

Les empreses que naden en l'abundància de l'aigua envasada

## Negocis clars com l'aigua

Els francesos, primers exportadors d'aigua envasada del món, amb la petita i panxuda Perrier, afirmen que "avec l'eau on gagne plus d'argent qu'avec le vin". A Catalunya i al País Valencià, poques, però potents empreses, han seguit el consell dels veïns.

**F**ins ara, els països que més consumeixen aigua mineral són aquells que més els agrada beure aigua de l'aixeta. Els britànics beuen més aviat tè o cafè. No tenen una, diguem-ne, "cultura de l'aigua", el mateix que els nòrdics, dedicats cap al consum de la cervesa principalment. Els vertaders consumidors d'aigua en ampelles són els països de cultura llatina, França, Itàlia, Espanya, entre els primers. Els entesos en la matèria diuen que "a pesar de tot, algun dia tothom cercarà l'aigua embotellada per calmar la set".

Siga com siga, hi ha un important consum d'aigua envasada als països desenvolupats europeus que ha fet pujar la demanda d'aquest líquid fins a nivells insospitats. El creixement mitjà de consum dels europeus s'ha situat els últims anys al voltant del 15% anual. Un estudi europeu realitzat per l'Associació de Productors d'Aigües Minerals (vegeu-ne requadre), ha constatat que durant el quinquenni 1985-1990, les vendes d'aquest producte s'han disparat a Itàlia (87%), a l'estat espanyol (85%), a Bèlgica (53%) i als Països Baixos (64%).

Encara que l'aigua envasada siga molt més cara que la de l'aixeta, les xifres de venda estan experimentant un augment notable per tot arreu. Fa tan sols sis anys, la producció espanyola n'era de 1.128,7 milions de litres (concretament, el 79,75% sense gas i el 20,25% amb gas) i el seu consum es va disparar fins als 29,7 litres per persona i any. Avui aquestes xifres arriben als 40 litres per habitant i any.

El pastís econòmic que representa la comercialització de l'aigua, tal i com estan les coses, és lògic que haja interessat els principals grups econòmics dels països desenvolupats europeus. Dins de les nostres fronteres són pocs els que controlen el sector. Des de

Barcelona, es compten amb les dits d'una mà les societats que fan i desfan el que volen en aquest mercat. Aplicaciones del Agua, SA, filial del gegant Aguas de Barcelona, va acabar l'exercici 1990 amb uns ingressos de 5.549 milions de pessetes. Darrere d'aquest nom s'amaga un bon nombre d'etiquetes: Aguas de Lanjarón, Fontdalt i Aguamur. A més, hi ha dins del mateix grup les societats Depósitos y Servicios i Adasa Sistemas (enginyeria de l'aigua). Pel que fa únicament a Aguas de Lanjarón, durant l'any 1991 va envasar un total de 87,5 milions de litres. No fa més d'un any ha posat en marxa una nova planta d'envasat en el mateix terme municipal de Lanjarón amb una inversió propera als 2.000 milions de pessetes.

Vichy Catalán, amb el negoci també centralitzat a Barcelona, controla les marques Vichy Catalán, Fontdor, Malavella i Font-Vella, com també Las Creus i Font del Regàs. La mateixa societat s'ocupa de la importació dels sucres italians Granini i li sobra temps per a l'explotació del balneari d'aigües termals de Caldes de Malavella (la Selva).

Però el negoci més important en el sector d'aigua envasada a l'estat espanyol el regenta la societat Font-Vella, casualment ubicada també a la capital del principat. La societat té una quota de mercat espanyol del 25%. Una de cada quatre ampelles venudes duu qualsevol de les seues nombroses marques. Amb participació de capital francès, concretament del gegant europeu del sector de l'alimentació, BSN, l'empresa catalana té instal·lacions per omplir ampelles a Sant Hilari de Sacalm, Amer (Girona), i en la població valenciana de Manuel (la Ribera Alta). L'any 1990, en ple procés expansiu va comprar la firma Font de Pic que controla bona part del con-

sum català d'aigües minerals. Els ingressos de Font-Vella l'any 1990 van ser de 8.400 milions de pessetes (370 empleats en nòmina) que representa un 22,4% més que l'exercici anterior. Cal no oblidar en aquesta nòmina la marca Pryca, fins fa poc sota el control de la família March, que comercialitza ampelles amb etiqueta homònima des de la seua seua central al polígon de las Mercedes, a Madrid. L'hipermercat, Continente, amb capital francès, no ha deixat perdre l'oportunitat de traure beneficis de la venda d'aigua i també gestiona el circuit comercial d'ampelles envasades mitjançant la societat intermediària Alybe, SA, que té dos seus estratègicament ubicades, una a Madrid i l'altra a Saragossa, dos centres de distribució que li donen la possibilitat de fer arribar el seu negoci a gairebé un quart del territori de l'estat espanyol.

Els francesos, primers exportadors d'aigua envasada, amb la seua *vedette* Perrier s'ha anticipat ja als esdeveniments futurs d'aquest mercat, i han declarat una verdadera guerra per controlar el pròsper negoci. L'any passat els americans van comprar l'apetitosa xifra de 150 milions de dòlars en aigua *made in france* amb etiqueta Perrier.

La petita ampolla verda i panxuda, no obstant, no representa més enllà del 16% del total de la xifra de negoci de l'empresa gal·la en territori nord-americà.

Els empresaris francesos semblen en aquesta "guerra comercial de l'aigua" als emirs àrabs en lluita per controlar els pous de l'or negre, però al contrari de les batalles dels productors petrolers, en el sector de l'aigua els brolladors no estan en perill d'esgotar-se, sinó tot el contrari.

I. Pellicer



### CONSUM D'AIGUES MINERALS



(Litres per habitant l'any 1990)

ITALIA BÈLGICA ALEMANYA FRANÇA ESPANYA PORTUGAL PAÏSOS BAIXOS GRAN BRETANYA

#### CREIXEMENT DEL CONSUM DURANT CINCS ANYS 1985-1990

+87% +53% +46% +33% +85% +35% +64% +150%

ESTRENA: 1 D'ABRIL

# DES DE FA 30 ANYS NO SE'N PERD NI UN.



Segurament és una de les poques obligacions que ha triat ella mateixa. Ella, i vint milions d'espectadors més.

"El meu carrer" està des de fa trenta anys en antena, dia a dia, episodi a episodi, emoció a emoció.

Ara arriba a TV3. Faci-hi un tomb i veurà com hi torna. Ben aviat no en podrà prescindir.

## EL MEU CARRER

UN TROS DE VIDA



ESTRENEM LA PRIMAVERA

## Més llum

Del 3 al 8 d'abril se celebrarà, a la Fira Mostrari de València, la XVIII edició de la FIAM, Fira Internacional de la Il.luminació. 10.000 metres quadrats i uns 200 compradors posen de relleu la importància del certamen.

**E**ncara que no hi ha dades sobre la indústria de la il.luminació durant 1991, sí que es pot avançar que, segons les previsions del sector, la campanya no ha estat tan bona com la del 1989, fins i tot si comptem el sensible augment de les exportacions (20,8%).

Quant a les importacions, l'augment, en 1990, d'un 38,7% fa preveure unes dades globals més aviat negatives.

### VALORACIÓ POSITIVA

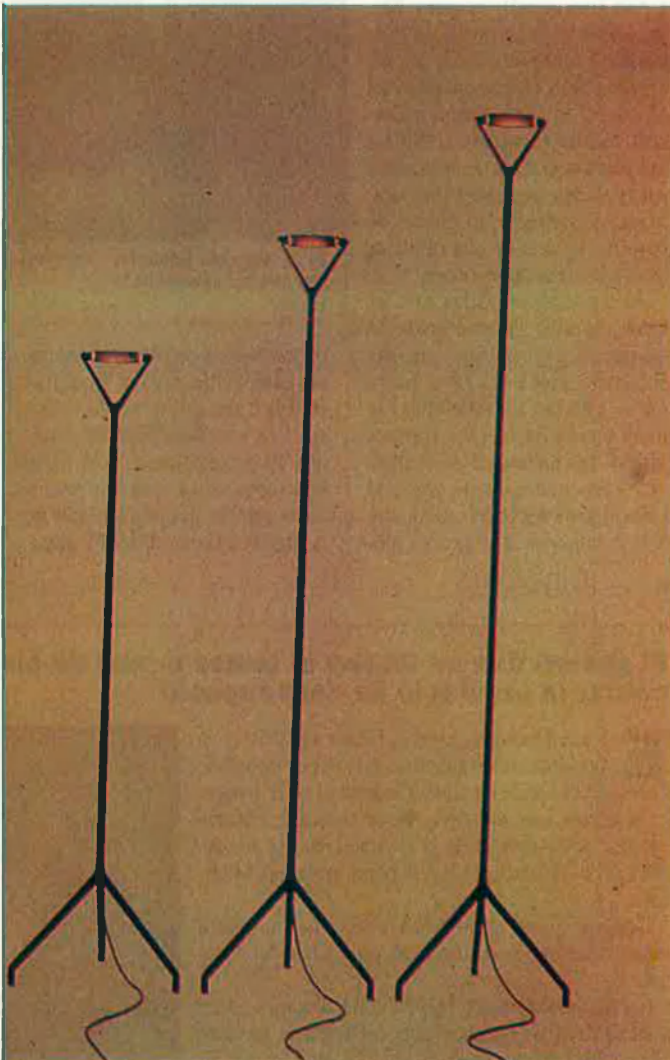
Tot i que les dades globals no es poden considerar les més desitjables, sí que es pot dir que la balança comercial de llums, accessoris i aparells d'il.luminació ha estat favorable.

A pesar d'aquesta primera consideració positiva, cal assenyalar que les importacions en aquest sector l'any 1990 ja van representar un 15,1% més que el 1989.

D'altra banda, les exportacions van augmentar fins a un 7,6% respecte a l'any 1989, el que representa una reducció, no obstant, del superàvit comercial espanyol d'aquest sector en quasi un 7%. És a dir, dels 6.304 milions de pessetes de superàvit en la balança comercial del 1989 s'ha passat fins als 5.856 milions que es van aconseguir el 1990.

### ITÀLIA, PRINCIPAL IMPORTADOR

Itàlia és el principal importador d'accessoris d'il.luminació i llums amb què compta aquest sector a l'estat es-



Els models d'oficina i els llums de peu han significat 1.900 milions de pessetes d'exportacions. ARXIU

panyol. La suma total de les importacions destinades a aquest país supera els 3.800 milions de pessetes. Aquest comerç ha experimentat un creixement continuat durant els últims anys.

Alemanya és un altre país que també ha introduït una quantitat important dels seus productes d'il.luminació a l'estat espanyol, fins el punt que per primera vegada ha

superat la xifra dels 3.000 milions de pessetes.

Pel que fa a les importacions procedents de l'Extrem Orient, aquestes s'han reduït en quasi un 9%.

### LA CE, PRINCIPAL CONSUMIDOR

Quasi 12.000 milions de pessetes sumen les vendes d'aparells d'il.luminació dels

empresaris espanyols als països de la Comunitat Europea. Aquestes vendes representen un 60% del total de vendes a l'exterior.

Dins de la CE és Gran Bretanya el principal país comprador de llums, de materials i complements d'il.luminació, amb un total de 3.076 milions de pessetes, quasi un 30% del total de les exportacions que els fabricants espanyols exporten a la CE. Tot i ser la destinació de gran part de les exportacions de l'estat espanyol a la Comunitat Europea, Gran Bretanya, en les últimes campanyes, ha reduït les seues compres en un 10%.

Dins de la variada gamma de productes del sector, els llums i els focus i plafons per a penjar i fixar al sostre o a la paret són els què han tingut més acceptació entre els compradors estrangers. En total, aquesta mena d'articles ha generat unes vendes superiors als 11.000 milions de pessetes.

També han tingut gran importància els models d'oficina i els llums de peu, que han significat quasi 1.900 milions de pessetes, enfront dels 1.336 milions que han comportat les importacions.

Més de 450 empreses, segons de la Fira Mostrari de València, conformen aquest sector.

Entre el 3 i el 8 d'abril tindrà lloc al recinte de fires de València el certamen internacional de la il.luminació, molt important per a agilitar l'activitat exportadora del sector.

**Daniel Hermosilla**