

Las novedades del sector contrarrestan los efectos de una climatología adversa en el inicio de la campaña de verano 2013

- *El sector confía en el atractivo del cartel de productos actual y en un repunte de las temperaturas para dinamizar así el consumo de helados, desfavorecido por la climatología*
- *El consumo de los helados en el hogar se incrementa un año más, alcanzando un 45% de las ventas totales.*
- *La oferta de los fabricantes, tanto con la mejora de la calidad como con la oferta de nuevos sabores, ha contribuido a acercar el helado al consumidor y a que éste lo perciba como un postre.*

9 de julio de 2013, Barcelona.- Un mundo del helado es sinónimo de alimento nutritivo y placer y este año los fabricantes de esta categoría han hecho una nueva apuesta por la innovación para sorprender a los consumidores.

La industria heladera debe responder a las necesidades de la demanda (formatos, recetas, ingredientes, packaging,...) y esto se traduce en un **elevado número de desarrollo de novedades**. En esta campaña es reseñable la explosión de sabores y recetas inéditas que encontramos en las cartas de producto: se han introducido nuevas texturas, mezclas de sabores, además de extenderse la presencia de la categoría “helado de yogur” en todas las marcas con gran variedad de toppings y salsas. Los formatos también introducen novedades: En el canal hogar se extienden los multipacks y se amplía la gama de productos con multipacks minis, además también se amplía la oferta de sabores y texturas en formato tarrina 500 ml. En canal impulso lo más destacado son las novedades en sabores y texturas, tanto para los más pequeños como para los adultos.

La **previsión para esta campaña 2013** está condicionada por la climatología que, hasta el momento, ha sido severa. No podemos olvidar que hay una estrecha relación entre el consumo y la época estival de modo que, en espera de lo que suceda en los próximos dos meses, desde la AEFH confían en el atractivo del cartel actual y en un repunte de las temperaturas para dinamizar así el consumo de helados.

Las novedades

Una clara muestra del amplio abanico de nuevas posibilidades que nos ofrecen los helados son algunos de los lanzamientos que citamos seguidamente:

Industrias Jijonencas ha introducido nuevas recetas para el **canal hostelería**, principalmente heladerías, como el **CREAM CHIPS AHOY!** (helado de vainilla con salsa de chocolate y auténticas galletas CHPS AHOY!), la **TARTA DE MANZANA** (helado de vainilla, con salsa de manzana y trocitos de galleta) o el **helado de VIOLETAS**. **Para el segmento infantil**, su propuesta son nutritivos productos presentados en divertidos packagings que hacen alusión a conocidas licencias: la **HUCHA HELLO KITTY** (vasito de nata-fresa con envase de muñeca-hucha de HELLO KITTY) o el **HUEVO BUSCANDO A NEMO** (vasito de vainilla-chocolate, con huevo de chocolate sorpresa de “BUSCANDO A NEMO”).

El lanzamiento de un **nuevo helado de yogur, Yogoo** (helado de textura cremosa hecho con un 40% de yogur, que está disponible en dos variedades), la **nueva gama 'Magnum 5 Kisses'** (edición limitada de 5 recetas que tiene su origen en los sabores tradicionales de la repostería gala: Crème Brûlée, Merengue y Frutos Rojos, Tiramisú, Pastel de Chocolate con Brownie y Tarta de Manzana), así como el **relanzamiento de los grandes clásicos de los años 80** son las grandes novedades de esta temporada para **Friigo®**. Y la sorpresa de última hora, el **Solero Mojito**, un delicioso helado de hielo, hecho con la receta tradicional del popular cóctel veraniego, a base de ron, lima-limón y menta, para disfrutar del genuino sabor a mojito de la forma más refrescante.

En el caso de **Helados Nestlé**, esta campaña presenta sorprendentes productos como **Maxibon Brownie y Maxibon Cheese & Berry**. Bajo la marca **Nestlé Gold** destacan el cono vainilla-caramelo y Nestlé gold bombón Irish coffee. Para los más pequeños, Helados Nestlé ha lanzado **Pirulo Chispazo**. Como *innovaciones específicas de canal de hipermarcados y supermercados* llega la gama **Patisserie de Nestlé Gold** con recetas inéditas del mundo de la repostería; Vanille Macaron Chocolat y Chocolat Coulant. Otra de las novedades es **Nestlé Gold Collection**, para capturar nuevos momentos de consumo, multipacks con vasitos de 100ml ideales para compartir (Chocolat coulant & Chocolat caramel al punto de sal y Chocolat Truffe & Chocolat praliné). Otros nuevos y sugerentes productos son los **tubs de La Lechera Crema de Yogur y el Cono Chococlack**. En la gama de graneles La Lechera presenta cuatro innovaciones; Maxi Natillas, Irish Coffee, Piña Colada y Smarties. Aparte, destacan **Nescafé Tundra**, la nueva bebida de café helado, lista "para llevar" y beber y **La Lechera Frappé Yogur**, cremoso helado de auténtico yogur, un ligero placer que combina la frescura del helado con la naturalidad del yogur y que se puede degustar con una gran variedad de toppings y salsas.

Por su parte, **Helados Estiu**, interproveedor de Mercadona y bajo la marca Hacendado, presenta al mercado un **nuevo packaging** para sus emblemáticas frutas heladas y su helado de yogur. También ha aportado **dos nuevas referencias**: el helado cremoso de limón sin azúcares añadidos y una línea de helados "mini" como el Mini Bombón de vainilla y avellana.

Häagen-Dazs introduce **Secret Sensations**, su exquisito helado con corazón líquido, ahora en el formato más clásico de Häagen-Dazs (Tarrina de 457ml), que una vez derretido crea, junto con el helado y los trocitos mezclados una sorprendente y deliciosa combinación de sabores y texturas. Disponible en dos sabores (Crème Brûlée y Chocolat Fondant), para disfrutar Secret Sensations es necesario dejarlo reposar 15 minutos, el tiempo justo para que su corazón se derrita y puedas disfrutar de una experiencia única.

También **Farggi** ha desarrollado novedades adecuadas a su estrategia de internacionalización. Concretamente, se han trabajados desarrollos en estas cuatro líneas:

Gelatos con sabores exóticos y diferentes con un pack innovador por su transparencia total y forma.

Tub's Premium que pretenden aportar las mismas sensaciones que el Superpremium pero con un precio más accesible.

Paletas kids: están enfocadas al sector infantil, son helados de palo que combinan con sabores y texturas en crema y sorbete. Su formato es en multipack.

Semifreddos, tartas heladas, que tienen la particularidad de poder consumirse de 2 formas diferentes según el gusto del consumidor (como tarta helada o como tarta de mousse).

Helado todo el año

En España se relaciona la temperatura con la ingesta de helados y la realidad lo confirma con un mayor consumo de estos productos en primavera y en la época estival. Pero en los últimos años se está introduciendo un **cambio de hábito progresivo al incorporar el helado en la cesta de la compra de los hogares**, tal y como se observa con el trasvase de ventas del canal impulso y restauración al canal hogar, que ya concentra el 45% de las ventas. Además, la oferta de los fabricantes tanto con la mejora de la calidad como con la oferta de nuevos sabores ha contribuido a acercar el helado al consumidor y a que éste lo perciba como un postre, un concepto mucho más cercano a nuestra cultura gastronómica.

El consumo per cápita en España es de casi 6,5 litros situándonos en un rango medio respecto al entorno europeo. Y es que, a pesar de que el consumo del helado está asociado al clima, el mayor consumo per cápita en Europa se da en los países nórdicos con un consumo anual por habitante de 12 litros, al introducirlo en su dieta habitual.

El helado, un alimento rico y nutritivo¹

Los expertos recuerdan que el helado es un alimento que puede incluirse en cualquier alimentación equilibrada ya que aporta gran número de nutrientes necesarios para el organismo.

Dependiendo de la naturaleza y tipología de cada helado, éste puede aportar distintos nutrientes. Así, los sorbetes y helados de agua, gracias a su aporte de agua y temperatura, nos refrescan ayudándonos a mantener la hidratación; los sorbetes dado su mayor contenido en fruta, nos ayudan a aumentar el consumo de fruta de una forma deliciosa refrescante y divertida.

En cuanto a los helados de base láctea son una alternativa a valorar para completar la ingesta de lácteos en aquellas personas que, por hábitos o gustos, no llegan a consumir las cantidades diarias recomendadas.

A su vez, es destacable el compromiso del sector con la salud de los más pequeños, ajustando el perfil nutricional de sus productos, con el objetivo de reducir la cantidad de energía que contienen los helados por ración, convirtiéndolo en un postre más saludable y recomendable.

El mercado español del helado en cifras²

El mercado español es muy dinámico por las características de producto y la multitud de canales de venta en los que está presente. Según estimaciones de la AEFH, el sector del helado en 2012 mantuvo los ratios de producción del ejercicio anterior, consolidando los 304 millones de litros.

Las exportaciones de helados alcanzaron cerca de los 37 millones de litros y en términos de valor los 109 millones de euros. Estas cifras suponen un incremento del 16,8 % y del 11,6% en términos de volumen y valor respectivamente con respecto a 2011.

En el marco de la Unión Europea –dónde el sector heladero sumó un producción de 2.172 millones de litros-, España ocupa un destacable 5ª puesto en términos de volumen, por detrás

¹ El Libro Blanco de los Helados

² Datos propios de la AEFH

de países como Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.

Sobre la Asociación Española de Fabricantes de Helados

La AEFH es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a las principales empresas del sector: **Farggi (Grupo Farga), General Mills, Grupo Helados Estiu, Helados y Postres Nestlé, Industrias Jijonencas y Unilever España**. Actualmente representa en torno al 55% del mercado español heladero.

Más información en www.aefhelados.com