

DURANT 1987, LES IMPORTACIONS DE JOGUINES AUGMENTAREN UN 43% RESPECTE A L'ANY ANTERIOR

## El negoci de les joguines en joc

El País Valencià i Catalunya controlen el 90% de la producció de joguines que es fan i es desfan arreu de l'estat. Malgrat aquestes bones perspectives, el negoci que proporciona aquest món d'il·lusions no acaba de marxar.

Casimir Tena

**E**ncara que sembla increïble, de cada 10 joguines que es fabriquen a l'estat, tres ixen de les fàbriques d'Ibi i Onil, (l'Alcoià). Es tracta d'un cas de monocultiu industrial que, com tots els monocultius, té els seus perills.

El primer d'ells té la seua explicació al món desenvolupat on, cada vegada més, naixen menys xiquets. A més, la revolució tecnològica ha significat importants canvis en els hàbits lúdics dels nens.

El perill groc, és a dir, la saturació de joguines procedents de Hong Kong i Taiwan que pateix avui el mercat i les importants rebaixes aranzelàries que l'Estat espanyol ha de concedir d'aquí a 1992 per a integrar-se en aquest gran mercat que és la Comunitat Econòmica Europea compliquen molt més el negre panorama que travessa avui el sector.

Per desgràcia, la indústria de la joguina es troba per primera vegada amb la dura realitat que suposa un mercat sense el paraigua del proteccionisme, un mercat europeu que obliga l'estat a rebaixar els aranzels a raó d'un 15% fins a 1990, en què la rebaixa serà del 12,5% i que acabarà el 1992 amb l'aranzel zero.

En general, el sector de la joguina està integrat per petites empreses —60% dels casos— que no ocupen més de 10 treballadors cadascuna. Aquesta indústria es veu obligada a finançar els estocs al llarg de l'any al-



hora que el 70% de la seua producció la ven els 60-70 dies de la campanya de Nadal.

En aquesta situació, resulta fàcil demanar als fabricants que utilitzen tecnologia punta, que s'unesquen davant la prepotència dels grans distribuïdors, que són els que determinen el preu, i que organitzen campanyes publicitàries, com la que ara es passa per tele-

visió —finançada pel Ministeri de Comerç dins del Programa d'Intangibles per a la indústria de la joguina.

Així les coses, el panorama que se li presenta al sector és una mica ombrívol. Entre 1982 i 1986, la venda de joguines ha baixat, en termes reals, un 20%, i malgrat les exportacions van desaparèixer 130 empreses i un 20% dels llocs de treball registrats. El 1986, les importacions van créixer un 9% en termes reals respecte a l'any anterior, mentre que les exportacions van baixar un 6%. Es van importar joguines per valor de 4.023 milions de pessetes, i el 1987 les importacions han augmentat fins als 5.773 milions, és a dir, un 43,49% més. En el mateix període, les exportacions només han experimentat un augment del 19,64% (15.320 milions el 1986, i 18.222 milions el 1987).

L'agressivitat de les empreses europees, una sofisticada política de *marketing* i una tecnologia molt rendible, tot unit a les rebaixes aranzelàries, són les armes amb què estan conquerint les joguines estrangeres el mercat estatal. I no sols els de Hong Kong, Taiwan o Corea del Sud. L'any passat, les importacions de joguines italianes van pujar respecte a l'anterior un 24,18%; les del Regne Unit, un 21,24%; les de Bèlgica, un 101,66%, i les d'Àustria, un 195,01%.

Al contrari, la joguina espanyola, quan intenta eixir a Europa es troba amb unes xarxes de distribució quasi monolítiques. □



Cada vegada hi ha menys xiquets per a jugar.