

# Quedar-se gelat

El sector gelater és, al País Valencià –i sobretot a les comarques del sud– un dels més vius en els mesos estiuencs. Aquesta indústria, que cada nova temporada treu algun producte innovador, mou milers de treballadors.

**E**ls gelats són a l'estiu com la xocolata calenta a l'hivern. Així, com més calor fa, més vendes potencials tenen els gelaters. A Xixona, una localitat situada a l'Alacantí, al sud del País Valencià, aquesta màxima la coneixen molt bé. Allà s'ubica bona part de la indústria gelatera. Tot al contrari del que va ocórrer ara fa un any, quan la producció va patir una forta davallada, les altes temperatures d'aquestes primeres setmanes de l'estiu –la major part de la primavera ha arribat als 25 graus– han fet que els consumidors, tant turistes com residents, s'acosten a les gelateries per tastar un gelat, fer-se un granissat o beure una orxata, fins al punt que el consum s'ha incrementat en una quarta part respecte al 2004.

Els artesans de Xixona busquen, any rere any, la innovació en els sabors amb la intenció de sorprendre el públic. Es tracta de convidar els consumidors a gaudir d'un plaer únic: descobrir noves sensacions. Els típics gelats de crema, canella i ou, o el de llet merengada, la producció dels quals tenen el seu origen a la darrerria del segle XIX, han deixat pas a una gran quantitat de noves fórmules de fabricació i, gairebé com a la cuina, han sorgit moltes noves tendències. Malgrat el pas dels anys, a més, al País Valencià l'ofici no s'ha perdut. Ara per ara, a Alacant hi ha prop d'un centenar d'artesans gelaters i la seua activitat econòmica genera ocupació per més de 1.200 persones. La tradició del gelat és tan gran a Xixona que fins i tot, per exemple, els gelaters celebren la festa de moros i cristians durant l'hivern, perquè les dates estiuencs en les quals tenen lloc les festes del poble –en plena campanya

gelatera– impossibilitaven que aquests pogueren gaudir-ne.

Després del gelat de crema va venir el de xocolata, i més tard, el de sabor de torró, l'altra gran indústria de la població. I d'aquests sabors han sorgit varietats gairebé infinites. Això sí, la xocolata continua sent la gran estrella. Només aquest sabor concentra el 30% de les vendes totals dels artesans del sector, segons les dades de l'Associació de Gelaters Artesans d'Alacant. En la darrera edició de la fira del gelat que tots els anys se celebra durant el mes de febrer a Alacant, els artesans van mostrar fins a 240 variants diferents d'aquest sabor en poc més de 25 metres d'exposició. A la base del cacau s'afegeix un producte que li dona una nova textura. Així, a l'exposició hi havia gelat de xocolata amb safrà, xocolata de llet al parmesà o xocolata amb salsa de plàtan.

A més de la xocolata, la varietat de sabors és amplíssima. Fruites del bosc, pinya, rom amb panses, papaia, gingebre, dolç de llet, iogurt amb melmelada, tiramisú... Aquesta és només una petita mostra dels sabors que els gelaters artesans han introduït als seus expositors en els darrers anys per acompanyar l'oferta tradicional. Actualment, de fet, es pot triar entre unes 45 varietats diferents.

Però, a més a més, els productors intenten ara obrir el ventall de possibilitats per arribar a tot l'espectre de consumidors. I amb aquest objectiu han començat a fer-se també populars els gelats sense sucre per a diabètics, els que no contenen gluten o els preparats a base de soja. Fins i tot, i el que és més curiós, els mestres artesans han començat a crear gelats salats de tots els sa-



bers: lleties amb xoriço, truita de creïlles o *callos* a la madrilenya, entre d'altres. La carta és gairebé il·limitada. Amb tot, però, és bastant difícil trobar aquestes varietats en una gelateria; de fet, només se'n produeixen de manera puntual per encàrrec del sector de la restauració, per a fires o simplement per curiositat.

Recentment, un estudi de l'Associació Espanyola de Fabricants de Gelats situava el País Valencià com la zona amb més penetració de consum de tot l'estat, amb un 88%, sis punts per sobre de la resta. Els valencians, per tant, no solament són líders en producció sinó també en consum.



Oriol Amat

## El 'fast food', obligat a canviar

Fins i tot el consum massificat és més intel·ligent del que sembla. La fórmula del menjar ràpid, a base d'hamburgueses, patates fregides i similars, que semblava infal·libre fins fa ben poc, està començant a fer aigües.

Fa un any, McDonald's va registrar pèrdues a àmbit mundial per primer cop en la seva història. I al nostre país moltes de les empreses de menjar ràpid no acaben de funcionar gaire bé, de fet, sovint es produeixen tancaments de restaurants per manca de rendibilitat. El perquè d'aquests resultats negatius pot estar en els canvis que s'estan produint en els consumidors.

Al llarg dels darrers anys, ha anat agafant força la idea que el menjar ràpid no es bo per a la salut. Als Estats Units en diuen *junk food* (menjar escombraria). Sens dubte, el documental *Super size me*, que posa al descobert els efectes nocius del *fast food* en una persona que s'alimenta només a base d'hamburgueses durant unes setmanes, ha obert els ulls de molta gent. Alguns crítics han anat més lluny i han creat organitzacions com *slow food* (menjar lent) per promoure aliments artesanals que afavoreixin una manera de menjar més saludable. Aquesta organització ja té més de 80.000 membres en 111 països.

Els consumidors volen menjar més sa, per això la majoria de les empreses del sector s'estan posant les piles. En uns casos, com McDonald's, per exemple, la solució passa per incorporar al menú diverses amanides de molt millor qualitat que les que ofería fins ara. Telepizza ha introduït les pizzes vegetarianes. En altres empreses, com Pans & Company, a més d'incorporar nous tipus d'amanides, d'entrepans i de menús baixos en calories, s'està començant a redecorar els locals en la línia que tant bé li està anant a Starbucks. Així, s'instal·len zones diferenciades per fer petar la xerrada, amb sofàs. En aquestes zones s'han instal·lat taulells on es preparen tot tipus de cafès i tes.



EL TEMPS



El País Valencià és el màxim productor i consumidor de gelats de l'estat espanyol. El sector vol aconseguir que aquest producte siga consumit tot l'any, hivern i estiu.

Davant d'aquest mercat, però, també hi ha, enguany, novetats pel que fa als granissats. A més dels clàssics de llima o de cafè, n'hi ha de maduixa, pinya o taronja, que ja comencen a tenir una certa quota de demanda.

Les altes temperatures d'aquest estiu han facilitat que aquest sector econòmic pugui començar a remuntar la caiguda de vendes que patí l'any passat, quan el consum baixà entre un 10 i un 12% després de la primavera més freda de la darrera dècada. Aquest any, els artesans ja han aconseguit millorar-les entre un 20 i un 25%. Si continua aquesta projecció, els beneficis seran els propis d'una temporada de rècord. Per continuar millorant, però, els gelaters intenten que el seu producte tinga mercat al llarg de tot l'any i no solament durant els mesos estiuencs.

Aquest és, precisament, un dels objectius del sector: evitar l'estacionalitat fent veure al consumidor que el gelat és un aliment que serveix com a postres la resta de l'any. En tot cas, però, es tracta d'una meta difícil. Cal tenir en compte que durant l'any les vendes no arriben al 15% de les xifres que s'asseixen a la primavera o l'estiu. Encara els queda molt camí per recórrer.

A. V. Santamaria

D'aquestes mesures es desprèn que les empreses de menjar ràpid han entès les necessitats de la seva clientela objectiu, per la qual cosa s'estan posant les piles. Per tant, tot i que mantenen les claus principals dels seus models de negoci, s'introdueixen canvis significatius. És un exemple interessant de com cal anar canviant sovint per sobreviure en un món econòmic cada cop més complex.

En resum, la dieta de les companyies de menjar ràpid s'està acostant una mica a la dieta mediterrània. No és que sigui per tirar coets, però estem millorant. La salut de la població segur que hi sortirà guanyant, recordem que només pels restaurants de McDonald's de tot el món hi passen cada any més de 200 milions de persones.