

**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.

**D**arrere 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, rovellons... L'any passat vam registrar una producció de vint milions de quilos.

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

EL TEMPS



**D'ací ix el 68% del consum nadalenc de l'estat espanyol. El lema, en el vostre cas, ha estat diversificar-se o morir.**

—Exactament. Hem treballat per a cobrir tota la gamma, sense permetre que ens guanyaren quota de mercat. Encara que els nostres productes siguen

tradicionals, estem obligats a innovar. Per exemple, jo vaig creure molt en la presència del torró de Xixona i Alacant als restaurants. En aquesta línia, vam començar a treballar i ja l'any passat el meu amic i cuiner Martín Berasategui va divulgar una línia de plats de cuina en què el torró és un dels ingredients. Al

nostre sector hem notat molt el canvi en els hàbits de consum. En aquest negoci, o diversifiques o eres home mort. Cal crear productes i adaptar-se a les demandes del mercat. Abans, per exemple, les barres pesaven 600 grams. D'ací vam passar a 300; després a 200; ara ja fem les barres de 150, i fins i tot porcions.

—En una entrevista recent, la presidenta del grup Codorniu, Maria del Mar Raventós, explicava que als descendents de la nissaga, quan naixen, els bategen amb una miqueta de cava. Ací què feu? La primera farineta inclou torró de Xixona?

—Ací el bateig el fem normal. Si posàrem torró a les farinetes no sé si els aniria gaire bé i damunt ens dirien que som bojos! Però nosaltres mengem torró, molt de torró. No és perquè siga president del consell, però recorde perfectament quan les nostres àvies ens preparaven una llesca de pa, amb oli i sal i una tallada de torró. Imagina't quanta energia!

*Violeta Tena*

# Este sello tiene mucho que decir el Turrón con Denominación

Sólo el Turrón de Jijona, Turrón de Alicante, Torta Turrón de Alicante y Torta Turrón de Jijona, llevan este sello del mejor Turrón.



No todos los turrones duros pueden llamarse Alicante, ni todos los blandos Jijona

Una tradición artesana de más de cinco siglos



Jijona es la cuna del Turrón

Un turrón con Denominación de Origen



Consejo Regulador de Jijona y Turrón de Alicante

GENERALITAT VALENCIANA  
CONSELLERIA D'AGRICULTURA, PESA I ALIMENTACIÓ



C/ Font del Moratell s/n - 03100 JJONA (Alicante) - Telf.: 965 61 24 46 - Fax: 965 61 24 27 - www.jijona.com - postmaster@jijona.com