

El chorizo de Soria se lanza a por la Indicación Geográfica Protegida

La asociación de fabricantes agrupa a 6 empresas que impulsarán en Europa este marchamo de calidad / Solo Cantimpalos y La Rioja gozan en el país de una IGP

VÍCTOR F. MORENO SORIA

El chorizo de Soria va a por todas. No aspira solo a una marca de garantía sino que directamente intentará conseguir la Indicación Geográfica Protegida (IGP), un marchamo de calidad que aspira a conseguir en el año 2026. Así lo desvelaron este miércoles en la Cámara de Comercio el presidente de la organización cameral, Alberto Santamaría, y el presidente de la Asociación de Fabricantes de Chorizo de Soria, Teo Martínez García.

Seis son las empresas que ahora mismo componen este reto para la agroalimentación soriana, con el espejo del éxito del Torrezno de Soria aunque con diferencias muy apreciables. La primera es que la panceta soriana era un producto prácticamente desconocido cuando saltó a la escena nacional, mientras el chorizo es muy conocido y con un enorme potencial en España. Las firmas sorianas son Embutidos Numancia, Llorente, Moreno Sáez, Villar, Almenar y La Hoguera.

Cuando se consiga la IGP el compromiso de fabricación es de 280.000 kilos. Logo, marca y marketing acompañarán al producto soriano para su lanzamiento.

Para conseguir la IGP se necesita la propia indicación geográfica, perfectamente delimitada en la provincia de Soria, y una «reputación demostrada». Santamaría reconoció que la tramitación «da un vuelco» y que han reconsiderado realizar el «paso largo» tras las recomendaciones del Itacyl. «Se nos van a demorar los plazos pero la IGP es más potente y te protege en la Unión Eu-



Un ejemplar de chorizo de Soria, que busca la IGP en Europa. HDS

ropea y puedes acceder a los mercados internacionales con un producto más consolidado». Precisamente, el torrezno está ahora en pleno proceso de IGP y en este sentido, Santamaría subrayó que está «en manos de la comisión de Agricultura de la Unión Europea» y que para el primer trimestre de 2025 habrá conseguido la nueva catalogación.

El presidente de la Cámara destacó que «el apellido Soria es una marca en sí misma», y ha recordado productos con enorme potencial como el propio torrezno, la mantequilla, la costra o las manzanas.

Martínez García, perteneciente a Embutidos La Hoguera, explicó que la decisión de ir a por la IGP se fraguó el 24 de enero pasado, por deci-

sión de la directiva de la asociación de fabricantes. Este año 2024 se desarrollará la fase 1 con la solicitud, apoyados por la Cámara de Comercio y con una subvención de la Diputación Provincial.

El responsable de la Asociación de Fabricantes de Chorizo de Soria recordó que la tramitación del torrezno tampoco fue un camino de rosas. Se inició en el año 2001 «y se rechazó». Se recuperó en 2010 y se recuperó en 2013. «El chorizo está muy arraigado en Soria y si sale bien puede tener un recorrido para las empresas de la provincia con el objetivo de sumar a todos los sorianos en este proyecto y a aquellos que estén relacionados con el cerdo».

En la actualidad más de 15 empresas elaboran chorizo en Soria, incluidas las 6 que se han lanzado a por la IGP, por lo que el mercado es amplio en este sentido. «En Soria somos competencia pero una vez lograda la IGP estamos todos en el mismo barco para el exterior. El producto se sube encima de ellos y fuera no se conocen las empresas sino el chorizo de Soria», remarcó Martínez García.

Santamaría destacó el arraigo de este producto en la provincia, no en vano «en los pueblos muchos contaban con una máquina de hacer chorizos, ha cultura de fabricación de este producto».

La IGP se referirá a producto fino y grueso y de carne extra y el objetivo es que llegue tanto a los establecimientos como a la restauración. El clima soriano también influye lógicamente en conseguir un producto en condiciones. Santamaría descartó que se vaya a producir un encarecimiento en el mercado. «La inflación ha sido del cerdo por el mercado chino».

Para finalizar, Martínez García aseguró que «la IGP pervivirá y, al fin y al cabo, nosotros estamos de paso» y puso el ejemplo de provincias como Zamora o León «que cuentan con una gran cantidad de productos protegidos independientemente de las ventas».



Teo Martínez y Alberto Santamaría. HDS

Más que 2 y Los Villares comparten el premio a la mejor croqueta provincial

Las creaciones son 'Romántico y aventurero saricuqui de coco' y 'Nada es lo que parece'

SORIA

'El romántico aventurero y saricuqui de coco', del Bar Restaurante Más que 2 y 'Nada es lo que parece', del Hotel Rural Los Villares son las croquetas destacadas por el jurado de expertos del CIFP La Merced de Soria en el VII Jornadas de la Croqueta organizadas por Asohtur

Antonio Cedazo, propietario y cocinero de Bar Restaurante Más que 2 y Melania Cascante, cocinera del Hotel Rural Los Villares recogieron este miércoles el galardón que les

acredita como ganadores de la 'Mejor Croqueta Provincial'.

La succulenta elaboración presentada por Más que 2 en su croqueta de cachopo de ternera, jamón y queso azul (opcional) que acompañó con una croqueta de bombón de coco en una doble presentación ha sido la apuesta del jurado, que no ha podido resistirse a la explosión de sabores y a la originalidad en la presentación de la croqueta del Hotel Restaurante Los Villares, que se decidía por mostrarla invertida, sin rebozar y servida en un



Foto de familia de los ganadores del concurso de la croqueta. HDS

vaso, con ingredientes tan poco convencionales como papaya, junto a pluma ibérica y piñones, entre otros muchos. El segundo premio de la 'Mejor

Croqueta Provincial', distinguido también con diploma, ha sido para la 'Croqueta de chipirón en tres salsas', del Parador de Turismo Antonio Macha-

do. Su creador, Carlos Aldea, jefe de cocina del restaurante Parador Antonio Machado, fue el encargado de recoger el premio.