

5.000 MILIONS DE PAVIMENTS A L'ANY

Zirconio: El taulell preferit de Julio Iglesias

Des de la seua fundació el 1965, Zirconio s'ha consolidat en aquests darrers anys com una de les primeres empreses en el sector de fabricació de revestiments i paviments ceràmics. Aquest estiu s'ha unit a un altre nom milionari, el de Julio Iglesias, com a patrocinador de la seua gira per l'estat espanyol.

Antoni Albalat

D'ençà la dècada dels cinquanta i, sobretot, durant els seixanta, les estructures econòmiques de la Plana Baixa canvien els seus fonaments, de sempre agrícoles, per uns altres d'industrials que revolucionen la producció de la comarca. La tradicional riquesa taronjaire, tot i continuar oferint excel·lents guanys, es veu desplaçada per la puixança cada vegada més forta del sector ceràmic.

Amb uns inicis marcadament artesanals, les noves fàbriques, a les darreries dels setanta i principis dels vuitanta, han de sofrir un procés de reconversió generat per la demanda i els mercats exteriors que minva el nombre d'empreses en favor de macrofàbriques que assoleixen un alt nivell tecnològic i de disseny capaç de fer-les competir amb ofertes tan importants com ara la italiana.

Porcel·lanes amb rostre femení, taulells amb pianista... el marqueting i els sistemes de publicitat ferotge fan la seua aparició en una batuda comercial. Ara per ara, ha estat Zirconio, a Vila-real, la darrera empresa ceràmica que s'ha llançat a l'aventura publicitària a gran escala amb el fitxatge dels recitals de Julio Iglesias.

Fundada el 1965, Zirconio està especialitzada en la fabricació de revestiments i paviments ceràmics. Dirigida per Cosme Miralles, l'home que es vanta d'haver aconseguit la fitxa milionària, els tentacles de Zirconio s'estenen amb accions a empreses semblants i de la mateixa comarca com ara la coneguda Porcelanosa, la qual ha utilitzat com a esquer l'ex-muller de Julio, Isabel Preysler. Sembla que allò que va unir Déu, ara ho separen també els taulells.

Pel que fa a la fàbrica, ubicada en terme de Vila-real, entre horts de tarongers, Zirconio ocupa una superfície de 250.000 metres quadrats, 120.000 dels quals estan dedicats a fàbrica i a espais coberts. La plantilla la-



Més d'un trenta per cent de la producció de Zirconio s'exporta a l'estranger.

bora està integrada per un total de 360 treballadors. L'esforç d'aquests i la línia de modernització i empresarial han aconseguit, des del naixement de la firma, augmentar deu vegades la producció obtinguda en el primer any de funcionament de la fàbrica. Així, dels 500.000 metres quadrats de paviment produïts el 1965, la xifra ha passat als 5.000.000 de l'any passat. D'aquest total, més d'un trenta per cent s'adreça als mercats exteriors, mentre que a l'interior de l'estat espanyol les facturacions es realitzen mitjançant més de cinc mil punts de venda i distribució.

Segons dades oferides per l'empresa, Zirconio realitza les seues exportacions fonamentalment als següents països: Japó, Estats Units, Itàlia, França,

Gran Bretanya, Bèlgica, Suïssa, Holanda, Suècia, Singapur, Hong Kong, Aràbia Saudita, Egipte, Austràlia i Portugal. Les mateixes fonts indiquen que «en aquests mercats, la penetració de Zirconio ha estat possible gràcies a una política competitiva, de qualitat i de marqueting. Tot això ha determinat que les exportacions cresqueren un 325 per cent en els darrers cinc anys. Com a dada complementària, cal dir que Zirconio compta amb més de 1.000 punts de venda i distribució fora de l'estat espanyol».

La factoria, considerada com una de les més modernes de l'estat, està equipada amb tecnologia d'avantguarda, necessària per a fer front tant a la competència exterior com a la interior. Les



Instal·lacions de l'empresa a Vila-real.

plantes de producció funcionen de manera independent i es dediquen a la fabricació de paviments de gres esmaltat, revestiments de gran format, peces específiques complementàries als paviments i revestiments i, finalment, la

darrera incorporació al segment productiu ha estat una planta capaç de produir taulells decorats amb metalls preciosos, que a Zirconio qualifiquen com «una de les més avançades, tecnològicament, de tot Europa».

«A l'ensem —segueixen dient a Vila-real— i en paral·lel, s'ha anat creant un important equipament tècnic, que, a mitjan 1984 aconseguí posar a punt i utilitzar industrialment el procés de fabricació de revestiments ceràmics basat en el sistema de monococcio i ser els primers al món a poder-ho dur a la pràctica, fita històrica en el món de la ceràmica».

Quant al disseny, a Zirconio, aquest concepte gaudeix de prioritat, «un equip propi —assenyalen— de professionals acreditats treballa de forma continuada en el llançament de nous models, colors i acabats.»

L'estratègia interior ha tendit a una racionalització adequada de la resta de departaments que componen una gestió empresarial de primera línia. El perfeccionament de diferents aspectes com ara la xarxa comercial, la comunicació i la imatge del producte han passat diverses etapes de perfeccionament fins que el 1988 han conduït a una situació que permet una obertura màxima a l'exterior. □

670 milions de Zirconio per a Julio Iglesias

Malgrat les xifres oficials del que ha costat i costarà la campanya publicitària de Zirconio al voltant de la figura de Julio Iglesias, sembla que la quantitat estimada es troba al voltant dels 670 milions de pessetes. La campanya contempla una sèrie de recitals arreu de l'estat espanyol (Julio Iglesias no hi actuava des del 1983) que es va cloure el passat 8 de setembre amb un concert al Nou Camp de Barcelona i un espot publicitari, televisiu, a més d'altres elements que integraran una campanya que s'ha previst desenvolupar fins a mitjans del pròxim any.

Amb motiu del recital al Nou Camp, recital precedit per les actuacions a Benidorm, Ciutat de Mallorca, Marbella, Matalascañas, Perelada —amb un resultat desastrós—, Tenerife, Oviedo i Sevilla, es van coure uns taulells commemoratius de 30 per 20 centímetres en color gris amb la signatura del cantant, un record per als mitòmans que assistiren al concert.

El president de Zirconio, Cosme Miralles, va justificar la utilització dels serveis de Julio Iglesias per als fins publicitaris de l'empresa manifestant que «Espanya s'està posant



de moda, a l'igual que la ceràmica, i Julio Iglesias és un espanyol total». Però, curiosament, aquest espanyol viu a Miami i ven més imatge a l'exterior que per aquestes contrades, Potser això és una arma de doble

tall, el temps ja ho dirà. De moment, l'imperi del taulell aposta per la *gent guapa*, com a forma d'arribar al cor d'aquelles que somnien que el marit els canvie les rajoles de la cuina o de la cambra de bany. □