

## El taulell mira de no rrelliscar



imatge de la darrera edició de Cevisama, a la qual enguany assisteixen 960 expositors.

Aquesta setmana té lloc Cevisama, trobada anual de les empreses del taulell. L'alentiment en la construcció de pisos, la creixent competència xinesa, les magres perspectives econòmiques i la pujada del preu de l'energia posen a prova l'envejada fortlesa del sector industrial més important del País Valencià.

**S**obre una superfície aproximada de 350 quilòmetres quadrats s'assenta el *miracle* industrial valencià. Es tracta d'un irregular pentàgon amb vèrtexs a Nules, Onda, l'Alcora, Borriol i Vila-real. S'hi inclouen al voltant de 250 empreses del taulell que, empeses per una sana competència entre elles i auxiliades per una xarxa solvent d'instituts de recerca i innovació, han conformat el que per a molts és el clúster industrial més important del País Valencià. Una volta amb cotxe per les carreteres que uneixen aquestes poblacions esdevé una passejada per interminables polígons industrials on s'apilonen milers i milers de taulells. Perquè a l'Alcalatén, la Plana Alta i la Plana

Baixa parlar d'activitat econòmica és parlar de la ceràmica. Tanmateix, aquesta setmana és previsible que no hi haja tant flux de vehicles entrant i eixint d'aqueixes factories. Comercials, directors de màrqueting, caps de vendes... aterren a la Fira de València, on té lloc la 26a Fira de la Ceràmica, Cevisama. S'hi apleguen 960 expositors i, per tant, és una bona oportunitat per a comprovar l'estat de salut i la fortlesa real del sector, en vista de tot un ventall d'incerteses: des de la competència asiàtica a l'increment del costos energètics, passant per la crisi del sector de la construcció.

La principal amenaça que plana ara per ara sobre els productors de rajoles és l'alentiment del sector de l'habi-

tatge a l'estat espanyol. Menys pisos construïts significa menys parets i menys paviments per a enrajolar. De manera que és previsible que la frenada immobiliària acabe afectant els comptes finals de les empreses del ram aquests anys vinents. Fernando Diago, president d'Ascer, la patronal del sector, va admetre la major fa dues setmanes durant la presentació de resultats de l'any passat, si bé es va mostrar confiat que les reformes pal·liaran en part el descens de l'obra nova.

**Enrajolar el món.** Siga com siga, la partida també es juga fora de casa. El 56% de la facturació del taulell correspon a les vendes a l'exterior, una quota de mercat guanyada a pols amb l'àrdua competència, primer italiana –concentrada a les províncies de Mòdena i Reggio de l'Emília– i després xinesa. Per països, els Estats Units han estat tradicionalment la destinació de la major part de les exportacions, amb una quota que enguany va aplegar al 6,6% del total exportat. Ara bé, les xifres referides a l'Amèrica del Nord són molt més baixes que no les enregistrades anys enrere, sobretot a causa de la feblesa del dòlar respecte a l'euro, que encareix l'exportació de mercaderies a l'altre costat de l'Atlàntic. Les incerteses econòmiques desencadenades arran de la crisi de les hipoteques d'alt risc i l'ombra de la recessió no fan augurar bones perspectives amb vista a les campanyes properes. La caiguda de vendes als Estats Units va ser compensada l'any passat pel mercat europeu i, especialment, pels països de l'Est (les vendes a Romania, per exemple, van augmentar d'un 37,5%). S'entén: molts dels constructors per als qui enrajolaven ací, ara són allí. La qüestió és que Europa va representar l'any 2007 el 67% de les exportacions de rajoles.

Les exportacions europees del taulell valencià han assolit una fortlesa més que considerable. Segons el *Llibre blanc de les empreses*, publicat per l'Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa, el 45% de la ceràmica

## "La Xina ha de ser un soci més"

Josep Lluís Hervàs (Alzira, 1974) és professor de la Universitat Politècnica de València, al departament d'organització d'empreses, i coautor del *Llibre blanc de les empreses de l'Euram*, publicat per l'Institut d'Economia Ignasi Villalonga.

—Com penseu que afectarà la davallada de la construcció el sector del taulell?

—L'efecte pot ser molt important, perquè la correlació entre taulell i construcció és claríssima. Cal no oblidar que la meitat de la producció del taulell va al mercat espanyol. És possible que la producció del taulell disminueixca en un percentatge semblant al de la construcció.

—Confieu que Europa pugui substituir la demanda nord-americana de taulell?

—Crec que sobretot l'Europa de l'Est, i especialment països com ara Polònia, poden estirar la demanda perquè la construcció va creixent a ritmes molt accelerats.

—El taulell està preparat per a afrontar la competència xinesa?

—El taulell té recursos i capacitats de sobres per a fer front a la competència xinesa. La qüestió no és si podem o no podem contra els xinesos. La qüestió és intentar diferenciar el producte i evitar el seu mercat. És a dir, un taulell xinès no té el disseny, l'acabat ni el servei que té el de Castelló. Per tant, busca mercats molt poc sofisticats, on l'única cosa important és el preu, mercats en què el període de lliurament no compta... Però el sector de Castelló té recursos, imatge, marca, prestigi i anys de garantia per a sostenir el seu producte en mercats de valor afegit, en què el preu és important, però no és el factor determinant.

—Hi ha empreses, això no obstant, que han decidit d'importar taulell xinès i comercialitzar-lo sota la seua

marca. Us sembla una estratègia encertada?

—Ací passen dues coses. Us referiu sobretot al gres porcellànic, que és un gres que els xinesos saben fer molt bé; no és el gres de pasta roja de Castelló. Per ser políticament correcte t'hauria de dir que importar d'Àsia està mal fet, perquè el clúster se'n ressent... No obstant això, en realitat és una bona estratègia. Allò més important és que les empreses autòctones són capaces de sostenir les seues xarxes de comercialització. Si controles els canals de venda, et pots permetre el luxe de combinar la teua pròpia producció amb productes d'uns altres països, la qual cosa és bona, perquè si ho fan bé i barat, el producte afegit me'l quede jo. Jo tinc el client, la marca i la distribució. La Xina ha de ser un soci més.

Per una altra banda, per a moltes empreses la Xina ja constitueix un mercat molt important. Parlem d'un 2% dels xinesos amb una renda com la mitjana de la Unió Europea. És a dir, 200.000 persones, i això és un mercat com França o Alemanya juntes.

—I hi ha possibilitats que el taulell trasllade la producció?

—No és factible, perquè es tracta d'un sector atípic dins els sectors tradicionals. El factor diferencial respecte a la resta és el potentíssim sector químic que té al voltant. Té un sector d'esmalts amb una potencialitat i una capacitat d'investigació

terrible. Hi ha una gran transferència de coneixements cap a l'àmbit del taulell. El sector del taulell és una esponja que absorbeix tot allò que li dona el químic. Si, a més, afegeixes que Castelló és l'única ciutat del món que té una enginyeria en especialitat ceràmica, ja ho tens tot. Són la ferramenta de coneixement i de capital intel·lectual que necessita el sector. A més, a l'Institut de Tecnologia Ceràmica tens cent científics treballant a temps complet en investigació i desenvolupament.



Josep Lluís Hervàs, professor de la UPV.

europea la produeix la indústria de l'estat espanyol, i, d'aquesta xifra, el 94% pertany a la indústria localitzada a les comarques de Castelló. Encara més: aquestes comarques són el segon productor mundial de rajoleta, després de la Xina. La producció asiàtica ha tingut un increment tan espectacular com a la resta dels camps, fins a esquitllar-se i destacar-se en la lluita que fins ara havien monopolitzat valenci-

ans i italians. A final del 2006, la Xina copava el 35% del comerç mundial —l'estat espanyol, el 19%— i generava 2.500 milions de metres quadrats —les empreses autòctones, 609 milions. Com en els altres sectors, el baix cost de mà d'obra, l'absència de normes ambientals i de seguretat laboral i el mateix potencial asiàtic expliquen aquest increment que, fins i tot, ha fet que algunes empreses de casa nostra,

sense abandonar les factories matrius, començaren a produir en terres asiàtiques. Durant el període que va des del 2000 fins al 2005, les importacions de taulells, impulsades des de les firmes castellonenques, es van multiplicar per 140. El perill de la deslocalització, de fet, va planar-hi amb força durant el 2004, coincidint amb l'aplicació del pla d'assignació d'emissions per a complir els compromisos de Kioto.

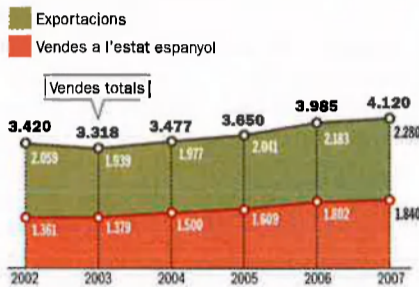
L'obligació de comprar drets d'emissió volia dir, segons la patronal Ascer, tancar un 20% de les empreses i posar en perill 6.000 llocs de treball, per la qual cosa no es descartava que algunes empreses decidiren de traslladar la producció a països amb legislacions més laxes. Tres anys més tard, la croada de la patronal contra els compromisos ambientalistas s'ha apaivagat i el fantasma de la deslocalització s'ha esvaït. Hi ha uns quants entrebancs que els xinesos encara han d'esquivar: la distància física amb els importadors, les dificultats de transport (no és igual transportar uns mitjons que rajoles), el menor coneixement dels canals de distribució i la manca d'una tradició de qualitat que els avale.

Ara per ara, el missatge oficial d'Ascer, pel que respecta a la competència asiàtica, és de calma. Ningú no nega el protagonisme que va adquirint la Xina en aquest mercat, però, asseguren, el taulell autòcton té les eines necessàries perquè la seua estabilitat no trontolle. "La ceràmica valenciana es va situant com un producte de gran valor afegit -expliquen des d'Ascer-, i no competeix en el mateix sector de mercat que el producte xinès." El mercat europeu, tant per proximitat en la distribució com per tradició, doncs, està garantit. Ara bé, l'oferta xinesa va acaparant la demanda d'alguns altres països que fins ara eren proveïts per valencians i italians. "Fa uns quants anys, enviava 2.000 o 3.000 contenidors de taulells als països asiàtics -explica un empresari amb quaranta anys d'experiència-, però l'any passat no n'hi vaig enviar sinó 150."

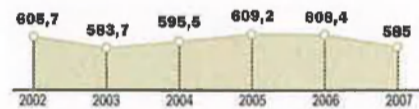
**La cultura de la rajola.** La principal carta de la rajola local és que, al contrari que alguns altres clústers valencians com el tèxtil o la joguina, té un comportament sistèmic. Dit altrament: al voltant de les empreses s'ha ordit una xarxa solvent d'instituts tecnològics i centres de recerca que alimenten la indústria i la milloren, i han esperonat els empresaris a reinvertir-hi els beneficis. Això fins al punt que un 10% de la xifra de negoci d'aquest sector s'esmerça en activitat d'R+D. L'existència de l'Institut de Tecnologia Ceràmica, promogut per la Universitat Jaume I, o l'Associ-

## El sector del taulell\*

VENDES (milions d'euros)



PRODUCCIÓ (milions de m<sup>2</sup>)



OCUPACIÓ (2006)



EXPORTACIONS (2006)



EL CLÚSTER VALENCIÀ



\*Dades de l'estat espanyol. El 94% de la producció es fa a Castelló. Font: ASCEF

ció per a la Promoció del Disseny Ceràmic o la celebració del Congrés de Qualitat del Procés Ceràmic han propiciat una circulació fluida de coneixement. Darrerament, el sector ha engegat un projecte, 4senses, en col·laboració amb l'Institut de Biomecànica de València, que desenvolupa nous productes ceràmics a partir dels resultats de la interacció de l'usuari amb el taulell.

La capacitat del sector per a encarar les circumstàncies que li sobrevenen també s'ha posat de manifest davant el repte energètic. El taulell és un sector de consum energètic intensiu, sobretot

de gas natural. Les pujades de preus d'aquests darrers anys començaven a passar factura a les taulelleres de Castelló, fins a esdevenir un dels principals cavalls de batalla de la patronal. El problema es va resoldre, si més no a termini mitjà, quan el juliol del 2006 Ascer i Gas Natural van signar un contracte de subministrament per a tres anys que estableix unes "millors condicions de preu dins el mercat liberalitzat del gas", per a 140 firmes del sector. Per a la gasista, el contracte representa el 10% de les vendes totals.

La tipologia de les empreses també ha jugat tradicionalment a favor del sector. Tot i la presència de firmes de renom, com ara Pamesa, Porcelanosa, TauCeràmica, el grau de concentració és relativament baix, segons el *Llibre blanc de les empreses de l'Euram*. Així, per exemple, Pamesa, l'empresa que més metres quadrats de producció va aconseguir, representa un 3,6% de la producció total de ceràmica de Castelló. Aquestes condicions de pressió i competència creen una atmosfera propícia a la innovació i al desafiament empresarial que en millora la posició al mercat mundial. Els reptes que representa ara per ara la situació d'estancament econòmic han fet, això no obstant, que dins el sector comence a parlar-se d'empreses que patiran per sobreviure, i per això no es descarten futurs expedients de regulació. "Jo he vist empresaris invertir 15 milions d'euros en una fàbrica. I s'han oblidat totalment de proveir un bon equip de vendes!", explica un bon coneixedor del sector.

Siga com siga, el País Valencià s'hi juga molt, amb el que puga passar aquests anys vinents en un sector que va començar al caliu d'uns forns àrabs al voltant dels quals s'organitzava una minsa producció. Avui, segons dades d'Ascer, la ceràmica és el primer sector inversor del País Valencià, amb el 15% de la inversió industrial el 2005 i el 47% de les comarques de Castelló. A més, és el segon que més riquesa aporta i és a punt d'entrar en el rànquing dels deu sectors econòmics més exportadors de l'estat espanyol. Per tot això, seria bo que el sector, ara que el terra és banyat, no relliscara.

V. Tena