Tres joves santcugatencs llancen Teapical, una nova beguda alcohòlica de baixa graduació



Teapical Hard Iced Tea és la nova beguda alcohòlica de baixa graduació impulsada per tres joves de Sant Cugat. Es tracta d'una beguda inspirada en un refresc, fet amb te negre i llimona però que conté un 4,5% d'alcohol. A més, segons han explicat els emprenedors a Cugat Mèdia, Teapical és la beguda alcohòlica amb menys calories que es pot trobar al mercat, amb un total de 27 quilocalories per 100 mil·lilitres, no té sucres afegits i és sense gluten. En Xavier Llauradó, l'Enric Majoral i en Xavier Andreu són els creadors d'aquest nou producte que ja es pot adquirir en diversos establiments de Sant Cugat i de Barcelona.

Un cop acaben la carrera universitària, el 2018, els tres joves emprenen un viatge que els porta a Fire Island, als Estats Units d'Amèrica, on neix la idea de crear el Teapical, la versió mediterrània del Hard Iced Tea, una beguda alcohòlica sense gas, refrescant i dolça. Conscients que el te gelat pot triomfar a l'Estat espanyol veuen l'oportunitat d'engegar un negoci. Comencen, aleshores, a crear cervesa artesana barrejant diversos destil·lats amb diversos tipus de tes i llimones. Després d'un any de proves, troben la fórmula que els satisfà i comencen la producció.

Un dels membres de l'equip, Xavier Llauradó, ha definit el Teapical com una beguda per prendre 'en tot moment' perquè és 'suau i refrescant'. Teapical està pensada, principalment, per a un públic jove, però des de la companyia asseguren que tothom que l'ha provat 'ha tret alguna cosa de profit'.

Llauradó també ha explicat que compten amb un assessorament 'molt bo' de l'antic CEO de Mortiz, Albert Castellón, i de l'antic Global Brand Director de Tally-Weijl per continuar amb el creixement de la marca. El jove ha especificat que el proper pas és donar a conèixer el producte per començar amb 'una distribució intensiva en l'àmbit català aquest estiu' i, pel següent, 'expandir-se a escala estatal'. Pel que fa al preu de Teapical, Llauradó ha recordat que és 'un producte prèmium' i que pot tenir un cost similar a begudes de la mateixa categoria, com la cervesa Desperados.

Aquest dissabte, la companyia ha organitzat una festa de llançament a Sant Cugat per donar a conèixer Teapical. Es tracta d'un esdeveniment privat que comptarà amb la presència d'empresaris implicats amb la marca, mitjans de comunicació i diversos 'influencers'.

Xavier Llauradó: El següent pas és, una vegada ens donem a conèixer, fer una distribució intensiva en l'àmbit català aquest estiu i, de cara a l'estiu següent, expandir-nos a escala estatal.

Noticia disponible a https://www.cugat.cat/noticies/economia/147554.html

Copyright 2024 Cugat.cat