

“Cal anar més enllà del joguet i promocionar el joc”

El País Valencià i Catalunya produeixen el 70% dels joguets de tot l'Estat espanyol. El sector espera millorar lleugerament les xifres de 2013 –1.277 milions d'euros de facturació, un 40% de les vendes dels quals es van fer al mercat exterior–, després d'uns anys de baixades acusades. En parlem amb José Antonio Pastor (Onil, 1969), besnét de fabricant de joguets i president de l'Associació Espanyola de Fabricants de Joguet.

Les compres nadalenques són un termòmetre de l'estat de l'economia. Quin va sent el comportament d'aquesta campanya de Nadal?

—Aquesta és una campanya lenta. Els anys 2011 i 2012 vam tenir caigudes històriques del 10% i de l'11%, xifres que no havíem vist mai. Amb tot, van ser descensos més lleus que altres productes de consum, que van registrar disminucions del 40%. L'any 2013 semblava que tindríem un consum pla però al final fins i tot vam tenir un lleugeríssim creixement del 0,3%. 2014 s'està comportant igual que 2013, però confiem que aquestes darreres setmanes hi haja una millora. S'ha de tenir en compte que entre la setmana prèvia a la nit de Nadal i el dia de reis es registra entre el 30% i el 35% del consum anual. Tenim la confiança que hi haurà un repunt perquè hi ha productes nous i molt interessants.

—Es parla molt que hem tornat al joguet més tradicional i, sobretot, al de taula. És això cert o és només un lloc comú?

—És cert que en els moments més durs el consumidor es va decantar pels jocs de taula. Una lectura que fem és que la gent va decidir eixir menys, així

que una manera de divertir-se a casa era a través dels jocs de taula. Però a hores d'ara és una categoria de producte que s'ha estabilitzat.

D'una altra banda, i en contra del que marcaria la lògica, la categoria de producte que més va créixer va ser el més car, el que està per sobre dels 50 euros. Això és així perquè en temps de restriccions es fan compres menys impulsives i el consumidor es refugia en valors segurs: millor un regal bo que molts de roïns.

—En alguna ocasió ha dit que troba a faltar polítiques serioses de promoció industrial, també per al joguet. Què reclama a l'administració?

—Que es puguin realitzar més activitats industrials a Espanya i a la Unió Europea. En moments de crisi tots ens hem recordat dels llocs de treball que genera el sector industrial, però calen mesures que ens donen un colp de mà. Obviament hi ha factors externs que condicionen les decisions de les empreses. Així doncs, en un moment determinat moltes van optar per deslocalitzar-se. Fa uns anys, però, l'encariment de la mà d'obra, dels preus del transport, etcètera, va provocar que algunes empreses que tenien encara

plantes a Espanya recuperaren part de la producció que havien deslocalitzat. Aquell hauria estat un moment ideal per prendre decisions des de l'administració –a nivell impositiu, de promoció de la innovació i desenvolupament de productes– que ajudaren les empreses a recuperar definitivament aquella producció. Malauradament, però, no es va prendre cap iniciativa en aquest sentit i es va desapropiar una oportunitat històrica.

—Així doncs, aquella tornada als centres de producció originals que van fer firmes com Moltó, Famosa o Injusa fou només puntual?

—Allò fou només una briseta, un fet puntual que en absolut ha marcat una tendència. Podria haver-ho estat si les administracions ho hagueren afavorit; però no fou així. Fou una oportunitat perduda per recuperar part del teixit industrial, que bona falta ens fa.

—AIJU, el Centre Tecnològic del Joguet, compta amb els recursos suficients per atendre les necessitats del sector?

—Els recursos són bons però mai són suficients. Estem molt orgullosos d'AIJU perquè és un centre pioner a Europa, amb un nivell d'especialització com cap altre. Malauradament, però, hem hagut d'abandonar alguns projectes –que tenen un procés de maduració llarg– per falta de recursos.

Nosaltres som un sector intensiu en innovació a pesar que l'administració ens ajuda poc. A nivell estatal hem de competir en concursos en sectors com ara el farmacèutic o l'automoció, que són considerats més estratègics, i per això moltes voltes ens quedem fora. Això ens perjudica severament i considerem que és injust. Reclamem, doncs, que aquests programes tinguin compartiments sectorials. Nosaltres gastem els sistemes de qualitat de la indústria farmacèutica o l'automoció però no podem competir amb ells a

l'hora de captar ajudes públiques. Som els germans xicotets i a voltes no se'ns valora com toca.

—**A mitjan dècada passada, el 86% de les empreses tenien menys de 50 treballadors. Quin és el perfil del sector ara que sembla que veiem la llum al final del túnel?**

—El sector s'ha concentrat per la part de dalt: els grans són més grans i els xicotets són més xicotets. Per als fabricants que aposten per fer campanyes de màrqueting, registrar llicències, etcètera, tenir una mida gran és essencial per rendibilitzar la inversió. Però això és una minoria. A hores d'ara el 90% del sector son pimes (petites i mitjanes empreses) i el 80% micropimes.

—**I es pot sobreviure així? No seria interessant promocionar certa concentració?**

—Hi ha empreses que, per estratègia, s'estimen més tenir una mida reduïda perquè fan productes de molta qualitat, tenen molta cura del canal de distribució, etcètera. En tot cas, aconseguir ajuntar dues empreses és difícil perquè són firmes familiars, amb la seua manera de fer, etcètera. Les aliances es podrien estimular si hi haguera polítiques de promoció.

—**En alguns ocasions heu dit que el vostre taló d'Aquil·les és l'estacionalització. Per què ací és molt més acusada que no a la resta d'Europa?**

—Perquè a la resta de països és té consciència del joc com a element educatiu. Les Nacions Unides reconeixen el dret del nen al joc, però després no hi ha polítiques per fomentar-lo. Perquè hi haja joc calen tres elements: espais, temps i companys. Com que els pares no tenim temps, ocupem el temps dels nostres fills amb activitats extraescolars. No hi ha espais físics ni temps per jugar en societat. Hi ha biblioteques però no ludoteques per fer un puzzle, jugar amb ninos! Els pares som molt exigents amb el joguet però després no hi ha temps per al joc. Cal anar més enllà del joguet i promocionar el joc.

El joguet, més que en l'element central del joc, s'ha convertit en un regal. Fixa't que el dia 5 de gener es fan el 8% de les vendes totals. És a dir, molts pares s'emporten el que queda, sense importar si és adequat o



“El joguet que més va créixer durant la crisi va ser el que està per sobre dels 50 euros”

no per als seus fills. Per això aconsellem als pares que pensen bé el joguet, que pensen en alguna cosa que siga adequada per a les capacitats i aptituds dels seus fills. És a dir, que no pensen exclusivament en la necessitat o obligació d'haver de fer un regal.

Violeta Tena