

Bellesa i poder

Durant l'exercici del 2002, i per primera vegada en la seua història, l'empresa Lladró va registrar pèrdues. Una dada que coincideix amb un difícil relleu generacional en aquest imperi basat en la porcellana de luxe però amb múltiples inversions en altres sectors, incloent-hi la política.

Moltes vegades són les famílies les que causen la destrucció d'una empresa. D'aquesta manera, no fa temps, expressava José Lladró el seu temor davant del procés de successió obert al luxós imperi de la porcellana. Un recanvi generacional que, lluny d'haver estat un mer tràmit, ha esdevingut un formidable fullotó per la intriga i les lluites vaticanes que s'han anat succeint, entre germans i cosins, per quedar-se amb el poder d'una marca que, a més d'ingent riquesa, genera molt de prestigi social arreu del planeta.

De moment, el traspàs s'ha completat i cap dels tres germans fundadors ostenta ja la presidència, ni cap càrrec directiu. Justament és Juan Vicente, fill de Vicente, el més menut dels tres pioners, qui presideix sense tasques executives aquesta companyia que, segons la consultora Deloitte&Touche, està valorada en quasi 650 milions d'euros. Tot i el relleu, però, encara queden molts interrogants per resoldre que, tard o d'hora, poden trasbalsar la plàcida existència d'aquest holding empresarial, nascut al caliu d'un petit forn de porcellana, ara fa cinquanta anys, a Almàssera (l'Horta). Entre d'altres: per primera vegada, els resultats globals de la corporació per a l'exercici 2002 han comportat pèrdues. Una dada gens habitual que dona ales al temor o vaticini, abans referit, de José Lladró.

Lladro és una empresa familiar a pesar de la seua magnitud. A tall d'exemple, encara no cotitza en borsa. I, és més, la presència de vocals independents, tres, al consell d'administració, respon més a la seua funció moderadora entre els in-

teressos de cada família, que no a la seua participació accionarial, cap. No debades, Lladró és el fruit de tres germans –Juan, José i Vicente– que, de la nit al matí, van veure que vendre fang es podia pagar, molt ben pagat, a preu d'or. No cal dir que van encertar de ple, tot i que ningú encara sap com. I que ho van fer amb un producte, d'estètica ben particular, que va trobar la ràpida acceptació de mercats generosos com el nord-americà. I que això, en efecte, els va fer rics de veritat, sense que perderen mai l'oremus ni la perspectiva. Abans que res, sabien d'on venien; que eren fills d'una pobresa amarga que només els havia condemnat a treballar i poca cosa més. I que, fins i tot, una mala jugada els podia tornar a deixar sense res, com estaven en un principi.

La fraternitat, en aquest cas, havia funcionat. Almenys, i com sol passar, fins que els fills, cadascun d'un pare i una mare, es van clavar entremig. Això va passar cap a mitjan anys vuitanta, quan Rosa María Lladró Castelló, filla de José, va accedir al consell d'administració juntament amb dos hereus més, fills respectivament de Juan i Vicente. Es va obrir, aleshores, un sucós meló, el d'una herència de les grans, que no s'ha pogut o volgut tancar fins fa unes poques setmanes i d'aquella manera, per no dir en fals.

Com dèiem, Rosa M^a Lladró Castelló –no la confongueu amb la seua cosina, filla de Juan, actual vocal al consell d'administració– hi va voler imprimir un ritme més frenètic en la gestió de la porcellana, que d'altra banda no va agradar gens a cap dels seus cosins. En aquest sentit, ha reconegut en públic

que la seua direcció executiva, a principi dels noranta, no va ser satisfactòria, perquè en una empresa familiar calia haver mantingut les quotes de poder i que, en efecte, ella no les va respectar. Un fet que li ha passat factura, el seu abandó del consell l'any 1998, i que encara no ha superat: ni l'afectada en qüestió, ni Lladro, SA. Valga com a mostra que totes dues parts han arribat, fins i tot, als tribunals per un litigi en l'ús de la marca Lladro.

No és cap broma, ni de bon tros. Rosa Maria Lladro està comercialitzant vi amb la marca *Duque de Lladro*. Però això tan senzill, que passaria desapercbut en qualsevol altra família, no va agradar gens el holding, que va interposar una demanda contra la filla díscola, i alhora accionista de l'empresa denunciant, per creure que atemptava contra els drets de propietat industrial. En primera instància la demanda va ser desestimada, tot i que Lladro hi va recórrer. Fóra quin fóra el veredict, el tràngol familiar no degué ser gens recomanable. I és que la demandada va sol·licitar la compareixença de son pare, José Lladro, com a testimoni i, tot i ser admesa, finalment aquest no hi va assistir. Veritables picabaralles entre pares, fills, germans i cosins, que amaguen, o no tant, la lluita pel poder, que n'hi ha molt. Sense anar més lluny, Rosa Maria va acusar públicament de masclista el consell d'administració de Lladro quan justament la seua vicepresidenta era dona i, de més a més, germana seua.

L'any 1999, José Lladro va mostrar el seu malestar en més d'una entrevista. No li agradava gens el tracte que la seua filla rebia per part de la resta del clan. Fins i tot, apuntava que la direcció executiva de Lladro havia de presidir-la la persona més preparada i qualificada, i mai regir-se segons el criteri d'equilibris entre famílies: una consideració vetllada que eixia en defensa de la seua filla. Al poc de temps, Juan Lladro abandonava el seu càrrec de president i el substituïa el mateix José. D'aquesta manera es perseguia mantenir el consens i l'equilibri a dins del grup, segons les explicacions oficioses, tot cedint el pes de la gestió a tres cosins, representant cadascun d'ells una pota fundadora.



Amb l'elecció de Juan Vicente Lladro Roig com a president del consell d'administració, Lladro culmina un costós relleu generacional.

Ara, amb l'elecció de Juan Vicente Lladro Roig com a nou president i l'abandó dels tres germans fundadors de la primera línia es culmina el relleu generacional de l'empresa familiar, tal vegada, més representativa del País Valencià. En endavant, el consell d'administració estarà format per tres consellers independents i sis cosins, dos fills

per germà, mentre que la figura del conseller delegat no s'ocuparà, almenys, momentàniament. Moltes són les interpretacions que circulen; que si la família de Vicente Lladro n'ix reforçada de la reestructuració, que ja li tocava la seua hora després del lideratge de Juan i José... El que queda clar, però, és que el nou president ha hagut de fer front

L'ombra allargada

Mai no s'haurien pogut imaginar els tres germans Lladró que, d'aquell forn morú que van construir als baixos de la casa dels pares fa just mig segle, arribarien a hegemonitzar, un bon dia, el mercat mundial de la porcellana de luxe. Ni tan sols que es farien, gràcies a això, amics de personatges il·lustres com Michael Douglas, Charlton Heston i Lauren Bacall, per no citar Bill Clinton i Ronald Reagan. En efecte, aquell petit forn ha donat per a molt més que riquesa i treball. Per exemple, poder lluir de tenir una botiga de luxe i *glamour* a la sempre selecta avinguda de Rodeo Drive, a Beverly Hills. I d'altres també a Las Vegas, Nova York, Moscou, París, Londres, Tòquio o Hong Kong.

Més enllà dels gustos estètics, sempre discutibles per no qualificar-los de *kitsch*, Lladró és, ara com ara, una referència ineludible del luxe a escala mundial i d'això en són conscients. Per això, han apostat, entre altres, per invertir en Carrera y Carrera, una empresa especialitzada en alta joiera. D'aquesta manera, volen consolidar-se en aquest segment de negocis i continuar marcant una imatge que ven més que no sembla. Temps enre, José Lladró retratava Esperanza Aguirre, l'actual presidenta de la comunitat de Madrid, com "molt lladró". Tota una declaració de principis que defineix ben clarament el mercat a qui es dirigeixen aquestes figures de porcellana fina, bucòliques unes, costumistes altres, que adornen les mansions i pisos luxosos de la gent amb possibles. Sobretot, als Estats Units i el Japó.

Aquesta dimensió mundial, però, l'han sabuda conjugar amb la seua influència més domèstica. Influència econòmica i, també, política. La família Lladró, i el seu holding Sodigei, han estat un tòtem ineludible per als grans negocis valencians. A tall d'exemple, Juan Lladró ha estat vicepresident del Banc de València. Ara ho és la seua filla Rosa. També ha format part del consell d'administració de Tabacalera, el primer després de la seua privatització, del qual va fins i tot va esdevenir el primer accionista particular.

A més, a principi dels noranta, va participar amb un 5% en el capital social d'Antena 3 TV. Ha format part del consell del Banc Central Hispano, abans de la fusió amb el Santander... En efecte, la llista podia allargar-se massa i tot, perquè la seua cartera d'inversions és més que generosa. Participen en interessos turístics, comparteixen amb Colortex una consultoria, amb Carrefour s'alien per vendre cítrics de qualitat, amb Andrés Ballester per invertir en el port nàutic de Xàbia, amb Rafael Ferrando, el president de la Confederació Empresarial Valenciana, per edificar a la pista d'Ademús, al costat del Palau de Congressos de València. I recordem que la seua participació en Terra Mítica és més que testimonial. Ja ho confessava, no sen-



Els germans Juan, Vicente i José Lladró, els fundadors de l'empresa familiar més representativa del País Valencià.

se raó, un dels germans: "El millor que sap fer Zaplana és vendre projectes als empresaris."

L'ombra dels Lladró, com podem observar, és allargada. I la seua influència social, també. El poder mai ha dubtat a estar del seu costat. Si Zaplana, acompanyat de muller i filla, va assistir a la inauguració de la botiga Lladró a Beverly Hills, Lerma tampoc va dubtar mai a fer-se les fotos que calguera al costat del clan. Massa poderosos per menysprear-los. Això mateix degueren pensar els responsables de l'amnistia fiscal, aquella dels 200.000 milions de pessetes que denunciava el PP, perquè els Lladró van deixar de pagar més de 1.000 milions de pessetes. Res de l'altre món, si els inspectors que ho permeteren van ser gratificats per Aznar. La seua connexió amb el poder, fins i tot, es va veure reforçada quan el marit de Rosa María Lladró Castelló va ser nomenat, a principi de l'era popular, alt càrrec de Sanitat, primer com a número de la Conselleria i, després, al Ministeri. Rubén Moreno prompte es va cansar, però mentrestant tothom va interpretar que els Lladró tenien mà. Tanta com n'han tingut en el conflicte lingüístic, animant Unió Valenciana, primer, i després el Partit Popular, quan en els vuitanta tenien una situació electoral complicada. I, darrerament, amb el seu paper actiu a la Reial Acadèmia de Cultura Valenciana.

Els confessen que no han estat mai temptats per la política. Però quan se'ls pregunta si són molt de dreta, responen que "molt de dreta, no". Tot i que José Lladró matisa: "Amb Felipe González guanyàvem més diners, però preferisc Aznar." Siga com siga, aquell forn morú ha donat per a molt, riquesa, poder i prestigi. Ara només queda la incògnita de si la transició generacional i els dubtes que l'assoten permetran continuar la llegenda del fang a preu d'or.

J. C.



EL TEMPS

L'estètica bucòlica i costumista de les porcellanes de Lladró adorna mansions de mig món, especialment al Japó i als Estats Units, on l'empresa gaudeix d'un mercat molt sòlid.

als primers resultats negatius de la història de la firma, més de 5,3 milions d'euros.

D'explicacions n'hi ha i de sobra. Que si Lladró gestiona més del 70% de la seua facturació en dòlars i aquesta moneda s'ha devaluat sensiblement respecte l'euro en els últims anys; que si la desaceleració econòmica a Europa i als Estats Units ha afectat més del compte. Que si la inversió en Terra Mítica, entre altres, ha influït en els resul-

La inversió en Terra Mítica pot haver influït en els resultats negatius que ha obtingut l'empresa darrerament

tats negatius de la cartera d'inversions del grup. I heus ací que, de bones a primeres, hem trobat ja un canvi significatiu respecte la gestió de la generació anterior.

Va ser José Lladró qui va defensar la presència de l'imperi de la porcellana en l'accionariat del parc temàtic de Benidorm, impulsat per l'ara ministre de Treball, Eduardo Zaplana. Ha estat José



EL TEMPS

Lladro ha consolidat la seua marca com a referència ineludible en el sector de productes de luxe, per això, en els últims anys, han apostat per invertir, per exemple, en firmes d'alta joieria com ara Carrera y Carrera.

Tot i els problemes, és difícil que l'empresa, de marcat to paternalista, opte per retallar llocs de treball

Lladro qui ha exercit de vicepresident, fins i tot, del mateix parc. I és que no ho poden negar. Zaplana i Lladro han estat veïns d'escala –també ho ha estat l'ex-directora de *Las Provincias*, María Consuelo Reyna, de tots dos– i això dóna confiança, tanta com per donar-li suport, com ho han fet tants altres empresaris valencians, en un projecte arriscat com Terra Mítica que, de moment, no deu ser ni tan mític ni tan excel·lent perquè Lladro ha vist, per primera volta, números rojos als seus comptes. L'actual magnat de la porcellana, en canvi, ha dit prou, a diferència del seu oncle. Per això, no ha participat en la nova ampliació de capital; un gest atrevit que, de ben segur, no deu haver agradat al ministre portaveu.

Tal vegada, el perfil més discret de Juan Vicente, que respon també al del seu pare, l'aboque a prendre decisions

d'aquest estil i d'altres com, per exemple, el pla de reducció de costos en l'àrea comercial i de serveis externs. Reconeixen totes les fonts consultades per EL TEMPS que difícilment Lladro, per la seua concepció paternalista de l'empresa –ells en diuen capitalisme humanitzat–, retallaria llocs de treball a les primeres de canvi quan els resultats no són, ni de bon tros, els esperats. De moment, unes 2.400 persones estan actives en una plantilla, sense sindicats, però amb una perspectiva laboral més que envejable si s'atenen a la temporalitat excessiva i els sous baixos que imperen ara com ara. Conta el saber popular que molta gent d'Almàssera i els pobles del voltant han aspirat de sempre a treballar-hi, perquè les garanties laborals eren les més paregudes a les de l'administració pública. Això sí, sense sindicats.

En aquest escenari de dubtes, Rosa Maria Lladro Castelló ha anat més lluny i ha exigit un informe sobre el valor real de l'empresa. No debades, en més d'una ocasió, havia comunicat la seua intenció de vendre el seu paquet d'accions. Però com que aquestes no estan contrastades pel mercat, cas de la borsa, ni mai a la família se li havia acudit la idea que es pogueren arribar a vendre, ha calgut aquest estudi, encomanat a Deloitte & Touche, que indica que l'11% que posseeix Rosa Maria –la meitat és del seu pare en usdefruit– té un valor d'uns 71 milions d'euros. Siga quin siga el valor, però, l'important és que una maniobra d'aquest calat produirà un terratrèmol més que significatiu perquè, si continua endavant, pot obligar a la resta de la família a desembutxacar la quantitat gens irrisòria de quasi 12.000 milions de les antigues pessetes per tal que no accedesquen a l'accionariat agents externs, o bé acceptar irremissiblement aquest destí, ni pitjor ni millor, que trencaria amb la concepció familiar i la plàcida existència d'aquest imperi de bellesa i poder.

Joan Colomer