

## El sector de fabricantes de helados afronta la presente campaña con optimismo

- *El sector augura un incremento del consumo de los helados entorno al 1%, tras períodos de contracción del consumo.*
- *El cartel de helados para la campaña 2014 llega cargado de novedades para todos los públicos y formatos asequibles para todos los bolsillos.*

**29 de abril de 2014, Barcelona.-** De nuevo la campaña del helado hace acto de presencia en calles, locales y terrazas con carteles renovados. Su bien está presente a lo largo del año, y cada vez con más intensidad, en los hogares a través de su incorporación en la cesta de la compra, la gran mayoría de novedades se descubren en estas fechas previas al período estival.

El cartel de helados para la campaña 2014 llega cargado de novedades para todos los públicos y formatos asequibles para todos los bolsillos: propuestas que hacen guiños a la cocktelería, una tendencia que permite introducir nuevos usos del helado; recetas que emulan la repostería y provocan el deleite de nuestro paladar con sorprendentes mezclas de texturas y sabores.

Todos los canales dónde es posible encontrar helado disponen de lanzamientos para atender a la demanda del consumidor. En el canal hogar se mantienen los multipacks y se amplía la gama de productos con multipacks minis; también las tarrinas de 500 ml se consolidan con innovadoras recetas; opciones que responden al formato ahorro que busca el consumidor. En canal impulso lo más destacado son las novedades en sabores y texturas, tanto para los más pequeños como para los adultos y el canal horeca apuesta por postres helados gourmet que aúnan calidad y originalidad en su presentación.

Toda una amplia oferta que pretende garantizar el éxito de una campaña que el sector afronta con optimismo, tras períodos donde el dinamismo del mercado se ha visto estancado. La **previsión para esta campaña 2014**, como siempre condicionada por la climatología, anima a la industria heladera a estimar un incremento del consumo de los helados entorno al 1% respecto a la pasada campaña. La diversidad de la oferta tanto en lo que a formato como precios se refiere, un incremento moderado del consumo fuera del hogar y la perspectiva de una temporada menos lluviosa y con temperaturas más cálidas que el pasado año, hacen pensar en un repunte del consumo de los helados.

### El cartel de novedades

Los elaboradores de helados incorporan novedades a su amplia gama de productos y momentos de consumo.

**Industrias Jijonencas.** En la gama de **graneles** los lanzamientos se dan en dos líneas: la **Gama Excellent** y en la **Gama Sorbetes**. La **gama Excellent** está compuesta por tres novedades que llevan incorporados salsas, mermeladas y trocitos, diferenciándolos de la gama clásica: **COCOCHOC**, una crema de coco con salsa de chocolate y bolitas de chocolate crujiente; **Q-BUENO**, crema de avellana con salsa de chocolate, trocitos de barquillo y bolitas de chocolate

crujiente y **CHOCOLATE TOBLERONE**®, helado de chocolate Toblerone®, con trocitos de auténtico Toblerone®.

Dentro de la **gama de Sorbetes**, han lanzado un nuevo sorbete inspirado en la cocktelería, el sorbete de Gin Tonic; y bajo este mismo concepto han desarrollado una nueva gama de Sugerencias de Presentación para la heladería que fusionan helados y cocktails, denominándolos COCKTAILS HELADOS.

**Frigo**® está de celebración: **Magnum** celebra 25 años de placer. Para festejar “las bodas de plata” de la marca, lanza la edición limitada **Magnum Marc de Champagne**, y la tarrina **Magnum 25 Aniversario**, con una sugerente receta triple chocolate. Además, para que nadie se quede sin su Magnum también presentan la **Bomboniera**, doce deliciosos bombones de irresistible sabor de nata y chocolate y Magnum Mini con un nuevo formato de 3 unidades.

**Cornetto** también introduce novedades en impulso a través de una irresistible gama de cinco sabores (Nata, Chocolate, Vainilla, Limón y Fresa) a un precio recomendado de 1€. Y para poder disfrutar del placer de Cornetto en casa en cualquier momento, Cornetto amplía su gama Cornetto Mini con su sabor clásico de nata y 2 deliciosos surtidos variados.

**Calippo** no se olvida de los más pequeños, y presenta un sabor nuevo: Calippo sabor Chicle.

Y las **heladerías CarteD’Or**, han lanzado dos nuevos sabores siguiendo tendencias de mercado que tienen mucho éxito: el helado de *macarony* el helado de Mojito.

**Helados Estiu**, interproveedor de Mercadona y bajo la marca Hacendado, introduce muchas novedades, sobre todo en la gama de bombones: el **nuevo Bombón Almendrado** de 4 unidades con una cremosa vainilla y un excelente cobertura de chocolate con leche; un **Bombón Galleta** con delicioso helado de galleta con trocitos de galleta bañado con cobertura de chocolate con leche y trocitos de cookies; **Bombón Dulce de Leche** con sirope de dulce de leche y con una cobertura sorprendente de dulce de leche. Pero en todas las otras gamas también hay importantes novedades, como en la gama de los “minis” con los **Mini bombones de Chocolate** y los nuevos **Minis almendrados**. Para los “peques” y los no tan “peques” la novedad es el **Helado Animadas**, helado de vainilla por una cara con una galleta y por otra con chocolate. En el tradicional mundo de los conos, el nuevo **Cono bola de Nata y Trufa** recubierto de intenso chocolate con almendras tiene el éxito asegurado. Los más jóvenes, suelen preferir los helados con buenas inclusiones y para ellos la novedad es un **helado de vainilla con cookies de chocolate y salsa de chocolate**, en un formato de dos vasos de 350ml. Y para todos, para compartir, celebrar y disfrutar, **tarta de 3 chocolates**, como homenaje al sabor favorito de todas las edades.

**Häagen-Dazs** sigue sorprendiendo este verano con inéditas combinaciones de texturas y sabores en tarrina:

**Mango & Raspberry**, un exótico y cremoso helado de mango con remolinos de frambuesa en formato **tarrina de 500ml**

Y **Triple Sensations**, un helado con tres texturas diferentes (cremoso, líquido y crujiente) que traslada el saber-hacer y la experiencia de sus tiendas al canal de Retail. Este innovador postre se presenta en **formato Minicup**, mediante dos variedades: **Praline Caramel Seduction**, Helado de Praline con trocitos de avellana caramelizada, cubierto por una salsa de caramelo y coronado con un topping de almendras tostadas. Y para los amantes del chocolate, **Chocolate**

**Caramel Passion**, Helado de Chocolate con trocitos de toffee al chocolate, cubierto por una salsa de caramelo y coronado con un topping de almendras tostadas.

Por su parte, **Farggi** continúa con su estrategia de internacionalización. En España han introducido las siguientes novedades: **Copas Trapess**, una deliciosa combinación de distintos sabores helados, presentada en una original copa que se sirve cómodamente. **Helados premium**, sorbetes de frutas y sorbetes de limón **para llevar en envases de 2,5 y 4,75 litros** y el lanzamiento de **nuevos sabores helados** como el sorbete de mandarina de Soller, yogur griego o la vainilla sin azúcar.

### **Compromiso con la calidad, la nutrición y el sabor<sup>1</sup>**

El sector heladero, en línea con su compromiso por la salud, recomienda en sus campañas el ejercicio físico y una alimentación sana y equilibrada, donde el helado está presente. Los expertos señalan que el helado es un alimento que puede incluirse en cualquier alimentación equilibrada ya que contribuye a la ingesta de 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 contenido de agua y temperatura, nos refrescan ayudándonos a mantener la hidratación de una forma deliciosa y divertida.

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

Y no nos olvidamos de los más pequeños de la casa. El sector se compromete con su salud, 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 cifras<sup>2</sup>**

Según estimaciones de la AEFH, el consumo de helados en 2013 se redujo en torno al 4,5% alcanzado un volumen de 290 millones de litros. Esta disminución se debió fundamentalmente a los efectos de un clima severo entre los meses de mayo, junio y julio que fueron determinantes en el resultado de la campaña de verano. Además, se suma la contracción generalizada del consumo que ha afectado también a la industria alimentaria y una disminución del gasto fuera del hogar, canal fundamental en la compra por impulso de la categoría.

El consumo per cápita en España es de 6,5 litros situándonos en un rango medio respecto el 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.

---

<sup>1</sup> El Libro Blanco de los Helados

<sup>2</sup> Elaboración propia de la AEFH, basados en fuentes públicas

**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](http://www.aefhelados.com)