

COOPERATIVA D'ÈXIT

Molt més que arròs

Arrossaires del Delta de l'Ebre facturarà aquest any un 56% més a l'adquirir Nomen ≡ **La firma** exportarà a Qatar, Nigèria i Sud-àfrica i llançarà nous productes derivats d'aquest cereal

JOSEP M. BERENGUERAS
BARCELONA

Arrossaires del Delta de l'Ebre és una cooperativa presidida per Jordi Casanova de 3.000 socis, dels quals 1.200 són agricultors, que produeix 30 milions de quilos a l'any (encara que comercialitzen més de 50 milions cada any segons la collita). Fins ara ho feia sota les marques Bayo i Segadors del Delta, però sobretot gràcies a produir arròs per a la gran distribució (marca blanca). Des de fa dos anys, no obstant, ha fet un gir radical: R+D en nous productes, més exportació i, sobretot, l'adquisició d'una marca històrica, Nomen, amb la qual ha passat a liderar el mercat català.

«Ens faltava una marca reconeixible per al consumidor amb la qual poguéssim créixer», explica Adrià Curós, director comercial d'Arrossaires. Quan Ebro Foods es va veure obligada a desprendre's de Nomen per raons de competència, aquesta cooperativa no va dubtar i va apostar fort per tornar a Catalunya la marca: la va adquirir per 39 milions d'euros (que pagarà durant 14 anys), va traslladar tota la producció a la seva planta de Deltebre (la més gran del sector d'Espanya) i va apostar per rellotjar-la. «Ebro Fo-



►► Producte ► Casanova (esquerra) i Curós, a la fàbrica de Deltebre.

**La cooperativa
dóna el pas contrari
a altres firmes i està
deixant de produir
marca blanca**

ods l'havia anat abandonant a poc a poc, i perdia un 3% de vendes cada any. Des del setembre fins ara, hem aconseguit que les seves vendes augmentin un 5%», afirma Curós.

Arrossaires ha ampliat plantilla (de 75 a 95 persones), ha invertit en màrqueting (la xef Carme Ruscalleda és la imatge de la marca) i ha repositionat als supèr els seus productes. Nomen és líder a Catalunya

amb el 20% de quota, mentre que a Espanya és tercera després de SOS i La Fallera (totes dues d'Ebre). En el seu últim exercici fiscal (tancat l'agost del 2012) la cooperativa va facturar 28,9 milions, però per a aquest any arribarà a 45 milions (55,7% més).

Ha estat gràcies a Nomen, però també al creixement de les exportacions. «Tenir equilibri entre marca pròpia i exportació és clau perquè una empresa vagi bé», assenya-la Curós. El país europeu al qual més exporta és Romania (tot a granel), també ven als EUA i ha obert «o està a punt d'obrir» mercats com Oman, Iemen, Angola, Sud-àfrica i Nigèria. «A Qatar serà el primer país on llançarem la nostra marca Bayo», destaca Tot, en detriment de produir marca blanca: Arrossaires va arribar a vendre 19 milions de quilos a les firmes de súper, aquest any tancaran amb tres milions i la previsió per a l'any que ve és només un milió de quilos.

La cooperativa catalana també està impulsant la diversificació de productes, i la seva primera aposta va ser un licor d'arròs en aliança amb el grup Bardenet. «Llançarem dos productes més nous ben aviat», avança. ≡