

Consumidor patriòtic

BEGUDES AMB REFERENTS HISTÒRICS, QUE ACTIVEN LA CONSCIÈNCIA NACIONAL DE CATALUNYA, AUGMENTEN LA SEVA QUOTA PER LA MAJOR DEMANDA SOCIAL I PER L'ENTRADA A LES GRANS SUPERFÍCIES COMERCIALS

RAMON ROCA

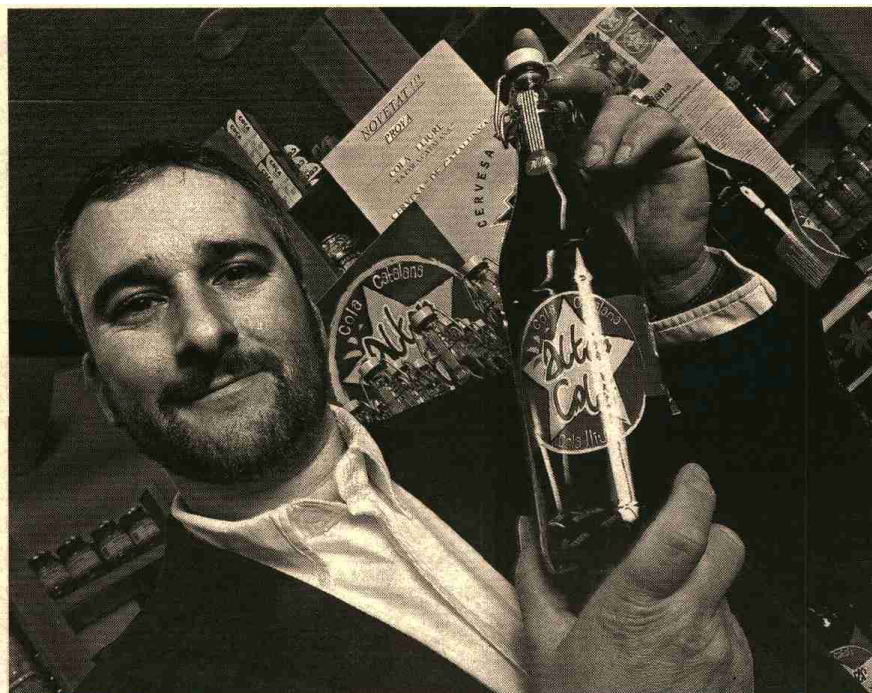
Vaig obrir una botiga al mercat de la Boqueria de Barcelona perquè, quan passin els turistes davant de l'establiment, vegin la cola Catalana. Alguns diuen: "Ostres, la cola dels catalans!". La veritat és que m'emprenya que vinguin francesos, anglesos o italians i es pensin que Catalunya és Espanya», diu Ramon Carner, gerent d'Àpats Food, un comerç de tercera generació que elabora plats cuinats, i president de la Xarxa d'Establiments amb Consciència Nacional (Xecna), que distribueix una vintena de productes «amb dosi emocional i de bona qualitat».

Cola Catalana, whisky Jaume I, vi 11 de Setembre, licor Càtar, cervesa Cap d'Ona, aigua Països Catalans o rom Cristòfol Colom són algunes begudes que cada dia ocupen més espai en els prestatges no solament de bars, restaurants i petits establiments sinó també de grans superfícies comercials.

CAVA 2014. Però, si hi ha un producte que s'ha convertit en icona nacional, és el cava 2014, una beguda la legalització de la qual va costar molt al Consell Regulador del Cava i que va necessitar l'ajuda d'un altre celler de prestigi del sector. «Potser l'organisme tenia por de caure de nou en el boicot que ens van fer els espanyols en posar el nom d'una data trista per als catalans», diu Ramon Carner, que afirma que, després de tenir l'autorització, «en pocs dies vam poder comercialitzar més de 15.000 ampolles».

El vi escumós, que es va registrar abans que el vicepresident del Govern, Josep-Lluís Carod-Rovira, anunciés un referèndum per a la independència de Catalunya per aquella efemèride, «ara té una sortida que no para de créixer», afirma el president de la Xecna, que hi afegeix que l'altra icona és el Desperta Ferro, una beguda energètica que té per objectiu fer la competència al Red Bull, la marca líder d'aquest segment.

Aquesta beguda va néixer inicialment per arribar a la gent jove, de sis a vint anys, amb una producció de 30.000 launes el 2006. Però, «tres mesos després de la seva sortida, es van acabar les existèn-



L'ARTÍFEX. Ramon Carner, president de la Xecna i gerent d'Àpats Food, mostra una ampolla de cola Catalana

El nou producte

NEIX EL MOSCATELL GENERAL MORAGUES

Fins ara hi ha diverses begudes amb identificació catalana, però cada una d'elles s'adreça a un segment de gent i edat concret. La cervesa Cap d'Ona es dirigeix a persones de mitjana edat, l'energètica Desperta Ferro -en al·lusió al crit de guerra dels almogàvers- va cap als més joves i el whisky Jaume I -l'únic que es fabrica fora de Catalunya, concretament a Escòcia- va a una veta molt reduïda. Per això s'ha ideat un nou producte, una beguda popular que, amb la marca registrada «Moscatell General Moragues», es presentarà la setmana que ve. «Volem que aquest moscatell sigui la corretja de transmissió per a una Catalunya lliure, ja que la poden prendre des dels més joves fins als més grans d'una família», diu Ramon Carner.

La seu de la Xecna ja té a punt 150 caixes de sis ampolles per a la comercialització. Els establiments del Pallars «ja han dit que se'n quedaran cinc calaixes cada un per promocionar la comarca i el personatge». Josep Moragues es va casar amb Magdalena Giralt, de Sort, localitat on va viure l'heroi català diversos mesos entre 1713 i 1714.

cies i es va doblar la producció; és tot un èxit i augmenta cada dia», sentència Ramon Carner. De fet, en un viatge que el gerent d'Àpats Food va fer a Alemanya, va descobrir que allà també tenien la seva cola, la Fritz Cola, igual que també existeixen altres iniciatives, com la Meça Cola al món àrab, la Tropa Cola a Cuba o la Còrsica cola a Còrsega. Llavors, Ramon Carner va pensar que seria una bona idea que Catalunya tingués la seva pròpia cola «per esdevenir un país normal, com els altres».

DISSENY I DISTRIBUCIÓ. L'objectiu de la Xecna és pensar la idea, la beguda, registrar la marca i buscar un fabricant. «Després d'anar a comercialitzar els plats de la meua empresa i distribuir la cola Catalana, els empresaris de petits establiments em preguntaven si tenia altres productes; així va ser com vam anar augmentant les referències», explica el responsable de la tercera generació de l'empresa situada a Sant Feliu de Codines (Vallès Oriental), que,

EL CAVA 2014 ÉS EL PRODUCTE ÍCONA DE LES BEGUDES AMB CONSCIÈNCIA

amb una plantilla de 22 treballadors, factura dos milions d'euros. Una part dels ocupats s'ha incrementat els darrers tres anys gràcies a la distribució de begudes «patriòtiques».

Sanmy, un dels embotelladors independents més grans de Catalunya, elabora el Refreskat, que es presenta en tres varietats: llimonada, taronja i cola. «En total se n'han produït més de 250.000 ampolles en tres anys, una

xifra que ja significa el 20% dels quatre milions de facturació de l'empresa», diu David Jiménez, responsable comercial de la firma de Terrassa, que té el seu origen el 1895.

Per al directiu de l'envasadora vallesana, la demanda de productes «de component emocional català augmenta; una prova d'això és que, abans d'acabar el 2008, es van tancar



Les xifres

70.000

És el nombre de launes de la beguda energètica Desperta Ferro que s'han venut en un any i mig.

250.000

És el nombre d'ampolles de refresc de llimona, taronja i cola amb la denominació Refreskat que produeix l'empresa Sanmy de Terrassa.

20%

És el percentatge de la facturació de la firma Sanmy que correspon a l'elaboració del producte Refreskat.

acords de distribució per arribar a Alcampo, Carrefour, El Corte Inglés i Sorly Discאו. Fins llavors, només hi havia Bon Preu, amb seu a Masies de Voltregà (Osona), i Supermercats Pujol, de Lleida (Segrià).

BARCELONA, LÍDER. En aquests moments hi ha entre 350 i 400 establiments associats a la Xecna, creada el 2006 per Carner amb l'objectiu d'agrupar diversos establiments que distribueixen arreu del territori productes d'identificació catalana. Als inicis era difícil vendre productes de component patriòtic perquè existien poques referències i la demanda

LA XECNA HA REGISTRAT PROP DE VINT BEGUDES AMB IDENTIFICACIÓ CATALANA

era molt dispersa. «Ara és més fàcil. Barcelona ciutat s'emporta la palma i la segueixen Osona, Girona i la demarcació de Lleida, tot i que fins i tot ens arriben comandes des del País Valencià, sobretot de Castelló», assegura Carner, que hi afegeix que ara els nous productes seran el moscatell i l'aigua.

«Fins ara, les deus no s'hi volien implicar. Però ara ja està tot a punt perquè la font del Sobirà, una deu de Sant Hilari Sacalm (la Selva), ens faci l'aigua nacional de Catalunya», explica Carner. ■