

Andreu World, una empresa per a llogar-hi cadires

La companyia Andreu World s'ha col·locat a l'avantguarda mundial en la fabricació de taules i cadires. Resseguim ací, ara que s'escau la celebració de la Fira Hàbitat de València, l'èxit d'una firma nascuda fa més de cinquanta anys a Alaquàs i que ha fet del disseny un senyal d'identitat.

Quatre potes, és clar, sempre donen més seguretat que tres quan es tracta de seure. Però a voltes allò aparentment més estable no ha de ser necessàriament millor. Ho saben bé a la firma de mobles Andreu World, que, des de fa més de vint anys, manté al seu catàleg una cadira dissenyada pel barceloní Josep Lluscà que només té tres potes. Andrea –així es diu la peça– té l'honor de ser l'objecte més veterà dels que Andreu World posa a disposició dels seus compradors, repartits per mig món. Dos decennis després del llançament, Andrea continua tenint requesta en el mercat, amb l'honor d'haver estat exposada al MoMA de Nova York com una creació clau del disseny contemporani.

La vigència estètica d'Andrea, que aquests vint anys ha anat veient néixer qui-sap-les germanes, explica molt bé l'esperit d'Andreu World, una empresa nascuda el 1955 a Alaquàs que s'ha situat a l'avantguarda en el disseny de taules i, sobretot, cadires a tot el món. És la història d'una indústria que va nàixer d'una ebenisteria i un bon dia va decidir d'agafar la senda del disseny, de la cultura del producte. Com en tota bona història, al centre d'aquesta aventura hi ha un home fet a si mateix: Francisco Andreu. Ell va heretar del seu pare, quan tenia disset anys, un petit taller. Andreu, però, ambicionava alguna cosa més i va anar per feina. Manca d'electricitat, precarietat a l'hora de

transportar els productes, tècniques gairebé artesanals van entrebancar uns inicis que van donar pas, una dècada després, a unes millors instal·lacions i a una producció més estandarditzada. La serietat en la feina i l'ampliació de les plantes de producció va propiciar que Curvados Andreu, nom original de la firma, es consolidara com un dels principals productors de cadires dels Països Catalans. Al cap i a la fi, aquella empresa no feia més

que situar-se al capdavant d'un dels sectors que contribuï en aquella època a la industrialització i la modernització econòmica del País Valencià. La societat de consum s'instal·lava a poc a poc i el moble clàssic gaudia d'un enorme predicament. La demanda, doncs, era garantida per molts anys.

Tanmateix, Curvados Andreu tenia un esperit massa inconformista per a romandre assegut esperant al futur. I va decidir d'avançar-se i ser ell mateix el futur. Per això abandonà el disseny clàssic de què feien gala –i en continuen fent– els fabricants valencians. El disseny entrà aleshores a l'empresa. O l'empresa en el món del disseny, segons com es mire. "Hi havia la convicció que calia fer les coses de manera que es gaudís treballant", explica l'actual director general de la firma, Jesús Llinares.

Del Bronx a Benet XVI. Aquell nou esperit reclamava una nova denominació, Andreu World, de la qual s'inferia un nou tarannà. Al canvi de



A l'esquerra, la cadira Smile, guardonada per la prestigiosa revista *Wallpaper*. A sobre, Andrea, una peça emblemàtica de la factoria Andreu World dissenyada pel català Josep Lluscà el 1986.



A l'esquerra, Francisco Andreu, fundador d'Andreu World. A la dreta, Jesús Llinares, director general de la firma.

nom, s'hi afegí una primera nòmina de dissenyadors, sobretot catalans i valencians (Ximo Roca, Vicente Soto...) sobre els quals recaigué la responsabilitat de trobar dissenys que, sense copiar aquells que Francisco Andreu havia vist a Milà o Basilea, donaren personalitat a aquella firma rebatejada. Sense fer soroll, Andreu World s'ha anat fent un lloc entre l'avantguarda dels mobiliari i avui és

present a llocs tan singulars com ara l'hipòdrom de París, la biblioteca de la Universitat de Cambridge, els corredors dels jutjats dels Bronx de Nova York, l'hotel Juan Carlos I de Barcelona, l'edifici Veles e Vents del Port de València i l'estadi de futbol del Manchester, entre molts més. I no oblidem que va ser sobre una cadira d'Andreu World que el papa Benet XVI va reclinar la seua pontificia panera durant la visita a València. La clau de l'èxit?: "Hi ha tres paràmetres bàsics que són el fonament de qualsevol cadira: l'ergonomia, la proporció i la confortabilitat. A més d'això, el producte ha de cobrir necessitats presentades per la societat", explica Llinares. "El nostre treball és anticipar-se a

allò que puga esdevenir una necessitat", apunta. D'aquesta combinació han nascut cadires Momo, Sutil, Barceloneta, Garbo, Nancy, Minvant o Dumbo.

Més enllà de la bona acollida al mercat, l'aposta pel disseny d'Andreu World ha tingut recompensa en forma de guardons. L'any passat, va rebre el Premio Nacional de Diseño, distin-

ció que en edicions anteriors havien rebut firmes com ara Camper, Roca o Canal +. Aquest mateix abril han estat guardonats per la revista britànica *Wallpaper*, considerada com la bíblia del disseny. En concret, han reconegut la cadira Smile, una peça lleugera, però confortable i resistent, concebuda per l'equip creatiu Lievore Altherr Molina. El reconeixement internacional ha anat

Immune al pessimisme

L'aposta pel disseny i la innovació ha permès que Andreu World reste al marge del pessimisme que, darrerament, s'ensuma en el sector del moble valencià. Els fabricants valencians, acostumats a fabricar mobles clàssics, es troben que el consumidor, tant als Països Catalans com a la resta d'Europa, prefereix moblar la casa amb peces més avantguardistes. Les vendes als països que abans eren destinacions clàssiques del moble valencià se sostenen gràcies a la incorporació de consumidors de Rússia i de països ex-soviètics.

Siga com siga, la pèrdua de vigor en l'exportació i l'estancament en les vendes a l'estat espanyol per la crisi no són els únics problemes que preocupen els fabricants valencians. Després d'un etern estira-i-arrotonsa entre el sector autòcton i Ikea, pareix que el desembarcament de la multinacional sueca al País Valencià (on actualment no té cap punt de venda) és qüestió de mesos. L'acord amb l'Ajuntament de Paterna (Horta Nord) per a instal·lar-hi un d'aquests centres comercials és pràcticament tancat. Com afectarà això el clúster del moble que hi ha a l'Horta Sud? De moment, és una incògnita, si bé la bel·ligerància inicial dels fabricants autòctons ha deixat pas a un pacte de no-agressió. "Des del punt de vista del disseny, Ikea ha contribuït a fer que el gran públic siga més receptiu a una classe de moble més contemporani", apunta Llinares, alhora que assegura no témer la competència d'aquest gegant del moble. Al cap i a la fi, no competeixen pel mateix públic: si una cadira Ikea pot costar uns 70 euros, li resultarà difícil de trobar una Andreu World per menys de 150. La qualitat, és clar, té un preu.



Una treballadora dona forma a una cadira de Curvados Andreu, precedent d'Andreu World.

paral·lel a la incorporació de nous noms al catàleg de dissenyadors, com ara l'italià Marco Bellini, Nancy Robbins, Francis Montesinos o Xavier Mariscal.

El treball de tots plegats es limita a posar sobre paper les seues idees estètiques. Perquè on realment es dona forma a les cadires és a Xiva (Foia de Bunyol), Alaquàs (Horta) i Eulate (Navarra), on hi ha les plantes de fabricació. En surten, anualment, unes 140.000 unitats, de les quals més de la meitat es venen a l'estranger. Les

De les 140.000 cadires que fabrica Andreu World, se n'exporten més de la meitat

cadires d'Andreu World s'exporten actualment a 69 països, si bé un 80% de l'exportació es queda entre les fronteres europees. A la firma valenciana, al contrari que en més empreses del sector, ni tan sols li ha passat pel cap de traslladar la producció a països asiàtics. "En el nostre cas, té molta importància la mestria tècnica. Hi ha un saber fer que és fonamental en la nostra estratègia i que dona un valor afegit al producte", assegura Llinares. És precisament aquest saber fer, que fa d'Andreu World una empresa distinta, una firma que té clar que si vol ser capdavantera no en té prou d'arribar i seure.

Violeta Tena

L'ametlla mallorquina en perill

L'ametlla mallorquina passa per una seriosa crisi que n'amenaça el futur.

Fa una dotzena d'anys, o una quinzena tirant llarg, a les Illes hi havia unes 50.000 hectàrees d'ametllerar. Avui en queden entre 20.000 i 30.000 d'actives. És una de les cares de la crisi: l'abandonament d'una agricultura de secà que tradicionalment havia estat rendible, i que ofería un bessó enormement apreciat tant pel mercat interior com per l'exterior –molts torroners dels Països Catalans i de l'estranger compren ametlla mallorquina per la gran qualitat. Tanmateix, ara el sector travessa una crisi greu, profunda i qui sap si

definitiva, que empeny a l'abandonament dels ametllerars.

Competència i costos. Les raons de la crisi cal cercar-les, per una banda, en l'augment enorme dels costos per als pagesos productors i, per una altra, en la competència brutal de l'ametlla californiana, competència que es pot qualificar de deslleial.

El cost de producció per als pagesos mallorquins s'ha enfilat de tal manera aquests darrers anys que amenaça seriosament tot el camp de l'illa. Igual com la benzina, el gasoli s'ha apujat a un ritme frenètic. I quan el petroli baixa, com ara, no repercuteix sensiblement en una baixada del combustible. A més, els preus dels fertilitzants, dels adobs i, en general, de tot allò que és imprescindible per a la producció també puja de valent. El pagès veu com els marges de benefici s'esvaeixen. I els qui més ho veuen són els productors d'ametlles, perquè, a aquest context general de costos creixents i rendiments decreixents, s'hi afegeix una competència salvatge de l'altra banda del món: la de l'ametlla californiana.

Mateu Morro, de la Unió de Pagesos de Mallorca (UPM), explica que el govern federal nord-americà aplica una política agrícola agressiva que, a grans trets, es basa en una subvenció forta a alguns productes del camp, com

Paisatge, cultura i gastronomia

La supervivència econòmica de l'ametlla mallorquina no és únicament una qüestió de mercat. També és paisatge i és cultura. Si el procés d'abandonament dels ametllerars no s'atura, d'aquí a no gaires d'anys l'estampa més idil·lica del camp mallorquí pot esdevenir un record: la dels camps d'ametllers florits a l'hivern. Que són, també, un reclam turístic, una estampa que ven l'illa a fora i que, si es perd la batalla contra la competidora californiana, seria una imatge gairebé condemnada a desaparèixer. I és, també, molt més que això. Perquè l'ametlla mallorquina és cultura.

Encara avui, quan s'acaba l'estiu, moltes famílies –ni que sigui per a consum propi– van a batre ametllers. Una vegada recollit el fruit, el pelen –en lleven la pell, encara no la closca–, l'estenen a terra perquè s'assequi fins que *sona* –quan se sacseja l'ametlla i el bessó fa renou vol dir que és a punt–, en cremen les pells per fer-ne cendra –que serveix d'adob– i finalment obren les ametlles i deixen les closques per fer caliu a la xemeneia les nits d'hivern –un caliu perfecte per a torrar-hi els embotits de les matances. Tota aquesta activitat encara és viva, encara és cultura mallorquina. Tot plegat no duraria gaire de temps si els ametllerars s'abandonassin totalment. Després de l'esvaïment econòmic vindria inexorablement la decadència també de l'autoconsum, perquè s'aniria perdent