

Els productors de cervesa artesana preveuen un "bon estiu" de vendes

La covid-19 redueix un 20% els ingressos del sector, que ha tingut el 80% dels treballadors afectats per ERTO



Amb esperit de remuntada i molta il·lusió. Així és com des del **Gremi d'Elaboradors de Cervesa Artesana i Natural de Catalunya** afronten la campanya d'estiu. Serà una temporada amb menys restriccions i molta més activitat d'hostaleria i oci que l'any passat, un fet que els porta a ser optimistes. L'estiu és el moment fort, que arriba després d'un any molt difícil per la pandèmia, amb una caiguda del volum de negoci del 20% -si el 2019 van ingressar 46,2 MEUR, l'any passat van ser 37,1 MEUR- i el tancament de deu empreses. Malgrat tot, asseguren que els ERTO i els ajuts que han arribat els han ajudat a mantenir l'estructura. Calculen que 8 de cada 10 treballadors del sector han estat afectats per expedients de regulació en algun moment.

"Hem estat tancats però no aturats; hem aprofitat el confinament per repensar i fer cerveses noves que ara tenim ganes de presentar als clients", explica a l'ACN la vicepresidenta del Gremi d'Elaboradors de Cervesa Artesana i Natural de Catalunya, **Judit Cartex**. "Serà un estiu prometedor", afegeix amb un somriure. El gremi té actualment 45 negocis adherits.

I és que el sector té ganes de recuperar de nou l'activitat a les barres i molt especialment el contacte directe amb el client. "Estem en la línia de sortida esperant que acabin les restriccions per poder ensenyar tot el que s'ha fet", afegeix. Segons Cartex, el confinament ha servit per



arribar a nous públics amb fórmules com els tastos virtuals o la venda en línia. Però ara hi ha moltes ganes de tornar a estar en fires i servir el producte en actes socials i culturals.

Explica que després d'uns anys de creixement, el 2020 havia de ser el de consolidació de projectes i d'ampliació. La covid-19, però, va frenar-ho en sec fins al punt que en els primers mesos de l'estat d'alarma la producció es va aturar un 75% i la majoria de treballadors van estar en ERTO. Els consta que deu projectes van haver de tancar però, la resta, han pogut aguantar sense destruir llocs de treball. "Els ERTO han sigut una bona eina malgrat no tenir ajuts específics" com sí han tingut altres sectors. I lamenta no haver tingut tots els suports de les administracions que haurien volgut. Tot i això, creu que "ho han batallat i que, havent nascut en plena crisi econòmica (el sector va començar a caminar pels volts del 2008), estan segurs que se'n sortiran".

De fet, el volum de negoci del sector durant el 2020 va caure un 20% respecte l'any anterior, quan s'havia arribat als 46,2 MEUR. Una dada que contrasta amb les caigudes molt més importants d'altres sectors. "S'han sumat nous bevedors i la gent ha redescobert l'entorn local i el seu producte, i creiem que això ens ajudarà molt", subratlla Cartex.

També s'ha perdut mig punt de quota de mercat. Si el 2019 tenien un 2%, un any després han passat al 1,5%. "De cada 100 euros invertits en cervesa, 1,5 era artesana però també és senyal que tenim un 98,5% per córrer; estem a punt i el públic esperem que també", remarca la vicepresidenta del gremi. La recuperació de l'activitat social serà clau per reactivar el sector però també les fires i l'oci.

La Cervesa del Montseny va reforçar la venta en supermercats

La Cervesa del Montseny, amb una producció de 350.000 litres a l'any a la fàbrica de Sant Miquel de Balenyà (Osona), ha reobert de nou al públic l'espai de tast per donar a conèixer els productes que elaboren de forma artesanal. Ho havien de fer l'any passat, però, amb les restriccions no es va poder fer massa cosa. "Transmetem la passió que sentim per la cervesa", remarca **Jordi Llebaria**, soci i un dels impulsors del projecte que es va posar en marxa el 2007. La venda de les seves cerveses a les grans superfícies els ha permès aguantar el sotrac de la pandèmia (si habitualment era un 60% de les vendes, l'any passat va passar a ser del 90%). En els moments més difícils, van fer ERTO a una part de la plantilla perquè l'activitat a fàbrica es va poder mantenir.

Contràriament del que s'havien imaginat, les cerveses més venudes a les grans superfícies han estat les IPA, que són "més amargues i aromàtiques". "No són les que beu el gran públic i han sigut top venda amb molta diferència", remarca Llebaria. Un fet que els porta a pensar que "el públic està canviant i cada cop vol coses més especialitzades". I en part ho atribueixen als esforços que vénen fent des dels inicis per donar a conèixer el producte i el procés d'elaboració. I ho fan amb la presentació de llibres, concerts i altres activitats per atraure nous públics.

Són conscients que el sector ho ha passat molt malament, sobretot els fabricants i distribuïdors més especialitzats, però coincideixen en preveure un estiu de creixement d'activitat, amb la reobertura i la posada en marxa de nous negocis.

La Cervesa Minera aguanta el sotrac i espera créixer

Qui també espera amb "molta il·lusió" i amb esperances de tenir un estiu "molt millor" que l'any passat és el copropietari de Cervesa Minera de Sant Joan de les Abadesses (Ripollès), **Jordi Marcé**. Des del 2013 que elaboren cerveses artesanes d'alta fermentació, un negoci impulsat per un grup d'amics que fa uns anys van començar a elaborar aquesta beguda en el seu temps lliure. Per aquesta empresa, el confinament també els ha servit per seguir experimentant. Van aprofitar els mesos d'aturada i de tancament de bars i restaurants per elaborar tres productes nous - la lager, la cervesa de ratafia i la sense gluten- que han tingut una bona acceptació. Aquesta última, a més, ha estat inclosa en el segell Girona Excel·lent. Totes tres requereixen més temps de fermentació.



"Tenim una producció petita, abans de la covid-19 elaboràvem 28.000 litres de cervesa a l'any", admet Marcé, que tot seguit es mostra molt agraït pel suport dels particulars que han continuat fent comandes durant aquest últim any de pandèmia. El fet de tenir poca estructura -treballen dues persones a l'obrador- els ha evitat haver d'acollir-se a un ERTO i van haver de reduir les hores de treball. Un any després, han reprès amb força l'activitat i ja estan preparant el que ha de ser una bona campanya d'estiu. "Esperem tenir un estiu similar al del 2019 i, si tot va bé, l'any que ve augmentarem la producció entre un 10 i un 15% amb el canvi de maquinària de la primavera passada", detalla.

Per Marcé, la pandèmia també haurà aportat alguna cosa positiva, com ara que el consumidor valori més els productes de km0. "Sembla que es comença a valorar el producte artesà, l'economia circular i el ser de proximitat", remarca.