

## La tonyina de l'Ametlla de Mar, pionera al món

El grup Balfegó ha obert a Barcelona el primer centre gastronòmic dedicat exclusivament a la tonyina roja

Barcelona Francesc Millán

Al bell mig de la Diagonal de Barcelona, s'hi aixeca, des de fa un mes, el primer centre gastronòmic del món dedicat exclusivament a la tonyina. Al seu darrere s'hi amaga el grup ebrenc Balfegó, de l'Ametlla de Mar, una empresa dedicada a la captura, l'alimentació, el sacrifici i la comercialització de la tonyina roja. La marca calera, notablement coneguda arreu del territori, s'ha convertit en un autèntic referent en aquest tipus de gastronomia i és coneguda -i admirada- en l'àmbit internacional. De fet, tal com explica el director general del grup Balfegó, Juan Serrano, la gran majoria de la facturació ve de l'exportació a uns 33 països, principalment al Japó i als Estats Units. Ara, amb l'obertura d'aquest espai gastronòmic, al pas de la Diagonal pel carrer Muntaner, volen donar a conèixer tant les infinites possibilitats d'aquest peix blau a la cuina com la seua manera de treballar, definida per ells mateixos com "una garantia de continuïtat de l'espècie".

El local, d'uns 380 metres quadrats, és un temple de culte a la figura de la tonyina. Cada detall fa referència a aquest animal: des del sostre, on la representació d'un banc de peixos decoratiu omple tota la superfície, fins a una pantalla a l'exterior de la botiga on, suc-



Una cambrera amb una safata de peix, en una imatge presa el dia de la inauguració de la Tunoteca. / EBREDIGITAL

cessivament, s'hi van retransmetent un seguit de vídeos relacionats amb la cuina, la pesca i l'alimentació de la tonyina. Els tons blavosos que tenyeixen gran part de l'establiment i la intensa però a la vegada tènue llum que entra del carrer li donen al negoci un elevat to d'elegància que lliga amb cadascuna de les activitats que es desenvolupen al voltant del cotitzat peix blau. A la botiga es podrà degustar la tonyina de Balfegó, cuinada amb diferents fórmules i també es podrà comprar crua o preparada per emportar a casa. Periòdicament, es realitzaran

sessions d'especejaments de la tonyina obertes al públic, classes de cuina o, fins i tot, tasts del producte. De fet, el mateix copresident de l'empresa, Manel Balfegó, ha definit aquest espai com un "showroom", és a dir, un local que "s'ajusta al concepte clàssic de restaurant, ja que no té horaris limitats per a menjar" i que presenta moltes alternatives. Les activitats que s'hi desenvoluparan, totes amb l'objectiu d'apropar el producte al ciutadà del carrer i donar-se a conèixer entre el públic català, són diverses i atractives. A més, han dis-

senyat una carta amb més de 30 plats que s'aniran renovant periòdicament i que, òbviament, tots ells es basaran en la tonyina roja. També hi ha tres menús degustació amb diferents preus. El fet que la iniciativa compta amb assessors gastronòmics de l'envergadura de Hideki Matshuisa, xef del restaurant japonès Koy Shunka, i Marc Miró, xef del restaurant La Lotja de l'Ametlla de Mar, eleva l'atractiu de tot plegat.

La Tunoteca, doncs, es presenta com un concepte totalment pioner, ja que, al marge dels aspectes gas-

tronòmics, els clients podran aprendre l'activitat de pesca sostenible, conèixer la traçabilitat del producte, així com la transparència que aplica aquesta empresa en tot el procés, des del mar fins al plat del consumidor final. Per tant, l'objectiu, a més de la degustació de tonyina roja, és també contribuir a conscienciar sobre el consum responsable d'aquesta espècie. Així ho explicava la família Balfegó: "Volem que degustar la nostra tonyina roja siga una experiència única, no només pel sabor i la qualitat, sinó també per tota la tasca que no es veu". La família va fundar la firma l'any 2004 i, des de llavors, ha anat creixent fins al punt de convertir-se en una de les millors empreses del sector. Les famoses piscines marines d'engreix que tenen a la Cala es nodreixen del peix que pesquen vaixells propis -i també de subcontractats. Un cop capturats, els transporten fins a les granges marines on els alimenten fins aconseguir un pes mínim de 100 quilos. Fins ara, més del 90 % dels clients eren restaurants d'alta gamma. No es descarta que, davant l'èxit del negoci, el grup de l'Ametlla de Mar pugui obrir en un futur establiments similars a la Tunoteca a les ciutats del món on l'empresa té distribuïdora. De moment, però, l'espai gastronòmic de Barcelona es dibuixa com a primera i gran aposta. ■