Ramats de foc

Productos ligados a la prevención de incendios forestales

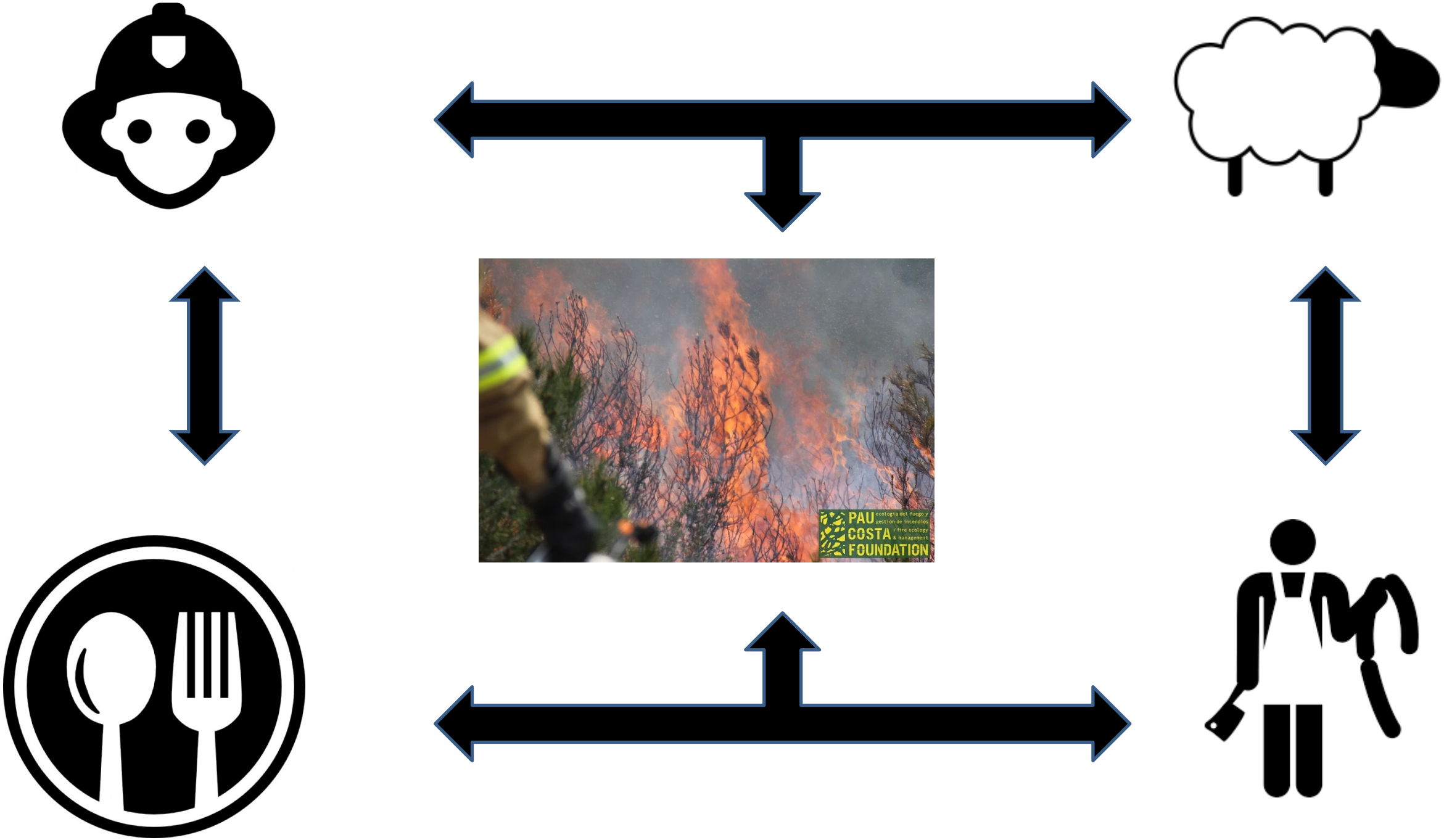
Territorios pastoreados 3
Plasencia, Abril 2018

Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les comarques gironines

PAU COSTA FOUNDATION

Sergi Nuss, snuss@paucostafoundation.org
Sílvia Aliu, info@gremicarn.com

fundación daniel & nina carasso
Afiliada a la Fondation de France


PAU
COSTA
FOUNDATION
ecología del fuego y
gestión de incendios
/ fire ecology
& management

MOTIVACIONES DEL *GREMI DE CARNISSERS I XARCUTERS DE LES COMARQUES GIRONINES* A FORMAR PARTE DEL PROYECTO

Gremi de Carnissers
i Xarcuters Artesans
de les comarques gironines

Facebook
@gremicarngirona
Instagram
@carnissers
www.gremicarn.com

Quiénes somos?

- 260 socios
- más de 500 puntos de venda en la provincia de Girona.
- 80% de las carnicerías de Girona.

Cuál es nuestro valor añadido?

- Carniceros somos prescriptores de buenos productos, de maneras de cocinar. Somos los “farmacéuticos de la buena comida”.
- Carniceros tenemos la confianza de nuestro cliente para proponerle nuevos productos.

Cuál es una necesidad de futuro?

- Venda de producto local y de proximidad para diferenciarnos de los Supermercados e internet.
- Venda de producto con un alto valor añadido apreciado por el cliente

IN O Y

Espatlla de xai a baixa temperatura

del Mestre Artesà Joan Aliu

setmana del comerç

Generalitat de Catalunya

Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les comarques gironines

Elaboració:

Escollir unes espatlles d'un xai de llet. fantàstic

Desossar-les- treiem la pala

Marquem un tall a la part tova de l'espatlla, abans de junt del brasa

Treiem l'os que queda al tou d'espatlla, sense obrir-la

Guardem els brasons, per fer-los ben rostits

Donem forma a les espatlles. Salpebrem. Les posem en una safata de forn, no gaire alta. Escalfem el forn a 220 graus. En sec.

Les ruixem amb oli d'oliva. Les deixem daurar. Les tornem a ruixar, però aquesta vegada amb brandi, o amb qualsevol olorós. Deixem daurar 5 minuts més.

Refredem fins arribar a temperatura per a poder-les envasar. Deixem refredar els sucs que han quedat a la safata. Desgrassem. Afegim una cullerada d'aquest a cadasquna de les bosses. Les envasem amb bossa de cocció retractil, tot ajustant les bosses a la mida de les espatlles.

Posem el forn amb vapor. Temperatura 80 graus. Sis hores de cocció. Podem baixar la temperatura a 76 graus i pujar temps a 9 hores. No és aconsellable baixar d'aquest darrera temperatura.
Deixem refredar. Millor a l'abatidor de temperatura. Aquest producte, tindrà una conservació de més de tres messos, doncs amb la cocció a més de 78 graus haurem aconseguit una pasteurització molt bona.

Consells per als clients:

Treure de la bossa. Deixar a temperatura ambient, com a mínim dues hores.
Posar en una safata i daurar fins aconseguir una pell ben cruixent. (240 graus. Sec)
Acompanyar amb qualsevol verdura, fins i tot unes bones patates “PANADERA” amb un toc d'all i oli.Ës molt bona , escalfada com abans.
La desfilem i pel damunt hi afegim el suc que hem tret de la bossa.

CONOCIMIENTO DE UNA DEMANDA SOCIAL DE PRODUCTOS CON VALOR AÑADIDO

Estudio de percepción:

- Identificar los factores que determinan los hábitos de consumo de carne de cordero y cabrito
- Identificar la disponibilidad de consumir carne de cordero y cabrito que proviene de explotaciones que contribuyen a l gestión de incendios

Metodología:

Marzo-Abril 2017

Encuesta online/face to face

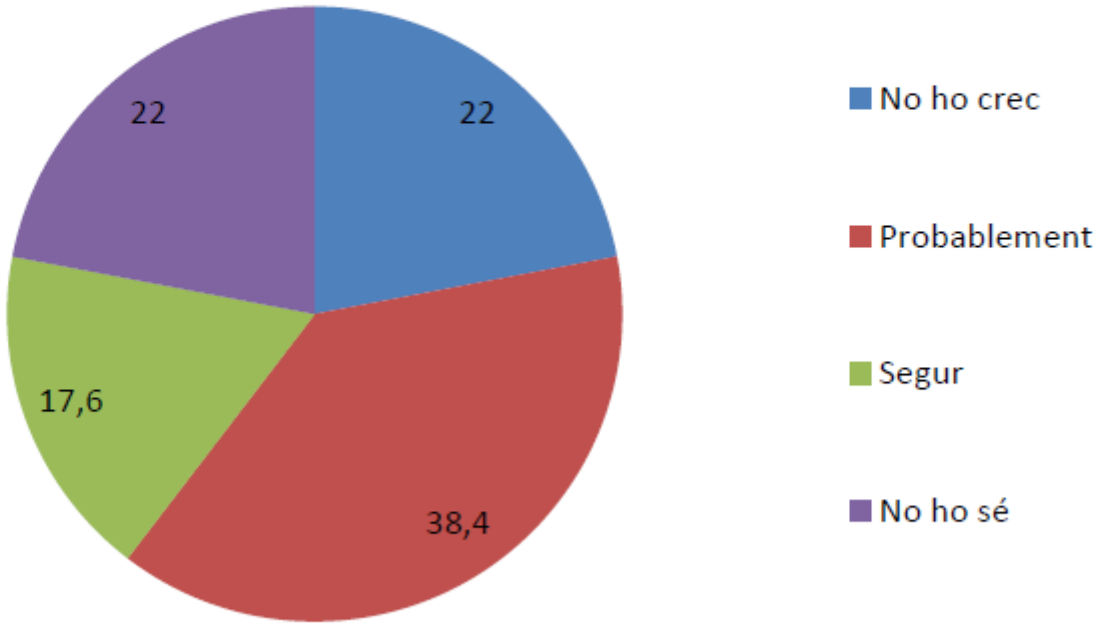
N = 250

Procedencia: ciudad/rural

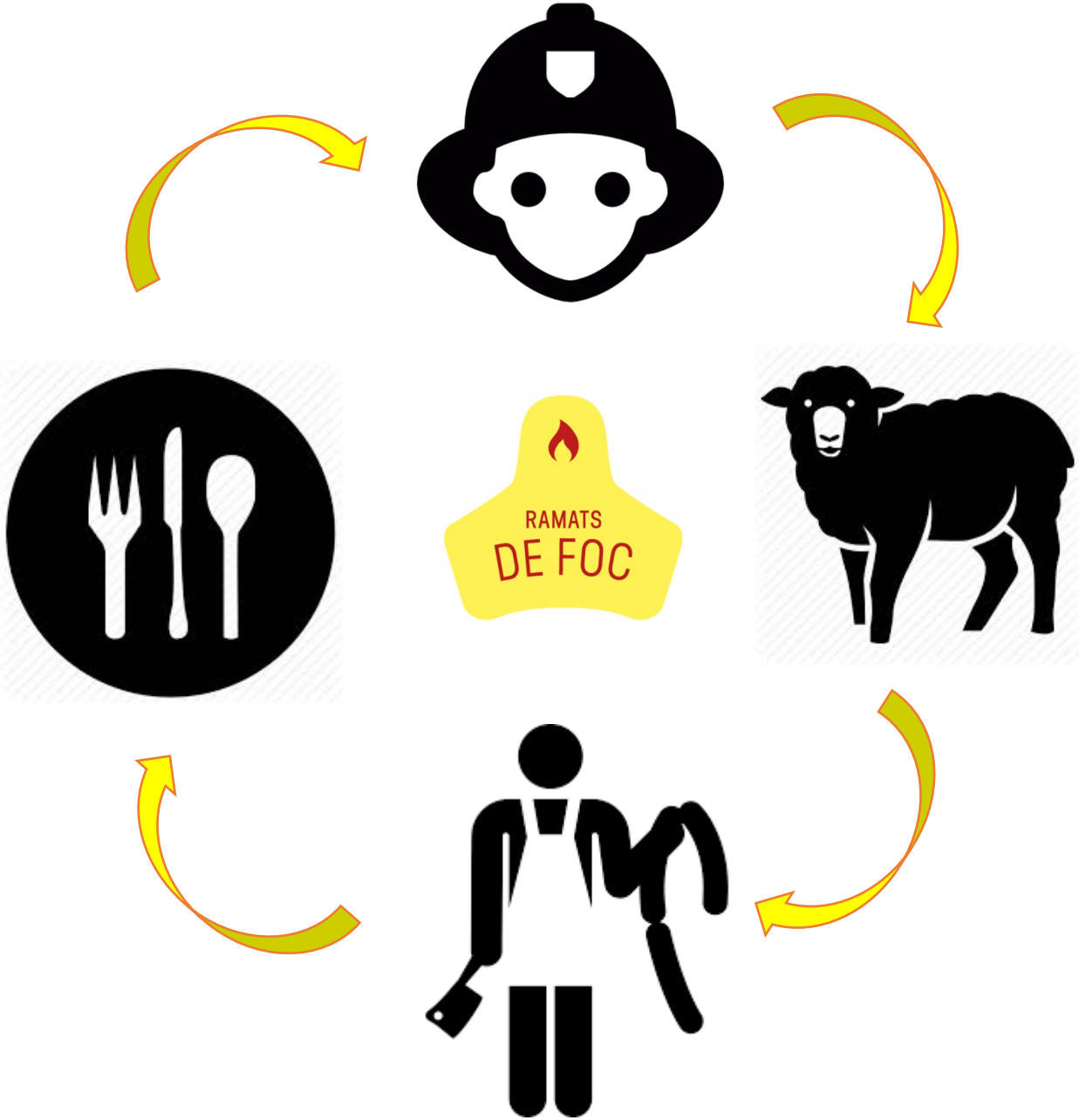
RESULTADOS ESTUDIO PERCEPCIÓN

- ✓ Consumo de carne medio-alto (vai codero y cabrito
- ✓ 78% encuestados compran la carn
- ✓ Barreras al consumo: precio (jóver concinarla, necesidad de más prod
- ✓Se considera que la carne de corde calidad, de proximidad y de confiar
- ✓Se percibe una relación directa ent riesgo de incendios forestales, aun esta relación
- ✓77% estaría dispuesto a acceder a ganadria extensiva que contribuye
- ✓Una etiqueta/certificación de los cu explicación del carnicero de confia estos productos generando confiar

Gràfic 12: Predisposició a augmentar el consum de carn de xai/cabrit amb el valor afegit de prevenció d'incendis (%)



Font: Elaboració pròpia, 2017


RAMATS
DE FOC

RAMATS
DE FOC
bombers
Generalitat de Catalunya
fundación daniel & nina carasso
GESTIÓ DEL RISC D'INCENDIS AMB PASTURES

PRUEBA PILOTO *RAMATS DE FOC*

- ✓ 4 parcelas piloto
- ✓ 3 ganaderos (ovino, caprino; carne, leche)
- ✓ 6 carnicerías, 1 restaurante

DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE RAMATS DE FOC

ACTORES Y PRODUCTOS DE LA CAMPAÑA

Sólo a quiénes pregunta n

PASIVOS

CARNICERÍA SART L'ARMENETERA
LÁCTEOS Y CABRITO

CARNICERÍA SANTI BELLCAIRE
CORDERO

CARNICERÍA RALIU LA BISBAL2
LÁCTEOS Y CORDERO

CARNICERÍA RALIU LA BISBAL1
LÁCTEOS Y CORDERO

ACTIVOS

RESTAURANTE MAS PI VERGES
CORDERO

CARNICERÍA RALIU JAFRE
LÁCTEOS Y CORDERO

CARNICERÍA SELI TORROELLA
LÁCTEOS

Explican la campaña a todos los clientes

DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE RAMATS DE FOC
MATERIAL DE CAMPAÑA

Etiqueta identificativa en lácteos

Etiqueta identificativa en el papel de envolver el cordero o cabrito

Metracrilato identificativo en el lugar de venda en carnicería

Postales con el logotipo y detrás con la historia del pastor

Cartel en las carnicerías

Base de madera donde se colocan las postales. Distintas para cada pastor

FASES DE LA CAMPAÑA DENTRO DE LA PRUEBA PILOTO

Encuentro colectivo con todos los participantes

- Explicación de la campaña
- Explicación de los compromisos a adquirir

Encuentro individualizado

- Colocación del material en el punto de venda
- Explicación de como se hará el seguimiento de la evaluación

Llamadas semanales con las preguntas para hacer la evaluación

- Preguntas para evaluación

CONTROL DE VENtAS

Nº PERSONAS QUE HAN PREGUNTADO

IMPRESIÓN DEL CARNICERO RESPECTO AL PASTOR Y A LA CAMPAÑA

IMPRESIÓN DE LAS PERSONAS QUE SE HAN INTERESADO

Nº DE VENtAS REALIZADAS EXCLUSIVAMENTE POR LA CAMPAÑA

FALTA DE MATERIAL Y COLOCACIÓN DEL MATERIAL

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN

1. En las carnicerías que no tenían estos productos: sustitución de las vendas en aras de los que tienen el valor social.
2. Importante argumento de venda. Los carniceros se respaldan en la campaña y en el valor social para acabar de hacer la venta.
3. Importante el prestigio de la carnicería adquirido. Ayudado por la mejora de la impresión de los clientes y de los mismos carniceros en su manera de transmitir valor añadido a sus productos.
4. Mantenimiento de la campaña durante 3 meses. Gran motivación del carnicero y restaurante para seguir.

RETOS PARA LA CONTINUIDAD DE RAMATS DE FOC

1. Cuantificar las ventas y demostrar un aumento significativo de estas
2. Ampliar carnicerías/restaurantes al mismo tiempo que entran más explotaciones ganaderas al proyecto
3. Asegurar productos (carne y derivados lácteos) todo el año y para todos las carnicerías/restaurantes para fidelizar consumidores
4. Incluir carnicerías de núcleos urbanos (Girona) para ver el efecto campo-ciudad
5. Página web, redes sociales

Ramats de foc

Productos ligados a la prevención de incendios forestales

pronto en www.ramatsdefoc.cat

Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les comarques gironines

PAU COSTA FOUNDATION

Sergi Nuss, snuss@paucostafoundation.org
Emma Soy, esoy@paucostafoundation.org

fundación daniel & nina carasso
Afiliada a la Fondation de France