

EMPRESSES Un 60% del seu volum de negoci és a causa dels mercats de l'exterior

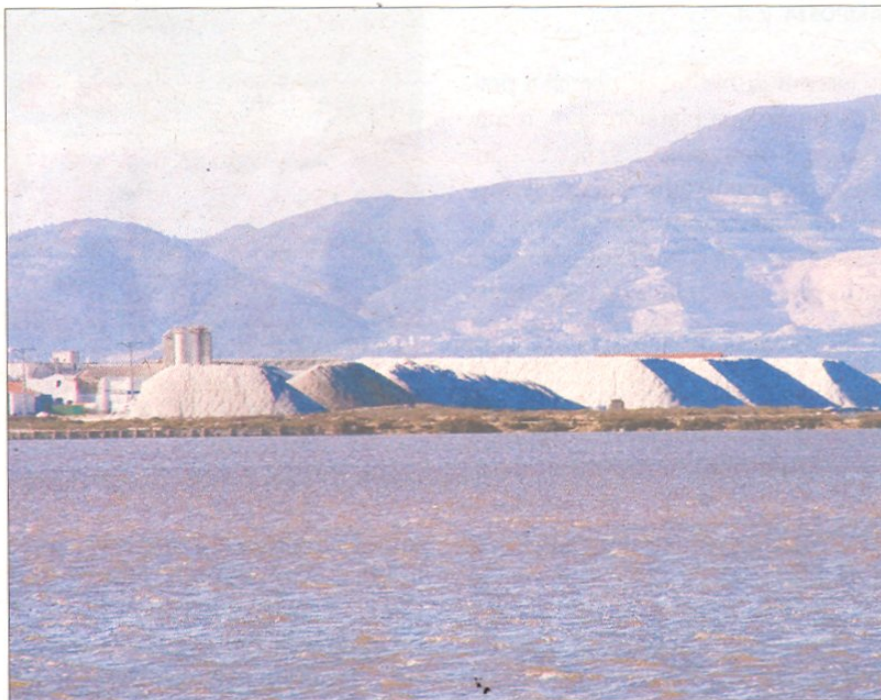
Infosa mira els mercats de l'Europa de l'est per ampliar el volum d'exportació

Els mercats de l'Europa de l'est són el nou objectiu de l'empresa Infosa, responsable de les salines de la Trinitat. Molt acostumada a exportar la seua producció –fins a un 60% del volum de negoci és a causa de la venda fora de les fronteres de l'Estat–, aquesta empresa busca ara nous mercats.

LA RÀPITA V. A.

Infosa, l'empresa que gestiona les salines de la Trinitat, deu el 60% de la seua xifra de negoci anual a les exportacions. França és el primer mercat receptor de la sal que es produeix en aquestes les salines, ubicades a la punta de la Banya. No és l'únic. Alemanya, els Estats Units, Anglaterra o el nord d'Àfrica també figuren entre el llistat de països que consumeixen la sal produïda al delta de l'Ebre. L'empresa, l'única de producció de sal marina de Catalunya i una de les set que hi ha a tot l'Estat, continua, però, buscant nous mercats. Ara, segons assegura el seu gerent, Joan Sucarrats, miren als països de l'est d'Europa per poder trobar nous clients. "Aquests països estan començant a tirar molt bé", assenyala "i podem tindre possibilitats d'exportar-hi els nostres productes".

Anualment, Infosa produeix entre 80.000 i 90.000 tones de sal. D'aquestes, un 80% es ven al mercat industrial, el principal consumidor de sal. "Es tracta de la sal per a carrete-



Infosa té un centenar de referències de diferents tipus de sal. / ARXIU

res, per a la conservació de peix o per al tractament d'aigües", detalla Sucarrats. La resta, un 20% de les tones, van a parar al mercat del consum.

L'APOSTA PER LA INNOVACIÓ Sucarrats reconeix que el mercat de la sal era, fa unes dècades, un mercat "amb una producció molt bàsica". Ara, però, les tendències del mercat i del consum han fet necessari apostar per la innovació, i això no és sempre fàcil. "Tenim més de 100 referències de diferents tipus de sal", diu, "però, amb un producte tan bàsic com la sal, innovar no és sempre una tasca senzilla". "El que fem és pensar el que el mercat ens pot dema-

nar, avançar-nos-hi i diferenciar-nos de la competència", afegeix. Uns d'aquests productes innovadors són els que destina al mercat gourmet: la flor de sal i l'escata de sal marina. "Són molt apreciats pel consumidor perquè aporten més magnesi i més potasi", diu.

L'ENTORN, UN VALOR AFEGIT Un altre dels trets diferencials d'Infosa és l'entorn on està ubicada, un entorn que permet diferenciar-se de la resta de productors. "Gràcies a l'entorn, el mercat ens veu com una sal natural, que sap conviure amb una reserva natural i que, gràcies a nosaltres, tot aquest entorn està més cuidat", clou Sucarrats. ■