

JOSEP ALBALADEJO PUJADES, PRESIDENT DE YANKO

## Amb els peus a Europa

**T**res fàbriques conformen l'imperi del calçat Yanko, amb una facturació prevista per a enguany de prop de 3.000 milions de pessetes, si bé «ben aviat volen arribar als 4 o 5.000 milions». Des de 1961 Josep Albaladejo dirigeix Yanko, encara que progressivament ha anat incorporant els seus 4 fills, tots ells dins de tasques relacionades amb el disseny i direcció.

Pròximament s'expandirà a través del sistema de franquícies per quasi tot l'estat i bona part d'Europa. És, probablement, l'única marca que pot competir en peu d'igualtat amb el calçat de qualitat italiana per Europa.

—*Sembla que vostès no s'han vist afectats per la crisi del calçat balear, a jutjar per aquestes xifres.*

—Totes les crisis afecten a tothom, el que passa és que un té més recursos que altres. Jo crec que ha afectat Mallorca de forma molt important, ha transformat la idiosincràsia de l'industrial. En 10 anys, Balears, segons les nostres estadístiques, ha perdut de l'ordre de 8 a 9.000 llocs de feina. Hem passat de 12.000 a uns escassos 4.000 llocs de treball, amb la particularitat que a la temporada alta surten de Balears tantes sabates com quan teníem 12.000 empleats, això vol dir que quasi tot ha derivat cap a l'economia submergida.

—*¿Quina importància té aquest tipus d'economia a la indústria del calçat balear?*

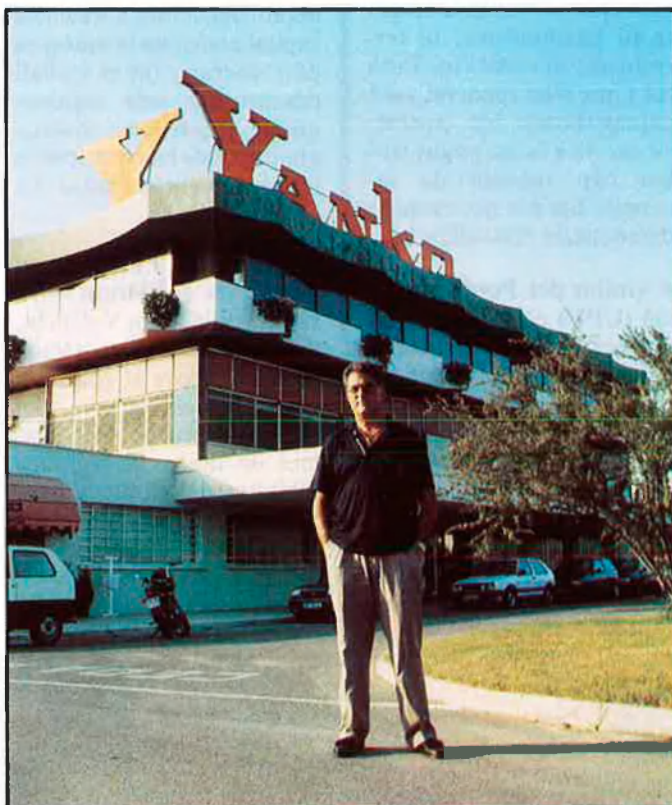
—Jo diria que a Balears surt més del 50% de la producció de l'economia submergida, i a nivell estatal més del 70%.

—*¿Com afecta a Yanko el cost de la mà d'obra i la competència del calçat provinent de zones com Taiwan i Corea del Sud?*

—No n'hem de fer res d'aquesta importació, perquè a Balears la sabata és de tipus mitjà-alt. El tipus de sabata que caracteritza les Illes, malgrat la cri-

Josep Albaladejo Pujades és l'home més conegut de Yanko. Això no seria massa important si no fos perquè aquesta empresa és, actualment, la principal productora de calçat a Balears, i una de les tres més importants d'Europa

Miquel Payeras



«Les indústries que no paguen els impostos no tenen dret a sobreviure».

si, és de gran qualitat, com les que feim les més importants marques de les Illes i que marquen la pauta. S'ha de dir que de les 5 primeres marques estatals n'hi ha 4 a Mallorca, o a Balears.

Malgrat això, darrerament ha estat molt difícil guanyar diners, i sobretot per a empreses com la nostra, que té un procés de fabricació quasi complet dins d'ella mateixa i una plantilla nombrosa —de l'ordre dels 500 treballadors—, amb la qual resulta difícil

afrontar les temporades baixes, maig i novembre. Aquestes oscil·lacions a les comandes, i la mà d'obra igual de cara tota la temporada ha fet que moltes empreses se submergissin.

—*¿I aquestes empreses esdevenen indústria auxiliar submergida de la qual s'aprofiten les més grosses?*

—Són dues coses diferents: hi ha l'economia submergida i la fàbrica que abasteix la indústria auxiliar, si aquesta és correcta, és emergida, nosaltres comprem un producte que està legalment produït. Ara, si la indústria auxiliar és submergida, lògicament es compra un producte submergit.

De tota manera, simplificant, jo diria que del total d'operacions que es fan per a produir una sabata, posem-ne deu, crec que cinc no compleixen tots els requisits legals. Això dificulta d'una manera tremenda les empreses capdavanteres que estem dins la llei.

—*¿Com es podria fer emergir aquesta subeconomia?*

—Jo crec que des del moment que hi ha tants empresaris que utilitzen formes d'aquestes, no hem d'esperar que siguin els mateixos empresaris els que ho resolguin. Què més voldria jo que totes les empreses competíssim amb els mateixos avantatges i inconvenients, però el cert és que a Espanya es ven més del 50% de sabates per sota del cost

mínim, que és aproximadament de 2.500-3.000 pessetes. Si es ven a aquest preu al públic vol dir que han costat la meitat, i han estat produïdes per empreses que no investiguen ni dissenyen, en definitiva, que són empreses que no aporten res nou. El 90% dels fabricants espanyols, pens jo, són copiadors. Com a anècdota li diré que a les nostres botigues quan obrim la temporada, amb nous models, feim les vendes més altes el primers dies i no és per-



«L'important és un disseny, acompanyat d'una indústria que doni llocs de feina, que mogui l'economia d'un poble».

què el públic es torni boig per comprar les nostres sabates, sinó que són els copiadors els que es tornen bojos per comprar i copiar posteriorment els nostres productes.

—*¿Quin tipus de plans té l'administració per ajudar a l'exportació del calçat?*

—Fa poc ens cridà a una reunió el ministre d'Economia i ens digué que Espanya ha de demostrar que té productes de qualitat i que hem d'exportar marques per a donar prestigi al país. Això és el que pretén l'administració, però és molt difícil. Els francesos, per exemple, fa 50 o 60 anys que se n'adonaren. Aquí ens n'hem adonat ara i ho hem fet tot d'un cop i mal fet. Hi ha aquests pseudo-modistes de la «Moda de Espanya», per exemple, que els han abocat els diners i darrere d'ells no hi ha ningú, no hi ha indústria. Sense estudis previs seriosos s'han llançat a donar milions i milions.

—*Segons vostè, doncs, s'està fomentant una certa mediocritat...*

—Mediocritat, sí, perquè no es fan estudis seriosos del que es vol. Moda no és el que inventa un senyor. Jo podria inventar 20 models de sabates diàries... si no fossin per vendre. L'important és el disseny acompanyat d'una

indústria que doni llocs de feina, que mogui l'economia d'un poble.

—*¿Quina és la imatge del producte Yanko?*

—És ben definida. El nostre públic no és ni jove ni vell, de tipus mitjà, un públic modern que tenguí inquietuds per l'evolució de la moda. Cercam no esser elitistes. No volem esser la Rolls-Royce del calçat, volem esser la Fiat, la Ford... marques que venen molt. Tenim una estructura que ens du a vendre molt. Els anys que ens van bé es quan feim mig milió de parells.

—*¿Com veu el paper de les indústries més petites?*

—L'ideal seria que fóssim tres o quatre marques capdavanteres i que obtinguéssim vendes perquè tothom fes feina, perquè les fàbriques petites no han de desaparèixer, però és clar que una fàbrica que factura 50 o 60 milions anuals no es pot permetre investigar, viatjar... Aquestes s'haurien de dedicar a fabricar per a les més grosses. Nosaltres ja ho feim, els donam materials, cobertura financera, disseny, etc. i només s'han de dedicar a produir el que els diguem, i ho fan perfectament. Pens que aquesta és la solució per a Balears, per a la indústria balear del calçat. La pena és que l'administració no

ens fa massa cas, només es pensa en el turisme. I és una errada perquè la indústria sabatera permet viure, directa i indirectament, a unes 25.000 persones.

—*Vostè és el president de Selec-Balear, una organització que pretén obrir nous mercats al calçat balear i oferir una imatge atractiva per a penetrar a llocs on no s'ha pogut tradicionalment. ¿Com valora la tasca de Selec-Balear?*

—Ha estat molt positiva, i ho és, però el problema que hi veig és que hi ha diferències importants entre els diferents components. Tots són molt dignes, però les diferències de volum entre les empreses provoquen dificultats per entendre'ns perquè les necessitats i exigències de cada empresa són molt diferents. Estic convençut, però, que si persistim amb Selec-Balear, arribarem a donar-nos a conèixer a l'estranger com a sabata de gran qualitat.

Des de la Selec esperàvem fer una denominació d'origen, era la meua obsessió, però tenim encara molts problemes per la falta d'unificació dels productes, jo no posaria denominació d'origen a una sabata de 2.000 pesettes.

És una qüestió difícil, molt difícil. □