

Bijuteria mediterrània

La temporada primavera-estiu s'ha vist sorpresa per la presència de la col·lecció llançada per Creaciones Chelcris, més de dos-cents models amb la firma d'Antonio Rodríguez per a una empresa amb més de trenta anys en el sector de la bijuteria.

Albert Vicent

Rara avis de la indústria bijutera, Creaciones Chelcris, SL, és, a hores d'ara, una de les escasses empreses del sector que han donat un gir de 180 graus a la seua producció gràcies a la incorporació del disseny. De ser una empresa centrada en el producte tradicional que imitava les produccions dels joiers, Chelcris ha passat a introduir-se amb força en el món de la moda. Bona prova d'això són els reportatges que les revistes de moda *Dunia*, *Vogue* i *Marie Claire* li dediquen, com també la col·laboració amb noms tan prestigiosos com Manuel Fernández o Sara Navarro.

La nota etapa de l'empresa ve donada per l'afortunat encontre entre Vicent Gallart, president de l'Associació de Bijuteria de València i pedra angular de Chelcris des de fa 30 anys, i el dissenyador de joies Antonio W. Rodríguez. La diferència d'edat de tots dos (62 i 30 anys respectivament) no ha estat obstacle perquè la infraestructura industrial del primer i les idees del segon troben un bon punt de confluència. L'elecció com a empresa líder en els darrers premis innovació que convocà l'IMPIVA ha estat el primer èxit, tot un reconeixement als més de 200 models que s'inclouen en cada col·lecció, primavera-estiu i tardor-hivern.

Si bé fins ara les indústries de bijuteria traslladaven els dissenys de la joieria a materials *menys nobles*, Antonio W. Rodríguez aborda conceptes diferents. «La bijuteria, pels seus preus, permet consumir més peces per temporada i això dóna la possibilitat de treballar al ritme de la moda, amb tendències que evolucio-

nen, en formes i colors, paral·lelament. En aquest sentit, la bijuteria de Chelcris és un producte que incorpora bons acabats, disseny i qualitat», apunta Antonio W. Rodríguez.

Els models incorporats en la temporada present passen per la incorporació dels banys daurats i els jocs de grocs i rojos, mentre que la pròxima temporada de tardor estarà basada en banys de coure, plates envellides, tons verds i marrons i motius de la cera. Tot



D'esquerra a dreta: Vicent Gallart i Antonio W. Rodríguez.

això conjugat amb perles falses i pedres facetades que no oculten la seua falsestat. «A mi m'agrada el fals amb qualitat», apunta el dissenyador, que es reconeix integrat en l'escola mediterrània: «Tenim una forma de treballar molt mediterrània, que, malgrat no encaixar de vegades amb els gustos centroeuropeus, sí que té bona resposta en llocs com Miami, on la situació geogràfica i el tipus d'habitants encaixen amb les peces alegres».

Chelcris distribueix a través de Sevi-Export a França, Itàlia, Bèlgica, Anglaterra, Grècia, Alemanya, Holanda i Estats Units, amb una facturació que representa el 20% del total. «Es ven per disseny i no per preu com es feia abans», matisa Vicent Gallart, que critica els preus a la baixa de la competència asiàtica. «Arriben a oferir fins i tot preus d'acord amb les 25 pessetes/hora que paguen. Això no obstant, la bijuteria asiàtica, que té una gran habilitat per a copiar models italians, està de baixa perquè no pot oferir qualitat i el comprador se n'adona. Així i tot, des de Hong-Kong estan envaint el mercat espanyol amb bijuteria que imita la joieria i que entra a Espanya via Europa. Són, però, peces que es deterioren amb el contacte amb l'aire».

La producció de Chelcris s'emmarca en el triangle Mallorca-Barcelona-València perquè, com assenyala Antonio W. Rodríguez, «la font d'informació és la mateixa, l'Institut Tecnològic de Bijuteria de Mahó, que és on s'edita el quadern de tendències que proveeix tots els dissenyadors». □