

# Alqvimia ampliarà la fàbrica d'Olot i incorporarà una nova línia de producció

La firma de cosmètica natural exporta el 50% dels productes, vol potenciar la seva presència a l'Àsia i entrar als EUA



La fàbrica que Alqvimia té a Olot des de fa dos anys

L'empresa Alqvimia, dedicada a la cosmètica natural amb seu a Tortellà, preveu ampliar la fàbrica que té a Olot i incorporar una nova línia de producció, que se sumará a les dues que ja té, a partir del setembre. La firma va obrir fa dos anys aquesta nova planta, situada al polígon industrial La Canya, amb una inversió de més d'1 MEUR amb l'objectiu de centralitzar la producció i el magatzem a un únic lloc i tenir capacitat per créixer en un futur. Aquestes

instal·lacions, que compten amb dues naus, també els han permès incorporar processos amb nova maquinària que fins ara havien d'externalitzar. Fins ara, la producció es feia a Tortellà mentre que el magatzem es trobava a Besalú. Especialitzada en productes d'alta cosmètica que s'elaboren a la Garrotxa a partir d'olis essencials, l'empresa compta amb botigues pròpies a Madrid i Barcelona, i n'obrirà una segona a la capital catalana el mes vinent. Actualment exporta el 50% de la producció, principalment a l'Àsia, on confien continuar creixent però també fer-se un lloc a nous mercats, com ara als Estats Units i l'Índia.

Les dues naus que Alqvimia té a Olot, situades al carrer Vallespir, es van començar a posar en marxa a finals del 2014 amb una primera fase d'obertura del magatzem. El març de l'any següent, van obrir l'altra part on s'ha traslladat tota la producció que es feia a Tortellà i on l'espai s'havia quedat petit. Les noves instal·lacions ocupen un total de 2.000 metres quadrats i han de permetre a la firma tenir més capacitat de producció i al mateix temps escurçar el temps de l'enviament de les comandes. La fàbrica actualment compta amb dues línies de producció però preveuen posar-ne una altra en marxa a finals de setembre d'aquest any, un fet que comportarà la contractació de dues persones més.

L'empresa ha invertit 1 MEUR – sense incloure la compra de les naus- amb nova maquinària per incorporar processos que fins ara s'havien d'externalitzar –com és l'etiquetatge- al marge dels treballs més artesanals del procés alquímic que es continuaran fent, com és la de macerar les plantes. També s'ha millorat el sistema de traçabilitat. "Volem produir-ho tot nosaltres, perquè és la manera de controlar tot el procés", explica el fundador de la firma. Actualment compta amb una plantilla de 45 treballadors. Aquesta planta produeix unes 200.000 unitats a l'any.

En els pròxims mesos també està previst adequar la fàbrica perquè incorpori el disseny de la marca tant a l'interior com a l'exterior, amb una zona de jardins. "Les empreses solen ser poc humanes, sense plantes ni quadres; volem que les nostres oficines i també la fàbrica tinguin bellesa i art", afirma Lizcano tot afegint que les

fàbriques del passat també eren bellesa però que això s'ha perdut. El respecte pel medi ambient és un altre principi en la seva filosofia del que anomenen "economia humanitzada". Treballen amb empreses locals i l'electricitat que consumeixen és a través de la cooperativa Som Energia que promou les energies renovables.

Creada el 1984, Alqvimia s'ha fet un lloc a l'alta cosmètica amb una gamma de productes (té 170 referències) que elaboren a partir d'olis essencials i de forma natural. Lizcano explica que un dels trets distintius de la marca és la "bellesa integral" basada en la recerca de l'equilibri entre la salut, el benestar i la bellesa exterior. Actualment tenen un total de ... al catàleg i la previsió és d'incorporar-ne de nous.

Aquest setembre trauran un sabó d'higiene íntima 100% natural després de mesos d'investigació. Entre els productes més venuts, hi ha la gamma 'body sculpture' per moldejar la figura; un reafirmant del bust i la gamma anomenada 'sensuality' formada per una barreja d'olis essencials per potenciar la sensualitat de la dona.

Malgrat el posicionament de la marca, la crisi també els va afectar i molt especialment la pujada d'IVA del govern del PP fins al 21%. De del 2013 i fins al 2015 han estat "anys difícils", admet Lizcano, tot i que afegeix que la cosmètica natural ho ha aguantat millor que no pas la cosmètica convencional. Des de llavors, però, han notat una certa recuperació i de fet la companyia s'ha proposat un canvi d'estratègia a nivell comercial que li ha de permetre seguir creixent.

Un dels reptes de la firma, segons el seu creador, és millorar la distribució i transmetre els valors de la marca i la filosofia que hi ha al darrere. Per això han decidit fer un canvi i convertir centres d'estètica que creuen amb el producte amb franquícies d'Alqvimia des d'on oferiran tractaments i també tallers per a dones, basant-se en el que han anomenat "trans-formació". Segons Lizcano, "una cosa és tenir una lleixa amb productes i una altra organitzar tallers perquè el consumidor pugui copsar millor el que hi ha darrere la marca, aquest és el gran canvi que estem fent".

Aquesta fórmula ja s'ha començat a aplicar a les botigues pròpies que tenen a Madrid i Barcelona amb una bona acollida. El mes vinent, l'empresa n'obrirà una altra de pròpia al carrer Muntaner de Barcelona d'uns 200 metres quadrats. Pel que fa a les franquícies, aquest és un model que van començar a explorar fa quinze anys i que a partir d'ara també volen fer créixer amb l'obertura d'una desena de botigues a diferents punts de Catalunya –Banyoles, Igualada i Lleida- i a altres comunitats autònomes, com ara Vigo i València.

L'empresa, que també té oficines a Barcelona, ven a tot l'Estat i exporta el 50% del que produeix, principalment a l'Àsia – Xina, Hong-Kong, Japó, Taiwan, Malaysia, Corea del Sud i Kazakhstan-. A Europa, està present a països com ara França, Portugal, Suècia, Holanda, República Txeca. També exporta a Mèxic. Els punts de venda són centres de bellesa, SPA i balnearis, botigues especialitzades així com hotels i espais a grans magatzems. La botiga online té un catàleg amb més de 100 productes.

En els pròxims anys, volen incrementar el volum d'exportacions i entrar a nous mercats. Recentment han arribat a un acord amb la cadena d'hotels de luxe Oberoy Al Zorah, originàriament de l'Índia. En les pròximes setmanes obrirà un SPA amb tractaments i venda de productes d'Alqvimia a Dubai. "Si té èxit, esperem que això ens obri les portes als hotels de luxe de l'Índia; són hotels de cinc estrelles i per a nosaltres és un prestigi que estiguin interessats en nosaltres", subratlla Lizcano. Per altra banda, la firma ha fet la seva primera incursió al mercat africà de luxe a través de l'hotel Rhino Spa de Senegal, elegit tres cops com a millor hotel-spa del món i on des de fa unes setmanes ofereix tractaments de la firma.

Al marge d'això, també han creat la primera filial de la marca a la Xina, Alqvimia Cosmetic Shangai, amb l'objectiu de donar un impuls al mercat asiàtic i obrir franquícies. Segons Lizcano, "és un país enorme i tenim un distribuïdor que està fent una bona feina però volem impulsar aquest mercat des d'allà". Preguntat per nous mercats estratègics, el responsable de la firma subratlla que estan treballant en l'obertura d'una botiga a Nova York, on ja tenen un soci, per entrar als EUA.

"Estem en una fase de creixement; crear una marca internacional de luxe porta temps i és difícil però tenim un bon producte", afirma Lizcano, que afegeix: "Hem trigat 30 anys, som com un arbre; ara és jove i està fort però encara no ha florit", conclou.

Font del document:

[http://www.diaridegirona.cat/economia/2017/05/22/alqvimia-ampliara-fabrica-dolot-incorporara/847616.html?utm\\_source=rss](http://www.diaridegirona.cat/economia/2017/05/22/alqvimia-ampliara-fabrica-dolot-incorporara/847616.html?utm_source=rss)