

L'entusiasme i la dedicació de Ricard Navarro han convertit una petita indústria com Chocovic en una de les més importants a l'Estat espanyol. La seva història es remunta al segle passat: "Les primeres passes es van fer el 1872 amb la creació d'una fàbrica de xocolata regional, Xocolates Aromí, de Vic. Aquesta petita indústria va ser independent fins l'any 1972." Els canvis de producció i distribució del producte van provocar "la necessitat d'establir convenis de treball amb altres empreses per tal de poder créixer i abaratir costos; d'aquesta manera, es fusionaren tres firmes: Tupinamba, Xocolates Ametller i Xocolates Aromí. Aquesta unió només era productiva i totes tres continuaven venent els seus productes amb marques independents." La cooperació d'empreses va funcionar durant dos anys fins que "el 1974 va haver-hi una crisi molt important al sector a conseqüència d'una pujada extraordinària en la cotització del gra de cacau." Els preus del mercat del cacau es fixen a les borses d'arreu del món, però principalment a Londres, i això fa que oscil·lin considerablement i estiguin sotmesos al valor de les divises. En aquesta situació, "la unió d'empreses no va poder fer front a l'augment de costos i es va enfonsar, fins al punt d'arribar a deixar de produir durant un any i mig."

Va ser aleshores quan la família Rius es va interessar per la indústria: "Aquesta família es dedicava al ram del cacau des de la dècada de 1930. Manipulaven el gra de cacau per transformar-lo en matèria primera de la indústria xocolatera, és a dir, en pasta de cacau, mantega de cacau i cacau en pols." Van adquirir Chocovic l'any 1977: "Realment van comprar les instal·lacions de Chocovic perquè la fàbrica no era productiva i només tenia tres treballadors."

Per la seva banda, la trajectòria professional de Ricard Navarro no havia tingut res a veure amb el món del cacau: "El meu únic contacte amb el món de la xocolata havia estat transversal. Fins que em vaig casar, vaig treballar en el sector marítim, com a capità de vaixell transatlàntic de càrrega, en el qual portàvem gra de cacau. En el moment en què la família em va oferir la gestió de l'empresa, la meua activitat laboral no es relacionava ni de bon punt amb la xocolata, ja que treballava a una empresa de decoració." Si va acceptar el càrrec va ser perquè "era un repte professional molt important. S'havia de tornar a engegar la fàbrica i jo estava convençut que el negoci funcionaria força bé perquè aleshores ja creia que el sector alimentari és un dels que ofereix més possibilitats als industrials." L'experiència ha estat molt satisfactòria: "He après de tot perquè durant els primers anys vaig fer de tot: establir contactes amb els clients, tenir cura de les instal·lacions, etc. Això em va servir per conèixer a fons el sector." La primera decisió "va ser canviar la línia de producció de Chocovic. En comptes d'elaborar productes finals, ens dedicaríem a la fabricació de cobertura de xocolata. Així no trencàvem la tradició familiar i, a més a més, ens avançàvem a les expectatives del sector. La crisi que va enfonsar Chocovic també va afectar moltes petites empreses xocolateres i a d'altres que usaven el cacau com un dels ingredients dels seus productes. Igualment va demostrar que aquestes indústries haurien d'aturar la fabricació de les matèries primeres de la xocolata, tal com havien fet fins aleshores, i les haurien de començar

a comprar a empreses específiques. Aquesta seria l'única manera d'abaratir costos, i no ens vam equivocar perquè aquesta és la tendència que ha viscut el sector."

El creixement de Chocovic ha estat espectacular: "Mai no hem viscut cap crisi i l'empresa no ha fet més que créixer d'ençà que la vam obrir. Si hem tingut problemes han estat per poder satisfer la demanda creixent dels nostres productes." Actualment té unes instal·lacions per a la producció d'uns 10.000 metres quadrats, a part del magatzem: "El procés de fabricació no s'atura mai; hi treballem les 24 del dia, 7 dies a la setmana. Només tanquem 15 dies a l'estiu." El procés d'elaboració inclou diverses etapes: "Nosaltres comprem directament el gra de cacau als mercats internacionals en grans quantitats, cosa que ens permet poder obtenir-lo amb un preu ajustat. Quan arriba a la fàbrica, el torrem i una vegada torrat, n'apartem la closca i preparem una pasta que fiquem a unes premses. Quan la pasta s'ha premsat, n'obtenim una part més sòlida –el cacau en pols– i una de més líquida –la mantega de cacau." Aquests dos subproductes es venen a altres indústries del sector que els utilitzen com a matèries primeres per fabricar les diverses menes de xocolata. També es fan servir per fabricar la cobertura de xocolata que, com comenta en Ricard, "venem amb dues presentacions diferents. D'una banda, la servim sòlida en forma de rajoles o llentilles preparades per ser foses; d'altra, la subministrem líquida en tancs perquè, per a alguns clients, que els arribi així suposa reduir costos de producció ja que no l'han de fondre." La línia de productes s'amplia constantment: "Ara estem començant a treballar amb la xocolata biològica. És una aposta de futur molt important, perquè ens adonem que el mercat està seguint aquesta direcció. Es tracta d'una línia de producte amb unes característiques força especials perquè té uns controls per part de l'Administració molt rigorosos per tal de demostrar que tot el procés de cultiu i de transformació ha estat natural, sense incloure cap tipus d'ingredient químic."

Chocovic és una de les empreses líders del sector a l'Estat espanyol: "Només competim amb empreses d'estructura molt més gran i que podem produir més quantitats." Aquest fet els va dur a "exportar un 30% del producte. Hem de pensar que la tradició i cultura xocolateres són més importants a països com Anglaterra i Bèlgica i, per tant, esdevenen països idonis per plantejar-se una expansió de les vendes. A Espanya, el consum de xocolata es xifra en uns quatre quilos per persona i any; en aquests països, la mitjana està en vuit quilos per persona i any. Nosaltres vam arribar a una quota de mercat intern que era difícilment superable i vam comprendre que, si volíem créixer, ho havíem de fer mirant cap a l'exterior." Al començament "va ser difícil perquè les multinacionals no ens coneixien ni sabien quina era la qualitat del nostre producte." La consecució de la norma ISO 9001 va significar "una garantia per totes elles. Ens ha facilitat les exportacions."

Amb aquest futur tan prometedor, acomiadem Ricard Navarro perquè ens continuï fent més dolços els moments especials de la vida amb les xocolates Chocovic.



“Quan vam arribar a una quota de mercat intern difícilment superable, vam comprendre que, si volíem créixer, ho havíem de fer mirant cap a l’exterior”

Ricard Navarro - Gurb (Osona)