

AGROALIMENTACIÓ El 2014, l'empresa va créixer en un 1,8% en volum de vendes a l'Estat espanyol en un context en què el consum d'arròs cau per sobre del 3%

Nomen incrementa el volum de vendes a l'Estat i assoleix la xifra de 15 M€ de facturació

➔ La marca Nomen augmenta la seua quota de mercat a l'Estat espanyol, que ja és del 6%

➔ Arrossaires va tancar la darrera campanya de comercialització de Nomen amb una facturació de 15 M€

DELTEBRE L.B.

La marca d'arròs Nomen, adquirida per Arrossaires del Delta de l'Ebre l'any 2012, ha tancat la darrera campanya de comercialització amb uns resultats més que bons. En un context en què el consum de l'arròs va caure a l'Estat espanyol al voltant d'un 3,50%, "Nomen continua creixent en volum de vendes", explica el director comercial d'Arrossaires, Adrià Curós. Així, Nomen ha incrementat en un 1,8% el seu volum de vendes a tot l'Estat, mentre que el consum de marques blanques ha caigut en un 5,2% i el seu principal competidor, Arròs SOS, ha caigut en un 4,8%.

Segons Curós, quan Arrossaires va adquirir Nomen, la marca estava perdent quota de mercat i en tres anys han capgirat aquesta situació, de manera que la marca va tancar la campanya 2013-2014 amb una facturació de 15.003.818,52 euros i la venda d'11.157.317 milions de quilos d'arròs, un increment del 7 per cent respecte a la campanya anterior. Curós creu que aquesta "línia ascendent" continuarà aquest 2015, ja que "en només quatre mesos portem un creixement del

LUNYA L'increment del volum de vendes de Nomen s'ha donat a tot l'Estat menys a Catalunya, on ha perdut un 1,4% de volum de venda. Segons Curós, aquesta situació s'ha donat a causa de la campanya que està duent a terme el grup Herba per recuperar la quota de mercat que va perdre a Catalunya en haver-se de despendre de Nomen. Cal tindre en compte que, a Catalunya, Nomen és líder en vendes, amb una quota de mercat del 12,8%, molt per sobre d'Arròs SOS (4,3%). Amb tot, aquests resultats no preocupen Curós, ja que la marca domina el mercat, "on és la marca d'arròs per excel·lència", amb presència a pràcticament el 100 per cent dels punts de distribució. A diferència de Catalunya, a la resta de mercats de l'Estat espanyol Nomen creix en volum de vendes, amb increments de fins al 20% a l'àrea nord (Cantàbria-Astúries-País Basc), d'un 17% a Castella-Lleó i Castella-La Manxa i d'un 6% a Andalusia.

BAYO TAMBÉ CREIX Els bons resultats de Nomen estan arrossegant també les altres marques d'Arrossaires, que també incrementen volum de vendes, ja que arriben a nous



Nomen obre el camí de la internacionalització al Perú

■ Aquest 2015, Nomen obrirà les portes de la internacionalització amb l'exportació al Perú. La cooperativa ha arribat a un acord comercial amb les dos principals cadenes de supermercats del país sudamericà: Cencosud i Supermercados Peruanos. Segons ha explicat el director comercial d'Arrossaires del Delta de l'Ebre, Adrià Curós, al Perú es consumeix, sobretot, arròs llarg i vaporitzat, i entraran al seu mercat amb la comercialització dels arrossos redons i bomba, a més a més d'altres referències com el basmati. La setmana vinent faran una acció de promoció amb sessions de cuina en directe per "ensenyar-los a cuinar aquests arrossos",

explica Curós, ja que estan "entusiasmats amb la idea de poder cuinar paelles". Segons Curós, Perú obre les portes de l'exportació, sobretot a Sudamèrica, on ja tenen acords avançats també per introduir l'arròs Nomen a Xile i també s'estan explorant altres mercats com Mèxic o Cuba. "L'objectiu és assolir una xifra d'exportació amb marca pròpia de dos milions de quilos d'arròs d'aquí a dos anys", ha explicat Curós. Actualment, Arrossaires destina una part de la producció (15 milions de quilos) a l'exportació a dojo; una xifra, però, que va a la baixa davant la davallada de preus del mercat internacional. ■

LA DADA

La campanya 2013-2014, Nomen va comercialitzar més d'11 milions de kg d'arròs

LA DADA

12,8%
és la quota de mercat de Nomen a Catalunya

6% respecte a la campanya anterior" i el passat mes de desembre Nomen va batre el rècord de facturació en un sol mes amb la xifra d'1.602.741 euros. A més a més, aquest 2015, la marca Nomen compleix 80 anys i Curós creu que serà un bon any per consolidar la marca dins l'estructura d'Arrossaires del Delta de l'Ebre. Actualment, la facturació de Nomen ja representa una tercera part del total de facturació de la cooperativa.

MINVEN LES VENDES A CATA-

lunya mercats de la mà de Nomen, segons explica Curós. En el cas de la tradicional marca Arròs Bayo, ha experimentat un creixement en vendes d'entre el 8% i el 9% el darrer any i s'han comercialitzat 2,9 milions de quilos sota aquesta marca. Un dels llocs on s'ha introduït amb més força és Andalusia, on Bayo ha tingut una molt bona acceptació com a marca de primer preu.

L'adquisició de Nomen ha comportat també per a Arrossaires una important reducció de la comercialització d'arròs en marca blanca. Així,

si, si, abans, "un 80% de l'arròs envasat que sortia de la planta d'Arrossaires era marca blanca, actualment aquesta xifra no arriba al 10%", segons el director comercial. Les xifres demostren que l'adquisició de Nomen va ser un "encert", i és que Curós recorda que el volum de vendes de les marques blanques està en retrocés a tot l'Estat.

TOTA LA PRODUCCIÓ, A DELTEBRE Des de finals del 2014, tota la producció de Nomen es fa ja a la planta d'Arrossaires, a Deltebre, després que s'haja traslladat ja tota la maquinària de producció de l'antiga fàbrica de Nomen a Tortosa. Actualment, la cooperativa té una setantena de treballadors i Curós ha destacat la transició que ha hagut de fer la cooperativa i els seus treballadors per assumir la gestió d'una marca lí-

Volum de vendes per àrees de comercialització		
	Sector	Nomen
Arròs	-3,50%	1,80%
CATALUNYA	-3,30%	-1,40%
València	-1,90%	17,50%
Andalusia	-4,60%	6,10%
Castella-Lleó i Castella-La Manxa	-2,00%	15,00%
Galícia-Astúries	-5,20%	9,60%
Cantàbria-País Basc	-1,80%	20,30%
Madrid	-5,30%	14,80%

der en el sector de l'arròs. "Era tot un repte i s'ha fet d'una manera professional i molt àgil", ha assegurat Curós, que ha posat com a

exemple que tot el procés de trasllat de la maquinària des de Tortosa fins a Deltebre "s'ha fet sense cap interrupció al mercat". ■