

Emprenedors

Dur més enllà el talent de l'artesa

URÓ JOIERS. La joieria tradicional de Manresa engega una nova etapa en què potencia el taller per créixer geogràficament

JORDI GARRIGA
MANRESA

Aconseguir el prestigi que dona la feina ben feta no és pas una tasca fàcil, i per això convé aprofitar-lo per ampliar mercat més enllà del territori natural. Aquest és el procés que viu actualment la joieria Uró de Manresa, un nom que a tota la comarca és un indiscutible sinònim de qualitat artesanal, i que ara vol exportar al mercat català i espanyol.

L'avi de les germanes Imma, Núria, Maria i Neus ja era joier, i el pare, Josep, als onze anys va esdevenir el seu deixeble, tot iniciant una carrera que el duria primer a instal·lar un taller a casa seva i després a portar la joieria dels magatzems Can Jorba de Manresa. Al cap de deu anys, el 1953, va obrir les portes al centre de Manresa Uró Joiers, taller i botiga. Josep Uró va aconseguir guanyar-se una justa fama de gran artesà joier, que afegia la seva constància en la feina a la perdurabilitat dels seus dissenys. Com diu Neus Uró, que participa en els diversos vessants del negoci, des del disseny fins al comerç, "va ser capaç de dissenyar joies que, ara, cinquanta anys després de ser elabo-

rades, semblen actuals, mantenint ara el caràcter agosarat que ha estat definidor del seu estil". Josep Uró era un artesà de la sobrietat, que no li recava, per exemple, treballar amb or negre, que aleshores només el demanava un públic ben determinat. Com explica Neus Uró, "treballava molt bé el component emocional i simbòlic de la joia".

És a mitjan dels setanta que al negoci familiar s'hi incorpora la segona generació, amb Imma de mestra artesana i Núria encarregant-se dels comptes. Més tard s'hi afegirien Maria i Neus, mestres de professió però que des de ben petites sabien què era serrar i llisar una pedra preciosa.

VISIBILITAT DE MARCA. "A Manresa i tota la comarca, molta gent veu un penjoll i tot seguit exclama «és Uró!»", assegura la Neus. Per tant, es tracta d'exportar aquesta solidesa de marca a totes les comarques de Catalunya, i més endavant, arreu d'Espanya. "Volem cercar client nou a fora, i si sempre havíem fet peça única, a l'estellera, a partir d'ara farem motlles per replicar peces, i així abastar més mercat". Aquest Nadal vinent, la joieria llançarà al mer-



Dos parells de les arrecades que formen part del catàleg d'Uró Joiers. ARXIU

cat deu col·leccions noves, que s'afegiran a les 25 que ja hi ha en el catàleg.

L'expansió comercial, en aquesta nova era de la joieria Uró, es va engegar el març passat, a poblacions mitjanes com ara Terrassa, Mataró, Figueres, Palamós i Tossa, abans d'assaltar el gran mercat de la ciutat de Barcelona. Val a dir que aquesta necessitat d'eixamplar mercats és ben lògica dins de la crisi, especialment

tangible en un àmbit del consum com aquest. Uró Joiers ha pogut surar al bell mig del trasbals d'aquests anys de recessió, però havent de vendre més per assolir el mateix volum de negoci. "Com que ens hem trobat els joiers molt espantats, per la caiguda de les vendes, hem hagut de sortir en aquesta nova fase amb plata, deixant en un segon terme l'or, que s'ha encarit molt amb la crisi", comenta Neus Uró.

En aquests moments d'incertesa econòmica, se'n surten les joieries que tenen taller propi, i que donen prioritat al treball amb la plata, per sobre de l'or o els brillants. Uró, a més, fa valdre davant les joieries que poden ser els seus potencials clients el pes de la tradició, per damunt de totes les modes. Els joiers de les noves formades, com ha palesat Neus Uró, "valoren molt sovint que puguem fer una joia atrevida de manera manual".

La nova estratègia de la joieria ha de servir, precisament, perquè prevalgui el taller, que acaba de ser ampliat, en el futur d'Uró: "Si ens aboquem cap a l'expansió

geogràfica és perquè, a més a més que la solidesa del negoci ho permet, ens proposem que als nostres aparadors hi hagi més peces, collarets, arracades, penjolls i anells Uró, i no haguem de comprar gènere als altres".

Estan més ben protegits de la crisi els establiments amb taller propi

Tot i que, en petita mesura, podem dir que Uró s'industrialitza amb l'adopció de la producció seriada, el pes de la història de la marca s'imposa, i els trets diferencials no s'arraconaran: "Treballar a mida per al client que ens ho demana no es perdrà mai". Cal fer avinent que els hàbits de la clientela responen a les estretors que marca la crisi, i s'ha generalitzat el client que busca joies velles de la família i les posa en mans d'Uró perquè adoptin un aspecte renovat, més adequat als nostres dies.

LA IDEA



De fet, Uró Joiers fa canvis radicals, com ara fer producció

seriada o fer un salt geogràfic, perquè tot continuï igual, és a dir, prevalgui el taller sobre la botiga i es mantingui el distingit aire artesà que la família Uró dona a totes les polseres, arracades, penjolls o anells. Tradició com a valor comercial segur.

El salmó digital
www.leconomic.cat

SETMANARI D'INFORMACIÓ I ANÀLISI SOBRE L'EMPRESA
LECONOMIC

L'economia, més a prop