

L'OLLERIA CONCENTRA LA PRÀCTICA TOTALITAT DE LA PRODUCCIÓ DE VIDRE VERD

## Vidre reciclat

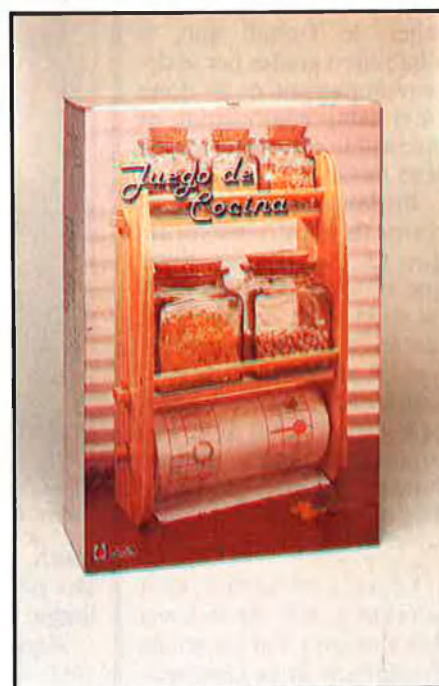
El sector del vidre ha viscut un rellançament considerable en els últims tres anys. L'avanç es produeix just quan l'estat espanyol és capdavanter en el disseny d'accessoris de bany sobre vidre manufacturat, vidreres artístiques, doble acristallament i d'altres.

Tona Català

**A**proximadament 400 empreses de les 3.500 que arreu de l'estat espanyol es dediquen a la manipulació de vidre pla i manufacturació de vidre, estan ubicades al País Valencià. En la majoria dels casos es tracta de petites i mitjanes empreses i tallers que compren el vidre fet com a primera matèria i el manipulen, transformen i manufacturen per a la comercialització. Després, hi ha dues grans multinacionals que són Cristaleria Espanola, que és una filial de la francesa Saint Gobain, i l'anglo-nord-americana Guardian Industries, que són les que fabri-

quen el vidre a partir de primera matèria en estat brut.

L'entrada a la Comunitat Econòmica Europea ha beneficiat enormement aquesta activitat productiva, ja que, donades les seues característiques, la necessitat d'invertir en nova tecnologia s'ha fet imperiosa. Actualment, el 95% de la maquinària que el sector del vidre compra prové dels països de la CEE, especialment Itàlia i Alemanya i també Àustria, amb qui la CEE té establert un règim pràcticament de lliure comerç. Aquesta adhesió suposa rebaixar paulatinament el diferencial de costos que representa comprar la maquinària europea.



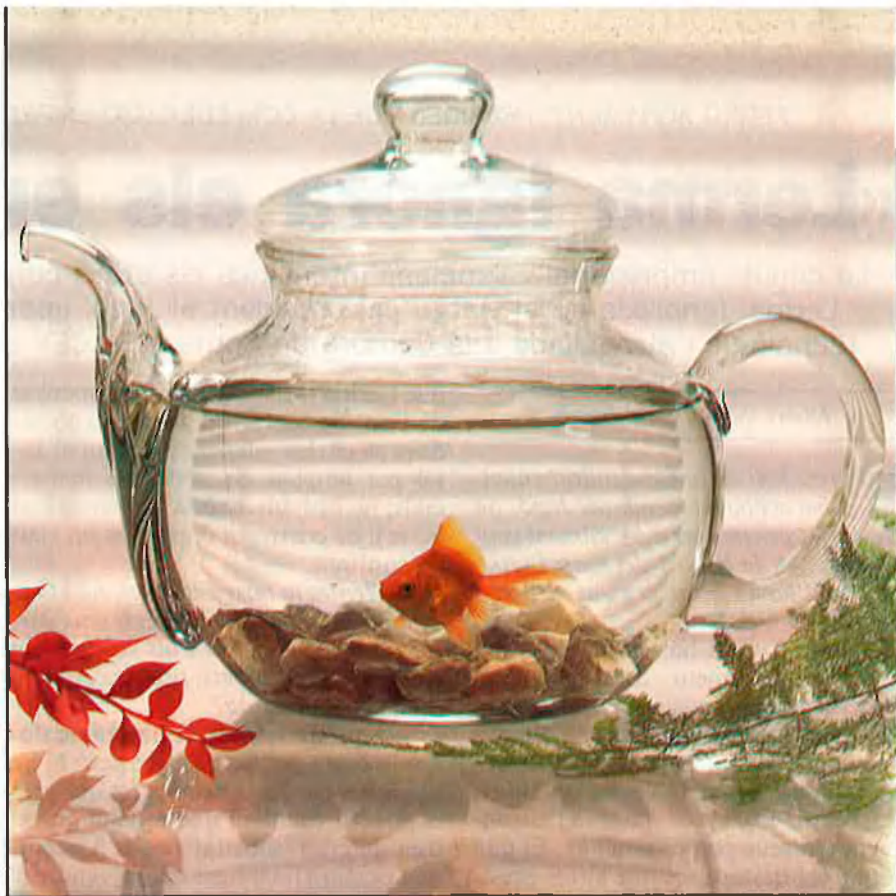
Peça de vidre reciclat.

D'altra banda, el sector del vidre ha viscut un rellançament a nivell estatal durant els últims tres anys, cosa que s'ha notat fonamentalment en la incorporació del disseny en l'acabament de

les manufactures del vidre. En aquests moments, el vidre espanyol és capdavanter en el disseny d'accessoris de bany sobre vidre manufacturat, vidres artístiques, doble acristallament, vidres de seguretat, vidre per a automòbils i d'altres.

De tota manera, és poca la gent que sap que els gots, les copes i la cristalleria en general, del seu aixovar particular, prové de l'Olleria. Aquesta ciutat de la Vall d'Albaida, a més, té la sort de concentrar la pràctica totalitat de la producció de vidre verd de l'estat espanyol. Aquest és un vidre reciclat i aquest fet, que podria semblar intranscendent, adquireix una gran importància si pensem en la problemàtica que actualment té la nostra societat a l'hora de reconvertir els residus que crea.

Entre les empreses vidreres cal destacar la cooperativa La Mediterrànea que ocupa 240 persones, el 90% de les quals són socis cooperatius. La seua facturació anual se situa al voltant dels 800 milions de pessetes i aproximadament un 10% dels beneficis es dedica a la formació empresarial i cultural dels



Mostra d'objectes representatius del que es fabrica a l'Olleria.



associats. La Mediterrànea va nàixer el 1975 de la unió de 55 professionals del vidre de l'Olleria.

Aquesta empresa es comercialitza a través de dos marques registrades: Vidreco, que fabrica vidre per a regal sense decorar, i Vitrolle, que es dedica al vidre decorat i presentat en envasos de regal. La Mediterrànea té també previst comercialitzar en breu una nova marca que posarà nom a una selecta gamma de peces úniques i exclusives realitzades en vidre blanc i de colors.

En el camp tecnològic podem dir que aquesta empresa ha procurat des del començament no perdre el tren d'Europa. En aquest sentit, s'ha de valorar la incorporació en el procés de producció d'un *bassine and fire*, més conegut com

el forn de fusió de vidre de flama en ferradura i que ha substituït els tradicionals forns de fusió que han quedat desfasats per a competir amb la resta de productors de vidre de la CEE, especialment Itàlia. Des que el *bassine and fire* va ser incorporat, les millores en la qualitat del vidre han estat considerables, sense comptar l'estalvi energètic, de l'ordre del 45%.

Sílvia Garcia, responsable del departament de disseny i publicitat a La Mediterrànea, es mostra optimista respecte de l'entrada de l'estat espanyol a la CEE, però a la vegada és conscient del repte econòmic que aquest fet comporta: «la nostra empresa està lluny d'obtenir una producció altament tecnificada. A més, la pertinença a Europa

ens imposa la necessitat d'instaurar estrictes controls de qualitat i formar constantment els nostres directius tècnics».

L'artesania i la qualitat ara van acompanyades d'una paraula màgica que s'anomena màrqueting i que serà l'encarregada de llançar els productes al mercat europeu. Segons Sílvia Garcia, «un paper molt destacat en les tècniques del màrqueting el té el disseny. Avui, s'ha de tenir en compte no sols l'article en ell mateix, sinó tots els aspectes que el vesteixen i el converteixen en producte, entre els quals tots els que pertanyen al *packaging* i que constitueixen un important vehicle de comunicació entre l'empresa i el consumidor final». □