

PROJECTE GRÀFIC INTEGRAL

No fa encara massa anys, quan anàvem a comprar ampolles de vi o de cava, ens les emportàvem de la botiga, en la majoria dels casos, agafant-les directament pel coll de l'envàs. Ja fos per al consum propi o ja fos per regalar, generalment no passàvem de la seva presentació dins una senzilla bosseta de plàstic o de paper.

Avui, en canvi, havent evolucionat molt les relacions comercials entre els productors i els consumidors últims, els envasos de cartró i els embalatges han esdevingut un element clau en la bona marxa de les vendes de tot tipus de productes, i les ampolles de vins i de caves tampoc no han escapat, a aquesta dinàmica.

Així doncs, l'empresa de la Rosa Margarit, Projecte Gràfic Integral, ha vingut a omplir el buit i el retard que existia en aquest sentit, en la indústria del sector: **"Els nostres objectius són millorar el disseny i la maquetació d'envasos i d'embalatges, especialment per a les ampolles de vi i de cava."** I és que en l'actualitat gairebé cap producte ja no es pot vendre per si sol, sinó que necessita com a acompanyament uns conceptes que el facin fàcilment identificable i una presentació que sigui capaç de realçar la seva qualitat.

"Tractant-se d'un país ric en vins i caves sembla que no calgui res més", apunta la Rosa, **"però mitjançant una bona presentació nosaltres li donem al producte un valor afegit que necessita per competir en el mercat nacional i en l'internacional. D'altra banda, és evident tanmateix que si el producte no té qualitat, per molt que el vesteixis, no el vendràs només per la seva cara exterior. Per això la gràcia de la nostra feina està en conjuntar la qualitat del contingut i la del continent."**

En pocs anys, la situació en aquest sector ha fet un salt endavant molt important, de manera que el desenvolupament i el dinamisme del disseny comercial evoluciona i es renova a gran velocitat: **"És per això que per a països com ara els Estats Units i el Japó, a part d'altres, es treballa molt en el camp del disseny. I és que hem de tenir present que l'Estat espanyol, en aquest àmbit, està a molt bon nivell, internacionalment."**

Val a dir, en qualsevol cas, que malgrat la seva forta arrencada la Rosa també s'ha trobat i es troba amb alguns entrebancs per al bon desenvolupament de la seva empresa: **"Un dels problemes principals per a nosaltres és que normalment l'època forta per a la presentació en estojos i caixes de cartró és de cara al dia de Nadal i a l'Any Nou, i això fa que el nostre no sigui un mercat constant, sinó més aviat un mercat d'època, estacional, amb un gran desequilibri entre unes i altres dates."**

Un altre factor a tenir en compte, en aquest sentit, és l'utilització, per tradició, de la capsa de fusta, més clàssica, per embalar les ampolles de vins i caves: **"Això, però, suposa el consegüent increment de preus en el producte final, ja que una capsa de fusta, sense personalitzar, quadruplica el preu d'una capsa de cartró degudament personalitzada i que tenint més joc, com a material, permet millors acabats i tenir el problema del reciclatge resolt."** I és que la fusta no només té un preu superior al cartró, sinó que també pesa més i agafa

l'humitat de la cava, cosa que provoca que la capsa es pugui corbar, que els claus de ferro que s'han de fer servir per tancar-la es puguin oxidar i que la tapa, si és corredissa, possiblement tampoc no acabi d'obrir de la millor manera.

Cal assenyalar ara que anteriorment la Rosa ja havia tingut una altra iniciativa empresarial, encara que en un terreny absolutament diferent del que ocupa avui la seva activitat. Ella té estudis de Magisteri i va obrir un parvulari. Aquest primer projecte va durar fins a la reforma educativa d'integració dels parvularis a les escoles.

Tornant, doncs, al disseny i la maquetació d'envasos i embalatges de cartró, afegirem que fa tres anys que hi treballa, encara que s'ha de destacar també que al darrere hi ha una experiència de vint-i-cinc anys, de dedicació a la investigació i a l'estudi pràctic de les possibilitats del disseny i del màrqueting. Al matí, d'altra banda, la nostra protagonista té una altra feina, que combina amb la gestió del negoci, al qual li dedica les tardes i els dissabtes i on s'aboca a tasques com ara visitar els clients, controlar la facturació i responsabilitzar-se de tota la part comercial.

Val a dir, en qualsevol cas, que quan va començar aquí de primer es va centrar en obrir mercat i buscar clients suficients, i que una vegada vista la viabilitat del projecte es va constituir en empresa. I mirant endavant, la Rosa veu amb claredat que un dels seus objectius ha de ser tanmateix acabar d'obrir mercat. Ara com ara, en el seu sector hi ha més oferta que demanda, però tot i que es reconeix com una empresa petita i per tant amb limitacions, creu saber per on poder créixer.

"D'una banda, hi ha les grans caves i bodegues –explica la propietària de Projecte Gràfic Integral–. **Són empreses de gran envergadura, amb els seus propis equips de disseny i de màrqueting, que fan els seus estudis, i amb pressupostos dedicats a aquesta mena de recerques. Per altra banda, però, també hi ha les mitjanes i petites empreses del sector, i nosaltres el que hem de fer és que el disseny sigui assequible també per a aquestes bodegues, hem d'aconseguir que també hi puguin arribar, econòmicament parlant. Els hem de fer veure que si no ho fan així, mai no podran ser competitives."**

Segons ella, un dels factors que juguen al seu favor, pel que fa a la viabilitat del seu projecte, és la capacitat de reciclatge utilitari que tenen els envasos de cartró. Per això, en la filosofia del disseny de la seva empresa, Projecte Gràfic Integral, sempre impera l'esperit pràctic. En aquest sentit, cal afegir que la Rosa tracta sempre que els seus envasos siguin còmodes de transportar, d'una banda, i de l'altra que després d'usar el producte aquells segueixin tenint un servei. **"Aquesta, a més a més, és una manera de fer possible que un producte tingui publicitat extensiva** –afegeix la Rosa–. **Això succeeix mitjançant el logotip imprès en l'envàs de cartró."**

Amb les idees tan clares, de ben segur que aquesta segona aventura empresarial de la nostra protagonista serà la definitiva, i la bona.



Rosa Margarit - La Torre de Claramunt (l'Anoia)