents varietats i, dins de cada varietat, també canvien les seves característiques de qualitat, en funció d'on estan plantats els avellaners. Elements distintius són l'alçada on estan plantats, ja que canvien les característiques climatològiques o els sols on s'ubiquen les plantacions, que fan que el producte final, en aquest cas l'avellana, tingui una forma, un color, una olor o un gust diferencial.

Però cal saber definir quines són aquestes característiques que fan diferents les avellanes de muntanya, de les avellanes del pla. Aquesta funció correspon a un Panel de Tast. Ara fa dos anys que el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural va posar en marxa l'Oficina Tècnica de l'Avellana, ho va fer a través d'una licitació pública del servei, i que va ser adjudicada a Eurecat. Un dels objectius claus de l'OT de l'Avellana era la creació del Panel de Tast de l'Avellana. I per què un panel de tast? Per una cosa tant important com poder descriure les característiques físiques i organolèptiques de les avellanes. Per poder distingir els "bons" dels "mals" productes, s'ha de ser capaç de descriure-les.

Altres productes com el vi o l'oli ja tenen panels de tasts, alguns oficials com el de l'oli, o altres, com el vi, on la funció del panel de tast forma part de la formació pròpia dels enòlegs. Quin tipus de torrat té una avellana? Quin color? Quina forma? Tenen defectes? Té trets olfactius o gustatius de caramel? De cafè? De coco?.... hi ha molts elements que permeten descriure les avellanes i, per tant, saber-les distingir i donar els trets de qualitat que permetin anar més enllà de la simple descripció de si una avellana és "bona" o "dolenta". Aquesta feina farà tenir descriptors de l'avellana, per tant permetre diferenciar les avellanes, i buscar el valor afegit. Una avellana de qualitat amb descriptors té un valor superior que el consumidor sabrà apreciar.

Els descriptors també permetran posar en valor l'avellana de la DOP Avellana de Reus, que recordo que és l'única DOP d'avellana, i no només la pròpia avellana sinó també productes que tenen l'avellana de la DOP com a component: torrons, orxates, bombons, cremes,... S'obre un camí llarg per arribar a comercialitzar una crema d'avellanes de la DOP Avellana de Reus, però que suposarà un salt qualitatiu en la seva producció i comercialització.

També s'obren expectatives per l'avellana de muntanya, una avellana de qualitat, una avellana amb unes característiques que la fa diferent. El repte que tenim és descriure els elements físics i organolèptics que la fan diferent i això permetrà que tingui un valor diferenciat i conseqüentment resulti útil als productors i productiu mantenir, i fins i tot ampliar, les explotacions que tenim avui. El Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural donarà continuïtat dos anys més a l'Oficina Tècnica de l'Avellana i, per extensió, dins dels objectius hi ha seguir avançant en el Panell de Tast. Té feina!!

Salut i Avellana

Rosa Solà Alberich I
Metgessa i Catedràtica de Medicina.
Hospital Universitari Sant Joan de Reus - URV

Introducció

"L'avellana és cosa sana" és un eslògan sorgit a Reus cap als anys 1960, que expressava els efectes saludables atribuïts a l'avellana. Més tard, el 1992, va sorgir un altre eslògan que es referia als seus efectes benèfics per a la salut: "Avellana, el cor t'ho demana", a proposta del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya, el Consell Comarcal del Baix Camp i la Denominació d'Origen Protegida 'Avellana de Reus'. Que les avellanes són bones, sempre s'ha sabut. En l'imaginari popular, l'avellaner i l'avellana representen la fecunditat i la fertilitat. L'avellana apareix vinculada als rituals matrimonials. En aquest article intentem aportar novetats sobre què ens diuen els estudis científics en relació amb els efectes saludables del consum habitual d'avellanes. Ens referirem concretament al fruit de l'espècie *Corylus avellana*, i tractarem de desagregar les dades dels treballs que la bibliografia científica ofereix en relació amb allò que en anglès s'entén per "NUT" o "NUTS", que és una paraula per designar genèricament els fruits secs.

> **"El principal efecte saludable de l'hàbit de menjar fruits secs és la reducció del risc de patir malalties cardio-metabòliques: grup de malalties que inclou les cardiovasculars i la diabetis**

Motius per consumir avellanes

Consumir avellanes pot proporcionar una sèrie de beneficis per a la salut per raó de la seva composició (Ros, E. et al. 2021):

- El tipus de greix que integren, amb un predomini de greix de tipus insaturat, un 75% de àcids grassos mono-insaturats i un 15% d'àcids grassos d'àcid poli-insaturats
- Els antioxidants que incorporen, com els polifenols i la vitamina E
- Altres micronutrients com folats i fitosterols
- Els minerals en què són riques, com calci, magnesi, coure, potassi, seleni i zinc
- La fibra
- Les proteïnes vegetals, en especial, riques en l'aminoàcid denominat arginina

Efectes del consum de fruits secs i, en concret, del consum d'avellanes

El principal efecte saludable de l'hàbit de menjar fruits secs és la reducció del risc de patir malalties cardio-metabòliques: grup de malalties que inclou les cardiovasculars i la diabetis. La importància de disminuir el risc de patir malalties cardiovasculars és que són la principal causa de mort i malaltia. Altrament, la diabetis és una de les pandèmies de l'actualitat (WHO 2021). La diabetis es genera quan el pàncrees no produeix prou insulina o quan el cos no utilitza la insulina de forma eficaç. La diabetis és una de les causes de les malalties cardiovasculars (WHO Diabetes 2021). És una malaltia crònica en creixement en tot el món.

En el combat de les malalties cardiovasculars és fonamental poder reduir els seus factors de risc, com les concentracions elevades de colesterol de les lipoproteïnes de baixa densitat (LDL, colesterol dolent) en la sang, la pressió arterial elevada, l'excés de pes, l'hàbit de fumar, etc. Els efectes beneficiosos del consum d'avellanes s'explicarien per l'acció dels seus principals components sobre els factors de risc cardio-metàbolic:

- Els àcids grassos mono-insaturats, fibra i fitosterols poden reduir les concentracions sèriques de colesterol de les lipoproteïnes de baixa densitat (LDL, colesterol dolent) i de triglicèrids. A més, aquests components poden mantenir o augmentar les concentracions sèriques de colesterol de les lipoproteïnes d'alta densitat (HDL, colesterol bo).
- La fibra, minerals i proteïnes vegetals regulen de forma favorable la glucosa de la sang
- Els minerals, proteïna vegetals i polifenols disminueixen la pressió arterial
- Els polifenols, vitamina E i fitosterols disminueixen l'oxidació i la inflamació
- Els polifenols redueixen l'agregació de les plaquetes.

Aquests resultats, en concret, dels efectes consum d'avellanes sobre la millora dels factors

de risc cardiovascular s'han obtingut de pocs estudis, un dels quals s'ha realitzat a Reus (Solà, R. et al. 2004). Entre les conclusions d'aquest treball hi ha les següents:

- Després de 16 setmanes de 25g/dia consum d'avellanes pels adults i 15g/dia pels nens, s'observa un augment del 7% del colesterol de les HDL comparat amb el grup control (Solà, R. et al. 2004).

En conjunt, els altres estudis han demostrat que:

- Pel que fa a la reducció significativa de les concentracions sèriques de colesterol LDL de 5.80 mg/dL, s'ha observat amb ingesta diària, en mitjana de 38,7 g d'avellanes, que aporten unes 248 kcalories (1038 kJ), i una durada mitjana del consum diària d'uns 75 dies, comparat amb persones que no menjaven avellanes (Perna, S. et al. 2016).
- Un aspecte que s'hi controla és si el consum d'aquesta suplementació calòrica elevada i prolongada d'avellanes provoca un augment de pes. Del treball resulta que la ingesta d'avellanes no va originar canvi de pes corporal (avaluat mitjançant dades de l'índex de massa corporal) (Perna, S. et al. 2016; Solà, R. et al. 2004).

Globalment, els estudis clínics científics realitzats en relació amb el consum de fruits secs de tot tipus han coincidit en tots aquests efectes. Però, pel que fa als efectes del consum d'avellanes en concret, a més de la millora dels factors de risc cardiovascular, l'estudi PREDIMED - que és un dels grups de participants, unes 2500 persones en aquest grup, que va consumir 30 g/dia que inclouen 15 g de nous, 7,5 g d'ametlles i 7,5 g d'avellanes, durant 5 anys- demostra que la dita ingesta redueix en un 30% el risc de patir una malaltia cardiovascular (ictus, infart de miocardi o mort cardiovascular). Aquest efecte reductor de les malalties cardiovasculars pel consum de fruits secs és similar al que es va observar en un grup de 2500 persones que van consumir oli d'oliva verge (Estruch, R. 2018).

Quantitat diària recomanada d'avellanes

La ració diària recomanada de fruits secs i per tant d'avellanes és de 25g/dia en adults. Aquests fruits secs han de ser preferentment crus o torrats sense sal ni sucre o no han d'estar fregits.

Per a infants en etapa escolar, la recomanació és de 3 a 7 grapats a la setmana (Agència de Salut Pública de Catalunya 2020). El grapat és la quantitat d'avellanes que cap dins d'una mà tancada i que és equivalent a 25-30g.

Consideracions

Algunes persones podem presentar al·lèrgies o intoleràncies alimentàries amb el consum de fruits secs, i en concret d'avellanes, igual com es pot desencadenar amb altres aliments.

Conclusions

Les avellanes són uns fruits secs rics en diversos components bioactius que exerceixen sinergies entre ells. Les persones que en consumeixen habitualment se'n veuen beneficiades en els marcadors intermedis de risc cardio-metabòlic com són la reducció del colesterol de la sang, la millora del control de la glucèmia, la disminució de la pressió arterial, la millora de la reactivitat vascular i la reducció de la inflamació i de l'oxidació. Així, el consum d'un aliment com l'avellana, en una quantitat quotidiana e 25-30g, que ve a ser un grapat al dia, produeix efectes beneficiosos sobre la salut i no incrementa el pes corporal. Per tant, les avellanes són un punt clau d'una alimentació saludable. No obstant, queda pendent de demostrar si varietats específiques com les avellanes de les muntanyes de Prades poden aportar beneficis addicionals.

Bibliografia

- Agència de Salut Pública de Catalunya. 2020. *L'alimentació saludable en l'etapa escolar. Guia per a famílies i escoles*.
- Aranceta Bartrina, J. et al. 2016. Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016); la nueva pirámide de la alimentación saludable. *Nutr Hosp*. 7;33 (Suppl 8):1-48
- Estruch, R. et al. 2018. PREDIMED Study Investigators. Primary Prevention of Cardiovascular Disease with a Mediterranean Diet Supplemented with Extra-Virgin Olive Oil or Nuts. *N Engl J Med*;378 (25):e34.
- Perna, S. et al. 2016. Effects of Hazelnut Consumption on Blood Lipids and BodyWeight: A Systematic Review and Bayesian Meta-Analysis. *Nutrients*; 8: 747
- Ros, E. et al. 2021. Nuts: Natural Pleiotropic Nutraceuticals. *Nutrients*; 13: 3269
- Solà R. et al. 2004. *Dieta mediterránea: beneficios y promoción.*
- WHO | https://www.who.int/es/health-topics/hypertension/cardiovascular-diseases#tab=tab_1
- WHO | Diabetes. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/diabetes

Estratègies de diferenciació i valorització de l'avellana de muntanya

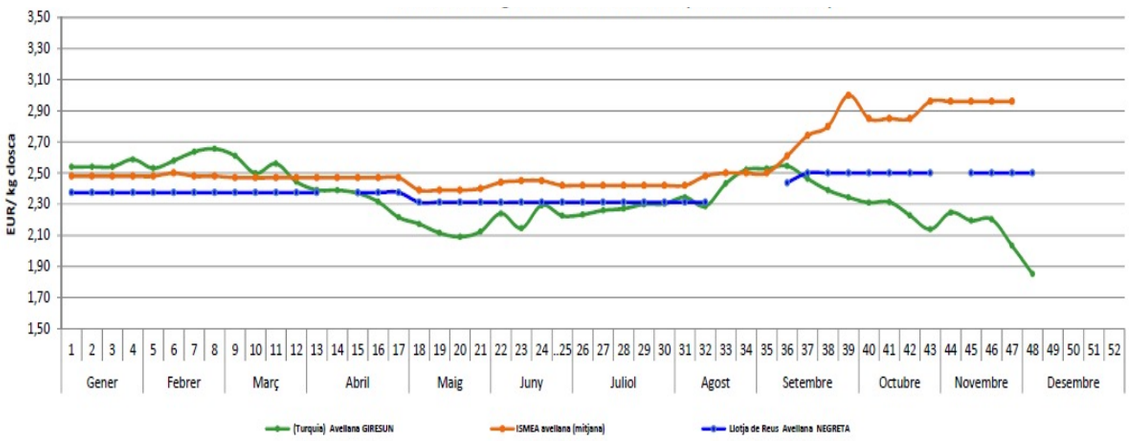
Miquel Àngel Bové Sans I
Dept. d'Economia - Universitat Rovira i Virgili

Després de dos anys seguits de mala collita d'avellanes al Camp de Tarragona, la crisi del sector torna a fer-se més evident i la implementació de solucions efectives es fa imprescindible per poder garantir la viabilitat de les explotacions agrícoles, de les finques més productives del pla i encara més a les de muntanya amb un rendiment molt més baix. Però el problema bé de lluny, de fet la crisi de l'avellana al nostre país s'inicia a mitjans dels anys vuitanta del segle passat i planteja una problemàtica ben coneguda, que s'ha anat agreujant. Si fa trenta anys a Catalunya hi havia 30.000 hectàrees d'avellaners ara, segons les dades del sindicat Unió de Pagesos, la superfície dedicada a la producció d'avellanes ha caigut per sota de les 10.000 hectàrees (unes 9.492 ha.). El 90% d'aquest conreu es concentra a les comarques del Camp de Tarragona i la resta a la comarca de la Selva. Mentre a casa nostra s'abandonen les finques i s'arranquen avellaners, en altres països com França, Itàlia, Xile o els Estats Units s'estan plantant avellaners i el consum d'avellanes va creixent al difondre's les seves qualitats nutricionals saludables.

La llarga crisi del sector de l'avellana a les nostres comarques la provoquen els baixos preus percebuts pels pagesos, que posen en risc la supervivència del sector i fa encara molt més inviable els conreus d'avellana de muntanya. Des d'Unió de Pagesos es considera que el preu mínim percebut pels pagesos hauria de ser de 3 €/kg, mentre que la cotització mitjana a la Llotja de Reus per l'avellana negreta (la de més qualitat) es situa en una mitjana de 2,5 €/kg. Mentre el consumidor paga al voltant de 15 €/kg per una bossa d'avellanes torrades, a la botiga o al supermercat.

Per tant, si els pagesos reben uns preus molt baixos per les seves avellanes, que es situen per sota dels seus costos de producció, el conreu dels avellaners deixa de tenir viabilitat econòmica i, progressivament, s'abandonen les terres, desapareixen els pagesos, es redueix l'activitat econòmica de molts pobles (especialment, dels més petits), desapareixen part dels productes i la cultura local, es degrada el paisatge agrícola i la gestió del territori, perdent-se les seves funcions mediambientals. Si el problema és ben conegut, també ho és la seva solució. Aquesta passa per deixar d'oferir un "producte homogeni" que només pot competir en preu (quan els preus ja son massa baixos). Per tant, cal aconseguir diferenciar el nostre producte, que els compradors percebin les característiques específiques de les nostres avellanes, que les valorin més i que estiguin disposats a pagar-ne un preu més alt,

Taula 1. Preus en origen AVELLANA 2021 (50% rendiment)



Font: Observatori Agroalimentari de Preus, Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (Generalitat de Catalunya)

ja que els aporta una major satisfacció de les seves necessitats, de manera que els pagesos acabin percebent un preu més alt. En aquest sentit, el sector disposa d'un Pla Estratègic per a la Valorització de l'Avellana (2018) impulsat des dels Serveis Territorials del Departament d'Agricultura de la Generalitat a Tarragona i amb una Oficina Tècnica de l'Avellana al Centre Tecnològic EURECAT, per tirar endavant les trenta-set accions definides en el pla estratègic.

En aquest mateix sentit, potser la qüestió no és tant "Què s'ha de fer?", sinó "Com es fa?" Com podem diferenciar les nostres avellanes? ja siguin les del pla com les de muntanya. Com aconseguim que tinguin més valor per als consumidors? La valorització passa per la creació de valor per als potencials consumidors. Per això cal, en primer lloc, conèixer bé als consumidors, les seves preferències, els seus valors personals, les seves actituds i els seus estils de vida. D'altra banda, també cal conèixer els atributs diferencials de les nostres avellanes, les seves qualitats més específiques i saber-les comunicar adequadament per tal de poder apropar aquestes característiques del nostre producte a les preferències dels diferents tipus de consumidors. Així, per conèixer bé als consumidors no podem fixar-nos en el perfil d'un consumidor mitjà estàndard, sinó que cal analitzar els diferents segments de consumidors i quines actituds i valors marquen les noves tendències en el mercat dels productes d'alimentació. En aquest sentit, podem identificar algunes valors que poden orientar les nostres estratègies de comercialització i d'innovació.

Els consumidors o determinats segments són cada vegada més "veggies", refereixen més els productes d'origen vegetal; són més "healthies", es preocupen més per la seva salut; són més "exigents", volen conèixer millor tot allò que mengen; són més "eco-friendlies", estan més preocupats per el medi ambient, la sostenibilitat i valoren els productes naturals i ecològics; són "més pobres en temps" i necessiten que el menjar sigui fàcil i ràpid, ja que no tenen gaire temps per dedicar-hi. També hi ha el perfil dels "millennials", els consumidors més joves; els "foodies" que busquen el plaer de menjar i tastar coses bones i diferents; els "gourmet" que busquen allò més selecte i de més qualitat; els "local food lovers" que valoren més els productes locals, l'slow food i estan compromesos amb la comunicat local; el segment "family & kids" que prioritzen les activitats, les preferències i la salut dels fills; i els "fitness addicts" que volen menjar productes que millorin la seva activitat física i esportiva. Per tant, per tenir èxit en la nostra estratègia de comercialització cal pensar més com a potencials consumidors i no tant com a productors.

> **"Cal aconseguir diferenciar el nostre producte, que els compradors percebin les característiques específiques de les nostres avellanes, que les valorin més i que estiguin disposats a pagar-ne un preu més alt, ja que satisfà millor les seves necessitats i això reverteixi en els pagesos. Per això el sector disposa d'un Pla Estratègic per a la Valorització de l'Avellana**

D'altra banda, hem d'identificar tots aquells atributs que caracteritzen les nostres avellanes i que les poden fer diferents de les altres i d'altres productes similars. A més, cal saber comunicar correctament tots aquests atributs, per tal que els consumidors els puguin identificar. En aquest sentit, les avellanes de muntanya presenten amb molts casos una major intensitat en les característiques generals pròpies de les avellanes, però que caldrà posar més de manifest.

Així podem considerar que les avellanes són un producte propi de l'alimentació tradicional, ja sigui com a postres, com a *snack* per a picar, per a fer salses o per fer plats tradicionals que les incorporen en forma de picada. També es poden identificar com a ingredients per elaborar torrons, xocolates i bombons més sofisticats o per elaborar postres, pastissos i cremes d'avellana. Però en els darrers anys, és cada vegada més conegut com un producte amb importants valors nutricionals i importants efectes positius per la nostra salut.

També és, per a nosaltres, un producte local amb vincles emocionals de territori i autenticitat, a l'hora que el seu conreu té una important funció mediambiental i paisatgística, i al mateix temps és una producció agrícola que dinamitza l'economia local i el món rural. D'aquesta manera, per tal d'apropar totes o algunes d'aquestes característiques de les avellanes a les preferències actuals dels consumidors, calen estratègies de diferenciació que creiïn valor per aquests consumidors finals. És necessari pensar en com envasem les avellanes, quina informació posem a les etiquetes (sobre el seu origen, sobre la seva composició nutricional, sobre el seu sistema de producció, etc.), quin és el format del seu envàs (que sigui fàcil de consumir i sigui visualment atractiu...) i quins canals de distribució son més adients per a cada segment de consumidor (comercialització directa, comerç on-line, agro-botigues, comerç local, supermercats...).

És possible innovar amb productes elaborats que incorporin més qualitat, més percentatge d'avellana, més productes naturals, pensant des de les cremes d'avellana, a les begudes vegetals i passant per les barretes energètiques, els cereals per esmorzar, o fins i tot amb els productes de cosmètica natural elaborats amb oli d'avellana.

Així doncs, per resumir, per tal de diferenciar les nostres avellanes i poder-les valoritzar, cal conèixer quines son les motivacions que mouen els actuals tipus de consumidors de productes d'alimentació, identificar aquells atributs o característiques pròpies de les nostres avellanes de muntanya i saber-les comunicar de forma efectiva als nostres potencials clients. Cal, finalment, apropar aquestes característiques diferenciadores a allò que més valoren els consumidors, i per això és necessari presentar les avellanes o transformar-les en productes que aportin solucions a les preocupacions i necessitats que tenen els diferents segments de consumidors. Tot i això, posar el cascavell al gat no sempre és fàcil i calen iniciatives innovadores, projectes emprenedors i, sovint, estratègies compartides, també amb el suport d'organismes i institucions públiques, per tal de poder tenir èxit en aquest objectiu de garantir la viabilitat econòmica del conreu d'avellanes a les nostres comarques.

El Dr. Miquel Àngel Bové Sans és professor titular del Departament d'Economia de la Universitat Rovira i Virgili i expert en l'economia del medi ambient i l'economia del sector turístic

Turisme i Avellana

Jaume Salvat Salvat I
Director de l'Oficina tècnica de l'Avellana
Departament d'Innovació Turística d'Eurecat

Afirma el Catedràtic de Geografia Joan Nogué que el turisme és una activitat essencialment geogràfica. El fet turístic implica el desplaçament des del lloc de residència habitual cap a altres indrets amb la finalitat de gaudir-ne durant el temps de descans. Per tant el turista es desplaça cap a altres geografies i, què és un espai geogràfic? Un espai geogràfic està format per un component geològic, un clima que el condiciona i tot un conjunt d'elements que en configuren el paisatge. Explica el geògraf Eduardo Martínez de Pisón que l'home no té territori sinó que té paisatge, que és territori més cultura, és a dir, quan es visiten geografies distintes el que es visiten són cultures vinculades al paisatge.

Per tant si s'ha de fer turisme de l'avellana el que s'ha de fer és comunicar la cultura de l'avellana. Més enllà dels caps d'avellaners hi ha un conjunt de coses que formen aquesta cultura. Les varietats d'avellana, la forma de plantar-les i com s'adapten a les condicions de cada lloc, l'estructura de la propietat, els sistemes de conreu, la propietat dels camins, cançons tradicionals, els noms de les feines, els noms populars, l'estructura de les cases i la dels pobles, les festes , les tradicions i tantes altres coses que, per properes, a vegades no se'ns fan evidents.

Últimament, quan en algun sector hi ha problemes es tendeix a promoure el turisme. Si ara es parla del turisme de l'avellana, probablement és com a resposta a la crisi endèmica del sector. Néstor García Canclini, antropòleg argentí, ens parla de dues actituds en front al turisme. Parla de la visió paranoica en què el turisme culmina uns processos de massificació i frívolització del patrimoni i la cultura i desperta el menyspreu cap a les comunitats receptores, des d'aquest punt de vista, el mot turista té un cert to despectiu i respon a una visió estereotipada del que viatja.

Aquell personatge que es troba perdut en un entorn que desconeix i, que per la seva actitud i activitat, es veu com una amenaça per les formes de vida.

Contraposa a aquesta visió la visió utilitarista que considera que el turisme permet al visitant accedir a la cultura d'una forma senzilla i contribueix, també, a l'enriquiment de les comunitats receptores. I no només això, sinó que ajuda a posar en valor elements del patrimoni que es recuperen, es refuncionalitzen o s'adapten a la visita. Al mateix temps el turisme promou la diversificació de rendes donant més oportunitats als negocis locals, no solament d'allotjament i restauració, sinó d'altres serveis i la venda de productes locals, que és una forma eficient de traslladar valor afegit als productors.

Per aquestes raons, el turisme s'ha generalitzat a tots els territoris i s'ha fet extensiu a qualsevol activitat i per ser efectiu ha d'acomplir un conjunt d'utilitats: les funcionals, les vivencials i les simbòliques.

Les utilitats funcionals són imprescindibles. Són de caràcter bàsic: com s'arriba a l'indret, on es deixen els vehicles, quina tipologia de visitants tindrem, com s'atendran les seves necessitats fisiològiques durant la proposta, quins elements de seguretat s'han de tenir en compte, etc. A vegades, aquests elements, per la seva simplicitat, no es tenen prou en compte i són crítics per poder oferir una experiència turística.

Les utilitats vivencials estan relacionades amb les emocions i vivències que experimentarà el visitant en el desenvolupament de l'activitat. Sovint assimilem aquestes utilitats a la proposta recreativa o cultural i impliquen que el turista deixi de ser espectador per formar part i participar de forma activa a les activitats.

2022_Avellana.indd 9 28/1/22 13:05

Finalment hi ha les utilitats simbòliques. Les més importants de totes, les que fan decidir que val la pena accedir a la proposta recreativa i estan relacionades amb el valor psicològic que el visitant concedeix al lloc o a l'activitat triada. Les utilitats simbòliques també tenen a veure amb el valor social.

Aquest valor simbòlic és el factor que genera expectatives al turista i dota els territoris de capacitat d'atracció i ús turístic. No es viatja a llocs que no val la pena viatjar. Els valors simbòlics s'incorporen a l'imaginari turístic estructurant la capacitat d'atracció a través de tres components bàsics: els nodes, és a dir les atraccions i els llocs de visita; els senyals, fragments de la realitat que vinculen territori i turisme, com són les postals, les guies, els llibres, o la senyalització que evidencien la naturalesa turística del lloc; i els significants que permeten al turista reconèixer la identitat esperada del lloc.

> **"Les utilitats simbòliques són les que fan decidir que val la pena accedir a la proposta recreativa [...] Comprenen aquell factor que genera expectatives al turista i que dota els territoris de capacitat d'atracció i ús turístic**

Pel que fa als nodes, en relació a l'avellana hi ha el paisatge, que no és poc, però més enllà d'això convindria generar-ne de nous que han de tenir a veure en la transformació del producte o en el recull de la història social i cultural a mode de centre d'interpretació.

Pel que fa als senyals, en queden alguns que caldria evidenciar més i millor, on són els referents que comuniquin que estem el país de les avellanes? Alguns els podem trobar a prop, per exemple al Morell i l'escultura "La mà com a eina" o en les sitges decorades de la Cooperativa de la Selva o en el color de la camisa dels Xiquets de Reus. Però el perill és que només es quedin en elements simplement decoratius. D'aquí la importància dels significants en els quals, pel que fa a l'avellana, vol dir que s'ha de mantenir com activitat viva i no només recreada i per això cal que l'activitat agrària torni a ser el centre d'aquesta ruralitat que es margina i es despulla d'aquelles activitats que li son pròpies transformant els pobles en urbanitzacions funcionals dependents de les ciutats properes.

McCannell assimila el poder d'atracció dels indrets als significats generats a partir de les narratives particulars. Per això afirma que el valor simbòlic dels llocs es construeix a partir de tres elements: la vista, els marcadors i els turistes. La vista és l'objecte, el lloc de visita que només té significat a partir de la mirada del turista. El turisme és una oportunitat per ensenyar a mirar. A partir de la mirada es poden comprendre els paisatges i amb la comprensió estimar-los.

Però, com que de turistes n'hi ha molts, el que acaba definint la relació entre l'un i l'altre, el que li dona significació és el marcador. El marcador és el conjunt d'informació que es disposa sobre la vista, la representa i en crea una imatge mental. En la mesura que expliquem coses de l'avellana contribuïm a generar valor del propi producte, del paisatge i dels productors.

Tornat a l'inici de la qüestió: És possible el turisme de l'avellana? Evidentment que sí, però ho serà en la mesura que l'avellana tingui valor simbòlic. Aquest valor es crea a patir d'elements tangibles: l'observació dels camps en les seves diferents èpoques, amb la creació de rutes i productes turístics i vinculant l'avellana a referents culturals, saludables i socials compartits. Ara bé, convé també la complicitat d'altres agents que comparteixen l'espai per mantenir l'avellana com un element d'identitat ben visible. El turisme no és una fórmula màgica, però ben fet es pot convertir en un bon aliat del sector pagès amb la finalitat última que contribueixi a la millora de la seva renda, única garantia pel manteniment dels paisatges agraris.

Des d'aquest punt de vista podem assenyalar alguns suggeriments:

- **Contra la pressa, curiositat.** L'home és curiós de mena, la comprensió del paisatge és poc amiga de les presses, requereix del temps necessari, una visita sense pressa és una visita que s'omple d'històries, d'anècdotes i de detalls.
- **Canviar les mil coses per veure per unes poques experiències significatives.** No es tracta d'inundar amb dades i coneixements, cal seleccionar allò que és essencial per comunicar eficientment allò que és imprescindible. La simplificació s'associa a la degustació, al gaudi conscient contrari a l'afartament pantagruèlic al que molts cops es sotmet el visitant.
- **Poques idees al màxim de profundes possibles.** Tenim una capacitat limitada per recordar coses. El record es fixa a través de les anècdotes més que a partir dels coneixements enciclopèdics. La visita al lloc, el contacte amb els espais físics, el reconeixement dels actors i les condicions que els fan permanents permeten aprofundir i fixar les idees a partir de la complicitat i la participació.
- **Generar oportunitats úniques.** Podem recrear qualsevol espai en altres indrets. Només és una qüestió tecnològica i de diners. Però la visita, el lloc, sempre serà especial perquè hi ha passat coses molt particulars que cal descobrir. Sabies que les avellanes són filles del vent?
- **Passar més temps als llocs.** Vol dir més i millors oportunitats per participar de l'activitat d'altres agents, per tant més i millors oportunitats per contribuir a preservar els indrets objecte de visita i de contribuir al desenvolupament econòmic de la zona.
- **Finalment cal estimular la creativitat, el joc.** El turisme, en darrer terme, és un joc de descoberta que com a tal implica la participació activa, compartida i genera complicitat entre els actors i els objectes.

Al cap i a la fi el turisme és la gestió de petits instants de felicitat i pel que fa al turisme de l'avellana només serà possible mentre hi hagi camps d'avellaners i pagesos que els conreïn. A tot això el turisme hi pot fer alguna cosa, però només amb la implicació decidida de les administracions, el compromís del sector transformador i comercialitzador i la complicitat dels consumidors reconeixent el valor del producte se'n podrà garantir el futur.

Tast d'avellanes a les II Jornades de Promoció de l'Avellana de Muntanya

Eudald Salvat Mestre I
Membre del Panel de Tast de l'Avellana

Els treballs per a la creació d'un Panel de tast de l'avellana són una de les accions que duu a terme l'Oficina Tècnica de l'Avellana, coordinada per Eurecat i impulsada pel Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya. Aquesta activitat compta amb la col·laboració de la Denominació d'Origen Protegida (DOP) Avellana de Reus, així com del departament de Tecnologia dels Aliments de la Universitat de Lleida. Segons el director a Tarragona dels Serveis Territorials del departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, Àngel Xifré, "la creació del panel de tast s'emmarca dins de les accions del Pla estratègic de valorització de l'avellana i, sens dubte, servirà per poder reivindicar encara més la qualitat gustativa de la nostra avellana",

En aquest sentit, el director de l'Oficina Tècnica de l'Avellana i tècnic del departament d'Innovació Turística d'Eurecat, Jaume Salvat, explica que el panel té "una funció social per conèixer millor el producte i així també donar-li reconeixement, i una altra orientada a les empreses per poder millorar els estàndards de qualitat i comptar amb millors arguments de venda".

"L'anàlisi sensorial és una eina potent per poder definir la qualitat dels productes agroalimentaris i donar-los valor afegit", assenyala la investigadora de la Unitat de Nutrició i Salut del centre tecnològic Eurecat i responsable de la formació del Panel de tast de l'avellana, Nàdia Ortega. Un panel que va concloure el passat mes de juny amb els 10 primers tastadors especialitzats per valorar i descriure aquest producte. En les sessions de treball i formació amb els tastadors es va definir la fitxa descriptiva de l'avellana, amb aspectes visuals globals i els atributs a avaluar com color, torrat, textura, ranci i la roda de perfil aromàtic. Així mateix, es va decidir centrar-se en primer lloc en la fitxa descriptiva de l'avellana torrada de la varietat Negreta.

Enguany, 10 persones s'han format per a crear el Panel de Tast de l'Avellana l Imatge cedida per Eurecat

Per exemple, es una sessió es van presentar tres productes sota aquesta categoria, avellana torrada de Reus, per avaluar-ne els atributs en la fitxa descriptiva definida i treballada, cosa que va posar de manifest que les mostres diferien en l'anàlisi sensorial malgrat trobar-se sota el mateix reclam i categoria de producte i que mostra el potencial d'aquesta eina.

A Vilaplana, dins les 2es Jornades de promoció de l'avellana de muntanya, el dissabte 6 de novembre se'ns va convidar a Jaume Salvat i a mi mateix com a tastadors del recent creat Panell de Tast de l'Avellana per a dirigir un tast davant les prop de 50 persones que ens vam trobar al Casal Vilaplanenc. L'activitat va constar d'un part més teòrica en la que es van explicar els diferents atributs positius o negatius que poden aparèixer en una mostra d'avellanes, tots apreciables amb els nostres sentits sensorials.

> **“ Els panels de tast són una eina de gran utilitat per a determinar la qualitat dels productes i que, ben utilitzats, donen valor afegit a un producte**

Dins la valoració visual del fruits (amb closca o sense) podem apreciar la dimensió, l'esfericitat, la intensitat del color o del torrat, l'homogeneïtat del calibre i el pelat. Pel que fa als aspectes olfactius podem detectar la intensitat olfactiva, les aromes vegetals, les aromes llenyoses, la crosta de pa o el caramel, entre d'altres. Respecte els atributs gustatius hem de cercar el cruixent, la intensitat del gust o la dolçor. Finalment, en la sensació retronasal, podrem trobar la intensitat i la persistència aromàtica, el ranci, el florit, l'amarg, l'astringent, el cremat o l'oliós, entre d'altres.

Durant l'hora aproximadament que va durar l'activitat vam tastar 4 tipus diferents d'avellanes. La primera va resultar ser una excel·lent avellana varietat “Negreta” crua de Vilanova de Prades. La segona una molt bona “Negreta” crua plegada entre L'Aleixar i Vilaplana. La tercera, una avellana crua varietat “Ribeta” d'Alforja, que els assistents van qualificar com a “vella” i que el propietari va dir que era de l'any passat i per acabar la mateixa segona de les mostres, però en aquest cas torrada. Tastant els 4 exemples de diferents zones i varietats vam poder comparar-les i fixar els llindars de referència dels diferents atributs, de manera que els assistents van sortir amb una idea més clara de les sensacions que el tast d'avellanes permet descobrir.

Així, les 10 persones que durant l'any 2021 vam ser seleccionades per formar el Panel de tast de l'avellana estem preparades per a complir amb la funció tan aviat com se'ns demani la participació. Els panels de tast existeixen per a molts productes (vins, aigües, olis d'oliva, formatges, carns,...) i són una eina de gran utilitat i d'elevat potencial complementari a la resta d'instruments per a determinar la qualitat dels productes. Especialment, permeten diferenciar les característiques pròpies i específiques, així com diferenciar les qualitats dels productes alimentaris. Especialment en el cas de l'avellana, aquesta és una eina que fins ara no existia i que ben utilitzada pot donar molt valor afegit a aquest producte tan estimat.

Fem receptes amb avellanes

Maria Teresa Llauradó I
Instragramer i cuinera @mussarafood_mtllaurado

Ha estat un plaer participar a la matinal de l'avellana de muntanya, el passat 6 de novembre, i és un plaer deixar-vos dues receptes fetes amb avellana, ara que ja les tenim arreplegades -tot i que ja sabeu que abans o "antes" es podia espigolar fins i tot passat festes-. Bàsicament perquè els sistemes de plegar eren molt manuals i es deia que "mentre portes avellanes a casa, portes diners" i també perquè, un cop s'havia fet el primer tomb, s'havia d'anar a collir olives i després ja es reprenia l'espigolar.

Us he posat les receptes del romesco i del torró d'avellana en quantitats orientatives. La primera és del meu sogre, a qui mai vaig veure agafar cap balança per pesar res, tot ho feia aproximadament i sempre sortia bo, amb l'avantatge que cada cop podies gaudir d'un sabor diferent. Ell barrejava avellana i ametlla, jo el faig sempre amb avellana... però, si voleu, ja ho sabeu, una mica de cada. Pel que fa a la recepta del torró d'avellana, aquesta és una recepta que feia el meu pare, però he de dir que el mètode era semblant o igual que el del sogre. Mai vaig veure prendre mides de res. És una recepta que només elaborava quan feia mal temps, plovia molt... i no podia anar al tros i la feina a les golfes o a baix al corral estava tota en ordre.

Les avellanes que es feien servir moltes vegades eren les que sortien trencades de la màquina de netejar de la Cooperativa (s'havien d'arreplegar, ja que les primeres en trencaven moltes). I, si no, eren de 4 avellaners de classe Ribets (n'havíem arribat a plegar 4 sacs de pes en les seves millors èpoques) que teniem al Campdevaques, que es plegaven a mà i es guardaven per fer torrons o per fer algun Regal especial durant l'any a algun conegut, parents de fora vila i que no eren pagesos.

CONILL AL FORN AMB ROMESCO D'AVELLANA

Ingredients per a 4 persones:

- Agafarem un conill i el farem a quarts. L'acompanyarem de patates fetes al forn
- 4 grans d'alls
- 1 ceba gran
- 1 porro
- Herbes aromàtiques picadetes (romer, farigola, curry, cúrcuma, all, julivert... les que més us agradin), sal i pebre blanc
- 1 copa de Ratafia
- 2 fulles de llorer
- ¼ de litre de brou de verdures
- Patates per acompanyar

Rentarem les patates amb la pell i les tallarem a grills (es parteixen per la meitat i després es fan els grills). Les posem en un bol on prèviament posarem una barreja d'oli, herbes aromàtiques, pebre vermell, una miqueta de farina, i tres o quatre alls sencers. Ho remenem ben remenat, les deixem 10' marinant i després les posem al forn durant una hora aproximadament (les podem fer mentre fem el conil i així aprofitem). El romesco d'avellana el farem amb un bon grapat d'avellanes,

oli, vinagre, 1 all, sal, pebre vermell, 1 cullerada de cafè de pasta de nyora, 3 o 4 carquinyolis d'avellana, xocolata i un bon trosset de bitxo o canyella. En un got per a la batedora hi posem les avellanes, l'oli que cobreixi el doble del que ocupin les avellanes, un raget de vinagre, l'all pelat, 4 carquinyolis, una cullerada de pebre vermell, la pasta de nyora, la xocolata -només una presa-, i el bitxo, i un polsim de sal. Ho triturem, ho tastem i, segons el gust que li notem al nostre paladar, estarà bé o el farem més clar afegint-hi oli. Això depèn del gust, però és bo deixar-lo espès perquè sempre el podem aclarir.

Elaboració

En una safata pel forn hi posem el conill prèviament salpebrat i ben fregat amb totes les herbes aromàtiques, la ceba tallada a juliana, el porro a rodelles, el llorer i els alls. Ho reguem amb oli generosament, ho tapem i ho posem al forn a 140 graus. Ho deixem aproximadament una hora, ho revisarem una vegada per remenar-ho i, passat aquest temps, afegirem la ratafia i ho deixem 20' més. Llavors serà el moment d'afegir-hi el romesco, n'hi posarem mínim 4 cullerades soperes. Si ho volem més intens, n'hi posarem 6. Ja destapat hi afegim el brou, pugem la temperatura a 180 grau i ho deixem fins que agafir color, remenant tot sovint per a que quedi bé per tots els costats. I ja el tenim llest. En aquest punt hi afegirem per acompanyar unes quantes avellanes torrades i les patates que ja tenim llestes. I a gaurdir-ne!

TORRÓ D'AVELLANA CRUA

Ingredients:

- Avellanes crues (la quantitat que en vulgueu)
- Sucre: si sou molt dolços el doble del pes de les avellanes. Sinó, amb la meitat també fareu
- Mel: una cullerada de postre per uns 200 grs d'avellana
- Gasosa: un raig

Posem una paella al foc, on ens hi càpiguen bé les avellanes, és a dir, que quedin tapant ben bé tot el fons. Hi afegim el sucre i anem remenant uns 5'. Aleshores afegim la mel i el raig de gasosa i seguim remenant i dissolent el sucre fins que es vagui fonent i daurant. Veureu que, al mateix temps, les avellanes crues van agafant color torrat. Això tardarà aproximadament uns 25'. Un cop ho tingueu ben torradet i el sucre estigui ben caramelitzat, ho aboqueu damunt d'una superfície freda (abans ho féiem untant el marbre de la cuina amb unes gotes d'oli i ara ho fem sobre una superfície de paper de forn, però, això sí, sobre una superfície plana i freda). No ho féiem mai amb motlle, però, si voleu, busqueu un motlle rectangular i ho aboqueu dins -untant una miqueta amb oli- i així el tindreu en forma de barra de torró. Ho deixeiu refredar i després a disfrutar.

LaConca'5.1
vi, enoturisme, territori, paisatge,
sostenibilitat i desenvolupament rural
www.laconca51.cat

ASSEGURANCES GERMAN
25 anys al cor de Reus,
creixent al teu costat
Assegurances a particulars
Assegurances a autònoms i empreses
Assegurances a col·lectius
Assegurances a finques i Comunitats de Propietaris
Agro Assegurances
Catalana Occident
C. la Mar 4-6, 2n ,43201 Reus T.977 77 19 97 | M.661 523 940 info@segurpro.es · wwww.segurpro.es

Primera caminada pels conreus de l'avellana a les muntanyes de prades

Amb el suport de la DOP Avellana de Reus

El diumenge dia 7 de novembre, un diumenge fred, gèlid a les 8 del matí, a -0.5ºc, va reunir més de 55 excursionistes atrets per l'itinerari que havíem preparat entorn els conreus d'avellana de muntanya per les poblacions de Capafonts i La Febró. Assenyalem la temperatura conscients com som de la importància que té per l'avellaner gaudir de moltes hores de fred durant la tardor, la post collita, i l'hivern per poder donar uns fruits bons i sans a l'acabar setembre o bé entrat l'octubre.

Vam començar el dia amb un bon esmorzar, amb productes ecològics i de proximitat (les magdalenes del Forn de Mont-ral) i explicar les Jornades que havíem fet els darrers tres dies a Vilaplana. A més, vam remarcar la importància del conreu d'avellana a la muntanya (i, de fet, al dorsal que s'entregava s'explicava aquesta informació); vam explicar l'itinerari i, sobre tot, el perquè fem tot plegat.

Després de vorejar alguns conreus de Capafonts (direcció riu Brugent) pujava pel GR fins a La Creu Trencada, pel Grau, i baixava fins trobar La Febró pel PR C-6. Travessàvem el poble de La Febró fins al cementiri i allà prenem el sender que ens porta a la Font del Bassi i fins la carena del coll de Capafonts des d'on retornem al poble per un sender que travessa (tres vegades) la carretera que ve de Prades. En arribar a Capafonts els participants van poder gaudir de vermut de Reus, caldo, llonganissa, cansalada, Pa de Pagès amb oli DOP Siurana i avellanes DOP avellana de Reus. Així doncs, totes les persones participants a la Caminada van coincidir en un final de festa que també va congregar els voluntaris i voluntàries que havien contribuït al bon desenvolupament de la Caminada (avituallaments, sanitaris, "escombres"...).

La valoració de tothom va ser entusiàsticament positiva i a tots els participants se'ls va lliurar una samarreta de record. Amb ganes de tornar-hi! El director de la Caminada va ser Francesc Casanova, soci de l'AAMP. Agraïm a tot l'equip que li va donar suport per fer de l'activitat un programa d'excel·lència, així com a la DOP Avellana de Reus per facilitar-nos el vermut i les avellanes de l'esmorzar, a més de contribuir al finançament de l'activitat.

I vam demanar a les persones participants que, en tornar a casa, expliquessin les bondats de l'avellana. Va venir gent d'arreu de Catalunya, si bé la majoria era procedent de les 10 comarques que integren la província de Tarragona. L'itinerari, que podeu consultar al nostre web (així com la resta d'informació de les Jornades), va ser de 14,25 km.circulars sobre Capafonts.

AVELLANA DE REUS
DENOMINACIÓ D'ORIGEN PROTEGIDA
· CONSELL REGULADOR ·
DENOMINACIÓ D'ORIGEN PROTEGIDA
Generalitat de Catalunya
Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural:
Europa inverteix en les zones rurals

ASSOCIACIÓ D'AMICS DE LES MUNTANYES DE PRADES

activitats culturals

promoció dels productes agroalimentaris

avellana de muntanya

l'avellana de muntanya

excursionisme

almogàver

caminada pel massís de les muntanyes de prades

TOT per les Muntanyes de Prades

Diputació Tarragona

Qui som?

L'Associació d'Amics de les Muntanyes de Prades és una associació cultural sense ànim de lucre que té com a objectiu el coneixement i la difusió de la vida i el paisatge, la cultura i la història del Massís de les Muntanyes de Prades i els 24 pobles que el conformen. L'Associació es va fundar ara fa 25 anys, l'any 1996, i té la seva seu al municipi de Mont-ral.

Què fem?

Una de les facetes més conegudes de l'entitat és el foment de les activitats excursionistes. No com a organitzadora de competicions, sinó de caminades no competitives, que ens apropen al territori, al coneixement de la història i la cultura tradicional mitjançant, també, la investigació i la recuperació de camins, fonts i elements singulars del Massís.

Tot i això, avui som coneguts perquè:

> Organitzem l'Almogàver, una caminada de resistència dins el calendari de la FEEC que recorre 56 km pel nostre Massís amb un desnivell acumulat de 4200 m i que és puntuable pel Campionat Català de Caminades de Resistència.

> Organitzem les Caminades pel Massís de les Muntanyes de Prades, on ja portem 22 edicions (sense haver repetit mai el poble de sortida i d'arribada).

> Tramitem la llicència federativa de la FEEC (Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya).

> I a més: hem organitzat les recents Jornades sobre l'Avellana de Muntanya o la ja anunciada **conferencia sobre els Maquis a les Muntanyes de Prades.**

Fes-te'n soci!

www.aamp.cat