

■ J. I. FOCES

Está ante el reto más llamativo de su mandato como alcalde por la proyección exterior que conllevará para León ser la Capital Española de la Gastronomía, título que la ciudad estrenó ayer y ostentará todo 2018. Antonio Silván, alcalde leonés, afronta el año tan especial que vivirá León con el optimismo lógico de un evento de estas características; con la seguridad de que ser referencia nacional e internacional otorgará a León réditos importantes que se transformarán en más empleo; y con el orgullo que, como primera autoridad, le confiere encabezar a la sociedad leonesa unida en torno a este proyecto.

–Dijo usted cuando recibió la notificación de que León iba a ser capital gastronómica que no aspiran a ser una capital más, sino la mejor. Eso, que inicialmente puede sonar pretencioso, más en boca de un político, ¿cómo se va a materializar? ¿Cuál va a ser el primer paso?

–Mantener el trabajo de unidad por el que hemos sido acreedores de la confianza que un jurado profesional concedió a León. Y esa unidad, valor imbatible, la vamos a mantener. –¿Cómo? –Implicándonos todos en profesionalidad, en calidad, en formación y en dar lo mejor de nosotros mismos. Dije que quiero ser la mejor capital y no una más y creo que tenemos los mejores ingredientes: un proyecto imbatible; grandes profesionales; excelente materia prima, y un escaparate. El resultado solo depende de nosotros mismos. Ferran Adrià decía que «cada día no tenemos que mirar contra nadie, sino qué hemos hecho mejor que el día anterior» y eso es lo que voy a tratar de hacer: implicar a todos.

–Defina 'todos'.

–En torno a este proyecto se han unido las instituciones, todas, las políticas y las que no, de León, de la comunidad y de España; se han unido los profesionales de León, de la comunidad y de España; se han unido los productores de León, de la comunidad y de España, y se ha unido la sociedad leonesa porque es un proyecto que ha generado una ilusión que no podemos defraudar.

–¿Por dónde van a empezar?

–Reforzando todos esos ingredientes. Materialmente, el próximo día 17 con la toma de la bandera, en Fitur, de manos de Huelva, en un stand al que tenemos derecho por ser capital y en el que estarán las máximas autoridades andaluzas y castellanas y leonesas. A partir de ahí, materializaremos esa ilusión con iniciativas a las que tenemos derecho por ser capital gastronómica de España.

–¿Por ejemplo?

–Por citar las más inmediatas, un sello de Correos; un cupón y sorteo de la Once; sorteo y billete de la Lotería; un MasterChef en León de RTVE. Presencia en ferias nacionales e internacionales bajo el paraguas de la Junta de Castilla y León y de la Marca España. Y luego, iniciativas pagadas a nuestra realidad productiva y gastronómica. Cada mes del año estará dedicado a un producto de la gastronomía leonesa; con ello buscamos unir productores con los difusores de ese producto que son los

hosteleros. Otro plato fundamental es el de que los establecimientos que se adhieran (y ya hay más de 350) van a tener obligatoriamente una exposición o una proyección de los productos de León, van a servir de escaparate a los productos de León. Quien entre en un bar o en un restaurante va a tener un expositor o le van a ofrecer productos de León en una especie de cesta. Y por cierto, los establecimientos que se adhieran en una segunda fase, para dar cabida a aquellos que o no lo han considerado o por circunstancias varias no se han adherido, a mitad del año tienen la posibilidad de unirse a todas las iniciativas del segundo semestre.

–Conseguido el objetivo de ser capital gastronómica...

–...yo considero que la capital gastronómica no es un destino, es un medio más para trabajar en la calidad, la excelencia y la profesionalidad. Quien en el sector vea la capitalidad gastronómica como exclusivamente del año 2018 se equivoca. Tiene que ser la palanca de la calidad y la excelencia para el futuro.

–Pero eso, ¿cómo lo van a lograr?

–Primero, superándonos todos cada día pero, fundamentalmente, formándonos. Todos los establecimientos que se adhieran a la capitalidad gastronómica van, obligatoriamente, a tener cursos de formación para su personal: en sala, en cocina y en idioma para mejorar su imagen. Van a tener también una imagen corporativa, por supuesto no exclusiva. No queremos romper la imagen que cada establecimiento tenga, sea en chaquetillas, mandiles... pero junto a eso, nosotros les damos la oportunidad de que utilicen nuestros elementos de imagen o que a los suyos incorporen la marca. Imagen que es importante cuando estamos hablando de Marca León. Porque la Capital Española de la Gastronomía Manjar de Reyes es Marca León. Y la marca una de las razones por las que se identifica es por la imagen. Hablaba antes de que es un proyecto de todos y cuando nos vamos al concepto de Capital Española de la Gastronomía Manjar de Reyes nos vamos solo a productores y hosteleros. Pues no.

–¿Quién más está implicado?

–Las agencias de viaje, las pastelerías y confiterías, los taxistas, los transportes... La virtud de este proyecto es la absoluta implicación de todos. Nos dirigimos a todos

–¿Qué quiere decir?

–Que nos dirigimos desde el restaurante de cualquier pueblo y ciudad, que tiene una tradición y un nombre, hasta el estrella Michelin. Cubrimos, y se da oportunidad y cancha, a todo aquel que bajo el denominador común de la profesionalidad quiera ofrecer su producto vinculado a la gastronomía y de la forma que sea. Desde la mesa con mantel hasta la barra de un bar. Con todos los niveles que encierra todo ello.

–Hablemos del valor añadido y del

«León presentó un proyecto que se ha demostrado que es imbatible»

«Con la Capital Española de la Gastronomía, León demuestra que con profesionalidad y unidad se obtienen buenos resultados»

Antonio Silván Alcalde de León

El regidor leonés posa en los fogones del restaurante Cocinandos, Estrella Michelin de León. ■ PEIO GARCÍA

empleo. ¿Qué está pasando para que una capitalidad gastronómica, que hace solo unos años era un marchamo más, sin grandes alharacas, ahora sea tan esencial y se presente de forma tan estratégica para el futuro a medio plazo de una ciudad, en este caso León?

–Primero lo circunscribo a León. Es muy importante que los leoneses nos unamos en torno a proyectos...

–...¿Por los beneficios que genera o por algo más?

–A ver, a ver. Cuidado, no nos engañemos. Detrás de todo este proyecto hay una actividad económica, un retorno económico y una generación de actividad que va a crear empleo. Y luego va a tener un retorno en una doble dirección: económico y de imagen a cada uno de los que

participa, y económico y de imagen como sociedad. Y esto a mí me sirve, como alcalde de la ciudad, para trasladar a la sociedad el mensaje de que los ingredientes básicos de la unidad y de la confianza que nosotros tengamos nos dan como resultado proyectos que son ganadores. Lo llevemos al sector que lo llevemos. Con matices, pero lo llevemos al sector que lo llevemos.

–¿Habla de una especie de labora-

torio de proyectos futuros para llevar a cualquier ámbito de acción?

–Claro, claro. Es que hemos demostrado que con unidad, profesionalidad y rigor hemos obtenido un resultado. Y ahí está. Detrás de eso claro que hay actividad económica, pero también promoción y difusión de una realidad de la ciudad y de la provincia. Hay un escaparate que nos va a permitir entrar más fácilmente en otros ámbitos económicos. Porque, primero, hemos demostrado y, segundo, vamos a tener un nombre mucho más difundido del que teníamos, en un ámbito que hoy encaja muy bien en la sociedad: la gastronomía no genera tensiones, es atractiva por sí misma. Y es muy importante tener nombre. Por eso hago mucho hincapié

«Cada mes de este año estará dedicado a un producto de la gastronomía leonesa»



▶ pié en la Marca León. De ahí deriva absolutamente todo. Cada uno puede bajar hasta lo básico pero si yo cojo una llave que puede abrir una puerta con la Marca León, en este caso en gastronomía, pero Marca León en tecnología, Marca León en biofarmacia, Maraca León en logística, Marca León, en definitiva, en un espacio objetivamente con valor económico, lo hemos de aprovechar. Y nos tiene que servir a nosotros para renovar la confianza. Una de las cuestiones que más proyecto sobre esta realidad es precisamente que León y los leoneses necesitamos creérselo y esto es un ejemplo de ello. Cuando tu quieres difundir algo, lo primero que tienes que hacer es creértelo. Hoy ya no vale eso de que el buen paño en el

arca se vende; hoy hay que proyectar y difundir. E insisto: podemos hablar de un elemento específico como es la gastronomía, pero llevémoslo a cualquier otro ámbito. **-Venga, llevémoslo...** **-Vamos a ver: ¿Por qué la Universidad de Washington se ha fijado en León y no en otras capitales de España? Porque alguien cogió esa idea, la exprimió y está dando resultados. ¿Por qué el Instituto Confucio se**

«Yo me creo lo que estamos haciendo todos en León. ¡Yo-me-lo-cre-o!»

fijó en León y no en otros? Porque alguien creyó en ello y lo trasladó. En estos últimos meses estamos viendo una lluvia fina que, precisamente por ser lluvia fina pasa desapercibida, pero hay un goteo constante y los últimos seis meses de los titulares de prensa son que la empresa X, que ya estaba en León, invierte más dinero y genera más empleo. Me estoy refiriendo fundamentalmente al sector farmacéutico y al sector tecnológico. Pongo dos ejemplos. Una empresa que estaba en la UVI hace tres o cuatro años, como era Antibióticos, hoy es un buque insignia de la biofarmacia en León, no solo nacional sino europea. Hace muy poco tiempo se ha aliado con una empresa alemana, con una inversión de más de 40 mi-

llones de euros, que genera empleo y un efecto multiplicador. El Grupo Chemo-pharma ha ampliado sus líneas de investigación biofarmacológica en León. ¿Por qué? Por que hay un ecosistema que lo permite. El Parque Tecnológico... ¡Y cuánto se sufrió con el parque tecnológico y se miraba hacia otros parques tecnológicos! Pues el Parque Tecnológico de León hace unos años tenía 300 trabajadores y hoy tiene 950

«Optamos a la capital de la gastronomía cuando estuvimos preparados para ello»

con una media de edad de 35 años y el 70%, de formación cualificada. ¿Eso qué significa? Futuro. Es así. **-La Capitalidad Gastronómica coincide con año preelectoral. Estamos viendo que cuando proyectos estratégicos son cruzados por la disputa partidista acaban viéndose afectados, cuando no, muy dañados.** **-Pero mire, aquí, y me voy a circunscribir al ámbito político, no ha habido ningún protagonismo político de nadie. Es cierto que el Ayuntamiento ha tenido que liderar el proyecto por que va dirigido, precisamente, a las ciudades y el representante máximo de la ciudad es el Ayuntamiento, el equipo de gobierno, el alcalde. Pero ha habido y ha habido unidad de acción política. Y desde el primer momento no ha habido ningún protagonismo mal entendido. Precisamente porque queríamos huir de esa situación. Ya sé que cuando lo dice un político todo suena muy bien, pero eso ha sido así y a los hechos me referiré. Todos los ayuntamientos de la provincia de León, y los hay de todos los signos políticos, se han adherido a este proyecto. El Consejo Comarcal de El Bierzo, de signo político distinto, se ha adherido a este proyecto. Las organizaciones políticas no solamente de la provincia sino de toda la comunidad autónoma han adherido a este proyecto. Las organizaciones sindicales se han adherido a este proyecto. Las organizaciones sociales y culturales de todo tipo se han adherido a este proyecto y tienen su participación y aportación y tendrán su protagonismo. Es decir, hemos huido desde el primer momento del protagonismo político. Y, además, otra cosa: hemos criticados en 2016 por no presentar la candidatura a 2017. Dijimos entonces que nos presentaríamos cuando estuviésemos preparados para las pruebas me remito. Queríamos un proyecto ganador, que no pasaba por un planteamiento de presentación política, sino de presentación integral como así ha sido y nos damos la razón. Que coincide en el año 2018, pues coincide con 2019. Nosotros optamos a la capitalidad cuando creímos que estábamos preparados. Y ahí está el resultado. **-Pongámonos mentalmente en un instante en el 1 de enero de 2019. ¿Qué le gustará al alcalde de León que se diga de la capitalidad gastronómica leonesa dentro de un año? ¿Qué le gustará que quede de todo 2018?** **-Primero, que consigamos el objetivo de ser la mejor Capital Española de la Gastronomía; después, que todos los que hayan participado se sientan satisfechos en sus expectativas en tercer lugar, que la Marca León haya subido puntos. Y en cuarto, que 2019 sea mejor año que 2018 porque eso significará que la profesionalidad y la formación han dado resultados que el trabajo ha merecido la pena que los que han confiado en nosotros la sociedad en general, digan eso, ha merecido la pena. Y que los leoneses continuemos dándonos cuenta de que bajo la unidad y la profesionalidad se obtienen resultados. Desde esto, parece que lo expresara por lo que suena muy bonito, pero es que yo lo creo, ¡yo-me-lo-cre-o!, de la misma manera que me creo lo que estamos haciendo en León y con León.****