



ANTONI MORA CARBONELL, JOIER I PRESIDENT DE LA FIRA DE LA JOIERIA

Text: SALVADOR GIMÉNEZ / Fotos: RAFA GIL

# "Zaplana s'oblida de la petita empresa"

Joier, empresari majorista del ram i prohom compromès amb el seu país, Antoni Mora Carbonell (València, 1948) presideix la Fira de la Joieria i la Relotgeria. Des de petit ha viscut envoltat de perles, or i diamants, i això li ha permès de conèixer bé la societat valenciana.

**M**ora Carbonell acostuma a mostrar un semblant acurat, sovint acompanyat de joies variades que no passen mai desapercebudes. Amb compassió i no poca preocupació, i mentre fem temps per començar aquesta entrevista, avisa la seua família que el gos extraviat, que s'havia trobat de bon matí, tenia propietaris i "calia tornar-lo". Tot un detall. Manté un silenci encobridor quan li preguntem pels seus clients. No dona cap resposta. Són el pa de cada dia, el seu secret més estimat, i el respecte que els professa no li permet comentar frívolament res d'ells. President de la Fira de la Joieria i la Relotgeria de València, brama, potser amb raó, contra els polítics que només acudeixen a les grans cites comercials, on les fotografies estan assegurades, i es descuiden discretament de la resta. Veí del barri valencià de Montolivet, regenta un negoci majorista de joies i una petita botiga al bell mig de València. És un comerç familiar amb pedigrí, obert al públic des de 1914. El seu pare, treballador d'aquest antic magatzem de venda a l'engròs, el va adquirir quan el patró es va jubilar sense descendència. Ara els fills continuen la tradició, com fa molta gent avui dia.

—Fa pocs dies s'ha celebrat a la Fira de València una nova edició de la Fira de la Joieria i la Relotgeria. Com li ha anat?

—Amb les dades totalment confirmades la fira ha estat un èxit, tot i que sabíem des del principi que hi participarien més expositors que en altres edicions. I encara ha estat més èxit si tenim en compte que el

nivell d'aquesta cita havia decaïgut seriosament en els darrers anys. La passada edició ja es va notar un lleuger augment. Enguany, hem passat de setanta a noranta-set expositors, és a dir, teníem d'entrada una major oferta, i n'estàvem tots contents. S'havia treballat durament, s'havia creat un bon ambient... Algunes firmes, tot i no exhibir, ens han visitat per la repercussió que ha adquirit aquesta fira. I moltes ja han reservat una plaça per a properes convocatòries. A més, tot i que continua havent-hi un aclaparador predomini d'empreses valencianes, hem notat una petita presència d'expositors catalans, madrilenys i estrangers situats a l'estat.

—Vol dir això que també hi ha poder valencià en el món de les joies?

—El País Valencià és una de les zones productores més destacades de l'estat, juntament amb Còrdova, Madrid, Barcelona i, en menor mesura, Galícia. Cadascuna d'aquestes zones s'especialitza i s'adreça a un mercat concret. Al País Valencià, i sobretot al cap i casal, la producció es destina a l'exportació. A banda de la joieria més tradicional, que és de consum estrictament intern, els valencians ens hem dedicat a allò que es coneix

**"Els valencians ens hem dedicat a allò que es coneix per joieria mitjana. Ni són les peces gairebé exclusives que s'anuncien a les revistes, ni tampoc la joieria cordovesa, molt més econòmica, fina i lleugera."**

per joieria mitjana. Ni són les peces gairebé exclusives que s'anuncien a les revistes de moda, ni tampoc la joieria cordovesa, molt més econòmica, fina i lleugera. És un producte intermediari, a l'abast de tots els públics, que ens dona moltes alegries i beneficis.

—No creu que en el subconscient popular la joia



*es relaciona directament amb el poder, amb les classes dirigents i burgeses, adinerades?*

—Ja hi som! És cert que hi ha gent que relaciona joia amb un producte exclusiu, i, potser fa uns anys això era una realitat. En aquests moments, però, aquesta relació no és gens certa. Les empreses joieres han diversificat molt la distribució i el mercat. Hi ha un segment juvenil nou. Trobem productes diferents per a gent de poder adquisitiu divers, com passa amb la roba. L'oferta és descaradament àmplia.

—*Li ho comente perquè una senyora d'edat avançada, ben vestida i perfumada, fa una estona estava encapritxada de comprar-se un bon anell que triplica de llarg el salari mínim interprofessional.*

—Mira, ens trobem diàriament amb gent de tot pelatge, al carrer i en qualsevol indret. I com que l'oferta de joies és realment nombrosa, podem coincidir perfectament amb una senyora que adquireix aquest bon anell, i al seu costat, una altra que amb mil duros arranja la festa.

—*Quin és el valor d'una joia?*

—Les joies són, senzillament, un complement més de vestir, com els bons mocadors, els perfums o les corretges. Uns complements, però, que a causa dels canals de distribució i del mercat no passen de moda. No hem de fixar-nos tan sols en el valor econòmic, sinó en l'estètica. En la manera de gaudir de la joia i de mostrar-la. En el sentiment que hi pot haver darrere de cada joia. Tothom ha vist que aquestes peces s'han obert camí en tots els segments socials i com és de fàcil i comú trobar-ne en cada casa: el solitari per al nen, l'anell de compromís, els regals de comunió, l'adreç del casament...

—*Però un bon mocador no costa tant com una bona joia, o un rellotge!*

—Potser... Ara, no em sembla adequat que es critique qui té el gust d'adquirir una joia, perquè és un complement car, mentre assistim, i cada vegada més, a la proliferació dels viatges de cap de setmana a les estacions d'esquí. Un esport que exigeix moltes despeses en desplaçaments, materials, etc. O també les excursions als vedats de caça. I compte! Ho respecte, tot i que cap passatemps d'aquests em crida l'atenció. Vivim en una societat...

—*Opulenta?*

—...on la gran majoria, amb excepcions evidentment, té les seues necessitats vitals cobertes. Per tant, adquirir una joia no és cap bajanada. Hi ha qui té gust de pagar cinc milions per un tot terreny quan ja té altres cotxes. En aquesta línia, hi ha qui disposa d'un milió per regalar unes bones arracades o un rellotge que marque l'hora. Em sorprendria, sincerament, que una persona es comprara un bon brillant, car, per descomptat, i no tinguera ni per passar la setmana.

—*Per cert, què es portarà aquest Nadal?*

—L'or blanc, i els matisats en brillants. Perquè connecta amb una estètica més juvenil, molt poc recargolada i, sobretot, lleugera, atractiva i senzilla. L'or groc només el demanen els clients més clàssics que recorden que el blanc va passar de moda fa anys. A partir d'ací, cadascú que trie segons les necessitats i els gustos. Les línies mestres, però, i no erraré massa, són aquestes.

—*Unes línies mestres que s'han obert al disseny. Qui ens el marca?*

—Tret d'escasses excepcions que podem localitzar a València i Barcelona, el disseny de joies, i de bona part de roba i complements, és italià. Van aprendre, molt abans que no nosaltres, que el disseny permetia una millora de vendes i una obertura de nous mercats. I així els va. Per exemple, una senyora em demanava consell fa pocs dies per fer una compra. Li

vaig confessar sincerament que la joia en qüestió era italiana. Aquesta senyora, segons em va dir, ho sospitava i se la va quedar. Jo notava poques diferències amb altres. Però era italiana i aquest senzill detall la va convèncer. Fins i tot els nord-americans, poc avessats al món de l'estètica, reconeixen i admiren el disseny italià. Al País Valencià hem acabat introduint el disseny com un element indestruïble per augmentar la qualitat dels nostres productes. La gent busca cada vegada més la diferència. Si tens d'on menjar, pots optar per la diferència, és a dir, al disseny.

—*Uns productes que vostè anuncia així: "L'art de viure les joies". Curiós. Com es poden viure?*

—La majoria de vegades la joia complementa la personalitat. Encara que també ens trobem contradiccions quan, per exemple, observem una persona moderna amb joies

clàssiques. Però bé, en general, la joia ens complementa. Carme Alborch és el paradigma d'aquest "art de viure les joies". Va vestida i engalanada d'acord amb la seua persona. Viu les joies.

—*Quan comença el seu idil·li amb les joies?*

—Als quinze anys, més o menys. En acabar el batxillerat, se'm va presentar una disjuntiva: o continuava els estudis, o ajudava el meu pare en el negoci, cosa que necessitava. Em vaig ficar en el món de la joia sense pensar-m'ho. I ací estem.

—*Que no hi havia vocació?*

—D'un bon principi, no. A poc a poc, i amb el pas del temps, hem pres el gust per la professió.

—*Amb els joiers succeeix el mateix que amb la resta dels sectors econòmics del País Valencià, és a dir, un lliurament total envers el govern Zaplana?*

—Potser, aquest és el cas dels dirigents empresarials, les patronals i altres organismes cívics. Potser...

**"Comprar-se una joia no és cap bajanada. Hi ha qui té el gust de pagar cinc milions per un tot terreny quan ja té altres cotxes. Hi ha qui disposa d'un milió per regalar unes bones arracades o un rellotge que marque l'hora."**

Tampoc no m'ho he plantejat en aquests termes. La gran majoria d'empresaris en aquest país, i no ens enganyem, fa negocis i parla poc de política. Sí que em preocupa, però, que el govern de Zaplana, com ja va fer el PSOE, només atenga els desitjos de la gran empresa i de les grans patronals. S'oblida per complet de les petites i mitjanes empreses, bressol de riquesa al País Valencià, i no és la mateixa problemàtica la d'El Corte Inglés que la d'un petit empresari. Per cada lloc de treball que es crea en la gran empresa se'n destrueixen trenta-sis en la petita. Cal preocupar-se per la Ford, però també pels petits tallers, per les empreses mitjanes. Només se'n recorden a l'hora de demanar els impostos. Mai no pensen en cursos de formació, ni en els tipus de contracte...

—*Tal vegada és així. No obstant això, els empresaris, i puc equivocar-me, donen l'esquena sovint a la cultura del País Valencià.*

—Els empresaris són un reflex més, com ho són els polítics, de la realitat social valenciana.

Una societat que ens té acostumats si no a donar l'esquena a la cultura, sí a oblidar-se'n fàcilment. Carregar amb el *sambenito* de dolents els polítics o els empresaris és bastant fàcil, però som tots els valencians qui elegim els nostres representants. Si a la majoria del País Valencià li importa ben poc la seua llengua i cultura, als polítics si fa no fa el mateix. Ara, hem de reclamar als polítics i, en certa mesura, als empresaris que, finalment, promocionen la nostra cultura. Tenen l'obligació i el deure moral de fer-ho. Sens dubte, Canal 9 hauria de ser un motor de la cultura, encara que la societat anara per altres indrets. És una televisió pública, paguem els nostres impostos i volem qualitat, més valencià...

—*Troba voluntat de mecenatge en els empresaris?*

—Gens. Hi ha poques i gratificants excepcions. Pensem que hi ha empresaris que els ha costat déu i ajuda alçar un negoci i portar-lo endavant. Sempre



—**Quina és la joia de la corona?**

—**El Sant Pius V organitzarà prompte una exposició de la joia valenciana al llarg de la història. Com que no hi ha hagut noblesa compromesa ni reialesa pròpia s'ha perdut la tradició de passar-les de pares a fills. Si ho hagueren fet, les podríem analitzar. Allà on han acampat els hereus es troben les joies recarregades i ostentoses. No les he vistes, però segurament reflectiran la coentor de l'època. Una joia concreta? El Sant Calze de la Catedral de València, fet per un orfebre valencià.**

dispose llig, i molt. Ara, no faig cas de la premsa.

—*Si la mediterrània tinguera personalitat, quina joia li aniria bé?*

—La perla, sense dubte. Perquè està arrelada de sempre a les nostres festes tradicionals. Per exemple en el vestit de valenciana, les joies en porten. També ens agrada el diamant, encara que és una miqueta diferent. Hi ha hagut èpoques en què la perla ha decaïgut a tot arreu, mentre que al País Valencià se n'ha mantingut l'ús. Però ara torna a ser moda. I és que la dona s'hi veu molt afavorida.

—*La joia és un bon baròmetre per calibrar la societat valenciana. És aquesta moderna, si atenem l'ús d'aquest complement?*

—Molt més del que alguns voldrien. El cap i casal i, per extensió el País Valencià, és molt modern. En usos i costums, en modes i disseny. No és la societat folklòrica de segles passats.

hi ha entrebancs, i de facilitats no se n'ofereixen massa. Per tant, amb el negoci ja en tenen prou. D'altres, més estables i acomodats, sí que podrien participar en el mecenatge, però no hi entren. I si ho fan es tèbiament.

—*Un empresari va obsequiar Zaplana amb un rellotge Hublot valorat aproximadament en sis mil euros.*

—No estem acostumats a regalar als homes anells o collars. A més, aquests no tenen tanta oferta per a elegir. Les infantes han oferit als seus promesos un rellotge. Sempre dona bon resultat, tant o més que un bon anell.

—*Estaria bé imaginar-se Zaplana amb un collar de sis mil euros. Creu que li faria vergonya?*

—Si li'l regalaren a la seua muller, no tindria cap problema. És tot plegat una bajanada. No sé si Zaplana ho faria, però molts homes, ben homes, no ho acceptarien.

—*Tant se val, comenten males llengües que és home llegit. Es considera una rara avis en aquest mercat?*

—El poc temps de què

