

“Queremos diferenciar-nos da concorrência por termos **aulas em estrangeiro**”

LUIS EHLERT, FUNDADOR DA INSIDER COOKING

ameixas recheadas com *mousse* de chouriço da Beira, como aperitivo; ovas de choco com salada de paprica e ervas em vinagrete, como entrada; uma versão modernizada do tradicional arroz de tamboril, como prato principal; e queijadas para a sobremesa. Com mais ou menos experiência no mundo dos tachos, cada uma foi cumprindo as missões atribuídas pelo *chef* Bernhard Pfister.

“Esta é uma forma digna de representar o nosso público-alvo, que são os turistas. Como não posso convidar os turistas todos, convidei as embaixatrizes em representação deles”, explica Luis Ehlert. O projecto Insider Cooking nasceu pela mão deste apaixonado por cozinha.

A empresa surgiu há cerca de um ano com o objectivo de promover a gastronomia, os vinhos e os azeites portugueses em lugares bonitos e

típicos através de *workshops* feitos nas cozinhas desses lugares. Sintra tem sido a primeira aposta, por estar perto de Lisboa e porque são raros os turistas que não fazem paragem na vila. “Todos os turistas que vêm três ou quatro dias a Lisboa vêm a Sintra. Vêm aqui cozinhar,

A Insider Cooking tem como objectivo dar a conhecer a **gastronomia portuguesa** aos turistas

almoçam e vão conhecer a vila”, explica Luis Ehlert. A parceria está a ser feita com duas quintas em plena serra e com alguns cozinheiros multilingues (que falem, inglês e francês ou alemão). O público-alvo são os turistas. “Queremos diferenciar-nos da concorrência por fazermos estas aulas em idiomas es-

trangeiros. Muitas das pessoas que estão envolvidas neste projecto ou têm duas nacionalidades ou falam várias línguas. É essa a ideia, criar aqui um produto de apetência para o turismo. Sou meio alemão e na Alemanha a culinária é uma coisa que está em moda e é esse o nosso

mercado-alvo número um, é a esse que quero dirigir-me em primeiro lugar, não exclusivamente, mas em primeiro lugar.”

No entanto, estes

workshops gastronómicos estão ao alcance de qualquer pessoa, turista ou não. O preço é variável conforme as circunstâncias. É possível organizar um *workshop* à medida ou participar num dos produtos *standard*. Os próximos a acontecer em português rondam os 140 euros por pessoa. A forma de divulgação deste projecto de promoção dos sabores mais tradicionais da gastronomia portuguesa é feita através de agências de viagens, mas sobretudo através da publicidade boca a boca e de acções de *marketing* direccionadas, como as confrarias ou os clubes de cozinheiros. Os azeites e os vinhos que são dados a provar em cada *workshop* são produzidos de Norte a Sul do País. Aos produtos mais tradicionais juntam-se outros não tão tradicionais que complementam as refeições, como o chocolate quente feito a partir de cacau são tomense que Luís encontrou numa loja de Lisboa. A aposta está a ser feita junto de públicos que estão sensibilizados para a descoberta de novos sabores. E depois, quem frequenta estes *workshops* leva mais do que a receita para casa, leva as dicas que os *chefs* que fazem parte deste projecto partilham. As alunas de hoje levam para casa a arte de preparar umas queijadas e os truques para amanhar um tamboril como deve de ser. As embaixatrizes da Alemanha, de França, da Sérvia, do Luxemburgo, da Croácia e do Chile vieram até ao meio da serra, a meio de Colares, descobrir mais alguns dos sabores portugueses. ■

CARLA JESUS (TEXTO)
E PAULA ALVENO (FOTOS)

Nina Lopandic

Embaixatriz
da Sérvia

Nadine Schmidt

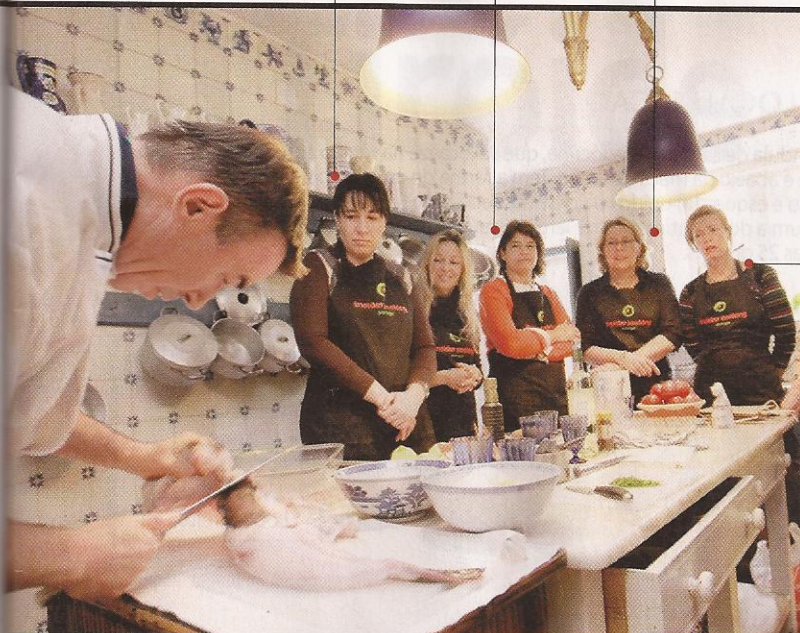
Embaixatriz do Luxemburgo

Ulla Elfenkämper

Embaixatriz da Alemanha

Pascale Teixeira da Silva

Embaixatriz
de França



APRENDER OS TRUQUES – Para além de ensinar a cozinhar, Bernhard Pfister partilhou dicas para torná-los em iguarias