

L'inici de l'actual indústria del torró se situa al primer quart del segle XIX

e Hijos, l'única que encara es manté al centre d'aquest municipi que és ciutat per privilegi de Felip V des del 1708.

Segurament en aquella època ja es feia torró a Xixona, com també, a les dues riberes de la Mediterrània, es feien dolços amb la mateixa matèria primera. Això no obstant, l'inici de l'actual indústria cal situar-lo al primer quart del segle XIX, moment en què un reduït grup de mestres torroners fan el salt cap a una professionalització gradual. Als seus fills va correspondre de mantenir l'activitat i iniciar una lenta però consistent obertura de punts de venda més enllà de Xixona. A Alacant, a València, però també a Barcelona –i a Madrid– arribaven el mes de desembre homes i dones vestits amb la indumentària típica de Xixona. Aquells botiguers ocasionals llogaven portals, buits d'escala o, fins i tot, porcions de botigues d'uns altres productes per tal de vendre aquella llepoleria. Per coincidència amb el calendari, el torró s'acabà convertint en el dolç de Nadal per antonomàsia.

Conquerit l'imaginari col·lectiu de la societat, la indústria del torró era predestinada a créixer. Primer va copar el mercat peninsular i, ja a final del segle XIX, féu el salt a l'Amèrica Llatina. Els Mira Miralles, Rovira Soler, Sirvent Soler, Sanchis Mira, Sirvent Miralles, Monerri Planelles, entre tants altres, anaren consolidant un negoci que ja el darrer quart del segle passat es va modernitzar i concentrar per a guanyar volum, i, alhora, es va diversificar amb l'objectiu de no perdre quota en el mercat nadalenc. Avui dia, Xixona produeix cada any uns vint milions de quilos de menses de Nadal, entre torrons, pralinés, xocolates i pastissos, si bé continua essent la barreja precisa de mel, sucre i ametlla la que ha donat fama a aquesta localitat. Xixona, amb els seus Antiu Xixona, El Lobo, Fama, 1880, El Abuelo, Picó i tants altres, tornarà a fornir-nos per Nadal les postres més dolces.

Violeta Tena



EL TEMPS

"El sector agroalimentari no rep els efectes de la crisi amb tanta virulència com alguns altres sectors", diu l'alcalde de Xixona, Ferran Verdú.

"Volíem que la fira de Nadal servira per a potenciar Xixona"

Ferran Verdú (Xixona, 1968) és alcalde de Xixona. En aquesta entrevista parla de com va nàixer la idea de fer una fira de Nadal.

Amb quin objectiu es creà la Fira de Nadal de Xixona, que enguany s'organitza per segona vegada?

—Abans de la fira que començarem a fer l'any passat, fèiem un mercat medieval en unes altres dates de l'any. Després el traslladarem a dates més pròximes a Nadal i finalment ens adonarem que valia més eliminar-lo i crear una fira diferent, una fira que no se celebrava a cap municipi del voltant. Fou així com va nàixer la idea de vendre allò que sabem fer millor. I allò que sabem fer millor és vendre torró, un producte que és sinònim de Nadal.

I nosaltres érem partidaris d'acostar-lo a Nadal. Al final vam decidir d'eliminar-lo per distingir-nos d'unes altres poblacions. Volíem oferir allò que sabem fer millor: vendre Nadal, vendre torró. Ens vam posar en contacte amb els comerciants i la resposta fou fabulosa. Aqueixa ha estat la clau i per això estat un èxit.

—Amb qui contàreu per a organitzar la Fira?

—Van participar-hi quasi una seixantena d'expositors. La resposta dels comerços locals va ser extraordinàriament bona i també s'hi implicaren molt

les petites i grans fàbriques de torró, que van trobar una oportunitat molt bona de fer-se promoció. Hi havia el consell regulador del torró, Antiu Xixona, el grup La Fama, El Lobo, l'associació nacional de gelaters... Però, sobretot, vam implicar-hi el comerç local, perquè volíem que el protagonisme recaiguera en la gent d'ací. Volíem que la fira de Nadal servira per a potenciar Xixona.

—**Per què una persona d'Alacant, amb tota l'oferta comercial que té a la vora, s'ha d'arribar fins a la fira de Xixona?**

—Jo crec que hi ha molts motius. La realitat és que la gent d'Alacant ve a Xixona quan arriba Nadal perquè som només a vint minuts per carretera. Per a ells ja és tradició, a partir de mitjan novembre, venir fins a Xixona per a comprar torró de qualitat que no es troba a les grans superfícies. Si a aquests clients els dones l'oportunitat de triar entre una gamma àmplia, en preus i qualitat, encara els resulta més atractiva la visita anual a Xixona. Es tracta que compren torró, però també que passen ací una part del seu temps d'oci i de compres.

—**El torró és un sector tradicional i molt assentat que, de tan habitual com és, podria dir-se que és quasi inelàstic. Què pot fer l'Ajuntament de Xixona per a una indústria com aquesta?**

—En aquest sector les responsabilitats són molt ben repartides. D'una banda, tenim el consell regulador que vetlla pel futur del torró, per desestacionalitzar-lo, per adaptar-se als nous temps... D'una altra banda, l'ajuntament treballa perquè aqueixa feina tan concentrada en el temps es pugui desestacionalitzar i que els treballadors puguin completar la seua activitat. I, a més, on nosaltres podem aportar una ajuda més important és en la dotació de terreny industrial o donant suport a idees com aquesta de la fira de Nadal, molt ben acollida entre els empresaris xicotets. També mirem de col·laborar en la publicitat.

Últimament, hem estat molt implicats en tot el món del *torrone* a Itàlia. Hem anat a la fira de Cremona, la ciutat torronera per excel·lència a Itàlia. Mirem de fer conèixer el producte allí on ja tenen una tradició de torró.

—**Com afecta la crisi a Xixona, un municipi on la indústria del torró**



Xixona, punt de trobada nadalenc



Els dies 10, 11 i 12 de desembre Xixona celebra la 2a Fira de Nadal, amb l'expectativa de superar les magnífiques xifres de l'any passat. L'esdeveniment, impulsat per l'ajuntament, és organitzat pel consistori i per l'associació de comerciants de municipi. L'any passat hi participaren un total de 59 expositors, tot xixonencs. L'avinguda de la Constitució, centre neuràlgic de la població, esdevingué durant tot un cap de setmana un enorme aparador on el visitant podia comprar tota mena de productes i, molt especialment, torró. Segons dades de l'ajuntament, la fira va rebre vora 40.000 visitants. Com a complement de la finalitat comercial, s'hi organitzaren més activitats: tallers d'espardenyes, d'aixames (torxes d'espart que els xiquets cremen rodant-les per Nadal), de figuretes de massapà i d'iguales; un cercavila de la colla de dolçainers; l'actuació del grup de danses; titelles; ballet, patins i malabars; i un taller de Nadal per a aprendre a fer felicitacions, adornaments, corones...

Enguany, un total de 65 expositors —sis mes que l'any passat—, han demanat de participar en aquesta fira que pretén consolidar-se com l'avantsala de les festes nadalenes.

acumula el gruix dels llocs de feina, si més no durant una etapa de l'any?

—El sector agroalimentari no rep els efectes de la crisi amb tanta virulència com uns altres sectors. Crec que l'empresari l'ha sofert poc i potser el treballador és el qui ho passa més malament. Abans, la temporada del torró era molt més llarga i això té conseqüències en la contractació. Abans ja era difícil de viure de la feina de sis mesos, de manera que, ara que la temporada s'ha reduït, encara és més complicat. Ara bé, l'empenta del xixonenc ha permès que es crearen algunes altres vies per a completar els ingressos de l'any. L'aparició de la potent indústria del gelat n'és una bona mostra. En aquest sentit, sempre continua lluitant-se en la mateixa direcció: el gelat i el torró com a manera de completar l'any. Cal mirar cap a unes altres activitats, adaptar-se als temps i als gustos dels consumidors. Els empresaris i els xixonencs ho han sabut fer fins ara i ho continuaran fent.

—Com es pot innovar en un sector tan tradicional com el torroner?

“Amb inventiva, trobarem la manera de consolidar-nos en el temps”

—Segurament no hi ha cap recepta, perquè altrament ja s'hauria aplicat, però molts empresaris torroners n'han fet intents. El Almendro va ser el responsable d'aquells sobrets que s'anomenaven Tang. Per a l'empresari era una forma de fer servir la fàbrica mentre estava parada. També es fan *panettone*, s'envasa fruita seca i s'investiga com aprofitar la qualitat energètica d'un producte com l'ametlla. És a dir, s'han buscat productes per a completar l'activitat. D'una altra banda, s'ha treballat per a obrir nous mercats. Si el torró d'ací ha triomfat tant ha estat perquè vam ser capaços de crear un torró que, com el de Xixona, no es produïa enlloc més, que era finet i tou. Aquest fou el gran èxit. A Xixona es manté una capacitat d'inventiva, que estic segur que contribuirà a trobar fórmules per a consolidar-nos en el temps.

Violeta Tena

“El torró són les postres més pures que tenim”

José Enrique Garrigós (Xixona, 1948) és president d'Enrique Garrigós SA i fa catorze anys que presideix el Consell Regulador IGP Xixona i Torró d'Alacant.

Darrere de cada empresa torronera de Xixona hi ha una història familiar particular. Expliqueu-me la vostra.

—La nostra història és com la de qualsevol altra família d'empresaris de Xixona. Jo vinc de besavis torroners. Si mires els qui avui dirigeixen empreses del torró, tots han tingut precedents torroners. Tenim notícia que es feia torró ja l'any 1.500. Per tant, és un producte amb molta història i noblesa. No és perquè siga el president de tots els torroners, però quines postres hi ha més sanes i originals que porten almenys el 64% d'ametlla torrada, el 18% de mel i la resta de sucre?

—Segons la dita, l'empresa, l'avi la va crear, el fill la va fer gran i el nét la va esfondrar. A Xixona, en canvi, trobem nissagues torroneres d'anys i panys amb continuïtat en la gerència.

—A Xixona totes les famílies continuen. Llevat d'alguna excepció, els avis dels qui avui dirigeixen l'empresa ja eren torroners.

—Quin és el secret que explica aquesta continuïtat?

—Xixona ha estat la població més fenícia de tota la província d'Alacant. Açò, per orografia i hidrografia, era un sequeral. Ací hi va haver un temps en què es feia un raïm excepcional, però va arribar la fil·loxera i tot s'acabà. Els nostres avantpassats van veure que de possibilitats de fer negoci amb l'agricul-

tura n'hi havia poques.

El mes de setembre s'arreglava l'ametlla, es feia el torró i el mes de desembre se n'anaven en carros conduïts per matxos per tot Espanya. Fou així com es convertí en el dolç típic de Nadal, per una coincidència en el calendari i res més. Després, un seguit de casualitats van propiciar que fora un dolç molt apreciat per la casa reial i això encara més el popularitzà més.

—I quina importància van tenir les campanyes publicitàries a la ràdio i la televisió? Pensant en algunes marques, sembla que els torroners van ser dels primers empresaris d'adonar-se de la importància del màrqueting quan aquest mot ni tan sols existia ací.

—En part gràcies a aquelles campanyes, el torró ha pogut tenir marca, la marca de Xixona i Alacant. A la resta de llocs d'Espanya on fan torró, estan obligats a dir-ne *torró dur* o *torró bla*. La marca dóna prestigi, sempre que, evidentment, es base en una qualitat. I el torró té qualitat perquè és fet de productes naturals com cap altre dolç. El torró són les postres més pures que tenim.

—Les grans superfícies han optat com més va més per comercialitzar marques blanques. Això us afecta d'alguna manera?

—No ens afecta en la mesura que la major part de grans superfícies venen torró de Xixona i Alacant que té la denominació d'origen. Mercadona, fins l'any passat, venia denominació d'origen. Eroski, Corte Inglés, Consum... igualment.

—Quina és la diferència entre comprar un torró qualsevol i un torró amb denominació d'origen?

—Nosaltres representem el 68% del consum nadalenc a Espanya. Això són mantegades, coques, rovells... L'any passat vam registrar una producció de vint milions de quilos.

—A més de torrons, a Xixona es produeixen molts altres productes.