

L'aigua pot ser una riquesa per Andorra?

Antoni Ubach i Mortès



Vull parlar, no de l'aigua en general, sinó de l'aigua embotellada o de la utilització de l'aigua per fabricar begudes que necessiten com a base essencial l'aigua. Per intentar de contestar aquesta pregunta presentarem un model d'empresa d'aigua embotellada que vàrem iniciar l'any 1972 i que vàrem gestionar fins l'any 1990, i a partir d'aquesta experiència intentarem analitzar si un projecte empresarial d'aquesta índole es pot desenvolupar a Andorra quaranta anys després de la nostra experiència tenint en compte el final desastrós del nostre projecte. Sadamsa (Societat Andorrana d'Aigües Minerals SA) va ser creada l'any 1972 per Josep Torralldona, Antoni Oliva i Robert Font; Antoni Ubach i la Causa Pia es van sumar als tres fundadors tres mesos després de la seva autorització.

Sadamsa va néixer per explotar la font d'Arinsal i va necessitar un acord amb la Causa Pia Jaume Giberga (Església, comú de la Massana i Casa Giraut d'Escàs) per poder construir la planta embotelladora en el terreny veí de la font (Prat de la Font) i amb el quart d'Arinsal per a l'aprofitament de l'aigua de la font.

Per poder envasar aigua i poder-la distribuir és necessari tenir les autoritzacions administratives pertinents. En aquell moment no existia cap legislació a Andorra, i a Espanya la distribució de l'aigua embotellada estava a les beceroles. També ens vàrem sotmetre a la legislació francesa. Totes les autoritzacions per poder embotellar aigua eren competència d'un sol organisme, el Laboratoire National des Eaux Minérales, situat a París i dirigit per un personatge, el Professeur Ninard (Compagnon de la Libération), guru de l'aigua embotellada a França.

El dossier necessari per obtenir l'autorització d'embotellar l'aigua de la font d'Arinsal necessitava un estudi geològic i les anàlisis de l'aigua a la primavera i a la tardor, fetes pel Laboratoire National.

A l'inici de l'any 1973 vàrem tenir totes les autoritzacions necessàries per embotellar i distribuir aigua de la font d'Arinsal sota la denominació *eau de source*.

Aleshores vàrem percebre la qualitat de l'aigua de la font d'Arinsal. Aigua dura (poc mineralitzada) i amb temperatura de l'aigua (7° C) i la mineralització (calci, silici i anions sulfúrics) constant

tot l'any, cosa que permet definir que l'origen de l'aigua és llunyà (segurament Pic del Solà d'Erts i del Roc de la Cauba) i que l'aigua ha transcorregut lentament en el massís devonià.

Un cop les autoritzacions administratives obtingudes, durant el 1973 es va organitzar la fabricació de les botelles de plàstic i es va construir la planta de tractament i d'envasament de l'aigua. Aquest projecte industrial era inusual a Andorra (a l'excepció de les fàbriques de tabac) i vàrem haver d'inventar el concepte i formar el personal.

El líder europeu de les màquines d'extrusió (per fabricar les botelles de plàstic), que segons la legislació francesa s'havien d'ubicar a la mateixa planta d'envasament, era Sidel, però un antic directiu de Sidel havia creat a Lió un nou model de màquina d'extrusió (marca ADS-Di Sentembrini) d'un sol motlle, més simple i més rústica. Vàrem comprar quatre màquines ADS. Tot aquest cicle de definició de material es pot resumir així: una planta embotelladora d'aigua és una planta de fabricació de botelles de plàstic (PVC), que aquestes botelles han de contenir una aigua tractada físicament (filtres molt potents de la marca suïssa Kathadyn), que l'envasament s'ha de fer en les millors condicions d'higiene per evitar qualsevol contaminació i una vegada la botella tapada s'ha d'empaquetar en formats adequats al lloc de venda (farcells de plàstic de sis botelles o cartrons de dotze). L'aigua s'ha d'emmagatzemar abans de transportar-la al lloc de destinació.

Una vegada les botelles d'aigua són envasades i empaquetades s'han de vendre.

Antoni Oliva va tenir la missió d'organitzar el mercat espanyol a través de distribuïdors i els altres vàrem intentar d'organitzar el mercat francès. El mercat espanyol estava en aquell moment a les mans d'empreses de distribució de begudes i en el francès ja dominaven les xarxes de la gran distribució. El primer gran client francès que vàrem tenir va ser el Carrefour de Muret, gràcies a la mediació del senyor Jean-Louis Horbette, director de Sud Radio.

Antoni Oliva, en l'organització del mercat espanyol, va trobar, entre d'altres, dos distribuïdors, Antoni Pena a l'Hospitalet i Agustí Torelló a Pallejà, que van ser les dues persones que van permetre a Sadamsa ser durant més de deu anys un dels referents de l'aigua embotellada a Espanya. A la segona part dels anys seixanta, el Sr. Martín va inventar amb Font Vella la història de l'aigua embotellada amb botelles de plàstic a Espanya i per a aquest desenvolupament va tenir dos lloctinents, Jordi Deulofeu i Antoni Pena. Sadamsa va tenir la sort que Antoni Pena fos primer distribuïdor i després soci i que es fes responsable de la distribució a Espanya.

Seguint la seva batuta, l'aigua d'Andorra s'afirmà a Catalunya com la segona marca després de Font Vella.

Durant els anys 80, el soci fundador Antoni Oliva va deixar la societat i hi van entrar com a nous socis Antoni Pena i Agustí Torelló. Els fons propis de la societat van passar dels 9 milions de pessetes de l'inici a 900 milions de pessetes, i es va invertir la totalitat dels beneficis en l'eina de producció (mai cap dels socis no va cobrar dividendes). A partir del final dels anys 80 Josep Torallardona va vendre les seves accions i amb el nou accionista Sadamsa va perdre el seu encantament, en van sortir successivament els socis catalans Pena i Torelló, Robert Font, i Antoni Ubach es va quedar amb una participació residual després d'una maniobra inexplicable. Quedaven a l'inici dels anys noranta un sol soci i la Causa Pia. Al *Diari d'Andorra* de l'11 d'agost del 2011 teniu el relat del final de Sadamsa.

Es pot repetir el model de Sadamsa per explotar la font d'Arinsal en la situació actual?

Per poder respondre aquesta pregunta s'ha de tenir en compte:

Que el mercat de l'aigua embotellada és avui en dia, tant a França com a Espanya, un mercat totalment madur. Des del 2005 el consum d'aigua embotellada a França ha disminuït. A Espanya el mercat continua creixent poc a poc gràcies a l'esforç de les marques blanques.

Que la batalla dels preus no permet fer un transport superior a 200 o 250 km, és a dir que el mercat natural d'una planta embotelladora d'aigua no pot ser superior a l'àrea d'una circumferència d'un radi de 250 km. Tenim la sort que en aquesta àrea tenim Tolosa i Barcelona (amb el port).

Que el mercat de l'aigua està en mans dels grups de la gran distribució i de les grans marques (Danone, Nestlé, Damm...).

Tenint en compte aquestes consideracions prèvies, la meua resposta és que sí que es pot, amb tres condicions:

A) Trobar el bon pilot, és a dir un professional expert en una planta mitjana d'envasament d'aigua i bon coneixedor del mercat.

B) Tenir unes ambicions modestes: embotellar entre 20 i 50 milions de litres/any en un període de cinc anys.

C) Trobar en aquest període, que ha de permetre de tornar a introduir la marca Aigua d'Andorra Font d'Arinsal en l'àrea anteriorment descrita, un nou producte amb més valor afegit que estigui relacionat amb Andorra i/o el Pirineu mediterrani.

A final del mes de juliol del 2011 morí Peter Berg, que ha estat un dels mes grans visionaris del creixement sostenible, ecològic i cultural, i que va inventar conceptes tan importants com *bioregió* i *rehabilitació*. Andorra no pot viure aïllada i ha de fer part d'una àrea més important que el nostre propi territori; també proposo de definir una *bioregió*: el Pirineu mediterrani, que de Cotlliure al Pallars fomenti el creixement sostenible, ecològic i cultural. Prada i la seva universitat, amb el Canigó com a far, hauria de reclamar ser el cap i casal d'aquesta *bioregió*.

En aquest marc es podria definir el nou producte, que, utilitzant els sabors naturals d'Andorra i de la *bioregió* barrejats amb l'aigua de la font d'Arinsal, seria una mixtura de la Ricola suïssa, del Chartreuse, del Ricqlès i del Red Bull, que podria ser un vector de comunicació ideal per al Pirineu mediterrani.

Antoni Ubach i Mortés,
fundador i exsoci de Sadamsa