

Valira. L'empresa va obrir al maig una paradeta al mercat per estar més a prop dels seus clients i del producte local i de proximitat



L'empresa va obrir al maig una paradeta al mercat. FOTO: ALBA MARINÉ

Més de cinquanta anys apostant per Reus

Reportatge

MARTINA CÁRDENAS
REUS

Encara hi ha qui desconeix que l'empresa d'articles de cuina Valira va néixer a Reus i manté una vinculació molt forta amb la ciutat. Aquest any celebren 56 anys des de la seva fundació, i per consolidar-se encara més a Reus, han inaugurat una paradeta al Mercat Central. «La botiga al mercat ens interessa perquè és un lloc on es

reuneix gent que valora menjar bé», explica Eric Didier, director general de Valira.

Entre 1969 i els anys 90, l'empresa es va centrar principalment en el mercat espanyol i portuguès. Inicialment, comercialitzaven cafeteres italianes i setrilleres, i més endavant van ampliar l'oferta amb articles de cocció. A partir de l'any 2000, l'augment del mercat asiàtic, caracteritzat per uns cos-

tos de producció molt baixos, va obligar l'empresa a transformar-se. Van sorgir dues opcions: «O bé anàvem a la Xina i produïem allà, sense diferenciar-nos de la competència, o bé manteníem la producció local aportant un valor afegit a la marca», explica l'Eric.

El seu pilar de diferenciació és l'origen del producte, perquè el consumidor modern no només en valora la funció, sinó d'on ve i com

està fabricat. La producció local s'acompanya de pràctiques sostenibles, com la generació d'energia per a les fàbriques amb plaques solars, alumini reciclat per a fer les paelles, o embalatges fets amb recursos justos.

La crisi que van viure

Un moment crític per al negoci va ser el concurs de creditors del 2010. Segons Eric Didier, la clau

per superar la crisi va ser la comunicació interna, clara i transparent: «Va ser molt important parlar amb els treballadors sobre la situació i proposar un altre model de treball». Aquesta experiència va reforçar la identitat de l'empresa com una entitat a qui li importa el planeta i les persones de la plantilla.

El 75% dels proveïdors de Valira són locals, dels quals un 50% són catalans, i la resta, de l'estat espanyol. «Hi ha algú a Reus que sàpiga fer el que necessitem? Sinó, hi ha algú al sud de Catalunya que ho sàpiga fer? I sinó, hi ha algú a Catalunya que ho sàpiga fer? Així treballem nosaltres», afirma l'Eric. El 25% restant són proveïdors europeus i asiàtics amb els qui també porten treballant 20 i 30 anys, i amb els qui també hi ha una relació fidel i de confiança.

En els últims anys també han apostat per la col·laboració en la

La identitat local és un dels segells de la marca reusenca, que va néixer l'any 1969

producció amb entitats com el CI-RE (Centre d'Iniciatives per a la Reinscripció), perquè tal i com confessa Eric Didier, «la sinergia entre col·lectius és molt més senzilla que entre empreses». Aquest projecte no només és beneficiós per a l'empresa, sinó que també incentiva la reinscripció de les persones en presons a la societat.

Pel que fa al futur, la visió de l'empresa no és ser ni molt grans i ni molt forts, sinó de créixer de manera sostenible i fidel als seus valors. Per l'Eric, és més important que l'arrelament a Reus cada cop sigui més fort per a continuar construint una comunitat i una plantilla íntegrament local. D'aquesta manera, Valira es consolida amb una proposta de valor basada en la qualitat, la sostenibilitat, la proximitat i una relació de confiança amb proveïdors i clients.