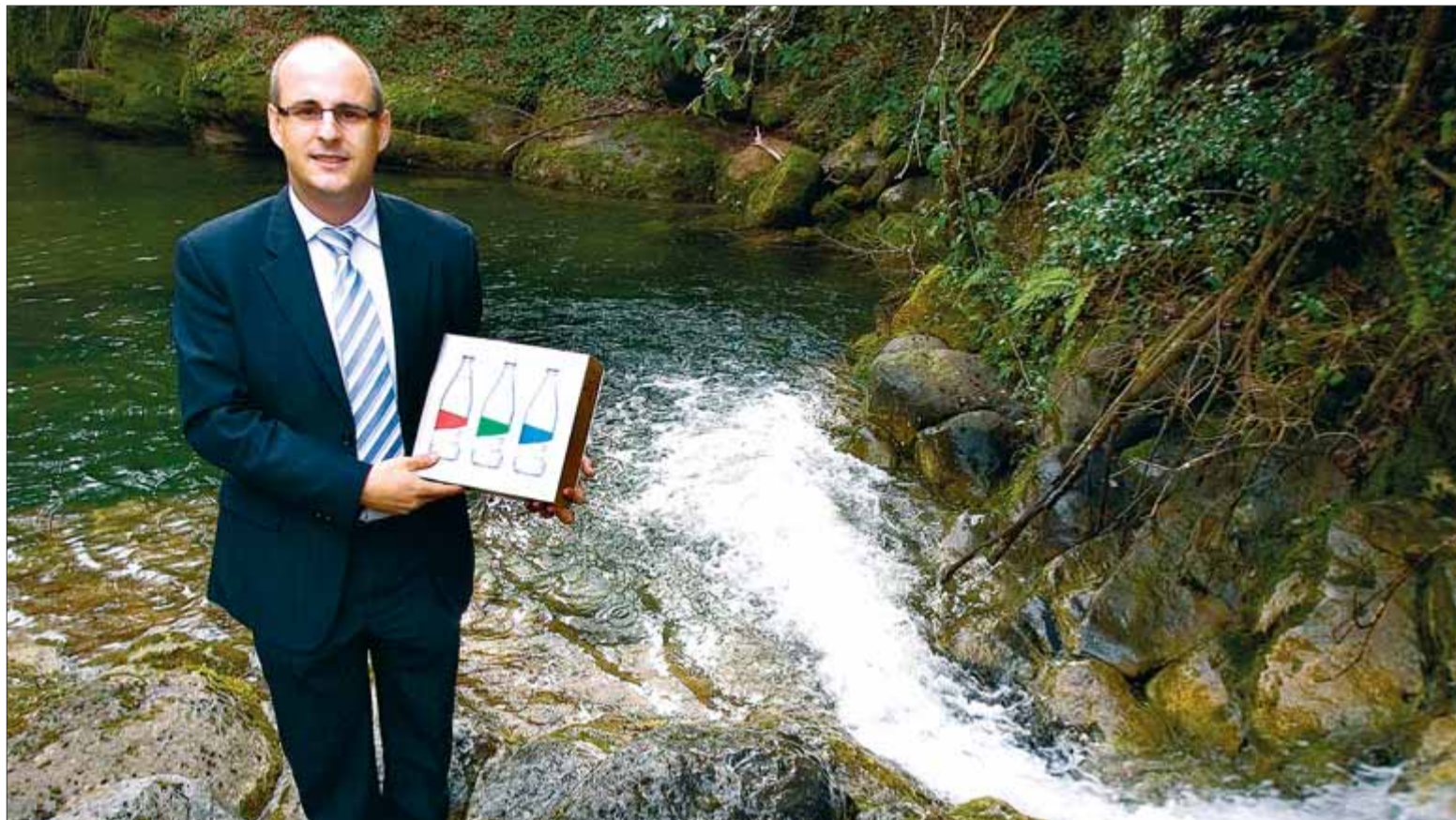


Internacionalització Associar la marca a la qualitat

Reportatge



Carles Mestre, director de la companyia Aigua de Sant Aniol, al costat d'un dels brolladors de Finestres ■ ALBERT LABERT/CLICK ART FOTO

L'aigua de Sant Aniol creix als mercats exteriors

INTERNACIONAL • Aquest producte de Sant Aniol de Finestres ja distribueix el 20% de les ampolles arreu del món **SINGULAR** • Té com a reclam de mercat el tret característic de ser l'única aigua d'origen volcànic **FONT** • Prové de la vall de Llémna

Jordi Garriga
SANT ANIOL DE FINESTRES

El mercat de l'aigua mineral és dels més competitius dins de l'univers de les begudes, en bona part a causa de les exigències del consumidor, ara bon coneixedor de les propietats i diferències que ofereixen els diferents productes. Aigua de Sant Aniol, radicada a La Garrotxa, és un bon exemple d'empresa que ha sabut dotar d'identitat la marca i donar-li sortida als mercats internacionals.

El director de l'empresa, Carles Mestre, no dubta a afirmar que "Aigua de Sant Aniol està considerada entre les millors del món, i hi ha països, com el Japó, on als millors restaurants es fa servir la nostra aigua per cuinar". L'entrada al Japó, un mercat sempre impermeable als productes occidentals, reflecteix la bona consideració que té aquesta aigua de natura volcànica allà on, com al Japó, el consumidor compara la composició i l'origen de les diferents aigües que troba al mercat. Aigua de Sant Aniol, que l'any 2008 va veure créixer les vendes un 15%, fins a 3,6 milions d'euros (9.962.629 unitats), ja fa un 20% del negoci fora del mercat domèstic, en mercats com, a banda del

Japó, Taiwan, els Estats Units, Alemanya, Àustria, França, Holanda, Andorra i, darrerament, Corea i Dinamarca. Amb la certesa que la marca s'identifica amb la qualitat, Aigua de Sant Aniol prioritza les inversions "en el consumidor, per tal de formar-lo perquè esculli l'aigua que més li convé per a la seva salut i la seva dieta", explica Mestre. Considera que, en un moment en què "el mercat és més sensible a tots els productes que aporten un benefici directe per a la salut", aquest és el camí correcte.

Reconeixements internacionals

La companyia fa valer, quan recorre el mercat, els reconeixements internacionals obtinguts, com el de l'Interior Taste & Quality Institute, institució que jutja la categoria d'aliments i begudes, que ha premiat tant l'aigua mineral natural (2006) com l'aigua mineral amb gas suau (2007) i l'aigua mineral amb gas fort (2008). Òbviament, la marca també ha reeixit perquè és l'única aigua mineral amb base volcànica.

L'aigua d'aquest brollador format fa 40.000 anys a la Vall de Llémna, dins el Parc Natural de la zona volcànica de la Garrotxa, té com a virtuts l'alt contingut en bicarbonat (360 mg/l), cosa que afavoreix la digestió gàstrica i la

diuresi, i evita la formació de càlculs a les vies urinàries. El baix contingut en sodi la fa recomanable per a dietes pobres en sodi i tractaments per controlar la hipertensió.

Amb un creixement del 15%, l'any 2008 la companyia va facturar 3,6 milions d'euros

Aigua de Sant Aniol és present en tots els canals de distribució, especialment en l'hostaleria, però també es pot trobar en superfícies d'alimentació, a Catalunya; com a aigua de gran format (18,9 litres) per a oficines i empreses, i en el *vending*.

Un dels trets característics de la marca és la seva cura per fer de l'envàs un element d'atracció. Com diu Mestre, "a través de l'envàs volem transmetre els valors que hi ha al darrere del nostre projecte, i per això hem desenvolupat un ampli ventall de productes adaptats a diferents moments i situacions, tant en plàstic com en vidre". Un d'aquests valors és l'ambiental, per això fa poc l'empresa ha invertit 500.000 euros en nova maquinària per fabricar els envasos PET de 5 litres, amb l'objectiu de reduir-ne el pes i fa-

cilitar-ne el reciclatge.

A banda del recorregut per diferents mercats internacionals, Aigua de Sant Aniol ha sabut associar el seu nom al d'empreses i institucions de referència, i entre els seus clients hi ha General Electric, Bayer, Pfizer, Ono, Ernst&Young, Eismann, Alain Affelou, Iberdrola, Lacoste, Armand Basi, Toshiba o el Col·legi Oficial de Metges de Barcelona, amb qui porta a terme accions solidàries. L'empresa ha col·laborat amb ACCIÓ per formar part del clúster de productes Gourmet, que aplega diverses marques d'alimentació i begudes amb una proposta diferenciada per tal de fer estratègies conjuntes d'internacionalització. La participació en aquest projecte "permet que puguem ser optimistes de cara al futur", segons assenya la directora de l'empresa.

Trajectòria des del 92

Aigua de Sant Aniol va néixer el 1992 a partir de la iniciativa de Tomàs Feliu, que ha estat l'ànima del projecte. L'empresa té una plantilla de 35 treballadors, amb una planta embotelladora de 4.500 metres quadrats. Està controlada per la família Bassols, propietària d'un grup de distribució d'energia. ■

Cinc
cèntims

Tavex perd el 2008 27,2 milions d'euros i factura un 1% menys

El fabricant de tela texana Tavex va anunciar ahir que durant el 2008 va tenir unes pèrdues de 27,2 milions d'euros, mentre que en l'exercici anterior havia assolit un benefici de 821.000 euros. Aquestes dades negatives, segons va explicar l'empresa, es deuen a uns resultats molt negatius, a la reducció de les diferències positives de canvi i a les pèrdues comptables derivades de l'alienació de la planta d'Aracaju, al Brasil. L'empresa també va reduir un 1% la xifra de negoci.

Xarxa d'afectats per Lehman Brothers al centre de Madrid

Mig centenar d'afectats pels bons tòxics de Lehman Brothers es van manifestar ahir davant la seu del Banc d'Espanya per exigir la devolució dels seus diners i criticar la "inacció" dels òrgans reguladors com la mateixa institució bancària i la Comissió Nacional del Mercat de Valors. Els clients de les entitats implicades van invertir en bons de renda fixa amb la garantia del 100% del capital protegit, però els bancs no van especificar que es tractava de bons de Lehman Brothers.



Francisco Román, conseller delegat de Vodafone ■ C.C.

Vodafone canviarà les tarifes a partir del 14 d'abril

La multinacional telefònica Vodafone va anunciar ahir que modificarà les tarifes a partir del 14 d'abril. Els canvis preveuen la pujada del preu per minut a les tarifes Vitamina de 0,9 cèntims per als clients de contracte i de 3 cèntims pels clients de prepagament. Per compensar-ho, la companyia augmentarà un 33% el límit de minuts mensuals d'aquest programa, i reduirà el preu de les trucades a fixos i altres operadors dels plans tarda i matí.