AETC aborda los nuevos retos de la panadería

En el marco de las XXXII Jornadas Técnicas y continuando con los encuentros online organizados por la Asociación Española de Técnicos Cerealistas (AETC), se abordaron los nuevos retos de la panadería de la mano de Jordi Gallés, presidente ejecutivo de Europastry, una de las empresas más relevantes de elaboración de productos de panadería y bollería de nuestro país.

En la bienvenida, intervino Raúl Calleja, director de Certámenes Agroalimentarios de Ifema, quien anuncio las novedades que incorporará el Salón Internacional de Panadería, Pastelería, Heladería, Café y Equipamiento (InterSICOP), que se celebra del 20 al 23 de febrero de 2021. InterSICOP junto con la empresa fabricante de pan OKIN, son patrocinadores ORO de las XXXII Jornadas Técnicas.

Gallés comenzó su intervención analizando la situación del mercado de la panadería y bollería antes de la COVID-19, momento en el que el consumo total de productos de panadería se mantenía estable, con un leve crecimiento del 0,2%. Sin embargo, el sector progresaba adecuadamente adaptándose a las “mega-tendencias” que el consumidor iba exigiendo: más salud, más transparencia en la cadena de suministros, más calidad. A su vez, estaba aumentando el consumo de los panes especiales, el empleo de masas madres y los procesos lentos.

En la medida que se vuelve a la normalidad tras el estado de alarma, el presidente ejecutivo de Europastry afirma que las pautas de consumo están volviendo a parecerse a las de antes de la crisis. Actualmente, nos encontramos en un punto en el que la economía actuará como un reloj de arena, crecerá el consumo por la base de la pirámide y por el punto álgido, mientras que el consumo de la parte central se encogerá. Es decir, el consumidor cada vez será más selectivo y optará por una oferta que se diferencie por calidad o precio.

Otro de los temas que se trataron fue la sostenibilidad. En Europastry son conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente y de su impacto en el consumo: "Creemos que las empresas que en el corto plazo no sean sostenibles medioambientalmente van a dejar de existir, puesto que el consumidor seguirá estas tendencias", afirma Jordi Gallés. En este sentido, la compañía líder en masas congeladas de panadería, trabaja en la reducción de las emisiones de

CO2, construyendo la primera planta zero en emisiones, favoreciendo un transporte más eficiente y colaborando con iniciativas como la del grupo operativo Innovatrigo. Asimismo, su misión es reducir al máximo el desperdicio y priorizar las cadenas de suministro más cortas.

"A día de hoy, existe un mensaje muy simplista y confuso que entremezcla demasiados factores. Normalmente, el consumidor confunde la sostenibilidad con el consumo de productos ecológicos, que está creciendo a un ritmo del 16%, y las prácticas tradicionales, lo que no siempre es equivalente. Aquí el debate es si tenemos que darle lo que el consumidor quiere bajo esta etiqueta, aunque no necesariamente sea lo más sostenible. En nuestro caso, esa barrera no la debemos franquear como compromiso ético” ha explicado Gallés.

Por último, el presidente ejecutivo de Europastry ha señalado que para hacer frente a todos estos retos, la innovación va a ser esencial: “es algo que tenemos muy arraigado, viene en nuestro ADN, de hecho, Europastry invirtió más de 100 millones de euros en I+D+i en 2019".

En la despedida, Javier Alonso, presidente de la AETC, clausuro la jornada alentando a las empresas a ser proactivas con una frase para la reflexión: "esperar a que llegue el momento en que cambien las cosas o intentar hacer las cosas para que cambie el momento".

Asimismo, avanzó que tras el verano, se retomará la actividad con jornadas en septiembre y que se está trabajando en el programa especial de las XXXII Jornadas Técnicas para los días 19, 20 y 21 de octubre. Durante esos días, se tratará la sostenibilidad, como temática central de las jornadas, las nuevas aplicaciones de las leguminosas, así como los nuevos orígenes de los trigos de fuerza y temas de mercado.