



**CARN
FRESCA**

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

Mostren interès per la carn fresca de proximitat als mercats turístics següents:

- **Restaurants de nivell mig-alt i de capacitat mitjana:** per a aquesta tipologia d'establiments, oferir una carn fresca de qualitat és una de les premisses per satisfer les exigències dels clients, i si a més, és de proximitat, aquest factor esdevé un element diferenciador que aporta valor afegit a l'establiment.
- **Hotels de nivell mig-alt i amb cuina diferenciada segons el perfil de clientela:** determinats hotels que fan diferenciació a la cuina en funció del perfil de la clientela i el motiu pel qual estan allotjats (celebració familiar, congrés empresarial, etc.), poden incorporar carn fresca de qualitat i de proximitat a la cuina.
- **Càterings i menjadors:** l'ús de carns fresques de qualitat aporta diferenciació i prestigi al servei.
- **Carnisseries i xarcuteries, i botigues d'alimentació amb servei de carnisseria:** la carn fresca és el producte que aquests establiments poden vendre a la botiga, ja sigui sense manipular o bé com a matèria primera de qualitat per a fer-ne elaborats. La carn fresca de qualitat i proximitat pot ser un element diferenciador per a aquests establiments.
- **Botigues especialitzades (tipus gourmet):** aquests mercats poden tenir interès pels productes elaborats de 4a i 5a gamma a partir de carns fresques.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

Les principals recomanacions pel que fa a la producció de la carn fresca són les següents:

1. CARN FRESCA DIRECTA D'EXPLOTACIONS RAMADERES DE PROXIMITAT. Conèixer l'origen de la carn fresca, saber d'on ve i com s'ha criat, engreixat i alimentat, són factors que permeten valorar la qualitat del producte. Alhora, per als establiments, poder tenir carn fresca directa d'explotacions ramaderes de proximitat confereix un valor afegit a l'establiment, ja que ofereix una carn única de la qual en té coneixement directe i en pot garantir la seva qualitat. Per últim, els consumidors cada vegada més valoren poder conèixer l'origen dels productes ja que aquest coneixement aporta confiança i seguretat.

2. CARN FRESCA CERTIFICADA DE PRODUCCIÓ ECOLÒGICA. El maneig del bestiar seguint les directrius de la producció ecològica permet obtenir una carn molt més saludable, més gustosa i nutritiva, i de major qualitat. D'altra banda, creix la demanda als mercats dels productes ecològics i dels productes sans i saludables.

- Materials de referència en ramaderia ecològica.
<http://pae.gencat.cat/ca/publicacions-materials-referencia/produccions-ramaderes/>
- Manual d'emprenedoria ecològica.
http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxius/2013_manualemprenedoriaeco.pdf
- Guia d'operadors registrats al CCPAE.
http://81.92.138.108/GD/guiaDirectorWebHome.action?request_locale=ca



3. CARNES FRESQUES AMB CERTIFICACIÓ HALAL.

La certificació *halal* permet que els productes càrnics siguin consumits per la població islàmica, però també per població autòctona que té afinitat amb els productes sans i saludables. Després dels productes sense, que ja són una primera demanda als mercats, s'estima que els productes amb aquesta certificació seran la segona demanda, ja que aquesta està creixent notablement aquests darrers anys.

4. RACES SELECCIONADES I RACES AUTÒCTONES.

L'ús de races seleccionades i de races autòctones permet obtenir carns de major qualitat, que són distingides i prestigiades, i per tant, són més atractives i interessants de cara als mercats que valoren les carns fresques de qualitat. Per citar alguns exemples de races que són valorades per la qualitat de les seves carns i que aporten distinció: en el cas del porc, les races Duroc, Porc Ral o Porc ibèric; en el cas del pollastre, les races autòctones com la penedesenca o el pota blava; o en la vedella, la raça Bruna.

- Races autòctones.

http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/ramaderia/dar_races_autoctones/

5. DISTINTIUS DE QUALITAT AGROALIMENTÀRIA.

En els casos en que es criïn races autòctones o races seleccionades i es pugui optar a utilitzar un distintiu de qualitat agroalimentària reconegut, es recomana adherir-s'hi. Els distintius de qualitat agroalimentària de les carns fresques aporten reconeixement i prestigi, valoritzen els productes i són aspectes que poden ser d'interès per als mercats ja que contribueixen a la seva diferenciació.

- Distintius d'origen i qualitat agroalimentària reconeguts.

<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/>

- Marca de Garantia Producte del Ripollès.

<http://productesdelripolles.com/productes/>

6. TREBALLAR DE FORMA CONJUNTA I ESTABLIR COL-LABORACIONS ENTRE RAMADERS.

Per

tal de poder garantir el subministrament en quantitat i freqüència que necessiten els diferents mercats i alhora, de cara als ramaders, defensar millor els seus interessos, promocionar i recuperar certes races autòctones, optimitzar costos (escorxador, sala de desfer, distribució i comercialització) i poder oferir un producte diferenciat, de qualitat i amb marca pròpia, és interessant ajuntar-se i establir col·laboracions entre ramaders. La creació d'associacions (relació més feble) o bé de cooperatives o societats (relació més forta i estable) són algunes de les fórmules possibles que permeten assolir aquests objectius.

- Cooperativa Plana de Vic. Cooperativa integrada per ramaders de la plana de Vic que integra producció, transformació i comercialització.
<http://www.planadevic.cat/cat/cadena-de-valor/>
- Associacions de ramaders del Ripollès: vedella, poltre i xai i cabrit. Associacions creades per poder comercialitzar les carns sota la marca de garantia Producte del Ripollès.
<http://productesdelripolles.com/productes/>
- Associació de ramaders de la raça ovella aranesa. Creada per defensar, potenciar i promocionar la cria i engreix d'aquesta raça autòctona d'ovella.
http://entitatsnautaran.cat/index_web.php?ap=czo3OIJhcGFydGF0ljs=&id=6974ce5ac660610b44d9b9fed0ff9548&idw=czoYOil1OCi7&idi=czoZoiJYXQiOw

7. FER UNA TRANSFORMACIÓ A PARTIR DE LES CARNS FRESQUES. L'ús de les carns fresques com a matèria primera per a obtenir productes elaborats permet oferir productes que són d'interès per als mercats turístics a l'hora d'incorporar productes de proximitat, ja que són productes que aporten diferenciació per la seva qualitat i per la seva elaboració tradicional, així com també determinats productes estan ja a punt per a ser utilitzats a la cuina. Algunes de les recomanacions pel que fa a la transformació són:

- Elaboració d'embotits.
Podeu veure les recomanacions d'elaboració a la fitxa Embotits d'aquest document.
- Elaboració de productes de 4a i 5a gamma.
Aquesta tipologia de productes és una solució interessant per als mercats que tenen cuina, atès que el producte està preparat per a ser cuinat, i estalvia temps i redueix mermes.
 - > **La 4a gamma** inclou l'elaboració de productes que estan a punt per a ser cuinats. Poden anar envasats en plàstic per a ús alimentari, en atmosfera convencional, tot i

que el producte és fresc i per tant, han de ser consumits en pocs dies.
Gicarn.

<http://www.gicarns.com/ELABORADOS.html>

- > **La 5a gamma** són productes ja cuinats, preparats per a ser consumits i que es comercialitzen refrigerats. Per al seu consum, tan sols és necessari escalfar el producte prèviament. Normalment s'envasen en material plàstic per a ús alimentari, però també poden anar amb atmosferes protectores (buit, atmosfera modificada, etc.).

- Productes càrnics de 5a gamma.
<http://www.laselecta.cat/pro/productes/catalog/quarta-gamma>
- Gastrònoms productes de 5a gamma.
<http://www.gastronoms.es/ca/13-carns>
- Plats cuinats de la **VIANDETECA**. Racions unitàries envasades al buit.
http://laviandateca.com/wp-content/uploads/2012/12/Presentacio_invasats_distribucio_cat1.pdf

8. FORMATS ADAPTATS A LES NECESSITATS DELS MERCATS.

Cal tenir en compte les diferents necessitats de format segons cada tipologia de mercat. Per a les cuines, la millor solució és la d'oferir el producte tallat i preparat per a ser utilitzat a la cuina. En el cas de cuines que tinguin servei de buffet, és recomanable fer gramatges més petits dels filets o en el cas dels productes elaborats, fer formats d'ús individual o racions més petites (per exemple, mini-hamburgueses o mini-canelons).

9. ENVASAT ADAPTAT ALS MERCATS. Cal tenir en compte envasats que facilitin la conservació del producte, conservi la qualitat i n'allargui si és possible el temps de consum. La carn fresca tallada i filetejada, envasada en safates de porexpan i embolcallada amb plàstic d'ús alimentari és una opció si la carn ha de ser consumida al cap de poc temps. Tot i així, la millor solució és l'envasat al buit o amb atmosfera protectora, ja que és el que garanteix la conservació del producte amb la màxima seguretat fins al moment del seu consum.

10. CONSERVACIÓ. La carn fresca i els seus derivats requereixen de refrigeració al llarg de tota la cadena. Per tant, és indispensable garantir la refrigeració del producte i que no es trenqui la cadena de fred. Una solució per allargar el temps de conservació dels productes càrnics és la congelació.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

Les recomanacions per fer una bona promoció de la carn fresca són les següents:

1. ETIQUETATGE. En tots els casos en que el producte fresc s'envasi, i també per als productes elaborats, és important un correcte etiquetatge del producte. Veure apartat 4 (Solucions genèriques).

2. PACKAGING. El *packaging* només té aplicació en els productes de 4a i 5a gamma que siguin comercialitzats en botigues especialitzades tipus gourmet. Per aquest cas concret, la presentació del producte a través d'un *packaging* atractiu és clau per poder tenir bona acceptació per part d'aquest mercat.

3. DISPOSAR D'UNA PÀGINA WEB de l'empresa, amb informació àmplia relativa als productes, al maneig del bestiar, la qualitat de la carn, i en el cas que es facin elaborats, les tècniques d'elaboració d'aquests, propietats nutricionals, receptes de cuina, etc.

4. FER ÚS DE LES XARXES SOCIALS per estar contínuament en contacte amb els clients i donar informació sobre les darreres novetats, agenda d'activitats, temporada dels productes entre d'altres.

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

6. 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.

- Referència: Guía "Storytelling y branded content". ADECEC. Asociación de Empresas consultoras en relaciones públicas y comunicación. Descarregable a:
http://www.adecec.com/pdf/la_guia_de_storytelling_y_branded_content_de_adecec.pdf

7. ORGANITZAR O PARTICIPAR EN ACCIONS DE PROMOCIÓ, DIFUSIÓ I PEDAGOGIA, a través de les quals es doni informació sobre l'empresa, s'informi de les propietats nutricionals dels productes i els beneficis per a la salut - en el cas concret de les verdures, hortalisses i tubercles, aquesta és una eina de promoció molt interessant per al consum d'aquesta tipologia de productes, i sobretot encaixa molt bé amb un segment de mercat que es cuida i es preocupa per la salut- i es facin recomanacions sobre les diferents opcions culinàries del producte. Algunes de les accions que es poden organitzar són:

- Programar jornades de portes obertes i visites guiades a l'explotació. Per tal de donar a conèixer als clients, ja siguin particulars o bé restaurants, menjadors col·lectius, hotels, etc., l'explotació ramadera d'on provenen les matèries primeres.
 - > Programa Visita Granges. Deu granges de la Garrotxa que s'han unit per donar a conèixer les seves explotacions i els seus productes.
<http://visitagranges.cat/>
- Donar a conèixer receptes que donin idees als mercats sobre com elaborar els productes càrnics.
 - > *Showcooking* de Gastrònoms.
<http://www.gastronoms.es/ca/content/13-show-cooking>

8. FER PROMOCIONS ENFOCADES A CAPTAR NOUS CLIENTS I FIDELITZAR ELS ACTUALS:

- Oferir mostres de producte a botigues o bé promocions (2x1, descompte en la segona unitat, etc.) per tal que siguin els clients de les botigues els qui demanin el producte un cop l'han tastat.
- Promocions per a èpoques de l'any especials i concretes, com per exemple, durant les festes de Nadal.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE DISTRIBUCIÓ/ COMERCIALITZACIÓ

Pel que fa a la distribució i comercialització dels productes càrnics, es fan les següents recomanacions:

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 establir relacions comercials molt properes entre el productor i els mercats basades en la confiança i el coneixement mutu, alhora que, de cara al productor, li permet obtenir ingressos més justos.

2. APOSTAR PER LA COMERCIALITZACIÓ CONJUNTA SEMPRE QUE ES CONSIDERI QUE APORTA UN VALOR AFEGIT.

La comercialització conjunta amb diferents productors associats permet oferir quantitats de producte major que poden resoldre necessitats de cuines de major capacitat. Alhora, també permet diversificar l'oferta de productes i compartir la distribució.

3. OPTAR PER L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ QUE S'ADEQUÏ MILLOR PER A CADA MERCAT.

Cal triar l'opció que permeti satisfer les demandes dels mercats de la millor manera i que resulti viable.

- La mateixa empresa fa la distribució del producte. En aquest cas, cal establir rutes de distribució per tal d'optimitzar els temps i els costos, i per al producte fresc, cal tenir en compte que és necessari tenir transport refrigerat.
- Una empresa externa, distribuïdora càrnica, s'encarrega de la distribució. Cal tenir en compte les diferents modalitats de distribuïdors, i escollir aquells que sàpiguen valorar la qualitat i diferenciació dels productes càrnics i sàpiguen traslladar aquests valors als mercats.

4. VENDA ONLINE. La comercialització dels productes càrnics a través d'una plataforma digital permet vendre a qualsevol zona geogràfica.

5. PARTICIPAR D'UNA CENTRAL DE COMPRES. La central de compres centralitza en un únic punt els diferents productes i després els reparteix als diferents mercats.

- **ECOCENTRAL.** Central de compres que subministra producte local i ecològic a empreses gestores de menjadors escolars.

<http://ecocentral.cat/>

6. TRANSPORT I ENTREGA DEL PRODUCTE. En tractar-se d'un producte fresc i ràpidament perible, és necessari comptar amb transport refrigerat. Per facilitar-ne el transport i mantenir les condicions de refrigeració, es poden utilitzar caps de porxan.