

«El futur lacti està als derivats»

Josep Lluís Regot, subdirector general de Celbasa-Ato, analitza qüestions com els excedents lactis i l'excés de nombre d'empreses. L'actualització tecnològica o el desplaçament dels Pirineus cap al Nord són reptes ja aconseguits.

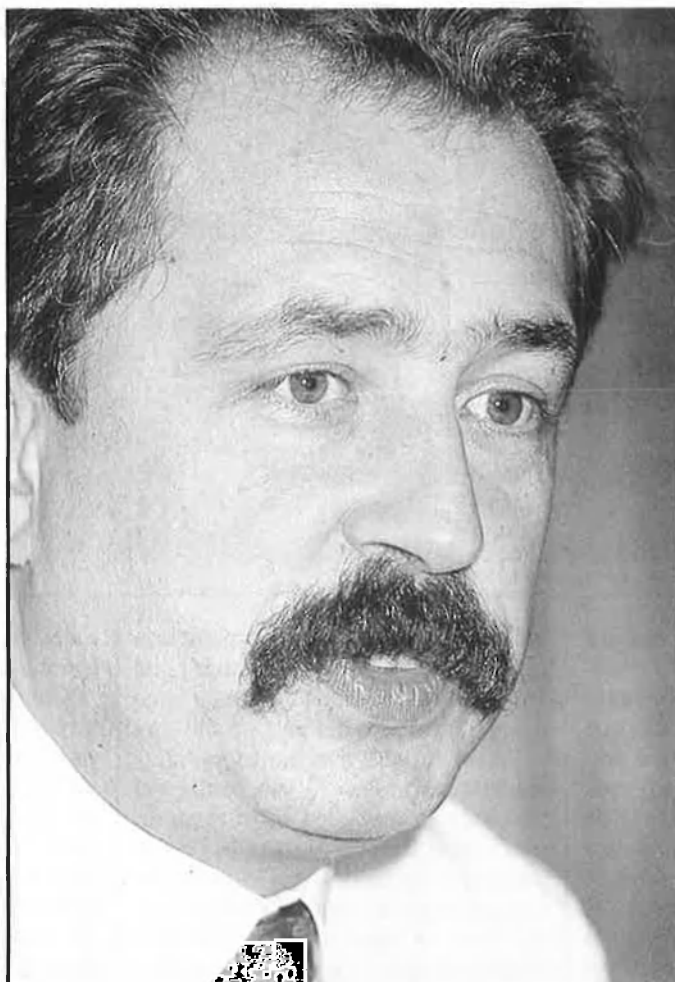
Quina relació guarda actualment el preu de compra de la llet al pagès i el seu preu final?

—La determinació del preu que es paga al pagès es fa per passiva. El mercat final del consumidor determina la resta de preus. Però la situació actual canvia perquè els industrials veiem que la llet francesa arribarà aviat. La compra de la llet representa el 60-70% del valor del preu de venda al públic i la llet francesa té uns preus generalment més econòmics. Per tant, si volem evitar l'entrada en massa de llet francesa hem de col·locar els nostres preus de venda al públic de manera que els francesos no puguin dur llet cap aquí. Això genera que el preu de compra de la llet estigui a preus francesos. Però també hi ha una gran pressió d'industrials i ramaders per aconseguir ajustar aquests preus de camp a la baixa per tal de ser competitius amb la llet francesa.

—*¿El sector lacti català està renovat tecnològicament en la ramaderia i en la indústria?*

—El sector català és el més actualitzat tecnològicament, i dins el sector ramader, quasi a nivell europeu. A la resta de l'estat ni la qualitat ni la concentració ni els components del sector ramader estan a nivell europeu i els falta moltíssim.

Quant a la indústria, les sis o set que estem en el top, tecnològicament estem com qualsevol altra empresa europea o mundial. La ma-



DOMÈNEC UMBERT

«El sector lacti català és el més actualitzat tecnològicament».

Consum de llet a la CE (litres/any) (dades de 1985)

(Font: Patronat Català Pro-Europa)

País	Llet per a consum i productes frescos
Bèlgica/Luxemburg	81,8
Dinamarca	152,5
R.F. Alemanya	88,1
Grècia	64,0
Espanya	102,3
França	97,3
Irlanda	194,9
Itàlia	80,3
Holanda	134,8
Portugal	43,2
Regne Unit	131,2

quinària de producció de França, Alemanya o Dinamarca és exactament la mateixa que estem utilitzant nosaltres, no així els volums: una empresa gran estatal és mitjaneta a Europa, i sóc inclús optimista.

—*¿Quins són els productes lactis que més es consumeixen?*

—El consum de llet líquida es manté estable, baixa el consum de llet fresca i puja el de llet estèril, però en el seu conjunt es manté.

—*Uns dels derivats lactis és el formatge, i en això els francesos i suïssos podrien representar una forta competència de cara al 92.*

—El gran repte de les indústries làctiques estatals està en els derivats i concretament en els formatges. Quant als formatges hi ha una gran tasca a fer. La resta de països europeus tenen més varietats en formatges, no més qualitat. Aquí caldria fer les instal·lacions, unes línies de comercialització específiques i no crec que la indústria làctica estatal estigui preparada per a fer les inversions industrials necessàries. Per això els europeus hi tenen un gran forat de mercat, si és que estan disposats a fer les inversions comercials i de màrqueting.

El més factible i probable és que d'aquí al 90 es produeixin operacions de joint-ventures, fusions i vendes entre empreses làctiques estatals que ja tenen un mercat, una comercialització i distribució dels productes, amb altres empreses estrangeres que industrialment ja tenen les inversions fetes.



—*¿L'oferta de llet líquida s'ha de concentrar en poques mans?*

—Encara està en moltes mans. A l'estat hi ha de 200 a 300 centrals lleteres i això és absurd. S'ha de concentrar moltíssim més.

—*¿De cara al 92 o ja és necessari ara per ara?*

—Ja ara. Aquestes empreses que produeixen de 25 a 30 milions de litres de llet a l'any o menys tenen unes des economies d'escala immenses. I el control de qualitat del producte final és més aleatori. A l'igual que a la resta d'Europa, l'oferta s'ha de concentrar sobre les 10, 15 o 25 centrals lleteres o grups lactis, però no més.

—*ATO, té a França un punt de recollida de llet, ¿a què és deguda aquesta estratègia?*

—Pretenem desplaçar els Pirineus al nord, i com més al nord ens desplaçem més costós li serà a un francès dur llet cap aquí.

—*Això els deu representar una forta competència per part dels francesos.*

—Sí, però tenint en compte els preus que estan pagant ells al camp, tenim encara molt de marge per a poder competir. Per part del govern francès hi ha molta protecció de la seva pròpia indústria làctia, amb unes limitacions legals que no permeten una expansió tal i com voldríem.

—*¿El sector lacti català què pot oferir a l'Europa del 92?*

—Al nord dels Pirineus hi ha la zona productora de llet més important d'Europa i l'oferta del nostre producte en aquesta zona no és important. Per tant, es va cap a altres tipus de productes derivats.

—*¿Quina repercussió tenen els excedents europeus?*

—És un problema perquè contínuament estan canviant les directrius, les intencions de constrenyiment o expansió dels productes. En aquests moments, els estocs de productes intervinguts per la Comunitat són relativament baixos.

Sílvia Monfort

Diversificar-se per a competir

El 1990 representarà per al grup lacti CELBASA-ATO la integració de Lagisa (Gijón), Lacto Norte (Santander) i Queserías de Lesla (León). Aquesta concentració de forces possibilitarà que la societat assoleisca un volum de 300 milions de litres de llet, xifra que la situarà entre el segon i el tercer lloc respecte de l'estat, a un 75% de la mitjana europea.

Segons Regot, «aquesta estratègia respon a un desig d'estar el més a prop possible dels centres d'acollida importants de llet i d'aproximar-se als consumidors».

ATO, però, queda des-

penjat del centre de l'estat, a causa que els preus de compra de llet als ramaders són més alts a Catalunya. Respecte a Europa, ATO s'aparta de l'oferta dels mercats de llet líquida, saturats actualment, i es concentra en els suc de fruita, formatge fresc i altres derivats, bàsicament destinats a França i Itàlia.

De cara al futur l'empresa pensa continuar en la comercialització de llet en pols i ampliar la gamma de postres de llarga vida, llets especials per al consum de tercera edat i productes de base làctia, com cremes, sopes o salses.