

Artistas del bajo cero

Hielos Torné creó a finales del 2006 una división especializada en el tratamiento del hielo como arte. Vajillas, logotipos, barras de bar y estaciones de bebida están en su catálogo

JOSEP M. BERENGUERAS
BARCELONA

Antes de la aparición de las neveras eléctricas, el hielo era un elemento imprescindible para la conservación de los alimentos. Pero con la introducción del electrodoméstico, del medio centenar de empresas que se dedicaban al negocio del hielo en Barcelona solo sobrevivieron dos, aquellas que supieron diversificar oferta. Una de ellas fue Hielos Torné, fundada en 1956. Hoy, de nuevo, esa misma empresa se ha sabido adaptar a los nuevos tiempos y ha creado una novedosa división: Nice Projects, dedicada a la innovación y la creatividad en hielo.

Se trata de la única empresa española «capaz de realizar proyectos personalizados y diseños exclusivos en hielo tratado transparente», explica el director general de la firma, Lluís Mataix. Creada a finales del 2006 «en busca de diversificar Hielos Torné», Nice Projects «da valor añadido a un elemento tan atractivo como es el hielo». El resultado: vajillas de hielo, *drink stations* (estaciones de bebida), objetos personalizados (como logotipos) incrustados en el hielo...

La creación de la empresa no fue espontánea. «Cuando Daewoo estaba desembarcando en España, en los 90, nos pidieron un gran iglú de cuatro metros de altura. Para el centro comercial Xanadú de Madrid también nos encargaron hacer una base de hielo. Había un pase de modelos y nos pedían insertar una publicidad dentro de una barra de hielo. Ya veíamos que había otro mercado».

Tras estas experiencias, decidió montar otra empresa, ligada a la original, pero especializada en el «el hielo como arte». Se puso en contacto con empresas especializadas de EEUU y Canadá e invirtió 200.000 euros en maquinaria. «Las máquinas son importantes, pero



JOAN CORTADELLAS

►► Lluís Mataix, director general de Nice Projects.

Macroproyectos

En el historial de la compañía aparecen desde la gran pared de hielo que protagonizó uno de los últimos anuncios de Licor del Polo hasta un gigantesco belén que recorrió las capitales andaluzas en Navidad y que tardaron mes y medio en prepararlo. A mano o con una fresadora especial, materializan todo tipo de proyectos.

el conocimiento aún lo es más. El secreto es que sabemos cómo se comporta el hielo», añade. El primer año (2007) facturó casi 200.000 euros, recuperando la inversión inicial, y para este prevé crecer un 25%.

Todo empieza a partir de bloques de hielo que pesan 130 kilos y que miden un metro por cincuenta centímetros. Estos se pueden esculpir a mano, pero la empresa puede tratarlos a través de maquinaria especial. Los diseños (en 3D) se introducen en el ordenador y una fresadora se encarga de dar forma al proyecto. No trabajan con moldes. Además, los bloques se pueden juntar como si fueran tochos, por lo que proyectos de gran envergadura en hielo también son posibles.

El hielo que trabaja Nice Projects es especial, transparente. «El hielo es frío, no agua. Para crearlo se necesita agua y energía eléctrica. Nuestra materia prima se fabrica mediante agua osmotizada en con-

tinuo movimiento», señala Mataix.

«Realizamos proyectos concretos para gente que busca cosas concretas», comenta. Cubiteras, barras de bar, platos usados en restaurantes con estrellas Michelin, esculturas para bodas... Trabaja sobre todo para el mundo de la publicidad y de los acontecimientos de marcas importantes, pero también para el público normal. La durabilidad depende del proyecto, y se encargan del transporte, montaje...

¿Cuál es el producto más solicitado? «El que tiene más éxito son las *drink stations*: bloques de hielo verticales donde hay un logo. En la parte superior tienen un embudo por la que se vierte la bebida, una canalización interior y una salida en la parte inferior. Por el camino la bebida se enfría», explica. ¿Y la más curiosa? «También una estación de bebida... con forma de perro. La bebida se vertía por la boca y por dónde salía mejor no lo explico». ≡

IDENTIDAD CORPORATIVA

La Rioja cambia de imagen para adaptarse a los nuevos tiempos



Denominación de Origen Calificada

EL CONSEJO REGULADOR de vinos con denominación de origen de La Rioja estrena imagen para consolidarse como **"la marca del siglo XXI"**. Viticultores y bodegueros riojanos han querido actualizar el símbolo visual que desde hace 20 años definen los vinos de Rioja para conectar con las tendencias de los nuevos consumidores. La nueva imagen nace con el propósito de fusionar **"la historia y el futuro de nuestro vino, representando lo que es hoy La Rioja: una región dinámica con un vino de vocación universal, que aúna modernidad y tradición"**, señaló el presidente del Consejo Regulador Víctor Pascual Artacho en la presentación oficial en el Museo Reina Sofía de Madrid el pasado enero. El logo **"está representado por la cepa de nuestra variedad por excelencia, la tempranillo, renovada desde la fuerza de la creatividad, con un trazo artístico y un dina-**

mismo que expresan la pujante realidad actual de nuestra vitivinicultura y la constante evolución hacia la excelencia del modelo vitivinícola riojano". Una nueva identidad corporativa que constituye un importante paso para consolidar el prestigio de los vinos de La Rioja en los mercados internacionales. **"Un reconocimiento del que este mismo año hemos tenido una buena prueba con el premio Región Vinícola del Año, otorgado a La Rioja tanto en Estados Unidos como en Gran Bretaña"**, comenta Pascual Artacho. Las contraetiquetas o documentos de garantía que identifican a cada botella aparecerán en el mercado con la nueva imagen a partir de octubre del 2008, en las nuevas añadas que vayan incorporándose a las cuatro categorías: joven (añada 2008), crianza (añada 2006), reserva (añada 2005) y gran reserva (añada 2003). Más información: www.riojawine.com.

SKREI NORUEGO

Llega a España el mejor bacalao

EL SKREI ES UNA VARIEDAD específica de bacalao fresco –está considerado el más exquisito del mundo– pescado en la zona de las islas noruegas de Lofoten, lugar elegido por el skrei para desovar. Once años después de la primera importación de skrei fresco a España, y gracias a un acuerdo de colaboración entre el Consejo de Productos del Mar de Noruega y la cadena de distribución Eroski, el skrei de Noruega se va a comercializar en más de 400 tiendas de todo el Estado. A través de la página web www.mardenoruega.com se podrán consultar los restaurantes y tiendas que tienen este producto, así como un completo archivo de recetas.

NICE PROJECTS

Comer y beber en una exclusiva vajilla de hielo

PLATOS DE DISEÑO, VASOS PARA CHUPITOS, jarras de cerveza, tacitas de café... todo ello elaborado en hielo transparente, material que ofrece múltiples posibilidades estéticas y creativas. Esta es la sorprendente propuesta de Nice Projects para el sector de la restauración, la alta gastronomía y los eventos. La colección 2008 contiene originales diseños para que los grandes chefs aporten un toque de distinción y exclusividad a la hora de presentar sus creaciones. Según el director de la empresa, Luis Mataix, **"saborear una comida o bebida en un diseño de hielo invade todos los sentidos y se convierte en un acto inolvidable"**.



LA TIENDA DEL CHEF

Últimas técnicas gastronómicas

CONOCER LAS DISTINTAS familias de texturas y sus aplicaciones en la cocina doméstica; ahondar en la historia de algunas de las técnicas de cocina más populares del siglo XX; aprender a realizar cocciones al vacío e investigar en la cocina de autor de la mano de sus protagonistas; todo esto y mucho más se puede aprender en los cursos que organiza el aula *La tienda del chef*, espacio destinado a la formación y perfeccionamiento de nuevas técnicas utilizadas en la alta gastronomía actual. Los cursos, de unos 60 euros de media, son impartidos por un equipo de profesionales de alto nivel. Más información, en la página web www.latiendadelchef.com.



[Club de vinos El Petit Celler]

Selección febrero. Rioja en esencia

La selección que ofrecemos

• Dos botellas de Vinos Reserva