



CONCLUSIONES DE LA MESA REDONDA: Sidra, vino y cerveza, una triada competitiva

PONENTES:

- Victor Escalada Llera.(Presidente del Consejo Regulador de la DOP Sidra de Asturias. Gerente de Asturvisa, comercializando diversas marcas de Sidra, Cerveza y Vino).
- Carlos Maribona (Crítico gastronómico del ABC)
- Pedro Morán (Casa Gerardo y Premio Nacional de Gastronomía 2006)
- Eric Skovenborg (periodista y médico danés)

El desafío fundamental que tiene hoy en día la sidra de calidad, es cómo posicionarse en competencia con las bebidas que tienen mayor protagonismo gastronómico, que son fundamentalmente el vino y la cerveza.

Para superar los aspectos folclóricos de ésta bebida fresca y ligera y poder incorporarse al mundo gastronómico la sidra tiene varios baches, aunque hay quien piensa que cada bebida tienen su momento y que incluir la sidra en las comidas iría en contra de nuestra tradición culinaria.

Sin embargo, en el País Vasco se ha incorporado la sidra al hecho gastronómico, vinculando a las sidrerías con la degustación de productos autóctonos fuera de su región. En Asturias también existe esta vinculación con la gastronomía pero en menor medida y con carácter local.

El mayor problema de la sidra que se plantea en Asturias es vender la sidra fuera de la región. Ahora mismo los lagares pertenecientes a la DOP tienen un control absoluto de todo el proceso. En este sentido, las perspectivas son halagüeñas con los avances de los dos últimos años, pero el posicionamiento es muy difícil ya que existe una falta de promoción, de presentación y conocimiento del producto fuera de la región. La sidra de nueva expresión es aún una desconocida fuera de Asturias.

Donde hay que hacer el esfuerzo es en este punto, en sacar la sidra al resto de España y para ello es absolutamente necesaria la ayuda de la Administración.



FENICIA
MARKETING GOURMET

SICÈR

Para conseguir que la sidra pueda acompañarnos en la mesa debemos saber cómo, en qué condiciones y con qué mensaje lo conseguimos la sidra de nueva expresión, cuyo nombre no parece convencer ni a unos ni a otros. La propuesta de llamar a la sidra vino de mesa parece que puede dar lugar a confusión, que se pretende entrar en terreno ajeno, de modo que queda pendiente la designación adecuada.

Además hay quien piensa que pretender asemejar cualitativamente a la sidra con otras bebidas, como se está haciendo (con cava, con cerveza, hasta con whisky y Jerez) supone un gran esfuerzo que aporta nada a la gastronomía pues cada bebida tiene su propio carácter.

Las propiedades salutíferas y organolépticas de la sidra son argumentos fundamentales para fomentar su consumo y conquistar nuevos mercados.

El competidor de la sidra tradicional es la cerveza por su precio, siendo el de la sidra de nueva expresión el vino, con unos precios similares y en último término la sidra espumosa sería la competencia del cava.

La cerveza ha copado mucho terreno por varias razones: es fácil de servir, ha sabido abarcar varios tamaños para su consumo. Por el contrario para beber una botella de sidra tenemos que acabarla.

En la alta restauración en Asturias sí que hay intentos por introducir la sidra en la cocina aunque ya se sabe que la lucha con la cerveza y el vino es complicada debido al costumbrismo en su maridaje. Además la armonización de la sidra con una serie de platos no parece compatible para ciertos expertos y la ven más adecuada para primeros platos o aperitivos. Pero en Asturias su aplicación en la restauración es buena y puede ser punta de lanza ya que los restaurantes asturianos junto con los gallegos son los más extendidos por el territorio nacional. A través de ello se podría introducir la sidra en el resto de comunidades acompañando aperitivos y entradas, así como comenzaron a introducirse los vinos de las Rías Baixas en los restaurantes gallegos de toda España.

Hay quien ve también alternativas para introducir la sidra en la mesa como pueda ser a través del vinagre de sidra, un subproducto de la sidra.



FENICIA
MARKETING GOURMET