Fosca
CERVEZA NATURAL tipo ALE
de fermentación alta. Elaborada de
forma artesanal con agua, mallas
son naturales.
La Selva

CERVESA

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

La cervesa artesana té un mercat nacional poc madur, fet que dificulta l'entrada en força dels establiments turístics. Ara per ara, els establiments turístics que hi ha manifestat un major interès són:

- **Restaurants i hotels de nivell mig-alt:** els interessa oferir productes diferenciats, amb característiques singulars que aportin diferenciació i valor afegit a la seva carta de begudes. Alguns poden tenir fins i tot carta de cerveses. També podrien entrar en els bars d'aquests hotels i en un pack de producte local que es vengui en corners o bé vitrines.
- **Botigues** (celler, botiga gourmet, agrobotiga, botiga tradicional): la cervesa és un producte que encaixa amb aquesta tipologia de mercats, i en tractar-se d'un producte que té un temps de consum llarg, hi té una entrada fàcil.
- **Establiments d'agroturisme:** aquells que ofereixen cuina els interessa oferir productes locals, donat que tenen un públic que els valora. En casos en que l'allotjament no incorpori manutenció, es podria oferir com a detall de benvinguda o bé com a producte que el visitant pugui comprar i consumir durant la seva estada a la casa.
- **Bars especialitzats,** que posen en valor les begudes amb caràcter local.

> RECOMANACIONS A NIVELL D'ELABORACIÓ

En termes d'elaboració, les recomanacions per tal de poder oferir una cervesa que s'adeqüi a les demandes dels mercats turístics passen per oferir una cervesa artesana de qualitat i amb valors diferencials. Les recomanacions que es fan per aconseguir-ho són:

1. VINCULAR AL MÀXIM LA CERVESA AMB EL TERRITORI ON S'ELABORA.

Malgrat a dia d'avui encara és complicat obtenir les matèries primeres per a l'elaboració de cervesa en entorns propers, es recomana treballar en aquesta línia: l'aigua pot ser de proximitat, la malta i el llúpol cal cercar-los en el radi de proximitat més proper possible i les matèries primeres aromatitzades que s'utilitzin (sucres, espècies, fruites, etc), poden ser locals (taronja, ratafia, entre altres).

Obtenció de matèries primeres per a l'elaboració de cervesa artesana

- **CERVESA LO VILOT.** Iniciativa empresarial d'Almacelles per elaborar una cervesa amb productes locals. Té en projecte fer una malteria en la qual es pugui maltejar l'ordi cerveser de les finques pròpies.
  http://www.cervesalovilot.com/
- **LLÚPOL DE KM 0 A CASSÀ DE LA SELVA.** Té collita de llúpol des del 2014, de moment amb varietats importades però amb la voluntat d'obtenir una varietat local de la zona gironina.
  https://raulmuxach.wordpress.com/2014/09/09/llupol-de-kilometre-zero/ http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies-migdia/primers-cultius-de-llupol-per-fer-cervesa/video/5210211/
- **CATALANA DE LLÚPOL SL.** Empresa del Pallars Jussà que ha posat en marxa una plantació experimental de llúpol per determinar les que millor s'adapten al clima i al sòl de la comarca i resulten més aptes per a la fabricació de cervesa.
  http://www.lleida.com/noticia_canal/experimenten-cultius-de-llupol-fabricar-cervesa-al-pallars-jussa
  https://www.facebook.com/Catalana-de-Ll%C3%BApol-1610945805836968/

Empreses cerveseres que treballen per a la incorporació de productes locals

- **CERVESES POPAIRE.** Utilitzen aigua de Blanes dessalada, malta de Guadalajara, ordi d'Aragó i llúpols de Txèquia i Eslovènia.
  www.popaire.com
- **CERVESES AUESKEN** (Osona). La cervesa "Auesken blanca" està elaborada amb malt d'ordi i blat cru d'Osona.
  http://www.ausesken.cat/les_nostres_cerveces.htm
- **CERVESA DEL MONTSENY.** Cervesa Ecolupulus del Montseny. Utilitzen aigua del Montseny.
  http://www.cervesamontseny.cat

2. SEGUIR UN PROCÉS D'ELABORACIÓ ARTESÀ I EL MÀXIM DE NATURAL POSSIBLE. El Gremi d'elaboradors de cervesa artesana i natural (GECAN), defineix com han de ser els ingredients i el procés d'elaboració per tal que la cervesa pugui ser considerada artesana i natural:

- GECAN
  http://www.gecan.info/

3.ELABORAR UN PRODUCTE SEGONS DIRECTRIUS ECOLÒGIQUES sempre que sigui possible.

- **CERVESA TOC D'ESPELTA DE GALLECS,** feta a partir de l'espelta ecològica de l'Espai rural de Gallecs.
  http://www.artcervesers.com/botiga/toc-despelta-ecologica-de-gallecs/
- **CERVESA ECOLUPULUS DEL MONTSENY.**
  http://www.cervesamontseny.cat/cervesa/montseny-ecolupulus/

4. DISPOSAR DELS CONEIXEMENTS TÈCNICS SUFICIENTS per garantir aconseguir un producte de la màxima qualitat possible. Per tant, és important envoltar-se de bons professionals que aportin els seus coneixements per elaborar una cervesa de qualitat.

5. CREAR LÍNIES DE PRODUCTE ADREÇADES A PERFILS DE CLIENTS ESPECÍFICS: intolerants alimentaris, persones que no poden veure alcohol, entre altres.

- **CERVESES ESPIGA.** Cervesa Blonde Ale, sense gluten i apta per celíacs.
  http://www.espiga.cat/
- Cerveses artesanes sense alcohol.

6. INCORPORAR ELEMENTS INNOVADORS, ja sigui en algun moment del procés productiu, o bé en el disseny o el format, que permetin diferenciar el producte i fer-lo més genuí i original, com per exemple:

- Cervesa amb ratafia. **LA SELVASERIA.**
  http://www.laselvaseria.com/
- Cervesa de castanya, elaborada per Castanya de Viladrau i Cerveses Ausesken d'Olost.
  http://www.el9nou.cat/noticies_o_0_/21741/neix_osona_primera_cervesa_feta_castanya

7. PRODUCTE COM A MATÈRIA PRIMERA PER A ALTRES PRODUCTES. Les combinacions de productes locals donen lloc a un producte altament diferenciat i amb un valor afegit. La cervesa és un producte que pot ésser matèria primera d'altres productes més elaborats. Alguns exemples:

- **CARNISSERIA CAN BAS DE CARDEDEU.** Fan un bull amb una cervesa local.
  http://www.cervesasantjordi.cat/
- Pa de cervesa artesana **MATOLL** elaborat pel forn Pa ronyó de Torregrossa.
  http://www.matoll.cat/projectes/pa-cervesa-artesana-matoll/

8. FORMATS. Per adaptar-se a les diferents necessitats segons el tipus de mercat, és important contemplar oferir **diferents formats**.

- Ampolles de vidre de 33cl i 75 cl per a bars, restaurants, botigues i cases d'agroturisme
- Barrils de 30 litres d'un sol ús per a bars

9.CONSERVACIÓ. Un cop envasades les cerveses, abans que se'n faci la distribució, cal que estiguin en un indret no exposat al sol, que es mantinguin a una temperatura inferior a 25ºC, dretes i no es sacsegin. D'aquesta manera es garanteix la qualitat del producte.

RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

Les recomanacions a nivell de promoció de la cervesa són les següents:

1. ETIQUETATGE COMPLET I QUE POSI EN VALOR ELS TRETS DIFERENCIALS DEL PRODUCTE. Veure apartat 4 (Solucions genèriques). En el cas de la cervesa, es poden ressaltar aspectes com l'elaboració mitjançant una recepta artesanal, els maridatges de la cervesa, l'ús de matèries primeres properes (si és el cas), entre altres.

2. *PACKAGING.* El disseny del *packaging,* de l'ampolla i la seva etiqueta en concret són aspectes que distingeixen i diferencien el producte. En el món de la cervesa, com en el vi i el cava, l'art i el disseny són disciplines que estan prenent força i importància.

3. FER UN ASSESSORAMENT als mercats que són clients, ja siguin nous clients o bé clients consolidats sobre aspectes d'interès: com col·locar el producte, com emmagatzemar-lo correctament, com explicar-lo al client final, entre d'altres. La formació als cambreres/eres sobre els trets diferencials de les cerveses artesanes és clau a l'hora d'aconseguir que el client les valori i les consumeixi.

4. DISPOSAR D'UNA PÀGINA WEB DE L'EMPRESA, amb informació relativa als productes i a les seves característiques:

- **CERVESA DEL MONTSENY.** Al seu web hi ha una fita per a cadascuna de les cerveses, en que s'hi detallen: tipus de cervesa, índex que descriuen el color i el grau d'amargor de la cervesa (EBC i IBU), temperatura de consum, tipus de malta i de llúpol i ingredients.
  http://www.cervesamontseny.cat/cervesa/
- **CERVESA ESPIGA.** Fixa per a cadascuna de les cerveses amb una breu descripció, els maridatges, els premis (si en té) i informació sobre el color i el grau d'amargor (EBC i IBU), temperatura de consum, tipus de malta i de llúpol i ingredients.
  http://www.espiga.cat

5. FER ÚS DE LES XARXES SOCIALS per estar contínuament en contacte amb els clients i donar informació sobre les darreres novetats

6. DISPOSAR D'UN CATÀLEG DE PRODUCTES amb un tarifari actualitzat.

7. FER ÚS DE TÈCNIQUES COMUNICATIVES BASADES EN EL RELAT DEL PRODUCTOR I DEL PRODUCTE, que es pot utilitzar en diferents formats i extensions en funció del suport i mitjà on s'utilitzi: pàgina web, catàleg, etiqueta, targetes de presentació, material per a fires.

- Guía "Storytelling y branded content". ADECEC. Associación de Empresas consultoras en relaciones públicas y comunicación
- **CERVESA ESPIGA.** Web molt atractiva en que s'hi presenten els impulsors de la iniciativa, així com el procés d'elaboració de la cervesa d'una forma molt gràfica.
  http://www.espiga.cat
- **CERVESA SANT JORDI**. Web en que s'explica les motivacions del projecte, el seu caràcter artesà i el perquè del seu nom "Cervesa Sant Jordi".
  http://www.cervesasantjordi.cat/#!cervesa-sant-jordi-projecte/c14na

8. DONAR A CONÈIXER L'EMPRESA I FER PEDAGOGIA sobre els diferents tipus de producte, el procés d'elaboració i les aplicacions gastronòmiques, entre d'altres, a través d'algunes de les següents accions:

- Visites a l'obrador i tastos de cervesa
- Tallers d'elaboració de cervesa

Alguns exemples:

> Visites i tastos a la **CERVESERA**

EL MONTSENY, els dissabtes.
http://www.cervesamontseny.cat/visites-i-tasts/

> **CERVESA DE SANT JORDI.** Ofereixen diverses activitats: tastos, cursos d'elaboració de cervesa, àpats cervesers i visites per a instituts.
http://www.cervesasantjordi.cat/#!activitats/c20iv

> **PEDRABLANCA, CERVESA ARTESANA.** Ofereixen cursos per a iniciats i per a no iniciats.
http://pedrablanca.cat/tallers-delaboracio-de-cervesa/

9. ESTRATÈGIES PER A CAPTAR CLIENTS POTENCIALS: convidar-los a visitar les instal·lacions, fer tastos-maridatge en els mateixos bars, hotels o restaurants; i per a fidelitzar els clients existents: petits detalls obsequis, vals per a visitar les instal·lacions amb familiars o amics, entre altres.

10. COL·LABORAR AMB CUINERS AMB ELS QUALS FER *SHOWCOOKINGS* I DEGUSTACIONS DE PRODUCTE

11. FER FITXES DE TAST PER A CADA PRODUCTE, de manera que es dóna la informació necessària per a conèixer-ne les característiques i els maridatges i usos de cada tipus de producte.

- Fitxes de tast de diverses cerveses penjades al blog Cervesa en Català:
http://cervesaencatala.blogspot.com.es/2011/09/fitxes-de-degustacio.html

12. PARTICIPAR EN PREMIS. La participació en concursos i l'obtenció de premis i reconeixements són elements que també contribueixen a la promoció del producte.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE DISTRIBUCIÓ / COMERCIALITZACIÓ

Les recomanacions a nivell de la distribució / comercialització de cervesa són les següents:

1. PRIORITZAR ELS CIRCUITS CURTS DE COMERCIALITZACIÓ. Els circuits curts de comercialització (venda directa a consumidor final, o bé a través d'un únic intermediari, en general, botiga al detall, supermercat, restaurant, menjador) permeten mantenir una relació més propera amb els mercats i amb els consumidors del producte. A més, de cara al productor, els circuits curts permeten obtenir ingressos més justos.

2. ESCOLLIR L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ MÉS ADEQUADA EN FUNCIÓ DE CADA CAS.

- El mateix elaborador. El fet de fer-se un mateix la distribució permet fer una correcta selecció dels mercats alhora que garanteix ser bon prescriptor del producte, en tant que és el mateix elaborador qui l'explica i el recomana. En aquest cas, és important establir rutes de distribució, per tal d'optimitzar temps i costos.
- Comptar amb distribuïdors. En aquest cas, es recomana tenir distribuïdors especialitzats, que coneguin el món de la cervesa en profunditat i siguin capaços de poder explicar la qualitat del producte i els seus trets diferencials.
  - > **GOURMET LA SELVA.** Empresa que distribueix bàsicament vins però que podria tenir interès en distribuir altres productes gourmet.
    http://www.gourmetlaselva.com

3. FER VENDA ONLINE, a través d'una plataforma digital. D'aquesta manera, el producte pot arribar a qualsevol zona geogràfica. El transport es pot fer amb servei de missatgeria o paqueteria.

4. TRANSPORT I ENTREGA DEL PRODUCTE. Cal tenir en compte que els mercats no acostumen a tenir gran capacitat d'emmagatzematge. Per la qual cosa caldrà subministrar poques unitats i a mesura que es va venent l'estoc, tornar-ne a distribuir. És recomanable encaixar el producte en capses de cartró que en facilitin el seu transport i emmagatzematge, i tenir especial cura en tractar-se d'envasos fràgils.

5. EMMAGATZEMATGE I PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE. És molt important que la cervesa s'emmagatzemi i es serveixi seguint certes pautes, per tal de garantir-ne la màxima qualitat al consumidor. Per a l'emmagatzematge, s'ha d'evitar exposar les ampolles al sol, mantenir-les a una temperatura inferior als 25ºC, no sacsejar les ampolles i guardar-les dretes. A l'hora de servir-les, cal que aquestes estiguin a la temperatura adequada (varia en funció del tipus de cervesa), no sacsejar-les abans de servir-les i no servir el pòsit del fons de l'ampolla.