

# Enganxats al carretó

Mentre la tradicional indústria de cistelles de palma de Pedreguer, a la Marina Alta, evolucionava cap a la marroquineria i les bosses de pell per a vestir, la família Serverengegava una altra línia de negoci. El seu gran encert consistiria a posar rodes a la bossa d'anar a la compra i convertir-la en carretó. Avui dia, més de trenta anys després, Rolser ven 600.000 carretons l'any.



Com molts altres comerciants de la zona, Vicente Server Ferrer va començar fent negoci amb els productes que les terres de secà de Pedreguer, a la Marina Alta, oferien: ametlles i panses principalment. Però la seva iniciativa el portaria, amb el temps, a decidir-se a fabricar els seus propis productes. Aprofitant la tradicional indústria d'artesanía de cistelles de palma, estesa per la comarca, i que a poc a poc aniria derivant en bosses de lona i altres teixits, els Server (pare i tres fills) van començar a fabricar bosses de tela per anar a la compra.

A diferència d'altres empreses del sector, la seva no va evolucionar cap a la marroquineria i les bosses de pell per a vestir. El seu gran encert seria un altre: posar rodes a la bossa d'anar a comprar i convertir-la en carretó de la compra. Rolser, com a marca, no naixeria fins el 1975 i tot gràcies a una comanda fortuïta. Joan Server és un dels tres fills de Vicente i recorda que fa trenta anys van rebre un encàrrec de l'empresa Spar, que treballava en el segment de supermercats més moderns del moment. "Ens van demanar que els férem un carretó de la compra. I nosaltres, encantats de la vida!"

Per fer realitat el carretó, els Server es van posar en contacte amb les empreses que fabricaven joguets a Dénia i que utilitzaven maquinària per fer els tubs dels tricicles. "Hi havia un tipus de fabricació de tubs d'acer que nosaltres necessitàvem i vam començar a col·laborar amb aquestes empreses. A poc a poc aniríem desenvolupant tot aquest tipus d'indústria i avui dia tenim la nostra pròpia maquinària, que treballa amb l'alumini. Tenim tots els processos de fabricació automatitzats, ens fem els nostres components, tot el procés del xassís i totes les matriceries per als plàstics que necessita el carretó."

A hores d'ara, el carretó de la compra és ja un producte tradicional, però Joan Server recorda que al principi era un producte molt innovador i modern, "fins al punt que en els pobles no era fàcil que una dona portara un carretó com una cosa molt habitual". Ara n'hi ha de tot tipus i Rolser, des de la seva fàbrica a Pedreguer, s'ha convertit en el gran especialista del segment: "Ens vam proposar ser especialistes en carretons de compra i tenir tota la gamma: des del més barat al més car, des del carretó de dues rodes al de quatre,... el que siga. La qüestió és cobrir tots els segments"

**De Pedreguer a Austràlia.** Rolser ven entre 550.000 i 600.000 carretons l'any, que es distribueixen sobretot a través de ferreteries, grans superfícies i supermercats de format modern. El seu principal client és l'estat espanyol, tot i que també és present a l'exterior, on destina entre un 10% i un 15% de la seva producció, sobretot a França, i més concretament a París, on "s'ha posat de moda i podem veure Rolser per tot arreu, perquè es consumeix i molt", assegura Joan Server. Però els parisencs no són els únics que reclamen els carretons de Pedreguer, també ho fan a Canadà i a Austràlia i Joan Server confia que en un futur no molt llunyà també es rendeixi als seus peus el mercat dels Estats Units.

Després de més de trenta anys de treball constant, el carretó comparteix protagonisme amb un altre producte en el qual l'empresa valenciana té posades moltes expectatives: les escales d'alumini. Joan Server retrocedeix al 1985 i recorda: "Teníem por que el carretó no tinguera una continuïtat en el temps i fóra un producte que s'acabara." Això els va portar a aprofitar l'oportunitat que se'ls va oferir de comprar una empresa d'Alzira que feia escales d'alumini. "Nosaltres ja treballàvem molt bé aquest material, amb els xassís dels carretons, i vam comprar la maquinària amb la idea que si el carretó de la compra no tenia continuïtat en el temps, llavors tindríem una altra activitat en què recolzar-nos". Els temors, però, eren infundats. Avui dia, els carretons representen encara el 50% de la facturació de Rolser i com-



futur." Rolser també ha donat molta importància a la marca i a la imatge d'aquesta marca. El seu no és un carretó econòmic, sinó que, gràcies al disseny i a la qualitat de materials, se situa en un segment mitjà-superior. "En qualitat, prestacions i disseny no hi ha res que se'ns assembla en el mercat. En preu sí que tenim competència i fins i tot un poc deslleial, perquè tenim moltes còpies a preus inferiors, que per poder oferir el preu que fan van retallant en la qualitat dels materials i acaben desvirtuant el producte. Llavors el consumidor es pot sentir estafat."

**Rejuvenir-se o morir.** Rolser, però, té altres reptes en què pensar. Avui dia, reconeix el mateix Joan Server, el carretó és concebut com un producte fins i tot massa tradicional. "A la gent jove potser ja no li agrada tant, ho veuen de gent major. Però nosaltres intentarem per tots els mitjans que la gent es vaja enganxant al carretó." Per això, l'empresa valenciana prepara productes moderns, amb un elevat component de disseny per recuperar públic jove i poder mantenir les actuals xifres de creixement. Tot i l'alentiment econòmic dels últims anys, les vendes de Rolser han continuat a l'alça, entre un 5% i un 10% d'increment anual.

Aquesta constitueix, sens dubte, una bona base a partir de la qual continuar creixent. Rolser té entre mans una fàbrica moderna amb molta capacitat de producció i "ara ens fa falta créixer una mica més", segons Joan Server. "No tenim cap cotilla que ens ho impedeixi, com ens podia passar en anys anteriors. Ara tenim capital suficient per fer inversions, tenim la infraestructura i el capital humà necessari. Estem en un bon moment per créixer." Fins quan? "La meua previsió és que en un termini de quatre o cinc anys hauríem d'augmentar en un 50% la xifra de facturació." Per aconseguir-ho caldran fortes inversions en maquinària, una millora dels processos de producció i sobretot un disseny capaç d'atraure i consolidar nous mercats. En definitiva, tot per "posar el carretó de moda, que siga *fashion*".

*Bàrbara Amorós*

#### EMPRESARIS MODERNS

El País Valencià és una terra de contrastos a nivell empresarial i Joan Server encarna perfectament la imatge de l'empresari valencià modern, que creu en el dinamisme i en el progrés de l'empresa lluny de les opcions conservadores, que fan que els empresaris "no s'adonen que la seua ideologia els porta a estancar-se i a no obrir-se". Es declara atònit davant la "falta de contestació per part de l'empresariat en contra de les moltes coses que fa malament el Govern actual" i a aquells que diuen que tot va molt bé, els recorda: "Jo tinc una A7 que he de pagar tots els dies i l'aeroport de València no m'agrada com està quedant, perquè abans tenia un vol a Brussel·les que ara ja no tinc."

parteixen protagonisme amb les escales, de les quals es venen unes 250.000 peces l'any.

L'objectiu dels Server és també ser reconeguts com a especialistes en escales. "És un sector més complex, perquè hi ha molta més varietat. Hi ha el tamboret menut, l'escala domèstica, l'escala industrial, fins i tot petites bastides. Hi ha una gamma molt àmplia i ens està costant una mica més perquè hem de tenir una tecnologia molt més avançada per poder fabricar aquest tipus de productes professionals."

Rolser factura entre 18 i 20 milions d'euros, dóna feina a un centenar de persones de manera directa i al doble si tenim en compte els proveïdors: des de matricers, fabricants de plàstics i teixits fins a fabricants de tubs d'acer. L'empresa es troba en aquests moments culminant un procés de concentració de la producció en la nova fàbrica que té a Pedreguer, on disposa de 21.000 metres quadrats de superfície. "Hem aconseguit l'estructura d'una empresa forta amb un producte humil —assenyala Joan Server—, i ho hem fet perquè sempre hem estat investigant i dissenyant coses noves, fent que el carretó siga cada vegada més còmode, més agradable, més graciós i de més qualitat. El carretó de compra és un producte de passat, present i