

Molt més que vi

Gastrotalkers.cat reuneix els elaboradors de vi en llauna català que posen l'accent en la llibertat i la sostenibilitat del nou format



El 2018, a la fira *Prowein*, es van traçar tres tendències a seguir en el món del vi. Es parlava de vinyes d'alçada i de la recerca de varietats més resilientes fer front al canvi climàtic. I també del vi en llauna. Avui, tres anys després, aquesta nova modalitat d'envasat i consum està en plena eferescència a Catalunya amb 4 empreses que n'elaboren i que auguren un goteig de nous projectes d'ara a finals d'any. Reconeixen que la pausa imposada pel confinament ha estat clau per poder madurar la idea i decidir-se a emprendre aquesta nova modalitat de negoci i consum que va començar a Austràlia i que ara té una força imparable als Estats Units. ?El confinament ens ha fet bé, ens ha donat temps, però també ha portat un canvi de paradigma a les nostres vides. Ara tothom està més disposat a provar coses noves i a canviar i/o incloure nous hàbits de consum. Tenim la mobilitat restringida i si anem a la muntanya o a la platja a respirar, què millor que endur-se una llauna de vi??, diu **Cristina Vaqué**, cofundadora de Can-Vi (<https://www.can-vi.cat/>) .

El repte enològic d'envasar vi en alumini no ha suposat cap fre, sinó un estímul. Els elaboradors estan disposats a compartir les seves metodologies amb els àmbits universitari i científic per reunir plegats més *know-how* i recórrer plegats el viatge que inicien en paral·lel amb un envàs 100% reciclable. Estan convençuts que la llauna no serà passatgera i ha arribat al mercat del vi català per quedar-se. Asseguren que ningú no pot subestimar-ne la qualitat. La novetat és essencialment un envàs que busca conviure i coexistir amb l'ampolla perquè representa moments de consum diferents. El seu competidor no és el vi embotellat, sinó les begudes ensucrades o la cervesa.

¿És un producte ecològic, vegà, sostenible, amb vi de bona qualitat i es presenta en un format molt pràctic. A Zeena(<https://drinkzeena.com/>) ja anem per la tercera enllaunada?, explica **Sana Khouja**, la seva CEO. ¿El nostre primer objectiu ha estat validar i testar el producte i la sostenibilitat del model de negoci, per bé que sabem que la demanda hi és. El sector està ansiós per tastar i beure vi en llauna, perquè hi ha una disrupció en el concepte: un nou format per a un sector tradicional i clàssic com ha estat el del vi?, afegeix. ¿És una època de poques alegries i el vi en llauna és innovador. Fins ara no hi havia aquesta necessitat, però el fet que convergeixin diferents iniciatives en un mateix moment ens està dient que cobrim un aspecte de mercat que no estava resoldt?, comenta **Joan Anton Romero**, CEO de Glass Canned Wines (<https://www.glasscannedwines.com/>) . I afegeix: ¿Volem crear tendència i això no vol dir que no ens agradi obrir ampolles de vi?. ¿No arrossegare el consumidor d'ampolles a la llauna, però sí que som alternativa per als que han begut ampolles benjamins i cervesa. Som innovadors en el format i en la manera en com presentem la nostra marca que és a *sip of freedom*?, diu Khouja.



Llaunes de Can Vi. Foto: Can Vi.

¿Anys enrere havíem treballat plegats i ara volíem fer un projecte junts. El confinament ens va permetre madurar-lo. Sabem que el camí el traçarem nosaltres perquè a Catalunya no hi ha experiències prèvies. Fer vi per després enllaunar-lo és complex tècnicament per assegurar aspectes de qualitat i conservació. S'ha de pensar des de l'origen. Sobretot quan no utilitzes sulfits com és el nostre cas?, explica l'enòleg **Jordi Solé**, cofundador de Can-Vi. ¿L'acceptació que estem tenint és molt bona, però la clau de l'èxit és sempre la qualitat del producte. En el nostre cas, el vi és de vinyes de vora el monestir de Santes Creus i passa 6 mesos amb les mares en

gerres de ceràmica abans de ser enllaunat.

Ja tenim enllaunades la garnatxa negra i el trepat de vinya vella, macerats amb pells durant 4 dies i 6 mesos en àmfora, i el rosat de macabeu i parellada que fermenta amb les pells 4 dies i 6 mesos en àmfora amb pells de syrah i garnatxa. Son vins naturals?, explica **Vaqué**. El primer a sortir al mercat ha estat un blanc, cupatge de macabeu i parellada, que defensa la tipicitat: ?la mateixa essència, diferent forma?. Quant al format en llauna, fan valer el missatge ?la vida Can-Via i nosaltres amb ella? i les presenten per beure ?on vulguis i amb qui vulguis?. ?Observant el vostre discurs, Can-Vi sou 100% producte i nosaltres a Zenna 100% marca. Vam tenir molt clar que podia funcionar molt bé al càmping, a la platja, a la muntanya, però també ens hem fixat molt en el sector del *delivery food*, i també en les noves unitats familiars, on creix la unipersonalitat?, diu **Sana Khouja**. ?Nosaltres traurem al mercat un *discovery pack* amb quatre monodosos que permetran al consumidor o compartir o beure cadascú la llauna més li agradi?, explica **Joan Anton Romero**. Glass enllaunará en breu 4 referències: un cabernet-merlot, un merlot-ull de llebre, un xarel-lo-chardonnay-muscat i un *bubbles* cupatge de diferents varietats. ?Ho fem amb vi de proximitat en un envàs resistent, *eco-friendly*, amb tecnologia i responsable?, matisa el seu CEO.



Llaunes Zeena. Foto: Ruth Troyano.

?A Zeena volem anar més enllà de la llauna i del vi, volem que la gent s'enamori de vida que comunica aquesta nova manera de consumir?, afegeix **Khouja**. No obstant, tant per a Zeena com per a Can-Vi el perfeccionament del producte és una prioritat i ja han fet passes en aquest sentit: ?Hem de generar coneixement. Nosaltres ja hem contactat amb el Parc Científic del Vi de Falset (Vitec). El que vull és que el vi en llauna sigui de futur i necessitem base tècnica i tenir

respostes a les preguntes que ens van sorgint?, comenta **Sana Khouja**. ?Nosaltres també hem contactat amb la Facultat d'Enologia de la Universitat Rovira i Virgili per compartir coneixement i fer recerca plegats analitzant la nostra pròpia experiència?, diu l'enòleg **Jordi Solé**. ?Can-Vi és producte *craft*, artesà i natural?, remarca la seva sòcia, **Cristina Vaqué**. ?Nosaltres enllaunem vins joves, elegants i nets i son 100% elaborats en dipòsit d'inòx?, diu la CEO de Zeena.



Llaunes de Glass. Foto: Glass.

A Glass insisteixen en tots es avantatges de la llauna: ?Envàs segur i portàtil, fresc i fàcil d'obrir, fàcil de refredar i guardar?. I s'avancen a la pregunta del consumidor: ?Sense gust a llauna. Els estudis tècnics fets al laboratori però també els tastos a cegues ens han fet pal·lès que no hi ha diferència de sabors ni pèrdua d'aromes a l'envàs. Tant el material per recobrir l'interior com les tècniques d'envasat fan impossible les migracions de gust i també s'impedeix l'oxidació del vi?. Consideracions tècniques que comparteixen els altres elaboradors. Zeena sumarà aquest 2021 un rosat amb bombolla a les dues garnatxes (blanca i negra) que ja estan al mercat des de l'estiu de 2020 i té previst ampliar i enfortir el mercat de l'exportació, tant a Europa, com als Estats Units i a la Xina. No descarten tampoc enllaunar altres vins monovarietals de diferents regions d'Espanya, on hi ha part del seu mercat (Bilbao, Madrid, Sevilla i València, principalment). Can-Vi es vol fer present a Catalunya que és on son les vinyes, per bé que els seus vins enllaunats ja viatgen a Austràlia i França i al mercat nacional son presents a Madrid i València. A Glass, fet l'enllaunat, volen ser capil·larment arreu, per arribar ?des d'un supermercat a un *colmado* o a una benzineria o a molts restaurants que ja son clients?. Tots tres saben que estan dibuixant un camí nou i transitar-lo els motiva enormement. Haver-los reunit els ha fet veure les oportunitats que s'obren quan la passió i el coneixement son compartits.

?La llauna arriba allà on no pot l'ampolla?



Llaunes de Born Rosé Barcelona. Foto: Born Rosé Barcelona.

Born Rosé Barcelona (<https://www.bornrose.com/>) va néixer el 2019 amb un model de marca nativa digital. Lligada a Barcelona amb la intenció d'apropar-se al vi de manera desenfadada i urbana, lluny de la vella escola i reivindicant que la ciutat és un *state of mind*?. Van situar el vi rosat elaborat amb garnatxa i ull de llebre del Penedès a *cool places*", restaurants i hotels de culte de diferents punts de la geografia catalana i espanyola, a tocar de mar. ?Teníem claríssim que també hi hauria llauna, però esperàvem el moment per consolidar l'enfoc digital (ara ja tenim més de 6.000 clients) i per confirmar que el consumidor d'ampolla també volia el nou format?, explica **Ferran Vila**, CEO de Born Rosé. El juliol de 2020 van sortir al mercat les primeres llaunes de Born Rosé, cupatge de garnatxa negra i ull de llebre, i un cop testat el projecte, ara s'animen amb una segona referència: el mateix cupatge, però amb un punt de gas carbònic, un petillant. ?Allà on no pots consumir vidre, l'alternativa és la llauna: els restaurants de platja, els *beach club*, les piscines, els festivals als jardins? No substitueix l'ampolla de vi, sinó que arriba allà on no pot l'ampolla?, dirà **Ferran Vila**. El CEO de Born Rosé Barcelona destaca els beneficis en la sostenibilitat de l'envàs: ?En menys de 60 dies l'alumini ja torna a entrar en la cadena de reciclatge. És un envàs amb avantatges i per a vins que no necessiten envelliment?. Quant al producte, diu que juguen a la divisió dels productes *premium* enllaunats: ?El consumidor hi trobarà el mateix vi que a l'ampolla. Un rosat sec de l'estil dels que s'elaboren a la Provença, amb una base floral més que afruitada, però amb notes tropicals. És un vi que viatja a més de 15 països i té penetració on s'estan consumint els millors rosats del món?. En relació al degoteig de projectes de vi en llauna, dirà: ?D'inici és bo, perquè sinó no crearem l'espai en els punts de venda, però caldrà veure com es defineix el mercat?.

