

Font: *El Punt Plana*: 2 Data: 09/07/2011

Economia

L'agroindústria tasta innovació

Les empreses del sector de l'alimentació cooperen amb el sector públic en la recerca de nous productes i processos per satisfer les noves necessitats dels consumidors. El ram gourmet s'agrupa per crear nous canals de distribució i créixer tant en el mercat català com en l'internacional



Notícies relacionades

Els aliments segurs i intel·ligents del futur

La col·laboració entre el sector públic i el privat en innovació és fonamental.

La petita dimensió dificulta l'accés als clients de fora

de Catalunya.

El segment gourmet creix en productes que es consideraven de primera necessitat.

Les exportacions representen un 19% del volum de negoci de l'alimentació.

Hi ha almenys 280 empreses catalanes que venen aliments de gamma alta.

Vint-i-nou empreses càrnies de Catalunya s'han incorporat al projecte d'investigació Embumad, liderat per la Federació Catalana d'Indústries de la Carn (Fecic) i que porta a terme la unitat de Tecnologia i de Seguretat Alimentària de l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA) de la Generalitat a Monells, amb l'objectiu d'aconseguir que els embotits curats madurats tradicionalment s'adaptin als nous hàbits de consum, que es decanten per productes menys secs, amb contingut baix de sal, llescats i envasats.

Aquest és un exemple de la col·laboració entre el sector públic i el privat en la recerca de nous processos i productes, relació que és "fonamental", segons el director general de l'IRTA, Josep Maria Monfort, perquè "l'Estat espanyol ocupa el novè lloc del rànquing en R+D pública, però el sector públic té el problema que no sap posar al mercat el valor de les seves innovacions. Ho han de fer les empreses, que han de tenir accés a aquest coneixement".

L'impuls públic, a través d'ACCÍÓ, l'agència per a la competitivitat de l'empresa catalana del Departament d'Empresa i Ocupació, també és al darrere de la creació del Clúster Gourmet, que pretén reunir les principals empreses productores gourmet de Catalunya per poder intensificar la seva activitat tant en l'àmbit nacional com en l'internacional. El formen 18 empreses, que generen una facturació anual conjunta de 50 milions d'euros, donen feina a més de 350 treballadors i pertanyen a àmbits diversos com són l'embotit, les galetes, salses i conserves, xocolates, cava i oli. Són empreses de caire artesanal i amb volums de facturació petits -només dues giren més de 5 milions d'euros anuals; 4, entre 1 i 3 milions, i la resta, menys d'un milió- i això "els dificulta l'accés als clients de fora de Catalunya en uns moments en els quals el mercat espanyol està estancat", explica Marta Amorós, gerent del clúster. Amb la marca Catalonia Gourmet es comencen a fer accions conjuntes, i aquesta setmana sis empreses del clúster han fet una gira per Alemanya per captar clients del sector gourmet ecològic, mentre que el setembre hi haurà una acció inversa, amb la visita de 13 empreses

Recull de Premsa de la Vall del Llémena

Escandinaves a les terres de Lleida i al Centre Gastronòmic d'Hostalric, on el clúster tindrà la seu i un *showroom*, que funcionarà com un aparador permanent de productes, i on es portarà compradors internacionals. En aquest sentit, ja està prevista, al mes de setembre, la visita de compradors provinents dels països escandinaus. Amb la intenció de captar clientela estrangera, s'ha arribat a un acord per posar un *corner* a la botiga del monestir de Montserrat.

La col·laboració per al desenvolupament de nous productes és una altra de les apostes del clúster dels productes gourmet, els que per una qualitat especial aconseguen una posició diferencial en el mercat que els permet fixar uns preus més alts. Embotits Salgot, per exemple, dobla amb la seva producció de gamma alta el preu d'altres marques.

El gran handicap del sector gourmet català és la petita dimensió de les seves empreses. Segons un estudi de l'Observatori de Prospectiva Industrial, s'han identificat almenys 280 empreses amb seu social a Catalunya que fabriquen i comercialitzen aliments (no es compta vi i cava) gourmet, parcialment o totalment, amb un volum de negoci de 500 milions d'euros i un creixement anualitzat els últims anys d'un 9%. El 80% d'aquestes empreses tenen un volum de negoci inferior als 5 milions d'euros, i en la major part dels casos es tracta també d'empreses amb sistemes de producció artesanal i on la gestió és familiar. Concentren la seva activitat comercial bàsicament al territori català, mentre que les vendes a la resta de l'Estat espanyol i als mercats internacionals no arriben al 15% de la facturació. Tot i la reduïda dimensió de les empreses, una part important han experimentat un creixement molt notable en els últims anys que s'explica per l'adopció d'estratègies diferencials, com ara l'obertura de botigues pròpies, l'entrada en nous canals de venda i la industrialització del sistema de producció.

INDUSTRIALITZACIÓ.

“Contràriament a la concepció tradicional dels productes gourmet -diu l'informe-, hi ha molts exemples d'empreses que a partir de la industrialització del concepte i la gestió estratègica dels diferents canals de venda aconseguen arribar cada cop a un mercat més ampli, sense perdre la posició diferencial del producte”. I posa Moritz - marca que la família propietària va relançar al mercat després de 26 anys d'haver tancat l'empresa i que ha aconseguit penetrar en el mercat sense recórrer a la publicitat de gran consum- com a exemple de l'estratègia de “gourmet de creixement”, la d'empreses que han optat per sofisticar els seus sistemes de producció a través de la industrialització de la producció i que aconseguen fer compatible estar presents a canals més majoritaris com la gran distribució a més dels canals de venda tradicionals. Aquestes empreses destaquen per ser les que han assolit ritmes de creixement més importants els últims anys, abastant cada vegada un mercat més ampli, no només a Catalunya, sinó també a l'Estat espanyol i als mercats exteriors.

La indústria alimentària s'enfronta a canvis en les preferències dels consumidors -que valoren productes més saludables, preparats que facilitin els nous estils de vida i a la vegada més ajustats de preu per consumir a casa- i a l'increment del poder de negociació de la gran distribució. Segons l'informe *El mercat alimentari en el context de la crisi*, editat per IESE, tant als països desenvolupats com en determinats sectors dels països en desenvolupament creix la demanda de productes amb alt valor afegit com els que tenen propietats nutricionals específiques per a grups d'edat -destaca la importància creixent de la població major de 65 anys als països desenvolupats-, i els del segment gourmet, que creix en productes considerats de primera necessitat, com ara el pa, l'oli o la pasta. És en aquest context on la innovació en producte esdevé una de les principals aliades de la indústria alimentària. En general, els productes de la segona transformació alimentària més innovadors (com són l'elaboració de plats precuinats, de pastes i pizzes refrigerades, de salses i condiments preparats, de productes congelats llestos per al consum, etc.) mantenen un comportament de la demanda més dinàmic, cosa que explica, en part, l'important creixement de la seva producció. En termes generals, les línies estratègiques de les empreses d'alimentació s'adrecen a diversificar les seves produccions i a potenciar aquestes especialitats, més innovadores i de preus més elevats, com a mecanisme per incrementar les vendes. Tanmateix, altres

Recull de Premsa de la Vall del Llémena

Activitats del sector (com la fabricació d'olis d'oliva, de vins, de preparats carnis, etc.) intenten també desenvolupar estratègies per competir amb productes més diferenciats i de més qualitat.

També hi ha molt camí a recórrer en la internacionalització. Tant les exportacions com les importacions van representar el 2009 una cinquena part del volum de negoci de l'alimentació i begudes a Catalunya (19% i 21%, respectivament). Les exportacions van destinades majoritàriament als països comunitaris (78,6%): el 30%, aproximadament, a França, el 14% a Itàlia, un altre 14% a Alemanya i un 7% al Regne Unit. Els fluxos de comerç exterior reflecteixen sovint els moviments interns dels grans grups alimentaris multinacionals, que treballen amb plantes de producció molt especialitzades i d'àmbit europeu. Pel que fa a la resta del món, un 6,5% de les exportacions van a l'Àsia (concretament l'1,7% van anar a parar a la Xina, l'Índia i el Japó), un 2,5% es van vendre a l'Àfrica, un 2,3% a l'Amèrica del Sud i Amèrica Central i un 2,1% van tenir com a destinació els Estats Units.

Per augmentar les exportacions, la Fecic disposa d'un pla sectorial de comerç exterior, a través del qual 11 empreses - Boadas 1880, Ham Cuit, Costa Brava, FontCana, Friselva, Innoducky, J. Pont, Mafriges, Montronill, Patel i Toni Josep van rebre visites a les seves fàbriques d'11 compradors d'Ucraïna. Així mateix, el mes passat 9 empreses de porcí van ser visitades per 12 compradors russos. La patronal càrnia catalana també ha programat missions comercials directes a Hong Kong, les Filipines, el Japó, Tailàndia, Vietnam i Corea del Sud.

Un cas especial d'èxit exportador d'una aliança empresarial és el de Pernils Llémena, de Sant Esteve de Llémena, que l'any 1995 van crear per salar, curar i desossar els seus productes Cárnicas Toni Josep, de Vic; Embutidos Caseros Collell, de les Preses; Noel Alimentaria, de Sant Joan les Fonts; Frigoríficos Unidos, de Riudellots de la Selva, i Productos Valent, de Girona. És la primera càrnia catalana que ha obtingut autorització per exportar als Estats Units, on les companyies sòcies vendran carn de pernils que hauran de comprar al nord d'Europa, en espera que algun escorxadador català obtingui l'homologació.

Segona en facturació, primera en feina

El de l'alimentació i begudes és el segon sector industrial català per volum de negoci (més de 20.000 milions d'euros, el 15,0% de la indústria), al darrere de la indústria química i al davant de la fabricació de materials de transport. Si es considera la rellevància de cada branca sobre l'ocupació industrial catalana, el sector, que ocupa unes 70.000 persones a Catalunya, és el primer en importància, al davant del químic i farmacèutic.

El segment de la indústria càrnia és el més important dins el sector alimentari a Catalunya (27% del total), seguit del de l'elaboració de pa, pastisseria, sucre i cacau (17,3%) i del de begudes excepte vi i cava (16,8%). Pesos molt més petits tenen el segment del peix, l'hortofructícola, el de l'oli, la molinaria i l'alimentació animal.

Fuet ecològic

Valeri Salgot, president del Clúster Gourmet, és el conseller delegat d'Embotits Salgot, d'Aiguafreda. El 2010 va obrir una línia ecològica. Premi a la Innovació Tecnològica Alimentària 2009.

Bombons

Societat amb seu a Sant Cugat del Vallès, propietària de la cadena de botigues de venda de xocolata d'estil belga Petit Plaisir.

Recull de Premsa de la Vall del Llémena

Fundada el 1908, té deu especialitats, amb l'ametlla com a protagonista i gammes sense sucre i sense gluten. Al Museu de la Galeta de Santa Coloma de Farners es pot seguir l'evolució de l'empresa.

Salmó



Empresa de Sant Feliu de Llobregat que elabora la majoria dels seus productes amb salmó fumat, en les varietats salvatge, **nature** i clàssic. Treballa exclusivament amb salmó de Noruega i Alaska.

Salses

Companyia de Sant Just Desvern que elabora salses sense additius, colorants ni conservants, sempre utilitzant oli d'oliva.

Oli d'arbequina

Empresa familiar de Sant Martí de Maldà, fa oli d'arbequina des de 1895, i comença a fer producció ecològica.

Melmelades

SAT de Miralcamp productora de fruita fresca, melmelades (de cirera negra extra, préssec, albercoc), préssec en almívar i codonyat.

Neula i maduixa

Més de 150 anys fent neules a Mataró. Més de cinquanta varietats, incloses les neules farcides amb maduixes del Maresme.

Frankfurt de gall dindi



..

Va engegar amb el pernil curat i va ampliar la gamma de producció ecològica a les salsitxes de frankfurt (de porc i de gall dindi) i la carn picolada per untar.

Temporada

Distribueix des d'Artés més de 1.500 productes artesanals i de temporada com bolets, herbes aromàtiques, germinats, flors comestibles i formatges.

Receptes tradicionals

Comercialitza des de Santpedor conserves, cremes, espècies, olis, vinagres i salses basats en receptes tradicionals a més de trenta països.

Cava de luxe



BIBLIOTECA PÚBLICA
SANT GREGORI

MIQUEL
MARI
I POL

Recull de Premsa de la Vall del Llémena

Celler de Sant Sadurní d'Anoia, elabora cava per a l'alta restauració i enoteques. Només treballa amb most flor de macabeu, xarel·lo, parellada, *chardonnay*, garnatxa i *pinot noir*.

Fruita seca

Empresa de Granollers especialitzada en l'elaboració tradicional de fruita seca selecta en petites quantitats, fundada el 1983. S'està obrint al mercat internacional.

De llet d'ovella

Formatges artesans -curats i tendres- elaborats amb llet d'ovella de la pròpia explotació ramadera, a la Torre de l'Espanyol.

De llet de cabra

Botiga de Sant Vicenç de Castellet on es poden comprar els productes de Làctics Casanueva, amb ramat propi de cabres des de fa més de quaranta anys.

Catànies

Bombons de xocolata de Vilafranca del Penedès. Creadors de les catànies, elaborades amb ametlla marcona caramel·litzada.