

*The slam text is an excerpt from a short audio guide for a visitor centre at a mineral water spring. The centre includes the original springs, information about the history of their exploitation, some historical artifacts and a small auditorium.*

### La empresa: producción y comercialización

A principios del siglo XX el Agua de Vilajuïga se comercializaba principalmente en farmacias. Se distribuía por toda la península y pronto empezó la exportación a muchas ciudades de Europa, América y Filipinas.

Durante la postguerra, a consecuencia de las interrupciones en el suministro eléctrico se ralentizó la producción, pero a partir de los años setenta del siglo XX aumentó la plantilla y se instalaron máquinas automáticas para limpiar, rellenar, tapar y encajar. En la empresa participaba gran parte del pueblo. Las tareas se repartían, siendo los hombres quien bajaban a los pozos mientras las mujeres lavaban las botellas.

Se ha podido recuperar algunas máquinas originales, anteriores a la mecanización:

- Una máquina de tapar de tapón corona (en este ámbito) y otra para tapones de corcho (en la entrada). Se componen de un depósito donde se insertaban los tapones que bajaban por un pequeño canal y un sistema para tapar las botellas accionado con el pie.
- Una máquina embotelladora: solía estar emplazada al lado de los pozos de captación. Las botellas se reutilizaban, pero antes era necesario hervirlas en una olla de hierro para esterilizarlas.

### Evolución de la marca y actualidad

En esta vitrina se ha recogido la evolución de la marca a través de las botellas y sus etiquetas. A la derecha, podemos ver el modelo de botella más antiguo, con el tapón de corcho y una etiqueta que incorporaba el Castillo de Quermançó como marca para el 'Aigua de Vilajuïga'. La botella central, es una edición especial del año 2004 realizada con motivo del centenario de la marca y muestra una fotografía de Salvador Dalí en una mesa con una botella de 'Aigua de Vilajuïga'. El fenómeno reflejado en la etiqueta se llama anamorfosis. En épocas recientes y siguiendo las tendencias del mercado, se comercializaba agua con carbono añadido en botellas con etiqueta de color marrón, una variante de producto que en la nueva etapa actual se ha descartado.

En la vitrina contigua, podemos observar dos carteles publicitarios de principios de siglo XX y varios rótulos históricos. El cartel publicitario que el prestigioso artista Leonetto Cappiello diseñó en 1910 para comercializarla es una importante pieza de coleccionismo. Leonetto Cappiello (1875-1942) fue un cartelista y pintor italiano establecido en París, considerado el "padre de la cartelería moderna" por su innovación en el diseño de carteles publicitarios. A su lado, hay un cartel de Antoni Utrillo, importante pintor de finales del siglo XIX (no confundir con su primo Miquel Utrillo, del círculo modernista de los Quatre Gats).