

al teu gust

Aliments del Pallars

INFORME FINAL DE LES ACCIONS
DESENVOLUPADES

**Assistència tècnica per al posicionament gastronòmic
del Pallars Jussà**

Programes de foment del desenvolupament local

Tipus d'acció: Estudis i informes de planificació, sectorials, de viabilitat, o
altres de naturalesa anàloga

Denominació de l'acció

Assistència tècnica per al posicionament gastronòmic del Pallars Jussà

Justificació o motivació de l'acció

El programa *Al teu gust, aliments del Pallars* és un programa de dinamització del sector agroalimentari que duu a terme l'Ajuntament de Tremp, en col·laboració amb diverses administracions i agents del territori del Pallars Jussà.

S'inicia l'any 2008 arrel d'un procés de participació ciutadana en el que es debatia el model de desenvolupament territorial.

En aquest context emergeix la necessitat de posar en valor la tasca de petits productors, de donar suport als projectes empresarials i als joves, afavorint el relleu generacional, de reivindicar l'excel·lència dels productes agroalimentaris, i de donar a conèixer i valorar el patrimoni gastronòmic entre altres, tot amb l'objectiu de generar ocupació, activitat econòmica i desenvolupament local.

Amb aquestes premisses, el programa treballa en tres eixos bàsics:

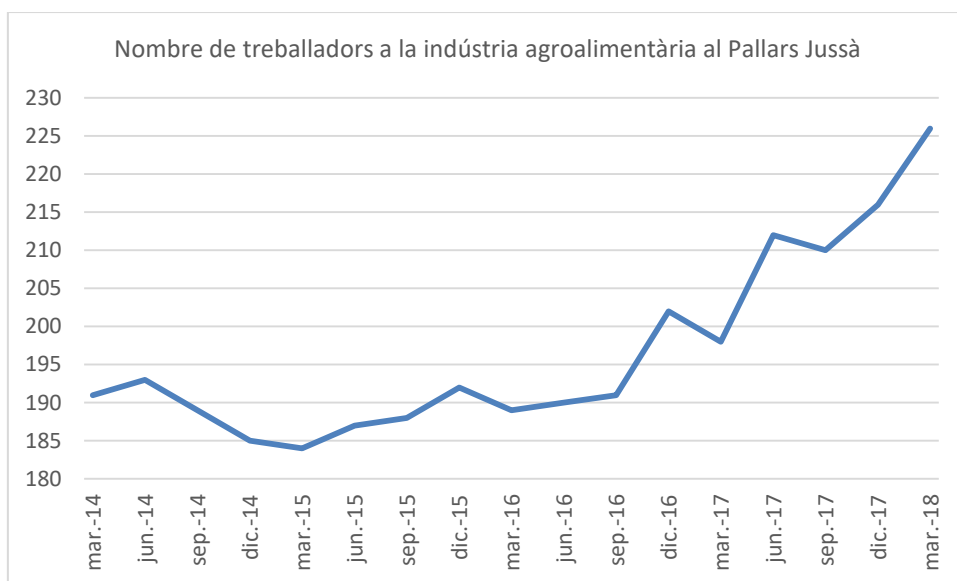
- La millora de la competitivitat de les empreses: amb accions de formació i de millora de les competències professionals, assistència conjunta a esdeveniments.
- La promoció i difusió del patrimoni agroalimentari de la comarca: tant dins com fora. Accions a les escoles, a les fires comarcals, accions a l'exterior, esdeveniments gastronòmics.
- Creació de sinèrgies entre el sector agroalimentari i la restauració per tal de posicionar la comarca com un destí de turisme gastronòmic.

Actualment, el programa agrupa 60 empreses del sector agroalimentari i una vintena de restaurants i allotjaments rurals.

Les empreses produeixen productes tant diversos com elaborats càrnics (un nombre molt important), vins (actualment 9 cellers en producció a la comarca), licors, cerveses, plantes aromàtiques, olis, mels, derivats de pastisseria i un nombre important de ramaders del sector oví i boví principalment.

Si fem referència al global del sector, podem dir que el **sector agroalimentari és un dels sectors estratègics** per al desenvolupament del Pallars Jussà. La indústria agroalimentària és el tercer subsector de la indústria a la comarca, darrera del de l'energia elèctrica i l'aigua i els residus (dades del Pla de Desenvolupament del Pallars Jussà).

En el període 2014-2018 el nombre de treballadors afiliats a la indústria agroalimentària a la comarca ha augmentat un 15,49% i ho ha fet de forma sostinguda, especialment des del 2016.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu.

Actualment, el sector inclou aproximadament 100 empreses, amb una facturació agregada estimada de 66 milions d'euros i que donen treball a unes 500 persones.

Pel que fa a les **actuacions** que s'han realitzat en el marc del programa en els darrers anys podem citar:

- Creació d'espais de trobada entre productors, transformadors i restauradors.
- Programació d'espais de coneixement del producte local amb el sector turístic.
- Jornades d'intercanvis d'experiències amb associacions de productors i xarxes d'altres territoris.
- Capacitació i tallers per a restauradors i productors.
- Accions de sensibilització a les escoles sobre el consum de producte local.
- Accions de promoció i comunicació del programa.

La implementació dels diversos projectes dels que es compona el programa "**Al teu gust, aliments del Pallars**", ha permès assolir els resultats següents:

- Compartir un projecte que actua com a eix vertebrador del territori: neix amb la voluntat d'incloure a tothom i la diversitat interna és molt àmplia en quant a sistemes de producció, mida de les empreses, canals de comercialització...
- Crear un espai de trobada estable entre el sector públic i el sector privat on es debaten, es defineixen i es programen projectes, derivats de l'interès mutu.

- Millorar la visibilitat dels productors, especialment dels més petits, a través de mitjans comuns: cartells promocionals, web, presència a Fires, ...
- Crear vincles i cooperacions entre productors i restauradors i entre productors, dels que sorgeixen nous projectes i productes.
- Millorar les competències professionals del teixit empresarial en aspectes tant diversos com: millora de la producció i la comercialització, ús de xarxes socials, capacitació en màrqueting, creació de productes conjunts, ...

Un dels aspectes claus del programa ha estat crear un vincle estable entre productors i restauradors que es reflectís amb una presència de producte local a l'oferta gastronòmica dels restaurants. Els restauradors han de ser prescriptors i defensors del producte del territori, i la seva manera de cuinar-lo i tractar-lo ha de ser valorada i promocionada.

El projecte "Pallars, terra de corder"

El projecte "Pallars, terra de corder" és un dels eixos de treball que singularitzen el programa "Al teu gust". S'inicia aquest treball amb la recerca d'una ICONA GASTRONÒMICA que permeti posicionar la comarca, partint del seu patrimoni agroalimentari, però escollint una insígnia o valor que ens posicioni com a MARCA.

Són diversos els motius que validen el corder com a marca alhora que el fan un candidat ideal per ser l'escollit per al posicionament de la comarca. Són conceptes com tradició, paisatge, cultura, autenticitat, els que fonamenten aquesta estratègia i que sobretot permet agrupar a bona part del sector agroalimentari i de la restauració sota un únic projecte de dinamització territorial.

Aquesta estratègia s'inicia a finals de 2014, moment en que s'inicien un seguit d'accions dirigides a difondre l'estratègia tant dins com fora de la comarca, fent especial atenció a la creació de vincles entre sectors (primari i serveis) i a donar eines que afavoreixin la comercialització i la visibilitat de la carn de corder.

Alguns exemples:

- 5 edicions de la festa Pallars terra de corder, celebrada al maig i que agrupa unes 700 persones en una menjada popular de corder del Pallars que es complementa amb diferents activitats al llarg del dia.
- Tallers per a carnisers i restauradors sobre noves presentacions i elaboracions amb carn de corder
- Suport a les associacions professionals de ramaders
- Accions de difusió i comunicació

El suport al sector vitivinícola

El sector vitivinícola mereix especial atenció. La subzona Pallars de la Denominació d'Origen vitivinícola Costers del Segre, que inclou la majoria de municipis del Pallars Jussà i un del Pallars Sobirà, ha esdevingut en els darrers anys un pol d'atracció d'iniciatives vitivinícoles que busquen desenvolupar en aquest territori projectes innovadors. Actualment, alguns d'aquests projectes vitivinícoles ja són una realitat empresarial i de gran incidència sobre la microeconomia local. Al mateix temps, hi ha altres iniciatives que estan en procés de creació i que confirmen la tendència de posicionament d'aquesta subzona en el mapa del vi català.

El sector vitivinícola té un alt potencial de desenvolupament i aquesta activitat pot esdevenir un element important, complementari i diferenciador sobre el qual s'haurien de basar noves oportunitats de negoci, per esdevenir un motor econòmic de primer ordre i de projecció territorial. És sabut que el sector vitivinícola, i l'agroalimentari en sentit ampli, s'arrela al territori ja que no es pot deslocalitzar i, per tant, el converteix en un dels més grans defensors del mateix, fixant la gent al territori mitjançant la generació d'activitat econòmica i ocupació.

Són diverses les accions de suport al sector que s'han programat al llarg dels anys. Destaquen:

- 7 edicions de les Jornades del Pirineu. Jornades professionals que se celebren anualment al novembre i que se centren en diferents temàtiques d'interès per als cellers. Atrauen cellers d'altres subzones de la DO Costers del Segre i d'altres DO, posicionant la comarca com a productora.
- Intercanvis professionals amb altres territoris vitivinícoles per conèixer bones pràctiques
- Accions professionalitzadores en coneixements de maneig de vinya, d'instal·lacions de celler, de vinificació i de comercialització
- Diagnosi del sector actualitzada (2017) per traçar un pla d'acció

Objectiu general

Contribuir a que les empreses agroalimentàries i gastronòmiques del Pallars Jussà es posicionin de forma individual i col·lectiva, com a territori agroalimentari de muntanya.

L'acompanyament que s'ha realitzat per assolir aquest objectiu ha incidit principalment en:

- Definir un relat col·lectiu com a territori agroalimentari de muntanya.
- Dissenyar les estratègies específiques per posar en valor aquest relat.
- Dissenyar i estructurar els mecanismes per a una col·laboració efectiva i fluida entre agents públics i privats per tirar endavant les estratègies.

Objectius específics

Els objectius específics atenen a cada una de les accions que s'han desenvolupat en aquesta convocatòria. Són, per a cada una d'aquestes, els següents:

Estratègia de posicionament Cordevi:

- Posicionar la comarca com a territori gastronòmic i de qualitat i singularitat agroalimentària.
- Establir estratègies de cooperació i treball en xarxa entre les empreses integrants del programa i entre elles i les administracions locals (Ajuntament de Tremp com a responsable del programa ATG i altres ens)
- Millorar el coneixement dels productes que es produeixen, s'elaboren i es cuinen a la comarca, així com les empreses que els comercialitzen.
- I per tant, millorar l'impacte comercial d'aquestes empreses, prioritàriament en l'àmbit català, en segments de mercat específics, identificats prèviament, sensibles al nostre missatge.

Estratègia de posicionament en mitjans de comunicació i xarxes socials:

- Definir una estratègia de màrqueting per a prescriptors adequada per a diferents tipologies d'empreses. En funció dels seus valors de marca.
- Definir una estratègia de màrqueting de prescriptors adequada per al territori del Pallars Jussà, en la seva estratègia de posicionament gastronòmic i agroalimentari.
- Identificar els prescriptor més adequats per a cada una de les estratègies.
- Aconseguir un impacte important en el segment de mercat objectiu, que ha de correspondre al grup de persones que segueixen a cada un dels prescriptors.

Jornades de bones pràctiques per a petites empreses agroalimentàries

- Conèixer casos de bones pràctiques en estratègia de marca i posicionament transferibles a les empreses agroalimentàries del Pallars Jussà.
- Millorar la capacitació empresarial respecte a les estratègies de comercialització i marca.
- Establir vincles entre empreses locals i empreses foranes que comparteixen valors i estratègies empresarials fonamentades en el compromís territorial, la responsabilitat social corporativa i la innovació.

Jornada "Vins del Pirineu"

- Conèixer casos de bones pràctiques en estratègia de marca i posicionament en empreses vitivinícoles transferibles als cellers del Pallars.

- Donar a conèixer a les empreses, per part d'experts en la matèria, els principals factors a tenir en compte a l'hora de definir una estratègia de marca.
- Definir accions futures, a partir dels coneixements adquirits, per a donar suport a les empreses del sector de vi a posicionar-se i incidir més efectivament en segments de mercat específics d'acord amb els atributs i valors de cada marca.

Campanya de difusió del producte local en mitjans digitals

- Donar continuïtat a les accions realitzades en aquest mateix sentit durant els anys 2017 i 2018.
- Valorar possibles estratègies de millora per al posicionament d'empreses i territori emprant mitjans digitals de gran abast i readaptar l'actual disseny i planificació de les accions comunicatives.

Metodologia, instruments metodològics i activitats realitzades

S'ha treballat en 4 accions de posicionament per al sector agroalimentari que compten, com s'ha especificat més amunt, amb un objectiu estratègic comú. D'aquesta manera, totes les accions s'han dissenyat per complementar-se i reforçar-se entre elles. En alguns casos s'ha incidit més específicament en les empreses o grups d'empreses de forma individual, en altres casos s'ha incidit en el global del sector.

A) ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT CORDEVI

S'ha donat suport tècnic per a desenvolupar una estratègia de posicionament empresarial i territorial basada en el disseny i execució d'un esdeveniment gastronòmic de llarga durada -un mes i mig, Cordevi, el festival gastronòmic del Pallars. Aquest ha inclòs totes les fires vinculades a l'àmbit gastronòmic que es realitzen a la comarca durant els mesos de tardor i altres accions complementàries per a donar major projecció i solidesa a l'esdeveniment.

La voluntat ha estat treballar en tres eixos:

- Coordinació institucional i d'esdeveniments
- Comunicació conjunta per assolir major impacte a partir de l'estructuració d'un relat comú.

- Complementarietat d'activitats que ja es realitzen habitualment amb noves activitats que ajuden a complementar l'oferta i donar visibilitat a tot el ventall productiu i d'empreses existents al Pallars Jussà.

D'aquesta manera, com ja s'ha explicat en l'apartat d'objectius, l'estratègia ha de permetre posar en valor el producte agroalimentari del Pallars Jussà i la seva gastronomia a partir d'un relat comú.

La metodologia emprada per a la realització de l'acció ha estat la següent:

- 1) **Creació del grup de treball tècnic**, integrat per tots els tècnics dinamitzadors dels ajuntaments que participen en l'acció i que compten amb esdeveniments i fires vinculades a l'àmbit agroalimentari la comarca. L'equip tècnic és l'encarregat de preparar el disseny global de l'acció, coordinar-la amb les activitats que ja es realitzen de forma habitual en les fires de tardor comarcals, i de fer-ne el seguiment.
 - a. Sessió tècnica preparatòria: 31 de maig de 2019.
 - b. Sessió tècnica de predisseny de l'activitat: 6 de juny de 2019.

La sessió preparatòria es realitza amb l'equip tècnic de l'Ajuntament de Tremp. A la sessió tècnica de predisseny de l'activitat hi assisteixen els tècnics de promoció econòmica i responsables dels esdeveniments dels següents ajuntaments: Ajuntament de la Torre de Capdella, Ajuntament d'Isona i Conca Dellà; Ajuntament de Talarn; Ajuntament de Salàs Ajuntament de Llimiana, ; Ajuntament de la Pobla de Segur , Ajuntament de Tremp .

En aquesta reunió s'acorda fer arribar un correu amb un formulari google per valorar la continuïtat de les accions programades l'any anterior i/o la recollida de noves propostes, que ja serveixin com a punt de partida de la reunió posterior.

El correu es fa arribar a 47 empreses. La majoria de les empreses participants l'any anterior van donar suport a la continuïtat de la proposta (tant en la participació del sector de la restauració com en activitats).

- 2) **Constitució del grup de treball Cordevi** integrat per tècnics responsables dels Ajuntaments participants; representants d'empreses productores i elaboradores, representants de les empreses de restauració.

Amb el grup de treball Cordevi es treballa la definició del missatge per a l'esdeveniment; es consensua el públic objectiu; i es proposen les activitats complementàries a les activitats habituals de les fires que es portaran a terme. Amb aquest fi, es realitza una sessió dinamitzada el dia 21 de juny de 2019, amb els següents perfils d' assistents:

Tècnics i representants d'ajuntaments:

Ajuntament de Tremp;
Ajuntament de La Torre de Capdella;
Ajuntament d'Isona i Museu de la Conca Dellà
Ajuntament de La Pobla de Segur
Tècnica de l'Epicentre

Empreses i representants d'associacions sectorials: 14 persones
mOntanyanes: 2 persones

3) **Disseny definitiu de l'acció** amb l'equip tècnic de l'ajuntament de Tremp, els tècnics dels ajuntaments col·laboradors i les empreses participants.

Per al disseny del programa de l'acció s'opta per integrar dins d'un mateix programa totes les activitats vinculades a l'àmbit agroalimentari de les fires de tardor dels ajuntaments participants; les activitats complementàries i dissenyades específicament pel festival Cordevi; a més de les jornades previstes per l'Ajuntament dins d'aquesta acció de posicionament: la Jornada de Vins del Pirineu i la Jornada de bones pràctiques de petites empreses agroalimentàries a més d'altres accions de caràcter professional, com els seminaris de cuina.

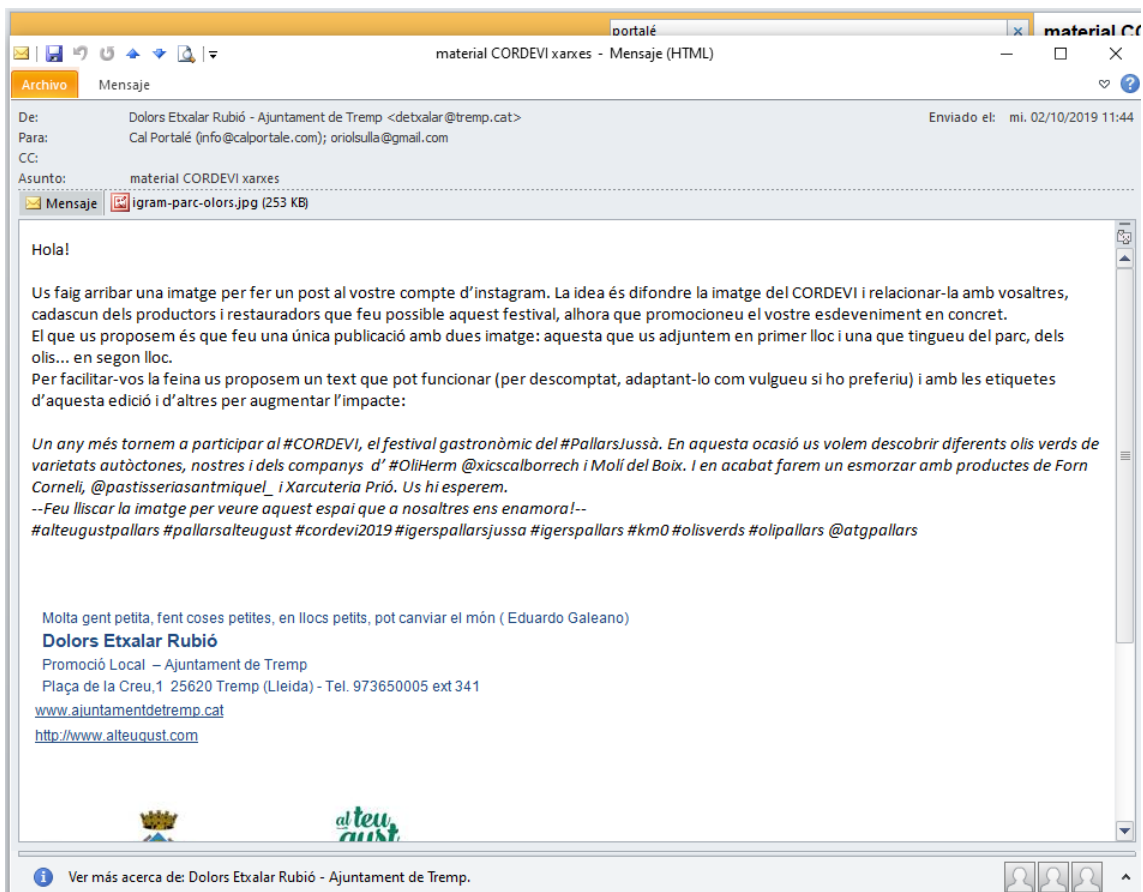
El major esforç tècnic recau en el disseny específic de cada un de les activitats complementàries en les que participen les empreses integrades dins del programa ATG. La major part d'activitats compten amb la participació d'entre 2 i 5 empreses de forma conjunta. El contingut de l'activitat recau generalment en una d'aquestes empreses, que mostra el procés d'elaboració dels seus productes; el territori en el que té lloc; els valors específics que sostenen l'estratègia de la seva empresa i els valors col·lectius que representen el conjunta d'empreses del territori. La resta d'empreses participants ofereixen els seus serveis aportant producte o elaborats.

4) **Definició campanya de comunicació i difusió** de l'acció.

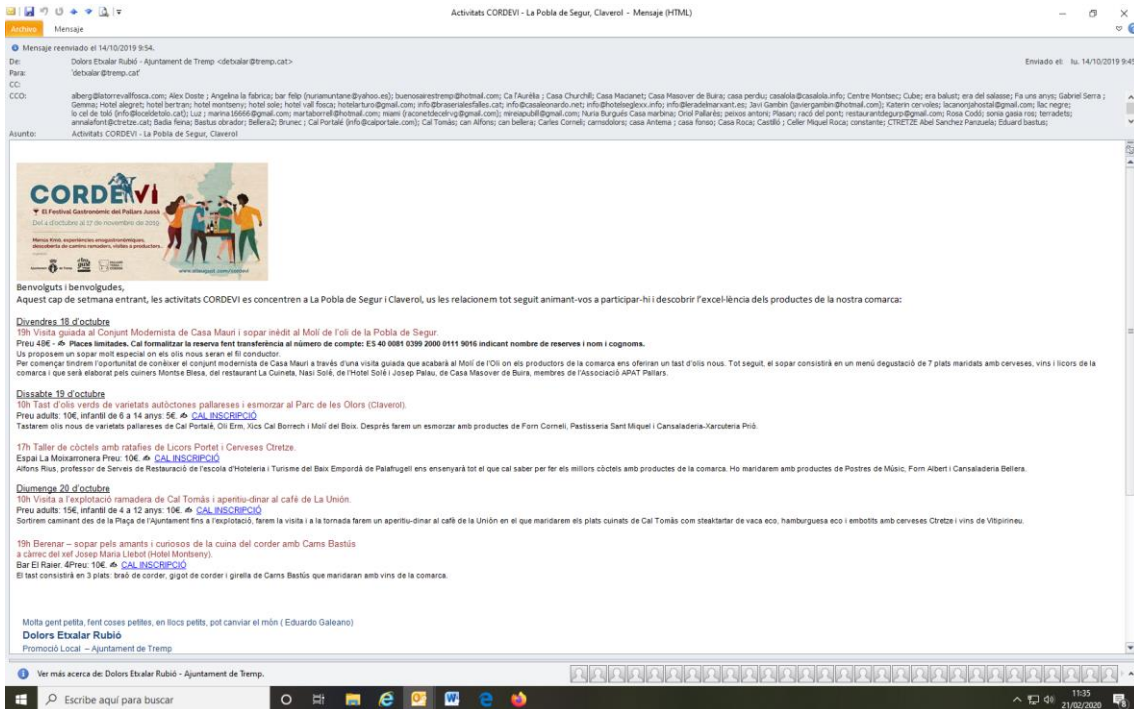
Per a la campanya de comunicació es van utilitzar mitjans impresos i digitals i es va complementar vinculant-la amb l'acció d'estratègia de posicionament en mitjans de comunicació i mitjans digitals. fet que va permetre accedir a mitjans especialitzats no locals amb un gran abast de públic.

En aquest sentit, per als mitjans digitals es van preparar uns materials específics fent servir la gràfica del festival que es van personalitzar per a cadascuna de les activitats.

Uns dies abans de la mateixa es van fer arribar als diferents productors amb una proposta de text per posar a les xarxes i així reforçar el missatge compartit:



Al mateix temps, es van preparar materials per les xarxes específics per a cada cap de setmana, que es van difondre via mailing i xarxes socials:



5) Execució de l'acció.

L'acció es va dur a terme de forma efectiva entre el 4 d'octubre i el 17 de novembre de 2019. Es van aplegar dins del programa un total de 55 activitats. D'aquestes, 26 activitats es van dissenyar específicament per al Festival Cordevi, complementant les accions que ja es realitzaven prèviament en el marc de les Fires de tardor. Al programa s'hi van incloure les dos jornades tècniques programades dins de l'acció genèrica de posicionament i la presentació del llibre *Terra de Corder*, realitzat i editat per l'Ajuntament de Tremp i inclòs dins el Projecte estratègic Pallars, terra de corder.

PROGRAMA D'ACTIVITATS

Del 4 al 6 d'octubre

La Pobleta de Bellveí i Tremp

Del 4 al 6 d'octubre: Fira ramadera de la Pobleta de Bellveí.

Consulteu el programa complet a www.torredecapdella.org

Divendres 4 d'octubre

16 h Jornada tècnica sobre la cuina d'aprofitament organitzada per l'ECA Pallars. A càrrec de Miquel Spa, periodista i expert en cuina d'aprofitament i Mariano Gonzalvo, cuiner. Carpa del camp del metge POSAR ICONA JORNADES TÈCNIQUES

Dissabte 5 d'octubre

De 9h a 12h Esmorzar popular de fira. Preu: 7 euros. Carpa del Prat del bestiar.

10.30h Demostració i tast de freginat, a càrrec dels veïns de La Pobleta de Bellveí. Plaça de l'Església.

11.30h Espai xisqueta amb mostra de corders. Prat del bestiar

De 12h a 13.30h. Tast de vins del Pallars. Plaça de l'Església

21h Sopar de fira elaborat pels restaurants de la Vall. Preu: 15 euros. Carpa del Camp del Metge

Dissabte 5 d'octubre

19h: Inauguració de les XVIII Jornades Micològiques del Pallars Jussà. Més informació a www.pallarsjussa.net

Conferència a càrrec de Pep Nogué, cuiner i director del programa La Fonda de Catalunya Ràdio. A continuació, degustació de plats cuinats amb bolets. Epicentre (Tremp).

(sobren els 2 punts després de l'hora)

De l'11 al 13 d'octubre

Sant Martí de Barcedana, Llimiana, Orcau, Sant Cristòfol de la Vall, Sarroca de Bellera, La Pobra de Segur.

Divendres 11 d'octubre

21h Sopar inèdit al voltant del foc de rogle de Casa Roca. Preu 30€. Màxim: 10 persones. Cal fer reserva directament a Casa Roca. Tel. 973 65 10 70

Us proposem un sopar a base d'amanides de l'hort, torrades i carns a la graella al voltant de l'antiquíssim foc de rogle, un foc central en una habitació on tot el sostre és xemeneia.

Dissabte 12 d'octubre

11.30h Trepitjada de raïm i aperitiu a la vinya de Terrer de Pallars. Trobada a l'encreuament d'Orcau. Preu adults: 10euros, infantil de 6 a 14 anys: 5 euros.

Trepitjada de raïm i tast de vins de Terrer de Pallars amb productes de la Carnisseria Fondevila i el Pati Gormand.

17h Excursió a la vinya del Cellar Miquel Roca i tast de vins des del mirador de Sant Cristòfol de la Vall Preu adults: 10 euros, infantil de 6 a 14 anys: 5 euros

Sortida des del mirador, visita a la vinya i tast final que inclou 4 vins del Cellar Miquel Roca i 4 tapes del restaurant Casa Roca.

19h Oktoberfest a la Fàbrica Ctretze (La Pobla de Segur)

Concert i oferta gastronòmica amb productes km0.

19h Conferència XVIII Jornades Micològiques de Pallars Jussà. Més informació a

www.pallarsjussa.net

A continuació, degustació de plats cuinats amb bolets. Ajuntament de Sarroca de Bellera.

Dissabte 12 i diumenge 13 d'octubre: 7a Trobada de forjadors i 10a Fira del Mostillo de Llimiana.

Consulteu el programa complet a llimiana.ddl.net i www.llimiana.com

Dissabte 12 d'octubre - Trobada de forjadors

18h. Taller d'elaboració de trufes amb safrà. A càrrec de Florenci Forcada de l'obrador Llimiana i amb la col·laboració de Safrà del Montsec. Espai Salvador de Mateu.

Diumenge 13 d'octubre - Fira del Mostillo

9h Esmorzar de Fira (llonganissa i mongetes). Preu: 5 euros. Plaça del Fossar Vell

11.30h Degustació de plats elaborats amb mostillo. Plaça Vicenç.

12h Taller de fang CORDEVI

Dilluns 14 d'octubre

16.30h La cuina del safrà. Lloc: Obrador d'És Pallarès (Tremp)

*Jornada tècnica adreçada a restauradors a càrrec de **Mariano Gonzalvo** (Lo Paller del Coc, Surp). Amb la col·laboració de **Safrà del Pallars**. Més informació www.alteugust.com*

Del 18 al 20 d'octubre

La Pobla de Segur, Claverol

Divendres 18 d'octubre

19h Visita guiada al Conjunt Modernista de Casa Mauri i sopar inèdit al Molí de l'oli de la

Pobla de Segur. Preu: 48 euros Places limitades. Cal formalitzar la reserva fent transferència al número de compte: ES 40 0081 0399 2000 0111 9016 indicant nombre de reserves i nom i cognoms.

Us proposem un sopar molt especial on els olis nous seran el fil conductor. Per començar tindrem l'oportunitat de conèixer el conjunt modernista de Casa Mauri a través d'una visita guiada que acabarà al Molí de l'Oli on els productors de la comarca ens oferiran un tast d'olis nous. Tot seguit, el sopar consistirà en un menú degustació de 7 plats maridats amb cerveses, vins i licors de la comarca i que serà elaborat pels cuiners Montse Blesa, del restaurant La

Cuineta, Nasi Solé, de l'Hotel Solé i Josep Palau, de Casa Masover de Buirà, membres de l'Associació APAT Pallars.

Dissabte 19 d'octubre

10h Tast d'olis verds de varietats autòctones pallareses i esmorzar al Parc de les Olors (Claverol). Preu adults: 10 euros, infantil de 6 a 14 anys: 5 euros

Tastarem olis nous de varietats pallareses de Cal Portalé, Oli Erm, Xics Cal Borrech i Molí del Baix. Després farem un esmorzar amb productes de Forn Corneli i Cansaladeria-Xarcuteria Prió.

17h Taller de còctels amb ratafies de Licors Portet i Cerveses Ctretze. Espai La Moixarronera
Preu: 10

Alfons Rius, professor de Serveis de Restauració de l'escola d'Hoteleria i Turisme del Baix Empordà de Palafrugell ens ensenyarà tot el que cal saber per fer els millors còctels amb productes de la comarca. Ho maridarem amb productes de Postres de Música, Forn Albert i Cansaladeria Bellera.

19h Conferència XVIII Jornades Micològiques de Pallars Jussà. Més informació a www.pallarsjussa.net

Conferència a càrrec de **Manel Niell**, membre de la Societat Catalana de Micologia. A continuació, degustació de plats cuinats amb bolets. Castell de Mur.

Diumenge 20 d'octubre

10h Visita a l'explotació ramadera de Cal Tomàs i aperitiu-dinar al cafè de La Unión. Preu adults: 15 euros, infantil de 4 a 12 anys: 10 euros

Sortirem caminant des de la Plaça de l'Ajuntament fins a l'explotació, farem la visita i a la tornada farem un aperitiu-dinar al cafè de la Unión en el que maridarem els plats cuinats de Cal Tomàs com steaktartar de vaca eco, hamburguesa eco i embotits amb cerveses Ctretze i vins de Vitipirineu.

19h Berenar – sopar pels amants i curiosos de la cuina del corder a càrrec del xef Josep Maria Llebot (Hotel Montseny). Bar El Raier. Preu: 10 euros

El tast consistirà en 3 plats: braó de corder, gigot de corder i girella de Carns Bastús que maridaran amb vins de la comarca.

Dilluns 21 d'octubre

16.30h. Conservem la saviesa culinària de les padrines. Obrador d'És Pallarès (Trempt)

Jornada tècnica adreçada a restauradors en la que mestresses de casa i cuineres del Pallars compartiran les seves receptes amb els professionals.. Més informació www.alteuqust.com

Del 26 al 27 d'octubre

Isona i Basturs

Dissabte 26 d'octubre

10h Visita a la formatgeria Vilavella i tast (Basturs). Preu: 2 euros *Visitarem el ramat de cabres i tastarem diferents varietats de formatges de cabra ecològic.*

11.30h Pastor per un dia. Caminada del poble als estanys de Basturs amb el ramat de casa Quiquet. Inclou dinar. Preu adults: 15 euros, infantil de 4 a 12 anys: 10

I un cop als estanys, gaudirem d'un dinar a base de corder a la brasa (amanida i coca de recapte, carn de corder i fruita).

21h Sopar inèdit en clau de dolç . Restaurant Buenos Aires (Trempt) Preu: 30 € . Cal fer reserva directament al Restaurant Buenos Aires. Tel. 973 65 07 27

Les noies del Buenos ens ofereixen un sopar per a persones amb sensibilitats dolces i amants de les postres.

26 i 27 d'octubre: Fira del Bolet d'Isona

Consulteu el programa complet a www.isona.cat

Dissabte 26 d'octubre

- De 9h a 13h. Sortida guiada al bosc i taller de classificació de bolets. A càrrec de Laia Ribas, presidenta de la Societat Catalana de Micologia. Sortida de davant el Cafè Modern. Els que vulguin participar del dinar als Estanys s'han d'inscriure a través del formulari.
- A partir de les 19h fins a les 23h 4art Boletast. Tast de cerveses artesanes i productes de proximitat i concert de DarkCoffee. Plaça del Raval.

Diumenge 27 d'octubre

11.30h Taller de cuina amb bolets i corder a càrrec de l'associació APAT. Plaça de l'Assumpció.

De l' 1 al 3 de novembre

Tremp, Orcau

Divendres 1 de novembre

9h Esmorzar a la vinya i taller d'allioli de codony amb Safrà del Pallars. Celler Vila Corona.

Preu adults: 10 euros, infantil de 6 a 14 anys: 5 euros *Visitarem el celler i la vinya de Vila Corona i tastarem l'allioli de codony amb Safrà del Pallars. Aprofitant que és moment de collita de la flor, coneixerem més sobre la recol·lecció d'aquest producte. Per finalitzar gaudirem d'un esmorzar molt especial a càrrec de Badia Xarcuters.*

11h De la roca a la copa. Trobada a l'aparcament del poble d'Orcau. Preu: 10 euros (*aquesta activitat està cofinançada pel Geoparc Conca de Tremp-Montsec*)

Sota un paisatge espectacular, coneixerem els vins del celler Sauvella, assaborint una mar de fa 100 milions d'anys a la copa. Veurem com és el sota terra de la vinya que guarda vestigis dels últims dinosaures d'Europa... i acabarem tastant aquests fabulosos vins pallaresos. Una experiència enològica única.

18 h Vi, glosa i estrelles a la vinya del Vinyer. Celler El Vinyer (Fígols) . Preu: 15

Vi, glosa i estrelles és un espectacle lúdic i divulgatiu en què es van descobrint les connexions entre el món del vi i els astres, a través de la cançó amb text improvisat, la divulgació astronòmica, la poesia, els contes i les cançons. Activitat per a públic adult. Inclou berenar amb productes de Carnisseria Castilló i Forn de pa Montsec.

Dissabte 2 de novembre: Fira del Codony de Tremp. Consulteu el programa complet a

www.ajuntamentdetremp.cat

9h – 11.30h Esmorzar popular amb allioli de codony, llonganissa i pa torrat i vi de Bodegues Vila Corona. Preu: 5 Euros. Plaça de Capdevila.

9h – 11h Recollida dels alliolis de codony participants al 18è Concurs. A la carpa d'informació, a la Pl. de Capdevila. A partir de les 11h el públic assistent podrà degustar els alliolis presentats a concurs i votar el millor.

11h Presentació de productes elaborats amb codony. A càrrec de diversos productors presents a la Fira.

13h Taller "Fes-te el teu allioli de codony". Per a totes les edats. A càrrec Badia Xarcuters. A la Pl. de Capdevila

18h Lliurament de premis als guanyadors i guanyadores del concurs d'allioli. Plaça de Capdevila.

19h Presentació del llibre *Pallars terra de corder a càrrec de Maria Barbal*, escriptora trempolina i Toni Massanés, director de la Fundació Alicia. Biblioteca Pública Maria Barbal

Diumenge 3 de novembre

10h Orcau Vell Experience. Sortida des d'Orcau.

Preu: 25 euros

Caminada fins les oliveres centenàries, tast d'olis de muntanya i visita a l'ermita romànica de Sant Joan d'Orcau on coneixerem les obres fetes amb soques d'olivera de l'artista local Jordi Piqué (Soka). Per acabar, aperitiu amb productes locals i vins de Xic's Cal Borrech.

Del 8 al 10 de novembre)

La Pobla de Segur, Talarn, Buirà

Divendres 8 de novembre

9h-14h: Jornada de bones pràctiques de comercialització en el sector agroalimentari. Molí de l'Oli de La Pobla de Segur.

Jornada tècnica adreçada a productors, restauradors i responsables tècnics i polítics interessats en conèixer experiències de comercialització de petits productors agroalimentaris. Més informació www.alteugust.com

Del 8 al 10 de novembre: Fira de Circ de Sant Martí a Talarn. Consulteu el programa complet a www.talarn.cat

Divendres 8

Tallers de circ i espectacles de pallasos per a escolars.

Dissabte 9 de novembre Fira de Circ de Sant Martí a Talarn.

Diumenge 10 de novembre

10h Caminada popular al Pou de Gel, conduïda per Joana Franch. Sortida de la Plaça d'Anna Maria Janer. Al finalitzar, esmorzar amb productes de la comarca i vins de Castell d'Encús.

Preu: 5€. Inscripcions a l'Ajuntament de Talarn, tel. 973 650 812. Cal inscripció posar icona

Dissabte 9 de novembre

21h Sopar carnívor. Restaurant Buenos Aires (Tremp) Preu: 40 € . Cal fer reserva directament al Restaurant Buenos Aires. Tel. 973 65 07 27

Les noies del Buenos ens ofereixen un sopar per als amants de la carn, el protagonista serà el txuleton.

Diumenge 10 de novembre

12h Anem a donar nedo a les vaques brunes de casa Masover. Sortida de Buirà. Preu: 30 euros. Inclou dinar. Places limitades. Cal fer reserva directament a Casa Masover. Tel. 973 66 17 00.

Caminada de mitja hora pels voltants de Buirà on trobarem les vaques pasturant i aprendrem què és el nedo. Per acabar, ens espera un dinar degustació a base de vedella eco.

Del 15 al 17 de novembre

Salàs de Pallars

Divendres 15 de novembre:

9.45h-14h 7a edició de la Jornada de vins del Pirineu. Cafè Salon de Salàs de Pallars. POSAR

Jornada tècnica adreçada a productors, restauradors i responsables tècnics i polítics interessats en el desenvolupament del sector vitivinícola, especialment al Pirineu. Més informació www.alteuqust.com

Dissabte 16 de novembre

10.30h Caminada de Salàs a Rivert per camins de pastors. Sortida davant l'alberg de Salàs de Pallars. Inclou dinar. Preu adults: 15 euros, infantil de 4 a 12 anys: 10 euros

I un cop a Rivert, visitarem la Granja de Casa Ricou i gaudirem d'un dinar a base de corder a la brasa a l'Aula de Natura de l'Hort del capellà.

17.30h Maridatge de vins i formatges del Pallars. Cafè Salon. Preu: 10 euros

Ramon Pahí, viticultor i apassionat dels vins, ens conduirà per un tast que recorrerà els millors vins i els millors formatges de les nostres comarques.

Diumenge 17 de novembre: Rememoració de la Fira de Salàs. **Consulteu el programa complet a <http://www.salas.cat>**

Diumenge 17 de novembre.

De 8.30 a 10h Esmorzar popular a base de productes km0. Cafè Salon (preu per determinar)

14h Dinar popular Cordevi. Al pati de l'escola.

Divendres 22 de novembre

21.30h Sopar inèdit: Sopar degustació amb vins de Castell d'Encús a Casa Masover de Buira. Preu 85 euros. Cal fer reserva directament a Casa Masover. Tel. 973 66 17 00.

Casa Masover ens ofereix un sopar especial en el decurs del qual l'enòleg Raül Bobet comentarà els seus vins de Castell d'Encús que aniran maridats amb una oferta gastronòmica km0.

Van participar en les activitats específiques del Cordevi un total de **37 empreses**.

I en l'oferta gastronòmica complementària amb la realització de menús de proximitat: 26 bars i restaurants d'11 pobles de la comarca; dels quals 22 no havien participat en les activitats específiques programades dins del festival.

En total, per tant, han participat en l'acció un total de **59 empreses**.

6) Valoració i propostes de millora.

Per a la valoració de l'acció s'ha realitzat una sessió tècnica de valoració i s'han facilitat qüestionaris de valoració a les persones usuàries i participants de l'acció. Els resultats d'aquestes enquestes es detallen a l'apartat d'avaluació de l'acció.

Pel que fa la valoració tècnica, les principals conclusions han estat:

- El preu de les activitats (més ajustat al cost i apartat de la visió promocional del primer any) ha suposat una petita pèrdua de públic local.
- No ha suposat en canvi un problema per al públic visitant, que el considera un preu just. Cal dir que aquest públic té un cert grau d'especialització...

- Es considera important per a properes edicions captar “prescriptors” de franges d’edat i/o tipologia de públic:
 - Públic Foodie
 - Públic mil·lenial
 - Públic de mitjana edat
 - Públic de “segona residència”
 - Públic turista /estranger

En funció del públic s’han pensat també un seguit de propostes que van des d’adaptar els materials de difusió en diferents idiomes a repensar algunes de les activitats per reduir-ne els costos fins a fer promocions o carnets VIP.

En qualsevol cas, per a properes edicions es considera important pensar-les conjuntament amb aquests prescriptors dels grups detectats.

- Es considera que hi ha activitats amb un elevat impacte tant pel que fa a l’acceptació del públic com a la difusió que tenen després a través de xarxes a les que cal donar continuïtat i potser replicar en altres moments: les caminades amb pastors i les accions que uneixen vi i cultura per exemple.
- Es considera que de cara a properes edicions potser és necessari programar menys activitats en nombre però que les que es programin tinguin una capacitat més gran d’absorbir participants (en la mesura que la logística ho permeti)

CORDEVI
El Festival Gastronòmic del Pallars Jussà
Del 4 d'octubre al 17 de novembre

Ménus Km0, experiències enogastronòmiques, descoberta de camins ramaders, visites a productors...
Més informació a: www.alteugust.com/cordevi

Organitzen:
Ajuntament de Tremp, al teu gust, PALLARS JUSSÀ TERRA DE CORDER

Col·laboren:
Ajuntament de La Torre de Capdella, Ajuntament d'Inca i Conca de Baix, Ajuntament de Tàrradellas, Ajuntament de Solís de Pallars, Ajuntament de Llimiana, Ajuntament de Castiell de Mur, Ajuntament de Conca de Dalt, Ajuntament de Sarroca de Bellera, Consell Comarcal del Pallars Jussà, Canca de Tremp Montsec, APROVI, Diputació de Lleida, Pallars Jussà, Pirineus, SOC, Generalitat de Catalunya.

Aquesta acció està subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc dels programes de suport al desenvolupament local.

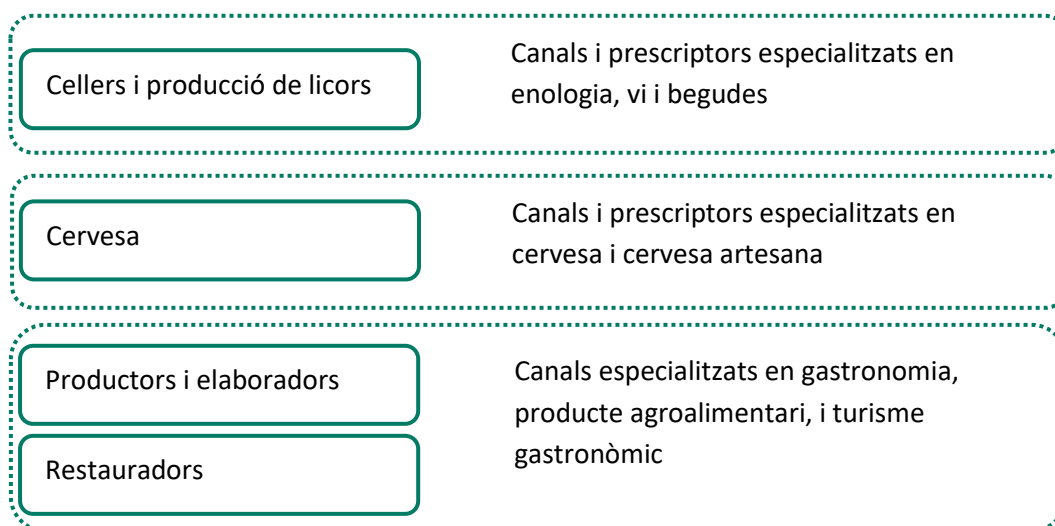
Més informació i inscripcions a:
www.alteugust.com/cordevi
@AtgPallars
@AtgPallars
ATGPallars

B) ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT EN MITJANS DE COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS

Aquesta acció s'ha realitzat de forma complementària a l'acció anterior, integrant-la dins l'estratègia de comunicació i difusió del Festival Cordevi. La metodologia emprada ha estat la següent:

A) Predisseny de l'acció en que s'han agrupat les empreses segons el sector productiu; s'han seleccionat els canals de comunicació prioritari; així com la tipologia de professionals en els que incidir, tenint en compte que els prescriptors tenen un àmbit d'interès determinat, en la majoria de casos, molt especialitzat que ha d'encaixar amb els diferents grups d'empreses o en els valors de marca territorial. El predisseny de l'acció ha comptat amb aquestes fases:

- 1) Segmentació de les empreses segons tipologia i possibles canals de comunicació prioritari. Les empreses s'han classificat segons àmbits temàtics que generen un interès específic per a mitjans de comunicació i prescriptors: enologia; cervesa, específicament cervesa artesana; i producte agroalimentari i gastronòmic.



- 2) Selecció de canals de comunicació prioritari.

S'ha fet una cerca de diferents tipologies de canals, centrant-nos en els :

- Premsa escrita especialitzada.
- Xarxes socials.
- Premsa digital: blogs i publicacions digitals especialitzats

- 3) Priorització de diferents tipologies de prescriptors segons àmbit temàtic i canals.
- Periodistes especialitzats.
 - Gastrònoms.
 - Cuiners amb impacte mediàtic.

B) Treball de cerca, selecció i priorització de possibles mitjans i prescriptors segons àmbits temàtics; canals de comunicació i tipologia. Amb aquesta selecció s'han localitzat:

- 40 possibles prescriptors, periodistes especialitzats i gastrònoms que col·laboren amb mitjans o amb impacte a les xarxes.
- 19 mitjans i programes de mitjans especialitzats.

Un cop localitzats prescriptors i mitjans, s'han prioritzat en dos nivells d'interès (prioritat alta, i prioritat mitja), atenent a: l'impacte generat a través de xarxes; a l'impacte dels mitjans en els que col·laboren; al seu grau d'especialització i a la seva incidència en l'àmbit de la gastronomia (publicació de llibres, assistència a esdeveniments especialitzats, grau de professionalitat, etc.). D'aquesta manera, 10 dels 40 prescriptors localitzats han estat classificats com a "prioritat alta", per a dirigir-los accions específiques de major impacte.

C) Valoració amb les empreses participants de possibles estratègies per a captar l'interès dels prescriptors i motivar-los a parlar, escriure, o visitar el nostre territori.

Per tal d'assegurar un major impacte i incidència de l'acció, s'ha decidit dirigir el focus comunicatiu en el Festival Cordevi. Això ens ha permès vincular el possible interès dels prescriptors per productes o empreses específiques amb un possible interès en el territori. La voluntat, d'aquesta manera, era transmetre un missatge vinculat al dinamisme i cooperació del sector i a un posicionament territorial molt clar lligat al sector agroalimentari i la gastronomia de muntanya.

D) Disseny de diferents propostes d'acció per captar l'interès del mitjà o del prescriptor.

S'han previst tres tipus d'accions:

- S'ha contactat amb els diferents i se'ls ha convidat a assistir a qualsevol de les activitats programades amb el Festival Cordevi. Se'ls ha ofert un dossier informatiu del Festival i de les empreses participants per a facilitar-los possibles comunicacions.
- S'ha convidat específicament a un grup de prescriptors seleccionats a participar al Festival, oferint-los atenció personalitzada per tal de dirigir-los a activitats concretes que poden ser del seu àmbit d'interès i gratuïtat en la visita. Aquesta acció s'ha dirigit específicament als 10 prescriptors seleccionats com a "prioritat alta".
- S'ha escollit a un periodista per participar com a moderador a les Jornades professionals de bones pràctiques.

E) Execució de l'acció o accions preparades per a cada prescriptor.

A partir de les activitats anteriors, s'ha atès específicament a 5 prescriptors del total de seleccionats que han visitat el territori en el marc del Festival. I diferents mitjans i programes que s'han fet ressò de l'esdeveniment. A l'apartat valoracions s'especifica l'impacte que ha tingut l'acció. Més específicament, el contacte amb un dels prescriptors, periodista especialitzat en gastronomia del diari El País, ha permès realitzar una col·laboració a través de mitjans audiovisuals que s'explica amb més detall en l'apartat E (pàgina 15).

Prescriptors que han participat en l'acció:

- Carme Gasull (Gastronomistas, revista Cupatges, Beber Maganize)
- Mikel López Iturriaga (El Comidista – El País)
- Jordi Luque (El Comidista, Guía Repsol, Magazine, Beber Magazine, RAC1)
- Eva Pomares (El Punt Avui, Descubrir Catalunya, El Temps)
- Ada Parellada (cuinera, divulgadora gastronòmica)

F) Valoració de l'impacte de l'acció i possibles estratègies de millora.

Detallat a l'annex 3.

C) JORNADES DE BONES PRÀCTIQUES PER A PETITES EMPRESSES AGROALIMENTÀRIES

En aquesta jornada s'han cercat i presentat un seguit de bones pràctiques de petites empreses agroalimentàries que han efectuat una estratègia de posicionament efectiva i amb característiques innovadores en qualsevol dels punts de la cadena de valor.

S'ha prioritzat, a l'hora d'escollir les empreses, la diversitat productiva, en coherència a les produccions més rellevants al Pallars Jussà i la possible transferibilitat de models, cercant en tot moment empreses de molt reduïdes dimensions i empreses familiars. Igualment, s'han prioritzat aquells projectes que de manera molt clara incideixen en els valors que es volen transmetre des del programa ATG, de forma genèrica: models de comercialització en proximitat; compromís territorial i responsabilitat amb l'entorn.

Els sectors que s'han prioritzat han estat:

- Vi
- Oli
- Carn de corder
- Xarcuteria i carnisseria
- Pa

Per tal d'atansar el programa al conjunt de la comarca i també en coherència amb el dinamisme de les empreses agroalimentàries de La Pobla de Segur, es va optar per realitzar les jornades en aquesta població.

Finalment, perquè l'activitat fos també una acció d'intercanvi entre empreses foranes i locals, i per donar valor a la tasca d'aquestes últimes es va convidar a les empreses de La Pobla que compten amb una estratègia de negoci diferencial a explicar la seva experiència.

Les empreses foranes convidades foren:

Olis Solivella. Mallorca. Empresa familiar que des d'una producció limitada i de molta qualitat defensen els valors de la Mallorca pagesa amb el seu oli. Han aprofitat el nom de l'illa a Alemanya per fer créixer una estratègia comercial d'exportació a aquest país.

La vinyeta. Alt Empordà. Un celler també familiar que ha aconseguit en pocs anys ser un referent en el món del vi i de l'enoturisme amb paràmetres de sostenibilitat. Els promotors de la vinyeta volen, a més, construir un projecte de pagesia més global que contempli, a part de la producció de vi altres produccions, com la d'ous.

Pla d'Oví. La Noguera. Era prioritari per les jornades portar una experiència ramadera de venda directa que pogués servir d'inspiració als ramaders de la comarca que es troben amb el problema del baix cost de venda de la carn de corder. El projecte de Pla d'Oví ha optat per agafar el traspàs d'una carnisseria de la Noguera per vendre directament al consumidor final.

Fleca de Muntanya. Pallars Sobirà. Un projecte d'un forner per fer un pa diferent i generar un model de consum més responsable, sota comanda.

Cuinats Jotri. Gironès. L'exemple d'una petita xarcuteria familiar que esdevé una empresa amb més de 60 treballadors. A pesar de l'augment de dimensió, la defensa del producte de proximitat continua sent un tret diferencial de la marca.

Les empreses locals convidades, totes de La Pobla de Segur, van ser:

Cal Tomàs. Embotits i carn ecològica. Especialitzats en el canal gourmet i la restauració.

Carns Bastús. Carn i elaborats. Empresa que ha buscat la diferenciació venen al detall, però també a la restauració i les grans superfícies de proximitat, amb productes com la girella, que no compta amb canals de comercialització majoristes.

CTretze Pirineus. Productors de cervesa artesana que han sabut diferenciar-se amb la seva estratègia comercial i convertir-se en cervesa de referència als dos Pallars.

Licors Portet. Ratafia i licors tradicionals del Pirineu. Empresa centenària i familiar, referent en el seu sector i amb estructura comercial als dos Pallars, l'Alta Ribagorça i la Val d'Aran.

Roia. Ecològica dels Pirineus. Empresa pionera en la producció i distribució de carn de vedella i corder ecològic. Una empresa jove que ha crescut en pocs anys i que busquen ser referent de producció sostenible.

A les jornades van assistir 46 persones i van comptar, a més, amb la periodista especialitzada en gastronomia, Carme Gassull com a moderadora. Al finalitzar, es va servir un dinar a peu dret elaborat pels cuiners i cuineres de l'Associació APAT.



Jornada de bones pràctiques en comercialització de petites empreses agroalimentàries compromeses amb el territori.

La jornada, conduïda per la periodista i cofundadora de **gastronomistas.com**, **Carme Gasull**, té com a objectiu reflexionar i transferir als participants bones pràctiques d'empreses agroalimentàries d'arreu dels Països Catalans que comparteixen un alt grau de compromís amb el territori. Hi hauran també una presència destacada de diferents empreses de la comarca que han sabut trobar el seu nínxol de mercat al Pirineu, a Catalunya i al món.

Calendari i horari
Divendres, 8 de novembre de 2019 de 9.45h a 14h.
Molí de l'oli (Pobla de Segur).

Inscripció i preu
La inscripció és gratuïta però cal formalitzar-la per correu electrònic: deixalar@tremp.cat, per telèfon al 973.85.00.05, ext. 341 o a través del formulari: <https://forms.gle/3M8MafC2S5Rt177>

Organitzen:
Ajuntament de Tremp, **el teu gust**, **el teu país**

Col·laboren:
Consell General del Pirineu Nord, **SOC**, **Associació de Turistes de Catalunya**, **Generalitat de Catalunya**, **Empreses de Catalunya**

Aquesta activitat està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local

Empreses amb valors que connecten amb clients amb valors

La Pobla de Segur, Molí de l'oli
Divendres, 8 de novembre de 2019

Programa

9.45h – 10h. Benvinguda i presentació a càrrec de la Sra. Anna Ritz, 1a tinent d'alcalde i Regidora de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Tremp i l'I.Lm Sr. Marc Baró Bernaduca, alcalde de la Pobla de Segur.

10 - 11.40h. Experiències innovadores i singulars que convencen als clients a partir del compromís.
Diferents empreses d'arreu dels Països Catalans ens explicaran la seva experiència particular i com aconsegueixen connectar amb un públic que comparteix els seus mateixos valors.

- **Otis Solivellas (Mallorca).** Defensant la Mallorca pagesa a Europa. *Sebastià i Pep Solivellas.*

- **La vinyeta (Alt Empordà).** Un projecte global i responsable que va més enllà del vi. *Josep Serra.*

- **Pla Ori (La Noguera).** La ramaderia valenta que aposta per llançar el cercle. *Gemma Arnillas i Jordi Terès.*

- **Fleca de muntanya (Pallars Sobirà)** Un petit forn de poble que aposta per un model de consum més responsable. *Guillem Xanxo.*

- **Cuinats Jotri (Gironès).** Una carnisseria familiar que esdevé un gran projecte des de la proximitat. *Josep Soler i Montse Sabater.*

11.40h – 12h. Pausa – cafè amb productes de proximitat

12 – 13.30h. Empreses locals que arriben al món.
Parlarem amb les empreses de La Pobla de Segur de la seva estratègia individual, de les necessitats que han d'afrontar com a empreses rurals al Pirineu i de possibles accions per a superar les limitacions de la muntanya.

- **Cal Tomàs. Embotits i carn ecològica.** *Miquel Gordó*

- **Carns Bastús. Carn i elaborats.** *Eduard Bastús*

- **CTretze Pirineu. Cervesa artesana.** *Abel Sánchez*

- **Licors Portet. Ratafia i licors tradicionals del Pirineu.** *Àngel Portet*

- **Roia. Ecològica dels Pirineus.** Carn ecològica. *Marc Chimisana i Jaume Jordana*

13.30-14h. Debats amb el públic i les empreses participants.

14h Dinar a peu dret amb productes locals a càrrec de l'Associació APAT. **Preu: 15 euros.** Imprescindible confirmar l'assistència en el moment de la inscripció.



A continuació es detallen els resultats obtinguts a partir dels formularis de valoració al que van respondre 19 participants:

JORNADA EMPRESES AMB VALORS QUE CONNECTEN AMB CLIENTS AMB VALORS				
<u>Olis Solivella (Mallorca)</u>				
Coneixement de la matèria	9,2			
Capacitat didàctica	9,0			
Enfocament aplicat	8,8			
Interacció amb els participants	8,8			
<u>La Vinyeta (Alt Empordà)</u>				
Coneixement de la matèria	9,3			
Capacitat didàctica	8,9			
Enfocament aplicat	8,9			
Interacció amb els participants	8,9			
<u>Pla Oví (La Noguera)</u>				
Coneixement de la matèria	8,7			
Capacitat didàctica	7,6			
Enfocament aplicat	7,9			
Interacció amb els participants	7,7			
<u>La Fleca de muntanya (Pallars Sobirà)</u>				
Coneixement de la matèria	9,0			
Capacitat didàctica	8,9			
Enfocament aplicat	8,9			
Interacció amb els participants	8,5			
<u>Cuinats Jotri (Gironès)</u>				
Coneixement de la matèria	8,0			
Capacitat didàctica	8,0			
Enfocament aplicat	8,0			
Interacció amb els participants	8,0			
<u>Cal Tomàs. Embotits i carn ecològica</u>				
Coneixement de la matèria	9,2			
Capacitat didàctica	9,1			
Enfocament aplicat	8,8			
Interacció amb els participants	8,9			
<u>Carns Bastús. Carn i elaborats</u>				
Coneixement de la matèria	8,8			
Capacitat didàctica	8,6			
Enfocament aplicat	8,2			
Interacció amb els participants	8,3			
<u>Ctretze Pirineus. Cervesa artesana</u>				
Coneixement de la matèria	7,5			
Capacitat didàctica	7,5			
Enfocament aplicat	7,3			
Interacció amb els participants	7,5			
<u>Licors Portet. Ratafia i licors tradicionals del Pirineu</u>				
Coneixement de la matèria	9,2			
Capacitat didàctica	9,0			
Enfocament aplicat	9,1			
Interacció amb els participants	9,0			
<u>Roia. Ecològica dels Pirineus</u>				
Coneixement de la matèria	9,0			
Capacitat didàctica	9,0			
Enfocament aplicat	9,0			
Interacció amb els participants	8,8			
Els continguts, mitjans audiovisuals i material de consulta proposats, són adequats als continguts de l'acció?				
Sí	8			
Bastant	10			
No del tot. Per què?	1	El so no era massa bo		
No. Per què?				
L'acció formativa ha permès el desenvolupament d'habilitats i competències professionals en la millora de la seva empresa?				
Sí	13			
Bastant	6			
No del tot. Per què?				
No. Per què?				
En relació a la informació i comunicació				
Com s'ha assabentat de la jornada?		12	Correu electrònic, 3 altres, 4 ATG	
Creu què l'aula és adequada per fer-hi aquest tipus d'activitats?				
Sí	10			
No del tot. Per què?	9	Pe'l so		
No. Per què?				
Estàs satisfet amb l'acció formativa realitzada? Per què?				
Sí	12			
Bastant	7			
No del tot. Per què?				
No. Per què?				
Quins suggeriments proposaria? (Aprofundiment en algunes de les sessions/altres accions, etc.)				
Visites in situ a empreses de la comarca				

D) JORNADES “VINS DEL PIRINEU”

Aquesta ha estat la setena edició de les Jornades vins del Pirineu i com la resta d'accions previstes el 2020, ha volgut centrar-se en les estratègies de posicionament empresarial, específicament en cellers que treballen a la muntanya i amb els quals, els cellers del Pallars, poden trobar paral·lelismes.

D'aquesta manera, aquest tret diferencial, que confereix uns condicionants específics en termes de producció (climatològics, d'alçada, etc.) i de distribució (llunyania als principals centres de consum) pot utilitzar-se també com a element singularitzador en termes comercials.

Per a dissenyar les jornades, s'han volgut posar de relleu tots els punts de la cadena de valor del vi, des d'aspectes productius i enològics, fins als aspectes comercials, de màrqueting, distribució, etc.

Per fer-ho, s'ha comptat amb dos especialistes en el camp de l'estratègia i la comercialització; amb un enòleg que treballa amb cellers de muntanya, i amb dos cellers, un d'Andorra i un del Pirineu d'Aragó.

Els convidats han estat:

David Esteller, especialista en posicionament de territoris de vitivinícoles i en enoturisme

Jaume Gené, especialista en estratègia de màrqueting i política comercial.

Pilar Gracia i Ernest Guasch, de **Bodegas Bal Minuta**, a Biescas (Osca).

Cristina Tor, de **Casa Auvinyà**, d'Andorra.

Martí Magrinyà, enòleg que treballa amb diferents cellers de muntanya a Andorra i Pallars Sobirà.

La Jornada es realitzà a Salàs, en un dels espais museïtzats del Botigues Museu, amb el mateix objectiu que les Jornades de bones pràctiques, d'estendre les accions del programa més enllà de Tremp.

El públic, unes 40 persones, foren majoritàriament professionals. Hi assistiren la pràctica totalitat dels cellers del Pallars Sobirà i el Pallars Jussà; a més de professionals i cellers d'altres comarques. Comptarem també amb la presència de la periodista Eva Pomares, especialitzada en gastronomia i vi.



Inscripcions:
Per assistir a la jornada és necessari formalitzar la inscripció mitjançant el formulari en línia: <https://forms.gle/ev0BMDyB23pGLXsZ7>

Per a més informació:
Dolors Cebal, Ajuntament de Tremp, 973100100 ext. 343, debralar@tremp.cat

Com arribar:
Cafè Saló, Salàs de Pallars, Vegeu el mapa.

www.abeugust.com

Organització:

Reb el suport de:

Aquesta acció està subvencionada pel Departament d'Innovació i Recerca de Catalunya en el marc del Programa de suport al desenvolupament local.

Jornada de vins del Pirineu
7a Edició

Singularització i posicionament per a territoris de vi a la muntanya

Jornada Professional
Divendres, 15 de novembre de 2019
Cafè Saló
Salàs de Pallars

Jornada de vins del Pirineu
7a Edició

Us presentem la 7a edició d'aquesta Jornada tècnica adreçada a productors, restauradors i responsables tècnics i polítics interessats en el desenvolupament del sector vitivinícola, especialment al Pirineu.

Aquesta edició té com a objectiu debatre amb diferents experts i responsables de cellers de l'àmbit del Pirineu com femton on treballen condicione el seu dia a dia i alhora dona contingut al seu relat empresarial.

També vol ser un punt de trobada i de reflexió per als cellers del Pallars i de Catalunya que contribueix a fer viable l'actual revolució vitivinícola que viuen les nostres comarques.

Programa
Salàs de Pallars, 15 de novembre de 2019

9.45h. Benvinguda i presentació Sra. Anna Ritz. 1a tinent d'alcaldé i Regidora de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Tremp i l'Il·lm. Sr. Francesc Borrrell, alcalde de Salàs de Pallars.

10h. Som paisatge gastronòmic i de vi, i així hi volem que se'n conegui. David Esteller, especialista en posicionament de territoris vitivinícoles i enoturisme.

10.45h. Treure el cap en un món atapeït. Possibles estratègies comercials per a un petit celler de muntanya. Jaume Gené, especialista en estratègia de màrqueting i política comercial.

11.30h. Pausa - cafè amb productes locals.

12.00h. Taula rodona d'experiències: Vinyes de muntanya, saber transmetre la diferència.

- Bodegas Bal Minuta. El vi de les neus. Pilar Gracia i Ernest Guasch.
- Casa Ruvinyà d'Andorra. El primer vi negre el Principat d'Andorra. Cristina Tor.
- Martí Magrinyà. Enòleg en diferents cellers de la Conca, Costers del Segre, Montsant i Andorra.

13.30h. Tast de vins del Pallars.

14.30h. Dinar a Salàs de Pallars.

16.30h. Visita gratuïta per als assistents a les Botigues museu de Salàs.
<http://botiguesmuseusalas.cat>

A continuació es detallen els resultats obtinguts a través del formulari de valoració al que van respondre 18 participants:

Jornada de vins del Pirineu												
David Esteller												
Coneixement de la matèria	8,5											
Capacitat didàctica	8											
Enfocament aplicat	8,23											
Interacció amb els participants	6,85											
Jaume Gené												
Coneixement de la matèria	7,93											
Capacitat didàctica	7,92											
Enfocament aplicat	7,08											
Interacció amb els participants	7,08											
Bodegas Bal Minuta												
Coneixement de la matèria	8,25											
Capacitat didàctica	7,73											
Enfocament aplicat	8,27											
Interacció amb els participants	8,27											
Casa Auvinyà												
Coneixement de la matèria	8,62											
Capacitat didàctica	8,33											
Enfocament aplicat	8,58											
Interacció amb els participants	8,36											
Martí Magrinyà												
Coneixement de la matèria	8,45											
Capacitat didàctica	8,00											
Enfocament aplicat	7,91											
Interacció amb els participants	7,55											
Els continguts, mitjans audiovisuals i material de consulta proposats, són adequats als continguts de l'acció?												
Si	16											
Bastant	3											
No del tot. Per què?												
No. Per què?												
L'acció formativa ha permès el desenvolupament d'habilitats i competències professionals en la millora de la seva empresa?												
Si	13											
Bastant	6											
No del tot. Per què?												
No. Per què?												
En relació a la informació i comunicació												
Com s'ha assabentat de la jornada?												
Creu que l'aula és adequada per fer-hi aquest tipus de formació?												
Si	14											
No del tot. Per què?												
No. Per què?												
Estàs satisfet amb l'acció formativa realitzada? Per què?												
Si	14											
Bastant	5											
No del tot. Per què?												
No. Per què?												
Quins suggeriments proposaria? (Aprofundiment en algunes de les sessions/altres accions, etc.)												

E) CAMPANYA DE DIFUSIÓ DEL PRODUCTE LOCAL EN MITJANS DIGITALS

Aquesta acció s'havia plantejat inicialment com una continuïtat de les campanyes de difusió a través d'accions de video-màrqueting iniciades el 2017. L'objectiu és el de donar a conèixer i valoritzar els productes i la gastronomia local a un públic especialitzat i generalista a través de d'una campanya de comunicació específiques i el seu llançament a partir de mitjans digitals/audiovisuals com youtube.

Fins al moment s'han realitzat diferents programes que recullen una part de la gran diversitat productiva i gastronòmica del Pallars Jussà, i s'ha comptat també amb la col·laboració d'un grup divers de cuiners i cuineres, "els ambaixadors del corder", de trajectòria reconeguda de l'àmbit català i que han proposat diferents plats a base de corder.

Enguany, arrel de l'acció "B) Estratègia de posicionament en mitjans de comunicació i xarxes socials", en el que el Programa ATG s'ha ficat en contacte amb diferents mitjans i periodistes especialitzats, ha sorgit la possibilitat de col·laborar amb la productora que realitza els continguts audiovisuals de la secció de gastronomia del diari *El País, El Comidista*. La proposta específica ha estat participar en la producció de tres vídeos documentals per posar en valor els productes i la gastronomia del Pallars.

Des del Programa ATG s'ha valorat l'impacte que pot tenir la publicació d'aquests vídeos, analitzant altres vídeos del mateix canal. Molts dels vídeos publicats superen les 100.000 visualitzacions. Motivats per aquest impacte, s'han modificat l'acció prevista i el que s'ha fet és donar suport específic a la producció d'aquestes tres publicacions, protagonitzats per Mikel López Iturriaga, que s'han centrat en: la girella; la "carn de bèstia viva" – cues de corder; i el formatge tupí.

A més, s'ha treballat en una nova proposta tècnica per reforçar l'impacte dels vídeos ja publicats i fer més virals, específicament a un públic més jove.

La proposta tècnica ha inclòs l'elaboració d'un pla de treball que contempla 3 eixos d'acció:

- Accions a dur a terme a través de les xarxes: elaboració de materials específics pels ambaixadors i altres prescriptors del programa/ elaboració de materials específics pels productors i restauradors del territori
- Implicació de mitjans de premsa especialitzada
- Cooperacions amb espais on hi hagi pantalles (públics o privats) que en permetin la visualització

<https://www.youtube.com/channel/UCvDh6J5Lg6Z-33oDCKVIJKw/videos>

mikeliturriaga • Siguiendo
Casa Turismo rural Casa Leonardo



Les gusta a laiafiguera y 1.203 personas más

mikeliturriaga Hola, somos unas butifarras pallaresas y estamos increíblemente buenas.
Ver los 10 comentarios

frederic_larsan @mikeliturriaga ha probado eso? Nu

Usar la aplicación

mikeliturriaga • Siguiendo



Les gusta a nbigorra y 841 personas más

mikeliturriaga Máquina que predice tu futuro profesional en el maravilloso Café Salón de Salàs. Creo que de todos los oficios los que... más.
Ver los 15 comentarios

botiguesmuseusalas 🤔🤔

16 DE NOVIEMBRE DE 2019

Usar la aplicación

Annex 1. Recull de premsa

- **CORDEVI, el Festival gastronòmic del Pallars Jussà**

CCMA, 30/09/19

<https://www.ccma.cat/324/el-corder-i-el-vi-seran-els-protagonistes-del-festival-cordevi-del-jussa/noticia/2951505/>

Vilaweb, 30/09/19

<https://www.vilaweb.cat/noticies/el-corder-i-el-vi-seran-els-protagonistes-del-festival-cordevi-del-pallars-jussa/>

Diari Segre, 30/09/2019 versió digital / 1/10/19 versió impresa, pàg. 12

https://www.segre.com/noticies/guia/2019/09/30/el_corder_el_seran_els_protagonistes_del_festival_cordevi_del_jussa_87998_1111.html

Més de 50 activitats al festival Cordevi

¡ TREMP ! El Pallars Jussà donarà aquest divendres que ve el tret de sortida al festival Cordevi, certamen que tindrà lloc entre els dies 4 d'octubre i 17 de novembre amb més de mig centenar d'activitats. Aquesta iniciativa té com a objectiu posicionar al mercat la carn de corder i el vi produïts a la comarca com a productes gastronòmics destacats.

La Manyana, 1/10/19, pàg. 10



FOTO: Marta Lluovich / El festival es va presentar ahir a la capital del Pallars Jussà

El corder i el vi seran els protagonistes del festival 'Cordevi'

El Pallars Jussà programa unes 50 activitats fins el 17 de novembre

El visitant podrà descobrir una gamma molt àmplia dels productes que s'elaboren a la comarca del Pallars Jussà amb l'objectiu de potenciar el seu consum.

Tremp
MARTA LLUVICH (ACN)
El Pallars Jussà donarà el tret de sortida aquest divendres al festival 'Cordevi' que pretén posicionar la carn de corder que es produeix a la comarca i el vi que s'hi elabora com a productes gastronòmics destacats. Del 4 d'octubre al 17 de novembre, el visitant tindrà l'oportunitat de descobrir

ahora una gamma molt més àmplia de productes que s'elaboren al Pallars, com la cervesa, l'oli, el safrà o la vedella ecològica gràcies a una cinquantena d'activitats programades.

El 'Cordevi', a més, vol ser un nexa d'unió entre les diferents fires que tenen lloc en aquesta època de l'any al Pallars Jussà, fa-

cilitant la difusió de l'oferta de cada municipi i complementant-la amb experiències autèntiques i exclusives, tant pel que fa al moment com al contingut de l'activitat.

Entre les activitats programades hi ha caminades i visites especials a les vinyes, excursions amb ramats i pastors, sopars temàtics centrats en l'oli o les postres. I també hi haurà altres propostes adreçades a públics específics com ara jornades tècniques impulsades des del programa 'Al teu gust, aliments del Pallars'.

Pallars Digital, 01/10/19

"El corder i el vi seran els protagonistes del festival «Cordevi» del Pallars Jussà"

<https://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/11756/corder/vi/seran/protagonistes/festival/cordevi/pallars/jussa>

Bon dia Edició Andorra, 1/10/19



Ràdio Tremp, 01/10/19, minut 5'30'' aprox.

<https://t.co/93Qu9ho8Kg?amp=1&fbclid=IwAR2WkKChFYalrLmlzJH0azv6rAvkT2G9kfRAYQqidJ3fz82OwY8mXKUbbXw>

Pallars digital, 29/10/2019

“El CORDEVI arriba al seu equador amb bones dades de participació”

<https://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/11890/cordevi/arriba/al/seu/equador/amb/bones/dades/participacio>

Pallars digital, 26/11/2019

“Conclou la segona edició del CORDEVI, el festival gastronòmic del Jussà”

<https://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/12021/conclou/2a/edicio/cordevi/festival/gastronomic/jussa>

- **Seminari La saviesa culinària de les padrines**

Pirineus tv, 23/11/2019

“La cuina de les padrines”

<http://www.pirineustv.cat/2019/10/22/la-cuina-de-les-padrines-seminari-per-restauradors/>

Pallars digital, 24/10/2019

“Els cuiners del Pallars aprenen de les padrines”

<https://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/11869/cuiners/pallars/jussa/aprenen/padrines>

- **Jornada de comercialització “Empreses amb valors de connecten amb clients amb valors”**

Pallars digital, 12/11/2019

“Al teu gust celebra a la Pobla una jornada de comercialització”

<https://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/11950/al/teu/gust/celebra/pobla/jornada/comercialitzacio>

Pirineus TV, 11/11/2019

“Empreses del territori, clau en el desenvolupament!”

<http://www.pirineustv.cat/2019/11/08/empreses-amb-valors-de-territori-clau-de-desenvolupament/>

- **7ª Jornada de vins**

Pirineus, tv. 16/11/2019

“La singularitat territorial a la 7a jornada de vins del Pirineu”

<http://www.pirineustv.cat/2019/11/15/la-singularitat-territorial-punt-de-la-jornada-de-vins-del-pirineu/>

- Diversos

El Punt Avui, secció nacional, 7/01/2020, pàg. 17

“L’Oli d’oliva autòcton del Pallars aterra als mercats”

EL PUNT AVUI
DIMARTS, 7 DE GENER DEL 2020

Nacional | 17

L’oli d’oliva autòcton del Pallars aterra als mercats

■ Tot i ser al límit climàtic per a l’olivera, s’hi han localitzat quinze varietats autòctones, la màxima biodiversitat estatal ■ Creix l’interès per l’oli pirinenc, amb 10.000 noves hectàrees i cinc marques



Tast d’olis de les varietats autòctones que es comercialitzen produïts al Pallars Jussà, juntament amb l’arbequina, en el marc del Cordeví ■ E. POMARES

Eva Pomares
TREMPE

Oli d’oliva pallares? Doncs sí. I no sols això, sinó que al Pallars Jussà s’han localitzat quinze varietats autòctones d’oliveres, dotze de les quals mai abans havien estat catalogades. És a dir, són úniques al món, i certifiquen el riquíssim patrimoni agrari de la muntanya pallaresa.

A les planes de les conques de Tremp, Dellà i de Dalt, es produeix oli de varietats com ara la peromola, cua de cirera, colomar, rosàl, carrelluda, negral i

llargueta. L’IRTA (Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries), en col·laboració amb l’Ajuntament de Tremp i els productors, va fer un estudi durant la campanya 2015/16 en 29 parcel·les de set municipis. La investigadora de l’IRTA Antònia Ninot afirma: “La biodiversitat al Pallars és extraordinària, perquè l’arbequina no va substituir aquestes varietats massivament com a la resta del país. I hem trobat arbres centenaris, supervivents a la gran gelada del 1956 que va arrasar tot el Medi-

terrani.” L’any vinent, la intenció és continuar l’estudi, perquè estan sortint altres pàgesos que podrien tenir al camp varietats encara per catalogar. Actualment, també estudien les característiques del cultiu, amb vuit arbres plantats de cadascuna, en una mateixa finca.

La millor garantia de pervivència d’aquest tresor agrogenètic és que l’oli trobi un mercat rendible. En aquest sentit, l’interès creixent pels productes alimentaris de proximitat ofereix una oportunitat a aquestes varietats. A la co-

marca, hi ha plantades 675 hectàrees d’oliveres en total, però els olis de varietats autòctones són la gran aposta de l’Associació de Productors d’Oli del Pallars Jussà. Nascuda el 2015 amb quinze productors, ara ja en té seixanta. Oriol Sullà n’és el president i un dels set elaboradors que embotellen l’oli pallares, que principalment es ven a l’engròs. “Representa que aquí no es feia oli, un cultiu típicament mediterrani, però la veritat és que sempre se n’ha fet per a autoconsum i se n’ha venut també d’estraperlo...”, diu Sullà.

La frase

“La biodiversitat al Pallars és extraordinària i hi hem trobat oliveres centenàries”
Antònia Ninot
INVESTIGADORA DE L’IRTA

Alguns d’aquests olis d’oliveres de terres fredes sobresurten per falta de concentració de polifenols, determinants per a les propietats saludables de l’oli. També envellescen més lentament que d’altres i són varietats sensorialment complexes: des de l’amargor picant de la cua de cirera fins a la intensitat d’olives verdes de la grossal i la verdal de Barcedana.

A més, les pallaresses són varietats interessants per als pàgesos, perquè amb pluja suficient tenen un alt rendiment. També són de maduració primerenca i s’evita així patir per les gelades. “Som al límit climàtic per a l’olivera, però en tènim la màxima diversitat de l’Estat i molta més que en molts llocs del món.” Toca treure’n suc. D’oliva. ■

“Volem crear una marca conjunta”

Als anys cinquanta, l’exode rural es va acarnissar amb el Pallars. Avui encara hi ha molts bancals abandonats, però l’oli local torna a engrescar els pàgesos. “Estem començant. Entre tres o quatre productors hem plantat unes 10.000 oliveres, sols de varietats autòctones. D’aquí a quatre anys tindrem més oli, perquè de demanda, n’hi ha”, assegura Sullà. I caminar cap a una DO pròpia? “Ens hem fet la pregunta, però volem fer una marca oficial per als olis del

Pallars de varietat autòctona i de qualitat. En un futur, perquè ens cal més producció. Hi ha més pàgesos disposats i ajudaria tenir una envasadora comunitària.” La producció mitjana que s’embotella és minsa, uns 100.000 litres. Sota cinc marques, es troba en restaurants i botigues locals, tot i que ja el demanen fora. També es pot tastar al Cordeví, el festival al voltant dels aliments i els conreus pallaresos que organitza l’Ajuntament de Tremp.

Més informació en format digital: <http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1720121-l-oli-d-oliva-autocton-del-pallars-aterra-als-mercats.html>

Annex 2. Valoració específica Festival Cordevi

ACTIVITAT	Num. assistents	Num. persones que responen qüestionari	Com te n'assabentes?	Desenvolupament de l'activitat	Informació prèvia	Tracte rebut
Excursió a la vinya del Cellar Miquel Roca i tast de vins des del mirador de Sant Cristòfol de la Vall	21	3	Xarxes socials	10	10	10
Trepitjada de raïm i aperitiu a la vinya de Terror de Pallars	52	13	33% xarxes socials 33% fulletó paper 33% whatsapp	9,67	9,5	9,67
Taller de còctels	9	3	33% xarxes socials 33% fulletó paper 33% tècnics ATG	8,67	8,33	9
Visita a l'explotació ramadera de Cal Tomàs i aperitiu-dinar al Cafè de La Unión	8	2	50% xarxes socials 50% tècnics ATG	8,5	8,5	9
Tast d'olis verds de varietats autòctones pallareses i esmorzar al Parc de les Olors	23	5	50% fulletó paper 25% whatsapp 25% xarxes socials	9,25	8,5	10
Berenar – sopar pels amants i curiosos de la cuina del corder a càrrec del xef Josep Maria Llebot	11	2	100% xarxes socials	10	10	10
26/10 Pastor per un dia. Caminada del poble als estanys de Basturs amb el ramat de casa Quiquet.	28	4	100% fulletó paper	9	9	9
Visita a la formatgeria Vilavella i tast	25	4	50% fulletó paper 50% xarxes socials	9,5	9,5	9,5
De la roca a la copa	7	0				

Vi, glosa i estrelles a la vinya del Vinyer	42	3	33% Agenda Pallars Jussà 33% xarxes socials 33% fulletó paper	8,66	8	9
Esmorzar a la vinya i taller d'allioli de codony amb Safrà del Pallars al Cellar de Vila Corona Orcau Vell Experience	18	2	50% fulletó paper 50% xarxes socials	10	10	10
	suspesa	0				
Caminada de Salàs a Rivert per camins de pastors	110	28	8% Agenda Pallars 28% whatsapp 12% Tècnics ATG 16% fulletó paper 16% xarxes socials 20% boca-orella	9,12	8,76	9,6
Maridatge de vins i formatges al Cafè Salon	32	16	12,5% Agenda Pallars 18,75% fulletó paper 25% whatsapp 31,25% xarxes socials 12,5% altres	8,94	8,56	9,38

Annex 3. Valoració específica acció Estratègia de comunicació i xarxes socials

Carme Gasull

Twitter (abast – 4985 seguidors):

Retuit d'Al Teu Gust: <https://twitter.com/AtgPallars/status/1192740557556240384?s=20>

- [@lapobladesegur](#), [@carmegasull](#), [@CalTomas_carns](#), [@CTretzePirineus](#), [@RatafiaRaiers](#), [@CarnsBastus](#), [@la_vinyeta](#), [@cuinatsjotri](#), [@PostresDMusic](#), [@Espallares](#), [@APATPallars](#), [@casamasover](#)
- 12 retuits i 30 likes

Retuit de Ratafia dels Raiers: <https://twitter.com/RatafiaRaiers/status/1192787199122722817?s=20>

- 5 retuits 19 likes

Instagram (abast – 7096 seguidors):

Stories al llarg dels dies 8, 9 i 10 on apareixien a banda de les jornades els diferents productors /restauradors que va visitar. No es pot consultar l'impacte concret d'aquestes publicacions atès que la xarxa no ho permet en perfils de tercers, però l'autora ha mantingut les diferents publicacions al seu canal i es poden visualitzar permanentment.

Post del 10 de novembre:

<https://www.instagram.com/p/B4shVYSoX6C/>

Impacte: 158 likes, 2 comentaris amb 3 respostes

Etiquetes utilitzades: #cordevi #pallarsjussa #valldemanyanet

Menció a @atgpallars i @pallarsjussaturisme

Mikel López Iturriaga

Publicacions (abast – 284.900 seguidors al twitter i 61.000 seguidors a l'instagram):

Sobre Casa Leonardo: 1) <https://www.instagram.com/p/B47PeioFubP/?igshid=nifi664us88a>

+ 2) <https://www.instagram.com/p/B496pEIF-yN/>

- #pallarsjussa @casaleonardo
- 1230 likes a l'instagram al post 1 + 1203 al post 2
- 2 retuits i 17 likes al twitter

Sobre el Cafè Saló: <https://www.instagram.com/p/B48V3AilUYd/?igshid=m4d7ugt1if1n>

- #pallarsjussa
- 845 likes i 14 comentaris a l'instagram
- 1 comentari, 2 retuits i 18 likes al twitter

Gastronomia: <https://www.instagram.com/p/B496pEIF-yN/?igshid=58hyp83410f>

- 1178 likes, 9 comentaris

Eva Pomares

Twitter (abast – 1.235 seguidors)

Agraïment acollida: <https://twitter.com/EvaPomares/status/1196083582739111939?s=20>

- #pallarsjussà
- 4 retuits i 17 likes

Sobre la ramaderia i la carn de corder: <https://twitter.com/EvaPomares/status/1195706888844980224?s=20>

- @atgpallars, #pallarsjussa
- 1 comentari, 5 retuits i 22 likes

Sobre el sopar de nous olis: <https://twitter.com/EvaPomares/status/1195443572998320132?s=20>

- @atgpallars, #pallarsjussa
- 1 retuit i 13 likes

Botigues de Salàs: <https://twitter.com/EvaPomares/status/1195403958673641472?s=20>

- #botiguesdesalàs, #pallarsjussà, @atgpallars
- 1 retuit, 12 likes

Retuit de la Jornada de vi: <https://twitter.com/EvaPomares/status/1195324872253169664?s=20>

- 1 retuit i 3 likes

Article de la periodista a El Punt Avui : va tenir 4452 visualitzacions úniques de l'article.

<https://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1720121-l-oli-d-oliva-autocton-del-pallars-aterra-als-mercats.html>

Posteriorment es va entrevistar el president de l'Associació de Productors d'Oli al programa de RAC 1 "Amb molt de gust"

Ada Parellada

Twitter (abast – 8.900 seguidors)

<https://twitter.com/adaparellada/status/1042427324073955328?s=20>

- 12 retuits i 24 likes

RESUM

- El total de seguidors dels comptes de xarxes socials dels periodistes (+ Ada Parallada) on han fet publicacions de les activitats del festival Cordevi assoleixen un abast potencial de 33.020 persones.
- En total, només amb les piulades i imatges publicades per aquestes quatre persones han generat 3.466 interaccions entre els usuaris de les xarxes (que inclouen "likes", comentaris i retuits).
- El hashtag més utilitzat per part dels periodistes ha estat #pallarsjussà, però s'ha utilitzat només a algunes publicacions.
- En poques publicacions es contextualitza o es menciona el Festival Cordevi, però pel contrari, totes són positives en relació al territori i la seva gastronomia i llegat.
- Paral·lelament, a instagram ja s'han publicat 205 fotos amb el hashtag #cordevi.

Algunes imatges:



Annex 4. Materials Jornada vins del Pirineu



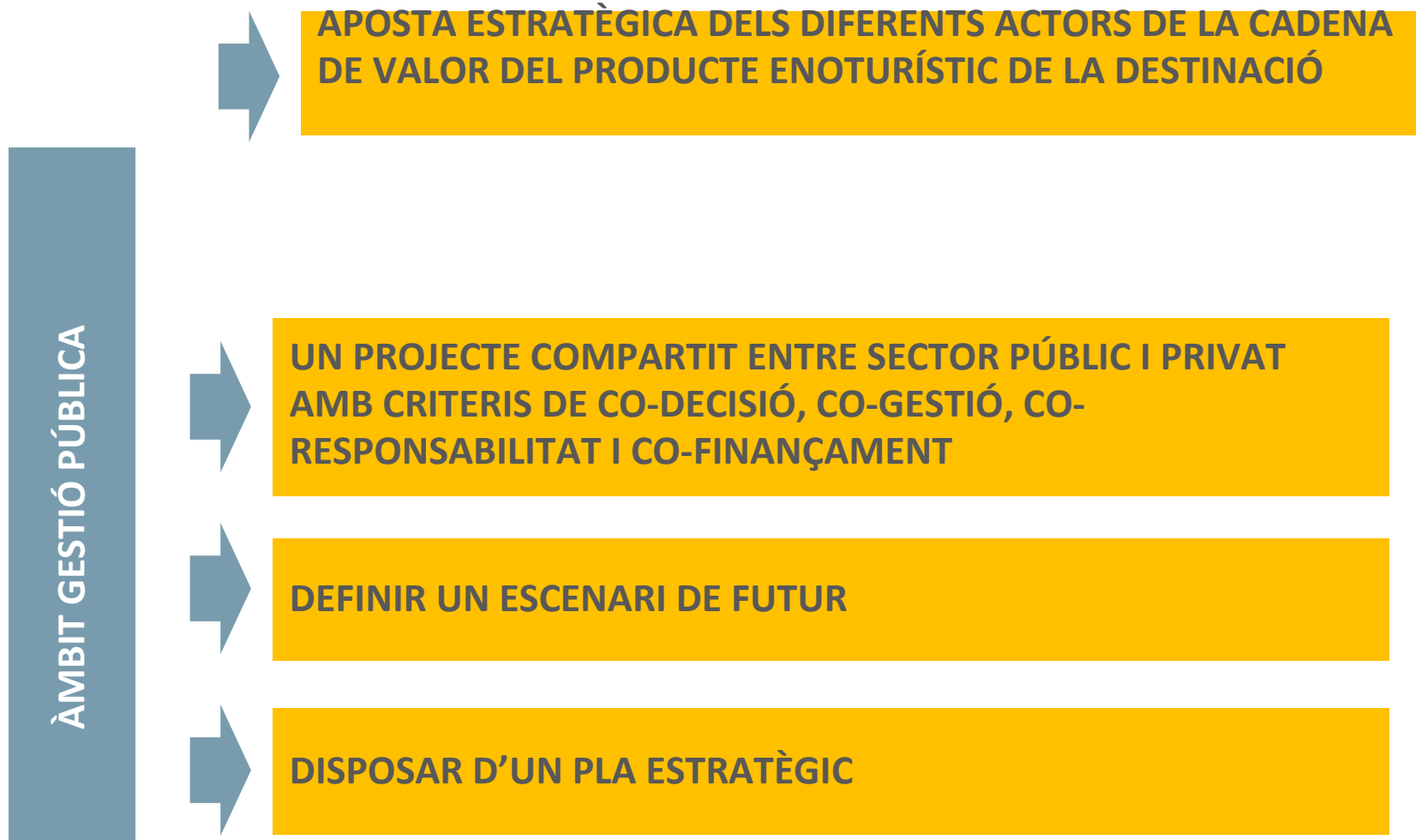
SOM PAISATGE GASTRONÒMIC I AIXÍ VOLEM QUE SE'NS RECONEGUI

ELEMENTS CLAU PER AL POSICIONAMENT

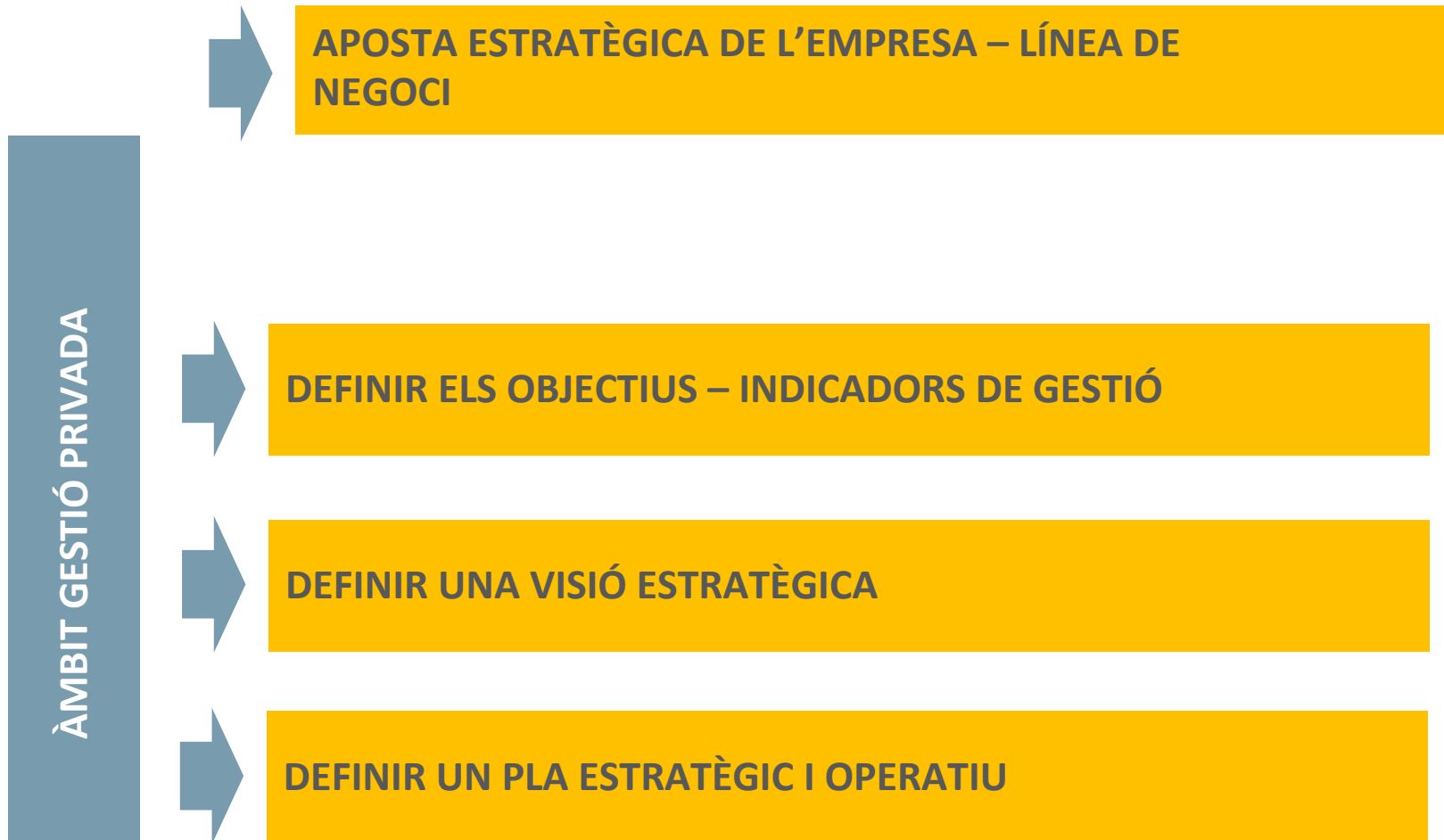
D'UN DESTÍ ENOTURÍSTIC

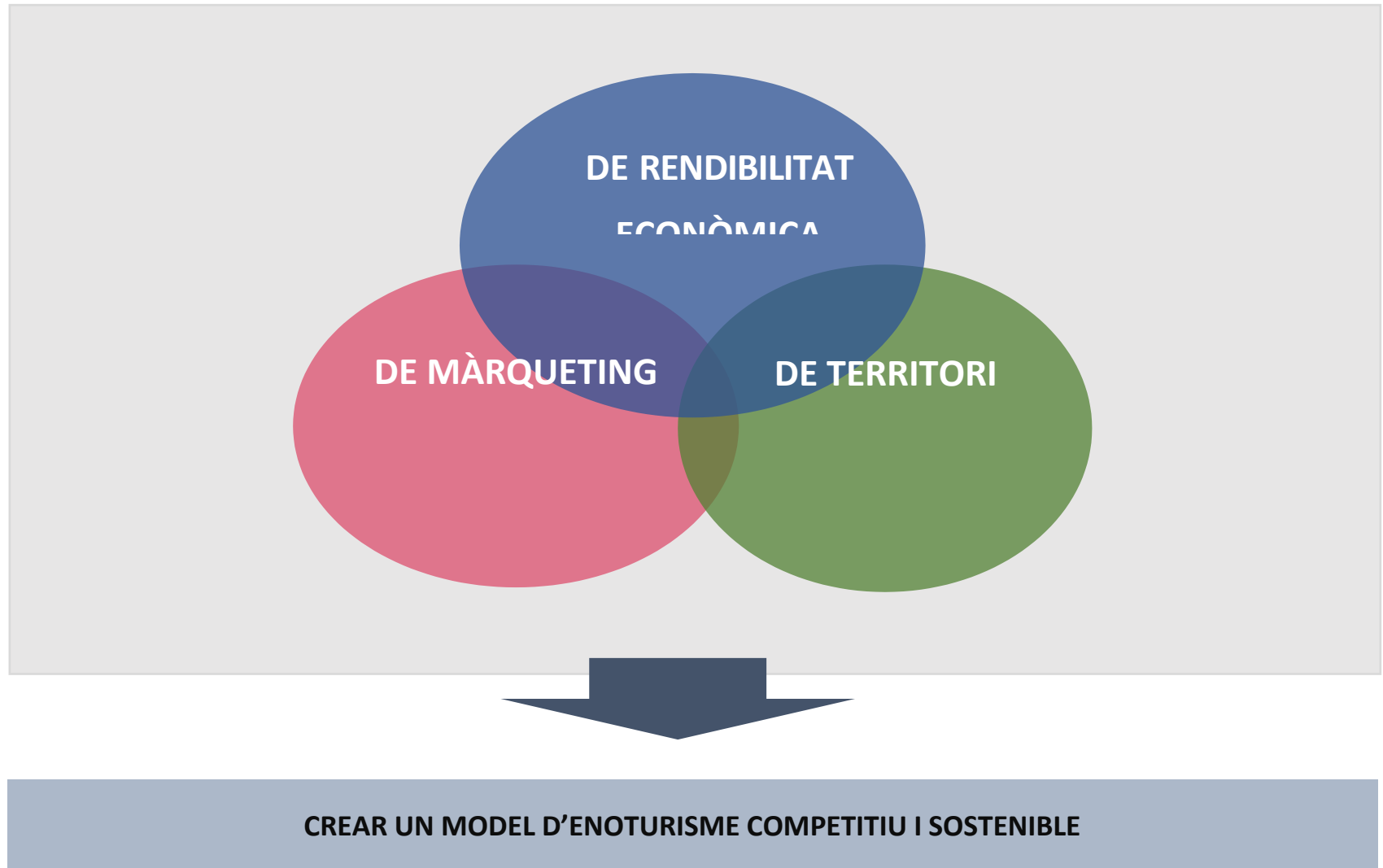
#1_ Aposta estratègica diferents actors de la destinació

CONSTRUCCIÓ D'UNA DESTINACIÓ ENOTURÍSTICA



CONSTRUCCIÓ D'UNA DESTINACIÓ ENOTURÍSTICA





OBJECTIUS RENDIBILITAT ECONÒMICA	PRIORITAT OBJECTIU			
	BAIXA	MITJA	ALTA	MOLT ALTA
Rendibilitat econòmica de l'activitat turística				
Maximitzar el número de visites				
Maximitzar el número participants activitats				
Número esdeveniments empreses				
Número esdeveniments privats (celebracions...)				
Despesa mitjana per visitant a botiga				
Ingressos venda a la botiga				
% Venda de producte directa / venda total				
Ingressos anuals directes per activitat turística (activitats + venda producte)				

OBJECTIUS DE MÀRQUETING	PRIORITAT OBJECTIU			
	BAIXA	MITJA	ALTA	MOL T ALTA
Millorar la imatge de marca				
Més notorietat de la marca				
Conèixer el perfil del visitant				
Donar a conèixer el producte a segments de demanda especialitzats				
Excel·lència en l'experiència de visita				
Màrqueting relacional / fidelització visitants				
Testar nous productes / conèixer pautes de consum				
Realitzar un màrqueting diferencial respecte altres productors				
Estratègia de singularització i diferenciació del productor				
Número de clients en base de dades (Millorar fidelització)				

OBJECTIUS DE TERRITORI	PRIORITAT OBJECTIU			
	BAIXA	MITJA	ALTA	MOLT ALTA
Contribuir a posicionar el territori com a destí de referència				
Generar nous arguments de venda a la destinació				
Atreure nous públics a la destinació				
Generar riquesa a l'entorn de la destinació				



#2_ La proposta de valor l'estratègia de diferenciació

i

OFERTA DE VISITES
ESTANDARITZADA

55%

OFERTA DE VISITES A CELLER AMB
PROPOSTA DE VALOR

45%

Oferta enoturisme
proposta valor

5%

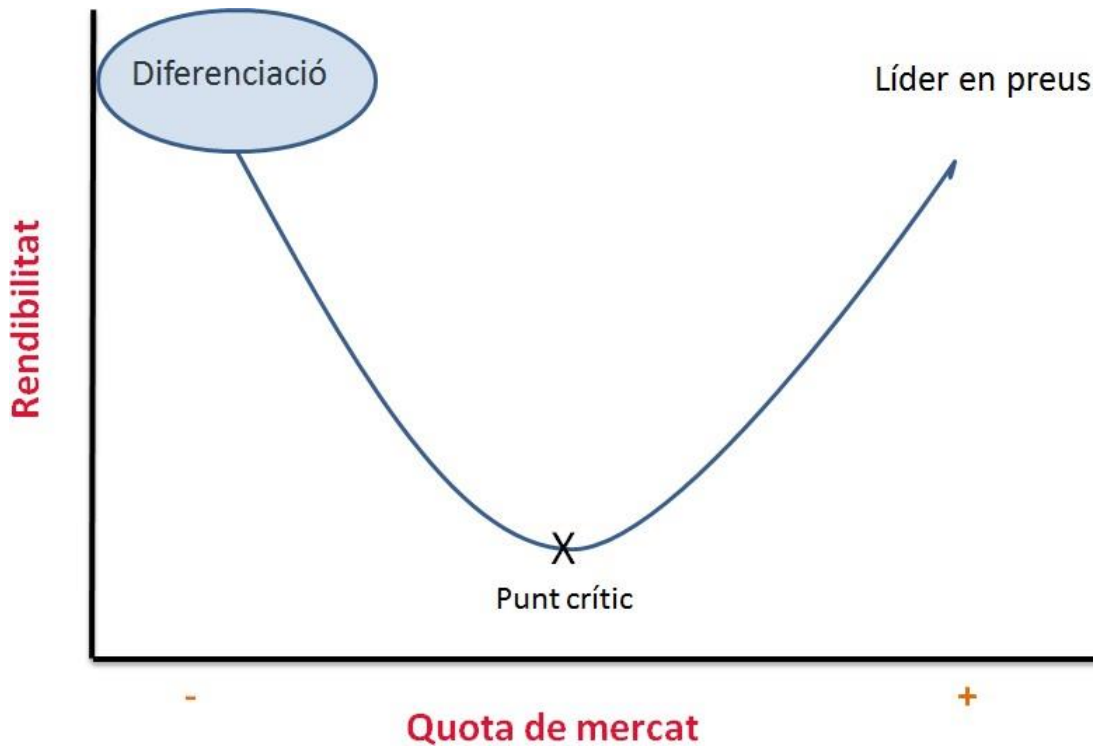
Oferta enoturisme
singular, proposta
valor "Soft"

33%

Oferta segments
especialitzats

7%





LA DIFERENCIACIÓ PASSA PER L'ESPECIALITZACIÓ I LA DEFINICIÓ D'UNA PROPOSTA DE VALOR I GENERAR AVANTATGE COMPETITIU

- ❖ *Autenticitat*
- ❖ *Patrimoni cultural gastronòmic*
- ❖ *Qualitat dels productes locals*
- ❖ *Plats típics de la destinació*
- ❖ *Reconeixement xefs i gastronomia*
- ❖ *Diversitat paisatges*
- ❖ *Ofertes estructurades*



ESTUDI PERFIL ENOTURISTA CATALUNYA

motivacions per visitar un celler

- 1.- *“M’agrada el vi i el seu món”*
- 2.- *“És una activitat divertida/entretinguda”*
- 3.- *“És una activitat cultural per aprendre coses noves”*



PROPOSTA VALOR ENOTURISME CATALUNYA

Catalunya, terra de vins amb història

La història de la vinya i el vi de Catalunya és una constel·lació de petites i grans aventures que, al marge de grans vins, ha modelat el paisatge de manera persistent i silenciosa fins a deixar-lo tal com és ara. No hi ha un únic paisatge de vi, n'hi ha tants com vins diferents de les dotze denominacions d'origen que hi ha en el territori. Paisatges que us animem a descobrir gaudint de la variada oferta enoturística que brinden els més de 300 cellers visitables.



© MARC CASTELLER

Per què escollir Catalunya per fer enoturisme?

1

MÉS DE DOS MIL ANYS D'HISTÒRIA DEL VI

2

INFINITS MICROCOSMOS VITIVÍCOLES

3

MÉS DE 300 CELLERS PER DESCOBRIR VINS I CAVES

4

CELLERS MODERNISTES, AUTÈNTIQUES CATEDRALS DEL VI

5

VINS DE PRESTIGI AMB RECONeixEMENT INTERNACIONAL

6

MARIDATGES AMB GASTRONOMIA TRADICIONAL I D'AVANTGUARDA

7

BARCELONA COM A EPICENTRE DE L'ACTIVITAT ENOTURÍSTICA

8

ALLOTJAMENTS I SERVEIS ESPECIALITZATS DE GRAN QUALITAT

9

ESTIL DE VIDA MEDITERRANI

10

DOTZE DENOMINACIONS D'ORIGEN PER ENTENDRE EL TERRITORI I ELS SEUS VINS

PROPIS A VALOR ENOTURISME CATALUNYA

Denominacions d'Origen del Vi i del Cava



DO Alella
Els vins de la cort barcelonina
Molt a prop de Barcelona i al mar Mediterrani, és la DO més petita de Catalunya. Alella pot presumir d'una tradició vitivinícola excepcional: els seus vins eren apreciats en època romana, van ser les estrelles de la cort medieval barcelonina i les vides de les talles de la burgesia del modernisme. Avui, els seus cellars mantenen viu un patrimoni agrícola excepcional.

www.entendobellat.com www.dialella.com

Pansa blanca ○○○○○○○○



DO Cava
El somni de l'escumós català
La seva és una història d'una efervescència vertiginosa iniciada al segle XIX per uns somnadors decidits a perfeccionar el mètode champenois. Fascinar les caves subterrànies ens duu dels orígens d'aquest escumós a les noves inquietuds del segle XXI. Amb època al Priorat, la seva història ha estat vitivinícola i modernista i el seu patrimoni.

www.entendobellat.com www.docava.com

Macabeu, xarel·lo, parrellada ○○○○○○○○



DO Costers del Segre
La bellesa de l'interior
Aquest territori d'interior va ser durant segles un tapís de vinyes que va saber resorgir gràcies a la tanca d'una quarta visió: els Territoris d'Aquí i enlloc. És la celebració del vi de Ramat, un vigor vitivinícola excepcional, vinyes a mil metres d'altura i propostes que combinen el descobriment enogastronòmic, paisatgístic i patrimonial.

www.estadidobellat.com www.costersdelsegre.com

Garnacha, cabernet, chardonnay, macabeu ○○○○○○○○



DO Montsant
Llegat i revelació
Els seus vins encenen la crítica especialitzada i els consumidors. Malgrat ser tan jove, compta amb un llegat vitivinícola arcaic, que manté vides i cooperatives centenàries. Envoltat per una aura d'espiritualitat, la serra de Montsant ('muntanya santa') s'elva majestuosa al nord d'aquesta zona vitivinícola i regada al com a aquesta gran terra de vins.

www.prioratentendobellat.com www.montsant.com

Garnacha, carinyena ○○○○○○○○



DO Pla de Bages
Un patrimoni vitivinícola únic
Compta amb un patrimoni vitivinícola únic a Europa. És tracte de miers de terrapans i tres de pins en sec, de gran bellesa i simplicitat, que els agricultors van construir antigament per vinyar a peu de vinya. Un testimoni del vigor que el cultiu de la vinya ha tingut en aquesta denominació, que actualment és una petita zona productora de grans vins.

www.bagesentendobellat.com www.pladebages.com

Sansó, macedó, picapoll ○○○○○○○○



DO Tarragona
El vi de l'Imperi romà
El cultiu de la vinya en aquesta zona ens trasllada a l'època en què Tarragona era una de les ciutats més importants de l'Imperi romà i seu d'un dels més preuats. Declarada Patrimoni Mundial de la UNESCO, és un punt de partida excel·lent per descobrir una DO que, des dels temps romans fins a l'interior rural, harmonitza tradició amb innovació.

www.cobardesentendobellat.com www.dotarragona.com

Ull de llebre, merlot, garratxa blanca, macedó ○○○○○○○○



DO Catalunya
La vinya omnipresent
La DO Catalunya és una denominació que comprèn tot el territori català i que compta amb la resta de denominacions, i compta amb vinyes en més de 400 poblacions, de sud a nord i d'est a oest. Creativitat i llibertat són les seves dífícils, directament relacionades amb la llarga tradició vitivinícola del país, amb una història que forma part de l'ADN d'aquesta terra.

www.docat.com

Ull de llebre, merlot, garratxa blanca, macedó, picapoll, Pinot Noir, mazuelo ○○○○○○○○



DO Conca de Barberà
Patrimoni, modernisme i tretat
La Conca de Barberà ha convertit el tretat, la seva varietat autòctona, en l'estàndard d'aquesta denominació, que compta amb un ric patrimoni arquitectònic en què destaquen fins a sis cellars modernistes i un monestir, el de Poblet, que va ser fonamental en l'expansió del cultiu de la vinya a l'edat mitjana i que actualment és Patrimoni de la Humanitat.

www.concadesbarbera.com

Tretat ○○○○○○○○

Principals varietats de raïm negre i blanc ○○○○○○○○



DO Empordà
Mediterrani, grecs i tramuntana
Comerciants grecs i fenicis van introduir, al segle VI aC, el vi i el cultiu de la vinya a Catalunya a través de la colònia grega d'Empúries, un dels jaciments arqueològics més importants de la Península. Amb vinyes a la vora del mar i sota el vent de tramuntana, aquesta terra de gènere, com Josep Pla i Salvador Dalí, alhora grans vins reivindicant les seves arrels.

www.combrades.com www.doemporda.com

Carinyena negra i blanca, garratxa negra, blanc i negre ○○○○○○○○



DO Penedès
Referent històric del vi català
El Penedès ha estat, històricament, una denominació pionera a Catalunya. Situada a només 30 minuts de Barcelona, és una zona vitivinícola de gran diversitat paisatgística i amb un ric patrimoni arquitectònic i històric. Un territori d'emprenadors agraris que avui es pot descobrir de mil maneres gràcies a una completa oferta enoturística.

www.entendobellat.com www.penedes.com

Xarel·lo ○○○○○○○○



DOQ Priorat
Prestigi i viticultura heroica
Terra de pendents impossibles en la viticultura sempre ha estat, des de l'arribada dels marques carolíngers a Escaladei (llegat) i una hereditat. Fa 50 anys una revolució enogastronòmica aquí sorgida va ser la punta de llança de la renovació dels vins espanyols. Avui, petits cellars segueixen apostant per la tranquil·litat del temer de pissarà i per vins d'alta expressió.

www.turismopriorat.org www.dopriorat.org www.prioratentendobellat.com

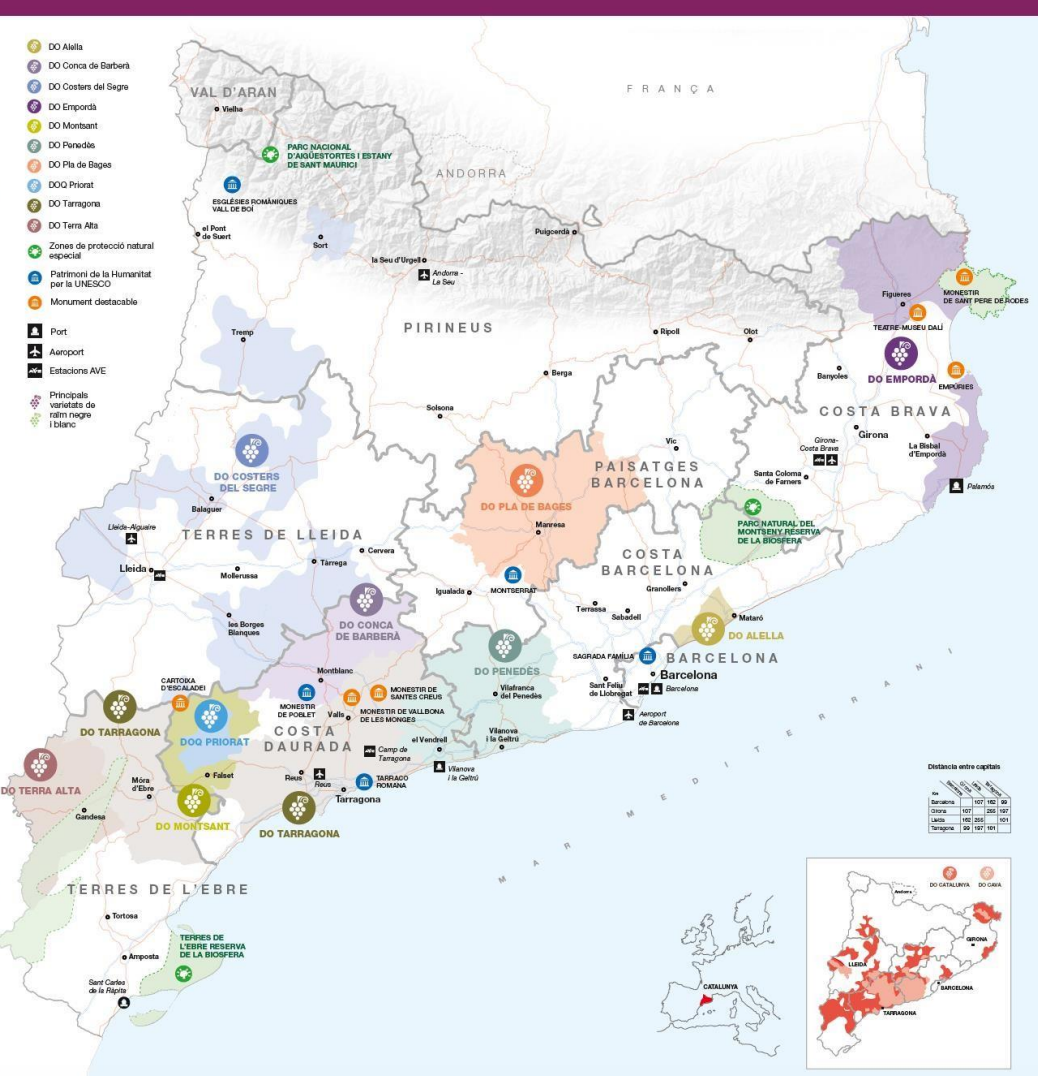
Garnacha, carinyena ○○○○○○○○



DO Terra Alta
Temple de la garratxa blanca
Terra de paisatges pissarans i de torro mediterrani d'interior on els monjes temples ja cultivaven la vinya al segle I. Les seves condicions són especialment òptimes per a la garratxa blanca, varietat estrella amb una personalitat que es preserva en vins de gran qualitat. Disposa d'una interessant oferta enoturística amb dos espectaculars castells del XI.

www.terraalta.org www.doterraalta.com

Garnatxa blanca ○○○○○○○○



EMILIANA
ORGANIC VINEYARDS

WINE TOUR

Te invitamos a conocer Emiliana, la viña orgánica de Chile. Nuestros viñedos reflejan nuestra pasión, que es producir siempre la mas alta calidad respetando a las personas y el medio ambiente. Ven a disfrutar, inspírate con nuestra agricultura y vive una experiencia única.

TOUR
DEGUSTACIÓN
ORGÁNICO



TOUR
DEGUSTACIÓN
ORGÁNICO GÊ



EXPERIENCIAS EN
EMILIANA



PICNIC ORGÁNICO



DEGUSTACIONES



RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

CUIDADO DE LA NATURALEZA



323 HECTÁREAS DESTINADAS A LA BIODIVERSIDAD. EN TODOS LOS CAMPOS AL MENOS UN 10% ES DESTINADO A LA BIODIVERSIDAD.



CONTAMOS CON UN VIVERO PARA PROTEGER EL ROBLE Y OTRAS ESPECIES NATIVAS



55,3% DE LA SUPERFICIE CON VED TUVO COBERTERAS PARA SERVICIOS ECOSISTEMICOS



2.598 M3/HÁ
PROMEDIO DE RIEGO DURANTE 2017-2018

GESTIÓN DE RESIDUOS



1.449 TON DE COMPOST FUERON ELABORADOS A PARTIR DE LOS RESIDUOS ORGÁNICOS ENOLÓGICOS



7.841 KILOS DE PAPEL Y CARTÓN REICLADOS



2.722 KG DE PLÁSTICO REICLADOS



7.520 KILOS DE VIDRIO REICLADOS, EQUIVALENTES AL 100% DE NUESTRAS MERMAS

SUSTENTABILIDAD

El cuidado de la naturaleza y la preocupación por el cambio climático han sido y serán siempre prioritarios para nosotros. Temas que son abordados de manera consecuente a través de diversas prácticas.

El compromiso y respeto con nuestros trabajadores y la comunidad, son nuestros valores principales en Emiliana. Contribuir siempre en mejorar la calidad de vida de la comunidad local y de la sociedad, es esencial.

PRÁCTICAS
SUSTENTABLES



RESPONSABILIDAD
SOCIAL

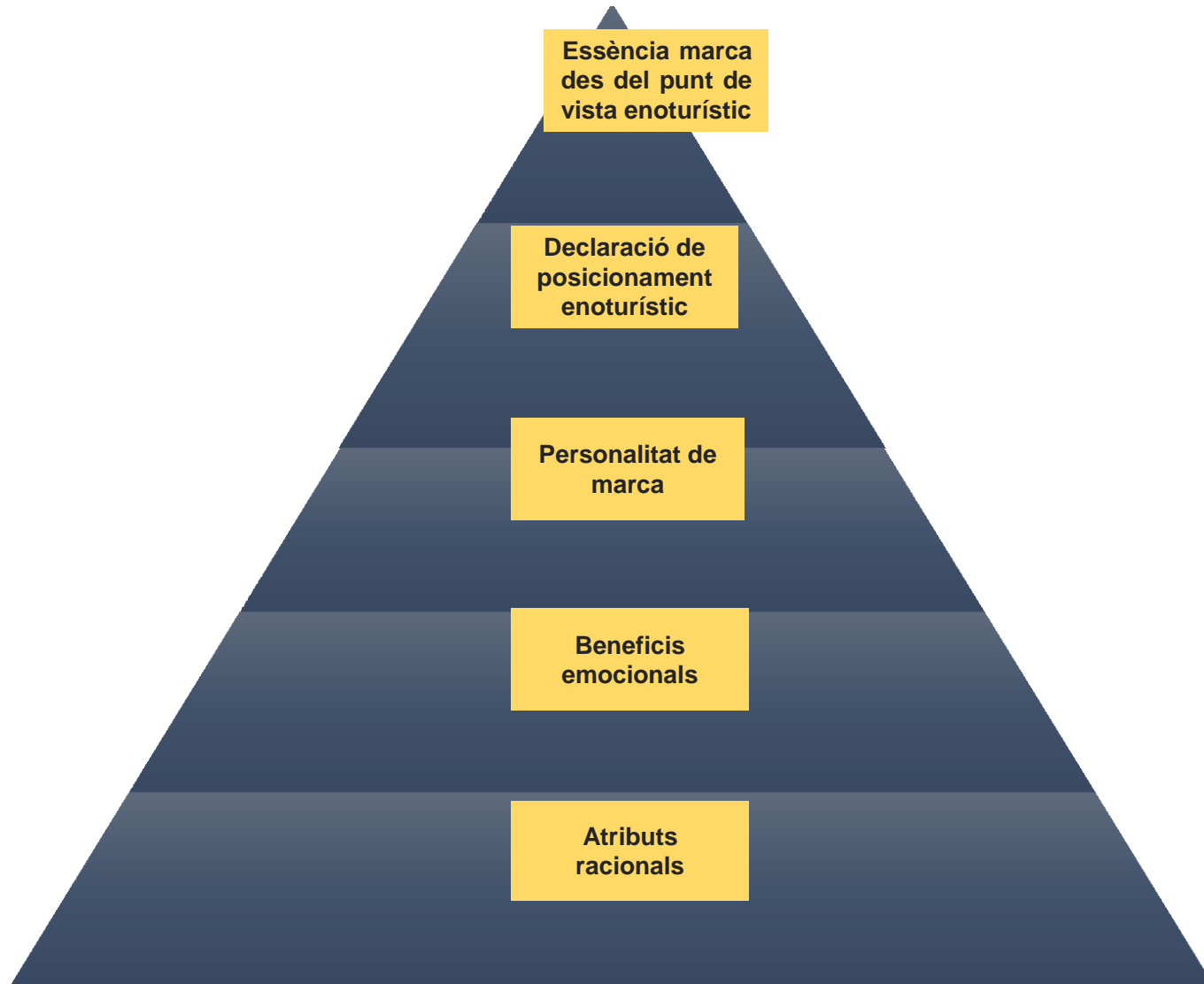


CERTIFICADOS



REPORTES





© MARC CASTELLEI



© INFOTUR

DO Pla de Bages

Un patrimoni vitivinícola únic

Compta amb un patrimoni vitivinícola únic a Europa. Es tracta de milers de barraques i tines de pedra en sec, de gran bellesa i simplicitat, que els agricultors van construir antigament per vinificar a peu de vinya. Un testimoni del vigor que el cultiu de la vinya ha tingut en aquesta denominació, que actualment és una petita zona productora de grans vins.

📄 www.bagesterradevins.cat 🍷 www.dopladebages.com

  Sumoll, mandó,
picapoll





∞ PATRIMONI del Bages ∞

Descobreix aquest patrimoni amb les nostres experiències

LES TINES A PEU DE VINYA

Les tines són construccions utilitzades per produir el vi, i que al llarg de la història han anat utilitzant-se en diferents formes i materials. Les tines de pedra són l'evolució de la tina de fusta i follar, on el follar servia per aixafar el raïm i la tina era on es fermentava el most.

És a finals del segle XVI i sobretot del segle XVII quan la construcció de la tina de pedra queda estesa arreu de la comarca. Un sol recipient feia les dues funcions, a la part superior de la tina s'hi col·locaven unes fustes anomenades posts on s'hi abocava el raïm i es trepitjava, i ben aixafat s'apartava una de les fustes i es feia caure tot cap a l'interior de la tina. Un cop fermentat, s'extreia una sortida a la part inferior anomenada la boixa.



Les tines normalment es construïen als masos, i durant la verema servien per elaborar el vi de tota la terra pertanyent al mas. Al Bages, degut a la concessió de porcions de terres als "rabassaires", nom que ve donat pel tipus de contracte "a rabassa morta", i a l'exploració de vinyes cada vegada més allunyades dels masos, van aparèixer les tines a peu de vinya. Tenien la peculiaritat que eren fetes a peu del tros, aprofitant normalment un desnivell del terreny on fos fàcil abocar el raïm per la part superior i buidar-la per la part inferior, cosa que permetia reduir els costos del transport de raïm. D'aquesta manera només s'havia de transportar el vi o vendre'l a peu de tina als traguers.

La boixa gairebé sempre estava protegida per una barraca que es tancava amb pany i clau, però això no assegurava que la feina de tot un any no es veiés afectada per algun robatori

Podem trobar dues tipologies de construcció, la tina solitària i el conjunt de tines. La primera fa referència clarament a la tina d'un rabassaire que menava una vinya en aquell indret. La segona era una tipologia de construccions col·lectives, on

cada tina era propietat d'un rabassaire, però que es construïren conjuntament.

Desconeixem si es feien juntes per donar més consistència a l'edificació o per abaratir costos en la seva construcció, ja que no s'ha trobat cap documentació que ho especifiqui, però la realitat és que aquests conjunts han esdevingut un patrimoni de valor incalculable tant per la història que expliquen com per la seva imponent bellesa.



Informació i fotografies: Jaume Plans

ELS CUPS MEDIEVALS



Podríem afirmar que són el primer indici conegut de vinificació a peu de vinya, comparable a les "tines enmig de les vinyes" de pedra seca.

L'ús dels cups s'inicia al segle XIV i s'estendrà fins al segle XVII. Es tracta d'uns grans forats excavats



CAMINS DE VI

"camina la vinya d'Artés"

PREU 17€



RUTA DE LES TINES AMB TAST DE VINS I DINAR

"Descobreix alguna de les joies que amaga el Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac"

PREU 39.50€



SANT BENET I LES TINES DEL LLOBREGAT

"un trekking familiar per conèixer l'entorn de Sant Benet, el passat vitícola de la comarca i la història del monestir"

PREU 49.50€



LA RUTA DE LES TINES I MURA ENTRE SETMANA

"un viatge a la història rural d'un territori"

PREU 45€



LES CASAS DE MATAMARGÓ

"una viatge apassionant i evocador a la nostra història rural"

PREU 10€



LA RUTA DE LES BARRAQUES DE VINYA AL CELLER ABADAL

"les barraques de vinya, el fil conductor d'una passejada entre les vinyes d'un gran celler"

PREU 18€



DESCOBREIX LES TINES DEL PONT DE VILOMARA I LA BAUMA ROJA

"Descobreix el Bages més salvatge a la recerca de les tines més amagades i insòlites"



RUTA DE LES TINES AMB TAST DE VINS

"el tast a les tines"

MOLTS VINS TENEN ALGUNA COSA PER EXPLICAR.
PERÒ MOLT POC TENEN DARRERE UNA HISTÒRIA COM LA DE JEAN LEON



1928

Àngel Ceferino Carrión Madrazo (el seu veritable nom) neix a Santander el 28 d'abril de 1928. Els seus pares, Antonio Carrión i Àngeles Madrazo, van tenir nou fills: Consuelo, José, Conchita, Ceferino, Angelines, Francisco, Juan Bautista, María del Carmen i Ania María.



1928 ○

1941 ○

1947 ○

1948 ○

1949 ○

1950 ○

1951 ○



Utilitzem cookies pròpies i de tercers per analitzar i personalitzar la navegació. Si continua navegant accepta el seu ús:

[D'acord](#)

[Read more](#)

VISITA TEATRALITZADA

COMPARTeix AMB JEAN LEON ELS SECRETS DEL SEU SOMMI AMERICA

Descobreix el nostre celler gràcies al seu protagonista, Jean Leon. El mateix et guiarà fins a les profunditats del celler mentre explica tots els secrets del seu particular sommi americà.

INCLOU

- Visita guiada pel celler
- Degustació de 3 Vins de Finca

Visita disponible en català, castellà i anglès.

[RESERVA ARA](#)

De 15 a 30
persones
Consultar per a grups inferiors
o superiors

DURACIÓ
1 hora i 30 minuts

TEMPORADA
Tot l'any





#3. Oferta estructurada i competitiva de visita a cellers amb proposta de valor

UNA OFERTA AMB PROPOSTA DE VALOR



Adreça	Mínim / Màxim visitants	Enoturisme cultural
Dies de visita	Vins degustació	Enoturisme gastronòmic
Cal reserva prèvia	Tastos exprés	Enoturisme familiar
Horaris de visita	Vins 100% garnatxa blanca	Bike&wine
Durada	Vins ecològics	Enoturisme Vinyes
Preu	Num. ampelles	Enoturisme per apassionats del vi
Restaurant	Visita vinyes	



19 CELLER FRISACH
Ar. Terra Alta, 32
43784 Corbera d'Ebre
Tel.: 977 421 215 / 696 023 617
www.celler-frisach.com
GPS: -

1 h 30 m

1 mín. 30 mín. 3

100% garnatxa blanca 70.000 +4 €

Tipus d'activitat:

Preu: 8 €



20 CELLER PINELL DE BRAI
Catedral del Vi / Celler modernista
C. Filadelfia, 8 - 43804 Pinell de Brai
Tel.: 977 426 234
www.catedraldelvi.com
GPS: -

2h-2h12

1 mín. 2h 4h

Tipus d'activitat:

Preu: 6,50 €
de 2 a 4 € + et a oportu
de 4 a 6 € + et a oportu



01 ALTAVINS VITICULTORS
Ctra. Vilalba dels Arcs, s/n
43786 Batea
Tel.: 977 430 086 / 646 977 464
www.altavins.com
GPS: 41.054052000 N 0.314698000 E

02 CELLER DE BATEA
C. Moil, 30
43786 Batea
Tel.: 977 430 066
www.cellerbatea.com
GPS: 41.03665, 0.31111



17 BARBARA FORÉS
C. Santa Anna, 28
43780 Gandesa
Tel.: 977 42 01 60
www.cellerbarbaratovos.com
GPS: -



18 HERÈNCIA ALTÉS
Finca Lo Grau de l'Inquisidor
Ctra. R-430, km. 798
43780 Gandesa
www.herenciaaltés.com
GPS: 41° 37' 29" N - 0° 23' 43.53" E



Enoturisme cultural



Visita al celler i nucli antic de Batea

Experiència per conèixer els orígens d'un poble on el vi sempre ha tingut alguna cosa a dir. La visita acaba al celler amb un tast de vins.

Altavins Viticultors

€ 10€
🕒 1h 30'
👤 2-30 persones
📅 Reserva prèvia

La Fou

€ 15€
🕒 2h 30'
👤 2-20 persones
📅 Reserva prèvia (24h)

Relats al caliu del vespre

Celler Menescal (amb Terra Enlla)

Relats verídics de persones que van participar a la batalla de l'Ebre acompanyats de la degustació d'alguns dels millors vins del celler.

📅 Primavera / Tardor
€ 12€
🕒 2h - 3h
👤 8-20 persones
📅 Reserva prèvia (72h)
www.terraenlla.com

Biberons a Pàndols

Celler Menescal (amb Terra Enlla)

Ruta guiada per alguns dels paratges on es va dur a terme la Batalla de l'Ebre. Acaba amb tast de vins al celler.

€ consultiu
🕒 2 - 3h
👤 4-20 persones
📅 Reserva prèvia (72h)
www.terraenlla.com

Vins a les trinxeres

Celler Frisach (amb Terra Enlla)

Visita guiada al poble vell de Corbera d'Ebre, símbol de la batalla de l'Ebre, i tast de vins a la Cota 402, espai de trinxeres museïtzat.

📅 2 dissabtes al mes (consultiu)
€ 15€
🕒 2h - 2h 30'
👤 4-20 persones
📅 Reserva prèvia (72h)
www.terraenlla.com

La Terra Alta és un autèntic paradís rural per a tots aquells que vulguin descansar i desconectar. S'hi poden trobar **establiments rurals i hotels de qualitat**, a més d'un ampli ventall d'empreses d'activitats per gaudir de la natura,

dels paisatges que van enamorar a Picasso o de la història marcada per la Batalla de l'Ebre.

Més informació:
www.terraaltarural.org

Fires i festes del vi

GENER:

Festa de l'oli nou i el vi novell a Bot
www.bot.altanet.org

SETMANA SANTA:

El vi de la Passió de Vilalba dels Arcs, tast comentat i obertura d'àmfores
www.lapassiodevilalba.com

JUNY:

Eclipsi de la garnatxa blanca (consulta població, canvia cada any)
www.festadelvi.cat

AGOST:

Fira del vi de Batea
www.batea.altanet.org

OCTUBRE:

Festa de la verema a Corbera d'Ebre
www.corbera.altanet.org

NOVEMBRE:

Festa del vi de Gandesa
Mostra de vins DO Terra Alta
www.festadelvi.cat

Més informació a:
www.terra-alta.org

Enoturisme gastronòmic



Visita gourmet

Celler de Batea

Activitat que inclou una visita a les vinyes, al celler i acabar amb un tast de 5 vins maridat amb 5 tapes diferents a la sala de botes del celler.

€ 15€
🕒 3h
👤 8-30 persones
📅 Reserva prèvia

Visita i dinar maridatge

Celler de Batea

Visita al celler i dinar maridatge amb diferents vins del celler al restaurant Miravall de Batea.

€ 30€
🕒 3-4h
👤 2-20 persones
📅 Reserva prèvia

Vins i tapes

Bernaví

Maridatge de vins i tapes en un ambient relaxant, entre vinyes i oliveres, per descobrir el plaer que suposa la perfecta combinació de menjar i beure.

€ 20€
🕒 2h
👤 6-14 persones
📅 Reserva prèvia (1 setmana)

La Catedral amb 5 sentits

Celler Pagos de Hibera Catedral del Vi

Activitat que in clou visita al celler modernista i posterior dinar al restaurant La Catedral del Vi amb productes de temporada.

📅 Caps de setmana i festius
€ 30€ (preu aproximat)
🕒 3 h
👤 mínim 1
📅 Reserva prèvia (recomanable)



Necessites un cop de mà en l'organització?
Contacta amb:

ViOrigen, Experiències enoturístiques

Tastos entre vinyes, visites guiades a cellers, enoturisme amb btt, experiències gastronòmiques, activitats de verema i molt més!

Tel. 669 060 312 - www.viorigen.com



Altavins gastrocultural

Altavins Viticultors

Experiència completa al poble de Batea que comença amb una visita al celler i tast de vins seguida d'una ruta pel poble i un dinar al restaurant Miravall maridat amb vins del celler.

€ 35€
🕒 Mig dia
👤 2-30 persones
📅 Reserva prèvia

Tast de vins i clobxa

Celler Frisach

Dinar típic dels pagesos de la zona amb degustació comentada dels vins del celler.

📅 oct-maig, Cap de setmana
€ 25€
🕒 Mig dia
👤 mínim 6
📅 Reserva prèvia (1 setmana)

Esmorzars entre vinyes

Celler la Botera

Visita al celler amb tast de vins complementada amb un esmorzar de pagès a la vinya per gaudir de les vistes a les vinyes i al territori. (Esmorzar de brasa)

€ 18€
🕒 2h 30'
👤 mínim 2
📅 Reserva prèvia

Visita i menú maridatge

Sant Josep Vins

Activitat que combina la visita i tast de tres vins al celler amb un menú maridatge de temporada en un restaurant local (dinar o sopar).

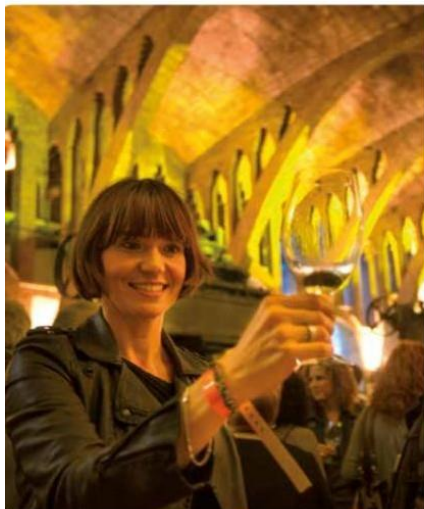
€ 31,50€
🕒 Mig dia
👤 mínim 4
📅 Reserva prèvia

Degustació de vins amb tapes

Sant Josep Vins

Proposta enogastronòmica per degustar els vins del celler amb una selecció de tapes.

📅 Tots els dies, matí o tarda
€ 6€
👤 mínim 4
📅 Reserva prèvia



Enoturisme familiar



Visita en família a la Catedral del vi

Celler Coop. de Gandesa

Visita guiada al celler modernista per als adults i tallers vinculats al món del vi per als nens. Al final, tast de vins i most per a tots.

€ 4€/nen, 6€/adult

🕒 1h 30'

👤 Mínim 5 nens

📅 Reserva prèvia (1 setmana)

Pack familiar a la Catedral del Vi

Celler Pagos de Hibera Catedral del Vi

Activitat que inclou la visita al celler modernista amb activitats per a nens, dinar per tots al restaurant La Catedral del Vi i obsequi per als participants.

🍷 Caps de setmana i festius

€ 35€/adult, 20€/junior, 10€/infant

🕒 3h

👤 Mínim 1

📅 Reserva prèvia

Descobreix el vi a través dels sentits

Celler Arnulf

Visita guiada al celler per als adults i taller de pintura amb vi per als nens. En acabar, tast de vins i most compartit.

🍷 Setmana Santa, Nadal i estiu

€ 15€ (nens gratis fins a 14 anys)

🕒 1h 30'

👤 mínim 1 adult/1 nen, màxim 6 adults/6 nens

📅 Reserva prèvia

Edetària en família

Celler Edetària

Visita al celler perquè petits i grans gaudim de tot el que el món del vi els pot ensenyar. S'aprendrà a identificar plantes aromàtiques de la Mediterrània i després identificar aquestes aromes als vins.

€ 15€/adult, 6€/nen

🕒 1h 30'

👤 5-10 persones

📅 Reserva prèvia



Enoturisme actiu



Bicicleta entre vinyes

Celler Arnulf

Activitat que comença amb una ruta en bicicleta tradicional o elèctrica entre vinyes i pel nucli antic de Batea i acaba amb la visita al celler i tast de vins.

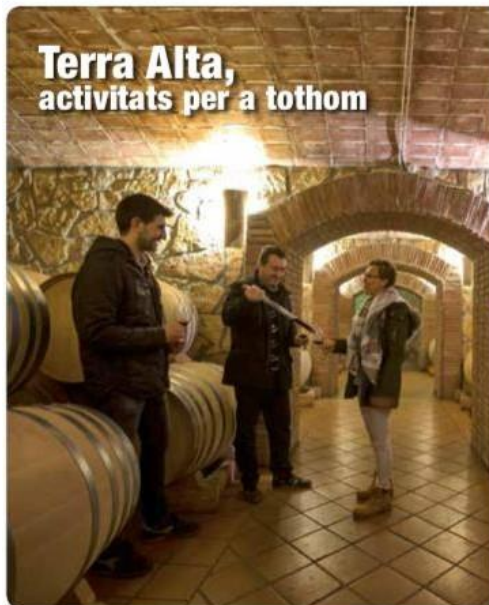
€ 20€ (bicicleta tradicional) 25€ (bicicleta elèctrica)

🕒 2h

👤 4-10 (*Bici elèctrica màxim 8 pers.)

📅 Reserva prèvia (1 setmana)

Terra Alta, activitats per a tothom



Enoturisme per als apassionats del vi



Secrets de Bernavi

Celler Bernavi

Visita tècnica amb els tres 'Bernavins' per descobrir els secrets que marquen l'elaboració artesanal i personal de Bernavi. L'activitat acaba amb un tast ampliament comentat.

€ 15€

🕒 2h

👤 mínim 6 persones

📅 Reserva prèvia

Visita amb enòleg

Vins de Tros

Visita per als apassionats del vi que vulguin endinsar-se en el món de la viticultura i conèixer aspectes tècnics sobre l'elaboració del vi.

€ 12€

🕒 1h 30'

👤 2-12 persones

Visita amb enòleg

Celler de Batea

Una mirada tècnica al procés de producció dels vins del celler cooperatiu de Batea.

€ 6€

🕒 1h 30' - 2h

👤 mínim 2 persones

Curs d'iniciació al tast de vins

Menescal

Nocions bàsiques per aprendre a obrir, servir i tastar els vins.

€ 15€

🕒 2h

👤 mínim 4 persones

📅 Reserva prèvia (mín. 3 dies)

Enòleg per un dia

Coma d'en Bonet

Tast de 6 vins (dipòsit, barrica i ampolla), per tal d'interpretar l'estat de les diferents elaboracions i reconèixer noves sensacions tot acompanyat amb un aperitiu típic de la Terra Alta.

€ 12€

🕒 2h

👤 5-10 persones

📅 Reserva prèvia

Tastos verticals i de varietats

Sant Josep Vins

Tastos comentats per aprofundir en les singularitats dels diferents vins que elabora el celler.

€ 15€

🕒 1h 30'

👤 màx. 25 persones

📅 Reserva prèvia

No marxeu sense assaborir...

La gastronomia terraltenca

La cuina de la Terra Alta és una cuina d'arrels i de tradició que manté el producte local com a base del seu receptari.

Carns com el porc, el corder o el conill o productes costers com els ganyims, l'abadejo (bacallà) o les sardines de casco formen part inseparable de la memòria gastronòmica de la comarca i de les seves creacions més genuïnes. La clotxa, tot un clàssic del pagès de la zona, n'és un dar exemple.

I no s'entendria la cuina terraltenca sense l'oli, un element innegable de la cultura gastronòmica de la Terra Alta. La comarca ofereix diferents propostes d'oleoturisme per descobrir-ne tots els seus secrets.

www.terra-alta.org

Els paisatges

Un recorregut audaç de les principals zones de la Terra Alta que ofereix vistes panoràmiques i maneres de fer que aconsegueixen tot allò que la cultura del vi de la Terra Alta necessita.

Vinoteca de la Terra Alta

Botiga de vins amb més de 100 referències. Ctra. Vilalba, 31 - 43800 Vilalba. www.doterraalta.com



Con de de allo turis i alt per la T

Turisme Rural

La Terra Alta és un autèntic paradís rural per a tots aquells que vulguin descansar i desconectar. S'hi poden trobar establiments rurals i hotels de qualitat, a més d'un ampli ventall d'empreses d'activitats per gaudir de la natura,

els paisatges que veiem a Picasso o de la història per la Batalla de l'EB

Més informació: www.terraaltarur.com

Fires i festes del vi

Destil·lats i cerveses

Licors Portet 10

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Tel. 973 680 132
Av. St. Miquel del Pul, 4
25500 la Pobla de Segur
info@licorsportet.cat
www.licorsportet.cat

Cervesa CTretze 11

Visita guiada: cal concertar visita prèvia.
Obert el cap de setmana.
Durada: 1 h 30 min
Preu: 10 €/pers. amb tast de cerveses maridat amb formatges i productes artesans de la zona.
Tel. 973 681 234
Av. de l'Estació, 38
25500 la Pobla de Segur
ctretze@ctretze.cat
www.ctretze.cat

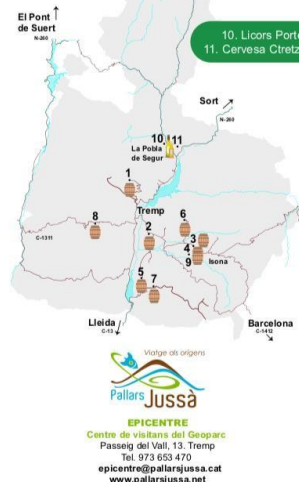
Cellers particulars

El Pallars Jussà té una llarga tradició vinícola que es tradueix en una gran quantitat de cellers a les cases particulars. Cal concertar dia i hora de visita.

Casa Josep (Vilamolart)
Josep Castells Tel. 609 721 563
Casa Pedro (Llimiana)
Ajuntament de Llimiana Tel. 973 650 773
Casa Balart (Talam)
Ajuntament de Talam Tel. 973 650 812
Casa Cándido (Palau de Noguera)
Jordi Pedra Tel. 973 652 211 / 650 950 272
Conjunt etnològic sobre el vi i la vinya.

1. Castell d'Encús
2. Celler Vila Corona
3. Xic's Cal Borrech
4. Terrer de Pallars
5. Mas Garcia Muret
6. Sauvella
7. Celler Miquel Roca
8. El Vinyer
9. Celler Vidavins

Canca de Tremp
Montsec
GEOPARC
al teu gust



Cellers del Pallars Jussà



GASTRONOMIA

VINS I ENOTURISME

CELLER CASTELL D'ENCÚS

Descripció

El Celler Castell d'Encús, a una altitud d'entre els 850 i els 1000 m, compta amb 23 hectàrees de vinyes, de les varietats Riesling, Albariño, Sauvignon Blanc, Sémillon, Pinot Noir, Sirà, Cabernet Franc, Merlot i Petit Verdot.

A les vinyes, les sòls s'empenen productes permessos en l'agricultura orgànica. La verema es fa a mà i en petites caixes de 10kg. La fermentació del vi es fa en tines de fusta i d'acer inoxidable, i en ceps de pedra natural (construïts pels monjos de l'orde dels hospitalers que van viure a la finca del s. XII al XVII). Gràcies a aquests tres materials s'obtenen vins amb tons i matisos molt diferents, i amb una gran complexitat aromàtica.

La producció és molt limitada i procedent exclusivament dels fruits de la finca. El Celler Castell d'Encús es troba dins la DO Costers del Segre.

Informació sobre els serveis

Horari: de 8:00 h a 16:00 h (de dilluns a divendres).

Venda en botigues especialitzades i en botigues de la comarca.

Visites

Horari de visites: cal concertar visita prèvia. Divendres i dissabtes: 11 h.

Durada: 3 h.

Preu: 20 €/pers. amb tast de vins.

Productes

Vins negres: Thalam (Sirà), Acusp (Pinot Noir) i Quest (Cabernet Sauvignon, Sabarnet Franc, Petit Verdot). Vins blancs: Ekam (Riesling) i Taleia (Sauvignon Blanc, Sémillon).

Contacte

Raül Bobet Almenara
Ctra. de Santa Engràcia a Tremp, km 5
25630 Santa Engràcia (Talam)
Tel.: 973 252 974
Correu electrònic: jpinedo@castellencus.com
Web: www.castellencus.com



Castell d'Encús 1

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Divendres i dissabtes: 11 h
Durada: 3 h
Preu: 20 €/pers. amb tast de vins.
Ctra. Tremp a Santa Engràcia, km 5
25630 Talam
Tel. 973 252 974
jpinedo@castellencus.com
www.castellencus.com

Celler Vila Corona 2

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Durada visita: 1 h 30 min
Preu: 8 €/pers. visita a la vinya i al celler amb tast de vi.
Camí dels Nerets
25654 Vilamitjana
Tel. 973 652 638 / 628 452 088
info@vilacorona.cat
www.vilacorona.cat

Xic's Cal Borrech 3

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Primavera i estiu (en altres dates només grups nombrosos entre setmana).
Durada: visita celler 1 h i celler més vinyes 2 h
Preu: 5 €/pers. amb tast de vi i degustació. Es descompta amb la compra de vi.
C/ del Pou, s/n
25655 Figuerola d'Orcau
Tel. 600 350 447 / 628 452 658
info@xicscalborrech.com
www.xicscalborrech.com

Terrer de Pallars 4

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Durada: primavera i estiu: 1 h 30 min (hivern: 1 h)
Preu: 8 €/pers. amb tast celler.
15 €/pers. amb tast al celler amb producte local.
25 €/pers. amb àpat.
C/ del Vent, 28
25655 Figuerola d'Orcau
Tel. 616 701 080
nuria@terredepallars.com
www.terredepallars.com

Mas Garcia Muret 5

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Durada: entre 1 h 30 min i 2 h
Preu: 12 €/pers. amb tast de vins. Nens Gratuït.
Degustació amb preus a convenir.
Ctra. Els Masos de Llimiana, s/n
25639 Llívia
Tel. 610 270 260 / 620 587 316
info@masgarciamuret.com

Sauvella 6

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Durada: 1h 30 min
Preu: tast: 3 vins 9 €/pers. 5 vins 12 €/pers.
Visita al celler: 15 €/pers. tast 3 vins i productes locals. Descomptes per allotjats a la comarca i grups a partir 8 pers. Possibilitat de visita geològica.
C/ Abadía, 6
25655 Orcau
Tel. 973 085 015
sauvella@gmail.com
www.sauvella.com

Celler Miquel Roca 7

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Preu: 8 €/pers. visita amb tast de vins.
Sant Cristòfol de la Vall
25639 Gavet de la Conca
Tel. 625 808 989
cellermiquelroca@gmail.com
www.cellermiquelroca.com

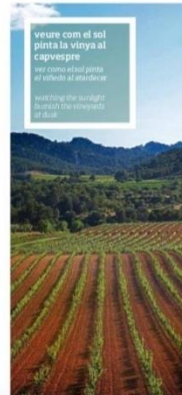
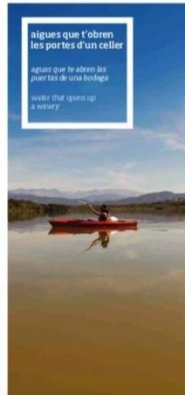
El Vinyer 8

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Durada: 1 h 30 min
Preu: 8 €/pers. visita amb tast de vins.
15 €/pers. visita amb tast de vins i degustació de productes locals, grups de 6 a 12 pers.
Ctra. C-1311 Km. 20
25620 Tremp
Tel. 675 144 513
elvinyer@gmail.com

Celler Vidavins 9

Horari de visites: cal concertar visita prèvia.
Dissabtes, visita oberta a les 13 h.
Durada: 1 h 30 min
Preu: 15 €/pers. amb tast de 3 vins.
Celler Vidavins, Les afores la creu,
25655 Figuerola de Orcau.
Tel. 661 72 35 56
cellervidavins@gmail.com

I molt més...
Fira del vi del Pirineu a Talam
Principis de juny - www.talam.cat



Cellers Bodegas Wineries

1. **Analec**
Ctra a Noya, s/n - 25341 Noya
Tel. 973 300 150
einfo@analec@gmail.com - www.analec.net
2. **Castell del Remei**
Finca Castell del Remei, s/n - 25330 Castell del Remei
Tel. 973 580 200
info@castelldelremei.com - www.castelldelremei.com
3. **Castell d'Encís**
Ctra. Tremp - Santa Eulària, km 5 - 25630 Talser
Tel. 973 252 974
info@castelldencis.com - www.castelldencis.com
4. **Cercavins**
Ctra. LV -208, km 0,500 - 25140 - Verdú
Tel. 973 348 114
info@cercavins.com - www.cercavins.com
5. **Cervoles**
Av. de les Garrigues, 26 - 25471 - La Pobla de Cervoles
Tel. 973 176 029
info@cervoles.com - www.cervoles.com
6. **Clos Pons**
Ctra. LV -703,1 km 4,5 - 25125 L'Albagés
Tel. 973 070 737
info@clospons.com - www.clospons.com
7. **Costers del Sió**
Ctra. Aguilant, km 4,2 - 25600 Balaguer
Tel. 973 424 052
administracio@cosbersio.com - www.cosbersio.com
8. **Lagravera**
Ctra de Tamarit, 9 - 25120 Altarriús
Tel. 973 783 374
info@lagravera.com - www.lagravera.com
9. **L'Olivera Cooperativa**
La Plana, s/n - 25208 Villobona de les Muntanyes
Tel. 973 392 274
oliveracoop@olivera.org - www.olivera.org
10. **Mas Blanch i Jové**
Pol. 9 Parc 128 Paratge Llinars - 25471 La Pobla de Cérvoles
Tel. 973 050 018
info@masblanchiove.com - www.masblanchiove.com
11. **Mas Garcia Muret**
Ctra. Masos de Llimiana, s/n - 25639 Llimiana
Tel. 973 652 748
info@masgarciamuret.com - www.masgarciamuret.com
12. **Matalonga**
C/ Roca, 8 - 25411 Palledà
Tel. 660 840 791 / 628 549 645
matalonga40@gmail.com - www.cellerematalonga.cat
13. **Raimat**
C/ Algars, s/n - 25113 Raimat
Tel. 973 724 000
info@codornis.com - www.raimat.es
14. **Sauvella**
Alroda, 6 - 25650 Cirauqui
Tel. 973 085 015
sauvellag@gmail.com - www.sauvella.com
15. **Tomàs Cusiné**
Pl. Sant Sebastià, 13 - 25457 B. Vilosell
Tel. 973 179 029
info@tomascusine.com - www.tomascusine.com
16. **Vall de Baldozar**
Ctra d'Año de Balaguer, s/n - 25737 Baldozar
Tel. 973 462 205
info@valldebaldozar.com - www.valldebaldozar.com
17. **Vila Corona**
Cant. els Nerets, s/n - 25654 Vilambrosa
Tel. 973 652 636
info@vilacorona.cat - www.vilacorona.cat
18. **Vinya els Vilars**
Cant. Puig Gros - 25140 Arbeca
Tel. 973 149 144
vinyavilars@vinyavilars.com - www.vinyavilars.com

Allotjaments Alojamiento Accomodation

1. **Hotel Balneari de Rocallars**
C/ Algars, s/n - 25208 Villobona de les Muntanyes
Tel. 973 300 612
www.hotelbalneari.com

PRODUCTOR



COMPETITIVITAT FASES VISITA CENTRE PRODUCTOR

	ELEMENTS CLAU DE COMPETITIVITAT	VALORACIÓ
	-	+
PRE-VISITA	Informació de les diferents experiències que ofereix el productor	★★★★
	Accessibilitat de la visita en quan a horaris	★★★★★
	Facilitat de reserva de la visita (reserva on-line)	★★★
	Obtenció dades per adaptar visita a usuari	★
	Confirmació reserva de la visita (compra on-line)	★★★★★

PRINCIPALS RESULTATS

VISITA DEL WEB ABANS DE LA VISITA AL CELLER

50%/50%



VISI
TA

CONeixEMENT DE L'OFERTA I HÀBITS DE RESERVA

ALLOTJAMENT I

TRANSPORT ACTIVITAT

AL CELLER



66%

Per trobar la ubicació del celler



51%

Per buscar informació sobre les activitats en la visita



51%

Per realitzar una reserva



33%

Per saber la duració de la visita



32%

Per fer el pagament d'una reserva



18%

Per saber els horaris d'obertura

ELEMENTS CLAU DE COMPETITIVTAT		VALORACIÓ
CTOR	+	De 1 a 5
RECEPCIÓ	Accessibilitat i senyalització	★★★★
	Entrega tiquets de la visita	★★★★
	Espais de recepció	★★
	Recepció por part del guia	★★
VISITA CELLER	Adaptació del discurs al perfil del visitant - personalització	★
	Atractiu arquitectònic	★★★★★
	Elements de sorpresa durant la visita	★★★
	Storytelling	★★★★
	Interacció del guia amb el grup de visitants	★★★★
	Visita camp	★★
	Espai de degustació	★★
	Explicació producte durant degustació	★
	Possibilitat de degustar més productes	★
	Pica – pica acompanyant el tast (en cas oli i vi...)	★
	Idiomes visita	★
	Interès de la visita	★★★★
	Transmissió valors de la marca	★★

PRODUCTOR

	ELEMENTS CLAU DE COMPETITIVITAT	VALORACIÓ
	- +	De 1 a 5
BOTIGA	Espai botiga	★★★★★
	Possibilitat de degustar altres productes	★★★
	Assessorament per part de personal especialitzat	★★★★
	Venta de merchandising	★★★★★
	Ubicació botiga	★★★
POST-VISITA	Enquesta de satisfacció	★
	Obtenció dades visitant per a realitzar accions de màrqueting	★
	Enviament newsletter fidelització	★



#4_ La hipersegmentació del mercat

1

GEOGRÀFICA

2

SOCIODEMOGRÀFICA

3

MOTIVACIONAL

4

PER ESTILS DE VIDA

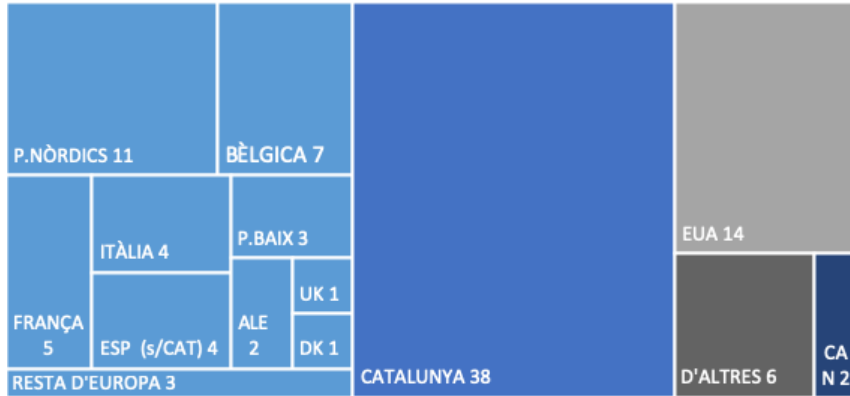


Perfil dels visitants als cellers de Catalunya



Pes (%) dels visitants a cellers de Catalunya segons origen

■ Domèstic ■ Amèrica ■ Europa ■ Amèrica ■ D'altres




NIVELL DESPESA SEGONS MERCAT	PROMIG DESPESA L'ACTIVITAT	PROMIG DE LA DESPESA REALITZADA EN BOTIGA
CATALANS	16 €	17 €
RESTA D'EUROPA	22 €	31 €
EUA	25 €	31 €




Amants

ASOCIACIÓN TURÍSTICA ARABAR-ERRIOXA
RUTA DEL VINO RIOJA-ALAVESA


UN VIAJE POR RIOJA ALAVESA




Pasión por el Vino 

ASOCIACIÓN TURÍSTICA ARABAR-ERRIOXA
RUTA DEL VINO RIOJA-ALAVESA

UN VIAJE POR RIOJA ALAVESA

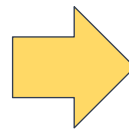


Con amigos 

4

PER ESTILS DE VIDA

Utilitzem com a criteris les creences, els valors, les formes de vida...
Ens dirigim a persones que necessiten **connectar amb la família, amb ells mateixos, amb la natura...**





VisitFinland.com

EXPERIENCIAS

DESPLAZARSE HACIA
ABAJO

RELAJACIÓN

Con la prisa y el estrés de la vida moderna, las rarezas son lo que más valoramos, tales como el espacio, la tranquilidad y el tiempo.

LÁNZATE A LA AVENTURA

Para ser verdaderamente libre, todo lo que necesitas es la naturaleza virgen y un toque de locura en tu sangre.

LATIDO CULTURAL

El contraste es el ingrediente principal en la vida cultural finlandesa, probablemente porque todo se ve y suena diferente desde nuestra perspectiva del norte.



#5_ Innovar en la concepció de nous productes orientats a la demanda

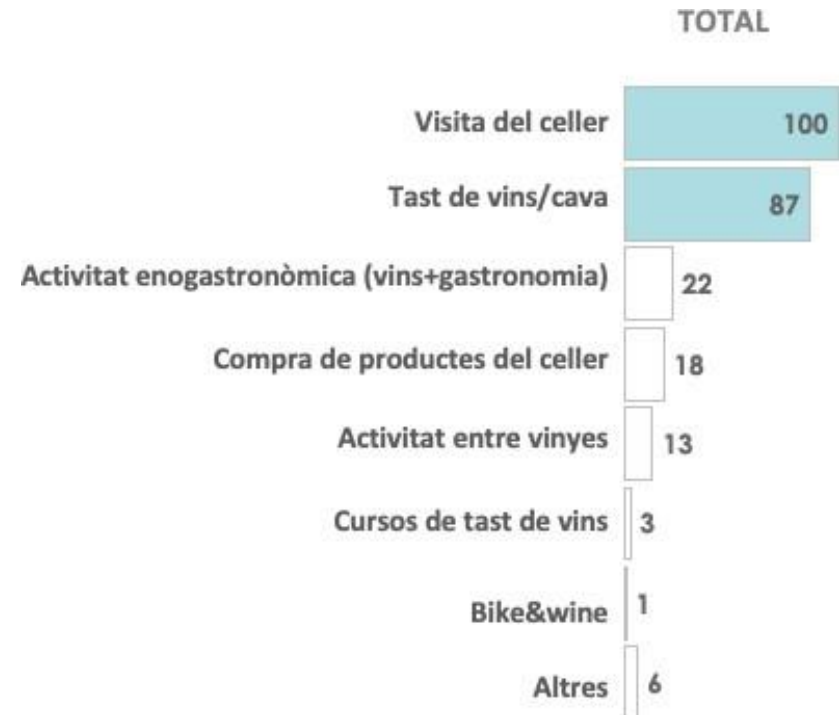
PIRÀMIDE NECESSITATS – TEORIA MASLOW

EXPERIÈNCIA VIATGE

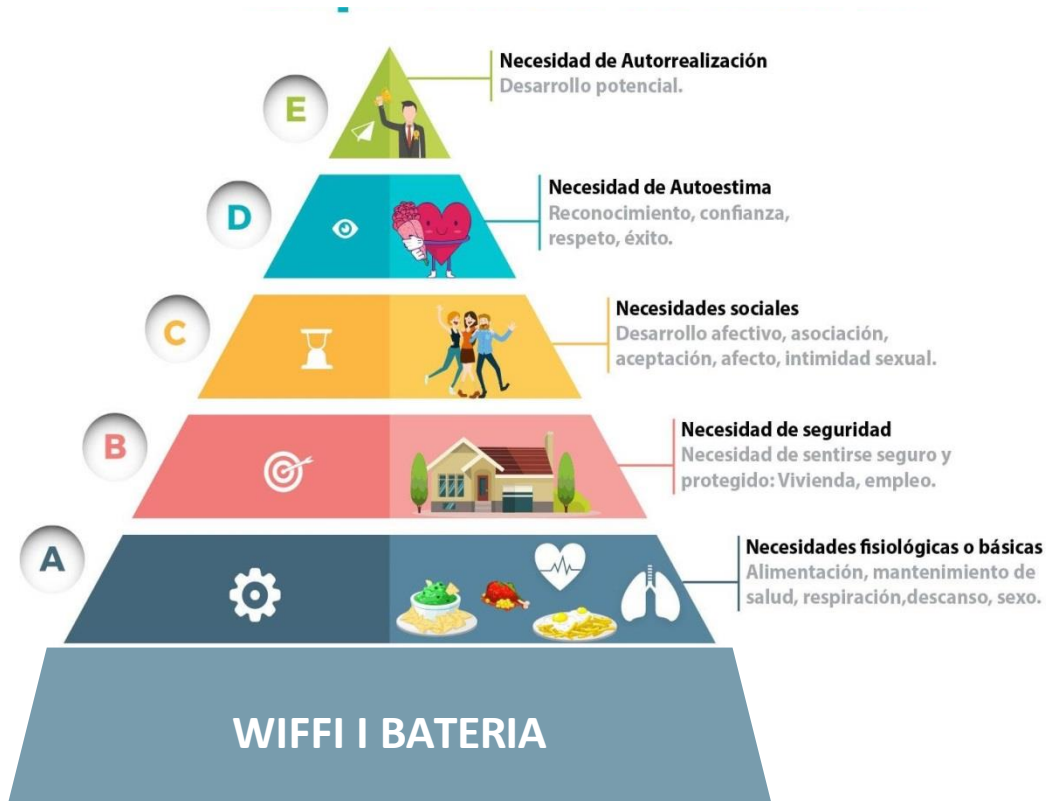


EXPERIÈNCIES MEMORABLES

- ❖ ofereixen un **caràcter autèntic, diferencial, innovador**,
- ❖ desenvolupen un entorn o **escenari singular**,
- ❖ presenten un **accés limitat**,
- ❖ permeten la **socialització o interacció** amb el entorn,
- ❖ promouen un **alt potencial d'aprenentatge**,
- ❖ compten amb un **caràcter temàtic**,
- ❖ ofereixen **diversió, relaxació o evasió**,
- ❖ provoquen una "**descàrrega d'emocions**",
- ❖ **integren** recursos del **territori**, i
- ❖ **inclouen** elements **tangibles** o de record que s'emporta el client.



PIRÀMIDE NECESSITATS – TEORIA MASLOW



EXPERIÈNCIA VIATGE





☀️ 20° ^

♥️ (0) Trip Plan ^

🔍 Search ^

🌐 English ^

Book Now

Wine

Food

Visit

Events

Experience

Engage

Barossa Trust Mark

Wineries Search

Barossa Chapters

Barossa Grounds

Barossa Vintage Reports

Barossa Wine History

Barossa Old Vine Charter

Barossa GI Zone

Barossa Wine Show

Barossa Wine School

Barossa Wine Auction

Barossa Wine Trails

Wineries and Cellar Doors
with Free WiFi

Publications

Barossa Wine Resources

Home / Wine / Wineries

Wineries

Enjoy FREE WiFi at the following Barossa wineries and cellar doors:

enjoy **free wi-fi** at these
Barossa wineries & cellar doors

1847 Wines
Artisans of Barossa
Ballycroft Vineyard & Cellars
Barossa Chateau
Brockenack Wines

Henschke
Hentley Farm
Hewitson Wines
Jacob's Creek Visitor Centre
Kaesler Wines

Rosenvale Vineyards
Rusden Wines
Saltram Wine Estate
Seppeltsfield
St. Hugo



WINEFULNESS



Taste Wine Like Never Before.

GET IN TOUCH

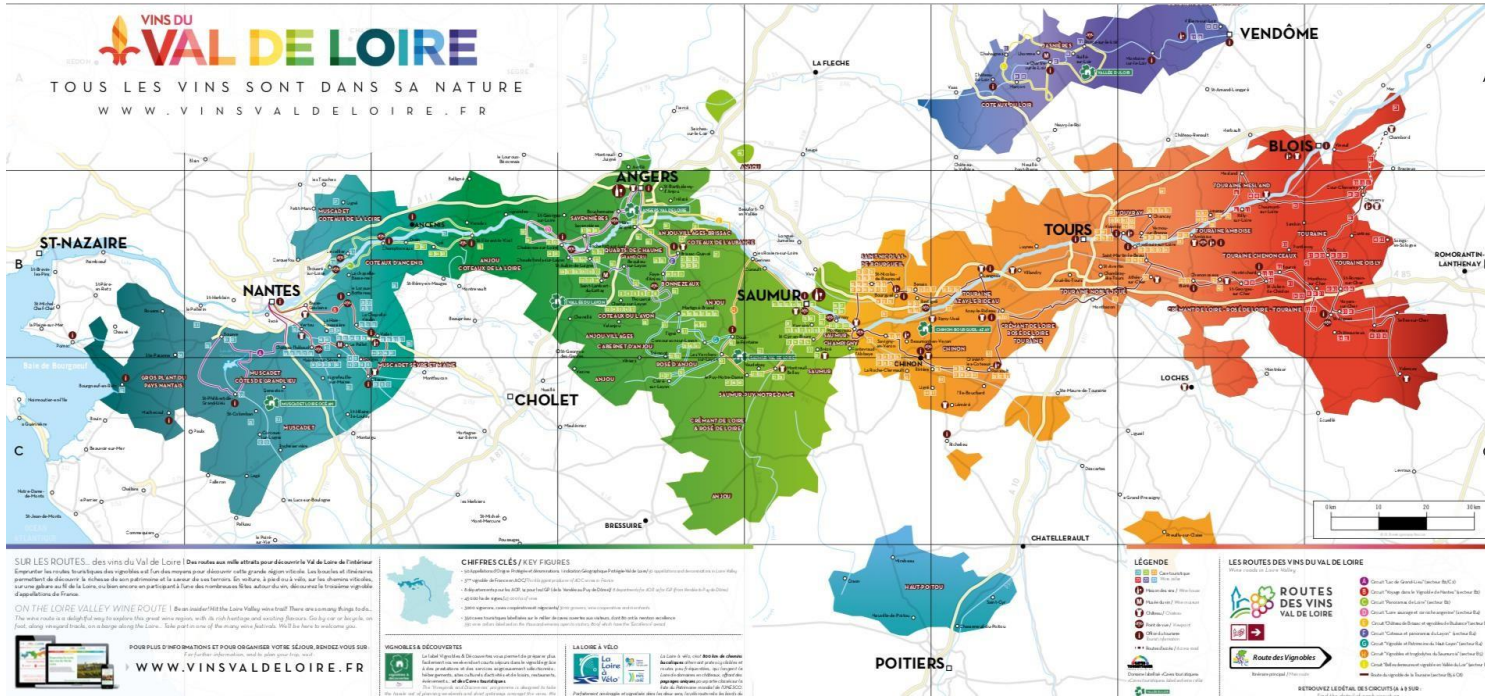
About Us

Applying everyday mindfulness to wine tasting is a match made in heaven. For those who don't have enough time to meditate, this is for you! Learn the foundations of mindfulness followed by a practical application of mindful wine tasting. Enjoy in the comfort of your event location or a beautiful cellar door, it's your choice. A unique activity that not only contributes to skill-set, but offers a salvation from the day-to-day stressors that can lead to significant losses in productivity and performance. Yes, you read it here, mindful wine tasting can be a component of your well-being program!

MORE INFO



<https://www.winefulness.com.au>



TENDÈNCIES CONSUMIDOR AL VOLTANT EXPERIÈNCIA VISITA A UN CENTRE DE PRODUCCIÓ

VISITA PER CONÈIXER EL
PROCÉS ELABORACIÓ VI



EXPERIÈNCIA I HISTÒRIA VINCULADA A
UNA MARCA

PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE



EXPERIÈNCIES AL VOLTANT DEL PRODUCTE

INFORMACIÓ CORPORATIVA



STORYTELLING

D'ESPECTADOR DE L'EXPERIÈNCIA



A ACTOR DE L'EXPERIÈNCIA

VISITA ESTANDARD



VISITA PERSONALITZADA

EXPLICACIÓ CIENTÍFICA -EDUCATIVA



EDUTAIMENT





TOURISLAB[®]
Innovació i dinamització turística

MOLTES GRÀCIES!



Treure el cap en un món atapeït

Possibles estratègies comercials per a un petit celler de muntanya.

Dr. Jaume Gené Albesa

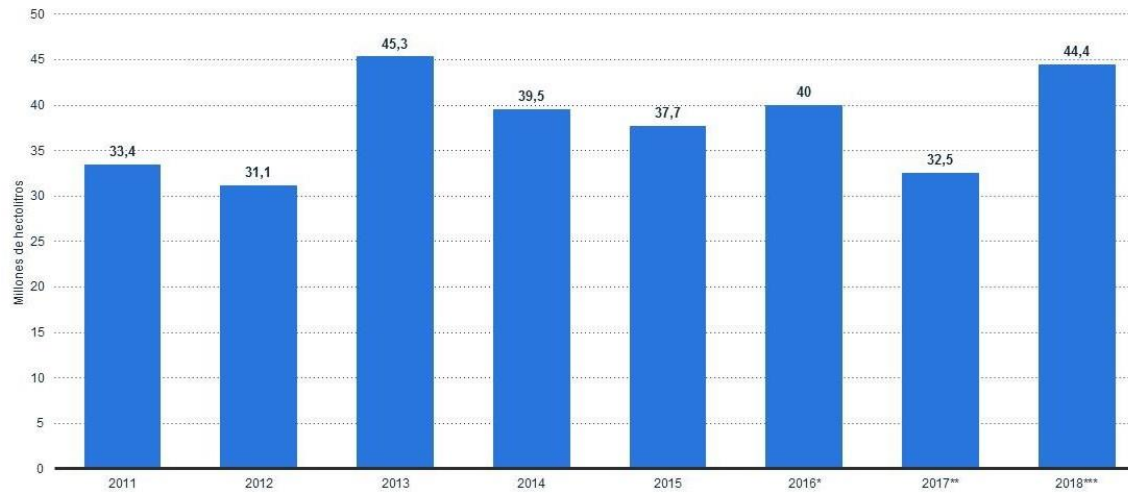
Comercialització i Investigació de Mercats de la URV

jaume.gene@urv.cat

<http://www.jaumegene.com>

Evolución anual del volumen de vino producido en España desde 2011 hasta 2018 (en millones de hectolitros)

Producción anual de vino en España en 2011-2018



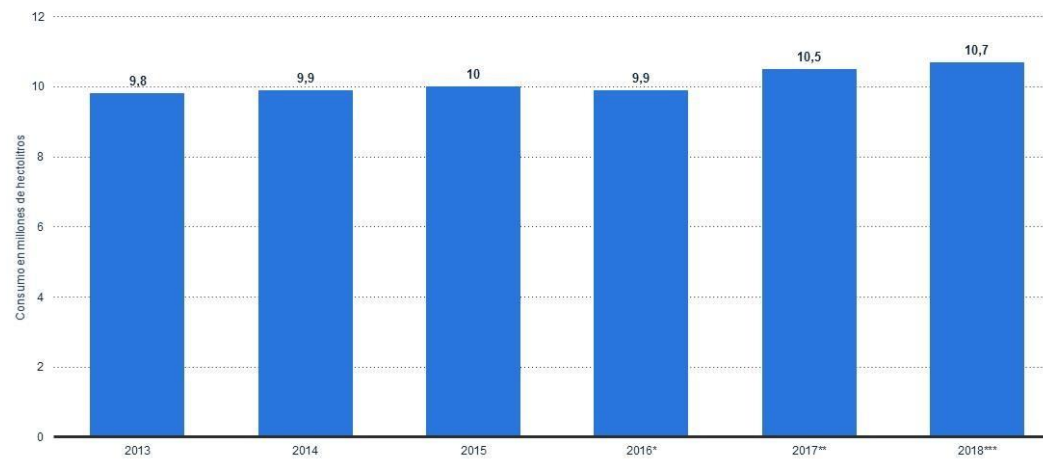
Notas: España; 2011 - 2018; mosto y zumos no incluidos
Hay disponibles más datos y comentarios sobre esta estadística en la [página 58](#)
Fuente(s): OIV; [D_476330](#)

21

[Bodegas y empresas: producción y comercio](#)

Consumo anual de vino en España entre 2013 y 2018 (en millones de hectolitros)

Consumo anual de vino en España 2013-2018



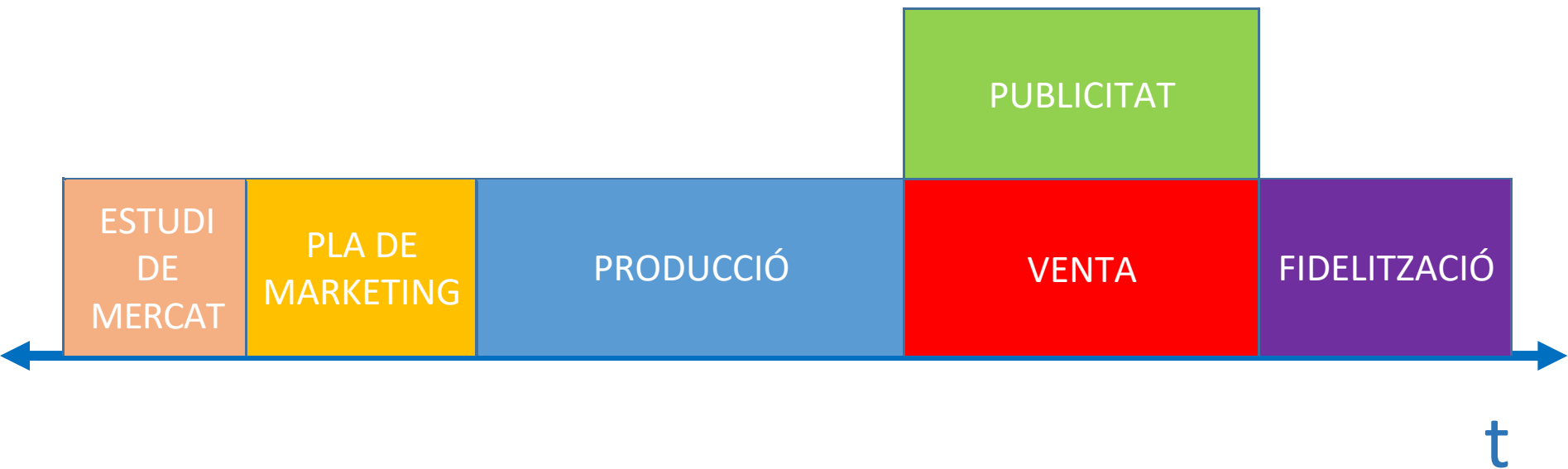
Notas: España; 2013 - 2018
Hay disponibles más datos y comentarios sobre esta estadística en la [página 62](#)
Fuente(s): OIV; [D_506660](#)

26

[Consumo nacional de vino](#)

Quan anem a vendre vi pel mon, no ens están esperant.





ESTUDI DEL CONSUMIDOR

CONSUMIDOR

Experto

- Los criterios de decisión de compra pueden ser intrínsecos: varietal, modo de fermentación, envejecimiento .
- Puede hacer un esfuerzo de búsqueda visitando tiendas exclusivas de vinos.

No experto

- No puede reconocer las características del vino.
- Los criterios de decisión de compra son extrínsecos: precio, marca, embalaje, zona ...
- Sigue la moda y las nuevas tendencias.
- Se basa en prescriptores y líderes de opinión.



CONSUMIDOR

Clásico, tradicional

- Enganchado a algún tipo de vino o marcas.
- Falta de curiosidad, no está dispuesto a correr el riesgo de probar nuevas ofertas.

Curioso

- Emocionado por descubrir, experimentar y conocer diferentes ofertas.
- Interesado en el vino y todo lo que lo rodea.
- El mundo del vino es su hobby.



féminalise

LE CONCOURS

Gay Wine Weekend

July 20 - 22, 2018
Sonoma

Limited Number VIP
Blind Tasting Passes
On Sale Now.



OUT IN THE VINEYARD

The Big Gay Wine Cruise

Saturday, April 2, 2016
Hornblower San Francisco
7pm Pier 3

Tickets @ www.OutInTheVineyard.com

GENOMA DEL CONSUMIDOR DEL VINO EN ESPAÑA

24 de noviembre de 2009

Angel Garcia

Existen seis tipologías de consumidores de vino perfectamente diferenciadas.



TRADICIONAL



URBANITA INQUIETO



TRENDY



RUTINARIO



OCASIONAL INTERESADO



SOCIAL

El comprador català de vi en el canal hipermercats i supermercats

Dr. Jaume Gené
Prof. Christophe Marquet



Tipologies de compradors de

SUPERMERCAT I HIPERMERCAT

- Avis
- Entesos
- Consumidor social

AVIS



- Edat més de 65 anys
- Jubilat
- No coneix les DO menys **populars**
- Beu vi negre
- Té el preu decidit abans d'anar **a comprar**
- No té decidida la DO
- Gasta poc per ampolla

Entesos



- És el grup més nombrós
- Edat entre 35 i 64 anys
- Coneixen be les DO
- Compren els vins més cars
- No beuen vi rosat tampoc vi blanc
- Home
- Empresari o Empleat
- Estudis superiors

Consumidor social



- Gent més jove
- Estudiants
- Dones
- No tenen tanta cultura **enològica**
- bevedors de vi rosat i blanc
- Tenen decidit el preu
- Gasten poc per ampolla



PRODUCTO

Bordeaux



1

Burgundy



2

Hock Wine Bottle



3

Champagne



4

**Bordolese
Cylinder**



Anfora

Marsalses



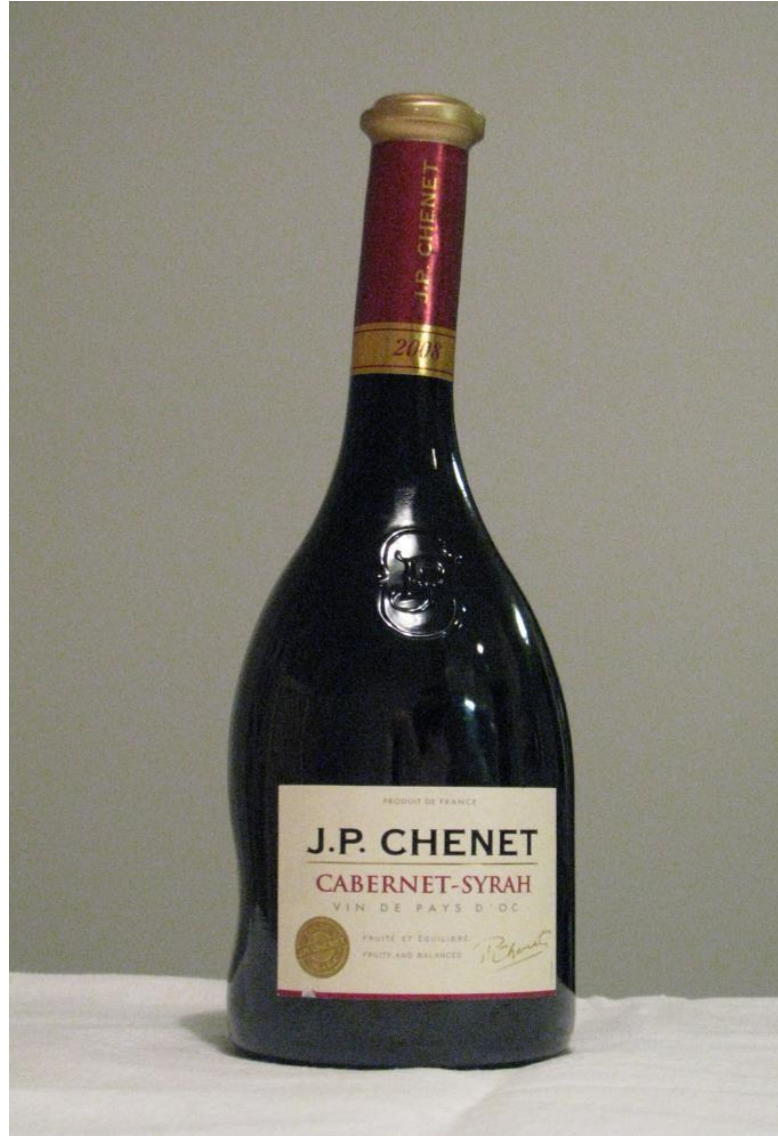
Fiasco

Pulcianella



Porto

Torino



¿FACIL DE COPIAR?



WINE BOTTLE SIZE CHART

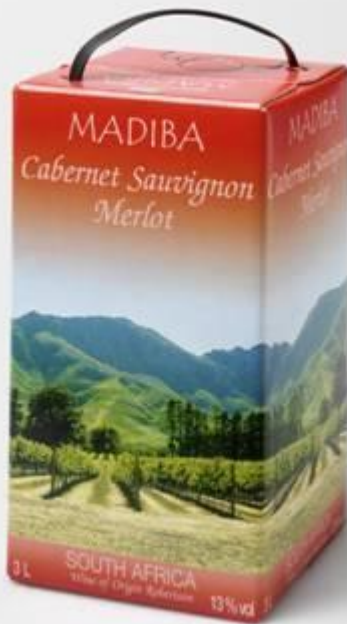
A chart detailing the various wine bottle sizes;
Names and volumes (in liters).

Standard wine bottle = 750 ml / 75 cl





B-i-B



PET BOTTLE



CAN



Bag-without-box



TETRA-PACK



ALUMINIUM




The Next Mommessin Generation

A new way of enjoying Chardonnay with Mommessin.


www.cooldotdot.com




CHARDONNAY GRANDE RESERVE 2006

 **Nose:** Fruity and floral, vivid and fresh with hints of vanilla.

Palate: Dry and easy to drink, fruity with a floral scent. This Chardonnay is friendly, supple and light.

 Ideal as an aperitif, and with grilled fish or shellfish.

Enjoy chilled:
48°F / 8°C

 Mâcon-Villages 100% Chardonnay from Bourgogne, France



Exclusive:
our cooldot® will turn blue when the wine is at its ideal drinking temperature.



very fresh

very floral



• Subtly eye-catching with its shiny and expressive look and is elegant shape



• Recyclable and environmentally friendly.
Aluminum is 100% recyclable, lighter than glass (which means less cost and CO2 emission for its transport), and compactible for recycling.

• Protective and practical
Shatterproof, very handy and easy to open and close with its screw cap, our opaque aluminum bottle protects the wine from UV rays!



mixes





Caves Emblemàtics

ICE

.....

ICE és un cava amb un assemblatge creat especialment per poder prendre amb gel i convertir-se en un mixer perfecte per a còctels.

COMPRAR





Blanc de Bleu

CUVÉE MOUSSEUX







PERSONALWINE



JAUME GENÉ

FAMILY CELLARS

Private Reserve





Titulo nobiliario





Castillos y torres

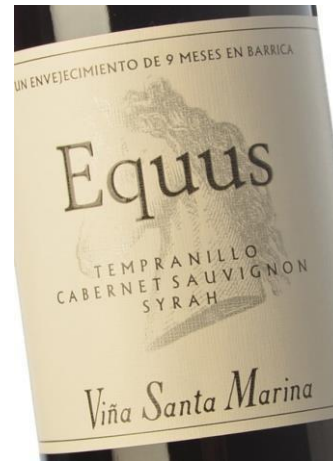


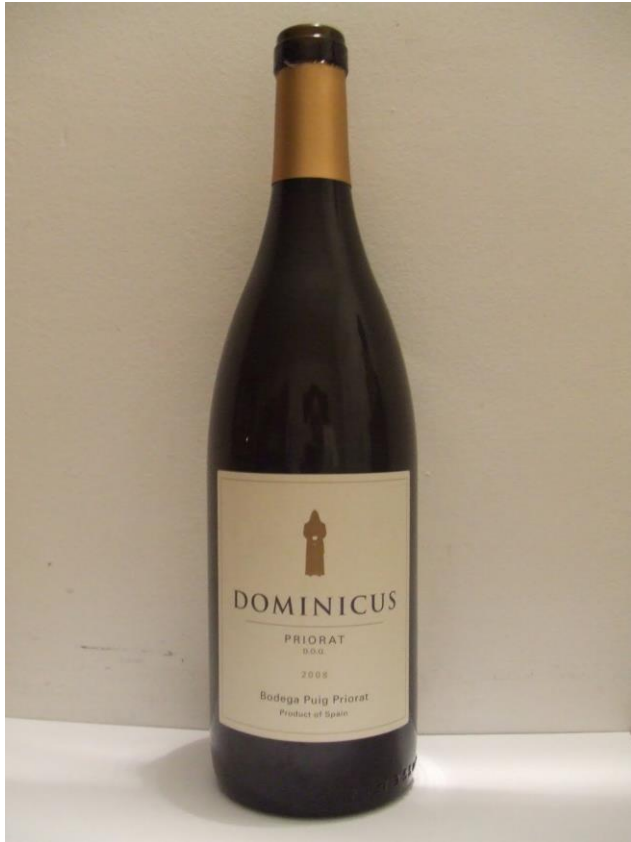
Geografia





Latinazo





¿Quien da más?



el perro verde
RUEDA





MONASTRELLISSIMO

MONASTRELL 2014

Tinto de fuerte color, rojo púrpura intenso con ribetes violáceos, muy expresivo y afrutado en nariz con taninos vivos en boca y con gran estructura.

Como si te digo que... unos leperos vampiro, de buena familia, lo recolectan sólo en noches de apareamiento del cernícalo real mientras escuchan Chiquetete (los leperos). Acto seguido se fermenta en barricas de tungsteno construidas por glamurosos enanos carlistas con crestas de colores.

Te lo vas a creer igual.







El comprador català de vi en el canal hipermercats i supermercats

Dr. Jaume Gené
Prof. Christophe Marquet



Montanyan **Denominació d'Origen**
ESTRATÈGIES CREATIVES PER A LA DINAMITZACIÓ LOCAL

11. **Podria citar 5 DO?**
primera

.....

12. **Podria citar 5 DO**
segona

.....

13. **Podria citar 5 DO**
tercera

.....

14. **Podria citar 5 DO**
quarta

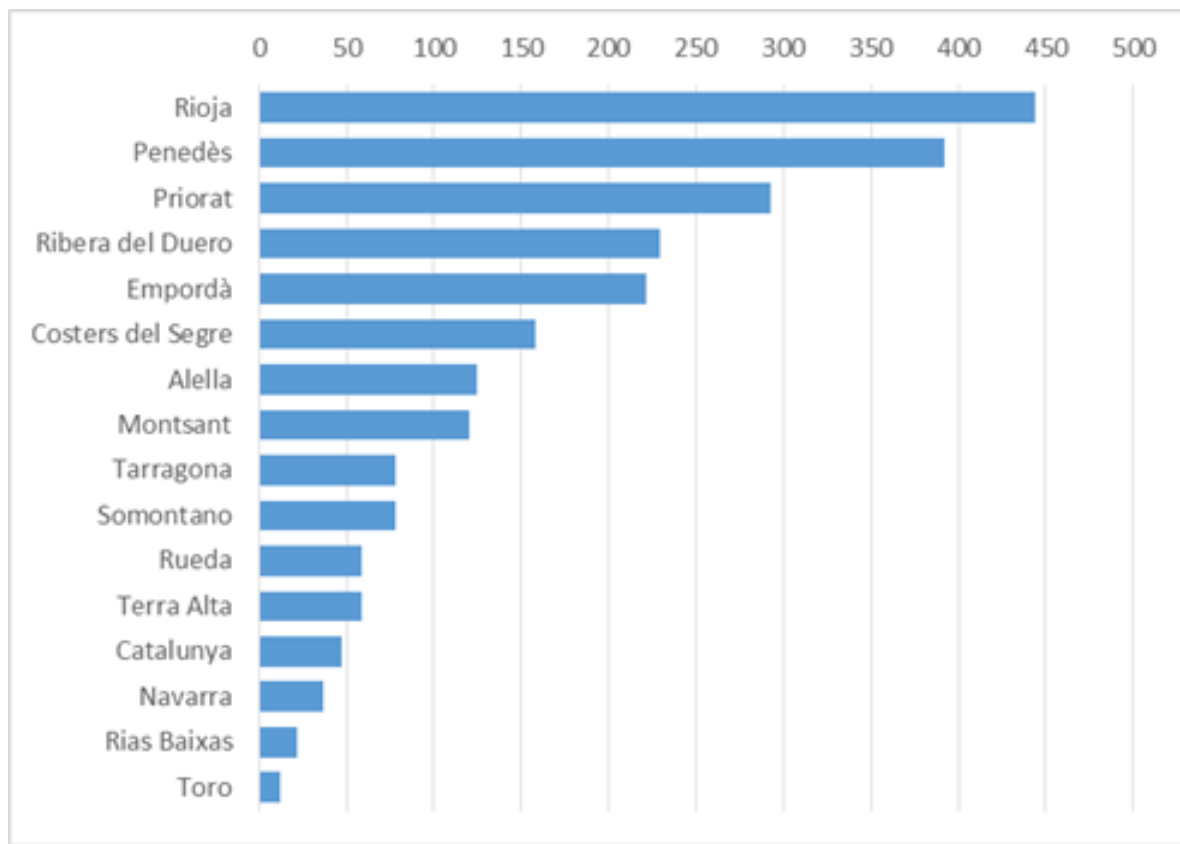
.....

15. **Podria citar 5 DO**
cinquena

.....

Top of the mind

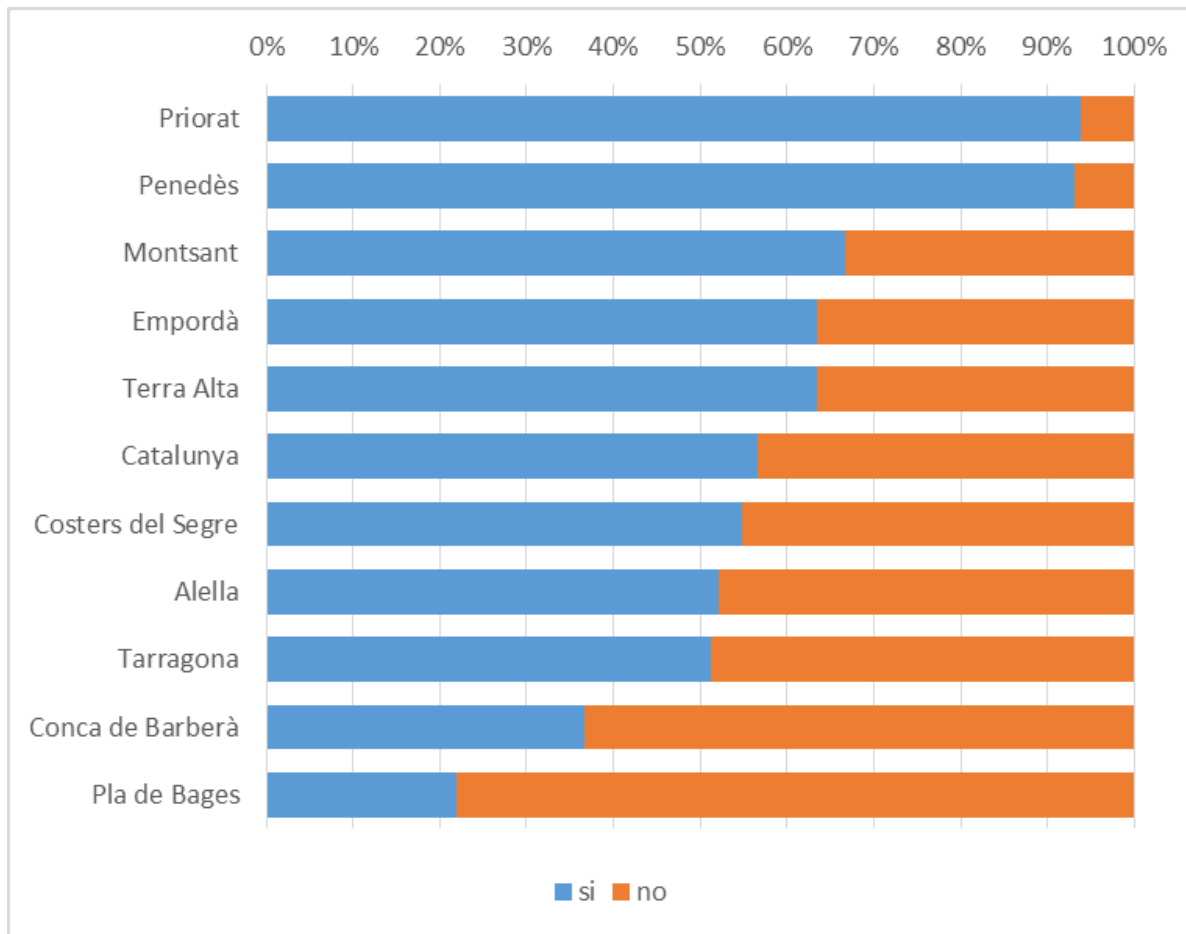
DO	Recompte	Percentatge
Rioja	173	15,9%
Penedès	115	10,6%
Empordà	84	7,7%
Priorat	70	6,4%
Costers del Segre	50	4,6%
Tarragona	42	3,9%
Ribera del Duero	36	3,3%
Alella	33	3,0%
Montsant	23	2,1%
Rueda	21	1,9%
Somontano	18	1,7%
Catalunya	12	1,1%



16. **Coneix les següents Denominacions d'Origen?**

Marca solo un óvalo por fila.

	Si	No
Tarragona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Penedès	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Montsant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terra Alta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Priorat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Girona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Catalunya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conca de Barbera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costers del Segre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empordà	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pla de Bages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



PRECIO

Marketing

Baba Shiv: How a Wine's Price Tag Affect Its Taste

A study shows that cost doesn't merely interfere with perceived quality, it actually affects real quality.

January 1, 2008 | by Lisa Trei



According to researchers at Stanford GSB and the California Institute of Technology, if a person is told he or she is tasting two different wines — and that one costs \$5 and the other \$45 when they are, in fact, the same wine — the part of the brain that experiences pleasure will become more active when the drinker thinks he or she is enjoying the more expensive vintage.

Patrice Frank, chef sommelier of the Hotel de Paris, poses in the cellar of the Hotel de Paris in Monaco June 19, 2013. (Reuters photo by Eric Gaillard)

In what will be music to the ears of marketers, the old adage that you get what you pay for really is true when it comes to that most

PORTADA
SECTOR PRÉMIUM



 <p>Domaine de la Romanée-Conti Grand Cru, Côte de Nuits D.O. Borgoña</p> <p>20.405 \$</p>	 <p>Domaine Leroy Musigny Grand Cru, Côte de Nuits D.O. Borgoña</p> <p>15.680 \$</p>	 <p>Egon Müller Scharzhofberger Riesling Trockenbeerenauslese D.O. Mosel</p> <p>13.558 \$</p>	 <p>D. Georges & Christophe Roumier Musigny Grand Cru, Côte de Nuits D.O. Borgoña</p> <p>13.050 \$</p>	 <p>Domaine Leflaive Montrachet Grand Cru, Côte de Beaune D.O. Borgoña</p> <p>10.100 \$</p>
--	--	---	--	---

 <p>D. de la Romanée-Conti Montrachet Grand Cru, Côte de Beaune DO Borgoña</p> <p>7.921 \$</p>	 <p>Domaine Leroy Chambertin Grand Cru, Côte de Nuits DO Borgoña</p> <p>7.553 \$</p>	 <p>Leroy D. d'Auvenay Chevallier-Montrachet Grand Cru, Côte de Beaune DO Borgoña</p> <p>6.616 \$</p>	 <p>Screaming Eagle Sauvignon Blanc, Oakville California</p> <p>5.070 \$</p>	 <p>Domaine Leroy Richebourg Grand Cru, Côte de Nuits DO Borgoña</p> <p>5.006 \$</p>
---	---	--	---	---

 <p>Teso La Monja DO Toro</p> <p>1.041 \$</p>	 <p>Descendientes de J. Palacios. La Faraona DO Bierzo</p> <p>1.031 \$</p>	 <p>Dominio de Pingus DO Ribera de Duero</p> <p>896 \$</p>	 <p>Alvaro Palacios L'Ermita Velles Vinyes DO Priorat</p> <p>791 \$</p>	 <p>Sierra Cantabria Mágico DO Rioja</p> <p>515 \$</p>
---	--	--	---	--

El comprador català de vi en el canal hipermercats i supermercats

Dr. Jaume Gené
Prof. Christophe Marquet



9. Pot valorar de 0 a 10 la importància dels següents elements en la comanda que acaba de fer

Marca solo un óvalo por fila.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Presentació de la botella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promoció en la botiga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informació de la etiqueta i contraetiqueta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Varietat de raïm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marca/ Celler coneguts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Denominació d'origen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tipus de vi (blanc/ negre/ rosat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomanacions d'amics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Any de la collita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procés d'elaboració (Jove/ criança/ reserva)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haver provat el vi anteriorment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maridatge amb l'àpat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Producció ecològica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Producció propera al lloc de consum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aparició en revistes i llibres sobre vins	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estar mencionat en blogs sobre vins	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Variable	Mitjana	Desviació Estàndard
Tipus de vi (blanc/ negre/ rosat)	8,072	1,882
Preu	7,895	1,988
Presentació de la botella	7,294	2,338
Haver provat el vi anteriorment	7,207	2,495
Marca/ Celler coneguts	6,770	2,483
Promoció en la botiga	6,542	2,611
Denominació d'Origen	6,502	2,536
Procés d'elaboració (jove/ criança/ reserva)	6,067	2,747
Recomanacions d'amics	6,061	2,808
Informació de l'etiqueta i contra-etiqueta	5,929	2,722
Maridatge amb l'àpat	5,496	2,815
Varietat de raïm	5,250	2,645
Producció propera al lloc de consum	5,043	3,053
Any de la collita	4,452	2,659
Producció ecològica	4,125	2,768
Aparició en revistes i llibres sobre vins	2,977	2,628
Estar mencionat en blogs sobre vins	2,680	2,670

20. **Quant es gasta per terme mig en una botella per consum de cada dia?**

Marca solo un óvalo.

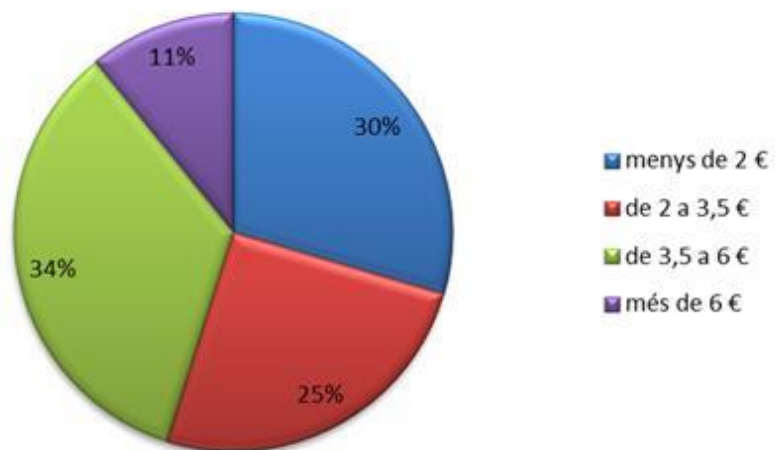
- Menys de 2 €
- de 2 a 3,5 €
- de 3,5 a 6 €
- més de 6 €

21. **Quant es gasta per terme mig en una botella per cap de setmana o celebració?**

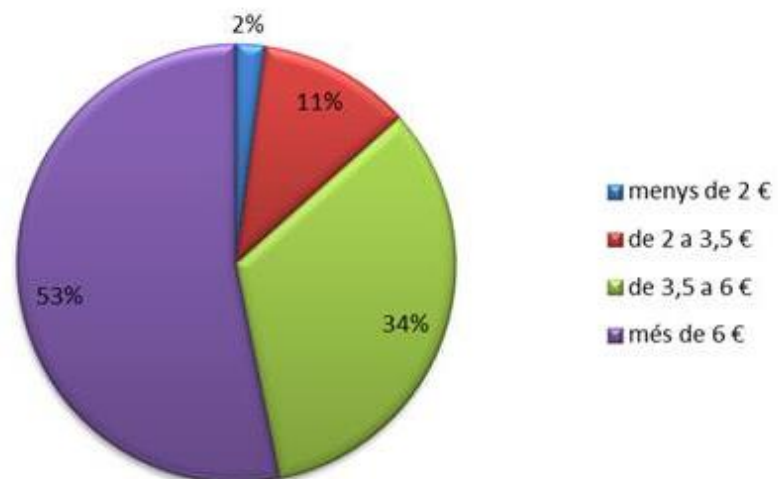
Marca solo un óvalo.

- Menys de 2 €
 - de 2 a 3,5 €
 - de 3,5 a 6 €
 - més de 6 €
-

Despesa en una botella de consum diari



Despesa en una botella de consum per celebració



DISTRIBUCIÓN



Celler



Enoteca/Bodega



Super/Hiper

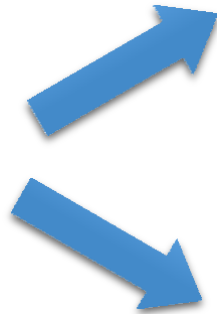


Restaurant



OBLIGACIONES ENOTURISMO

PRODUCTOR
DE VINO



EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS

Horario

Limpieza – orden

Idiomas

Creación de intangibles

DETALLISTA

E
x
h
i
b
i
c
i
ó
n

d
e

p

Productos Venta al
cliente Promociones

¿Por qué es interesante el enoturismo?

- Proporciona una tienda adicional.
- Aumenta el margen.
- Crea lealtad a la marca.
- Permite probar nuevos productos.
- Genera conocimiento del mercado.
- Educa a los consumidores
- Problemas acceso grandes distribuidores

¿Por qué puede no interesarnos?

Falta de conocimiento, **tiempo o dinero. Costes:**

- Adaptar acceso a la bodega
- Parking
- Señales
- Nueva recepción
- Nuevas instalaciones
- Aumento de personal y formación
 - Publicidad



~ TASTING MENU ~

ESSENTIALS \$25

2017 DRY RIESLING
Aromas of orange blossom and lime zest. A tropical palate with hints of nectarine, apricot, honey-crisp apple and pear. Fresh and flavorful with a clean finish.
RETAIL \$26 WINE CLUB \$20.80

2016 CHARDONNAY
Aromas of green apple, toasted brioche, honeysuckle and lemon cream pie. On the palate, subtle notes of clove and tropical fruit. The clean finish adds an exclamation point with elegance.
RETAIL \$38 WINE CLUB \$30.40

2015 MERLOT
This Merlot sets the standard for elegance with a perfume of red fruits and earthy notes and flavors of raspberry, plum and black pepper.
RETAIL \$40 WINE CLUB \$32

2016 DRAGON'S TOOTH
Aromas of blackberry and cracked pepper with more dark berries and a touch of freshly baked pastry on the palate. The long and elegant finish is enough to disarm the fiercest of dragons.
RETAIL \$60 WINE CLUB \$48

2015 CABERNET SAUVIGNON
Fragrant notes of blackberry, bay leaf, coffee and chocolate. The palate is supported by velvety tannins and features flavors that tend more towards red cherries and baking spices.
RETAIL \$60 WINE CLUB \$48

SMALL LOTS \$25

2017 QUANDARY
Enticing floral aromas of jasmine, orange blossom, and honeysuckle. White peach, nectarine, and tropical flavors excite the palate.
RETAIL \$25 WINE CLUB \$20

2017 SAUVIGNON BLANC
This delicious summertime wine has aromas of green apple, passion fruit and white peach with complementary flavors of grapefruit and guava. The palate features crisp acidity.
RETAIL \$30 WINE CLUB \$24

2015 PINOT NOIR
The alluring aroma includes notes of raspberry and cherry with a hint of forest floor. The palate is velvety and features flavors of darker fruits, mushrooms and baking spices.
RETAIL \$45 WINE CLUB \$36

2016 CABERNET FRANC
Intriguing nose of red fruits, violets, and black currant announce an earthy spice flavor with hints of sage and mushroom. A silky texture and a persistent finish contain hints of dusty dark chocolate.
RETAIL \$45 WINE CLUB \$36

2015 O-K-D THREE
Our O-K-D series allows us to capture unique flavor profiles from our favorite blocks. Petit Verdot adds structure and Cabernet Franc offers a peppery perfume. Cabernet Sauvignon brings rich fruit flavors.
RETAIL \$75 WINE CLUB \$60



Table with 3 columns: Wine Name, Retail Price, Wine Club Price. Includes Napa Valley Wines like 2016 Fumé Blanc, 2015 Oakville Fumé Blanc, 2015 Chardonnay, 2015 Pinot Noir, 2015 Merlot, 2014 Maestro, 2015 Cabernet Sauvignon, 2014 Oakville BDX, 2015 Oakville Cabernet Franc, 2014 Oakville Cabernet Sauvignon, 2017 Moscato d'Oro.

Table with 3 columns: Wine Name, Retail Price, Wine Club Price. Includes Reserve Wines like 2014 Fumé Blanc Reserve, 2015 Chardonnay Reserve, 2014 Pinot Noir Reserve, 2011 Cabernet Sauvignon Reserve, 2012 Cabernet Sauvignon Reserve, 2013 Cabernet Sauvignon Reserve, 2014 Cabernet Sauvignon Reserve, 2015 Cabernet Sauvignon Reserve.

Table with 3 columns: Wine Name, Retail Price, Wine Club Price. Includes Spotlight Wines (Winery Exclusive) like 2016 Stags Leap District Sauvignon Blanc, 2013 Harvest of Joy Fumé Blanc, 2014 I-Block Fumé Blanc*, 2015 I-Block Fumé Blanc*, 2014 Unoaked Chardonnay, 2014 Carneros Chardonnay, 2014 Rose, 2014 Pinot Noir Changement, 2014 Pinot Noir Clone 115, 2014 Pinot Noir PNX, 2014 Momentum, 2014 Harvest of Joy Red Blend, 2014 Cabernet Sauvignon/Cabernet Franc, 2014 Oak Knoll District Cabernet Sauvignon, 2014 Stags Leap District Cabernet Sauvignon, 2014 Stags Leap District Cabernet Sauvignon, 2014 O-K-D Kalon Cabernet Sauvignon* (SOLD OUT).

Wines are not discountable.





El turista busca un “amigo”

en el mundo del vino.

Paul Wagner

INSIGHTS DEL VISITANTE

- Entorno rural atractivo. Entorno único.
- Buena señalización y facilidad de acceso.
- Ubicación. Tiempo de desplazamiento corto.
- Salas de degustación relajantes.
- Diseñado para introducir al novato en los placeres de los vinos.
- Oportunidad de ampliar los conocimientos del vino.
- Conocer al enólogo. Personal bien informado
- Precios más bajos que los minoristas.
- Oportunidad de comprar vino no disponible en otros lugares y otros productos.
- Probar el vino antes de comprarlo. Degustación sin costo.
- Restaurantes, alojamientos, festivales y otras actividades turísticas.





Celler



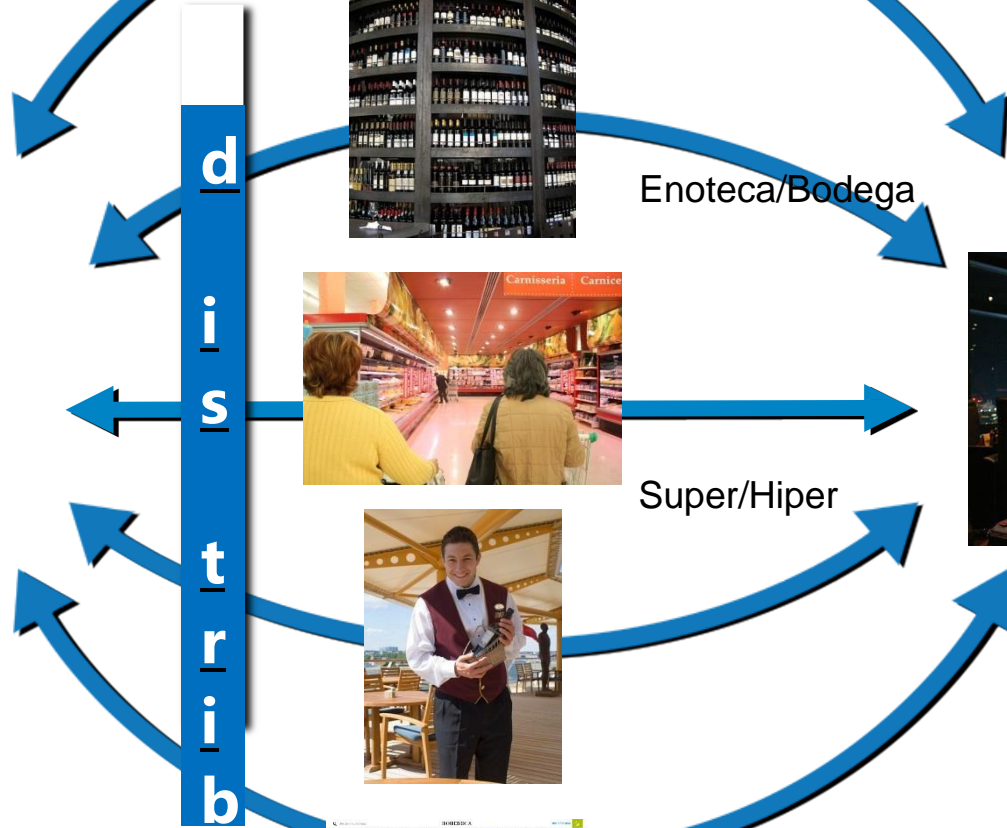
Enoteca/Bodega



Super/Hiper

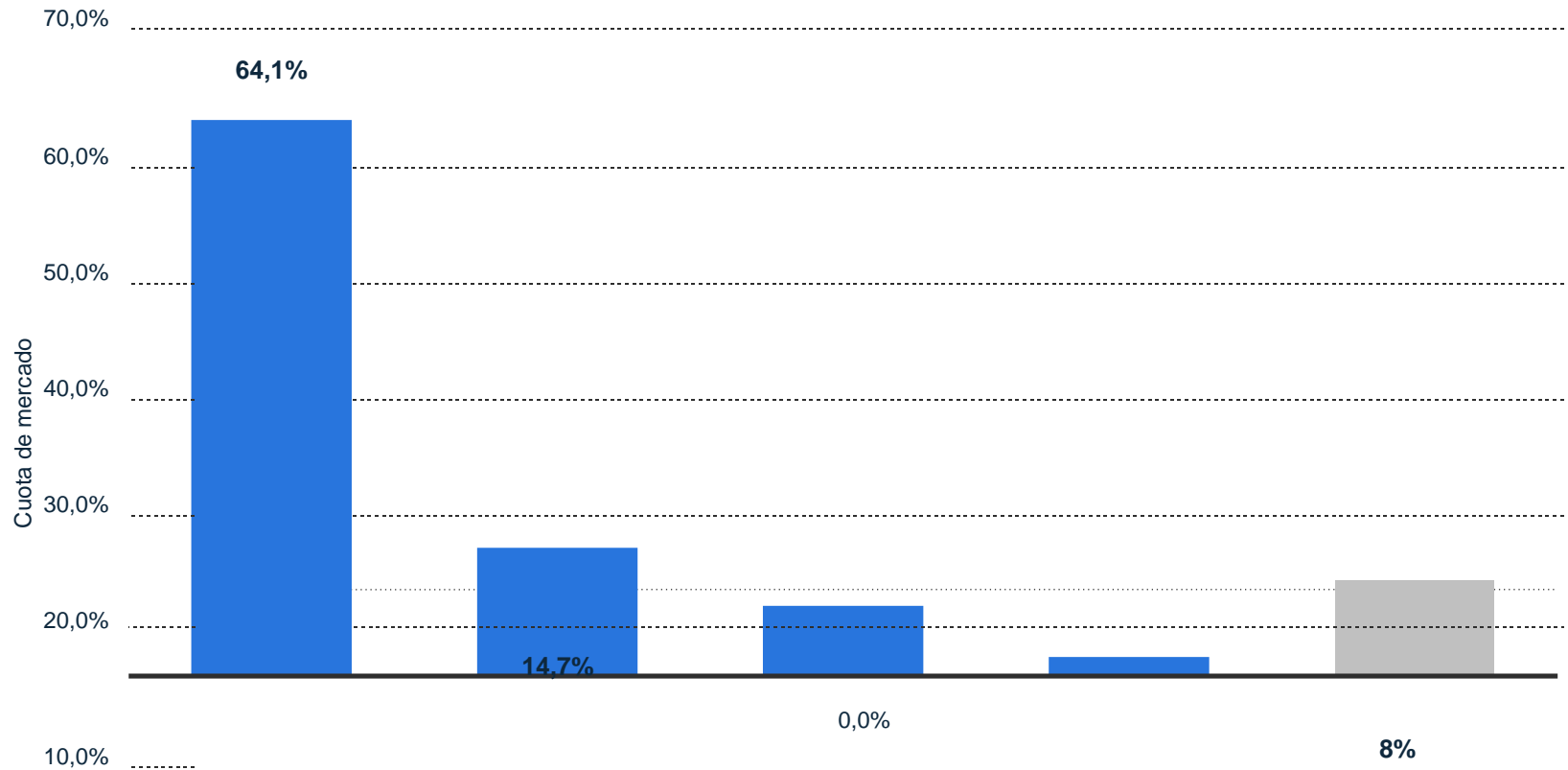


Restaurant



Cuota de mercado de los diferentes canales de distribución del vino para hogares en España en 2017

Cuota de mercado de los canales de distribución del vino para hogares en España 2017



2,1%

1

Supermercados

Hipermercados

1,1%

Comercio especializado Economatos y cooperativas Otras formas comerciales

Notas: España; 2017

Hay disponibles más datos y comentarios sobre esta estadística en la [página 54](#).

Fuente(s): Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; [ID 476026](#)

19

[Bodegas y empresas: producción y comercio](#)

Alto margen/Poco volumen

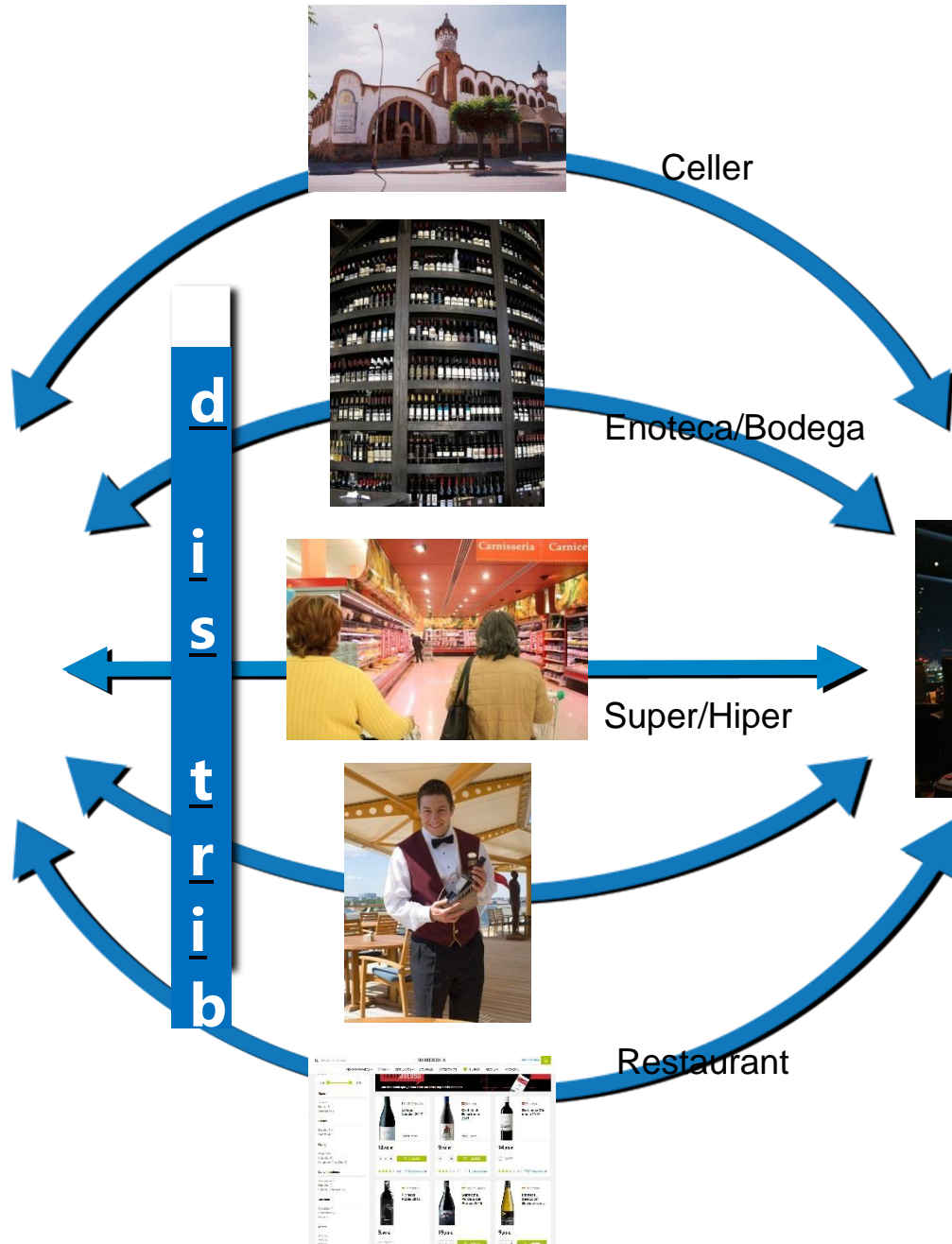


Menor margen/Mayor volumen



INFLUENCER





GRAN SUPERFICIE

Bajo margen/Alto volume



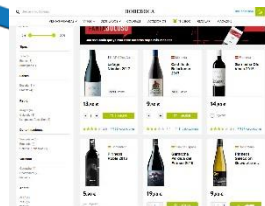
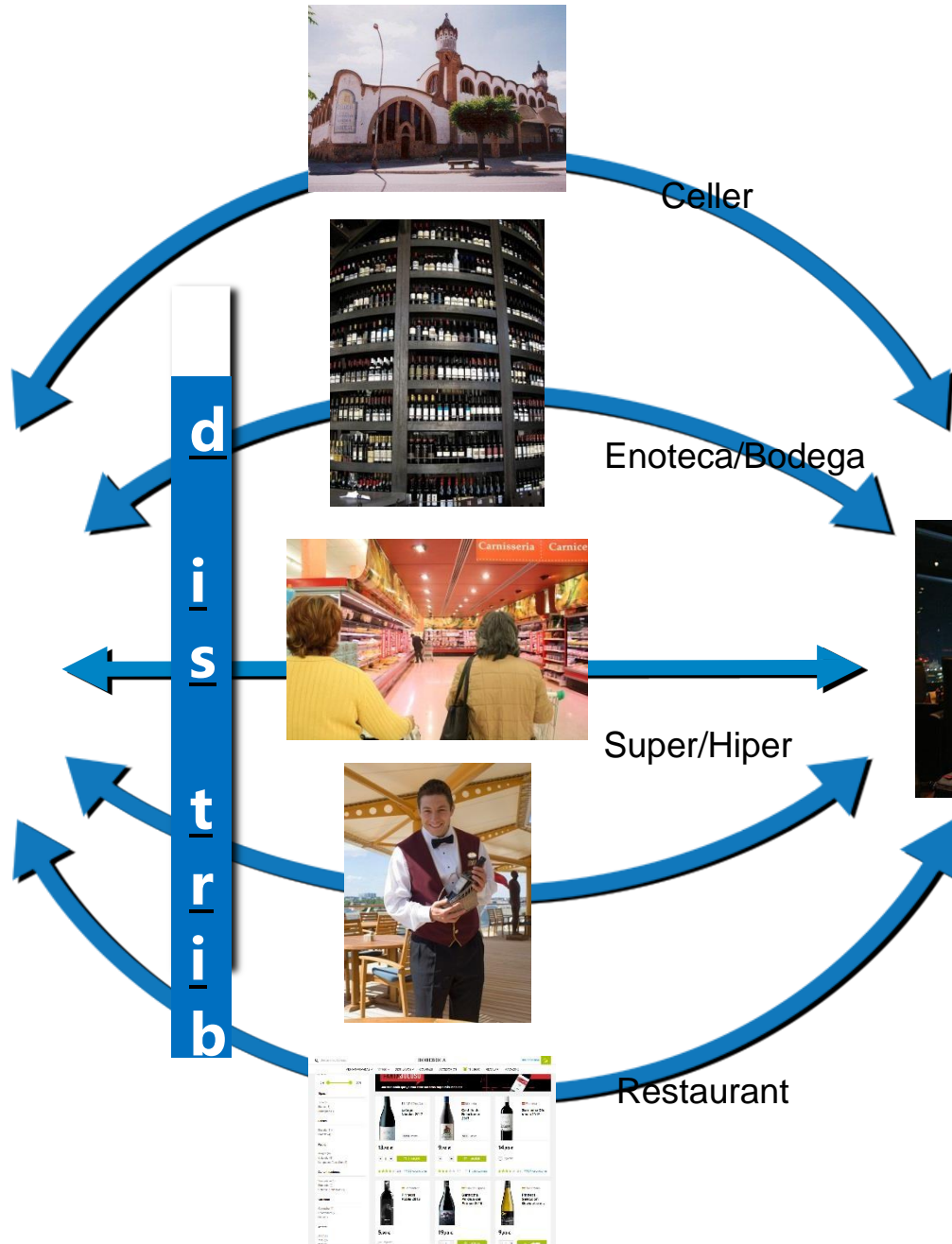
Tastings



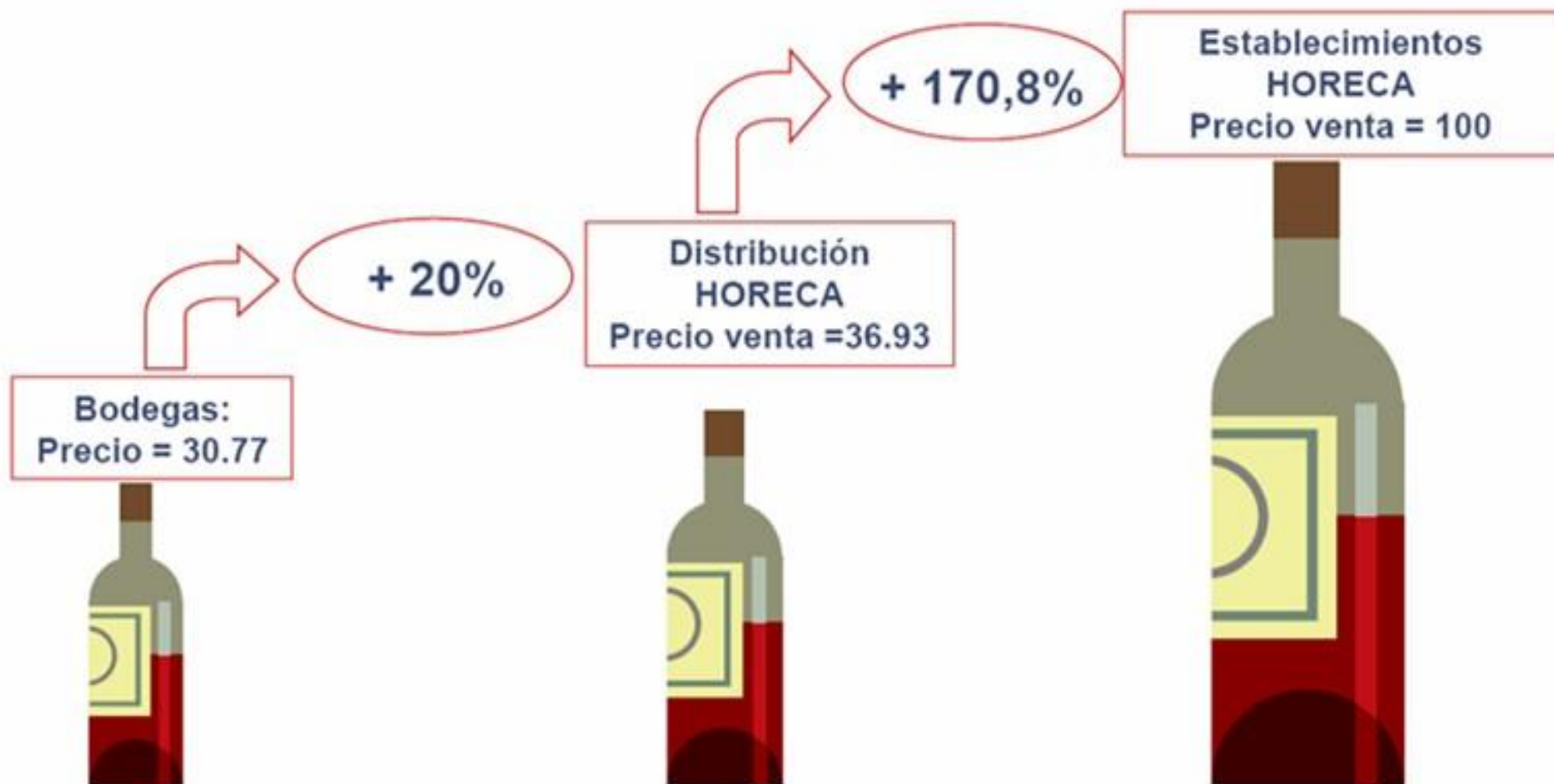
¿Cómo entrar?

- Plantilla de condiciones
 - Económicas
 - Envasado
 - Marca blanca
- Puntualidad entregas
- Programación de promociones.





Estimación de formación de precio del vino en canal HORECA



Fuente: Elaboración propia sobre datos muestreo hostelería PwC

CARTA DE VINS I CAVES
CARTA DE VINOS Y CAVAS
WINE AND CAVA LIST
CARTE DE VINS ET CAVAS

VINS NEGRES

VINOS TINTOS | RED WINES | VINS ROUGES

GHT <i>Recomanat · Recomendado · Recommended</i>	9.00€
Synera 3/8 D.O. Catalunya	5.50€
Jaume Serra D.O. Penedès	10.00€
Viña del Oja D.O. Rioja	12.00€
Emparrado Tempranillo <i>Semidolç · Semidulce · Medium sweet</i>	13.00€
A Cappela D.O. Ribera del Duero	16.00€
Cune Criança D.O. Rioja	19.00€

VINS BLANCS

VINOS BLANCOS | WHITE WINES | VINS BLANCS

GHT <i>Recomanat · Recomendado · Recommended</i>	9.00€
Synera 3/8 D.O. Catalunya	5.50€
Jaume Serra D.O. Penedès	10.00€
Viña del Oja D.O. Rioja	12.00€
Emparrado Tempranillo <i>Semidolç · Semidulce · Medium sweet</i>	13.00€
Blanc Pescador <i>Vi d'agulla · Vino de aguja · Pearl wine · Vin perlant</i>	14.50€
A Cappela Verdejo D.O. Rueda	16.00€
Viña Sol D.O. Catalunya	18.00€

VINS ROSATS

VINOS ROSADOS | ROSÉ WINES | VINS ROSÉS

GHT <i>Recomanat · Recomendado · Recommended</i>	9.00€
Jaume Serra D.O. Penedès	10.00€
Lambrusco	11.00€
Viña del Oja D.O. Rioja	12.00€
Cresta Rosa <i>Vi d'agulla · Vino de aguja · Pearl wine · Vin perlant</i>	13.00€
Emparrado Tempranillo <i>Semidolç · Semidulce · Medium sweet</i>	13.00€
Torres de Casta D.O. Catalunya	16.00€

wines

by the glass and bottle july 2011

white wines

chardonnay	by the glass	by the bottle
20. MERRYVALE "STARMONT" 2008 NAPA VALLEY		40.00
21. ROCHOLI 2007 NAPA		90.00
22. OLIVET LANE 2008 RUSSIAN RIVER	9.00	40.00
23. MIRTH 2009 COLUMBIA VALLEY	7.00	30.00
24. TOAD HOLLOW 2009 NORTH COAST	8.50	38.00
25. ROMBAUER 2009 CARNEROS		75.00
26. BOUCHAINE 2008 CARNEROS	10.50	45.00
27. SONOMA CUTRER 2009 RUSSIAN RIVER		48.00
28. CUVAISSON 2008 NAPA VALLEY		45.00
29. BARNETT "SANGIACOMO" 2008 CARNEROS		65.00
35. GIRASOLE VINEYARDS 2009 MEDOCINO		35.00
36. RAMEY "RITCHIE VINEYARDS" 2006 CENTRAL COAST		90.00
37. TALBOTT "SLEEPY HOLLOW" 2008 MONTERREY		65.00
38. BERINGER 2009 NAPA VALLEY		36.00
40. BUEHLER 2009 RUSSIAN RIVER VALLEY	9.00	40.00
saUVignon and fume blanc		
41. NINER 2008 PASO ROBLES		40.00
44. CADARETTA 2008 COLUMBIA VALLEY		45.00
45. WHITE HALL LANE 2009 NAPA VALLEY	9.00	38.00
more white wines		
30. McPHERSON 2009 VIOGNIER		30.00
31. KING ESTATE 2009 PINOT GRIS	8.50	38.00
32. MINER 2009 VIOGNIER		36.00
33. BALLE OF ANGELS 2008 VIGNOLES	7.00	30.00
sparkling wines and rose		
81. 'J' CUVÉE '20'	10.00	45.00
82. ROEDERER ESTATES	10.00	45.00
83. IRON HORSE BRUT 2005		60.00
84. DOM PERIGNON 1992		225.00

red wines

cabernet	by the glass	by the bottle
50. FRIAS FAMILY VINEYARDS 2007 NAPA VALLEY		65.00
51. CHASING LIONS 2006 NAPA VALLEY	9.50	40.00
52. ALEXANDER VALLEY 2008 ALEXANDER VALLEY		48.00
53. EDGE 2008 NAPA VALLEY		45.00
54. BOMMARITO 2006 NAPA VALLEY	9.50	40.00
57. BECKER "ICONOCLAST" 2008 TEXAS	7.00	30.00
58. DEEP SEA 2008 CENTRAL COAST	8.50	35.00
59. BLUE ROCK 'BABY BLUE' 2008 ALEXANDER VALLEY		48.00
60. CENAY "BLUETOOTH" 2007 NAPA VALLEY		48.00
61. EDUCATED GUESS 2009 NAPA VALLEY	10.50	45.00
63. PELLEGRINI 'CLOVERDALE' 2008 ALEXANDER VALLEY		45.00
merlot and syrah		
01. FRANCISCAN 2006 NAPA VALLEY	12.50	48.00
02. QUPE 2007 syrah BIEN NACIDO HILLSIDE ESTATE		45.00
03. TURNBULL 2006 NAPA VALLEY		60.00
05. OWEN ROE'SINISTER HAND" 2009 gsm COLUMBIA VALLEY	10.50	45.00
06. DONATI 2006 PAICINES, SAN BENITO		38.00
07. LANDMARK "STEEL PLOW" 2008 syrah SONOMA VALLEY		65.00
zinfandel		
64. ARTEZIN 2008 MENDICINO		40.00
65. GRENN & RED 2007 CHILES MILLS VINEYARD		45.00
66. MARIETTA 'ANGELI CUVÉE' 2006 GEYERSVILLE		60.00
67. GRAVITY HILLS "SHERPA" 2009 CENTRAL COAST	9.50	40.00
68. SEGHESSIO 2009 SONOMA VALLEY	12.50	48.00
pinot noir		
70. LUCAS AND LEWELLEN 2007 SANTA BARBARA	9.50	40.00
71. GAUTHIER 2008 SONOMA COAST		48.00
72. AMICI 2006 MENDICINO		60.00

RESTAURANTE

Bajo margen/Gran volumen Cadena de restaurantes



RESTAURANTE

Alto margen/Poco
volumen Restaurantes
lujo

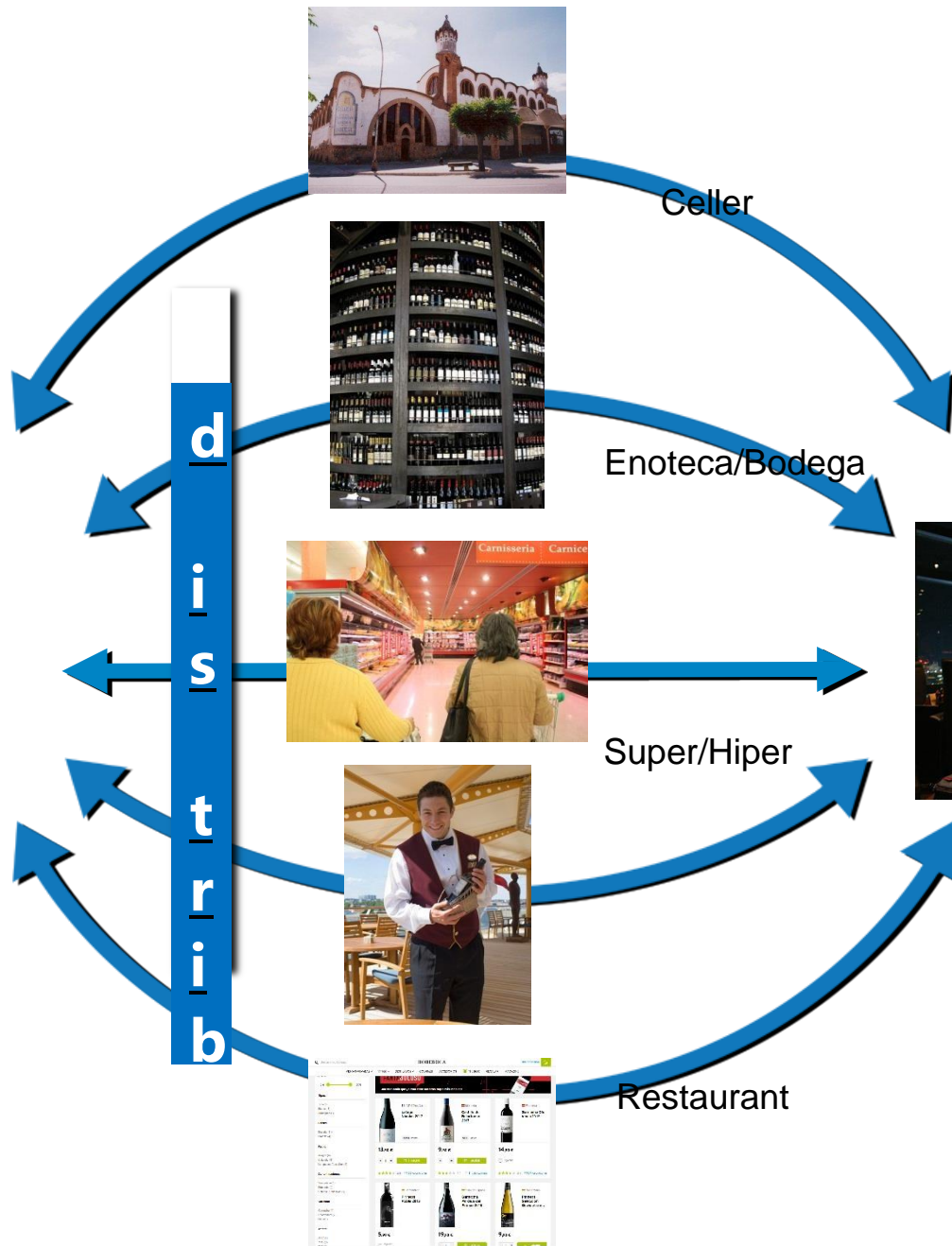


Wine bars

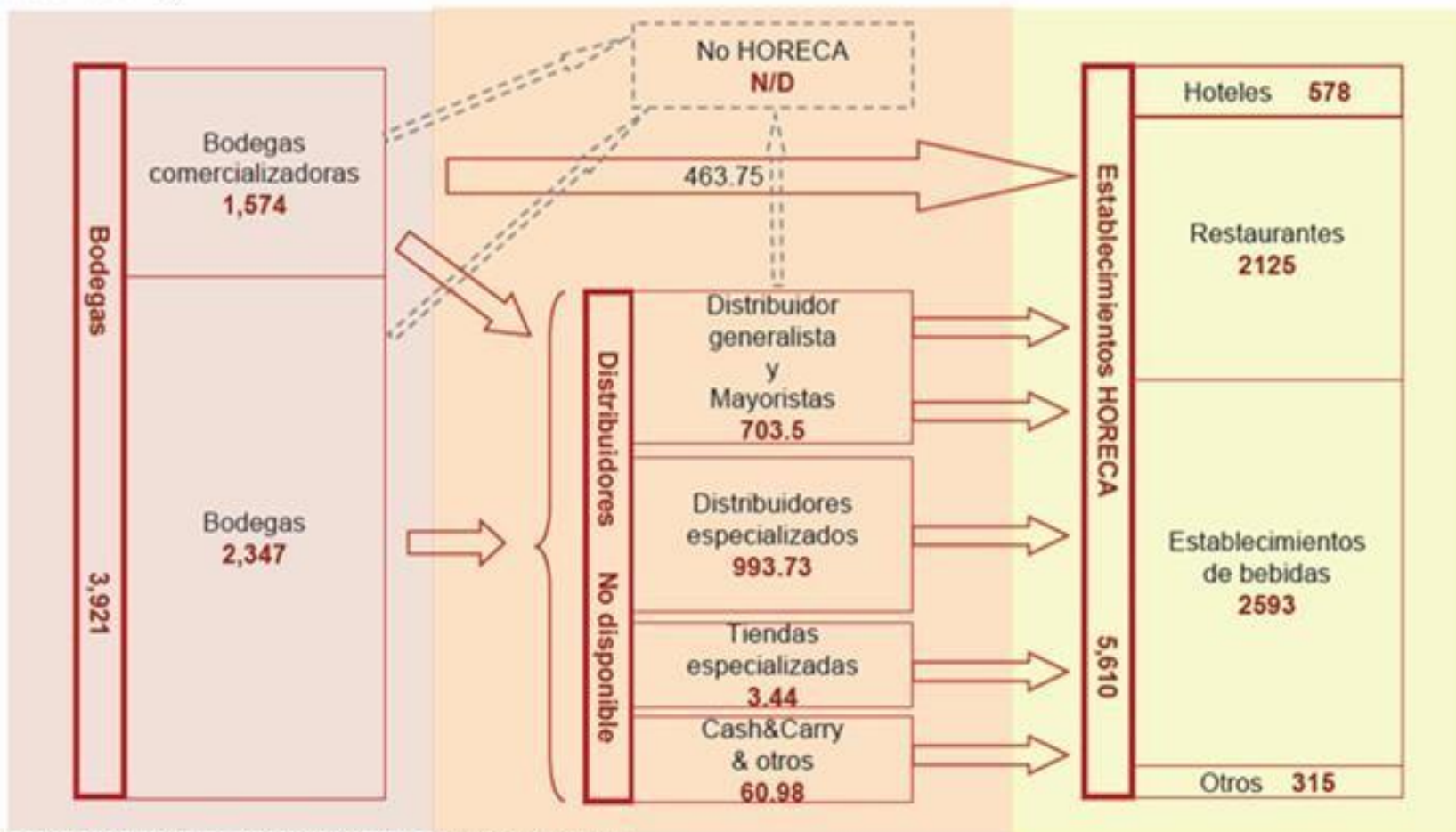


Cruceros, líneas aéreas, trenes.





Estimación de volumen de negocio en cadena de valor (Millones de €)



Fuente: Elaboración propia sobre datos Alimarket 2007 – INE – Cuestionario proyecto

Gran distribuidor

Amplia cobertura del mercado
Muchos productos como el tuyo
Dificultad para obtener atención



Pequeño distribuidor

Pequeña influencia en el mercado
Falta de tu producto
Tiempo para hablar contigo
Quiere trabajar duro contigo



COMUNICACIÓN



**¿Cómo
pueden estar
informados?**



Publicidad

Las empresas vinícolas no pueden pagar la televisión y la radio, esto puede hacerse por destinos turísticos, las bodegas individuales pueden anunciarse en revistas y periódicos seleccionados.

Promociones de venta

Acciones extraordinarias diseñadas para aumentar las ventas en un período de tiempo. Ofertas, ventas, eventos especiales con precios reducidos, asociarse para promociones cruzadas.

Eventos

Los eventos son excelentes maneras de establecer una imagen, atraer nuevos clientes y repetidores y aumentar las ventas.

El vino no quiere envejecer

Los 'millennials' son el nuevo objetivo de las bodegas, que agudizan su ingenio para **conquistar a los jóvenes** por la vista, el corazón y, por supuesto, el paladar.

POR NOELIA HERMIDA



AT Roca Este proyecto de viticultura ecológica nació en 2012 para recuperar las variedades tradicionales del Penedés, como la xarel·lo y la macabeo. Vinos francos y frescos, entre los cuales destaca su Pedregar 2016: un brut nature digno de pâtisserie.

Bodegas Ramon Bilbao A diferencia de los clásicos de La Rioja, en sus creaciones la fruta suele predominar sobre la madera. Viñedos de *Altura*, uno de sus últimos lanzamientos, complementa la uva tempranillo con la garnacha para obtener notas ligeras que atrapen a nuevos fans.

112 ELLE GOURMET OTOÑO 2019



Vinos Reilón Convertir el vino en la bebida de referencia de los jóvenes de entre 25 y 35. Ese es el objetivo de la empresa creada por Diego Arayo y su hermana, la influencer Inés Arayo, que emplea únicamente uvas orgánicas. ¿Sus herramientas? Botellas con expresiones resolutivas, etiquetas coloridas, sabores fáciles y una estrategia cien por cien digital.

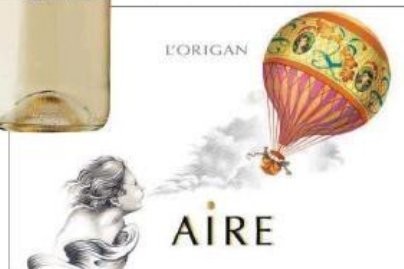


Bodega Carlos Moro Un rija crianza, un rueda y una exquisitez firmada por el enólogo francés Claude Gros. Son los tres mosqueteros del equipo Dinaz, la marca más rebelde de la familia Matarromera. La música es su as bajo la manga: tienen hasta su propia banda sonora, creada por su afier ego musical, Dinaz Wine Rocks. Puedes escucharla en Spotify.

FOTOS DR



Vila Vititeca Uvas Felices es el proyecto más canchala de esta distribuidora, en el que colabora con grandes bodegueros españoles. Originalidad, investigación y diseño son algunos de los calificativos aplicables a todos los vinos resultantes, desde su rija La Locomotora hasta su cava L'Origan, pasando por Saspechoso, de Castilla.



Bodegas Vegamar Frescas, excepcionales y jóvenes. Así son los Huella, la apuesta de este grupo valenciano por los monovarietales, con uvas como la local *merseguera*, la *syrah* y la *merlot*. Se presentan en botellas coloridas y personalizables para ciertas fechas, como el Día de la Madre.



Astobiza Borra ya todos esos clichés que asocias con el txakoli. En un viñedo de Queredo, un pequeño municipio del norte de Álava, se producen unos vinos que prometen ser mundialmente conocidos por su elaboración artesanal y su filosofía. Son el *Malkoa* (de finca), el *Vendimia Tardía* y el *Rosé*. Tú eliges.

OTOÑO 2019 ELLE GOURMET 113

FOLLETOS



PUNTOS DE INFORMACIÓN TURISTICA



HOTEL



FERIAS Y FESTIVALES DE VINO

OBJETIVOS

Descubrir lo que está sucediendo en la industria, los clientes y la competencia.

Demostrar que estás vivo. Realizar ventas y contactos.

ESTRATEGIAS

Utilizar el correo directo por adelantado. Organizar eventos.

Diseñar el stand. Ofrecer a los clientes algo que hacer en el stand. Formar al personal. Seguimiento después de la feria.

DO EMPORDÀ

EXPOSICIÓ UNIVERSAL DELS MILLORS VINS DE TRAMUNTANA A BARCELONA

JORNADA PROFESSIONAL

**DILLUNS 28 D'OCTUBRE
de 2019. De 16.30 a 21 h**

- Exposició universal dels millors vins de tramuntana a Barcelona: **el showroom per conèixer els principals cellers empordanesos.**
- Descobriments dels 'Fills Bastards de l'Empordà', una selecció dels vins més peculiars de la DO.

- Gastronomia empordanesa a dues mans: Cuina de l'Empordanet i Cuina del Vent
- Instal·lació artística de 'Play a bit', la tecnologia i el vi es donen la mà d'una manera mai vista

- Música en viu des de la Lola Van, un truck amb cabina per a dj.
- I moltes més sorpreses!

Espai Flowers by Bornay
(Melcior de Palau, 36,
Barcelona)

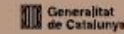
Cal confirmar assistència a:
sumiller@pcats.cat o el telèfon
93 419 42 48 en horari d'oficina
(de dilluns a dijous, de 9 a 15 h
i de 16 a 18 h i divendres, de 9
a 15 h).
Termini màxim per inscriure's:
25 d'octubre



Organitza:



Col·laboren:



Generate **publicity**.

Encourage wine tourism improvement. Presented in a wine show awards. Adjudicated by impartial experts.

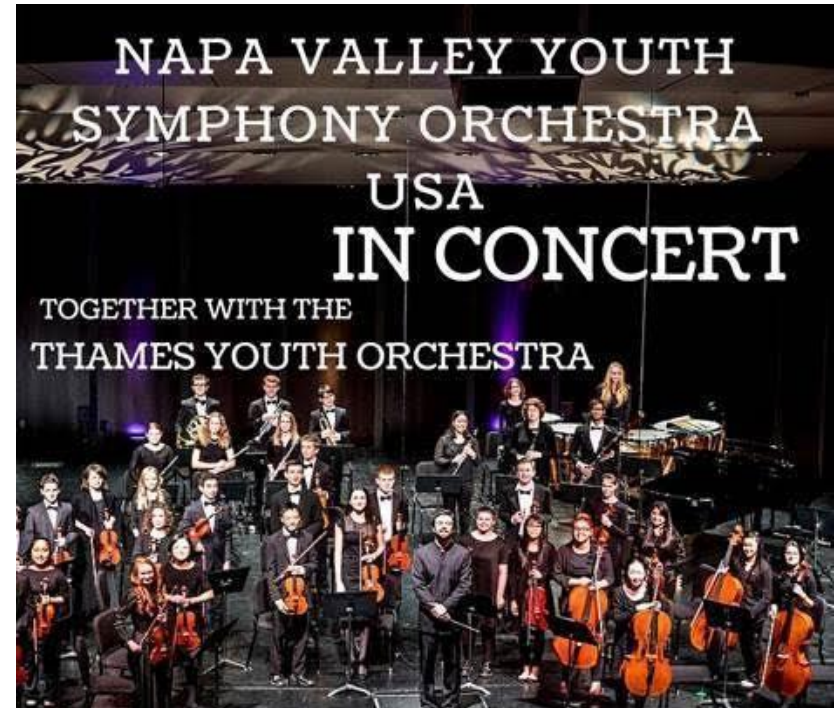


Awards categories

- Tourist-oriented wineries (the most comprehensive and prestigious of all the awards).
- Winery restaurants.
- Winery tours and interpretation.
- Wine tour companies.
- Wine festivals (community involvement).
- Winery functions and promotional special events.
- Wine-themed communication material.
- Wine-themed services outside wineries (accommodation, dining, manufacturing retailing).

- Creates an authentic tourism experience
- Festivals provide great opportunity for destination to encourage tourists **to revisit**
- Wine festivals – effective promotional tool
- Build customer loyalty
- Holidays have strong relation

**to food &
drink**





BOTTLE ROCK
MUSIC • FOOD NAPA VALLEY WINE • BREW

BOTTLE

MUSIC • FOOD NAPA

RED HOT CHILI PEPPERS ★ **STARS** **WALK THE MOON**

THE LUMINEERS • DEATH CAB FOR CUTIE • WALK THE MOON • RODRIGO Y THE BOMBAS • MICHAEL FRANTI & SPEARHEAD • GORILLAZ • MISTERWIVES • ATLAS GENIUS • BUDDY GUY • ANDY GRAMMER • HOUSTON • THE JOY FORMIDABLE • SHOVELS UNDER THE GUN • COLEMAN HELL • OZOMATLI • JAWBROKERS • LANGHORNE SLIM & THE LAW • MONOTONIC • ALINA BARAZ • NOTHING BUT THIEVES • FANTASTIC NEGRO • MIKE STUD • SWEET • BLACK PISTOL FIRE • NEW BEAT FUNK • GREG HOLDEN • WHITE SEA • BIRD • ROSE'S PAWN SHOP • IVAN & ALYOSHA • TAXES • HAPPY FANGS • PANIC IS PEAK • GUARDIAN GHOST • STRANGERS YOU KNOW • ANADEL • BEY PAULE BAND • SILVERAD • THE IRON HEART • OLIVIA O'BRIEN •

MAY 27-29, 2016

music

WINE

TICKETS AVAILABLE AT

CONCLUSIONES

Ganar los partidos de casa



No parar



Trabajo en equipo



¿Bienvenido?



El mundo es tuyo





WINE, A CULTURE OF MODERATION



