

## EMPRESSES



Ferran Alemany, amb els productes que la firma té actualment al mercat. L'ECONÒMIC

# La mel, eix de transformació

La recerca i la innovació han catapultat la firma lleidatana a ser el referent mundial en qualitat i varietat de productes

M. SARDÀ  
BARCELONA

Ferran i Germán Alemany són la cinquena generació de la família que elabora la mel i els torrons Alemany, a Os de Balaguer, a la Noguera. Tot i que l'empresa com a tal no va ser creada fins al 1991, l'activitat familiar en el món de la mel i els torrons va començar a finals del segle XIX, de mans de la senyora Mundeta.

“Hem trobat documentació que ens diu que va ser ella qui va començar a fer caramel amb la mel i la fruita seca de la zona. Del seu marit, un alemany, no ens ha arribat cap informació, però sí del seu fill, que va ser qui va evolucionar del caramel cap al torró blanc d'ametlles, el que ara es coneix com d'Agramunt, però que des de sempre s'ha fet a la comarca, només que van ser els d'Agramunt els qui van demanar la denominació

d'origen”, explica Ferran Alemany, director general de l'empresa. El seu germà Germán “és el mestre torronaire de la casa”, diu.

Llavors la família encara tenia les seves pròpies abelles. El fill de la Mundeta va començar a comercialitzar la producció

sobrant, a més del torró blanc. “Seguia els diferents aplecs de la comarca.” El rebesavi va incrementar els ruscos d'abelles i va viatjar a Barcelona per ampliar l'activitat comercial, “però la Guerra Civil ho va trencar tot”, explica Alemany. No va ser fins als anys cin-

## Sabó del cel, sabó de mel

Aquest és el lema del sabó amb mel i essència de lavanda que elaboren artesanalment les germanes clarisses del convent del Sant Crist de Balaguer. Es pot adquirir al web d'Alemany i als comerços de proximitat. “Les germanes clarisses van veure reduïts els seus ingressos quan va tancar la botiga del convent durant la pandèmia i ens van demanar d'afegir mel al

sabó i encarregar-nos de la seva comercialització. I així ho hem fet”, diu Ferran Alemany. Assegura que els agrada connectar amb altres empreses del territori per impulsar l'economia de la zona. Un altre exemple d'això és l'aliança que van establir amb Olis Castelló per crear una crema per untar d'oli amb mel. “Tenim una missió: endolcir la vida de la gent amb la mel”, rebla.

quanta que l'avi de l'actual generació va començar a recuperar l'activitat del negoci. “Tot i això, el meu pare va ser el responsable del gran creixement de l'empresa. Va aprofitar la bonança econòmica dels anys setanta”, explica.

En Miquel, encara actiu al negoci familiar, va ampliar l'obrador de la família i va eixamplar el negoci de la mel comprant producte als apicultors del Montsec. “També va fer un obrador per a envasament, va contractar personal per ajudar en l'activitat del negoci i va decidir viatjar fins a Xixona per vendre la mel als torronaires d'allà i per aprendre més del negoci del torró”, recorda Alemany. De tot això en va sorgir, el 1984, una nova fàbrica, dedicada als torrons.

El negoci de la mel havia agafat molt d'impuls, tant que en Miquel Alemany va decidir en els anys noranta ampliar l'obrador d'envasats i incorporar els dos fills al dia a dia de

## Les aliances amb negocis familiars impulsa l'economia del territori

l'empresa. “Però llavors va arribar la varroa, un àcar que ataca les abelles. Va fer tant de mal com la fil·loxera a les vinyes en el segle XIX. Avui dia aquest àcar és pràcticament a tot el món, però ara se sap com combatre'l”, explica Alemany. La varroa va fer que en Miquel decidís prescindir del ruscos d'abelles i anar a buscar la millor mel d'apicultors d'arreu de l'Estat.

**L'IMPULS DEFINITIU.** Des de llavors, mel i torrons Alemany no ha parat de créixer. La cinquena generació va donar un impuls més a la firma el 2010, quan van apostar per fer un canvi de disseny en l'envasat dels productes, sumar la publicitat i la comunicació i iniciar l'exportació. Actualment, la firma està present a una desena de països, com ara Anglaterra, França i Alemanya a Europa i el Canadà i els Estats Units al continent americà, i estan fent “les primeres incursions a Corea del Sud i als Emirats Àrabs”.

Pocs anys després, els germans Alemany van decidir

### ALEMANY

#### FACTURACIÓ

5,1 M€

#### TREBALLADORS

25

#### ANY DE FUNDACIÓ

1991

● La venda en línia i per subscripció de la mel fresca de temporada és una de les novetats que Alemany va presentar a la Fira Alimentària d'enguany, al costat de la gamma de productes per untar amb mel ecològica i fruits secs, sorgits de la recerca al BeeLab, en col·laboració amb Eurecat, el CTFC, la UdL, l'IRTA i negocis familiars de la comarca.

que l'empresa també havia de contribuir al seu entorn i van traspassar el procés d'eti-quetatge i la preparació de comandes als quatre centres especials de treball de la zona (Fundació Privada Ilersis, Fundació Aspros, Associació L'Estel de Balaguer i La Torxa). En reconeixement a aquesta tasca social, l'empresa va rebre a finals del març passat la Placa al Treball President Macià 2021 en la categoria de responsabilitat social corporativa.

La innovació és un altre dels trets rellevants de l'empresa que la darrera generació dels Alemany ha impulsat. La família dedica recursos a fer estudis innovadors i investigacions sobre nous productes, conjuntament amb la Universitat de Lleida, el Centre de Ciència i Tecnologia Forestal de Catalunya (CTF) i el centre tecnològic Eurecat.

Amb el CTF i la col·laboració d'Eurecat, Alemany està desenvolupant un estudi sobre dos fongs (reishi i xiitake) que podrien ser clau per millorar el sistema immunitari de les abelles i aturar el declivi de les poblacions que s'ha observat en els últims anys. D'altra banda, amb Eurecat ha creat el BeeLab, a través del qual promou la recerca, el desenvolupament i la innovació de la mel per a la transformació de l'economia del territori, “per ser verds, sostenibles i digitalitzats”, assegura Alemany.