

Altres temps, altres sabors

Els nous sabors han envaït el mercat del torró. No en va, un trenta per cent dels consumidors són joves que han oblidat els tradicionals sabors de Xixona. Cada Nadal, torna la batalla dels nous productes.

Hi ha qui diu que el torró és un producte que començà a produir-se sota la dominació dels àrabs. Hi ha els qui l'atribueixen als jueus sefardites i d'altres parlen dels fenicis o dels hebreus. En allò que tothom està d'acord és que el torró és un invent de Xixona.

A final del segle XVI, va visitar Xixona Antonio Martínez Montino, cuiner del rei Felip II, i quan se'n va anar duia una idea fixa al seu cap: «Todas las casas de Jijona huelen a vaho caliente de miel porque en todas ellas se fabrica el turrón». L'expressió podria ser vàlida avui també. Evidentment, Xixona s'ha fet gran i el torró, en lloc de fer-se a les cases, es produeix en modernes fàbriques. Encara i això, parlar de Nadal és, sens dubte, recordar-se'n d'aquest poble que es troba situat just en el punt en què l'Alacantí comença a pujar cap a la muntanya.

La producció, l'envasament i la distribució s'han modernitzat però, en canvi, la tradició continua sent un dels valors afegits amb què el producte ix al mercat.

EL REPTE DELS NOUS SABORS

Després de moltíssims anys de presència al mercat, el torró continua fabricant-se de la mateixa manera que fa tres-cents anys. Amb productes absolutament naturals i de gran qualitat com l'ametlla, la mel, el sucre i la clara d'ou. Fins ara el torró de Xixona, o bla, i el d'Ala-



30.000 milions de pessetes, beneficis del sector el 1988.

FERRAN BOLTA

cant, o dur, componien tota l'oferta de productes nadalencs, si de cas augmentada, no fa massa temps, pels torrons de xocolata, natanous o rovell d'ou torrat.

Segons **José Ignacio Jiménez**, president de l'Associació Nacional de Fabricants de Torrons i Massapans i director de l'empresa Monerris Planelles, SA., «ha estat l'evolució de la societat i el canvi en els costums, pel que fa referència a les celebracions nadalencques, el que ens ha decidit a buscar alternatives». Per al president de l'associació, el consum del torró ha baixat com a conseqüència de la pèrdua del caràcter casolà de les festes i pel fet que els joves estan perdent el costum de menjar torró. «És precisament per atraure aquests nous clients potencials pel que la majoria del sector s'ha decidit a llançar al mercat tot un seguit de nous sabors».

La principal novetat la constitueixen els tafonats, dels que hi ha per a tots els gustos: amb panses, al brandi, al cafè, a la taronja, al licor de kiwi, al de poma o al de préssec. I per si algú no hagués trobat encara el seu gust, també n'hi-ha els pralinés. D'aquest tipus es poden trobar a la llima, a la moka, al marrón glacé o al licor.

Un extens assortit que tindria com a principal missió la de captar un públic que no consumeix els productes tradicionals i que representa gairebé el 30% del mercat real. L'altre 70%, el dels consumidors del torró tradi-



José Ignacio Jiménez, president de l'Associació Nacional de Fabricants de Torró.

FERRAN BOLTA

cional, és un percentatge escantat des de fa anys, la qual cosa està abocant el sector a una crisi de creixement que impedeix l'evolució de les empreses que veuen que, any rere any, les seues vendes no augmenten més enllà d'un 3 o 4%.

L'absoluta estacionalitat del sector divideix els fabricants. Uns creuen que seria positiu tractar d'estendre el consum a tot l'any. D'altres, en canvi, pensen que el producte és, a més d'un bon aliment, un rite i una tradició i que de vendre's a diari, potser, les vendes baixarien molt per Nadal. «A banda d'això el torró és massa car per a competir amb els productes de consum diari», afegeix José Ignacio Jiménez. Per Nadal es ven quasi el 90% de la producció total, la qual cosa redueix al terreny simbòlic el consum de la resta de l'any.

UN SECTOR AMB BENEFICIS

Monerris Planelles és, ara per ara per ara, l'empresa lí-

der del sector, seguida, curiosament, per dues empreses de fora de Xixona. Torróns «La Viuda», de Toledo, i torróns «La Casa», de Saragossa, completen el podi segons les dades facilitades per l'Associació Nacional de Fabricants.

El sector, l'any passat, va tenir entre els 25.000 i els 30.000 milions de pessetes de beneficis en una producció total que va pujar fins als 25 milions de tones. Per a tota aquesta producció s'empra al voltant dels 12 milions de kg. d'ametlla de procedència espanyola en la seua totalitat.

Entre el 50 i el 64%, segons la qualitat del producte, se situa el percentatge d'ametlles que duu cada pastilla de torró. A Xixona, es prefereix la del tipus Marcóna, que està considerada com la de millor qualitat. Una empresa com Monerris Planelles, SA, ven el 90% del seu producte al mercat nacional i només un 10% es dedica a l'exportació. Les principals destinacions són, curiosament, països amb

una forta presència de l'element hispànic com el centre i el sud d'Amèrica o els estats de Florida, Nova York o Califòrnia, pel que fa als Estats Units, principal importador d'aquest producte.

En un any, Monerris Planelles produeix més de 4.000 tones de productes, la qual cosa es tradueix en unes vendes que ultrapassen els 4.000 milions de pessetes. D'aquesta producció, el 50% són els tradicionals torróns de Xixona i Alacant. En canvi, altres fàbriques com les de Saragossa o Catalunya tenen una producció més dirigida a les altres varietats.

D'altra banda, podem dir que el sector torroner sol fer unes despeses de més de 1.000 milions de pessetes en la publicitat dels seus productes.

EL TORRÓ I LA COMUNITAT EUROPEA

El torró és prou conegut internacionalment encara que les vendes a l'estranger són baixes, sobretot a causa del preu. Pel que fa als as-

pectes jurídics de la integració, els fabricants de torró esperen no tindre cap problema, donat que el sector ja fa temps que compleix la legislació comunitària i en alguns aspectes, fins i tot, van més enllà dels mínims establerts.

Les noves tecnologies no tenen molt de lloc dins del procés de producció del torró. Un procés tan senzill, que ni el conveni de col·laboració signat amb la Universitat d'Alacant, per tal de trobar nous i millors sistemes de producció, ha aconseguit inventar res millor que puga substituir els «baixets», els típics perols on es cou la pasta. El que sí s'ha modernitzat és el procés d'envasament, que en l'actualitat permet la conservació del producte per un any, i l'energia que mou la maquinària. La resta roman tal i com ho va inventar aquell xixonenc que un bon dia començà a pegar voltes a una barreja feta d'ametlles i de mel mentre la coïa damunt la llenya.

Francesc M. Anton