

MEMORIA EVOLUTIVA SAGARDO-MAHAIA

DESCRIPCIÓN Y ETAPAS DEL PROCESO DE AGRUPACIÓN Y DEL PROYECTO DE MARCA CONJUNTA

Noviembre 2017

ANTECEDENTES

- * Numerosos estudios efectuados con anterioridad
- * Tanto en áreas técnicas como de mercado
- * Importante desconexión entre los mismos
- * Preocupación del sector ante retos técnicos y de mercado
- * Voluntad de la Administración de apoyar una estrategia común
- * 3/11/2004: Reunión con GV, DFG y asociaciones de GI
- * Propuesta para realizar un Plan Estratégico
- * Replanteamiento: Diagnóstico sectorial previo
- * Se acepta y se lanza el proceso.

2005: DIAGNÓSTICO SECTORIAL

CONCLUSIONES EXTRAIDAS

- **CALIDAD:** racionalización y mejora proceso integral
- **MANZANA AUTÓCTONA:** Crecimiento y Garantía
- **MARCA:** Protección, Diferenciación y Revalorización
- **SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN :** En Manzana y Sagardoa
- **LIDERAZGO:** Hacia un proyecto de unidad sectorial
- **DIMENSIONAMIENTO:** Ante el actual mercado

CREACIÓN DE SAGARDO-MAHAIA

CONSTITUCIÓN DE LA “MESA DE TRABAJO”

- PRIMERA ETAPA: Como mesa sectorial
- REFRENDO: De las instituciones y del Sector
- PRIMERA REUNIÓN: 6 de Junio de 2005
- ACTIVIDAD: Amplio número de reuniones
- AVANCES: Acuerdos estructurales de base
- 26/12/2005: Presentación del “Plan Sag-Ma 2006”

ACUERDOS ESTRUCTURALES

LÍNEAS GENERALES CONSENSUADAS

- **BASES ESTRATÉGICAS:** Calidad y Materia Prima
- **CLAVES DEL PLAN:** Dimensionamiento y Marca
- **FORMULACIÓN DE MARCA:** Distintivo a bodega completa
- **TIPO DE MARCA:** Co-Branding
- **MANZANA:** Precio y compromiso
- **BODEGA:** Sistema mejorado de producción

RETOS CLAVE DEL PLAN

- **UNIDAD DE ACCIÓN SECTORIAL**
- **IMPULSO AL DESARROLLO DE MANZANA AUTÓCTONA**
- **INNOVACIÓN Y MODERNIZACIÓN PRODUCTIVA**
- **OPTIMIZACIÓN DE LA CALIDAD DE LA SIDRA**
- **EXPANSIÓN COMERCIAL Y ECONÓMICA**

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

AREA I *MATERIA PRIMA*

- ESTUDIO DE LIMPIEZA DE VIRUS
- DIAGNÓSTICO Y HOMOLOGACIONES
- DISEÑO DE MODELO DE PLANTACIÓN

AREA II *ELABORACIÓN*

- SOLUCIONES INMEDIATAS: A. V.; TURBIDEZ..
- DISEÑO SISTEMA PRODUCCIÓN DIFERENCIADO

AREA III *COMERCIALIZACIÓN*

- CREACIÓN Y REGULACIÓN CO-BRANDING
- PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO
- LANZAMIENTO DE LA MARCA

AREA GENERAL

-FUNCIONAMIENTO
COORDINADO
DE SAGMA

-PLAN
ESTRATÉGICO
SECTORIAL

CONDICIONES DEL PLAN

PREMISAS:

- DESARROLLO SOPORTADO EN EL RESULTADO DEL MERCADO
- PERSPECTIVAS REALES DE EXPANSIÓN
- SELECCIÓN NATURAL DE EMPRESAS DEL SECTOR
- COMPROMISO DEL SECTOR EN EL PLAN GLOBAL
- NECESIDAD DE APOYO INSTITUCIONAL
- IMPLICACIÓN DEL SECTOR AGRARIO

NECESIDADES:

- VALORACIÓN GENERAL ACCIONES 2006-2007: 0,3 M €
- INCORPORACIÓN CENTROS TECNOLÓGICOS, UNIVERSIDAD..
- TUTELA Y COORDINACIÓN DEL PROCESO

2006-2007: EJECUCIÓN DEL PLAN

CONTRATACIÓN DE EXPERTOS

- **MERCATEC:** Es contratada por la FUNDACIÓN KALITATEA para la realización de un estudio de mercado y marca
- **ALIMEK:** Se le encarga el estudio técnico de las bodegas y la identificación del modelo de referencia. Financiación del GV
- **SAGARLAN:** Estudio de manzanales y plan de homologación de cultivos. Financiación del GV y DFG
- **BULTZ-LAN:** Coordinación del conjunto y de SAGARDO-MAHAIA

ÁREA DE MERCADO.- CONCLUSIONES

ESTUDIO DE MERCADO Y MARCA (2006)

- OPORTUNIDAD: Importante potencial de crecimiento
- MERCADO ACTUAL: Desarrollo muy primario
- EXIGENCIA: Mejora apreciable de la calidad actual
- IDENTIFICACIÓN: Cliente, Distribución y Promoción
- PRECIO: Recorrido considerable con Calidad
- PRESTIGIO: Sinergias con nuestra gastronomía

ÁREA TÉCNICA.- CONCLUSIONES

EVALUACIÓN DE MANZANALES Y BODEGAS (2007)

- **SITUACIÓN:** Factible mejora del proceso integral
- **MANZANALES:** Necesidad de mejora y potencial productivo
- **BODEGAS:** Buen nivel general. Adaptabilidad a la Marca
- **SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN :** En manzana y sagardoa
- **TRAZABILIDAD:** Objetivo conseguible
- **HOMOLOGACIÓN:** Progresión posibilista
- **FINAL TOTAL TRABAJOS:** Diciembre 2007

2008.- PROYECTO DE MARCA

ÚLTIMAS REUNIONES DE AVANCE

- **BIZKAIA:** Incorporación del Presidente en SAG-MA
- **REGLAMENTACIÓN:** Normas concretas consensuadas
- **CERTIFICACIÓN:** Propuesta de Kalitatea: M. GARANTÍA
- **PROYECTO:** Culminación de su diseño
- **APOYOS:** Perspectivas favorables del GV y DDFG

(TODOS LOS PROYECTOS Y ESTUDIOS EFECTUADOS HASTA AQUÍ, ASÍ COMO LOS COSTES DE MONITORIZACIÓN, FUERON SUFRAGADOS AL 100 % POR EL GV Y LA DFG)

CARACTERÍSTICAS MARCA

- **MARCA DE GARANTÍA**
- **COMPLEMENTO A LAS MARCAS PROPIAS**
- **CERTIFICADA POR FUNDACIÓN KALITATEA**
- **GESTIONADA POR SAGARDO - MAHAIA**
- **TRAZABILIDAD GARANTIZADA**
- **SISTEMA DIFERENCIADO DE PRODUCCIÓN**
- **SOMETIDA A REGLAMENTACIÓN ESPECÍFICA**
- **MATERIA PRIMA – ELABORACIÓN - COMERCIALIZACIÓN**

2009: NUEVO ESCENARIO

- **Febrero 2009: Refrendo de los socios al modelo de Sag-Ma**
- **Nueva exigencia Gova: 100% manzana autóctona**
- **Compartición de producto con y sin marca**
- **Convenio condicionado a este cumplimiento**
- **Diversidad de enfoque.- Nuevos planteamientos**
- **Reuniones hasta Mayo con GV para reenfoque**
- **Junta del 5/May/2009: Abordaje de dos marcas**