

LA INDÚSTRIA CERÀMICA TRAVESSA UN MOMENT DAURAT

La Plana, un forn de milions

La indústria ceràmica espanyola, concentrada majoritàriament a la Plana de Castelló, s'ha convertit en un dels pocs sectors de la producció capaç de renovar-se tecnològicament, aportar grans beneficis i competir a nivell europeu.

Albert Vicent

El combat electrònic entre Isabel Preysler-Porcelanosa i Ana Obregón-Azuvi per conquerir el liderat taulellers als mitjans de comunicació, fou el signe definitiu que venia a demostrar que el sector ceràmic estava disposat a consolidar-se com un dels motors econòmics més dinàmics de la indústria valenciana. Els *spots* amb què es rivalitzava per l'espanyolitat del producte eren tan sols la punta d'un iceberg que després ha empès altres campanyes publicitàries igualment espectaculars. Taugrés i Pamesa han esponsoritzat els seus equips de bàsquet, Rocersa ha viatjat al París-Dakar en les motos de Boluda i Ligué i Inalco ha imprès el seu nom a les samarretes del C.D. Castelló.

La bona salut del sector taulellers no sembla que siga un miratge. Almenys no ho són les xifres facilitades per l'Associació de Ceramistes, Ascer, segons la qual el sector navega vent en popa. I així ho demostren els resultats econòmics obtinguts al llarg de 1987. Si el 1986 la facturació global fou de 75.000 a 78.000 milions de pessetes, el 1987 l'exercici s'ha saldat amb un important increment, al voltant del 84.000 milions de pessetes, i una producció anual en actiu dels 172 milions de metres cúbics.

Lluny d'aquestes dades queda l'origen de la indústria, quan els forns àrabs eren el cor de les primeres fàbriques. O els anys 60, quan les indústries taulelleres es van convertir en el motor econòmic de Castelló. Eren els temps en què la terra començava a mecanitzar-se, el camp es despoblava i les fàbriques s'oferien com un paradís sense atur, amb sous més alts que als altres sectors i horaris menys esclavitzadors que a la terra. Anys d'immigració d'andalusos que propiciaven el creixement urbanístic a la Plana i, amb ell, l'augment de la producció que, per tancar el cicle, feia multiplicar la demanda a les fàbriques taulelleres.

La dècada dels 60 significà, fins i tot, el principi de la fi de municipis sencers,



La bona salut del sector taulellers, una realitat.

com Borriana, pobles que van donar l'esquena a la indústria envoltats encara pel somni de la taronja. Avui se'n peneixen. La crisi del 73 va fer la funció de selectivitat. La supervivència tan sols fou per als que afrontaren els mals temps reconvertint-se en empreses especialitzades, acompanyant el procés d'una profunda renovació tecnològica i la recerca de nous mercats, principalment als països centreeuropeus i al món àrab.

Els anys 70 deixaren una cosa molt clara: el pastís dels 80 seria per a les empreses que saberen passar de l'organització familiar a les societats. Els taulellers de la Preysler i l'Obregón són fruit de les fortes inversions i no de l'associació de xicotets accionistes; passen per la incorporació de nous capitals, l'especialització de la producció i la contractació de tècnics altament qualificats. Pobles amb alta tradició taulellera, com és el cas d'Onda, s'han quedat despenjats de les iniciatives que sorgien a altres punts com Vila-real i Nules. Si 1988 es presenta amb bones expectatives és perquè el 1987 es van invertir més de 3.550 milions de pessetes.

Hi ha, però, altres factors que vénen a donar solidesa a la indústria ceràmica. Recentment la Comissió Delegada del Govern per Assumptes Econòmics aprovava el «Programa de Activos Intangibles» per al sector de revestiments i paviments ceràmics, elaborat pel Ministeri d'Indústria i Energia. Aquest pla de promoció està dotat amb 800 milions de pessetes i es desenvoluparà al quadrienni 1988-1991. Aquestes mesures aniran acompanyades de diversos plans estratègics orientats al sector miner amb la intenció de que les explotacions mineres siguen competitives. Els empresaris del taulell han vist amb bons ulls l'anunci fet pel ministre d'Indústria, Carlos Croissier, en la seua visita a la recent fira de CEVISAMA ja que permetrà augmentar la qualitat i la quantitat de les terres que després es processen.

D'altra banda, també la Generalitat valenciana, mitjançant l'IMPIVA, té previst canalitzar diferents partides que en conjunt superaran els 300 milions de pessetes.

El repte dels nous mercats

Per primera vegada en la història de

la indústria ceràmica, el 1987 han augmentat simultàniament l'exportació als mercats estrangers i la demanda interior. Fins ara el mercat interior condicionava tota l'activitat comercial del sector i, si la construcció a l'Estat espanyol incrementava, ho feia també la distribució interior de productes ceràmics alhora que descendien les exportacions.

Això no obstant, 1987 ha implicat un punt d'inflexió en aquest comportament tradicional i les dues vessants s'han incrementat sincrònicament, per això s'ha arribat a una situació que els experts han qualificat com la professionalització del sector, que ha arribat a una conjuntura que li permet oferir productes diferenciats per al consum interior i per a l'exterior.

L'evolució de l'exportació al llarg de les dues darreres dècades ha estat marcada per la salut de la construcció. Si el 1970 es van exportar productes per 403 milions de pessetes, el 1987 la xifra assolida ha estat de 38.048 milions de pessetes (vegeu gràfic 1). En aquest

període es detecten dos anys clau per a la posterior evolució.

El 1975, amb una exportació de 3.380 milions de pessetes, la caiguda de l'edificació d'habitatges obliga a cercar nous mercats i cinc anys després s'ha triplicat l'exportació. De 1980 a 1984 l'increment és constant, i el 1984 s'arriben a exportar productes ceràmics per valor de 33.859 milions.

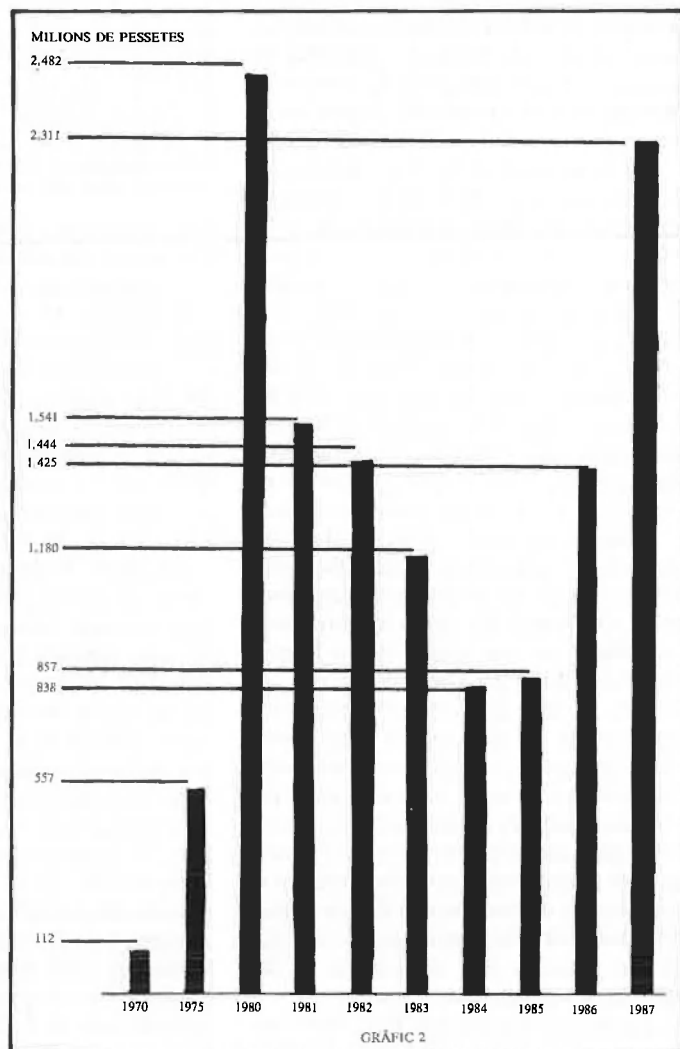
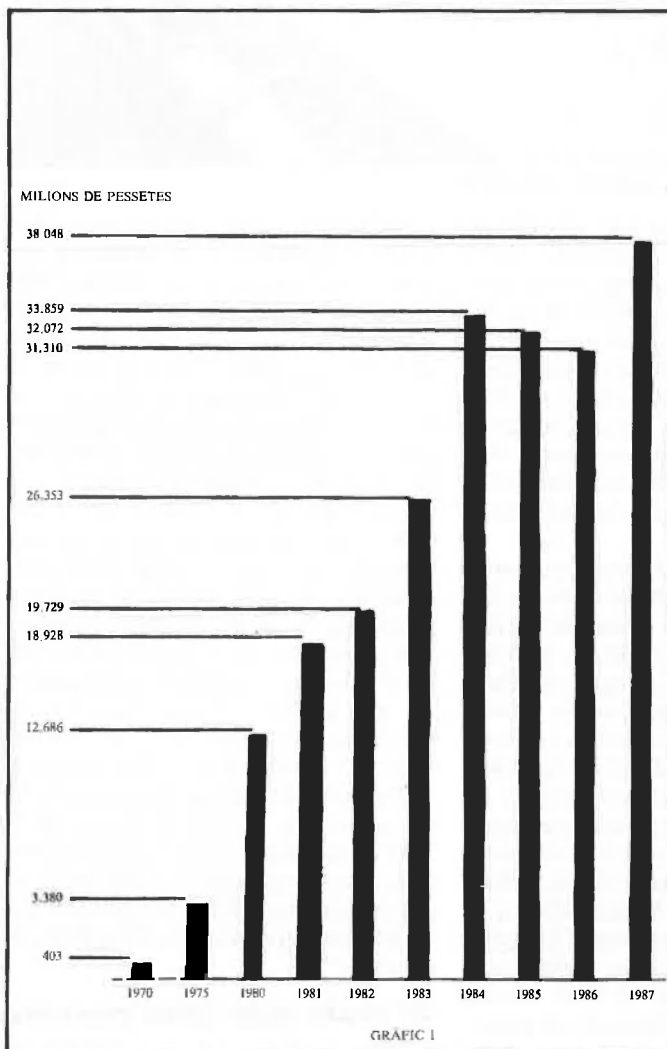
No obstant això, la reactivació de la construcció interior provoca dues baixades consecutives —el 1985 s'exporten 32.072 milions i el 1986, 31.310—. Després d'aquest període, el 1987 comença a donar els seus fruits la profunda reestructuració tecnològica mampresa pels principals grups industrials i les espectaculars campanyes publicitàries. Així, en l'exercici passat, els dos mercats —interior i exterior— han incrementat les xifres de vendes.

Paral·lelament, les importacions també han augmentat. La causa principal ha estat la desaparició de les traves aranzelàries a conseqüència de la integració d'Espanya en la Comunitat Econòmica Europea, que ha facilitat

l'entrada de productes estrangers, principalment italians. Així, si el 1981 les importacions es traduïen en 1.541 milions de pessetes, el 1987 ho han fet en 2.311, impulsades, a més, per l'augment de la demanda de l'edificació. (vegeu gràfic 2).

Pel que fa als mercats a conquerir, el gran repte de 1988 s'anomena EUA, un país que, malgrat el seu gran potencial econòmic, és reticent a la utilització dels revestiments ceràmics en les seues construccions. Comparativament, el consum ceràmic als Estats Units és similar al de la República Federal d'Alemanya.

El 1988, les importacions de paviments i revestiments ceràmics realitzades per la primera potència mundial van ser de 325 milions de dòlars i van estar dominades per Itàlia, que va introduir en EUA el 47 per cent del total de les importacions realitzades per aquest país. En segon lloc, es va situar Japó amb el 22 per cent i en tercera situació, Espanya, amb el 8 per cent, que traduït en dòlars arriba als 26 milions de dòlars.



Una vegada tancades les portes de CEVISAMA'88, els industrials espanyols es preparen per acudir a la World Exposition of Ceramic Tile and Bathroom Furnishing, una fira monogràfica que enguany obrirà les seues portes a Miami la darrera setmana de març, amb la intenció d'ampliar el cercle d'influència entre els especialistes nord-americans de la construcció.

Això no obstant, si bé és cert que la més important concentració d'indústria ceràmica a l'estat apareix a la Plana, els productes taulellers no troben la seua eixida pel port de Castelló, que lògicament tindria de ser la seua via natural d'exportació.

En contrast amb l'eufòria que es detecta al sector, el port de Castelló passa ara per un dels seus moments més difícils. Amb un calat limitat, la situa-

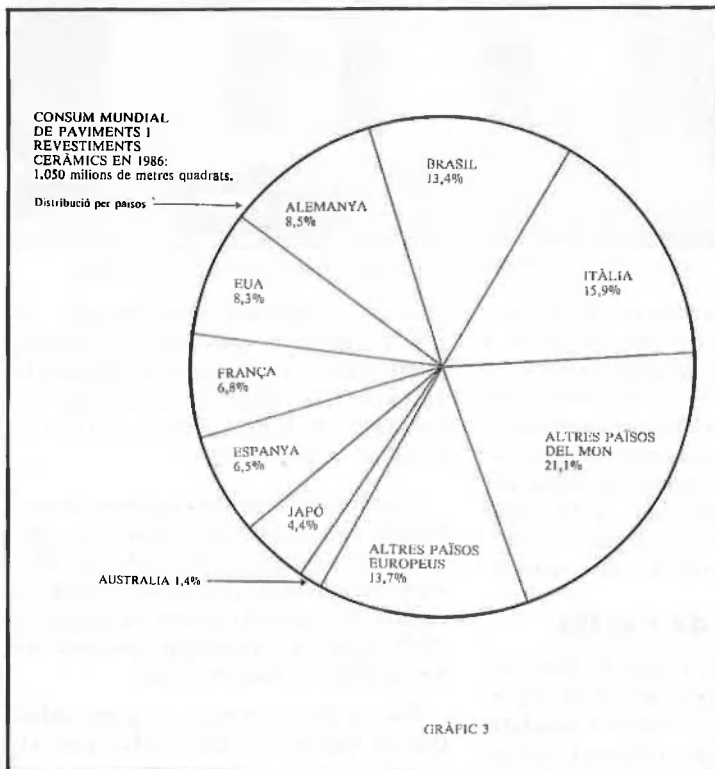
tionent europeu i a Estats Units. Amb el canvi de destinació de les exportacions s'ha produït simultàniament el canvi de punt d'eixida i el port de València, amb un major nombre de línies i una infraestructura més modernitzada, canalitza cada vegada més les remeses de paviments i revestiments ceràmics.

Les xifres aportades des de la Junta del Port de Castelló són un clar reflex del descens dels serveis prestats: de les 239.000 tones de taulells embarcades el 1984, es va passar a 214.000 el 1985 i a 146.000 el 1986. Les xifres de l'exercici passat ja són la meitat de les registrades tres anys enrere.

Davant aquesta situació, tant les societats productores d'elements ceràmics com les consignatàries han demanat un esforç per part de la Junta del Port de Castelló —ara Societat Esta-

dena de fabricació. Fa anys era inimaginable que el nom de Pierre Cardin poguera estar participant del procés de creació de la ceràmica espanyola. Avui, Pierre Cardin compta amb un departament dedicat exclusivament al disseny d'interiorisme, i empreses com Azuvi adapten línies dels seus productes a la concepció de moda que la factoria Cardin aporta als revestiments ceràmics d'alta qualitat.

La competència directa amb la producció italiana ha obligat els industrials espanyols a prioritzar les inversions i potenciar els gabinets de disseny en un intent de no deixar-se guanyar la partida pels italians. A més, això ha comportat un canvi de mentalitat i ha forçat els creadors a adaptar-se al ràpid canvi de les modes i, per tant, a fomentar l'evolució constant de les ofertes. El desgast dels colors suaus i la pro-



La renovació tecnològica: un dels trets característics de l'auge del sector.

ció internacional ha vingut a agreujar la seua decadència i, així, la guerra Iran/Iraq, la baixa demanda dels països productors de petroli —que en la dècada dels 70 eren compradors segurs i bons pagadors en dòlars— i el descens de la cotització de la moneda nord-americana han anat desviant els punts de destinació dels productes ceràmics. El mercat àrab, al qual es distribuïa regularment des de les consignatàries amb oficines al port de Castelló, ha deixat de ser un comprador segur per causes polítiques i econòmiques i el sector taulellers espanyol ha cercat ràpidament substituïts al con-

tal d'Estiba i Desestiba— perquè s'amplie el port. Els distints partits polítics i la Cambra de Comerç també demanen de l'administració una major voluntat de potenciar un port que pot ser rendible si es dona eixida a les dues produccions majoritàries de la província: la taronja i el taulell.

Moda i disseny

La dècada dels 80 s'està caracteritzant, a més de la renovació tecnològica de les indústries de la ceràmica, per la potenciació del disseny dins de la ca-

gressiva substitució d'aquests pel joc de blanc i negre i la reparació dels colors vius implica la renovació de bona part de la cadena de producció. Això exigeix noves inversions que tan sols les firmes més poderoses es poden permetre.

Directament, tota la política de vendes s'ha vist afectada i les campanyes de publicitat s'han acomodat als nous temps. Paral·lelament, la indústria ha anat informatitzant-se i l'ordinador ha esdevingut l'eina clau de treball que, a curt termini, marcarà noves diferències entre les empreses punta del sector i la resta. □