MELMELADES, CONSERVES I SALSES

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

El productes analitzats a la Selva dins de la categoria de "melmelades, conserves i salses" són molt diversos: melmelades de fruita i salses vegetals d'hortalisses de temporada; conserves i altres productes basades en el salsafí (salsafí bullit i envasat al buit, melmelada de salsafí i cava i bombons de salsafí); i conserves càrniques a partir d'ànec i d'oca. L'interès mostrat pels mercats turístics de la zona en aquests tipus de productes és el següent:

- **Hotels i restaurants.** Podrien incorporar les melmelades i les conserves d'ànec i oca en vitrines/expositors o bé en packs de producte local. Les conserves d'ànec i oca també podrien tenir entrada en cuina; mentre que les melmelades no tant, donat que en força casos se les elaboren els mateixos hotels o restaurants. Els productes de salsafí poden tenir interès, especialment per als restaurants (de fet alguns ja n'utilitzen), però caldria garantir-ne una bona distribució.
- **Establiments d'agroturisme.** Les melmelades i les conserves d'ànec i oca, en tractar-se d'un producte no perible, es podrien oferir 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, tots tres productes podrien tenir interès donat que el públic d'aquests establiments valora el producte local.
- **Botigues tradicionals de poble i agrobotigues.** Tots tres productes desperten interès en aquests tipus d'establiments, donat que es tracta de productes de petits formats i aptes per al consum familiar.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

A continuació s'apunten les següents recomanacions i experiències d'èxit a incorporar en la producció/elaboració d'aquesta tipologia de productes:

1. QUE LES MATÈRIES PRIMERES SIGUIN DE LA PRÒPIA EXPLOTACIÓ O BÉ D'ALGUNA EXPLOTACIÓ PROPERA I RECONEGUDA per tal de conèixer-ne l'origen i tenir la traçabilitat del producte. Per a les conserves càrniques a partir d'ànec i oca, es podria treballar per tal que alguns dels productes que s'utilitzen (ametlles, codony, raïm i poma verda, entre altres), siguin el més properes possible, sempre i quan compleixin els requisits de qualitat exigits pel procediment.

2. QUE LES MATÈRIES PRIMERES I EL PROCÉS D'ELABORACIÓ SEGUEIXIN LES DIRECTRIUS DE LA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA i comptin amb la seva certificació.

3. QUE LES RECEPTES D'ELABORACIÓ ES BASIN EN LA TRADICIÓ i se segueixin **processos artesanals propis de l'artesania alimentària, sense conservants ni additius**, que permeten obtenir **productes gourmet**.

4. QUE EL PROCÉS D'ELABORACIÓ PERMETI CONSERVAR LES PROPIETATS NUTRICIONALS DE LES MATÈRIES PRIMERES.

5. QUE LES RECEPTES SIGUIN INNOVADORES, oferint als mercats productes amb **combinacions de productes i gustos nous**, i comuni-

car els seus usos i maridatges amb altres productes i a la cuina.

- **LA FAGEDA.** Melmelades gourmet, amb receptes innovadores i recomanacions per al seu maridatge i consum.
  http://www.fageda.com/melmelades-gourmet/

6. DESENVOLUPAMENT DE NOUS PRODUCTES INNOVADORS QUE INCORPORIN PRODUCTES LOCALS, amb l'objectiu d'obtenir productes amb el major valor afegit possible. Algunes idees a explorar són:

- Patés amb productes propis del territori, com podrien ser les avellanes, les nous i la ratafia.
- Salsa romesco amb avellanes de la Selva.
  > Salsa romesco ecològica d'**HORTUS APRODISCAE**, elaborada amb avellanes de l Selva.
  http://hortusaprodiscae.org/productes-hortus/salsa-romesco-eco/
  > Secció d'alimentació infantil ecològica. Potets d'alimentació ecològica amb productes de proximitat, de la marca **HORTUS APRODISCAE**:
  http://hortusaprodiscae.org/productes-hortus/potet-de-vedella-amb-verdures-ecologic-de-180-g/

7. CREAR LÍNIES DE PRODUCTE ADREÇADES A PERFILS DE CLIENTS específics: infantil, vegà o vegetarià, intolerants alimentaris, entre d'altres.

- **CASA AMELLA BIO FOOD.** Cremes i salses de verdures fetes a partir de productes ecològics de productors locals. Sense sucres afegits, ni gluten, ni lactosa ni ou i aptes per a vegans
  http://www.casaamella.com/ca/

8. QUE L'ELABORACIÓ TINGUI ALGUN VALOR SOCIAL O AMBIENTAL: per exemple, a nivell social, que sigui fet per persones amb risc d'exclusió social; a nivell ambiental, que sigui fet a partir d'excedents o mermes dels conreus agrícoles.

- **ÉS IM-PERFECT.** Conserves i melmelades elaborades per Espigoladors a partir d'excedents i mermes que es descarten dels camps.
  http://www.espigoladors.cat/

9. AUGMENT DE LA DURABILITAT DELS PRODUCTES PER TAL D'ALLARGAR-NE LA VIDA ÚTIL. En el cas del salsafí, es podria estudiar l'opció dels salsafins en conserva:

- Salsafins en conserva de la marca **BONDUELLE**.
  http://www.bonduelle.fr/legumes/salsifis
- Salsafins en conserva de la marca d'**AUCY**.
  http://www.daucy.fr/legumes/salsifis/

10. EL FORMAT DE PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE ELABORAT és un aspecte clau per a tenir bona entrada als mercats turístics. Cal escollir el format de presentació que s'adeqüi a les necessitats de cada mercat. L'envàs de vidre transparent garanteix la conservació del producte i permet veure'n el contingut, cosa que n'afavoreix la decisió de compra. El ***pockaging*** que envolta l'envàs també s'ha de tenir en consideració si es vol entrar en botigues especialitzades o gourmet.

- **LA FAGEDA.** Elaboració de melmelades i conserves dolces i salades en diferents formats (per maridar, gourmet i per a regalar) de presentació molt acurada.
  http://www.fageda.com/melmelades/

11. MIDA DE L'ENVASAT DEL PRODUCTE ADAPTADA ALS DIFERENTS MERCATS TURÍSTICS. Formats més grans per a establiments de restauració i formats petits per a botigues tradicionals i agrobotigues.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

La promoció d'aquests productes s'ha de centrar **en posar en valor els seus trets diferencials i distintius i en donar-los a conèixer a través de l'etiquetatge, eines i activitats de difusió.** Es proposen es següents accions:

1. ETIQUETATGE COMPLET I QUE POSI EN VALOR ELS TRETS DIFERENCIALS DEL PRODUCTE. Veure apartat 4 (Solucions genèriques). Algunes referències en aquests tipus de productes són:

- **MELMELADES DE CAN MORAGUES.** Les seves etiquetes incorporen informació sobre els diversos valors afegits del producte (productes ecològics, amb valor social, de finques de custòdia). A més a més, l'etiquetatge en sí també incorpora criteris ambiental, ja que l'etiqueta està feta a partir de fibres i tintes naturals i no s'enganxa amb cola al pot, sinó amb una goma que el fa fàcilment reutilitzable.
  http://www.canmoragues.cat
- **MELMELADES LES FILOS.** Incorporen informació sobre les varietats locals utilitzades i el procés d'elaboració.
  http://www.lesfilosmarket.com/

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

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

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

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. Associación 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

Alguns dels trets diferencials que es podrien ressaltar en el relat de cadascun d'aquests productes són:

- La tradició de l'empresa i la qualitat del producte en el cas les conserves d'ànec i oca de Mas Parés.
- La singularitat i tradició del producte en el cas del salsafí.
- En el cas de les melmelades de **CAN MORAGUES**, s'observa com ja disposa d'un relat molt ben estructurat centrat en els trets distintius i el valor afegit del producte (valor ambiental, valor social, producte ecològic i de proximitat, etc).
  http://www.canmoragues.org/

6. DONAR A CONÈIXER L'EMPRESA I FER PEDAGOGIA SOBRE ELS DIFERENTS TIPUS DE PRODUCTE, LES PROPIETATS NUTRICIONALS I LES APLICACIONS GASTRONÒMIQUES, ENTRE D'ALTRES, A TRAVÉS D'ALGUNES DE LES SEGÜENTS ACCIONS:

- 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 i/o l'obrador d'on provenen els productes que s'ofereixen.
- Realització d'esdeveniments lúdics i didàctics que enforteixen les relacions entre productor i client. Per exemple, tallers diversos com elaboració de conserves.

- Col·laboració amb cuiners amb el quals fer *showcookings* i degustacions de producte.

Es recomana fer pedagogia sobre els següents temes:

- Valor afegit dels productes de custòdia. Els productes de custòdia són aquells obtinguts en finques amb acords de custòdia de Catalunya, les Illes Balears i Andorra. Les finques amb acords de custòdia són gestionades amb uns criteris de respecte al medi ambient, que fan compatible l'activitat agrària amb la conservació de l'entorn. Es pot obtenir més informació sobre aquest tema a:
  > Web de la Xarxa de Custòdia del Territori: http://www.xct.cat
  > Catàleg de productes i serveis del mercat de custòdia. Any 2009-2010. . http://www.xct.cat/mm/file/MCT/cataleg_mct_impremta.pdf
- Singularitat del salsafí de la Selva i diferència respecte salsafins d'altres territoris.
- Diferència entre "foie-gras" i "paté". Mentre que el foie-gras és el fetge d'ànec o oca hipertrofiat pel tipus d'alimentació de l'animal, el paté és un derivat càrnic elaborat a base de vísceres (principalment fetge) i carn de diversos animals, a més d'additius i espècies. Malgrat aquesta clara diferència, en molts casos aquests termes es confonen i el consumidor acaba adquirint el de menor preu sense valorar-ne la qualitat.
  > **Més informació a:** http://gastroproductos.blogspot.com.es/2012/11/foie-gras-y-pate-conceptos-y-diferencias.html

> RECOMANACIONS A NIVELL DE COMERCIALITZACIÓ/DISTRIBUCIÓ

Per tal de poder dur a terme una bona distribució, 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 obtenir ingressos més justos al productor i mantenir una relació més propera amb els mercats i amb els consumidors del producte.

2. ADAPTAR LA FREQÜÈNCIA DE DISTRIBUCIÓ A LA DURABILITAT DEL PRODUCTE.

Així, en el cas del salsafí al buit (que té una durada de dues o tres setmanes un cop envasat), cal configurar un sistema de distribució ràpid que garanteixi l'arribada al mercat turístic el més ràpida possible.

3. UTILITZAR EL SISTEMA DE TRANSPORT ADEQUAT A LES CARACTERÍSTIQUES EL PRODUCTE:

- **Salsafí al buit.** Caldria transportar-lo en un sistema refrigerat, per tal de garantir-ne la màxima conservació.
- **Melmelades.** Transport adequat a productes fràgils, en tractar-se de pots de vidre.
- **Conserves càrniques a partir d'ànec i oca.** En congelat, refrigerat o bé a temperatura ambient en els casos que es tracti de productes esterilitzats. També cal que sigui un transport adequat a productes fràgils, en tractar-se de pots de vidre.

4. 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 de melmelades i conserves 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

> **BIOSPIRIT.**
Plataforma de distribució de productes ecològics.
http://www.biospirit.es/index.php/es/

> Plataformes de venda de productes locals.
SOCIUM.
http://socium.cat/es/
PRODUCTES LOCALS.
http://www.producteslocals.cat/

5. 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.