

Aigua del Montseny-Guillerries per a tothom?

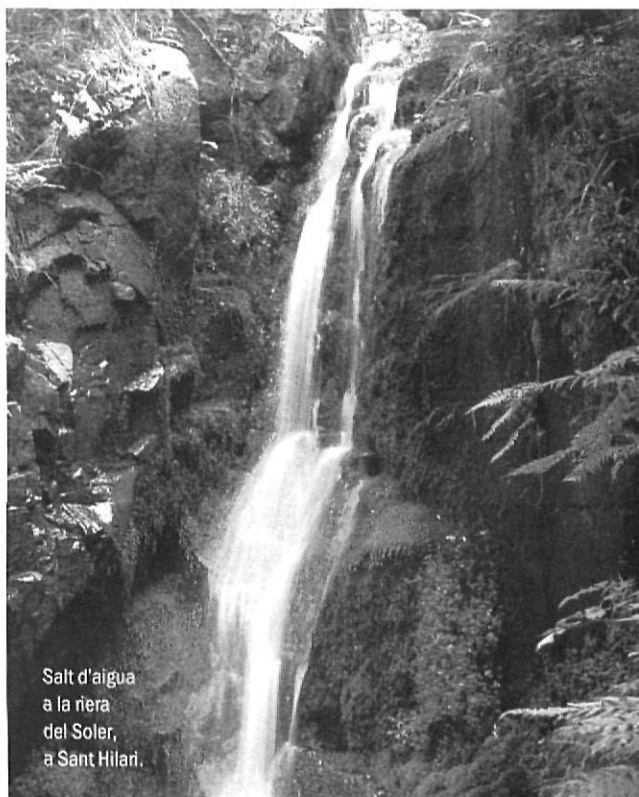
Josep Tarrés

Drop del 40% d'aigua envasada sense gas que es beu a Espanya prové de l'àrea del Montseny i les Guillerries. Això és així per qüestions històriques i per la seva indubtable qualitat. L'aigua al Montseny-Guillerries està influenciada per múltiples factors. La meteorologia hi té un paper important;

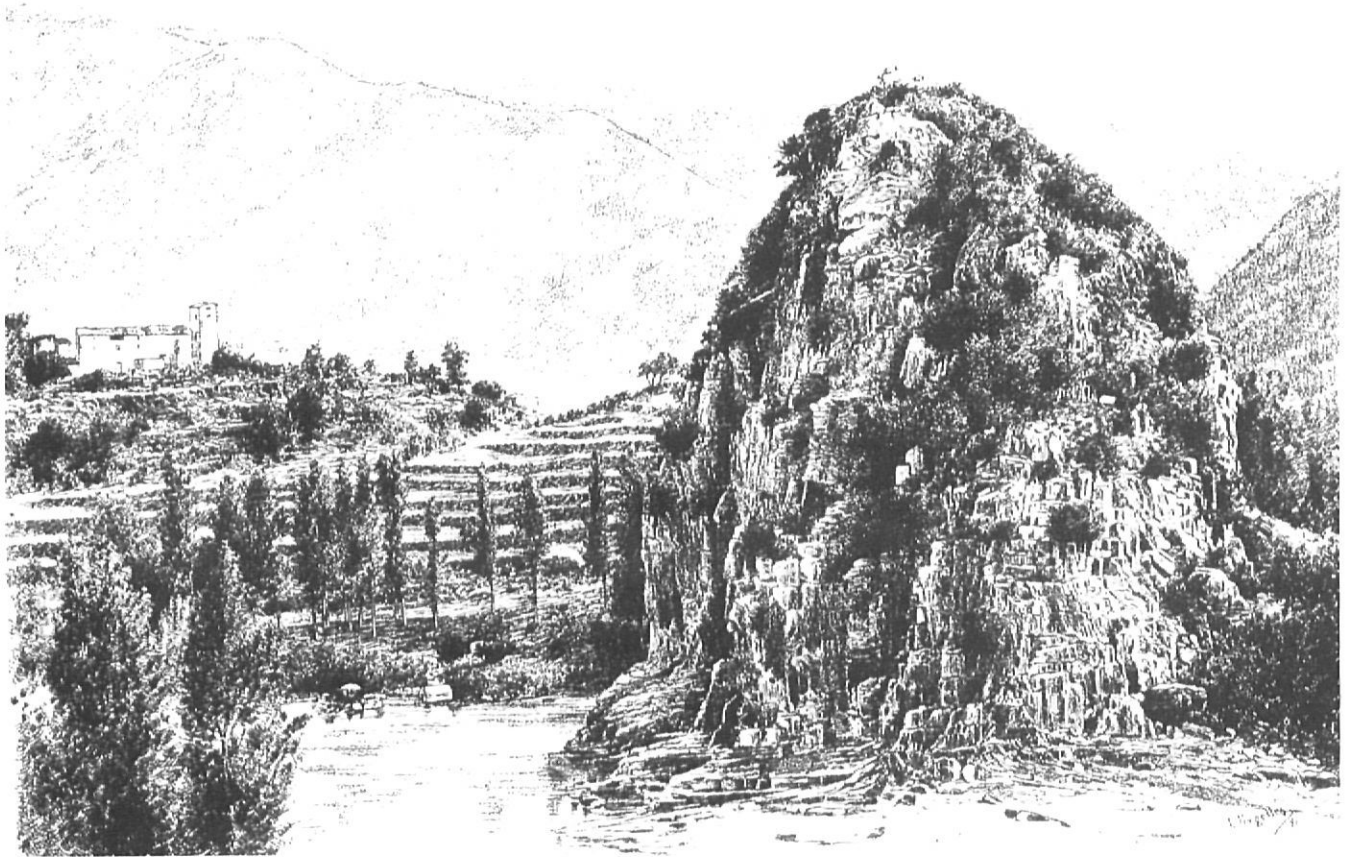
aquest és un element que depèn de diferents circumstàncies, algunes a nivell mundial (l'escalfament del planeta) i altres a nivell més local (la imprevisió de la pluja). Per altra banda, l'actuació humana també hi incideix, com per exemple l'abandonament dels conreus tradicionals de les masies. Els canvis en les explotacions forestals també són un factor que cal tenir en compte; les masses arbòries del Montseny-Guillerries han augmentat considerablement en els darrers cinquanta anys i els canvis en els tipus d'arbres modifiquen el binomi terra-aigua. Així, els regadius i les explotacions intensives del pi tipus Douglas poden afectar les deus d'aigües superficials fins a assecar-les. Però la relació causa-efecte no és tan simple; hi ha multitud d'interrelacions. També hi influeix l'extracció d'aigua de les plantes embotelladores que prové principalment de pous amb una fondària considerable sense que això trenqui la percepció d'aigua de qualitat –tot al contrari, la millora– encara que es perd la imatge idil·lica de l'aigua de la font.

L'aigua de les Guillerries té unes característiques molt adients per al consum humà: és una aigua amb una mineralització feble. Això es deu a les característiques del terreny, un massís granític en un entorn natural, i en contraposició, al seu voltant hi ha terrenys menys muntanyosos (amb unes cotes més baixes), en bona part de tipus calcari i que recentment en algunes àrees han resultat contaminats per nitrats. Tanmateix, l'entorn de l'àrea del Montseny i les Guillerries està prou ben preservat; bona part del Montseny com a parc natural i les Guillerries com un espai que es protegeix per si sol. Aquesta preservació ha de garantir la qualitat de les aigües tant superficials com subterrànies. Però també s'ha de garantir la sostenibilitat del desenvolupament humà del territori.

Les empreses embotelladores tenen un dilema. Per una banda, el creixent consum i la competitivitat del sector les força a volums d'extracció més grans, i per l'altra, aquesta acció ha de tenir uns límits per a la seva sostenibilitat. El consum d'aigua envasada per terme mitjà a Espanya encara està per sota de nivells europeus i la competència força a reduir costos que també es generen a nivell de publicitat. Això, en terminologia d'estratègia d'empresa, són les economies d'escala en publicitat, i vol dir que com més es ven una marca determinada, menys ha de gastar en publicitat per litre venut per aconseguir el mateix impacte publicitari. Davant d'aquestes cir-



Salt d'aigua a la riera del Soler, a Sant Hilari.



Querós i la roca del Mal Sopar.

cumstàncies, per exemple, el grup Danone amb la seva marca líder Font Vella està iniciant una nova estratègia que es basa en envasar aquesta marca amb aigües d'altres brolladors. Tanmateix, això indica que l'empresa no vol sobreexplotar els aqüífers i demostren la seva sensibilitat envers la natura.

Fa uns anys, Font Vella, SA va comprar l'aiguaneix de Fontemilla, situat a la vall del Monte de Cutamilla a Sigüenza (Guadalajara). L'any passat va inaugurar les noves instal·lacions, que han suposat multiplicar per sis l'envasat de litres d'aigua. La marca Fontemilla encara continua a la venda, però ja s'ha començat a comercialitzar la marca Font Vella Sigüenza per a les comunitats autònomes de la part occidental de l'Estat espanyol. Tanmateix, això ha estat possible pel canvi en la normativa que ara permet vendre aigua amb la mateixa marca encara que sigui de diferents fonts, però esmentant-ne la procedència.

La qualitat de les aigües de l'àrea del Montseny i les Guilleries va lligada a una composició de minerals que és bastant homogènia. La publicitat ven aigua sense indicar aquestes qualitats minerals, de la mateixa manera que els anuncis de colònies no especifiquen les seves aromes. Però, un és un producte natural i l'altre un producte elaborat. Els productes naturals, en especial els de caire geològic o hidrològic, estan lligats a la terra d'on provenen. El marbre de Carrara ha de ser d'aquesta població, i el marbre de Santa María Tonameca (Oaxaca, Mèxic) es ven com a «màrmol tipo Carrara». De la mateixa manera, qualsevol marca

d'aigua procedent del Montseny-Guilleries ha d'estar vinculada a aquest territori si no es vol enganyar el consumidor. La composició de l'aigua Font Vella és única i per tant té un valor diferenciat en relació a les altres. La composició de Font Vella Sigüenza és diferent (té més anions i cations) i s'ha d'identificar clarament. Qualsevol empresa que comercialitzi aigua natural ho ha de fer sense el subterfugi de posar en lletra petita -només apta per a ulls juvenils- la seva procedència; aquest és el cas de la nova aigua Vivaris, procedent de la mateixa font que l'aigua Fonter però amb menys gas carbònic afegit. Aquesta font és a Amer, en el límit fronterer de les Guilleries, i és coneguda popularment pel nom de Font Picant. Curiosament, aquest nom quasi genèric és la marca de l'excel·lent aigua Font Picant provinent de la mateixa localització. Res a veure -ni en el beure- amb l'aigua de la font Picant de Sant Hilari Sacalm.

Són els valor de l'aigua procedent del marc del Montseny-Guilleries que són perdurables. Aquests valors s'haurien de correspondre amb una xarxa de balnearis o similars que no han tingut continuïtat, per exemple, a Sant Hilari Sacalm o Amer. En el límit de les Guilleries, a Santa Coloma de Farners, això s'ha aconseguit però amb una diferència: actualment no hi ha explotació d'aigua envasada.