

Traure suc al suc

Des de fa uns tres anys, el sector del suc de fruita viu un *boom* espectacular que ha fet créixer com bolets el nombre d'empreses que s'hi dediquen.

El grup Vichy Català invertirà enguany 1.000 milions de pessetes en la construcció d'una nova fàbrica a Catalunya on produirà i envasarà els sucus de la marca Granini que ara només distribueix. Palau de Plegamans sona com l'emplaçament amb més possibilitats, entre les diverses localitats que s'estudien.

L'acord signat amb Granini Deutsche significarà que l'empresa catalana disposi de la fórmula de fabricació dels sucus, a més de comptar amb assessorament sobre el mercat mundial de fruita, i el subministrament de maquinària per a la nova fàbrica. Granini Espanya ha acordat amb l'empresa mare d'exportar a França els sucus i els nèctars que produeixi, quan s'hagi posat en marxa la fàbrica de Catalunya.

El cas de Granini es pot considerar representatiu dins el sector, tot i tractar-se

d'una empresa que el 1989 va tenir l'ú per cent del mercat, amb unes vendes de 580 milions de pessetes.

Durant els darrers tres anys els fabricants han proliferat com bolets per repartir-se unes vendes que han anat creixent any rere any fins al 40 per cent. El mercat, controlat fins fa ben poc per dues o tres marques, presenta ara una oferta molt disgregada i atomitzada, fins al punt d'haver-se convertit en un element clau dins el procés d'expansió i de diversificació de molts fabricants, com és el cas de la majoria d'indústries lleteres del país.

14 LITRES A EUROPA

Algunes fonts del sector associen el descobriment del negoci a la febre pels productes naturals que s'està vivint arreu, si bé els estudis sobre el repartiment del consum durant l'any assenyalen cla-

rament que es continuen bevint bastants més sucus de fruita durant l'estiu.

Aquesta xifra correspon al consum global mitjà per habitant i any a Europa. La República Federal d'Alemanya és el país que encapçala el rànquing, amb una mitjana de 34 litres per habitant. La reunificació pot fer que el nou país faci estralls en les comparacions de consum dels pròxims anys. A l'estat espanyol, el consum el 1989 va ser de 7,5 litres per habitant, enfront dels 3,5 litres que trobàvem el 1986. En total, a Europa, es van consumir l'any passat 4.900 milions de litres de suc de fruita.

Segons l'estudi *Anuari del Consum Alimentari* el 30,34 per cent de les llars del País Valencià consumeix sucus habitualment, una xifra similar a la qual correspon a les Illes Balears —el 30,15 per cent— i lleugerament supe-

rior al 29,78 per cent de Catalunya.

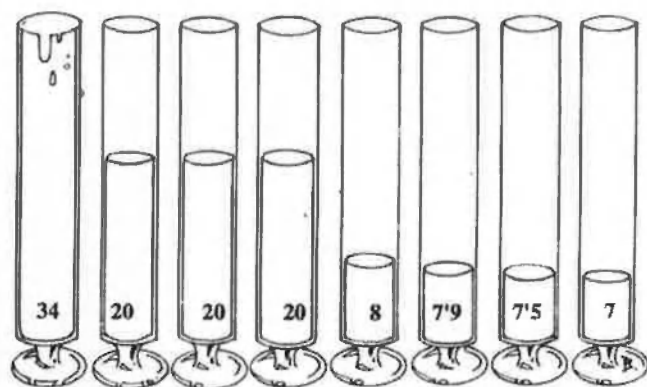
A l'estat espanyol hi ha registrades més de 400 marques diferents de sucus de fruita, encara que el nombre de les que tenen una projecció real de mercat es redueix a unes 30.

POSSIBILITATS DE FUTUR

Les possibilitats de futur del sector continuen sent immenses aquí, si tenim en compte que encara som lluny dels paràmetres de la resta d'Europa.

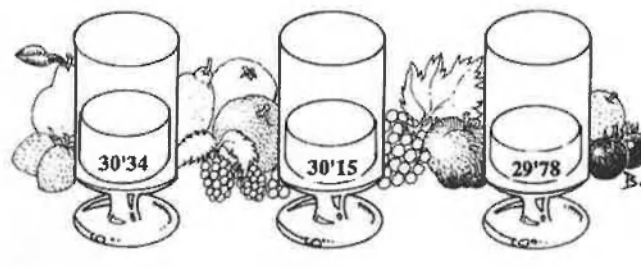
L'aparició de l'envàs de cartó, fonamentament el Tetra Brik, ha llançat els sucus a la fama, en permetre amagar el suc i per tant les vitamines dels efectes nocius de la llum. La millor conservació, la comoditat de tractament, transport i conservació, i les reduccions de preus han servit per incrementar a poc a

CONSUM LITRES/HABITANT A LA C.E.E.



RFA Suècia Dinamarca Noruega Itàlia PP.CC. Espanya Grècia

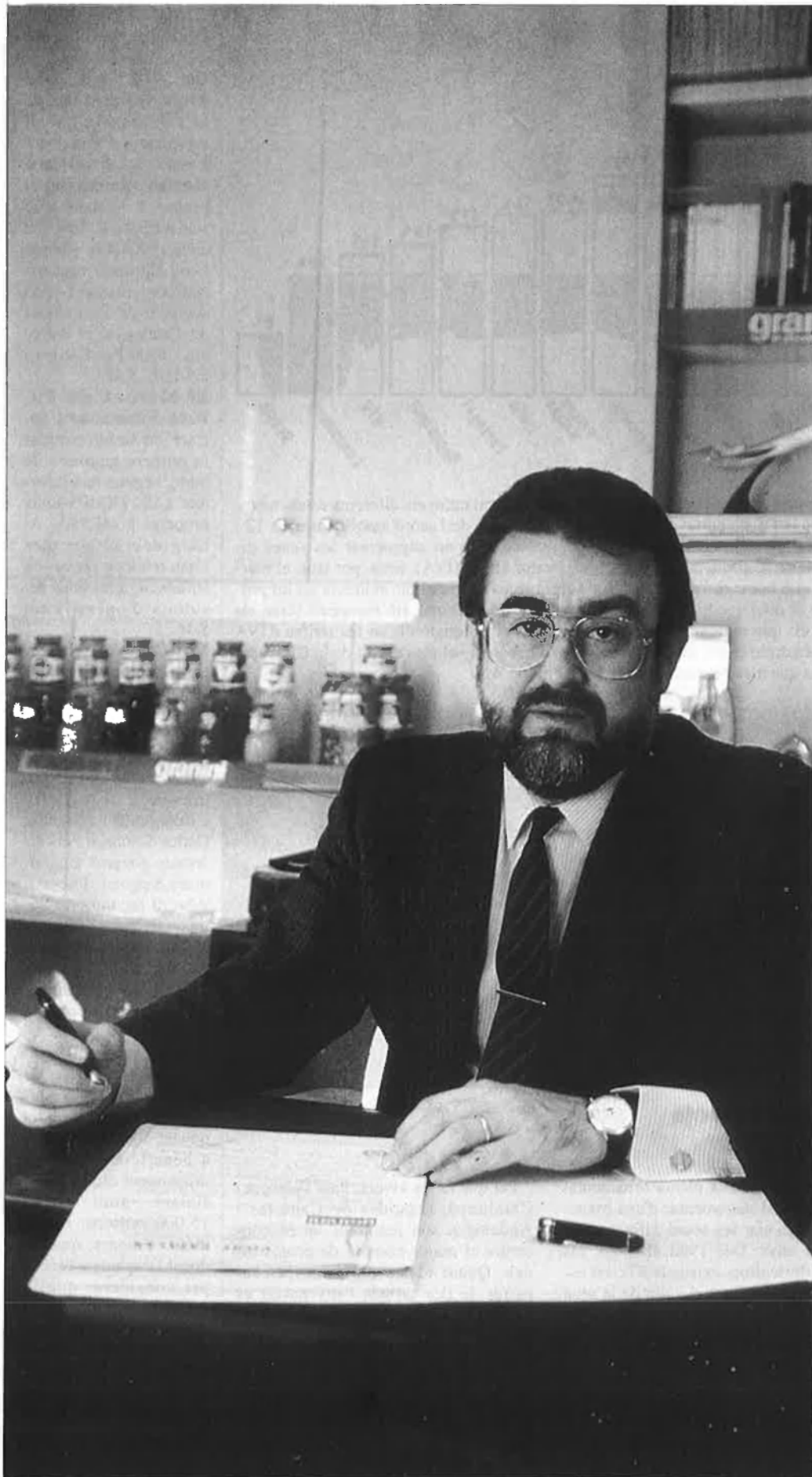
PERCENTATGE DE CASES AMB CONSUM HABITUAL DE SUCS



P. Valencià

Les Illes

Catalunya



poc la demanda d'aquest producte. Kas Fruit, Zumisol, Juver, Vida o Frutti són alguns bons exemples de com fer triomfar un producte que té com a millor reclam el seu envàs. A l'altra banda de la taula, trobem els que prefeixen mostrar el que venen, com l'esmentada Granini o les més tradicionals Fruco o La Verja. Es tracta llavors d'incorporar una bona dosi d'àcid ascòrbic (vitamina C) en el moment de l'envasat per compensar els efectes nocius de la llum. Entre els avantatges de l'envàs de vidre hi ha l'atractiva possibilitat de sacsejar-lo per barrejar bé els diversos elements que componen el suc.

Els beneficis d'explotació que deixa aquest producte són importants i permeten destinar importants quantitats de diners a la investigació de noves fórmules, com ara nous sabors, nous dissenys, noves presentacions d'envàs, etcètera. La fidelitat del consumidor habitual al suc de taronja i en ampolla de litre s'ha començat a perdre davant dels nous gustos i presentacions de format que els fabricants han anat introduint a poc a poc.

2.000 MILIONS EN PUBLICITAT

A l'estat espanyol els diversos fabricants del sector es van gastar prop de 2.000 milions de pessetes en publicitat el 1989. Dos anys abans, la xifra d'inversions havia estat de 1.380 milions de pessetes. Els casos de creixement més espectaculars són els de Zumisol, del Grup Pasqual, que va aparèixer el 1987 i ha aconseguit situar-se com a líder en vendes a través del canal d'alimentació. Frutti, de Celbasa-Ato és també un bon exemple dins el mercat català, que va aconseguir vendre tres milions de litres tan prompte com va arribar al mercat. *Frederic Rovira*