MEL

> MERCATS TURÍSTICS INTERESSATS

Els mercats turístics que han manifestat un major interès en incorporar mel de proximitat són:

- **Botigues tradicionals i agro-botigues**, on la mel hi sol ser present, en tractar-se d'un aliment conegut i de consum habitual per les famílies.
- **Restaurants**, com a producte per a la cuina, per a l'elaboració de salses i condiments. En alguns casos també podria ser un producte que es pogués vendre en un expositor, vitrina o corner de productes locals, per donar coherència i força a l'estratègia de posicionament i diferenciació d'aquests establiments.
- **Càterings**, com a producte per a l'elaboració de salses i altres condiments.
- **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 oferir 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.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PRODUCCIÓ

La mel és un producte amb una llarga història i tradició a casa nostra i també a altres països. És per aquest motiu que en el mercat català coexisteixen les mels locals amb mels d'altres grans països productors (Xina, Mèxic, Estats Units, etc). En aquest sentit, les recomanacions que es realitzen a nivell de producció s'enfoquen a obtenir un producte diferencial del territori i a adaptar-lo el màxim als mercats turístics on es pot incorporar:

1. PRIORITZAR LA PRODUCCIÓ DE MEL D'ESPÈCIES MEL·LÍFERES DISTINTIVES DEL TERRITORI. Les mels monoflorals, les més apreciades i habituals, són aquelles que procedeixen primordialment d'una espècies botànica i per tant posseeix qualitats organolèptiques diferenciades. A Catalunya hi ha una gran quantitat de plantes mel·líferes, algunes de les quals són molt habituals per a l'obtenció de mel i altres no tant. Es recomana intentar, sempre que l'activitat sigui rendible econòmicament i viable tècnicament, treballar en l'elaboració de mels d'espècies identitàries i pròpies del territori, amb l'objectiu d'obtenir un producte diferenciat del que pugui provenir d'altres mercats.

2. PRIORITZAR UNA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA. La producció ecològica és un sistema de producció agrària que es caracteritza per evitar l'ús de productes químics i de síntesi i tenir respecte per la biodiversitat agrària i l'entorn natural i social. 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.

- 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/guiaDirectoriWebHome.action?request_locale=ca
- Formació en apicultura ecològica http://associaciolera.org/wp-content/uploads/2016/03/curs-apicultura_16.pdf

3. APROFITAR ELS ALTRES PRODUCTES QUE S'OBTENEN DE L'ACTIVITAT DE LES ABELLES, que cada cop presenten un interès creixent per part dels consumidor, especialment aquells sensibilitzats en termes de salut i bona gastronomia: cera, gelea reial, pol·len, pròpolis i verí.

4. INCORPORAR LA MEL LOCAL COM A MATÈRIA PRIMERA D'ALTRES PRODUCTES ALIMENTARIS QUE S'ELABORIN AL TERRITORI, com per exemple la pastisseria i rebosteria.

5. ENVASAT DEL PRODUCTE EN DIFERENTS MIDES, PER TAL D'ADAPTAR-SE ALS DIFERENTS PUNTS D'INCORPORACIÓ EN EL MERCAT TURÍSTIC. Per tal d'incorporar el producte en vitrines, packs de producte local o bé com a souvenir en cases de turisme rural, es recomana que aquest sigui en formats petits que no siguin dissuasoris per a persones que facin un escàs consum del producte.

> RECOMANACIONS A NIVELL DE PROMOCIÓ

Malgrat ser un producte d'ús tradicional, la mel és encara un producte força desconegut pel gran públic, que en la seva majoria desconeix els diferents tipus de mel que existeixen i les seves propietats, el seu procés d'elaboració, els seus beneficis sobre la salut i les seves grans possibilitats a nivell culinari. És per aquest motiu que les accions de promoció que es proposen s'enfoquen a comunicar sobre aquests aspectes. En concret:

1. ETIQUETATGE COMPLET I QUE POSI EN VALOR ELS TRETS DIFERENCIALS DEL PRODUCTE. Veure apartat 4 (Solucions genèriques).

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. 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. 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 els quals fer showcookings i degustacions de producte

Alguns dels elements sobre els que es recomana fer pedagogia són:

- **Tipus de mel i les particularitats de les mels locals.** Existeixen al mercat molts tipus de mel, però en general el gran públic no és coneixedor dels seus trets distintius i tendeix a considerar la mel com a un únic producte, sense atendre a les seves diverses tipologies (mel de milflors, mels monoflorals, mel de melada). Alhora, Catalunya es caracteritza per a ser un territori amb una notable diversitat d'ambients, climes, sòls i orografia que un substrat excepcional per a l'establiment d'una coberta vegetal diversificada i complexa. Des del punt de vista de les explotacions apícoles, aquesta diversitat de la flora, que es va succeint al llarg de l'any en un eix que podríem dir espai-temps, permet obtenir una producció molt variada d'excellents mels monoflorals, que no es donen en altres àmbits geogràfics. Cal fer pedagogia sobre els diferents tipus de mels, les espècies mel·líferes catalanes i els trets distintius de cadascuna d'elles.
  Algunes webs de referència:
  http://www.floracatalana.net/llistes/flora-apicola
  http://www.apicat.com/category/revista-leixam/plantes-mel-liferes/
- **Les propietats curatives de la mel.** La mel és un producte molt apreciat pel seu alt valor nutricional i les seves propietats antioxidants. Es tracta d'un aliment molt segur a causa de la composició i el processament, ja que no passa per grans transformacions ni manipulacions des del punt de producció en l'explotació apícola fins a l'envasament. L'elevat interès per la salut i l'alimentació saludable fan de a mel un producte amb molt de potencial per al gran públic.
- **Les aplicacions culinàries de la mel.** La mel és un producte molt versàtil que s'adapta a totes les cuines, ja siguin tradicionals o innovadores. A més, és un ingredient que permet experimentar tant en el camp del dolç com també en salats, amanides, escabetx, vinagres, licors. La mel és un element pont entre la tradició i modernitat. Algunes referències:
  http://www.montsec.info/lacuinadelamel

> 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 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
  - **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. CAL QUE EL TRANSPORT ES FACI EN CAIXES PREPARADES per a la fragilitat dels envasos de vidre.