

itsas-lur

Acha prevé mantener la facturación, volcada en el lanzamiento de nuevos licores

Con 250 reseñas en su catálogo, la centenaria destilería alavesa prepara una línea exclusiva demandada desde países árabes, así como una gama de bebidas sin alcohol

> BEBIDAS

Destilerías Acha está volcada en la investigación, desarrollo y elaboración de nuevas propuestas de bebidas. Con una oferta de 250 referencias -que incluye su emblemático licor Karpy, vermús, patxaran y hasta el único whisky 100% vasco-, esta frenética actividad "es nuestra única forma de competir con las multinacionales que dominan el mercado", asegura Agustín Martín, director de Operaciones de la empresa.

Destilerías Acha, ubicada desde 1880 en el municipio alavés de Amurrio, está potenciando su laboratorio y departamento de I+D con la intención de seguir ofreciendo nuevas reseñas de bebidas espirituosas y de calidad, que alcanza ya las 250 referencias. La compañía, que mantiene la esencia del trabajo artesano, recibió en 2015 el Premio Carrefour a la empresa más innovadora de Euskadi, un reconocimiento compatible con sus alambiques de cobre del siglo XIX que siguen destilando a día de hoy. Los orígenes de Acha se remontan al año 1831, en Bilbao. La empresa fue fundada por Paul Pomes, un bodeguero de la región de Cognac (Francia). Para dirigir su negocio, Pomes contrató a Manuel Acha, que acabó comprando la firma, al frente de la cual se encuentra la quinta generación familiar.

Acha, que da empleo directo a 15 personas, ha introducido cambios en su estrategia comercial a raíz de la pandemia del covid-19, con una especial atención al canal Horeca y al pequeño comercio de proximidad, que han venido a reforzar su presencia en los lineales de la gran distribución. A los mismos llega con su amplia gama de productos, que incluyen el emblemático licor de naranja Karpy, así como

exportaciones

El 40% de las ventas procede del exterior, de países como China donde ha introducido el 'Fuckermaster', un licor de moda



|| Destilerías Acha

Destilerías Acha combina avanzada tecnología con la esencia artesana de sus antiguos alambiques.

patxaran, elaborado con endrinas naturales, y diferentes variedades de vermú, su bebida más vendida.

"Combinamos la forma de trabajo tradicional con la investigación y desarrollo permanente de productos en función de las tendencias y gustos de cada mercado objetivo", afirma Agustín Martín. "Nuestro fin es seguir fabricando los mejores licores, espirituosos y vermús 100% elaborados en el País Vasco", añade.

Como ha sucedido en muchas otras empresas, la pandemia ha alterado las previsiones de ventas de Acha, que facturó cerca de tres millones de euros en 2019. Aunque su objetivo inicial era aumentar alrededor de un 15% esta cifra de negocio en 2020, la intención ahora es repetir los números del pasado año. Su vocación internacional, sin embargo, no se ha visto afectada.

La firma alavesa prepara nuevas añadas de su whisky 'Haran', el único fabricado en Euskadi

El 40% de las ventas de Acha proceden del exterior, de países de Centroeuropa y Latinoamérica, de Estados Unidos y de China.

Además de su permanente capacidad innovadora, la compañía tiene puesta 'la antena' para detectar novedades en los hábitos de consumo de bebidas espirituosas a nivel mundial. En China, por ejemplo, ha introducido el 'Fuckermaster', una versión propia del 'Jagermeister', un licor de hierbas de moda en el gigante asiático.

Ayuda altruista frente al covid-19

A raíz de la alarma sanitaria por el covid-19, Destilerías Acha puso toda su experiencia, conocimiento y recursos en materia de alcoholes a disposición del Gobierno vasco, del Servicio Vasco de Salud-Osakidetza y de empresas farmacéuticas de Euskadi para ayudar en la fabricación y suministro de las tan demandadas, y hoy día indispensables, soluciones hidroalcohólicas. "Todo este trabajo, realizado de forma altruista, nos dio el tiempo y la visibilidad para readaptar algunos procesos de ventas y dirigirlos a otro segmento quizá más minorista, como las tiendas de proximidad o de barrio", subraya Agustín Martín. En esta línea solidaria, el director de Operaciones de Acha opina que "aunque son momentos muy difíciles, debemos seguir trabajando en la línea de la innovación y la calidad". Y añade que "con el apoyo del consumo de kilómetro 0 y de las instituciones saldremos adelante. Es importante que nos ayudemos todos para conseguirlo". Acha, cuyo origen se remonta a la primera mitad del siglo XIX, es la empresa más antigua del País Vasco y la destilería española con más años de vida.

'Fuckermaster' se enmarca dentro de la gama de 'Destilería urbana' de Acha, que incluye también bebidas como limoncello, vodka, tequila, absenta y vino aromatizado.

Además, Acha produce y comercializa 'Haran', la única marca vasca de whisky, "capaz de competir en calidad con las mejores marcas escocesas de esta bebida", según Agustín Martín. Al 'Haran' 8 años se sumarán nuevas añadas de 12, 18 y 21 años. Este producto tiene una gran aceptación entre los consumidores de la vecina Francia.

Ginebras

Otras propuestas propias de Destilerías Acha son las ginebras premium 'B&B' (Bilbao&Bizkaia) y '1831', cuya fórmula incluye jengibre y ruibarbo, y con las que han logrado hacerse un hueco con bastante éxito en el cada vez más amplio y competitivo mercado de esta bebida espirituosa.

Y en esta línea de trabajo de innovación permanente, la centenaria empresa alavesa está preparando el lanzamiento de una gama ecológica de bebidas, así como una línea exclusiva, 'One-Off Distillery', especialmente demandada por clientes de algunos países árabes. Otro proyecto en marcha es la producción de bebidas sin alcohol, una apuesta "arriesgada", que se encuentra en fase de ensayos en el laboratorio de la empresa en Amurrio, bajo la dirección de un maestro elaborador y el asesoramiento de expertos en bebidas espirituosas.

[Víctor Gardeazabal]

Bebidas

La Salve lanza al mercado su botella cinco millones

La empresa de cervezas La Salve ha lanzado su botella número 5.000.000, embotellada en su fábrica de Bilbao. Para celebrar este hito, la firma ha colocado en dicha botella una etiqueta específica con dicho número, y quien la consiga obtendrá como premio cerveza gratis durante un año. La botella 5.000.000 es una cerveza km 0 de estilo German Ale, una cerveza "fácil de beber", con matices de olores frescos, producida con cebada de Álava y lúpulo de La Rioja.

Alimentación

Mercabilbao alcanza las 135.568 toneladas comercializadas



La sociedad pública Mercabilbao ha comercializado un total de 135.568 toneladas de alimentos en el primer semestre de 2020, un 2,4% más que en el mismo periodo del año anterior a pesar de la crisis sanitaria generada por el covid-19 y las medidas adoptadas durante los últimos meses. El segmento con mayor volumen de ventas sigue siendo el de frutas y hortalizas, con 124.239 toneladas.

Eroski incrementa las ventas de productos locales de Euskadi

Eroski mantiene un fuerte compromiso con la producción local del entorno en el que opera y de ello da muestra el impulso que está dando a los productos de proximidad en su red comercial. Así, las ventas de alimentos de origen local del País Vasco mantienen la senda del crecimiento con un aumento del 14,5% durante la primera mitad del presente ejercicio. Eroski colabora con cerca de 1.800 proveedores vascos con un volumen de compras anuales de más de 650 millones de euros.

Desarrollo rural

Añana, Enkarterri y Montaña Alavesa avanzan en innovación social

Gobierno vasco y Hazi han lanzado un concurso para buscar las mejores ideas de emprendimiento e innovación social en Añana, Enkarterri y Montaña Alavesa. Su objetivo es promover el diseño e implementación de iniciativas que puedan impulsar la innovación y el emprendimiento social sostenible y generar proyectos con potencial para crear empleo y riqueza.