

## EMPRESSES

A les comarques de Girona es produeix més d'una tercera part de l'aigua mineral envasada que es comercialitza a tot l'Estat. Aquestes aigües minerals, amb gas i sense, surten de dotze plantes que pertanyen a sis empreses. Aquestes societats van facturar l'any passat més de 21.000 milions de pessetes, una tercera part de la facturació del sector a tot l'Estat. El sector ha seguit un procés de concentració i actualment vuit de les dotze plantes pertanyen a dues empreses.

# L'aigua que se'ns beuen

Les comarques gironines produeixen una tercera part de l'aigua que s'envasa a tot l'Estat

LLUÍS BRUGUERA

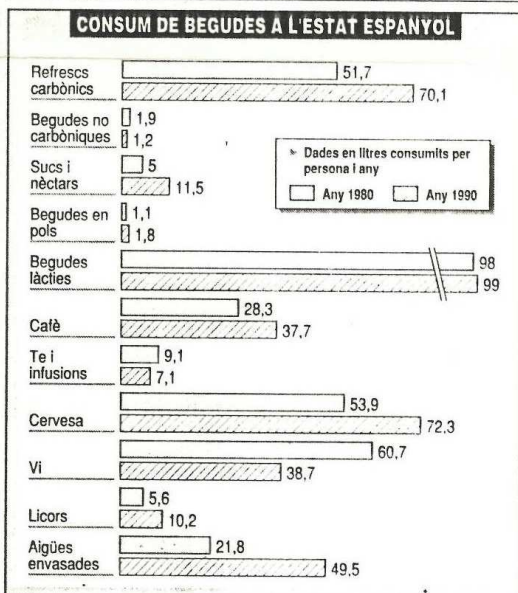
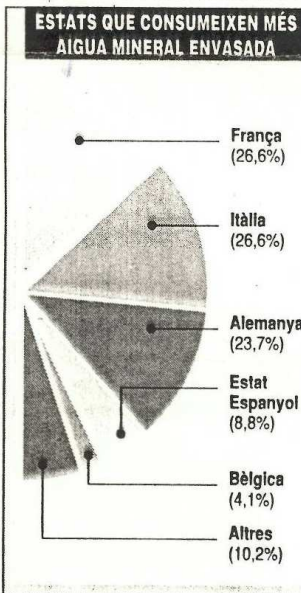
■ **Girona.**— A part de seguir un procés de concentració, ja sigui comprant altres societats o essent absorbides per grups estrangers, algunes de les empreses envasadores gironines també han aprofitat els darrers anys per fer inversions que milloressin la qualitat del producte i modernitzessin el procés d'envasat. Així, per exemple, Fontaga SA, que comercialitza Aigua de Ribes, ha invertit en els darrers cinc anys uns quatre-cents milions de pessetes en la renovació de la maquinària de les seves instal·lacions i no descarta que en un futur proper en faci més. El grup Vichy Catalan inverteix cada any, regularment, en les seves plantes aproximadament 1.000 milions de pessetes. A més, té previst de fer inversions concretes, com la de la planta de Sant Hilari, que produeix l'aigua Fontdor, on fins el 1993 invertirà vuit-cents milions de pessetes.

## Qui compra l'aigua?

Els mercats en els quals les empreses productores venen les aigües minerals està en relació amb el seu tamany. Aigua de Ribes, per exemple, amb una facturació l'any passat propera als 1.000 milions de pessetes, concentra el seu mercat a Catalunya, sobretot a Barcelona, on ven més del 65 per cent de la seva producció, mentre que només el 2% es ven a la resta de l'Estat. El mercat més reduït, condicionat pel seu volum de producció, és el d'Agua de Vilajuïga SA, que factura poc més de 40 milions. Agua de Vilajuïga concentra a les comarques gironines i també a Barcelona ciutat les seves vendes, que no arriben al milió tres-cents mil ampolles. A mesura que el tamany creix, els mercats s'expandeixen geogràficament. El grup EYCAM, amb les marques San Narciso i Viladrau, entre altres, ven a Catalunya, les Balears, València, Múrcia, Andalusia i Aragó i ha intentat entrar en els mercats de Madrid i Bilbao. Vichy Catalan, amb més de 7.000 milions de facturació, concentra les vendes de la seva producció a tot l'Estat Espanyol però també ven a Centramèrica i Sud-amèrica i a alguns països d'Europa, des de fa tres anys. Finalment, el grup que més factura amb presència a les nostres comarques, Font Vella SA, amb 11.000 milions, també ven a tot l'Estat Espanyol.

Cal esmentar el cas d'Aigua de Salenys, que està en fase de preparació i pendent dels permisos per explotar l'aigua de la deu. El projecte preveu tornar a comercialitzar l'Aigua de Salenys, amb una inversió inicial de seixanta milions de pessetes.

La distribució per canals de les aigües envasades es concentra pràcticament a l'hostaleria i l'alimentació. En el cas de l'alimentació, hi ha determinades variacions segons els punts de venda, ja siguin les botigues tradicionals, els autoserveis, els petits supermercats o les grans superfícies. A més, hi ha un petit percentatge de distribució que correspon a les farmàcies i que el conformen aigües minerals amb característiques minero-medicinals especials.



## A punt per afrontar el mercat únic

L.B. ■ El sector de les aigües minerals es troba actualment en fase de creixement pel que fa al consum, amb un volum de negoci que arriba a 60.000 milions de pessetes i amb una producció de 2.041 milions de litres a tot l'Estat. El consum se centra bàsicament en l'aigua sense gas, amb més del 87% de les vendes, mentre que l'aigua amb gas, ja sigui amb el que surt o amb gas afegit al mateix manantial, suposa poc més del 12%. En els darrers anys les empreses del sector han dut a terme inversions per adquirir tecnologia en processos d'envasat i de control de qualitat. A partir del repte del mercat únic les empreses han optat per l'estratègia de la concentració, per potenciar les plantes amb volums importants. Dins d'aquestes polítiques de concentració les empreses trien per vendre més volum de producció —com en el cas de Font Vella—

o valor afegit —el cas de Vichy Catalan— i fins i tot n'hi ha que opten per imatges més sofisticades o que basen la seva estratègia de màrqueting en un cert grau d'escassetat.

El control de qualitat és una peça fonamental del procés d'envasat i algunes empreses, a part de disposar de laboratori propi a la mateixa planta, fan analitzar les aigües de les seves deus per laboratoris externs. La qualitat és una de les exigències per competir, a la vegada que es converteix en una barrera d'entrada al sector per part d'un altre tipus de companyies, com per exemple les d'abastament d'aigües de consum públic a grans ciutats, que tindrien possibilitats d'entrar en aquest negoci. En general, els empresaris del sector consultats no creuen que hi hagi prou punts en comú entre una activitat i l'altra com per pensar que es pugui aprofitar l'experiència d'un tipus de negoci per

entrar a l'altre. Tampoc hi ha la sensació que l'entrada en vigor del mercat únic pugui afectar aquestes empreses de forma negativa, ja que es consideren preparades per afrontar la possible competència de grups estrangers. De fet, algunes marques —com és el cas de Font Vella, controlada pel grup francès BSN— tenen capital estranger.

L'envasat també és un dels aspectes que ha experimentat una evolució important en els darrers anys, per les exigències dels consumidors i dels canals de distribució. Plàstics, llanes i cartrons han entrat també en el mercat d'aigües envasades. En el futur, també condicionarà la utilització d'un determinat tipus d'envàs, les exigències de reutilització i reciclatge dels materials. L'any passat, només una quarta part dels envasos era de vidre, més d'un 70% de plàstic i poc menys del 2,5% de cartró.