

Joid'art exportarà a finals d'any el 25% de la producció

Amb la nova botiga a internet, les joies de la firma de Santa Coloma de Farners arriben a tot el món



Mariona i Jaume Julià, amb una de les seves joies.

botigues pròpies 10 Treballadors 39 Any de fundació 1981

Encara no fa ni mig any que l'empresa de joieria contemporània Joid'art va obrir la seva botiga digital [<http://www.joidart.com>], i els dissenys característics d'aquestes petites joies d'art ja volten pel món. De Santa Coloma de Farners (Selva) fins a Nova Zelanda sense perdre els orígens mitjançant una eina pròpia, una botiga a internet totalment personalitzada i amb el "tarannà i llenguatge" de Joid'art, segons explica Mariona Julià, encarregada de la comunicació i les xarxes socials de l'empresa ginorina.

La nova botiga virtual i totes les possibilitats del món digital -Joid'art és present a Facebook i Twitter, entre altres espais-, així com les exportacions, marquen els plans de futur més immediats d'aquesta empresa familiar creada l'any 1981 per Jaume Julià, el pare de Mariona i Cristina Julià -responsable del comerç electrònic-. A principis dels anys vuitanta, també en uns moments de crisi "terrible", Jaume Julià va tenir l'oportunitat d'introduir-se en el món de la joieria a través d'una empresa que llavors era a Osor i que van batejar com a Joid'art. "Li vam posar aquest nom perquè és el que faríem: joies d'art", recorda Jaume Julià. Han passat més de 30 anys i ara, en un altre context de crisi més generalitzat especialment cru a l'Estat espanyol i alguns estats d'Europa, Joid'art obre noves vies i ha començat a explorar nous mercats que valoren un producte ben fet que engloba tècnica i disseny.

La visita a la fira de Hong Kong el setembre de l'any passat, opina Mariona Julià, va significar un abans i un després per a l'empresa de Santa Coloma de Farners: "Va canviar el paradigma –explica–:

de cop parlaves amb gent de tot el món, gent menys o gens afectada per la crisi, i no es tractava de si una cosa o una altra era cara o barata, sinó de si estava ben feta, de tècniques i disseny."

Els esforços en exportació dels darrers anys han exigut un control estricte en la qualitat del producte, especialment en països com ara el Japó. Fa tres o quatre anys, l'exportació era d'un 8%, i ara calculen tancar el 2013 amb un 25% del total de la facturació provinent d'exportacions. De moment, tot i que el principal mercat continua sent el català i l'espanyol, les joies de Joid'art també són llüides per dones a França -país on va funcionar molt bé fins que també va resultar afectat per la crisi, en menor mesura-, Alemanya, Bèlgica, Rússia, Bulgària, els Estats Units, Austràlia i Nova Zelanda.

Es tracta d'una joia, un producte fet de manera artesanal a la fàbrica i on s'apliquen totes les tècniques possibles

que permeten culminar una “joia creativa i prêt-à-porter, amb un disseny especial, molt personalitzat i fresc”, explica Jaume Julià. L'artesanía és, segons reconeix, un dels valors de la marca Joid'art. A la fàbrica s'elabora pràcticament el cent per cent de les seves col·leccions de joies. Allà utilitzen sobretot la tècnica de la cera perduda per donar forma a peces de plata que posteriorment es revestiran amb un toc d'esmalt o rebran l'acabat adient: oxidat, setinat, ratllat manual, pintat... Una mostra d'aquest treball artesà, per exemple, es va fer pública recentment durant uns tallers d'esfaltats que es van fer a les seves botigues de Barcelona i Girona: pols de vidre que es convertia en obres d'art. La particularitat de cada peça també s'exemplifica amb la presentació de les dissenyadores que les han creat i així el client pot veure qui hi ha darrere de cada joia: un equip dissenyador propi i un equip freelance que treballa sota la direcció de l'empresa en col·leccions concretes. En la majoria dels casos, joves dones dissenyadores que, per cada joia, fan un treball de recerca creativa. El seu objectiu és satisfer unes clientes amb un perfil marcat: “Dones majors de trenta anys, lliures, creatives i amb caràcter”, explica Jaume Julià. “D'esperit jove, amant de les manifestacions artístiques contemporànies” i a qui “agrada cuidar la seva imatge i portar complements amb personalitat”, recull l'empresa en una presentació.

En el catàleg de Joid'art hi ha cinquanta col·leccions, entre les quals hi ha aquelles que continuen agradant tot i el pas del temps i es mantenen. A part, Joid'art traurà a partir d'ara quinze col·leccions cada sis mesos. La darrera, amb el nom d'Intense SS13, aposta per composicions extremades, platejats, daurats i esmalts que configuren una asimetria, volum i aires retro per a l'estiu. Una aposta per traspasar fronteres.

Publicat a:

-L'Econòmic Catalunya 25-05-2013 Pàgina 8

Font del document:

http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/648306-joidart-exportara-a-finals-dany-el-25-de-la-produccio.html?piwik_campaign=rss&piwik_kwd=portada&utm_source=rss&utm_medium=portada&utm_campaign=rss