

Ceràmica de la Bisbal es presenta i vol créixer més en el mercat exterior

El 43 per cent de la producció dels ceramistes de la Bisbal ja es ven fora del país
La marca de denominació d'origen arrenca una campanya promocional



Dilmé, Aparicio, Ralduà i Trayter, en la presentació de la campanya de promoció de la Ceràmica de la Bisbal.

La marca de denominació d'origen Ceràmica de la Bisbal aixeca el vol aquest cap de setmana amb l'arrencada de la seva primera campanya promocional, un projecte que busca informar el consumidor final i els diferents mercats del factor diferencial del producte ceràmica elaborat a la Bisbal. Actualment, el producte té una excel·lent sortida a l'exterior. Segons dades facilitades per l'Associació d'Empresaris Artesans Ceramistes de la Bisbal i comarca, el 57 per cent de la ceràmica de la Bisbal es ven a Catalunya.

El president de l'Associació d'Empresaris Artesans Ceramistes de

la Bisbal i Comarca, Jordi Trayter, subratlla que una gran part de la producció s'exporta fora de Catalunya: "Estem creixent bastant a França, a Rússia, que és un país molt emergent, i estem reforçant molt el treball a Anglaterra." El mercat anglès ha descobert recentment l'atractiu de la ceràmica de la Bisbal: "Els anglesos estan molt acostumats a la porcellana i ara estan descobrint la ceràmica vermella. Per això els agrada molt el producte que els estem oferint nosaltres. Estan acostumats a un producte molt blanc i molt transparent i ara els entra un producte decorat que els crida l'atenció."

La crisi afecta el treball artesanal i familiar bisbalenc, però amb mesura. Trayter explica que "no s'han tancat tallers". "El que hi ha hagut són jubilacions en negocis en què no hi ha continuïtat. Els tallers es mantenen perquè son molt familiars." El representant dels productors afirma que han detectat l'interès creixent del consumidor pel treball més artesà: "El que es nota és l'interès per la feina feta més manualment. Tot el que arriba del sud-est asiàtic surt d'una premsa, tot és igual. En el que surt d'un taller cada peça és única, i això té un valor."

La marca de denominació d'origen Ceràmica de la Bisbal donarà el tret de sortida aquest cap de setmana a la campanya que portarà el lema de "l'Autèntica" i que s'allargarà tot l'any i consistirà bàsicament a repartir 30.000 fullets informatius, amb el suport d'una plana web que es crearà. El debut es farà en el marc de la Fira d'Artesania i Ceràmica de la Bisbal (divendres i dissabte). Tot plegat busca l'objectiu de fer arribar els avantatges de comprar ceràmica de la Bisbal amb la garantia que ho és.

El president de la Unió de Comerciants de la Bisbal, Jaume Ralduà, va explicar que obrien una nova etapa: "Feia anys que el sector productiu i el comercial reclamàvem un impuls com aquest." La marca de denominació d'origen Ceràmica de la Bisbal té un consell regulador des del desembre dels 2011 i ja s'han concedit 16 llicències, la meitat per a productors, i l'altra meitat, de comerciants.

Publicat a:

-El Punt Avui. Comarques Gironines 05-04-2012 Pàgina 36

Font del document:

http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/526078-ceramica-de-la-bisbal-es-presenta-i-vol-creixer-mes-en-el-mercat-exterior.html?piwik_campaign=rss&piwik_kwd=mesEconomia&utm_source=rss&utm_medium=mesEconomia&utm_campaign=rss