

Anxoves de l'Escala torna a la tradició

L'empresa, de 75 anys, factura 3,3 milions i potencia la gamma prèmium

BÀRBARA JULBE

L'Escala

Anxoves de l'Escala ha recuperat el nom de Magdalena Sureda (M. Sureda), l'alma màter de l'empresa i filla del fundador, en el logo de tots els seus productes, coincidint amb la celebració del 75è aniversari de l'empresa. "La nostra innovació és mantenir la tradició", explica el gerent, Enric Fanlo. Amb una producció de 300 tones, va facturar 3,3 milions d'euros el 2014. L'empresa s'ha proposat ampliar la gamma gourmet, ara formada per les premiades anxoves prèmium, amb bonítol del nord i ventresca de bonítol del nord en conserva.

Anxoves de l'Escala ex-

porta a quinze països, entre els quals França, Anglaterra, Alemanya, Austràlia, els Estats Units, Xile o la Xina. Però les vendes internacionals suposen només un 4% de les vendes, i l'empresa s'ha definit com a objectiu que arribin al 10% d'aquí a cinc anys.

Fundada el 1939 per Carlos Sureda, Anxoves de l'Escala es va traslladar el 2009 a una nova fàbrica que li ha permès doblar la seva superfície. Segons Alimarket, és la número dos en marca d'anxoves en quota de mercat a Espanya i la primera com a operador especialista. Segons Fanlo, només treballen amb la varietat d'anxova que procedeix de ports de la UE. El procés continua sent artesanal, excepte l'ompliment d'oli i el tancament, que és mecanitzat. "El se-



AGUSTÍ ENSESA

Enric Fanlo, gerent de l'empresa

cret és anxova, sal i temps".

Col·locada en forma de rosa horitzontal i en un flascó blavós, la reconeguda anxova prèmium s'ha convertit en el seu vaixell insígnia. "Hem reinventat els pots

blavosos de sempre, aquells de què parlava Josep Pla. Un envàs original, modern i reconeixible. El vidre opac no deixa passar la llum i garanteix una més bona conservació i millor qualitat". ●