OLI D'OLIVA VERGE EXTRA *PREMIUM*

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

Manifesten interès en l'oli d'oliva verge extra els següents mercats:

- **Hotels:** com a producte local en una vitrina/ expositor o bé en un pack de producte local. En tractar-se d'un producte de llarga durada, és apte per a ser ofert en aquests espais. Seria complicat la seva incorporació a la cuina o bé al buffet.
- **Establiments d'agroturisme:** com a producte-souvenir que els clients de les cases poguessin adquirir per al seu consum durant l'estada (en el cas que no hi hagi manutenció) o bé per a endur-se a casa. En els casos que s'ofereix manutenció, també hi podrien tenir interès donat que el públic d'aquests establiments valora el producte local.
- **Restaurants:** com a producte per al consum del restaurant o bé per a exposar en un expositor o vitrina.
- **En botigues tradicionals** (verduleries, fruiteries) i agrobotigues com a producte local.
- **Botigues tradicionals d'alimentació:** ofereixen productes diferents als que es poden trobar a les grans superfícies comercials.
- **Botigues especialitzades:** tipus gourmet, productes artesans, dietètiques, productes ecològics, etc. Són un mercat adient per a productes diferenciats i de qualitat.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

Els aspectes que cal tenir en compte a nivell d'elaboració de l'oli per tal que s'adeqüi a les demandes dels mercats turístics són:

1. CULTIU D'OLIVERES DE VARIETATS LOCALS.
Les varietats locals d'oliveres presenten trets que les diferencien de la resta, motiu pel qual l'oli que se n'obté presenta propietats organolèptiques úniques i diferenciades, a més d'esdevenir un oli propi i identitari del territori. Sovint aquestes varietats locals s'han deixat de cultivar perquè han estat desplaçades per altres varietats més productives o bé directament per altres tipus de cultius, però l'actual tendència centrada en l'apreciació de l'autenticitat fa que cada cop hi hagi més interès en elles i en els productes que se n'obtenen. A la Selva s'hi cultiva la varietat autòctona Salar de la Vall d'Arbúcies, descrita en l'inventari de varietats antigues de la Vall d'Arbúcies, encarregat per l'Ajuntament fa uns quatre anys. Les principals varietats catalanes, segons un referència de l'IRTA de l'any 2012, són la vera, la corbella,la verdal Manresa, la verdiella, l'Argudell, la Palomar, la menya, la morrut, la sevillenca, la farga, la rojal i l'empeltre.

2. ÉS CONVENIENT INCORPORAR ELEMENTS D'INNOVACIÓ PRODUCTIVA SEMPRE QUE S'OPTI PER CULTIVAR VARIETATS AUTÒCTONES I ALIAR-SE AMB ENTITATS I CENTRES DE RECERCA que treballen per a la conservació i millora de les varietats autòctones per tal que siguin productives sense perdre els seus atributs nutricionals i gastronòmics.

- IRTA. Institut de Recerca i Tecnologia Alimentàries.
  www.irta.cat
- Fundació Miquel Agustí.
  www.undaciomiquelagusti.com

3. PRIORITZAR UNA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA. El mercat dels productes ecològics segueix una tendència a l'alça i presenta expectatives de continuar creixent en els propers anys, per la qual cosa optar pel sistema de producció agrària ecològica és un aspecte a tenir en compte per satisfer aquest

increment en la demanda dels mercats. A casa nostra, l'olivera és un dels **cultius menys problemàtics per a convertir a la producció ecològica**, ja que és la forma com s'ha cultivat al Mediterrani durant més de mil anys, gràcies a la rusticitat de l'espècie, al fet d'haver-se conservat en un sistema tradicional i en el manteniment de les varietats locals. El conreu ecològic de l'olivera difereix principalment del convencional en el maneig del sòl i la seva fertilitat orgànica i en les estratègies de control de la mosca de l'oliva.

- Fitxa PAE 17. El cultiu ecològic de l'olivera.
  http://pae.gencat.cat/ca/publicacions-materials-referencia/produccions-agricoles/oliveres/
- Manual d'emprenedoria ecològica.
  http://pae.gencat.cat/web/.content/al_alimentacio/al01_pae/05_publicacions_material_referencia/arxius/2013_manualemprenedoriaeco.pdf

4. OBTENIR UN PRODUCTE DE MÀXIMA QUALITAT: OLI D'OLIVA VERGE EXTRA O DE QUALITAT PREMIUM. La qualitat de l'oli ve determinada per factors ambientals (clima i sòl), genètics (la varietat de l'oliva), agronòmics (tècniques de cultius) i de processos (recol·lecció, arribada al molí, premsat, etc); i s'avalua mitjançant l'anàlisi d'uns paràmetres químics i sensorials. L'oli d'oliva verge extra és un tipus d'oli que presenta uns paràmetres de qualitat elevats i reconeguts pel consumidor. Per tal que un oli pugui ser denominat i etiquetat com a verge extra, cal que hagi estat analitzat pel panell de tast autoritzat i aquest hagi verificat les seves propietats organolèptiques. Es recomana, per tant, d'obtenir un oli d'oliva verge extra, i, en cas que es vulgui avançar cap a una distinció de qualitat encara més elevada, definir una qualitat Premium amb criteris encara més exigents.

- Comité oleícola internacional. Norma comercial aplicable a les aceites de oliva y aceites de orujo de oliva.
  https://www.scribd.com/doc/76613158/Norma-Comercial-Aplicable-a-Los-Aceites-de-Oliva-y-Los-Aceites-de-Orujo-de-Oliva2
- Guia de pràctiques correctes d'higiene per a l'elaboració d'oli d'oliva verge extra.
  https://www.gencat.cat/salut/acsa/html/ca/dir2967/gpch_oli_oliva_cat.pdf
- Dossier tècnic 80. L'oli d'oliva a Catalunya.
  http://www.ruralcat.net/c/document_library/get_file?p_l_id=512641&folderId=8383009&name=DLFE-38201.pdf

5. DIFERENCIAR EL PRODUCTE MITJANÇANT L'OBTENCIÓ DE DISTINTIUS. Els distintius permeten visualitzar certs paràmetres de qualitat o territorialitat que sovint els consumidors tenen en compte en la seva decisió de compra. En el cas de l'oli, actualment existeixen les DOP Oli de l'Empordà, Oli Siurana i Oli de les Garrigues. Es pot optar per a disposar d'aquest distintiu si l'explotació es troba dins l'àmbit territorial reconegut pel distintiu, o bé es pot optar per a crear-ne una de nova.

- Distintius d'origen i qualitat agroalimentària reconeguts.
  http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/distintius-origen-qualitat-agroalimentaria/

6. INNOVAR PER A L'OBTENCIÓ DE PRODUCTES DIFERENCIATS O BÉ NOUS PRODUCTES. L'oli, malgrat ser un producte molt bàsic, té unes propietats que li permeten múltiples aplicacions i combinacions per a l'obtenció de nous productes. Alguns exemples de productes diferenciats:

- **OLIS AROMATITZATS DE MALLAFRÉ**
  http://www.mallafre.com
- **OLI AMB XOCOLATA DE CAL QUELUS**
  http://www.olicalquelus.cat/oli-amb-xocolata/
- **MELMELADA D'OLI DE CAL QUELUS**
  http://www.olicalquelus.cat/melmelada-doli/

7. OBRIR UNA LÍNIA DE PRODUCTES DE COSMÈTICA NATURAL CENTRADA EN L'OLI. L'oli d'oliva és ric en àcids grassos essencials i polifenols, molt hidratant i amb infinitat de propietats beneficioses per la pell.

- **CARÍCIES D'OLI,** que elabora productes partint d'oli d'oliva de primera premsada en fred.
  http://www.caricies.com/ca/

8. FORMATS ADAPTATS A LES DEMANDES DEL MERCAT. Per adaptar-se a les diferents necessitats segons el tipus de mercat, és important contemplar oferir diferents formats. Els formats serien:

- **Ampolla de 0,25 litres**, per a ús directe a la taula en restaurants i hotels.
- **Ampolla de 0,75 litres**, per a vendre en agrobotigues i altres establiments.
- **Llauna de 5 litres**, per a vendre també en botigues o bé per a ús en restaurants. En aquest cas, el material més valorat pel mercat internacional, ja que és el que millor conserva les propietats de l'oli.
- **Format de 100 ml** per al detall de benvinguda d'hotels, que pot ser en envàs de plàstic PET.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

1. ETIQUETATGE COMPLET I QUE POSI EN VALOR ELS TRETS DIFERENCIALS DEL PRODUCTE. Veure apartat 4 (Solucions genèriques). En el cas de l'oli, alguns dels elements que es podrien destacar són:

- La varietat local i la seva importància
- La tradició vinculada al seu procés d'elaboració
- El vincle del cultiu de l'olivera amb el territori on s'obté

Referències d'empreses productores d'oli que incorporen el codi QR:

> **OLIS MIGJORN.** L'etiqueta incorpora un codi QR que tramet a un vídeo sobre el procés de recuperació de l'oli corbella. http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fe2s.cat%2F2014%2F12%2Fmigjorn-la-recuperacio-de-la-corbella-un-novembre-historic%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNHny3Yzpur0ndr3uZwyQZ8pXfPSig

> **OLI SYBARYS DE BORGES.** Incorpora codi QR que remet a un vídeo sobre el seu procés d'elaboració. http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/gourmets/borges-llanca-seu-oli-mes-gurmet-3117791

2. OFERIR UN ENVASAT ATRACTIU I MODERN. L'oli és un producte que està tenint un procés de revaloritació similar al que fa tenir el vi fa uns 10 anys. Això fa que sigui imprescindible transmetre una imatge de modernitat i innovació a través de l'envasat, defugint de formats i etiquetatges clàssics, que li que li confereixi més notorietat i faciliti la seva distinció en el punt de venda. Algunes referències:

- Tap de vidre i ampolla ampla. http://www.thebooc.com/es/#references
- Envàs cilíndric que protegeix l'ampolla de vidre. http://olimigjorn.com/mig/
- Ampolles de vidre amb lacats. http://www.oliveoil4.com/

3. DISPOSAR D'UNA PÀGINA WEB DE L'EMPRESA, amb informació relativa als productes i als processos de cultiu / elaboració d'aquests.

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

5. 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

6. FER PEDAGOGIA SOBRE LES VIRTUTS ALIMENTÀRIES DE L'OLI, EL VINCLE DE LES VARIETATS LOCALS AMB EL TERRITORI I LES SEVES APLICACIONS CULINÀRIES, MITJANÇANT ALGUNES DE LES SEGÜENTS ACCIONS:

- Jornades de portes obertes, visites guiades i paquets d'oleoturisme a l'explotació, amb l'objectiu de de donar a conèixer als clients, ja siguin particulars o bé restaurants, menjadors col·lectius, hotels, etc., l'explotació i/o l'obrador d'on provenen els productes que s'ofereixen.
  > Visites guiades i personalitzades a **OLIS MIGJORN**. http://olimigjorn.com
  > Visita oleoturística a **OLIS TORCLUM** (visita+finca+tast).

http://torclum.com/issue/ca/320/1/1011/oleoturisme.html

- L'oleoturisme és una disciplina encara poc desenvolupada però que presenta un gran camp per recórrer. Recentment s'està començant a treballar en aquesta línia:
  > La Generalitat vol potenciar l'oleoturisme. http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/notapremsavw/262992/ca/generalitat-identifica-potencial-loleoturisme-catalunya-nova-oferta-promocio-turistica.do
  > La pàgina de turisme TurismeCat dóna a conèixer aquesta disciplina: http://www.catalunya.com/que-vols-fer/tasta/oleoturisme-una-nova-manera-de-tastar-catalunya
- Col·laboració amb cuiners amb els quals fer *showcookings* i degustacions de producte.
- Visites personalitzades a cadascun dels potencials clients, per tal d'exposar amb detall les característiques diferencials dels productes.

7. PARTICIPAR EN PREMIS a nivell nacional i internacional que donen prestigi i reconeixement al producte.

- Premi Alimentos de España al millor oli d'oliva verge extra. MAGRAMA. http://www.magrama.gob.es/ca/alimentacion/temas/promocion-alimentaria/premios-alimentos-de-espana/ultima_campana_aceites.aspx
- Premis Centre de Desenvolupament de l'Oli, per a olis d'almàsseres de les comarques de Tarragona i de les terres de l'Ebre inscrites a les DOP Baix Ebre-Montsià, Siurana o Terra Alta. http://www.reus.cat/cdo

8. ESTABLIR SINÈRGIES AMB ALTRES PRODUCTORS DE VARIETATS LOCALS CATALANES, per tal de compartir experiències i avançant de manera coordinada en la posada en valor d'olis locals de qualitat, com per exemple amb els productors de varietats locals de la zona del Bages-Solsonès (varietats vera-corbella-verdal Manresa).

> RECOMANACIONS A NIVELL DE COMERCIALITZACIÓ/DISTRIBUCIÓ

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 obtenir ingressos més justos al productor i mantenir una relació més propera amb els mercats i amb els consumidors del producte.

2. ESCOLLIR L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ MÉS ADEQUADA EN FUNCIÓ DE CADA CAS. La distribució es pot fer des de la mateixa empresa, essent el mateix productor o bé algun treballador contractat qui reparteix i s'encarrega de les tasques comercials; o bé a través d'una empresa o professional externa, un distribuïdor. Cal tenir en compte els recursos humans i el temps disponibles, així com els costos, i valorar l'opció que surti més rentable.

- Quan la distribució sigui realitzada directament pel productor/a, **cal optimitzar les rutes de distribució del producte**. Cal fer un disseny de rutes que tingui en compte les oportunitats de rendibilitzar-la al màxim; ja sigui perquè els clients consolidats poden adquirir més producte en un futur o bé perquè la mateixa ruta té oportunitats de generar nous clients. També és interessant explorar col·laboracions amb altres productors del mateix municipi o rodalies amb els quals poder establir aliances per compartir rutes de distribució.
- Quan s'externalitza la feina de distribució, cal **cercar les empreses distribuïdores que millor s'adeqüin al producte i que millor posin en valor els seus els trets diferencials**. Existeixen diferents tipologies de distribuïdor: multiproducte, especialitzat en producte gourmet, de producte artesanal, de producte ecològic, etc. Alhora, cada cop més estan proliferant empreses distribuïdores o bé altres iniciatives de distribució que tracten amb més cura els valors diferencials del producte local, i que així ho transmeten als seus clients o potencials clients. A continuació es llisten algunes empreses i/o exemples de referència que els elaboradors d'oli poden tenir en compte:
  - **GOURMET LA SELVA.** Empresa que distribueix bàsicament vins però que podria tenir interès en distribuir altres productes gourmet. http://www.gourmetlaselva.com
  - Plataformes de venda de productes locals.
    SOCIUM. http://socium.cat/es/
    PRODUCTES LOCALS. http://www.producteslocals.cat/

3. TAMBÉ ES POT 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 DEL PRODUCTE: En tractar-se d'un producte envasat, no es requereix de necessitats específiques de conservació en la distribució i comercialització, però sí que és recomanable **encaixar-lo en capses de cartró** que facilitin el seu transport i