

Les multinacionals de l'alimentació absorbeixen les més petites

Menjar sense atipar-se

El sector alimentari es mostra apetitós per a les empreses estrangeres. Algunes marques ja han passat a estar controlades per les multinacionals. Altres, tanmateix, a més d'aguantar l'empenta han sabut situar-se a l'altura europea.

Malgrat tenir-ho cada vegada més difícil per trobar empreses autòctones per comprar i diversificar així el negoci, les multinacionals de l'alimentació semblen no quedar mai tipes quan ja fa temps que es mengen el mercat als Països Catalans i a l'estat espanyol.

Parlar dels iogurts Chamburcy, dels gelats Camy, de les pastes Buitoni o del tomàquet Solís és parlar del primer grup alimentari de l'estat, és parlar de Nestlé. Menjar-se un gelat Frigo o un tar margarina Tulipán és fer-ho amb Unilever. Beure aigua Font Vella o menjar pastes La Família és confiar en els francesos del grup multinacional BSN, que també participa en la composició —diguem-no així— del iogurt Danone, la cervesa Mahou o els caldos Starlux.

Els grans grups estrangers embesteixen per guanyar nous mercats i diversificar el seu negoci comprant o participant en les companyies d'ací, mentre els pocs fabricants autòctons que resten fan el que poden per mantenir el tipus. ¿Quin és el pes ideal d'una companyia competitiva, però? Segons l'informe anual d'Alimarket corresponent al 1988, publicat fa unes setmanes, només les 50 primeres companyies del sector a l'estat han augmentat la seva quota de mercat, que ara representa el 37,7% respecte de l'any anterior. D'aquestes 50 hi ha 27 amb capital nacional que controlen el 17,1% de les vendes del sector, mentre que les 23 restants, amb majoria de capital estranger, absorbeixen una cinquena part de la xifra de negoci global.

El líder del sector alimentari és el grup Nestlé, que va aconseguir facturar 125.762 milions de pessetes el



1988, seguida per Coca-Cola Espanya amb 115.000 milions, i el grup anglo-holandès Unilever, amb 85.416 milions, encara que ací s'inclouen les seves activitats en el sector de productes cosmètics.

Nestlé, que al Principat fabrica productes derivats del cafè (Reus i Girona), refrigerats lactis (Sant Celoni), i gelats (Viladecans) ha apostat decididament per la diversificació del negoci, incloent-hi els esforços que ha fet el darrer any en què ha destinat el 73% dels 4.960 milions invertits en fàbri-

ques per a canviar-les de lloc o per a racionalitzar-ne la producció.

ESTRATÈGIES DIFERENTS PER UN MATEIX OBJECTIU

Per les empreses dels Països Catalans, com per les de la resta de l'estat, les perspectives de futur depenen en bona mesura de l'estratègia que vulguin dur a terme, ja sigui la de diversificar la producció, la de concentrar-se en un producte amb futur o la d'acceptar l'entrada de l'inevitable soci estranger.

El grup francès BSN va néixer el 1966 a Lió, després de la fusió de Verries Souchon Neuvesel, que fabricava ampolles i gerros de vidre, amb Glaces de Bossois. Després de diversos intents infructuosos per comprar altres empreses, BSN es va convertir el 1970 en la primera companyia francesa d'aigües minerals en controlar Evian, esdevenint també el primer productor de cervesa gràcies a la compra de l'alsaciana Kronenburg. Enguany, la multinacional francesa obtindrà una xifra de negoci de més d'un bilió de pessetes, cosa que la situa en tercer lloc.

La presència de BSN es va iniciar el 1972 amb l'entrada a Font Vella. El 1986, ja participava amb el 61,78% del capital. Una participació més que estratègica, si es té en compte que l'empresa catalana és líder del mercat d'aigua mineral, amb el 25% de les vendes.

BSN també es troba en el sector de fabricants de productes lactis. I és que el 1987, el grup francès Gervais Danone, que s'havia fusionat amb BSN el 1972, va augmentar fins el 20% la seva participació a la Danone catalana.

Mahou, General Biscuits Espanya, Giralt Laporta, La Família i Starlux són els tres trumfos que disposa BSN a l'estat. Té el 33,3% del capital de la cervesera, a través de Kronenburg; des del 1988 controla tot el capital de Giralt Laporta (envasats de vidre), podent-hi afegir la seva participació del 50% a Vidrieria Vilella; ocupa el segon lloc del mercat de pastes després de la compra d'Ardilla a la multinacional Nabisco Brands el 1987 i la recent absorció de La Família. Starlux, que pertany al 100% a Star-BSN té el control del 35% d'aquesta darrera, i tanca aquesta llarga llista de companyies participades. Per Antoine Riboud, president d'aquest gegant francès, només hi ha dues *raisons d'être*: «O ets el primer, o ets un sòlid segon».

ELS GELATS D'AVIDESA

Prop de 1.000 quilòmetres al sud de Lió, l'empresa valenciana Avidesà, controlada al 80% per la família Suñer, té previst invertir 5.000 milions de pessetes en un pla d'inversions destinat a diversificar la seua oferta de productes, traient protagonisme als



gelats, que actualment representen el 62% del total de vendes. Segons diverses fonts de l'empresa, es vol reduir aquesta xifra fins el 54%, potenciant, en canvi, les vendes de menjars precuinats. Enguany, l'empresa valenciana té previst facturar per 15.540 milions de pessetes, cosa que implica un augment del 26%.

D'altres companyies, com Freixenet en el sector de les begudes, Gallina Blanca o Borges, han adoptat una altra estratègia per continuar creixent. Així, l'empresa del cava ha ocupat el cinquè lloc en el rànquing, d'exportadors de l'estat el 1988, amb unes exportacions per de 5.858 milions de pessetes. El que és més significatiu, però, és que aquesta xifra ha significat un creixement del 20,2% respecte del 1987.

El grup reusenc Borges constitueix tot un altre exemple de com es pot sobreviure sense haver-se de vendre a d'altres, almenys de moment. Malgrat la caiguda del preu de la fruita seca, estimada en un 30% des de 1986, el grup català ha sabut mantenir la seva xifra de negoci aconseguint vendre més. S'ha permès l'aparent gosadia de muntar una filial a Califòrnia, Borges of California, a través de la qual exporta de l'ordre de 20 milions de quilos anuals de fruita seca, entre anous i ametlles. Enguany, té previst obtenir una xifra de negoci de 23.000 milions de pessetes, el que presenta un augment del 15% respecte de la xifra anterior. El 40% de les vendes s'hauran fet a l'estranger.

Gallina Blanca és també una de les empreses catalanes interessades a augmentar la seva presència en els mer-

cats exteriors. En aquest sentit, l'empresa d'aliments preparats ha aprofitat una recent missió comercial a la URSS, organitzada per la Federació d'Importadors i Exportadors (FIE) i el COPCA de la Generalitat, per firmar un protocol de col·laboració amb vistes a un possible acord de *joint-venture* amb una empresa d'allí. A la missió també hi col·laborava Iberurs, l'associació catalana per al foment del comerç hispano-soviètic.

Els ciutadans fumen cada cop menys o almenys així ho faran. És així com s'ha d'entendre la compra del 50,5% del capital de Nabisco Brands Espanya per part de Tabacalera. Aquesta assoleix així una diversificació ràpida del seu negoci, fins ara fortament depenent de les vendes de tabac, per convertir-se en el líder del mercat espanyol de galetes, amb les marques Artiach, Chiquilín, Lose i Marbú. El cost global de l'operació ha estat de 6.500 milions de pessetes.

En el sector de les begudes, cal destacar la compra de Tri-Naranjus per part de la Cadbury Schweppes, el proppassat mes d'octubre. El segon imperi europeu del refresc, després de la Coca-Cola, ha pagat 3.800 milions de pessetes per Citresa, l'empresa que inclou Tri-Naranjus Espanya i suc Vidá i que és filial de grup Agrolimen. El descobriment de Tri-Naranjus va ser obra del valencià Augustí Trigo, que el 1933 es va llançar a comercialitzar suc de taronja. El 1988, Citresa va facturar per 5.700 milions de pessetes, obtenint 250 milions de beneficis.

Frederic Rovira

Les xifres d'un sector domèstic

Les empreses de capital estranger arribaran a controlar la meitat de la distribució alimentària del mercat estatal, front al 30% actual, segons un informe sectorial del butlletí *Informació Comercial Espanyola*, del Ministeri d'Economia i Hisenda.

El sector ha vist com enguany tan sols les 50 primeres empreses han augmentat la seua quota de mercat amb unes vendes que han ascendit als 4,7 bi-

lions de pessetes, i una ocupació respecte del sector que representa un 36% del total.

Pel que fa a les inversions, aquestes han experimentat un creixement del 40% i han assolit una xifra pròxima als 300.000 milions de pessetes, duplicant així la xifra dels dos exercicis anteriors. Aquest esforç invensor s'ha concentrat principalment als subsectors cerveser, càrnic i lacti.



Lluís Suner (Avides) i Lluís Carulla (Gallina Blanca). Dos exemples de resistència a l'entrada de capital estranger.