

## Turrone y mazapanes

El mercado español de turrone se sitúa en torno a las 14.500 toneladas, por un valor por encima de los 132,4 millones de euros. Estas cifras indican crecimientos interanuales del 0,2% en volumen y del 5,1% en valor. La principal partida en este segmento es la compuesta por los turrone de chocolate crujiente, ya que representan el 27,9% de todas las ventas en volumen y el 20,3% en valor. A continuación aparecen los turrone blandos (17,2% y 20,1%, respectivamente), los duros (13,8% y 16,2%) y el resto de los praline (13,4% y 13,1%). En un segundo nivel de importancia se encuentran los turrone de yema (6,2% y 6,1%), los de chocolate con almendras (5,9% y 6,2%), las tortas (3,7% y 5,7%), los de frutas (2,7% y 2,4%), los de nata y nuez (2,6% y 2,3%), los de coco (2,2% y 1,1%) y los turrone en porciones (2% y 2,8%).

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La madurez del mercado español de turrone y dulces navideños ha provocado que los principales fabricantes del sector hayan optado por la diversificación de sus ofertas buscando una cierta desestacionalización de las ventas, así como para adentrarse en otros sectores afines que presentan mejores perspectivas de crecimiento, como pueden ser los de bombones o las galletas y tartas. Las marcas de distribución tienen una gran importancia en este mercado, ya que acaparan el 41,3% de todas las ventas, mientras que los dos primeros fabricantes con marca propia presentan unos porcentajes del 14,7% y del 14,5%, respectivamente. El predominio de las marcas de distribución es todavía más claro en los turrone blancos (63,9% en volumen y 46,7% en valor) frente a cuotas del 10,4% y del 14,5% para la primera oferta marquista. En los turrone de chocolate crujientes las marcas blancas representan el 46,2% de todas las ventas en volumen y el 27,2% en valor, mientras que el primer fabricante con marca propia presenta unos porcentajes del 44,9% y del 63,2% respectivamente. En los mazapanes, las marcas de distribución suponen el 51,2% del mercado en volumen y el 42,7% en valor. La primera oferta con marca propia llega hasta el 20,7% y el 20%, y la segunda se queda en el 12,9% y el 18,3%.

Dentro de las empresas líderes de este sector se encuentran algunos especialistas de capital esencialmente español, junto a filiales de importantes compañías multinacionales que tien-

El mayor crecimiento interanual se registró en las tortas, con un incremento superior al 6,7%, seguidas por el turrón de yema (+3,6%), mientras que se redujeron de forma drástica las ventas de surtidos de navidad (-36,7%) y los turrone tradicionales (-17,9%). Se trata de un mercado maduro, donde la producción ha caído en alrededor de un 16% desde el inicio de la década.

Por lo que hace referencia a la especialidades navideñas, se registran unas ventas de algo menos de 8.400 toneladas, un 4,3% más que en el ejercicio anterior, por un valor cercano a los 56,4 millones de euros (+6,4%). La principal oferta es la constituida por polvorones y mantecados, ya que suponen el 45,7% de todas las ventas en volumen y el 35% en valor. Por debajo de éstos se sitúan los panettone y pandoro (19,3% y 16,6%), los mazapanes (14,7% y 20,8%), los chocolates de navidad (11,9% y 13,9%), los pasteles (3,7% y 6,1%), los grañados (2,6% y 3,9%) y las marquesas (2,1% y 3,8%). ●

den a tener una importancia fundamental en las presentaciones más dinámicas. Las 20 empresas que forman la Asociación Española de Fabricantes de Turrone y Mazapanes acaparan el 66% del mercado. ○

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DULCES, CARAMELOS, CHICLES, CHOCOLATES Y TURRONE

EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
NESTLÉ ESPAÑA, S.A. *	1.277,24
UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A. *	591,30
GRUPO BIMBO (SARA LEE BAKERY GROUP) *	465,00
SNACK VENTURES, S.A. *	410,00
KRAFT FOODS ESPAÑA, S.L. *	350,00
NUTREXPA, S.L.	264,38
NATRA, S.A. (DIVISIÓN CHOCOLATES Y CACAO)	227,90
CADBURY ESPAÑA, S.L.	214,00
FERRERO IBÉRICA, S.A.	205,00
WRIGLEY CO., S.L.U.	172,44

\* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.

- Datos de 2007.

FUENTE: Informe Anual Alimarket/2008.

### COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de turrone y dulces navideños llegaron durante el último ejercicio computado hasta unas 2.950 toneladas, por un valor que se acercó a los 25,9 millones de euros. Estas cifras indican unas significativas reducciones interanuales del 8,6% en el primer caso y del 16,3% en el segundo y acentúan la tendencia que ya se había puesto de manifiesto en el año anterior, cuando se registraron disminuciones del 5,2% y del 1,5% respectivamente. Hay que tener en cuenta que, a pesar del mal comportamiento de las exportaciones, éstas son claves para el sector, ya que representan algo menos del 10% de todo su volumen de negocio. Las exportaciones de los turrone con denominaciones de calidad son de unas 800 toneladas. Los principales destinos de estas exportaciones son algunos países de Latinoamérica, con fuerte vínculos con España, como Argentina, México o Venezuela, a los que hay que añadir Estados Unidos y, dentro de la Unión Europea, Francia, Alemania y Reino Unido. Se han puesto en marcha estrategias comerciales para penetrar en otros mercados, entre los que destacan algunos países del centro y norte de Europa, Japón, ciertos países árabes y Australia.

La principal oferta importada dentro de este mercado es la compuesta por los panettone y pandoro, proveniente de Italia,

aunque ya han comenzado a elaborarse en nuestro país, teniendo en cuenta la buena acogida que estos productos han tenido entre los consumidores españoles. ○



### DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

#### HOGARES

*Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 35,4 millones de kilos de productos navideños y gastaron 302,24 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,79 kilos de consumo y 6,72 euros de gasto.*

*El consumo más notable se asocia a los turrone (0,25 kilos por persona y año), seguido de los mantecados y polvorones (0,16 kilos per cápita) y de los mazapanes (0,05 kilos por persona y año). El resto de productos navideños supusieron un consumo de 0,33 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrone concentran el 39,6%, con un total de 2,66 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 12,8% y un total de 0,86 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 6,4% y 0,42 euros per cápita al año. El resto de productos navideños suponen el 41,2% del gasto, con 2,77 euros por persona al año.*



En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja y media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia y Castilla-La Mancha.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (43% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 24%. Los establecimientos especializados acaparan el 13%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 20% restante. ○



### CONSUMO (MILLONES DE KILOS/KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES

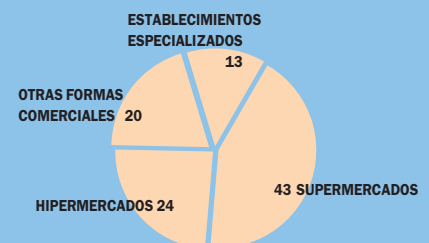
2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
<b>TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS</b>	<b>35,36</b>	<b>0,79</b>	<b>302,24</b>	<b>6,72</b>
MANTECADOS Y POLVORONES	7,03	0,16	38,59	0,86
MAZAPANES	2,23	0,05	19,03	0,42
TURRONES	11,17	0,25	119,85	2,66
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,93	0,33	124,78	2,77

### CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES

PORCENTAJE

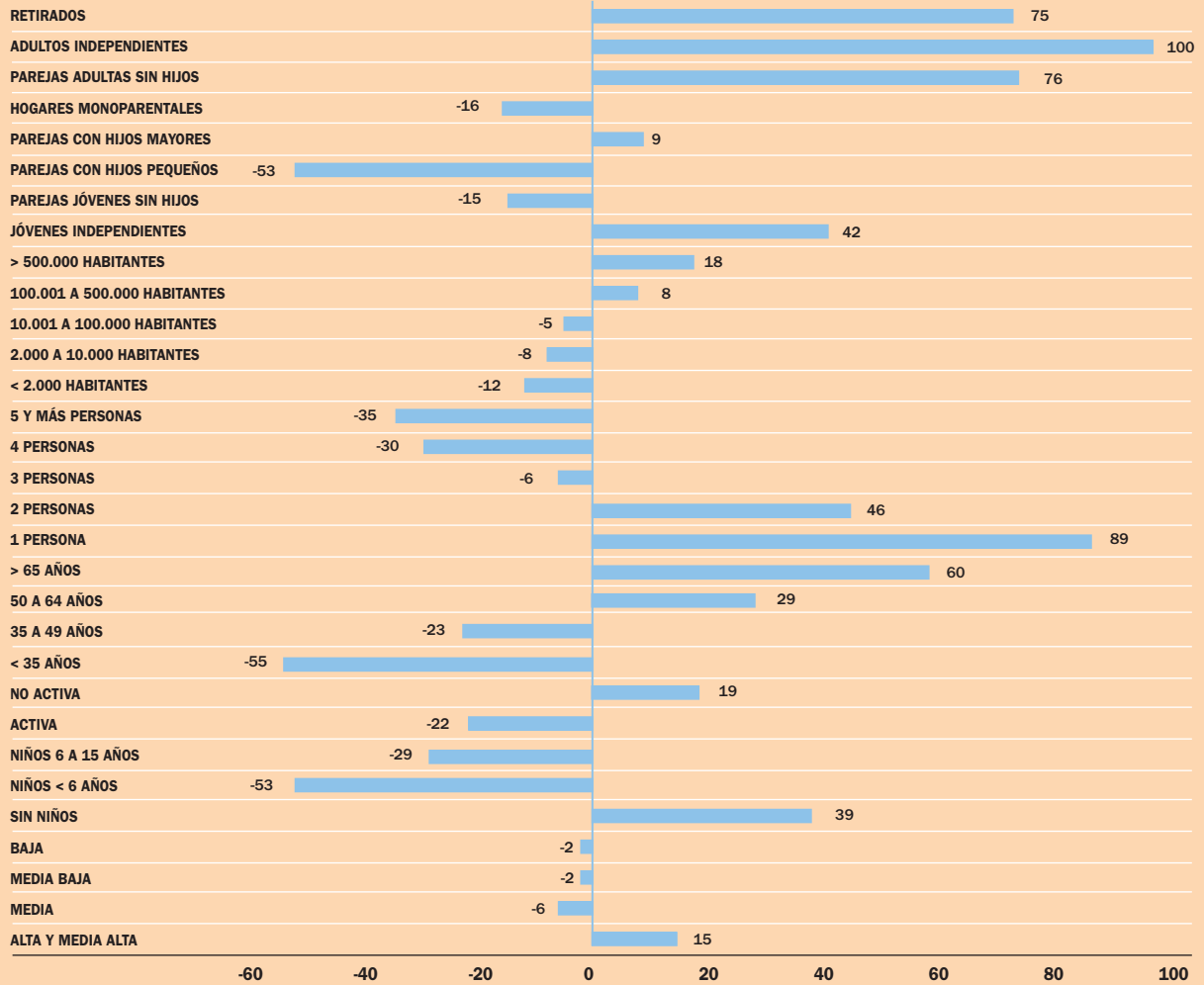
2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL \*  
PORCENTAJE

2008



\* Media nacional = 0,8 kilos por persona



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE TURRONES Y MAZAPANES

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

TURRÓN NEGRO

CASTAÑAS DE MAZAPÁN

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

MAZAPÁN DE TOLEDO

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JIJONA ☺

TURRÓN DE ALICANTE ☺

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TORRÓ D'AGRAMUNT (TURRÓN DE AGRAMUNT) ☺

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA «Q»

TURRONES DE PRALINÉ Y TRUFADOS DE CHOCOLATE

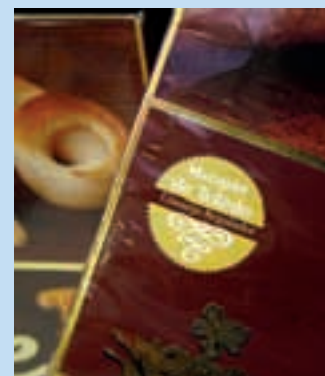
ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

PANELLETS

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

MAZAPÁN DE SOTO



☺ Inscrita en el Registro de la UE

Jijona ☺ Turrón de Alicante ☺

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



**ZONA GEOGRÁFICA:** Estas Indicaciones Geográficas Protegidas amparan la producción de ambos turrones en el término municipal de Jijona, en la provincia de Alicante, con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

**CARACTERÍSTICAS:** El turrón de Jijona se elabora mezclando tres materias primas: almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y la categoría Extra un 52%.

El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de turrón es de 8,5 millones de kilos anuales, de los que el 85% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez el 55% de los turrones protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 45% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 21 industrias.

Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y envasado del Mazapán de Toledo amparado por la Indicación Geográfica Protegida se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad Autónoma de

Castilla-La Mancha.

**CARACTERÍSTICAS:** El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla o amasado de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos de confitería. Las presentaciones tradicionales del mazapán de Toledo son las siguientes: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializan en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

## Panellets

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La elaboración de los Panellets (ETG) es típica y tradicional de Cataluña, aunque también se elaboran en algunas otras partes de España.

Los panellets son unos pastelitos de dimensiones pequeñas y formas diversas, elaborados esencialmente con mazapán e ingredientes que confieren sabores y aromas característicos a este producto.

**CARACTERÍSTICAS:** El proceso de elaboración se realiza a partir de una base de mazapán de tal forma que por cada kilo de almendras peladas, granuladas muy finamente, se añade un kilo de azúcar y huevo entero adicionado o no de agua, se amasa bien mediante unos cilindros y se deja en reposo durante 24 horas para homogeneizar bien la mezcla. Después se le dan diferentes formas y sabores. A partir del mazapán base se elaboran panellets de piñones, almendras, coco, avellanas, naranja, limón, yema, café, fresa y "marrón glacé". También se elaboran panellets a partir de mazapán basto que se presentan en figuras de castaña, seta, zueco o bandas rellenas con frutas confitadas y de membrillo. A partir de mazapán fino se elaboran de castaña al chocolate y hueso de santo.

**DATOS BÁSICOS:** Anualmente, alrededor de 175 pastelerías de Cataluña certifican panellets bajo el distintivo de la ETG, con unas ventas aproximadas de 650.000 kilos.



## Torró d'Agramunt (Turrón de Agramunt) <sup>®</sup>

INDICACIÓN GEOGRÁFICA  
PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

**CARACTERÍSTICAS:** La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo y azúcares optativos. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo y azúcares optativos. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, los azúcares con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 30 a 1.000 gramos.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 4 empresas que elaboran y comercializan más de 600.000 kilos de turrón de avellana y almendra anualmente, de los que el 25% está amparado por la Indicación Geográfica Protegida.

