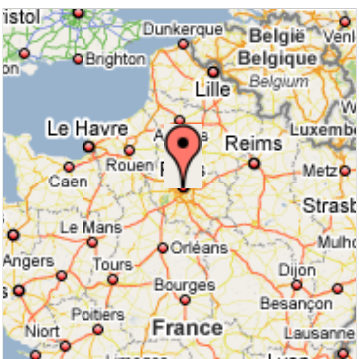




Foto 1 de 2



Un restaurante surcoreano.



Placer e innovación, ejes de la industria alimentaria

21/10/2008

PARÍS (AFP) — Desde el contraste de sabores hasta la transformación de texturas, pasando por el diseño de los embalajes: la industria alimentaria apuesta por la innovación, influenciada por el auge de la cocina molecular en la alta gastronomía, indicaron expertos en el Salón Internacional de la Alimentación, que se realiza actualmente en París.

El Salón, que se lleva a cabo en el parque de exposiciones de Villepinte (norte de París), reúne 5.500 expositores de más de cien países de los cinco continentes, que representan todos los sectores de la producción agroalimentaria.

Se estima en 145.000 el número de visitantes que recibirá el Salón en sus cinco días de duración (19-23 de octubre).

En los distintos pabellones, las propuestas son un muestrario de la producción alimentaria mundial.

Los ejes preponderantes son "el placer y la innovación", explicó a la AFP Xavier Terlet, consultante del Salón y presidente del gabinete de tendencias XTC.

"Antes, la gastronomía y la excelencia estaban impregnadas de tradición. Hoy, vemos una explosión de la modernidad alimentaria, influenciada por la cocina molecular. Antes se decía siempre que la mejor cocina del mundo era la francesa, hoy se cita como mejor cocinero del mundo a un español, Ferrán Adriá", argumentó.

En el SIAL, "no se trata de cocina molecular, que es la vanguardia, pero sí estamos en el reino de la audacia. Hoy tenemos una cocina de placer que es sumamente audaz, que osa mezclas sorprendentes y que juega con las texturas", dijo, añadiendo que incluso las marcas de los grandes distribuidores optan por ese "valor agregado" para sus productos.

En efecto, entre las propuestas de productos industriales, un jugo de frutas se realiza con un toque de aceite de oliva, las salsas ya preparadas se presentan en aerosoles que las vuelcan en forma de espuma leve, las fresas se secan y se transforman en pétalos crocantes, las frutas se mezclan con las especias, abundan las mezclas de vegetales de distintas latitudes, de sabores agrídulces o dulces-salados.

La salud es también una preocupación esencial, pero de manera "menos técnica" que antes, más creativa, lejos de los "alimentos" de hace unos años, señaló el experto.

Esa actitud innovadora se registra a nivel mundial, aunque la crisis económica "hace que sea más lenta", porque hay productores que prefieren guardar sus productos nuevos para más adelante. "Lo que es un error", estimó Terlet.

"Lo importante en la innovación es aportar una mejora que corresponda a un precio. El consumidor está dispuesto a pagar un poco más por eso. No es ya sólo la relación calidad-precio sino también la relación beneficio-precio", agregó.

Una opinión compartida por la consultora Florencia Pagano, especialista de América Latina.

"Al contrario de lo que muchos piensan, creo que en estos momentos de crisis, hay que conservar una política de innovación más que nunca. Para mantenerse en el mercado, los productos tienen que tener un valor agregado que los diferencie de los otros", afirmó Pagano a la AFP.

"La verdadera innovación pensada -no copiar y pegar- es necesaria para preparar la salida de la crisis, pero también para sobrevivir a ella", recalcó.

Y cuando se le pregunta si esas tendencias industriales mundiales no plantean el riesgo de una globalización que uniformice las gastronomías, los dos expertos niegan tal posibilidad.

"No creo en la mundialización de la alimentación. Hay hábitos alimentarios que siguen siendo diferentes, y no hay productos que sean idénticos de un país al otro", señaló Terlet, recalcando que "cada país adapta a su gusto incluso las cocinas más lejanas".

Florencia Pagano, por su parte, señaló que, los países de América Latina, "siguen el ritmo de las tendencias mundiales", pero "tienen una dinámica de innovación que les es propia", basada en sus productos locales "que son modernizados", pero de los que se conserva "el valor de la calidad tradicional".