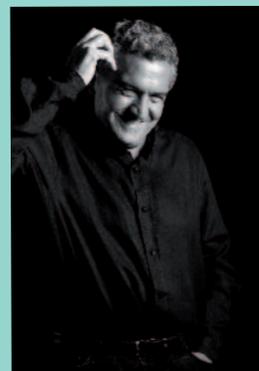


«Nos falta creer más en nosotros mismos»

Paco Torreblanca acumula numerosos reconocimientos y premios (cuarto clasificado en la Copa del Mundo de pastelería Lyon en 1989, Mejor maestro artesano pastelero de España en 1998, Mejor maestro artesano pastelero de Europa en 1990, Ganador de la mejor tarta del año 1999 Relais Dessert, Mejor pastelero de postres de restaurante de España en 2004, Premio Nadal de Gastronomía al repostero nacional en 2004, Premio Euskadi de gastronomía a la mejor publicación gastronómica en 2005, Premio especial de la Academia de Gastronomía en 2006, Doctor Honoris Causa por la Universidad Politécnica de Valencia en 2010). Es miembro – junto a su hijo Jacob - de Relais Dessert Internacional, asociación que acoge a 85 profesionales del mundo de la pastelería y la repostería, y representa excepcionalmente el difícil equilibrio entre creatividad y especialización técnica, vanguardismo y tradición, selección de las mejores materias primas y el arte escultórico. Arte que, en el caso del maestro Torreblanca, se deshace dulcemente en la boca.



Paco Torreblanca

Verónica López Sabater

Hemos tenido la fortuna de conocer personalmente a uno de los mejores pasteleros del mundo, maestro del “arte efímero”. Paco Torreblanca es una referencia de la gastronomía española dentro y sobre todo fuera de nuestras fronteras. Gran maestro de la pastelería española que desde Totel, su obrador-escuela en Elda, ha marcado los pasos de la pastelería y la cocina dulce de nuestro país. Así lo presenta Madrid Fusión 2013, escaparate mundial de la industria de la gastronomía de vanguardia celebrado el pasado mes de enero donde hemos ido a buscarle.

Totel, su obrador-pastelería-joyería desde que inició su andadura en el mundo de la pastelería comercial junto a su mujer Chelo, significa “un rayo de sol”, término japonés que adoptó tras su primera experiencia educativa y docente en aquel país, con mucha carga de significado para un espíritu mediterráneo formado en la Ciudad de la Luz como es Paco Torreblanca.

Eres una personalidad en el mundo de la gastronomía...

En realidad soy un privilegiado. A menudo me acuerdo de la película “Tiempos Modernos” (operarios realizando la misma tediosa tarea día tras día), y me reafirmo en esa sensación de privilegio. La mía es una profesión vocacional, aptitud necesaria para estimular y motivar la creatividad, que junto con la formación que he recibido es la base de todo mi trabajo.

Tal como señaló el ministro de Agricultura, Alimentación y Medioambiente, Arias Cañete días antes de la celebración de Madrid Fusión durante la firma de un convenio entre el Ministerio y la Real Academia de Gastronomía, “la gastronomía española es una importante seña de identidad de la Marca España”, considerada una industria en la que nuestro país ha alcanzado “las más altas cotas en la cocina mundial” fruto de la combinación de tres ingredientes básicos: materia prima, innovación y creatividad. No en vano, la gastronomía es uno de los motores fundamentales de otro de nuestros más

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

<p> 1. Exceso coche cuando quiera</p> <p> 2. Pague una sola cuota y no se lleve sorpresas</p> <p> 3. Libre el número de viajes fáciles</p>	<p> 4. Defensa del bajo consumo</p> <p> 5. Todos los servicios incluidos</p>
---	--

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



importantes sectores de exportación: el turismo.

¿Está de acuerdo con estas afirmaciones y hasta qué punto se considera “embajador” de la marca España?

Sin duda alguna la gastronomía es un sector fundamental de nuestra economía, fuente importante de empleo y de imagen de modernidad. No en vano, muchos de los turistas que llegan a la Comunidad Valenciana, y en particular a la provincia de Alicante, lo hacen atraídos por la gastronomía local, que es de una enorme riqueza y variedad, y basada en productos de calidad insuperable.

Dicho lo dicho, he de añadir que los españoles, por lo general, tenemos un problema muy grande a la hora de darnos a conocer y de “vender” nuestros productos en el exterior, y este problema pasa por que no nos terminamos de creer que somos los mejores en los ámbitos en los que lo somos. Nos falta credibilidad en nosotros mismos, y esta es la primera barrera a superar para conquistar el éxito, en cualquiera de los ámbitos en los que desarrollemos nuestras aptitudes. En la gastronomía, sin duda alguna, ocurre así. Es realmente extraordinario lo que hacemos aquí, en España, y también lo es para “el otro”, pero no lo es para nosotros. Nos falta creérnoslo.

Paco Torreblanca es hoy en día sinónimo de excelencia y arte de la pastelería, y en particular del chocolate, ¿cómo empezó todo?

Mi padre quiso que yo siguiera el oficio de mi abuelo, y me envió a París a estudiar, acogido por un gran amigo suyo, Jean Millet, con quien compartió celda en la Guerra Civil. Allí, en la Ciudad de la Luz, paradójicamente viví en la oscuridad durante 12 años, de sótano en sótano aprendiendo en las más ilustres escuelas de cocina.

¿Cuáles son las claves para conseguir que el impulso obtenido hoy en día sea una lanzadera de nuestros productos y servicios al exterior?

La base está en la inteligencia. Debemos ser inteligentes para dejar bien asentadas las simientes para

el futuro, y aprovechar el tirón que hoy en día tiene la gastronomía española. Tenemos una oportunidad única en nuestras manos: somos una referencia a nivel mundial. Pero al final puede ocurrir lo que suele pasar cuando no cuidamos ni invertimos en la continuidad: uno da los primeros pasos, crea una base y una imagen, comienza a ser sinónimo de creatividad, vanguardia y calidad,... y languidece. Otros países parecen tener una mayor facilidad para generar efectos arrastre más duraderos y robustos. Si nosotros no contribuimos a la generación de una simiente que siga estas tendencias, tanto en el ámbito de la creatividad como en el de preservación de nuestros productos – haciéndolos más actualizados y atractivos – al final aparecerán otros, como ha ocurrido en otras ocasiones con la *Nouvelle Cuisine* francesa, afirmando que los auténticos creadores son ellos. Por eso necesitamos, por un lado, difundir en todo el mundo lo que hacemos, y por otro, promover y facilitar que la gente joven garantice esta continuidad por medio de la formación.

¿De ahí ese paso decidido que ha tomado Paco Torreblanca en el campo de la formación?

Efectivamente. Por este motivo y para devolver a la sociedad todo el apoyo que yo he recibido durante toda mi vida, y que me ha permitido llegar a ser quien soy en mi profesión. Este mes de febrero inauguramos escuela –*International School of Pastry Arts*, en Petrer– que nace sobre los cimientos de la Escuela Paco Torreblanca, que se ha visto muy superada en su capacidad de atender las más de 1.800 solicitudes que recibe al año. En alianza con un grupo inversor británico y el apoyo de casas comerciales con las que colaboro, lanzamos este nuevo concepto de centro de formación, I+D y fomento de la creatividad con el objetivo de poder contribuir a la formación de talento, eso sí, con una mayor fortaleza financiera y mejor capacidad de acogida de un mayor número de alumnos. Son todos ellos estudiantes en prácticas –*stagiaires*– que vienen de Tailandia,

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:



1. Excepcional coste de gestión



4. Defensa del impuesto de matriculación



3. Paga una sola cuota y no te llevas sorpresas



5. Todos los servicios incluidos



2. Libera el máximo de ventajas fiscales

¡Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!





Singapur, México, Colombia, Estados Unidos, Alemania y Suiza, entre otros. Yo no puedo mantener una escuela pero sí ofrecer formación en un entorno en el que son “otros” los que regalan la enseñanza, en este caso mis socios inversores, prácticamente todos ellos extranjeros.

Contar con una escuela es también una facilidad para que la gente venga, en lugar de tener que desplazarme yo, aunque viajar es siempre una tentación y una motivación porque conozco muchísima gente interesante que de otro modo no podría conocer.

En definitiva, quiero que sea una especie de legado que me permita regalar algo que a mí sí me ha sido brindado, que es el privilegio de poder haber hecho, con todo el apoyo de mi entorno, lo que me ha gustado siempre, e intentar ser el mejor en mi profesión. Tenemos que hacer algo, y éste algo – regalar enseñanza – es con lo que yo mejor me siento mejor. También tengo una biblioteca importante, con libros de todo el mundo...

Hablando de libros, entre tus creaciones también podemos identificar varias publicaciones...

Sí, es mi otra pasión. Uno de ellos ha sido premiado dos veces como el mejor libro sobre mi profesión, y vamos por la tercera edición desde su lanzamiento en 2003. También tengo la suerte de contar con mi biografía en formato documental – “El arte efímero” – preparado por la Diputación de Alicante y cedido a RTVE para su emisión en el canal internacional y en su web.

¿Qué mercados valoran más sus productos? ¿En qué países ha cosechado mayores éxitos?

Yo personalmente tengo muy buena acogida en mercados muy exigentes y con elevado poder adquisitivo como son el asiático y el de los Emiratos Árabes. En unos días estaré en Singapur participando en un desfile de modelos para el que me han encargado que elabore unas joyas de chocolate y diamantes. Este tipo de actividades me permite financiar, por ejemplo, la formación en mi escuela.

El hecho de ser de origen español en el mundo de la gastronomía ¿ha sido un hándicap o un trampolín?

Aunque ha habido etapas, en estos momentos es un lujo, a pesar de la situación de crisis por la que estamos atravesando en nuestro país. Somos los más creativos del mundo, y así nos reconocen fuera de nuestras fronteras, aunque no terminamos de creerlo como comentaba antes. La atención que ha despertado mi trabajo a nivel internacional es un motor para poder seguir creando y formando aquí en España. Creo que el hecho de haberme formado en Francia desde los 12 hasta los 24 años, en unos años muy complicados y de tremendo aislamiento en nuestro país, me permitió conocer y ser conocido a nivel internacional. En Francia, de hecho, me consideran francés! En España, sin duda el trampolín a la popularidad fue la elaboración por Totel de la tarta nupcial de los Príncipes de Asturias en 2004.

En definitiva, al ser un profesional, por las circunstancias que me han rodeado, me han respetado siempre muchísimo allá donde haya ido o estado. Me reciben magníficamente en todas partes. Acabo de llegar de Australia, donde he impartido más de 10 conferencias, y he estado muy a gusto. El único problema que tengo es que no hablo inglés: hablo francés, italiano y español, pero el inglés es hoy en día fundamental.

Y además de los idiomas, ¿qué tal con las nuevas tecnologías? ¿son una herramienta de trabajo en su caso?

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

 1. Excepcional coste cuando quiera	 4. Defensa del bajo consumo
 2. Pague una sola cuota y no se le hace sorpresa	 5. Todos los servicios incluidos
 3. Libre el número de viajes locales	

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



Sinceramente, empecé a utilizar ordenadores hace apenas 10 años porque yendo a dar una clase en el País Vasco, escuché en la radio a un catedrático que decía que no usar ordenadores era equivalente a ser analfabeto, y yo no me considero un analfabeto. Dicho esto, son mis hijos, David y Jacob, quienes hoy en día coordinan y toman las decisiones, quienes sí son usuarios intensivos de las nuevas tecnologías de las comunicaciones para hacer crecer nuestra actividad.



¿La gastronomía de vanguardia es un "negocio" de hombres?

Aunque hasta fecha muy reciente la gastronomía siempre ha sido un patriarcado - en la transferencia de conocimientos - y un coto cerrado de hombres en su expansión comercial, hoy en día hay una tendencia muy grande y sólida de mujeres chef. Por ejemplo, en mi escuela tenemos un número muy similar de mujeres y de hombres. No es cuestión de sexo, sino de intelecto.

¿Podríamos afirmar que su ingrediente estrella es el chocolate?

Podríamos. El chocolate y el azúcar. El chocolate es como el barro, con él puede esculpirse y hacer obras maravillosas, y tiene un sabor único y esencial.

En su opinión, ¿cuál es el origen del mejor cacao?

¿Qué opinión tiene de los esfuerzos por fomentar el comercio justo del cacao?

Me gustan los chocolates de América (Venezuela, Perú), y los del Pacífico (Java). El comercio del cacao está controlado por multinacionales holandesas y francesas (aunque lo trajimos nosotros a Europa!), y lamentablemente aún hay poco espacio habilitado por ellas para generar una dimensión razonable y suficiente para el comercio justo del cacao. No obstante, existen iniciativas muy interesantes de precio justo, kilómetro cero, etc. que vale la pena conocer. Con mi gran amigo Gastón Acurio, y aprovechando mi participación en la Feria Mistura de 2012, he estado en la Amazonía peruana conociendo el cultivo del cacao orgánico, del que Perú es el segundo productor a nivel mundial.

Su empresa es Torreblanca, una empresa familiar con un tranquilo relevo generacional en curso. ¿Cuáles son las líneas de trabajo clave y con mayor proyección de futuro?

Nosotros efectivamente somos una empresa familiar, creada por mi mujer y por mí y por la que afortunadamente se han mostrado interesados nuestros dos hijos, David y Jacob. Hemos llegado a ser 120 empleados vinculados a Torreblanca. Hoy en día estamos en 40 debido a la crisis. Somos empresarios y también somos artistas. O más bien somos creadores que necesitamos sustentar nuestra actividad en un modelo empresarial que nos permita continuar con nuestro trabajo de producción, innovación, creatividad y formación, como es mi caso particular.

Nunca me planteé que mis hijos siguieran esta profesión, y sin quererlo ni beberlo he creado escuela en mi propia familia. Jacob es el espíritu creativo que trabaja mano a mano conmigo y David es el responsable de la gestión económica y del crecimiento del negocio. Hacen unión perfecta. Es maravilloso, en realidad. No ha sido una imposición, sino decisión propia.

Nuestras líneas de trabajo son la producción, la

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

 1. Exceso coche cuando quiera	 4. Defensa del tipo conductor
 2. Paga una sola cuota y no se lleva sorpresas	 5. Todos los servicios incluidos
 3. Libera el máximo de ventajas fiscales	

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



I+D – creatividad y la formación. De hecho, estamos en proceso de crear una nueva empresa, asociada a inversores ingleses, para centrarnos en I+D.

Antes comentabas que has sido un privilegiado y que siempre has recibido apoyo. ¿Ha contado con algún tipo de ayuda pública en su presencia en mercados internacionales?

De ninguna manera. La ayuda la he recibido de mi entorno familiar, y en los últimos 40 años de mi mujer, mi socia. La administración tampoco está en condiciones de ayudar mucho ahora. A la inversa sí, ya que sí procuro “hacer patria” cuando expongo mis productos y doy mis charlas en el extranjero. En el marco de Marca España, cualquier apoyo que me han solicitado de la administración pública he estado en disposición de brindarlo. De hecho, he participado activamente en actividades recientes en Nueva York con este particular motivo.

¿Adapta sus productos a los gustos de cada país? ¿Cómo realiza el seguimiento de las tendencias de mercado?

Hago una inmersión y una investigación para recuperar los sabores. La gente hoy en día está intentando recuperar los sabores que tenemos grabados en nuestro subconsciente y que nos traslada a nuestra infancia. En este sentido, no creo en la globalización de los sabores, a comer lo mismo en todas partes. Hace no mucho tiempo hice en un evento en Francia unos rollos de vino típicos de mi ciudad natal, Villena, en un formato más sofisticado que su presentación tradicional, y fue un auténtico éxito. Los ingredientes, los mismos: harina, vino, aceite de oliva y azúcar.

¿Tiene Torreblanca implantación en otros países? ¿Qué canales de distribución y métodos de promoción utiliza?

Hasta hace poco vendíamos fuera de España a través de una multinacional francesa, pero esa asociación ya ha terminado. Hoy vendemos puntualmente en Italia y Francia, fundamentalmente a través de la

venta online, que mi hijo Jacob ya preveía como canal importante de ventas hace doce años. Sin tener una tienda física, cuentas con un canal de atención a tus clientes on-line para cierto tipo de productos, menos delicados que puedan ser transportados con seguridad, como es el caso de nuestros “panettoni”.

Nuestros métodos de promoción en otros mercados, además de la formación que imparto, se sustentan en los catálogos y páginas web. No podemos permitirnos participar en misiones comerciales tal y como se encuentran diseñadas y co-financiadas, como en una reciente en Corea a la que nos hubiera encantado poder acudir con nuestros productos.

¿Con qué imagen de los productos españoles se ha encontrado al llegar a los distintos mercados?

En algunas ocasiones, bastante decepcionante: no es de recibo que en un evento gastronómico en Nueva York, por poner un ejemplo, no hubiera ni una sola botella de aceite de oliva de origen español; todo el aceite era italiano. Me sabe muy mal que cuando vas por las mesas del mundo no hay aceite de oliva. Lo mismo ocurre con otros productos como la almendra marcona, una de las más utilizadas, la más cara y la más demandada por la industria repostería y turronera, que es la mejor almendra del mundo. En definitiva, nos falta creernos que contamos con productos excelentes, y en muchos casos mejores que ningún otro. Ese es el espíritu que debe acompañar a todo el que procure vender en el exterior, garantizando que así sea, por supuesto.

¿Cómo ve el futuro?

Mi objetivo es mantener las empresas y que nuestros colaboradores mantengan sus puestos de trabajo. Ha sido terrible perder tantos empleos. Para los próximos años a mí personalmente me gustaría volver al origen, al fuego y a la tierra, a un horno de leña y enseñar lo que es el principio de las cosas, comer en mesas colectivas y pagar lo justo por ello.

Tengo un equipo que funciona, y eso es la base de todo ::

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1 Entero coche usado gratis
- 2 Pagar sólo costes y no su base empresarial
- 3 Libre el número de viajes flexibles
- 4 Diferes del bajo consumo
- 5 Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buena viaje!

