

2016
#12



Març · Marzo

sibarita

news

El procés ceramic al nu 02

Nous mètodes de pagamen 04

Sanserif Creatius 06

El proceso cerámico al desnudo 02

Nuevos métodos de pago 04

Sanserif Creatius 06

L'artesanía es posa de gala per la 10^a edició dels PNA

La artesanía se viste de gala para la 10^a edición de los PNA



Sibarita News · sibaritaNews@sanserif.es · t.963466406 · D.L.: V-2347-2014 · ISSN: 2386-5873

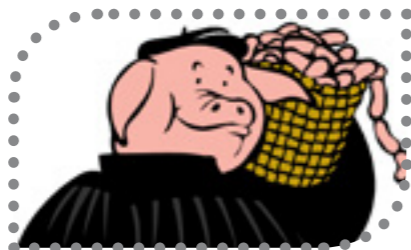
Photo: Julián Zapata

entrevista

José Vicente Montesa, president d'AVEC-Gremi **pág. 8-10**



en **breu**



Denominació d'origen La XXIII Edició de la Mostra de l'Embotit Artesà i de Qualitat de Requena se celebra del 12 al 14 de febrer de 2016, en el Recinte Firal, amb presència de les dotze empreses familiars regulades per la marca Embotit de Requena.



Denominación de origen La XXIII Edición de la Muestra del Embutido Artesano y de Calidad de Requena se celebra del 12 al 14 de febrero de 2016, en el Recinto Ferial, con presencia de las doce empresas familiares reguladas por la marca Embutido de Requena.



Convidat especial El Cabildo de Tenerife será el representante español en la Fira d'Artesania Internacional de Pietrasanta (Itàlia), del 23 al 25 d'abril. Una trobada que reuneix a escoles i professionals del brodat, l'encaix, l'artesanía, la moda i el disseny.



Invitado especial El Cabildo de Tenerife será el representante español en la FERIA de Artesanía Internacional de Pietrasanta (Italia), del 23 al 25 de abril. Un encuentro que reúne a escuelas y profesionales del bordado, el encaje, la artesanía, la moda y el diseño.



centrorrenteballester.com



Artesania, disseny i sustentabilitat a Galícia

Por Ejarque, P.
Redactor/writer

Algunes de les millors creacions de l'artesanía i el disseny gallec desembarquen al Centre Cultural Torrent Ballester (CTB) fins al proper 23 de març, en una mostra que reuneix el talent d'un total de 23 creadors locals inspirats per l'artesanía.

Sota el títol 'Art, artesanía, deseño i sustentabilidade na Galicia do século XXI', l'exposició reuneix objectes artesanals de diferents àmbits, des de la joiería fins al mobiliari, passant pel tèxtil o la decoració, però també peces que es troben en el límit entre art i disseny. La mostra reivindica les pràctiques d'aquells artesans que estan exercint una labor de renovació del seu ofici des del disseny, incidint en la idea de connexió entre disciplines plàstiques. Destaca, d'altra banda, la influència de l'art al món del disseny representada en moltes de les peces més significatives de l'exposició, tot això fiat per pràctiques de sostenibilitat tant per l'origen dels materials, el respecte pel medi ambient, etc.

Entre els creadors que exhibeixen el seu treball en la mostra figuren noms tan rellevants com el de Idoia Cuesta, mestra de la cisteria i Premi Nacional d'Artesanía l'any 2014, o el de la joiería i ceramista viguesa Marta Armada, mereixedora del Premi d'Artesanía de Galícia en el 2015.

Artesanía, diseño y sustentabilidad en Galicia

Algunas de las mejores creaciones de la artesanía y el diseño gallego desembarcan en el Centro Cultural Torrente Ballester (CTB) hasta el próximo 23 de marzo, en una muestra que reúne el talento de un total de 23 creadores locales inspirados por la artesanía.

Bajo el título 'Arte, artesanía, deseño e sustentabilidade na Galicia do século XXI', la exposición reúne objetos artesanales de diferentes ámbitos, desde la joyería hasta el mobiliario, pasando por el textil o la decoración, pero también piezas que se encuentran en el límite entre arte y diseño. La muestra reivindica las prácticas de aquellos artesanos que están desempeñando una labor de renovación de su oficio desde el diseño, incidiendo en la idea de conexión entre disciplinas plásticas. Destaca, por otro lado, la influencia del arte en el mundo del diseño representada en muchas de las piezas más significativas de la exposición, todo esto fiado por prácticas de sostenibilidad tanto por el origen de los materiales, el respeto por el medio ambiente, etc.

Entre los creadores que exhiben su trabajo en la muestra figuran nombres tan relevantes como el de Idoia Cuesta, maestra de la cestería y Premio Nacional de Artesanía en el año 2014, o el de la joyera y ceramista viguesa Marta Armada, merecedora del Premio de Artesanía de Galicia en el 2015.

Mulet Vanrell, Servera Viedma i Vasileva Tsekova, Premis d'Artesania de Mallorca



conselldemallorca.net

Por Ejarque, P.
Redactor/writer

La quarta edició dels Premis d'Artesania de Mallorca ha guardonat a Mulet Vanrell, Servera Viedma i Vasileva Tsekova, en una gala presidida pel president del Consell Balear, Miquel Ensenyat, i el conseller executiu d'Economia i Hisenda, Cosme Bonet.

El Premi Disseny recau en Damián Mulet Vanrell per la seua obra 'Capparis spinosa', una col·lecció de joies fetes amb metalls nobles i inspirades en la tàpera mallorquina. El Premi Producte ho ha rebut Julio Servera Viedma, per l'obra 'Homenaje', un morter de pedra de Santanyí en el qual s'han seguit les tècniques de talla i escultura tradicional. Finalment, el Premi Impulso, s'ha atorgat a Petya Vasileva Tsekova, per l'obra 'Almendra': un collar i uns pendents elaborades amb plata de llei i pintura.



Mulet Vanrell, Servera Viedma y Vasileva Tsekova, Premios de Artesanía de Mallorca

La cuarta edición de los Premios de Artesanía de Mallorca ha galardonado a Mulet Vanrell, Servera Viedma y Vasileva Tsekova, en una gala presidida por el presidente del Consell Balear, Miquel Ensenyat, y el conseller ejecutivo de Economía y Hacienda, Cosme Bonet.

El Premio Diseño recae en Damián Mulet Vanrell por su obra 'Capparis spinosa', una colección de joyas hechas con metales nobles e inspiradas en la alcaparra mallorquina. El Premio Producto lo ha recibido Julio Servera Viedma, por la obra 'Homenaje', un mortero de piedra de Santanyí en el que se han seguido las técnicas de talla y escultura tradicional. Por último, el Premio Impulso, se ha otorgado a Petya Vasileva Tsekova, por la obra 'Almendra': un collar y unos pendientes elaboradas con plata de ley y pintura.

El procés ceràmic al nu

La Sala Oberta de la Nau presenta 'Sincronías', exposició que forma art dels actes del Centenari de l'Escola de Ceràmica de Manises (EASC). Ana Llorens, Asako Arai i Susana Gutiérrez presenten els processos per a la realització ceràmica en tres exemples 'Tea time', peces de jocs de té; 'Oculto en el bosque', amb un caràcter experimental entre l'orgànic i el natural; i 'Nahas', vaixela dissenyada per al restaurant Akelarre de Pedro Subijana. La mostra podrà veure's fins al 21 de febrer en la Universitat de València, i està comisariada per Pascual Timor i María José Sanz.



El proceso cerámico al desnudo

La Sala Oberta de la Nau presenta 'Sincronías', exposició que forma arte de los actos del Centenario de la Escuela de Cerámica de Manises (EASC). Ana Llorens, Asako Arai y Susana Gutiérrez presentan los procesos para la realización cerámica en tres ejemplos 'Tea time', piezas de juegos de té; 'Oculto en el bosque', con un carácter experimental entre lo orgánico y lo natural; y 'Nahas', vajilla diseñada para el restaurante Akelarre de Pedro Subijana. La muestra podrá verse hasta el 21 de febrero en la Universidad de València, y está comisariada por Pascual Timor y María José Sanz.

5 potes per asseure's amb estil 5 patas para sentarse con estilo

Por Collado, L.
Redactor/writer

La galería Unamo by The River ha acollit durant la setmana de la Fira d'Hàbitat València la presentació de Kushi Chair, un innovador seient realitzat artesanalment amb forma de Pinta Flamenca, i que forma part d'una exposició col·lectiva de projectes innovadors de nous talents del disseny valencià. Dissenyada per Sanserif Creatius i realitzada pels artesans castellonencs Deferro, s'inspira en els referents folkòrics que major penetració tenen als mercats internacionals per apropar la capacitat tècnica dels creadors i artesans locals a nous països.

L'equip dirigit per la dissenyadora Ana Yago va apostar per convertir un ornament femení per al cabell -la pinta- en un seient icònic, amb forta arrel espanyola i que incorporés diverses tècniques productives per demostrar la versatilitat i qualitat dels artesans locals. De fet, Kushi Chair -cadira pinta- és una evolució del cos convex i el conjunt de pues que s'encaixen sobre la trossa que configuren una pinta, però adaptada a les formes funcionals d'un seient contemporani en el qual preval l'estètica i la comoditat.

La cadira pinta -Kushi chair-, realitzada en forja, presenta 5 potes -3 posteriors i dos frontals- la disposició dels quals equilibra i reforça l'estabilitat del seient, al mateix temps que mantenint la configuració dels complements que antigament es fabricaven en el carei procedent de la closca de les tortugues.

La galería Unamo by The River ha acogido durante la semana de la Feria Hábitat Valencia la presentación de Kushi Chair, un innovador asiento realizado artesanalmente con forma de peineta flamenca, y que forma parte de una exposición colectiva de proyectos innovadores de nuevos talentos del diseño valenciano. Diseñada por Sanserif Creatius y realizada por los artesanos castellonenses Deferro, se inspira en los referentes folklóricos asociados a España que mayor penetración tienen en los mercados internacionales para acercar la capacidad técnica de los creadores y artesanos españoles a nuevos países.

El equipo dirigido por la diseñadora Ana Yago apostó por convertir un ornamento femenino para el cabello -la peineta- en un asiento icónico, con fuerte raíz española y que incorporará diversas técnicas productivas para demostrar la versatilidad y calidad de los artesanos locales. De hecho, Kushi chair -silla peineta- es una evolución del cuerpo convexo y el conjunto de puas que se encajan sobre el moño que configuran una peineta, pero adaptada a las formas funcionales de un asiento contemporáneo en el que prima la estética y la comodidad.

La silla peineta, realizada en forja, presenta 5 patas -3 traseras y dos frontales- cuya disposición equilibra y refuerza la estabilidad del asiento, al tiempo que manteniendo la configuración de los complementos que antiguamente se fabricaban en el carey procedente del caparazón de las tortugas.



deferro.net



sanserif.es

El consumidor davant els nous mètodes de pagament

Els consumidors de tot el món estan demandant canvis a l'hora de comprar i formes més simples i innovadores per realitzar els seus pagaments, la qual cosa està fent que els comerciants adoptin noves tecnologies que s'adaptin a aquestes noves necessitats.

Por Giménez, J.A.
Redactor/Editor

El World Retail Congress (WRC) celebrat recentment a Roma va presentar un estudi de MasterCard en el qual s'analitzaven 1,6 milions de converses en xarxes socials sobre compres i comerç per determinar aspectes essencials d'aquests nous sistemes de pagament, des de la seguretat a l'hora d'utilitzar-los, la conveniència de fer-ho, els regals i beneficis que porten associats i la progressiva acceptació d'aquests mitjans de pagament en els comerços. Un procés al que l'artesà i el comerç tradicional han de confluïr per garantir la seua viabilitat.

En Sibarita News ens hem fixat en aquest informe perquè es va realitzar sobre els principals canals de xarxes socials, eines que s'han estès en el sector de l'artesania per la seua gratuïtat, cas de Twitter, Facebook, Instagram, Google+ o YouTube, entre d'altres. A més, l'estudi aporta una perspectiva global -61 mercats a Amèrica, Europa, Àfrica, Àsia i el Pacífic-, la qual cosa permet situar millor l'incidència d'aquestes tecnologies en el comerç en Espanya i el seu efecte a curt termini.

Segons l'estudi, els espanyols destaquen per valorar positivament la seguretat associada als nous mitjans de pagament. De fet, és el país que té més comentaris positius (50%) del total dels missatges analitzats. Després es troben Nigèria (43%), Índia (40%) i Austràlia amb un 34% dels missatges a favor de la seguretat que dispensen aquests mitjans de pagament.

A més, els temes que més aborden els espanyols en les seves converses digitals entorn als mitjans de pagament són l'acceptació i rebuig, amb un 22%, els programes de fidelització i altres beneficis, amb un 21% i la conveniència dels pagaments, amb un 17%.

Quant al to de les converses, la conveniència que apareguin nous mitjans de pagament és esmentada de manera positiva en el 19% dels casos, molt per sota d'Austràlia —el país més receptiu amb el 53%—, Estats Units amb el 39% i Alemanya i França amb un 33%.

Sobre els programes de fidelització i altres beneficis que reben els clients que usen nous mitjans de pagament, els comentaris dels espanyols van tornar a ser positius en un 19% dels casos. Els majors defensors són els nord-americans amb el 45% dels comentaris, seguits de prop d'Austràlia i Japó amb un 44% i Alemanya amb un 26%.

Finalment, el 30% dels missatges dels espanyols sobre l'acceptació d'aquests nous mitjans de pagament contenen un to positiu. Els japonesos van ser els que més oberts estaven en aquest camp, amb el 85% dels comentaris favorables, seguits de Canadà amb un 84%, els Països Baixos amb un 83% i l'Índia 71%.

A nivell europeu, els wallets digitals i els pagaments a través d'aplicacions tenen un 93% de missatges positius, seguits pels pagaments sense contacte, que compten amb un 91%. L'entreteniment i la moda, en qualsevol cas, són els temes amb més converses favorables, amb un 95% d'acceptació.

En essència, en els últims anys el comerç on line s'ha situat entre els sectors de major creixement i, gràcies a les xarxes socials i les aplicacions gratuïtes para e-commerce, o portales que ofereixen diferents alternatives assequibles per a l'artesà i/o el petit comerç —Amazon, ebay, Etsy, Wallapop, Vibbo...-, i fins i tot passarel·les de pagament com PayPal, Coinbase, Balanced... ha provocat que els nous mètodes de pagament tinguin una penetració ràpida en tots els sectors i estrats socials. Per això, l'artesania i el petit comerç no poden renunciar a implantar aquests serveis.

El World Retail Congress (WRC) celebrat recentment a Roma presentó un estudi de MasterCard en el que se analitzaven 1,6 millones de conversaciones en redes sociales sobre compras y comercio, para determinar aspectos esenciales de estos nuevos sistemas de pago, desde la seguridad a la hora de utilizarlos, la conveniencia de hacerlo, los regalos y beneficios que llevan asociados y la progresiva aceptación de estos medios de pago en los comercios. Un proceso al que el artesano y el comercio tradicional deben confluïr para garantizar su viabilidad.

En Sibarita News nos hemos fijado en este informe porque se realizó sobre los principales canales de redes sociales, herramientas que se han extendido en el sector de la artesanía por su gratuidad, caso de Twitter, Facebook, Instagram, Google+ o YouTube, entre otros. Además, el estudio aporta una perspectiva global -61 mercados en América, Europa, África, Asia y el Pacífico-, lo que permite situar mejor la incidencia de estas tecnologías en el comercio en España y su efecto a corto plazo.

Según el estudio, los españoles destacan por valorar positivamente la seguridad asociada a los nuevos medios de pago. De hecho, es el país que tiene más comentarios positivos (50%) del total de los mensajes analizados. Después se encuentran Nigeria (43%), India (40%) y Australia con un 34% de los mensajes a favor de la seguridad que dispensan estos medios de pago.

Además, los temas que más abordan los españoles en sus conversaciones digitales entorno a los medios de pago son la aceptación y rechazo, con un 22%, los programas de fidelización y otros beneficios, con un 21% y la conveniencia de los pagos, con un 17%.

En cuanto al tono de las conversaciones, la conveniencia de que aparezcan nuevos medios de pago es mencionada de manera positiva en el 19% de los casos, muy por debajo de Australia —el país más receptivo con el 53%—, Estados Unidos con el 39% y Alemania y Francia con un 33%.

Sobre los programas de fidelización y otros beneficios que reciben los clientes que usan nuevos medios de pago, los comentarios de los españoles volvieron a ser positivos en un 19% de los casos. Los mayores defensores son los estadounidenses con el 45% de los comentarios, seguidos de cerca de Australia y Japón con un 44% y Alemania con un 26%.

Por último, el 30% de los mensajes de los españoles sobre la aceptación de estos nuevos medios de pago contenían un tono positivo. Los japoneses fueron los que más abiertos estaban en este campo, con el 85% de los comentarios favorables, seguidos de Canadá con un 84%, los Países Bajos con un 83% y la India 71%.

A nivel europeo, los wallets digitales y los pagos a través de aplicaciones tienen un 93% de mensajes positivos, seguidos por los pagos sin contacto, que cuentan con un 91%. El entretenimiento y la moda, en cualquier caso, son los temas con más conversaciones favorables, con un 95% de aceptación.

En esencia, en los últimos años el comercio on line se ha situado entre los sectores de mayor crecimiento y, gracias a las redes sociales y las aplicaciones gratuitas para e-commerce, o portales que ofrecen diferentes alternativas assequibles para el artesano y/o el pequeño comercio —Amazon, ebay, Etsy, Wallapop, Vibbo...-, e incluso pasarelas de pago como PayPal, Coinbase, Balanced... ha provocado que los nuevos métodos de pago tengan una penetración rápida en todos los sectores y estratos sociales. Por ello, la artesanía y el pequeño comercio no pueden renunciar a implantar estos servicios.

El consumidor ante los nuevos métodos de pago

Los consumidores de todo el mundo están demandando cambios a la hora de comprar y formas más simples e innovadoras para realizar sus pagos, lo que está haciendo que los comerciantes adopten nuevas tecnologías que se adapten a estas nuevas necesidades.



L'artesanía com a univers objectual contemporani

Por Ejarque, P.
Redactor/writer

Finalistes dels Premis Nacionals de Disseny en 2012 i dels Premis Nacionals de Ciutats de la Ceràmica en 2014, amb clients en 4 dels 5 continents, i quasi una dècada vinculats a l'artesanía mitjançant col·laboracions amb professionals de diverses disciplines, Ana Yago i José Antonio Giménez són l'epicentre de Sanserif.es, un laboratori d'idees especialitzat a crear objectes de desig, des de joieria a mobiliari, interiorisme o complements de moda i decoració... rescatant tècniques artesanals i materials tradicionals.

Com i quan decidíu donar el salt del disseny a l'artesanía? Sempre hem considerat que el nostre treball és fer vols captius, somiar amb un peu ancorat a terra, perquè el que sorgeix del nostre estudi no només ha de ser estètic, sinó també funcional i respectuós amb el medi ambient. En aquest camí, vam entendre que l'artesanía era el millor vehicle per expressar-nos i, a poc a poc, quasi de forma inconscient, vam anant adaptant el nostre procés de treball i centrant-nos més en la producció artesanal. No hem abandonat el procés industrial perquè és un salt lògic i una etapa evolutiva necessària per a moltes peces que naixen en edicions limitades i que després s'adapten per arribar al gran públic. Aquesta és la virtut de conèixer tots dos mons.

Podríeu explicar què tècniques useu i en què consisteixen? Sempre ens ha atret el tèxtil i l'estampació. I, de fet, José Antonio Giménez es va treure el DCA per poder canalitzar aquesta passió orientada a productes fets a mà, molt personals i exclusius. Si bé, no ens limitem, quan pensem en un objecte o un producte, analitzem totes les fases del procés, des de les necessitats que pot cobrir, quines tècniques i materials artesanals serien les idònies, la seua possible evolució industrial, com vestir-ho –packaging i presentació-, i fins i tot la necessitat d'anar creant famílies complementàries... I això des de qualsevol disciplina, ja siga l'orfebreria o la pastisseria, l'ús del vidre, el metall o la fusta... No tenim límits. El que tenim és molts col·laboradors que són mestres és el seu ofici i ens guien en cada projecte.

Encara que desenvolueu des d'escudradents de vidre a fonguis per tablets o complements per a la taula, el vostre mercat principal és la decoració. És difícil obrir noves vies de negoci per a l'artesanía? No. El difícil és canviar la imatge que es té de l'artesanía. No es tracta de productes caducs o extemporanis. L'artesanía actual és avantguarda. Madonna o Lady Gaga porten màscares d'artisans espanyols. Taules de mig món es vesteixen amb els coberts amb cares que vam fer per Lebrun Couverts. La Ceràmica de Manises es pot veure en el Victoria&Albert Museum. Les joies de Vicente Gracia se subhasten en Sothebys. I el Centre Manarat Al Saadiyat d'Abu Dhabi va triar els nostres seients de cartó com a única representació espanyola per a l'exposició Ecofuture. I tot és producte artesà contemporani. Aquest és el spill en el qual mirar-se.

Això sí, per obrir nous mercats cal adaptar el producte a les necessitats del públic actual. I vestir-ho adequadament. No podem vendre un gerro per 200€ i embolicar-ho en paper de periòdic i en una borsa blanca sense imatge. I també fer un pas cap a les tecnologies, apropar-se a la venda on line, sinó amb presència pròpia, si facilitant la comercialització del producte en portals especialitzats. Són passos necessaris. Obren mercats inesperats.

I, no obstant això, malgrat els esforços del sector, l'artesanía és una professió amb el risc de desaparèixer en la propera dècada. Dubte d'eixe plantejament. Que es reduïxa el nombre de professionals és un efecte normal de l'evolució dels mercats i les necessitats dels clients. El que cal pensar és que no es pot enfocar un negoci a llarg termini a la venda minorista o ambulant. És una activitat respectable, però manca de futur si no hi ha altres vies paral·leles de comercialització –on line, tendes especialitzades, clients directes...-. A més, cada dia hi ha més gent que busca productes diferencials, amb valors afegits, que és justament el principal fort de l'artesanía.

Com veieu el futur de l'artesanía a la Comunitat Valenciana? Amb moltes possibilitats. S'ha fet un bon treball per professionalitzar, dotar d'estructures i una imatge forta a l'artesanía valenciana. Fins i tot hi ha una marca paraigua que facilita que qualsevol artesà disposi de packaging i presentacions de qualitat per als seus productes a un preu competitiu. Tot això és essencial per renovar la forma de veure l'artesanía pel futur client. Artesanía ha de ser sinònim de qualitat, tradició, sostenibilitat i diferenciació. I amb una cultura tan rica com la de la nostra autonomia és molt més fàcil encara. A més, comptem amb referents històrics com la ceràmica de Manises, els Ventalls d'Aldaia o el calçat d'Elda, per esmentar solament alguns nuclis artesanals amb projecció internacional.

Les noves tecnologies han facilitat l'accés al mercat global dels productes artesanals, si bé, sembla que encara no hi ha una resposta massiva del comprador, Quin creeu que és la causa? Hi ha molta competència i la presència d'autèntics artesans encara és molt baixa. No obstant això, cada vegada és més habitual trobar artesanía a la xarxa i en els mitjans de comunicació. La gent compra el que veu. I no es tracta de destinar grans pressupostos a la publicitat, sinó establir aliances amb els espais en els quals el nostre target de client es mou.

La artesanía como universo objetual contemporáneo

Finalistas de los Premios Nacionales de Diseño en 2012 y de los Premios Nacionales de Ciudades de la Cerámica en 2014, con clientes en 4 de los 5 continentes, y casi una década vinculados a la artesanía mediante colaboraciones con profesionales de diversas disciplinas, Ana Yago y José Antonio Giménez son el epicentro de Sanserif.es, un laboratorio de ideas especializado en crear objetos de deseo, desde joyería a mobiliario, interiorismo o complementos de moda y decoración... rescatando técnicas artesanales y materiales tradicionales.

¿Cómo y cuándo decidís dar el salto del diseño a la artesanía? Siempre hemos considerado que nuestro trabajo es hacer vuelos cautivos, soñar con un pie anclado a tierra, porque lo que surge de nuestro estudio no sólo tiene que ser estético, sino también funcional y respetuoso con el medio ambiente. En ese camino, entendimos que la artesanía era el mejor vehículo para expresarnos y, poco a poco, casi de forma inconsciente, fuimos adaptando nuestro proceso de trabajo y centrándonos más en la producción artesanal. No hemos abandonado el proceso industrial porque es un salto lógico y una etapa evolutiva necesaria para muchas piezas que nacen en ediciones limitadas y que luego se adaptan para llegar al gran público. Esa es la virtud de conocer ambos mundos.

¿Podrías explicar qué técnicas usáis y en qué consisten? Siempre nos ha atraído el textil y la estampación. Y, de hecho, José Antonio Giménez se sacó el DCA para poder encauzar esa pasión orientada a productos hechos a mano, muy personales y exclusivos. Si bien, no nos limitamos, cuando pensamos en un objeto o un producto, analizamos todas las fases del proceso, desde las necesidades que puede cubrir, qué técnicas y materiales artesanales serían las idóneas, su posible evolución industrial, cómo vestirlo –packaging y presentación-, e incluso la necesidad de ir creando familias complementarias... Y esto desde cualquier disciplina, ya sea la orfebrería o la pastelería, el uso del vidrio, el metal o la madera... No tenemos límites. Lo que tenemos es muchos colaboradores que son maestros en su oficio y nos guían en cada proyecto.

Aunque desarrolláis desde paños de vidrio a fundas para tablets o complementos para la mesa, vuestro mercado principal es la decoración. ¿Es difícil abrir nuevas vías de negocio para la artesanía? No. Lo difícil es cambiar la imagen que se tiene de la artesanía. No se trata de productos caducos o extemporáneos. La artesanía actual es vanguardia. Madonna o Lady Gaga llevan máscaras de artesanos españoles. Mesas de medio mundo se visten con los cubiertos con caras que hicimos para Lebrun Couverts. La Cerámica de Manises se puede ver en el Victoria&Albert Museum. Las joyas de Vicente Gracia se subastan en Sothebys. Y el Centro Manarat Al Saadiyat de Abu Dhabi eligió nuestros asientos de cartón como única representación española para la exposición Ecofuture. Y todo es producto artesano contemporáneo. Ese es el espejo en el que mirarse.

Eso sí, para abrir nuevos mercados hay que adaptar el producto a las necesidades del público actual. Y vestirlo adecuadamente. No podemos vender un jarrón por 200€ y envolverlo en papel de periódico y en una bolsa blanca sin imagen. Y también dar un paso hacia las tecnologías, acercarse a la venta on line, sino con presencia propia, si facilitando la comercialización del producto en portales especializados. Son pasos necesarios. Abren mercados inesperados.

Y, sin embargo, a pesar de los esfuerzos del sector, el artesano es una profesión con riesgo de desaparecer en la próxima década. Lo dudo. Que se reduzca el número de profesionales es un efecto normal de la evolución de los mercados y las necesidades de los clientes. Lo que hay que pensar es que no se puede enfocar un negocio a largo plazo a la venta minorista o ambulante. Es una actividad respetable, pero carece de futuro si no hay otras vías paralelas de comercialización –on line, tiendas especializadas, clientes directos...-. Además, cada día hay más gente que busca productos diferenciales, con valores añadidos, que es justamente el principal fuerte de la artesanía.

¿Cómo veis el futuro de la artesanía en la Comunidad Valenciana? Con muchas posibilidades. Se ha hecho un buen trabajo para profesionalizar, dotar de estructuras y una imagen fuerte a la artesanía valenciana. Incluso hay una marca paraugas que facilita que cualquier artesano disponga de packaging y presentaciones de calidad para sus productos a un precio competitivo. Todo esto es esencial para renovar la forma de ver la artesanía por el futuro cliente. Artesanía debe ser sinónimo de calidad, tradición, sostenibilidad y diferenciación. Y con una cultura tan rica como la de nuestra autonomía es mucho más fácil aún. Además, contamos con referentes históricos como la cerámica de Manises, los Abanicos de Aldaia o el calzado de Elda, por mencionar solo algunos núcleos artesanales con proyección internacional.

Las nuevas tecnologías han facilitado el acceso al mercado global de los productos artesanos, si bien, parece que todavía no hay una respuesta masiva del comprador, ¿Cuál creéis que es la causa? Hay mucha competencia y la presencia de auténticos artesanos todavía es muy baja. No obstante, cada vez es más habitual encontrar artesanía en la red y en los medios de comunicación. La gente compra lo que ve. Y no se trata de destinar grandes presupuestos a la publicidad, cuestión irreal para un artesano o industria artesana estándar, sino establecer alianzas con los espacios en los que nuestro target de cliente se mueve.



l'entrevista

Entrevista al president d'AVEC-Gremi,

José Vicente Montesa

L'Associació Valenciana de Ceràmica AVEC-Gremi ofereix nombrosos servicis a les empreses i artesans i posa a disposició del sector el seu Centre de Servicis i Promoció de la Ceràmica Valenciana, amb més de 3.000 m² i ubicat a Manises. El seu president, explica amb detall en esta entrevista el funcionament de l'entitat.



José Vicente Montesa i l'AVEC

Des de la seua creació, l'empresa familiar de producció d'articles de ceràmica artística va ser associada d'AVEC i també, des de la reactivació que hi hagué en els anys 80, del Gremi. L'any 1986 vam començar a produir fang en la meua actual empresa, Pastas y Barbotinas Cerámicas SA, i des del primer moment ens vam associar a AVEC, participant ja aleshores de l'objectiu més important que tenia l'associació, que era la negociació i firma del conveni col·lectiu amb els treballadors del sector. El 1991 ens vam reunir un grup de –aleshores– joves

Quins són els principals servicis que ofereix AVEC-Gremi? Oferim a les empreses, ceramistes i artesans servicis en les àrees d'administració, formació, jurídica, laboral, promoció i institucional. En podem enumerar alguns: punt de venda en AVEC-Gremio Shop, promoció i visibilitat dels productes, assessorament i suport en els tràmits per a l'exportació, participació en exposicions col·lectives, cerca i captació de compradors, l'exposició permanent de productes per a compradors professionals, gestions de comercialització, suport a projectes de promoció, disseny i tendències, o servici de traducció de francès i anglés, entre d'altres. A més, oferim tarifes especials en servicis informàtics com ara la creació de pàgines web i SEO, i en cursos de formació. També fem assessorament laboral, jurídic, comercial i en organització de cursos.

ANPEC i AVEC-Gremi van organitzar el passat gener el cicle d'activitats 'Diàlegs amb el foc', què tal l'experiència? Repetireu activitats semblants pròximament o als pròxims mesos? Ha sigut una experiència molt positiva en la qual els participants han après sobre tipus de coccions a llenya, han pogut experimentar, treballar i realitzar junt amb grans ceramistes i professionals els seus propis productes compartint coneixements i experiències en un ambient distés. No sols repetiríem experiències com esta, o com la del passat octubre –'El torn del torn'–, sinó que farem tots els possibles per fomentar-les. Estos cicles d'activitats amb caràcter internacional en què participen ceramistes d'altres països afavoreixen l'intercanvi de tècniques ceràmiques.

Pots avançar-nos quines seran les línies d'actuació i objectius que us plantegeu per al 2016? Per a enguany, el repte que es planteja AVEC-Gremi és el de seguir avançant en els objectius que s'ha marcat, a mitjà i llarg termini. Volem aconseguir un augment de competitivitat del sector, impulsar les relacions de cooperació iniciades i fomentar l'associacionisme. Igualment, desitgem donar suport a l'activitat artesana des de criteris de sostenibilitat i incrementar la recerca en el sector buscant nous projectes i donant-ne continuïtat als ja mampresos.

De tot el temps que en portes com a president quines són les coses, fets o fites que destacaries? Des de la meua incorporació a la Junta o ocupant-ne la presidència, les fites més destacades han sigut la construcció del Centre de Servicis i Promoció de la Ceràmica Valenciana, la fusió entre el Gremi i AVEC, la construcció de l'Escola Taller, la incorporació a la Confederació Espanyola del Vidre i la Ceràmica i la posterior adhesió al conveni col·lectiu estatal també l'obertura d'AVEC-Gremio Shop. Esta botiga representa un nou punt de comercialització per als fabricants i artesans, un mitjà més de promoció dels seus productes, un lloc de visita i un incomparable aparador a l'àmplia oferta professional dels nostres membres per a clients i turistes que visiten Manises. Igualment, destacaria la incorporació dels fabricants de tercer foc de Castelló o la realització de desenes de cursos de reciclatge dels ceramistes i per a la formació de nous professionals.

empresaris, que va prendre les regnes d'AVEC i on Vicente Lerma era el president i jo, vicepresident. El 1998 Lerma accedeix a la presidència de la patronal nacional del sector i jo vaig accedir a la presidència d'AVEC. Va ser el meu primer cicle com a president d'esta associació, que durà fins al 2005, quan, per tindre tres xiquets menuts, vaig haver de deixar-ho, quedant-me com a vocal en la junta. Des del 2014, i després de la dimissió de Jesús Gimeno, torne a ser-ne president.

Qué es l'AVEC-Gremi?

L'Associació Valenciana de Ceràmica AVEC-Gremi és una entitat sense ànim de lucre, integrada per empresaris industrials i artesans del sector de la ceràmica que voluntàriament desitgen incorporar-s'hi. És continuadora del que, amb diferents denominacions, era el Gremi de Mestres Alfarsers de València, que ja existia en el segle XVII. Naix de la unió entre l'AVEC, de

la qual manté l'anterior estructura i esquema organitzatiu, i el Gremi de Mestres Artesans Ceramistes. Està considerada en la Comunitat Valenciana com a representant empresarial del sector de la ceràmica decorativa, artística i tradicional. AVEC va substituir el 20 de Abril de 1977, per canvi de nom i estatuts, a l'Unió Sindical d'Empresaris de la Ceràmica i el Vidre, que al seu torn havia substituït l'Agrupació de Fabricants, que va ser constituïda a la primera dels anys seixanta. A final del segle passat ambdós organitzacions multipliquen esforços per oferir un projecte comú i el 15 de novembre del 2000 les seues assemblees en ratifiquen la unió, que pren forma en l'actual Associació Valenciana de Ceràmica AVEC-Gremi.

Por Cano, Antoni J.
Redactor/News Editor

Quins són els objectius principals

d'AVEC-Gremi? Entre els seus objectius cal destacar: la defensa dels interessos de les empreses i artesans, el seu desenvolupament comercial, la promoció de la ceràmica, la formació dels treballadors i la realització de projectes d'interés per al sector. Centrada en un principi en les negociacions col·lectives i la promoció dels productes fabricats, va reforçar l'activitat en les dos últimes dècades passant a gestionar projectes d'interés col·lectiu en diferents matèries: medi ambient, formació, prevenció de riscos, estalvi energètic, innovació, disseny, etc., així com la creació de la marca col·lectiva Ceràmica de Manises.

L'entitat té la seu a Manises i, concretament, al Centre de Servicis i Promoció de la Ceràmica Valenciana. Pots explicar-nos tot el que alberga este recinte? Des del setembre del 1997 tenim la seu en este centre. Té quatre plantes i compta amb una exposició permanent de productes de ceràmica i porcellana, que ocupa uns 500 m², oberta tots els dies laborables de l'any i orientada exclusivament a compradors professionals. També hi ha la botiga AVEC-Gremio Shop, que s'inaugurà el febrer del 2013. Està oberta al públic i ofereix productes de les empreses associades emparades sota la marca col·lectiva Ceràmica de Manises, que agrupa més de 25 firmes valencianes de ceràmica artística i porcellana decorativa i funcional. A més, tenim un saló d'actes i reunions i aules de formació totalment equipades, amb ordinadors, projectors, etc. D'altra banda, cal destacar l'Escola Taller, amb 820 m² i un equipament complet: forns, torns, aula de dibuix, laboratori de control de qualitat i investigació, magatzem, etc. Durant els últims mesos, l'Escola Taller s'ha obert als artesans de Manises i d'altres localitats de la Comunitat, i també a estudiants de l'Escola Superior de Ceràmica de Manises. S'hi desenvolupen diversos projectes com el de la Ceràmica en l'Escola, Experiències Ceràmiques i d'altres de promoció de la ceràmica en la seua vessant artística, cultural i turística.

Entrevista al presidente de AVEC-Gremio, José Vicente Montesa

La Asociación Valenciana de Cerámica AVEC-Gremio ofrece numerosos servicios a las empresas y artesanos y pone a disposición del sector su Centro de Servicios y Promoción de la Cerámica Valenciana, con más de 3.000 m² y ubicado en Manises. Su presidente, explica con detalle en esta entrevista el funcionamiento de la entidad

¿Cuáles son los objetivos principales de AVEC-Gremio? Entre sus objetivos hay que destacar: la defensa de los intereses de las empresas y artesanos, su desarrollo comercial, la promoción de la cerámica, la formación de los trabajadores y la realización de proyectos de interés para el sector. Centrada en un principio en las negociaciones colectivas y la promoción de los productos fabricados, reforzó la actividad en las dos últimas décadas pasando a gestionar proyectos de interés colectivo en diferentes materias: medio ambiente, formación, prevención de riesgos, ahorro energético, innovación, diseño, etc., así como la creación de la marca colectiva Cerámica de Manises.

La entidad tiene la sede en Manises y, concretamente, en el Centro de Servicios y Promoción de la Cerámica Valenciana. ¿Puedes explicarnos qué alberga este recinto? Desde septiembre de 1997 tenemos la sede en este centro. Tiene cuatro plantas y cuenta con una exposición permanente de productos de cerámica y porcelana, que ocupa unos 500 m², abierta todos los días laborables del año y orientada exclusivamente a compradores profesionales. También disponemos de la tienda AVEC-Gremio Shop, que se inauguró en febrero de 2013. Está abierta al público y ofrece productos de las empresas asociadas amparadas bajo la marca colectiva Cerámica de Manises, que agrupa a más de 25 firmas valencianas de cerámica artística y porcelana decorativa y funcional. Además, tenemos un salón de actos y reuniones y aulas de formación totalmente equipadas, con ordenadores, proyectores, etc. Por otro lado, hay que destacar la Escuela Taller, con 820 m² y un equipamiento completo: hornos, tornos, aula de dibujo, laboratorio de control de calidad e investigación, almacén, etc. Durante los últimos meses, la Escuela Taller se ha abierto a los artesanos de Manises y otras localidades de la Comunitat, y también a estudiantes de la Escuela Superior de Cerámica de Manises. Se desarrollan varios proyectos como el de la Cerámica en la Escuela, Experiencias Cerámicas y otros de promoción de la cerámica en su vertiente artística, cultural y turística.

¿Cuáles son los principales servicios que ofrece AVEC-Gremio? Ofrecemos a las empresas, ceramistas y artesanos servicios en las áreas de administración, formación, jurídica, laboral, promoción e institucional. Podemos enumerar algunos: punto de venta en AVEC-Gremio Shop, promoción y visibilidad de los productos, asesoramiento y apoyo en los trámites para la exportación, participación en exposiciones colectivas, búsqueda y captación de compradores, la exposición permanente de productos para compradores profesionales, gestiones de comercialización, apoyo a proyectos de promoción, diseño y tendencias, o servicio de traducción de francés e inglés, entre otros. Además, ofrecemos tarifas especiales en servicios informáticos como, por ejemplo, la creación de páginas web y SEO, y en cursos de formación. También hacemos asesoramiento laboral, jurídico, comercial y en organización de cursos. [...]



avec.com

[...]

ANPEC y AVEC-Gremio organizaron el pasado enero el ciclo de actividades 'Diálogos con el fuego', ¿qué tal fue la experiencia? ¿Repetiréis actividades parecidas próximamente o en los próximos meses? Ha sido una experiencia muy positiva en la cual los participantes han aprendido sobre tipos de cocciones a leña, han podido experimentar, trabajar y realizar junto con grandes ceramistas y profesionales sus propios productos compartiendo conocimientos y experiencias en un ambiente distendido. No sólo repetiríamos experiencias como ésta, o como la del pasado octubre –'El turno del torno'–, sino que haremos todo lo posible para fomentarlas. Estos ciclos de actividades con carácter internacional en que participan ceramistas de otros países favorecen el intercambio de técnicas cerámicas.

¿Puedes avanzarnos cuáles serán las líneas de actuación y objetivos que os planteáis para el 2016? Para este año, el reto que se plantea AVEC-Gremio es el de seguir avanzando en los objetivos que se ha marcado, a medio y largo plazo. Queremos conseguir un aumento de competitividad del sector, impulsar las relaciones de cooperación iniciadas y fomentar el asociacionismo. Igualmente, deseamos apoyar a la actividad artesana desde criterios de sostenibilidad e incrementar la investigación en el sector buscando nuevos proyectos y dando continuidad a los ya emprendidos.

De todo el tiempo que llevas como presidente, ¿qué hechos o hitos destacarías? Desde mi incorporación a la Junta u ocupando la presidencia, los hitos más destacados han sido la construcción del Centro de Servicios y Promoción de la Cerámica Valenciana, la fusión entre el Gremio y AVEC, la construcción de la Escuela Taller, la incorporación a la Confederación Española del Vidrio y la Cerámica y la posterior adhesión al convenio colectivo estatal y también la apertura de Avec-Gremio Shop. Esta tienda representa un nuevo punto de comercialización para los fabricantes y artesanos, un medio más de promoción de sus productos, un lugar de visita y un incomparable escaparate a la amplia oferta profesional de nuestros miembros para clientes y turistas que visitan Manises. Igualmente, destacaría la incorporación de los fabricantes de tercer fuego de Castellón o la realización de decenas de cursos de reciclaje de los ceramistas para la formación de nuevos profesionales.



José Vicente Montesa y AVEC

Desde su creación, la empresa familiar de producción de artículos de cerámica artística fue asociada de AVEC y también, desde la reactivación que hubo en la década de los 80, del Gremio. El año 1986 empezamos a producir barro en mi actual empresa,

Pastas y Barbotinas Cerámicas SA, y desde el primer momento nos asociamos a AVEC, participando ya entonces del objetivo más importante que tenía la asociación, que era la negociación y firma del convenio colectivo con los trabajadores del sector. En 1991 nos reunimos un grupo de –entonces– jóvenes empresarios, que tomó las riendas de AVEC y donde Vicente Lerma era el presidente y yo, vicepresidente. El 1998 Lerma accede a la presidencia de la patronal nacional del sector y yo accedí a la presidencia de AVEC. Fue mi primer ciclo como presidente de esta asociación, que llega hasta 2005, cuando lo dejé para centrarme en mis tres hijos pequeños, quedándome como vocal en la junta. Desde 2014, y después de la dimisión de Jesús Gimeno, vuelvo a ser presidente.

Qué es AVEC-Gremio?

La Asociación Valenciana de Cerámica AVEC-Gremio es una entidad sin ánimo de lucro, integrada por empresarios industriales y artesanos del sector de la cerámica que voluntariamente desean incorporarse. Es continuadora de lo que, con diferentes denominaciones, era el Gremio de Maestros Alfareros de Valencia, que ya existía en el siglo XVII. Y nace de la unión entre AVEC, de la cual mantiene la anterior estructura y esquema organizativo, y el Gremio de Maestros Artesanos Ceramistas. Está considerada en la Comunitat Valenciana como representante empresarial del sector de la cerámica decorativa, artística y

tradicional. AVEC sucedió el 20 de Abril de 1977, por cambio de nombre y estatutos, a la Unión Sindical de Empresarios de la Cerámica y el Vidrio, que a su vez había sustituido a la Agrupación de Fabricantes, que fue constituida a principios de los años sesenta. A final del siglo pasado ambas organizaciones multiplican esfuerzos para ofrecer un proyecto común y el 15 de noviembre de 2000 sus asambleas ratifican la unión, que toma forma en la actual Asociación Valenciana de Cerámica AVEC-Gremio.



10 EDICIÓN PREMIOS NACIONALES DE ARTESANÍA

L'artesanía es posa de gala per la 10ª edició dels PNA 2015
La artesanía se viste de gala para la 10ª edición de los PNA 2015

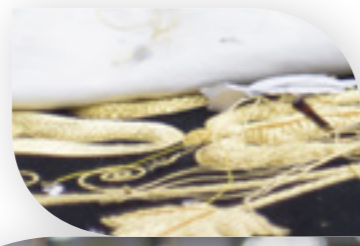
Redactor/Editor: Giménez, J.A.
 Fotos/fotos: Gsus Fernández
 Documentació/documentación: Fundesarte

La competitivitat del sector artesà espanyol creix i representa ja entorn del 2,4% del Producte Interior Brut (PIB) industrial i un 0,4% del PIB total del nostre país, segons dades del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme. Amb el vent de cara, malgrat la reducció del nombre d'empreses artesanies a Espanya, aconseguim la desena edició dels Premis Nacionals d'Artesania (PNA) convocats pel citat Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme a través de l'Escola d'Organització Industrial (EOI) i la seva càtedra Fundesarte.

El dictamen es farà públic durant els Dies Europeus de l'Artesania que se celebren en el mes d'abril, si bé, mentre esperem el pronunciament del jurat, en Sibarita News us apropem els perfils dels aspirants d'aquesta edició. En total 15 seleccionats entre les 82 candidatures presentades, que optaran als guardons en les cinc categories proposades: Premi Nacional, Premi Producte, Premi al Emprendimiento, Premi Promociona per a Entitats Públiques i Premi Promociona per a Entitats Privades. En l'edició d'aquesta any, les comunitats autònomes que més candidats han presentat són Andalusia, Comunitat Valenciana, Comunitat de Madrid, Castella i Lleó, Balears i Galícia.

La competitividad del sector artesano español crece y representa ya en torno al 2,4% del Producto Interior Bruto (PIB) industrial y un 0,4% del PIB total de nuestro país, según datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Con el viento de cara, a pesar de la reducción del número de empresas artesanas en España, alcanzamos la décima edición de los Premios Nacionales de Artesanía (PNA) convocados por el citado Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y su cátedra Fundesarte.

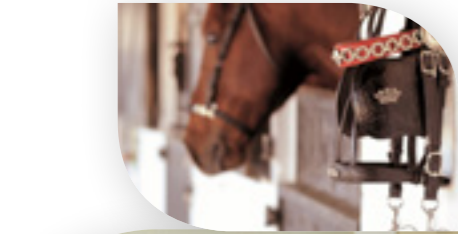
El dictamen se hará público durante los Días Europeos de la Artesanía que se celebran en el mes de abril, si bien, mientras esperamos el pronunciamiento del jurado, en Sibarita News os acercamos los perfiles de los aspirantes de esta edición. En total 15 seleccionados entre las 82 candidaturas presentadas, que optarán a los galardones en las cinco categorías propuestas: Premio Nacional, Premio Producto, Premio al Emprendimiento, Premio Promociona para Entidades Públicas y Premio Promociona para Entidades Privadas. En la edición de esta año, las comunidades autónomas que más candidatos han presentado son Andalucía, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Castilla y León, Baleares y Galicia.



carreraiglesias.es

El Taller de Bordados Francisco Carrera Iglesias

Es un taller de brodat sevillà que domina la tradició artesanal d'aquest ofici i que, al seu torn, coneix les últimes tendències de la moda. Destaquen les seves aportacions en el camp del brodat tradicional, així com l'engegada de programes de recuperació del patrimoni tèxtil, amb minuciosos processos de restauració que retornen a antigues peces el seu aspecte original. L'any 2010 va ser convidat pel ministre de cultura Francès Frédéric Mitterrand, per exposar alguns dels seus dissenys en l'Exposició Extraordinària del Museu d'Arts i Costums Populars de Còrsega. La seva obra civil més important és la col·laboració amb Gastón i Daniela en el disseny i brodat que decoren els teixits de la Llotja Reial del Teatre Real de Madrid, executats en 1998. Així com diferents tapissos per a diversos organismes oficials. A més, ha realitzat els dissenys del pas de pal·li de la Verge dels Dolors, de la germanor del Turó de l'Àguila així com l'aixovar i estris de la mateixa. I col·labora amb nombrosos dissenyadors i firmes de prestigi com Loewe. *Es un taller de bordado sevillano que domina la tradición artesanal de este oficio y que, a su vez, conoce las últimas tendencias de la moda. Destacan sus aportaciones en el campo del bordado tradicional, así como la puesta en marcha de programas de recuperación del patrimonio textil, con minuciosos procesos de restauración que devuelven a antiguas piezas su aspecto original. En el año 2010 fue invitado por el ministro de cultura Francés Frédéric Mitterrand, para exponer algunos de sus diseños en la Exposición Extraordinaria del Museo de Artes y Costumbres Populares de Córcega. Su obra civil más importante es la colaboración con Gastón y Daniela en el diseño y bordado que decoran los tejidos del Palco Regio del Teatro Real de Madrid, ejecutados en 1998. Así como diferentes tapices para diversos organismos oficiales. Además, ha realizado los diseños del paso de palio de la Virgen de los Dolores, de la hermandad del Cerro del Águila así como el ajuar y enseres de la misma. Y colabora con numerosos diseñadores y firmas de prestigio como Loewe.*



dorantes.com

Guarnicionería Dorantes

liderada per Francisco Dorantes Car, és una empresa familiar de Lebrija (Andalusia) que destaca per la seva trajectòria reconeguda nacional i internacionalment, a més de la seva labor i compromís amb l'evolució de l'artesania i la difusió de la 'guarnicionería' històrica i l'engarxi tradicional, així com de l'ofici artesà. Després de més de dues dècades, la signatura Dorantes ha treballat incansablement en la redefinició de l'art de la 'Guarnicionería', convertint les guarnicions Dorantes en una harmonia perfecta entre home i cavall. Especialitzat en la restauració i conservació de guarnicions històriques, l'any 2005 va aconseguir un dels seus majors reconeixements, en ser l'empresa seleccionada per treballar amb la Casa Real Espanyola / liderada por Francisco Dorantes Caro, es una empresa familiar de Lebrija (Andalusia) que destaca por su trayectoria reconocida nacional e internacionalmente, además de su labor y compromiso con la evolución de la artesanía y la difusión de la guarnicionería histórica y el enganche tradicional, así como del oficio artesano. Tras más de dos décadas, la firma Dorantes ha trabajado incansablemente en la redefinición del arte de la Guarnicionería, convirtiendo las guarniciones Dorantes en una armonía perfecta entre hombre y caballo. Especializado en la restauración y conservación de guarniciones históricas, en el año 2005 consiguió uno de sus mayores reconocimientos, al ser la empresa seleccionada para trabajar con la Casa Real Española.

fotos: Marco del Comune



luesmavega.eu

Luesma Vega SL

Es la marca d'Ester Luesma i Xavier Vega, que desenvolupen productes en vidre i que han aconseguit posicionar el seu taller, constituït en 1991, com un dels referents actuals al món del vidre artesà nacional i internacional. Amb els seus productes, Luesma Vega busca generar sensacions agradables a través de peces carregades d'emotivitat positiva i optimista, de vegades fins i tot de sorpresa, denotant correspondències mediterrànies, tant de paisatge com de llegat cultural.

Destaquen per la seva excel·lència en el desenvolupament i producció d'articles per a l'alta cuina innovant amb processos tècnics, disseny de producte i adaptació al mercat. Restaurants com El Bulli, El Celler de Can Roca, Diverxo, Arzak, Mugaritz i Azurmendi, entre uns altres, han confiat en ells per al disseny i producció de peces especials en les quals presentar les seves creacions culinàries. En 2011 els va ser concedit el Premi Producte dels Premis Nacionals d'Artesania. *Es la marca de Ester Luesma y Xavier Vega, que desarrollan productos en vidrio y que han logrado posicionar su taller, constituido en 1991, como uno de los referentes actuales en el mundo del vidrio artesano nacional e internacional. Con sus productos, Luesma Vega busca generar sensaciones agradables a través de piezas cargadas de emotividad positiva y optimista, a veces incluso de sorpresa, denotando correspondencias mediterráneas, tanto de paisaje como de legado cultural. Destacan por su excelencia en el desarrollo y producción de artículos para la alta cocina innovando con procesos técnicos, diseño de producto y adaptación al mercado. Restaurantes como El Bulli, El Celler de Can Roca, Diverxo, Arzak, Mugaritz y Azurmendi, entre otros, han confiado en ellos para el diseño y producción de piezas especiales en las que presentar sus creaciones culinarias. En 2011 les fue concedido el Premio Producto de los Premios Nacionales de Artesanía.*



canbenito.com

Teulera Can Benito SL

Es una empresa ceràmica balear que treballa seguint les tècniques i tradicions heretades de la cultura popular mediterrània. La fabricació de productes ceràmics en fang representa avui l'activitat principal de la Teulera Can Benito. El tractament de la terra, transformant-la en un fang d'exel·lentes propietats, el modelatge de les diferents formes, la cocció de les peces en forns d'alt rendiment i l'acabat dels seus productes, especialment els pintats a mà, està avalat pels coneixements transmesos al llarg de tres generacions de mestres artesans.

El producte presentat són unes llindes fabricades especialment per a la Sagrada Família. Des d'aquest taller artesà han sabut solucionar els problemes tècnics que es van trobar els arquitectes de la Sagrada Família gràcies a una peça dissenyada especialment per a l'ocasió: una llinda de fang amb una curvatura particular, molt difícil d'aconseguir a causa de la gran contracció del fang després del seu assecat. El jurat ha valorat la capacitat de Teulera Can Benito SL d'assumir l'encàrrec, sent els únics que han donat una solució reeixida al repte, a més de demostrar la seva elevada qualitat tècnica, formal i tradicional.

Es una empresa cerámica balear que trabaja siguiendo las técnicas y tradiciones heredadas de la cultura popular mediterránea. La fabricación de productos cerámicos en barro representa hoy la actividad principal de Teulera Can Benito. El tratamiento de la tierra, transformándola en un barro de excelentes propiedades, el modelado de las diferentes formas, la cocción de las piezas en hornos de alto rendimiento y el acabado de sus productos, especialmente los pintados a mano, está avalado por los conocimientos transmitidos a lo largo de tres generaciones de maestros artesanos. El producto presentado son unos dinteles fabricados especialmente para la Sagrada Familia. Desde este taller artesano han sabido solucionar los problemas técnicos que se encontraron los arquitectos de la Sagrada Familia gracias a una pieza diseñada especialmente para la ocasión: un dintel de barro con una curvatura particular, muy difícil de conseguir debido a la gran contracción del barro tras su secado. El jurado ha valorado la capacidad de Teulera Can Benito SL de asumir el encargo, siendo los únicos que han dado una solución exitosa al reto, además de demostrar su elevada calidad técnica, formal y tradicional.



luismendez.net

Luis Méndez Artesanos SL

Empresa de Salamanca referent quant a la recuperació de l'ofici de la filigrana per a la joieria contemporània, una tècnica introduïda per grecs i fenicis a Espanya i Portugal. La tercera generació d'orfebres d'aquest grup familiar d'artesans ha mantingut el llarg dels anys l'antic ofici de la filigrana com a pilar de la seva producció, però sense perdre de vista la constant evolució i la cerca de col·laboracions amb altres disciplines, amb la intenció del seu enriquitment i constant aprenentatge. Són finalistes de la categoria Producte per "El Jardín", un penjoll que reinterpreta un model tradicional per convertir-ho en una joia actual, exclusiva i carregada d'història, que destaca per la seva qualitat estètica i plàstica. *Empresa salmantina referente en cuanto a la recuperación del oficio de la filigrana para la joyería contemporánea, una técnica introducida por griegos y fenicios en España y Portugal. La tercera generación de orfebres de este grupo familiar de artesanos ha mantenido el largo de los años el antiguo oficio de la filigrana como pilar de su producción, pero sin perder de vista la constante evolución y la búsqueda de colaboraciones con otras disciplinas, con miras a su enriquecimiento y constante aprendizaje. Son finalistas de la categoría Producto por "El Jardín", un colgante que reinterpreta un modelo tradicional para convertirlo en una joya actual, exclusiva y cargada de historia, que destacada por su calidad estética y plástica.*



favoritostudio.com



Favorito Studio

Es la marca creada per Susana García Gómez, una jove terrissaire de Valdemorillo, poble de tradició ceràmica de la Comunitat de Madrid. Favorito Studio conjumina artesania i disseny, posicionant-se de forma innovadora en el sector de la ceràmica mitjançant l'ús de noves tecnologies i apostant per una marcada comunicació que li ha permès donar-se a conèixer al món de l'artesania nacional. A aquests premis va presentar una vaixela que conjumina la filosofia d'aquest taller en el qual es modelen delicats objectes utilitzant tècniques tradicionals d'esmaltat i cocció, sent totes elles fetes a mà de principi a fi, per això cadascuna de les peces que conformen les vaixelles són úniques. *Es la marca creada por Susana García Gómez, una joven ceramista de Valdemorillo, pueblo de tradición cerámica de la Comunidad de Madrid. Favorito Studio aúna artesanía y diseño, posicionándose de forma innovadora en el sector de la cerámica mediante el uso de nuevas tecnologías y apostando por una marcada comunicación que le ha permitido darse a conocer en el mundo de la artesanía nacional. A estos premios presentó una vajilla que aún la filosofía de este taller en el que se moldean delicados objetos utilizando técnicas tradicionales de esmaltado y cocción, siendo todas ellas hechas a mano de principio a fin, por eso cada una de las piezas que conforman las vajillas son únicas.*



tenerife.es/wps/portal/tenerifees

Cabildo Insular de Tenerife

Es l'òrgan de govern de la illa de Tenerife (Canàries), constituït el 16 de març de 1913 a Santa Cruz de Tenerife. Igual que els altres 'cabildos' de Canàries posseeix una sèrie de competències pròpies recollides en l'Estatut d'Autonomia de Canàries així com una sèrie de competències delegades dels altres òrgans d'administració territorial.

Aquesta institució ha estat nominada pel Pla Insular d'Artesania consensuat pels artesans, les administracions públiques implicades i altres agents d'interès. L'objectiu: fomentar l'artesania a la Illa de Tenerife promovent la seva competitivitat, impulsant les relacions de cooperació i l'associacionisme, recolzant l'activitat artesana des de criteris de sostenibilitat, i incrementant la informació i recerca del sector.

/Es el órgano de gobierno de la isla de Tenerife (Canarias), constituido el 16 de marzo de 1913 en Santa Cruz de Tenerife. Al igual que los otros cabildos de Canarias posee una serie de competencias propias recogidas en el Estatuto de Autonomía de Canarias así como una serie de competencias delegadas de los demás órganos de administración territorial.

Esta institución ha sido nominada por el Plan Insular de Artesanía consensuado por los artesanos, las administraciones públicas implicadas y otros agentes de interés. El objetivo: fomentar la artesanía en la Isla de Tenerife promoviendo su competitividad, impulsando las relaciones de cooperación y el asociacionismo, apoyando la actividad artesana desde criterios de sostenibilidad, e incrementando la información e investigación del sector.



amariñaturismo.es

Mancomunidad de Municipios da Mariña Lucense

impulsa les 'Rutes de l'artesania en la Mariña Lucense', un programa de promoció turística a través de l'impuls a l'activitat artesana en esta destinació, que inclou reportatges fotogràfics i vídeos sobre els tallers artesans participants, una web, una oferta de paquets turístics especialitzats en artesania i una oferta de menús artesans en els restaurants de la zona.

Es tracta d'un projecte orientat a explicar la història d'un poble mitjançant una interacció educativa, emocional, social i participativa, en la qual el visitant es sentirà creador i artesà. Una experiència sensorial que permet descobrir espais naturals, rurals i també escoltar el so de l'artesania -del torn girant, de l'enclusa copejant el ferro, de la serra sobre la fusta...-

/ Mancomunidad de Municipios da Mariña Lucense impulsa las 'Rutas de la artesanía en la Mariña Lucense', un programa de promoción turística a través del impulso a la actividad artesana en este destino, que incluye reportajes fotográficos y videos sobre los talleres artesanos participantes, una web, una oferta de paquetes turísticos especializados en artesanía y una oferta de menús artesanos en los restaurantes de la zona.

Se trata de un proyecto orientado a contar la historia de un pueblo mediante una interacción educativa, emocional, social y participativa, en la que el visitante se sentirá creador y artesano. Una experiencia sensorial que permite descubrir espacios naturales, rurales y también escuchar el sonido de la artesanía -del torno girando, del yunque golpeando el hierro, de la sierra sobre la madera...-



lapalmaartesanía.es

Sociedad de Promoción y Desarrollo Económico de La Palma

(Sodepal) destaca per la creació i consolidació de la marca 'La Palma Artesania, que té com a principal objectiu evitar que els oficis tradicionals de la illa desapareguin. Per a això, treballen fomentant el disseny, màrqueting i comercialització de nous productes més atractius per al consumidor actual, però realitzats respectant les tècniques ancestrals.

Aquesta entitat treballa actualment en tres encomanes principals: la d'Artesania s'encarrega de la gestió del projecte 'La Palma Artesania'; la d'Esports està vinculada a l'organització de la 'Transvolcània' i de el 'Festival de Senderisme', que es realitzarà aquest cap de setmana vinent; i la d'Agricultura, que engloba el projecte de comercialització, 'AgroBiodiversidad' i la 'Agència Insular del Mar'. A més, es presta el servei d'assessorament d'empreses i emprenedors.

/(Sodepal) destaca por la creación y consolidación de la marca 'La Palma Artesanía, que tiene como principal objetivo evitar que los oficios tradicionales de la isla desaparezcan. Para ello, trabajan fomentando el diseño, marketing y comercialización de nuevos productos más atractivos para el consumidor actual, pero realizados respetando las técnicas ancestrales.

Esta entidad trabaja actualmente en tres encomiendas principales: la de Artesanía se encarga de la gestión del proyecto 'La Palma Artesanía'; la de Deportes está vinculada a la organización de la 'Transvolcánia' y del 'Festival de Senderismo', que se realizará este próximo fin de semana; y la de Agricultura, que engloba el proyecto de comercialización, 'AgroBiodiversidad' y la 'Agencia Insular del Mar'. Además, se presta el servicio de asesoramiento de empresas y emprendedores.



arteragon.es

Asociación Profesional de Artesanos de Aragón

Entitat que gestiona i dinamitza el Centre d'Artesania d'Aragó, fomentant i divulgant els oficis artesans, a més d'oferir formació especialitzada, visites culturals, etc. L'associació va obtenir el guardó en 2012 pel Pla ARDI (Artesania + disseny). En aquesta ocasió és finalista per la consolidació de la Fira de Ceràmica Contemporània (CÉRCOL) que l'any passat va celebrar el seu 15^a edició, amb participants de més de 25 països. Museus, escoles d'art, galeries i professionals presenten les seves propostes i novetats dins del mercat de la ceràmica contemporània i es conjuga la difusió dels diferents discursos de l'entorn de la ceràmica amb la dimensió econòmica del sector artesà.

/Entidad que gestiona y dinamiza el Centro de Artesanía de Aragón, fomentando y divulgando los oficios artesanos, además de ofrecer formación especializada, visitas culturales, etc. La asociación obtuvo el galardón en 2012 por el Plan ARDI (Artesanía + diseño). En esta ocasión es finalista por la consolidación de la Feria de Cerámica Contemporánea (CÉRCOL) que en el año pasado celebró su 15ª edición, con participantes de más de 25 países. Museos, escuelas de arte, galerías y profesionales presentan sus propuestas y novedades dentro del mercado de la cerámica contemporánea y se conjuga la difusión de los diferentes discursos del entorno de la cerámica con la dimensión económica del sector artesano.



escuelatlantico.com

Escuela de Formación del Atlántico, SL

Situada a Vigo, és un centre professional i integral en l'ensenyament de joieria que l'ha fomentat en tots els seus vessants artístics i professionals, a més de preocupar-se pel futur dels seus alumnes creant, per exemple, espais de coworking on aquests poden desenvolupar els seus projectes professionals de manera independent. Va iniciar la seva activitat en 2001, en unes instal·lacions de 300m² i en l'actualitat compten amb un complex educacional que consta de 650m² d'aules i tallers, 190m² d'espais polivalents i 290m² d'espais oberts i patis. En tots aquests anys, més de 600 alumnes de 20 països europeus, americans, africans i asiàtics han passat per les nostres aules i tallers. Això ha repercutit a la nostra escola, creant un ambient multicultural idoni per a la creació, el disseny i l'aprenentatge.

/Situada en Vigo, es un centro profesional e integral en la enseñanza de joyería que la ha fomentado en todas sus vertientes artísticas y profesionales, además de preocuparse por el futuro de sus alumnos creando, por ejemplo, espacios de coworking donde éstos pueden desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente.

Inició su actividad en 2001, en unas instalaciones de 300m2 y en la actualidad cuentan con un complejo educacional que consta de 650m2 de aulas y talleres, 190m2 de espacios polivalentes y 290m2 de espacios abiertos y patios. En todos estos años, más de 600 alumnos de 20 países europeos, americanos, africanos y asiáticos han pasado por nuestras aulas y talleres. Esto ha repercutido en nuestra escuela, creando un ambiente multicultural idóneo para la creación, el diseño y el aprendizaje.



adcv.com

Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana

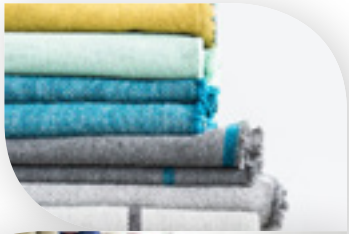
Entitat sense ànim de lucre creada en 1985 i que compta amb més de 200 socis, entre ells dos Premis Nacionals de Disseny. Destaca per la seva contribució a la creació de sinèrgies amb altres sectors productius, formant equips d'artesans, dissenyadors i xefs en el projecte 'Disseny al Plat'. El treball conjunt ha afavorit el creixement conceptual i empresarial de tots ells, contribuint així a la posada en valor de l'artesania contemporània i donant-li visibilitat en un entorn favorable, actual, demandat i amb impacte real, com és el món de l'alta gastronomia.

La ADCV s'erigeix com a pionera a l'hora de desenvolupar projectes que promouguin i donin a conèixer al disseny i els seus dissenyadors, i donin visibilitat de la seva importància davant la societat. Així mateix tracta de mantenir en contínua formació i informació als seus socis i ho fa a través de publicacions, cursos i jornades. En un altre vessant, també destaca la seva col·laboració amb Instituts Tecnològics o Clústers Empresarials.

/Entidad sin ánimo de lucro creada en 1985 y que cuenta con más de 200 socios, entre ellos dos Premios Nacionales de Diseño. Destaca por su contribución a la creación de sinergias con otros sectores productivos, formando equipos de artesanos, diseñadores y chefs en el proyecto 'Diseño al Plato'. El trabajo conjunto ha favorecido el crecimiento conceptual y empresarial de todos ellos, contribuyendo así a la puesta en valor de la artesanía contemporánea y dándole visibilidad en un entorno favorable, actual, demandado y con impacto real, como es el mundo de la alta gastronomía.

La ADCV se erige como pionera a la hora de desarrollar proyectos que promuevan y den a conocer al diseño y sus diseñadores, y den visibilidad de su importancia ante la sociedad. Asimismo trata de mantener en continua formación e información a sus socios y lo hace a través de publicaciones, cursos y jornadas. En otra vertiente, también destaca su colaboración con Institutos Tecnológicos o Clústers Empresariales.

finalistes Emprenedoria



abbatte.com

Abadía de Collado Hermoso SL

Amb seua empresarial a Madrid, i sota la marca Ábbatte, aquesta firma crea objectes tèxtils fets a mà utilitzant fibres naturals d'alta qualitat, amb un disseny basat en els efectes estructurals dels materials. Ha contribuït notablement a preservar i posar en valor parteix de la tradició tèxtil segoviana en el monestir cistercenc de Santa Maria de la Serra, en el qual es duu a terme el mil·lenari ofici del teixit a mà.

Aquesta signatura aposta per integrar a teixidores locals formant-les amb mètodes artesanals i crear un jardí de plantes 'tintóreas' que proveeix de matèria primera natural, a més de l'efecte de la seva activitat a la regió que ha tingut efectes positius en la reactivació de l'economia local i la seva aportació d'una visió contemporània de l'artesanía.

/Con sede empresarial en Madrid, y bajo la marca Ábbatte, esta firma crea objetos textiles hechos a mano utilizando fibras naturales de alta calidad, con un diseño basado en los efectos estructurales de los materiales. Ha contribuido notablemente a preservar y poner en valor parte de la tradición textil segoviana en el monasterio cisterciense de Santa María de la Sierra, en el que se lleva a cabo el milenarío oficio del tejido a mano.

Esta firma apuesta por integrar a tejedoras locales formándolas con métodos artesanales y crear un jardín de plantas tintóreas que provee de materia prima natural, además del efecto de su actividad en la región que ha tenido efectos positivos en la reactivación de la economía local y su aportación de una visión contemporánea de la artesanía.



lamparadecarton.com

K-LO Taller de Ecodiseño SL

Estudi multidisciplinari situat en Nigrán (Galícia), format per professionals de diferents àmbits, que el seu objectiu és oferir productes i serveis d'alta qualitat sota la premissa del disseny sostenible. Destaquen pel seu compromís amb la innovació i el desenvolupament d'un llums de cartró realitzades íntegrament amb productes ressò a les quals els apliquen un tractament especial d'acabat.

El disseny i la fabricació dels productes d'aquesta firma estan pensats per minimitzar el seu impacte mediambiental, per això són biodegradables. Assemblen a mà tots els llums de cartró reciclat amb cua sense dissolvents i es revesteixen de vernís ignífug a l'aigua, el qual a més, augmenta la seva resistència contra els cops. Un producte la filosofia del qual té gran acceptació al mercat nacional i internacional.

/Estudio multidisciplinar ubicado en Nigrán (Galicia), formado por profesionales de distintos ámbitos, cuyo objetivo es ofrecer productos y servicios de alta calidad bajo la premisa del diseño sostenible. Destacan por su compromiso con la innovación y el desarrollo de un lámparas de cartón realizadas íntegramente con productos eco a las que les aplican un tratamiento especial de acabado.

El diseño y la fabricación de los productos de esta firma están pensados para minimizar su impacto medioambiental, por eso son biodegradables. Ensamblan a mano todas las lámparas de cartón reciclado con cola sin disolventes y se revisten de barniz ignífugo al agua, el cual además, aumenta su resistencia contra los golpes. Un producto cuya filosofía tiene gran aceptación en el mercado nacional e internacional

fotos: Carlos Alas



bamboobikesbarcelona.com

Bamboo Bikes Barcelona

És una jove empresa barcelonina creada per dos joves emprenedors la passió dels quals per la bicicleta urbana ha resultat en aquesta companyia. Bamboo Bikes Barcelona ha sabut reinventar un ofici amb materials sostenibles com el bambú i les fibres naturals, oferint un producte únic i actual, així com transmetre valors com a exclusivitat, qualitat, fet a mà, minimalisme i sostenibilitat.

El projecte té el seu origen en Marc Navarra i Mariona Martínez, alumnes del Màster d'Adreça d'empreses i Sistemes de Producció de la Universitat Internacional de Catalunya (UIC), que aplicant els coneixements adquirits durant els estudis i les experiències viscudes, han desenvolupat un producte innovador sobre un material natural -bambú-, que comença a estendre la seva presència a altres sectors, com els pals d'esquí.

/Es una joven empresa barcelonesa creada por dos jóvenes emprendedores cuya pasión por la bicicleta urbana ha resultado en esta compañía. Bamboo Bikes Barcelona ha sabido reinventar un oficio con materiales sostenibles como el bambú y las fibras naturales, ofreciendo un producto único y actual, así como transmitir valores como exclusividad, calidad, hecho a mano, minimalismo y sostenibilidad.

El proyecto tiene su origen en Marc Navarra y Mariona Martínez, alumnos del Máster de Dirección de Empresas y Sistemas de Producción de la Universidad Internacional de Cataluña (UIC), que aplicando los conocimientos adquiridos durante los estudios y las experiencias vividas, han desarrollado un producto innovador sobre un material natural -bambú-, que empieza a extender su presencia a otros sectores, como los palos de esquí.