o guia MICHELIN 2015

España & Portugal

MICHELIN

La mejor forma de avanzar

Há mais de 100 anos que a Michelin desempenha um papel fundamental na mobilidade. Os nossos produtos e serviços ajudam a melhorar o fluxo das pessoas e dos bens em todo o mundo. Quer com os nossos pneus, quer com guias turísticos, mapas, guias de restaurantes ou atividades digitais, esforçamo-nos para tornar as viagens mais simples para os clientes. Desde a ajuda para escolher um destino e marcar um itinerário, selecionando lugares para dormir e comer, a segurança e a comodidade do condutor são os nossos lemas em cada passo do caminho.

O guia MICHELIN, referência mundial em gastronomia, que conta com a confiança tanto dos chefes como do público, desde a sua criação pelos fundadores da Michelin, reforçou os serviços do Grupo à mobilidade. Graças a uma metodologia única para garantir a mais alta qualidade e a seleção dos melhores restaurantes e hotéis do mundo, com mais de 45.000 estabelecimentos, o guia MICHELIN ajuda os utilizadores a encontrar alojamentos e restaurantes ajustados a cada orçamento e gosto. Além disso, permite aos amantes da gastronomia descobrir o panorama culinário de uma região ou país.

Em Espanha e Portugal, como em todos os lugares em que nos encontramos, a já consolidada presença da Michelin permitiu-nos incentivar a estreita relação com a comunidade, forjando laços económicos, industriais, sociais e culturais. Isto enriqueceu o nosso profundo conhecimento e genuína compreensão da cultura, valores, tradições e modos de vida de ambos os países. Estes modos de vida apoiam-se numa rica e variada gastronomia que forma a sua identidade e que presume de receber influências de todo o mundo.

A sólida herança culinária impulsionou, nos últimos anos, a sua contínua expansão como palco gastronómico. Autênticos focos de interação, encontros, inquietações culturais e inspiração, Espanha e Portugal assentaram-se firmemente no panorama gastronómico internacional.

Com o guia MICHELIN, continuamos a ajudar a milhões de viajantes a usufruir as suas viagens com segurança. Esta missão, estabelecida em 1900 quando se criou o guia, é também a do Grupo Michelin, que quer oferecer "a melhor forma de avançar".

Claire DORLAND CLAUZEL

ÍNDICE

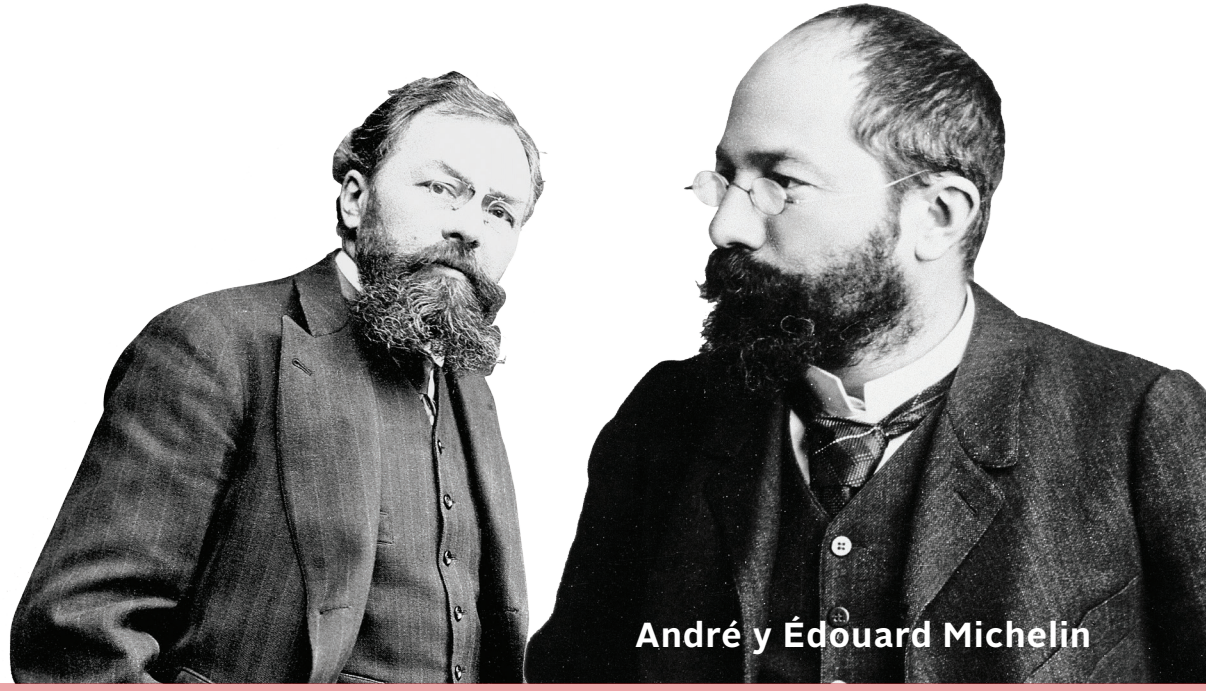
- HÁ MAIS DE UM SÉCULO QUE O GUIA MICHELIN ESTÁ AO SERVIÇO DA MOBILIDADE 2
- UM GUIA PARA TODOS: ESSA É A VOCAÇÃO DO GUIA MICHELIN HÁ MAIS DE UM SÉCULO 3
- AS DATAS-CHAVE DO GUIA MICHELIN 4-5
- OS PICTOGRAMAS, UMA LINGUAGEM PRÁTICA E INTERNACIONAL 6-7
- AS ESTRELAS: AS MELHORES MESAS 8-9
- O BIB GOURMAND 10-11
- QUEM FAZ O GUIA MICHELIN 12-13
- UMA JAMELA À GASTRONOMIA MUNDIAL 14-15
- O ENDEREÇO DO GUIA MICHELIN 16-17

HÁ MAIS DE UM SÉCULO QUE O GUIA MICHELIN ESTÁ AO SERVIÇO DA MOBILIDADE

O guia MICHELIN nasceu graças à imaginação de André e Edouard MICHELIN, fundadores do Grupo do mesmo nome.

Em 1900, quando havia pouco mais de 3.000 automóveis a circular na França, uma viagem era muitas vezes uma grande aventura. Apesar de tudo, os irmãos Michelin acreditavam firmemente no futuro do automóvel. Para apoiar o seu desenvolvimento e, ao mesmo tempo, o desenvolvimento do Grupo Michelin, decidiram proporcionar aos automobilistas um pequeno guia que facilitasse a viagem. Assim surgiu o famoso guia MICHELIN, cuja primeira edição apareceu na França, em agosto de 1900. No seu prefácio, André Michelin escreveu: "Esta obra aparece com o século e durará tanto como ele". O guia, que foi distribuído gratuitamente nas oficinas e nos distribuidores de pneus, incluía um grande número de informações práticas, sobre como mudar um pneu ou sobre a manutenção do veículo.

Em 1920 o guia começou a ser vendido. Uma anedota conta que, ao passar por um distribuidor de pneus, André Michelin constatou indignado que os guias serviam para calçar os pés de uma bancada de trabalho. Como «o Homem só respeita o que paga», a partir desse momento o guia deixou de ser gratuito. Nesse mesmo ano, os restaurantes entraram no guia com a sua própria classificação. Por outro lado, a publicidade desaparece e, pela primeira vez, aparece uma lista de hotéis parisienses. A aventura do guia MICHELIN nascia!



André y Édouard Michelin

Com o passar dos anos, nutrido por uma equipa de inspetores anónimos que percorrem as estradas de toda a Europa, o guia propõe aos seus leitores uma seleção atualizada com os melhores estabelecimentos, tanto hotéis como restaurantes, em cada categoria de conforto e preço. Mais de um século depois, o guia MICHELIN impõe-se como a referência mundial no âmbito da gastronomia, tanto entre os profissionais como entre o público em geral.

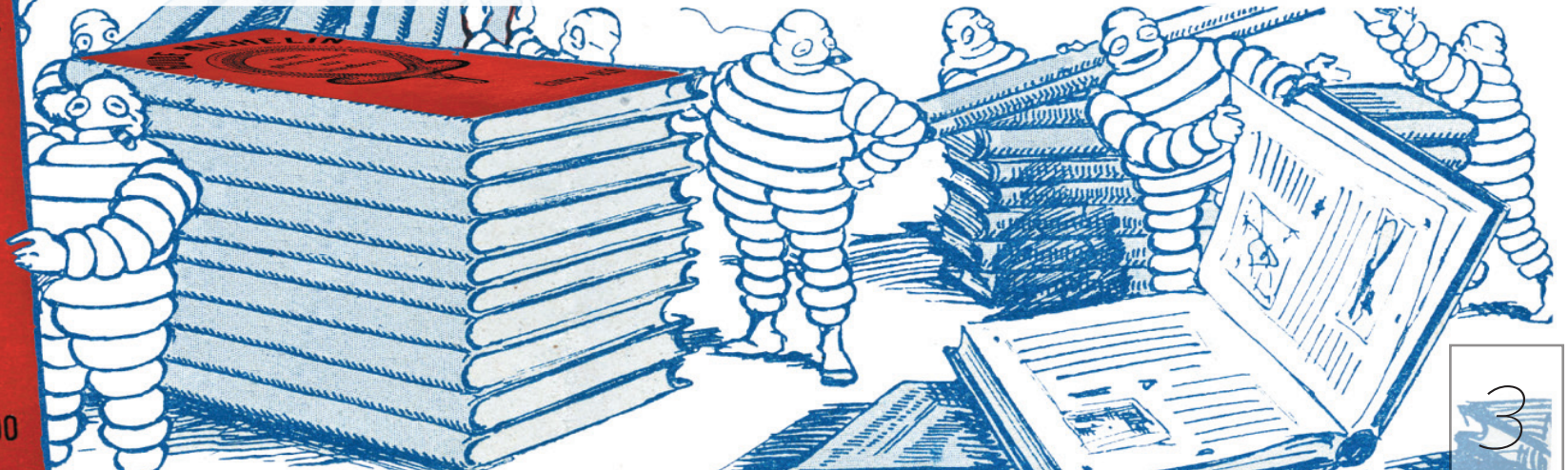
UM GUIA PARA TODOS: ESSA É A VOCAÇÃO DO GUIA MICHELIN HÁ MAIS DE UM SÉCULO

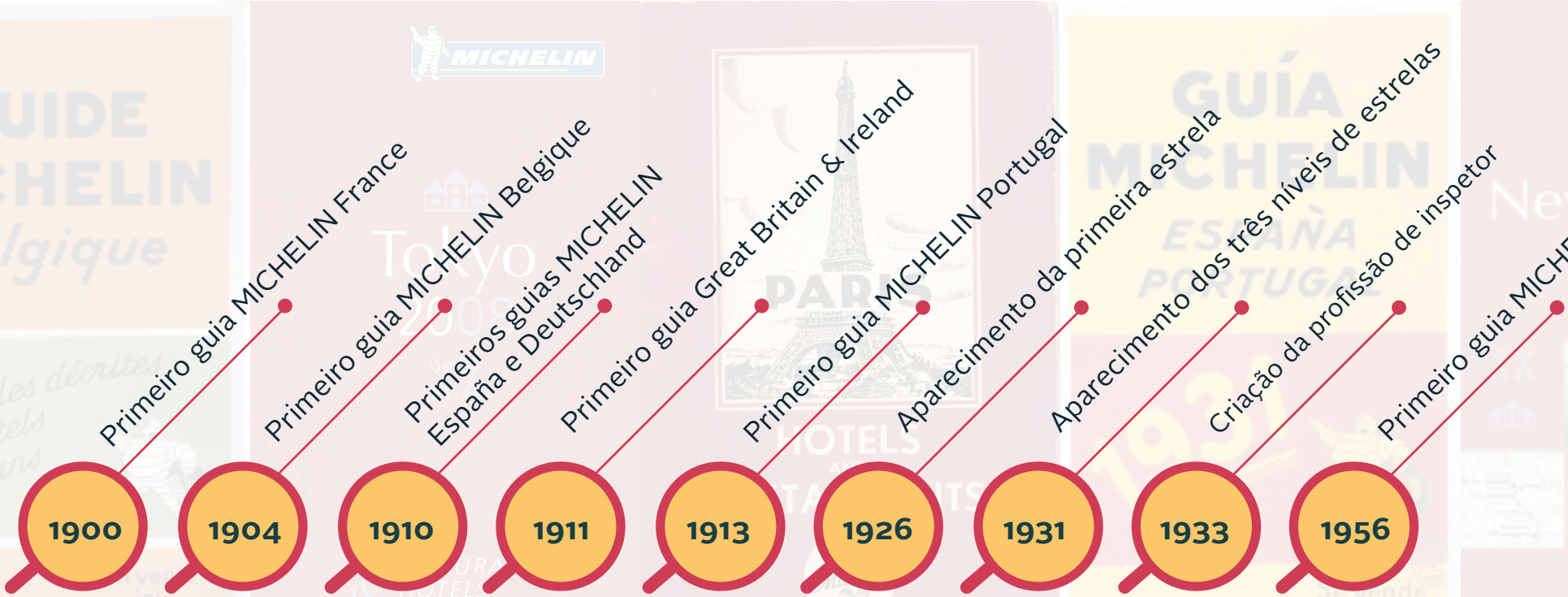
Para todos, porque cada utilizador pode encontrar no mesmo o hotel ou o restaurante de que necessita. Em cada categoria de conforto e preço (desde o hotel mais luxuoso ao mais familiar e desde o restaurante mais elegante ao mais simples), e qualquer que seja o orçamento ou o estilo de cozinha procurado, o guia MICHELIN propõe todos os anos uma seleção muito variada de lugares provados rigorosamente por inspetores profissionais e anónimos. Embora os restaurantes com estrela tenham dado a reputação ao guia em todo o mundo, os estabelecimentos com essa distinção só representam 10% da seleção total!

Para oferecer ao utilizador a informação mais fiável, ano após ano verificam-se e atualizam-se todos os dados práticos, as classificações e as distinções.

O guia MICHELIN, sempre atento a todas as exigências, evolui para se adaptar à era digital. Por esse motivo é hoje mais acessível que nunca: continua a imprimir-se, claro está, mas também se pode encontrar na Internet e em formato digital para os navegadores, smartphones e tablets, permitindo novas abordagens, como pesquisa multicritério, nos arredores, a localização no mapa, etc.

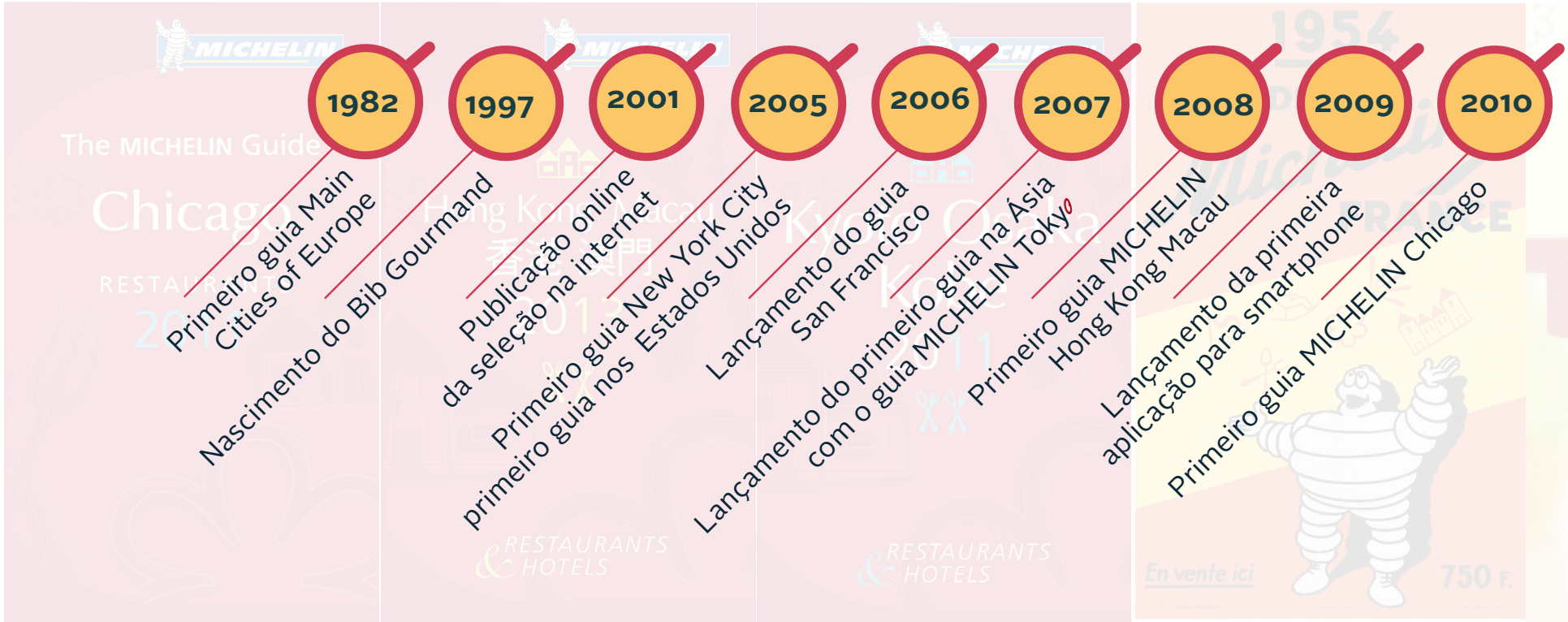
Graças a esta complementaridade entre a edição impressa e a digital, o guia MICHELIN, com mais de 45.000 endereços selecionados no mundo inteiro, ajuda diariamente a milhões de viajantes nas suas viagens. Esta finalidade do guia, que existe desde a sua criação em 1900, é também a do grupo Michelin: oferecer «A melhor maneira de avançar"





LAS FECHAS CLAVE

DE LA GUÍA MICHELIN



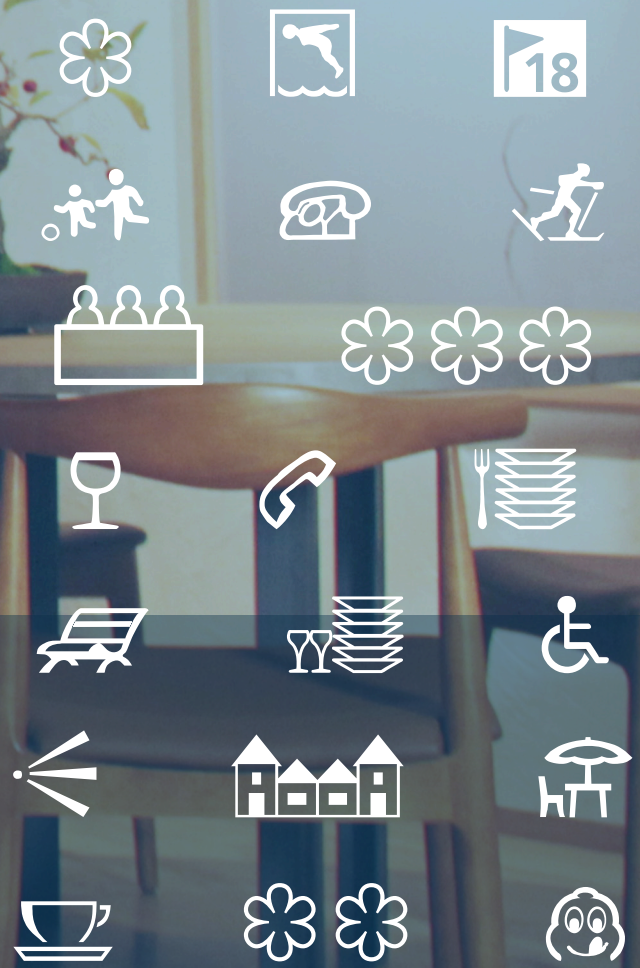
OS PICTOGRAMAS, UMA LINGUAGEM PRÁTICA E INTERNACIONAL

Para ajudar o utilizador, o guia MICHELIN utiliza desde 1900 uma linguagem universal: os símbolos chamados “pictogramas” que têm a vantagem de ser concisos, permitir poupar espaço, dar uma informação objetiva e neutral e ser legíveis em todos os idiomas, pois não pertencem a nenhum.

Se ao princípio havia uns 20 símbolos, agora existem mais de uma centena. Estes pictogramas dão indicações precisas, por exemplo sobre os serviços propostos, assim como informação geral que permite classificar os estabelecimentos selecionados conforme o nível de conforto ou a qualidade da cozinha.

Os hotéis estão classificados de h a l e os restaurantes de ò a ö, isto é, de «Simples mas confortável” a «Grande luxo e tradição”.

Com o passar dos anos, seguindo a evolução da sociedade, os pictogramas tornaram-se em verdadeiras testemunhas das suas respetivas épocas, por isso alguns já desapareceram e criaram-se outros novos. O guia MICHELIN indicava, por exemplo, os hotéis onde ainda se iluminava com petróleo ou com velas (1930), os hotéis com duche privado (1955), a proibição de telefonias no restaurante (de 1962 a 1966), a televisão no quarto (1972) ou a aceitação dos cartões de crédito (1978).



Sem renunciar à linguagem dos símbolos, os comentários aparecem pela primeira vez no guia MICHELIN França no ano 2000 e no guia MICHELIN Espanha & Portugal em 2003. Estes pequenos textos dão a descrição de cada estabelecimento, com pormenores sobre o estilo de cozinha ou o ambiente, e mostram a opinião dos inspetores MICHELIN sobre a seleção.

AS ESTRELAS: AS MELHORES MESAS

O guia MICHELIN reconhece todos os anos as mesas que oferecem a melhor qualidade culinária concedendo-lhes estrelas.

A atribuição das estrelas, momento destacado na vida de um chefe, responde a critérios estritos utilizados pelo inspetores no mundo inteiro. As estrelas «estão no prato e somente no prato». Isto significa que só avaliam a qualidade da cozinha. O resto, quer seja a decoração, o serviço ou o equipamento, não se tem em conta para concedê-las.

Para apreciar a qualidade de uma mesa, os inspetores baseiam-se em cinco critérios definidos pela Michelin: seleção dos produtos, criatividade, domínio do ponto de cozedura e dos sabores, relação qualidade-preço e regularidade. Estes critérios são aplicados por todos os inspetores do Guia MICHELIN, tanto no Japão, como nos Estados Unidos, na China ou na Europa. São, assim, a garantia de uma seleção homogénea: pouco importa o lugar, uma estrela tem o mesmo valor tanto em Madrid como em Nova-Iorque ou em Tóquio.

❀❀❀ Cozinha de nível excecional, esta mesa justifica a viagem

❀❀ Excelente cocina, vale la pena desviarse.

❀ Muito boa cozinha na sua categoria.

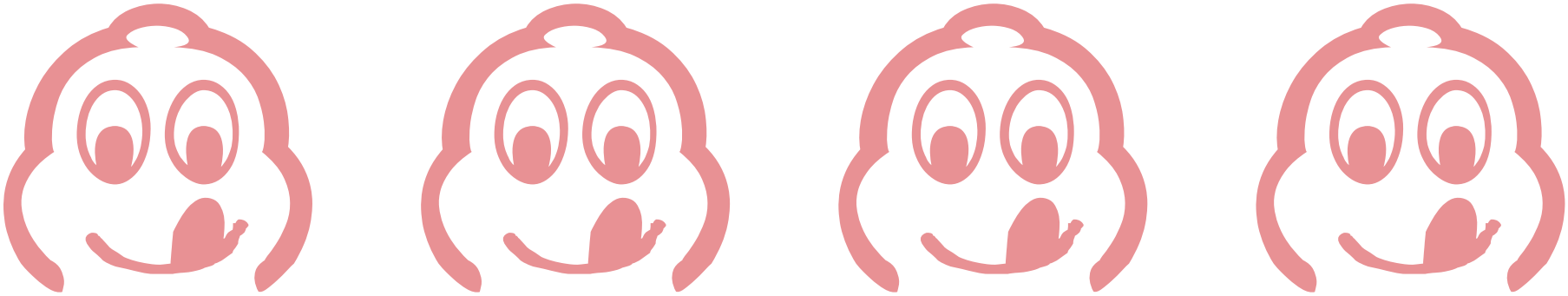
As estrelas atribuem-se em conjunto entre os inspetores, o redator chefe do país e o diretor dos guias MICHELIN. As estrelas recompensam um restaurante pelo trabalho do seu chefe e da sua equipa, em todos os estilos de cozinha.

O BIB GOURMAND

Dado que o compromisso do guia MICHELIN é o de satisfazer as exigências de todos os nossos leitores, tanto em termos de qualidade como de orçamento, os inspetores sempre se interessaram muito por descobrir as mesas de qualidade ao melhor preço. Assim é como, desde 1954, o guia indica os restaurantes que propõem "comidas bem feitas a preços módicos". E para ajudar o leitor a identificar melhor estas bons lugares, em 1970 introduz-se pela primeira vez no guia o símbolo R, símbolo que em 1992 se transforma em "Repas" (refeição).

Em 1997, nasce o pictograma Bib Gourmand (), representado pela carinha do Bibendum a lamber-se, que recompensa os estabelecimentos de qualidade que propõem um menu completo (entrada + prato principal + sobremesa) a um preço módico. Com esta categoria, o guia MICHELIN mostra claramente que se dirige a todo o tipo de leitores e que é indicado para todas as ocasiões. O êxito que está a ter o Bib Gourmand reflete-se, ano após ano, na crescente preocupação dos restauradores por oferecer uma cozinha de qualidade e acessível a todos os orçamentos, incluindo os mais ajustados.

Os estabelecimentos assinalados com o pictograma Bib Gourmand recopilam-se nos guios específicos de Espanha e Portugal (Boas mesas a menos de 35 €), Benelux (Bib Gourmand Benelux) e França (Bonnes Petites Tables France).



QUEM FAZ O GUIA MICHELIN

O profissional da hotelaria e da restauração:
É a garantia da qualidade no dia a dia, o que, graças ao seu profissionalismo, permite que a seleção do guia MICHELIN exista e se renove todos os anos. O guia MICHELIN não dá as tendências culinárias de amanhã, pois limita-se a consignar as de hoje, refletindo assim o dinamismo de um sector em constante movimento..

Os inspetores MICHELIN

Homens ou mulheres, jovens ou não tão jovens, louros ou morenos, magros ou corpulentos, amantes da comida e apaixonados pela sua profissão, o inspetor Michelin é um cliente como outro qualquer. Empregado da Michelin, o inspetor está, por regra geral, formado numa escola de hotelaria e tem uma experiência profissional de cinco a dez anos em restauração e/ou hotelaria. O seu trabalho consiste em selecionar de maneira anónima os melhores restaurantes e hotéis em todas as categorias de conforto e preço. Para isso, cada ano percorre cerca de 30.000 km, toma umas 250 refeições e dorme em mais de 160 hotéis.

O inspetor, que é anónimo, é um cliente normal, que reserva, come, dorme e paga integramente as suas contas. Este anonimato é o que lhe dá força ao guia MICHELIN. Não há tratamentos de favor: o inspetor tem o que os outros clientes têm, nem mais nem menos. Só depois de pagar a conta, e em caso de necessidade, o inspetor se pode apresentar para obter mais informações.

O leitor

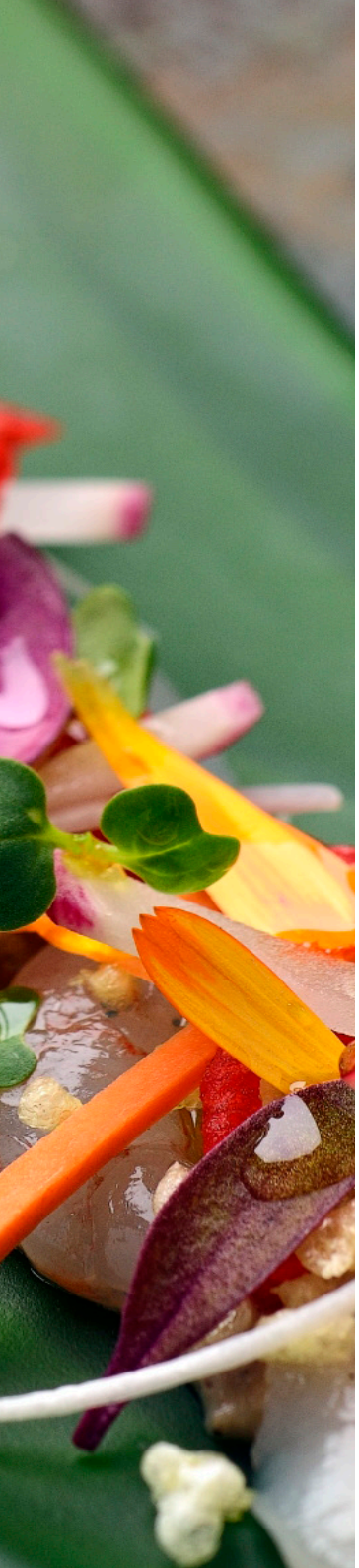
O leitor é muito importante para o guia MICHELIN. De certo modo, quando para num restaurante ou num hotel, cada leitor é por sua vez um inspetor. Por isso, desde 1929, a Michelin solicita a sua opinião com um questionário integrado no guia. Cada ano recebem-se à volta de 45.000 correios postais e eletrónicos, comentários através do Site ViaMichelin ou das aplicações para smartphones, que orientam os inspetores nas suas visitas e melhoram ainda mais a qualidade da seleção. Estas cartas, verdadeiras ferramentas de diálogo, portadoras de felicitações ou críticas, são o barómetro permanente da confiança mútua que une o guia MICHELIN aos seus leitores.

UMA JANELA À GASTRONOMIA MUNDIAL

O guia MICHELIN, que respeita tanto as especialidades locais como as tradições regionais e nacionais, é, em todas as partes em que está presente, a montra da gastronomia mundial. Apoiado pelo seu método de seleção homogéneo e único no mundo, o guia MICHELIN, que revela o dinamismo da gastronomia de um país, realça as novas tendências culinárias e os talentos futuros, contribuindo assim para o resplandor da gastronomia no mundo.

A coleção dos guias MICHELIN, que cada vez atravessa mais fronteiras, partilha o mesmo objetivo de serviço aos condutores e realiza-se seguindo os mesmos requisitos e o mesmo rigor que tinha em 1900.

Embora a Europa tenha sido coberta rapidamente pelo guia MICHELIN, o mesmo deu os seus primeiros passos nos Estados Unidos em 2005, com o lançamento do guia MICHELIN New York City, seguido um ano depois por San Francisco. Em finais de 2007, o guia MICHELIN dirige-se à Ásia, mais particularmente ao Japão. O primeiro guia MICHELIN Tokyo sai em novembro de 2007 e tem imediatamente um grande êxito, pois venderam-se mais de 120.000 exemplares em menos de 24 horas! Em 2008, a República Popular da China é o vigésimo terceiro país coberto com o guia MICHELIN Hong Kong Macau.



Hoje, a seleção dos guias MICHELIN conta com 23 guias e reúne mais de 45.000 endereços no mundo.

Esta projeção internacional corresponde à política de desenvolvimento industrial do grupo Michelin. Mas, para o estudo de viabilidade noutro destino, também se tem em conta, como é natural, a qualidade da gastronomia do país ou da cidade, a oferta hoteleira e de restaurantes, assim como o número potencial de leitores.

O ENDEREÇO DO GUIA MICHELIN

Claire DORLAND CLAUZEL,
Membro do Comité Executivo do Grupo

É a Diretora de Comunicação e Marcas, assim como membro do Conselho Executivo do Grupo Michelin desde janeiro de 2008.

Desde 1 de junho de 2012 supervisiona também a atividade da Michelin Travel Partner, sociedade filial a 100% do Grupo Michelin que edita e distribui as publicações turísticas Michelin e os serviços digitais de ajuda à mobilidade (ViaMichelin, Michelin Voyage, MICHELIN Restaurants, aplicações para smartphones, tablets, GPS, etc.), assim como Michelin Lifestyle Limited e a Direção do Grupo de Assuntos Públicos.

Claire DORLAND CLAUZEL é licenciada em História pela Universidade de Paris Sorbonne, tem um Doutoramento em Geografia e o diploma da ENA, Ecole Nationale d'Administration (promoção de 1988, "Montaigne")..

Michael ELLIS,
Diretor Internacional dos guias MICHELIN

Este franco-estadunidense, nascido em Nova-Iorque e apaixonado pela gastronomia, seguiu uma formação de restaurador nos Estados Unidos e na Europa. Depois fez carreira como manager internacional, no campo dos vinhos e licores (Chefe de vendas da International Distillers and Vintners de 1983 a 1986), do turismo (Diretor da divisão Cruzeiros do Club Med de 1995 a 1997) e do packaging. Em 2007 entrou no Grupo Michelin como Vice-presidente de Marketing e Vendas da Divisão Duas Rodas. Em agosto de 2011, Michael ELLIS foi nomeado Diretor Internacional dos guias MICHELIN.

Michael ELLIS tem um Mestrado em Relações Internacionais pela Universidade John-Hopkins de Washington DC e um MBA pelo INSEAD, (promoção de 1987). Fala com fluidez inglês, francês, espanhol, italiano e português..

Création© Michelin / florentaceto.com