

Disme és un indústria catalana dedicada a la confecció de material de suport publicitari, expositors i material de punt de venda. L'empresa està vivint un bon moment que la situa com a pionera en la fabricació d'aquest tipus de productes a l'Estat espanyol i les persones que ho han fet possible són Ramon Casadesús Ros i el seu fill, Daniel Casadesús Masanell. Ells expliquen els inicis del negoci familiar: **"Tot va començar l'any 1962, després que em llicenciessin del servei militar. Vaig entrar a treballar en una empresa que feia material de punt de venda per a Nestlé. Era un moment en què l'economia del país començava a despertar-se. El meu pare, Atilano Casadesús, i un amic, Orencio Navarro, tenien certes inquietuds i ganes d'encetar algun tipus d'activitat comercial. Es van fixar en la feina que havia aconseguit jo i van decidir que el negoci es basaria en aquella idea. Em van proposar de participar-hi i vaig acceptar. Van llençar-se a l'aventura gairebé sense diners. Així va començar la fabricació de material de punt de venda. Es tractava d'un tipus d'activitat força desconegut aquí i en canvi amb molta importància a la resta d'Europa i sobretot als Estats Units",** relata Ramon Casadesús. Aquella idea minsa i sense gaires ambicions va començar a créixer a poc a poc empenya per la força de voluntat i el treball dels seus iniciadors.

El primer local que van llogar a l'Hospitalet de Llobregat (Barcelonès) aviat es va fer petit i fins i tot s'utilitzava el carrer com a magatzem: **"El creixement semblava imparable i per tant calia disposar de més espai per donar cabuda a tanta activitat. Després de construir un edifici de cinc plantes, l'any 1969 el pare va trobar un local molt gran a Sant Quirze del Vallès on ens vam traslladar. L'espai semblava immens, 5500 metres, però no va ser suficient i es va haver d'ampliar més endavant."** El fill, en Daniel, escolta amb atenció el relat del seu pare i posa de relleu que **"des de la meua perspectiva d'economista, aixecar un negoci del no-res i triomfar sense disposar d'un pla d'empresa ben elaborat i unes estratègies sembla, a hores d'ara, impossible. En l'actualitat les coses no funcionen com fa 30 anys. Són necessaris molts diners i uns estudis de mercat molt seriosos per emprendre qualsevol projecte empresarial."**

Disme, que pren el nom de les síl·labes inicials de Displays Metàlics, va iniciar la seva activitat treballant bàsicament amb el metall, però com explica en Ramon **"l'evolució del mercat va fer que es produís la introducció del plàstic. Actualment el treballam amb els sistemes d'injecció, d'extrusió, d'emmotllament i amb maquinària de tall làser. També ho combinem amb fusta. L'objectiu final és fer un producte de qualitat. L'única cosa que subcontractem és el cartró que forma part dels expositors, que ve de fora."**

El material de punt de venda forma part d'un sector molt lligat al món del màrqueting i de la publicitat. Es tracta de vendre marca i producte mitjançant punts estratègics que incitin al consum, com comenta en Daniel: **"És un complement perfecte per a la publicitat convencional. El material de punt de venda permet jugar amb moltes tècniques i elements. Es pot treballar tot, el moviment, la il·luminació, la**

**fusta, el metall... Cada client exigeix un tipus d'expositor diferent i és que les opcions per exposar productes són també molt variables. Per posar un exemple, en l'alta perfumeria és tan important la imatge del producte que el mateix producte; hi ha molt de valor afegit. En canvi, si parlem d'un article per bronzear la pell destinat a una zona turística, les característiques seran molt diferents."**

Diferenciar un producte d'un altre va molt lligat al concepte de creativitat. **"S'ha d'estar innovant constantment per ser original i que els clients reconeguin la teua capacitat de saber fer. Nosaltres tenim un Departament de Disseny que és clau per anar endavant. Com que no ens basem en un producte estàndard, cal treballar conjuntament amb el client, que ens proporciona unes idees bàsiques del que vol a través d'un *briefing*. Nosaltres, com a especialistes en el tema, l'assessorem cap on creiem que s'ha d'anar. Intentem explicar-li que el millor producte presentat amb una gran campanya publicitària per televisió si no rep de forma complementària un tractament que l'apropi al consumidor en el punt de venda no assolirà un bon nivell de vendes. Fins i tot diria que està destinat al fracàs. El producte d'expositor genera unes vendes molt més grans que aquell que no en té. I d'això ja hi ha moltes empreses que en són conscients."** De la mateixa manera, les cadenes de distribució de grans supermercats també saben que **"el producte en un expositor ven més. Normalment cadenes i empreses de marques s'organitzen per trobar l'espai on presentar una gamma de productes en el centre comercial. I aquesta publicitat forma part del cost final del producte."**

Aquesta indústria catalana ha tingut des dels seus inicis una important voluntat exportadora. I el seu objectiu s'han vist acomplerts. Actualment envien enllà de la frontera el 40% de la seva producció: **"Sempre hem pensat que el mercat és molt ampli i que va més enllà de les fronteres nacionals. Per a nosaltres Europa és un gran mercat, tenim una oficina a París i ara comencem a entrar també a Amèrica del Sud."** Per assolir totes les fites han tingut al costat una plantilla de treballadors que ha anat creixent fins arribar a les 100 persones: **"Una part de personal es dedica al disseny i a la creació, i una altra porta el tema de fabricació. Molts d'ells són amb nosaltres des de fa molts anys i és que la fidelitat del treballador és molt important, sobretot en una activitat com la nostra on no es troba personal que la pugui desenvolupar. No hi ha gent formada, no hi ha torners, ni fusters, per la qual cosa hem de realitzar nosaltres mateixos aquesta formació. De la mateixa manera també és difícil trobar dissenyadors que sàpiguen treballar amb diferents materials."**

El reconeixement d'aquesta indústria catalana a la seva labor i al seu alt nivell en la qualitat de producte s'ha posat de manifest diverses vegades en el marc dels premis de caràcter internacional que atorga el sector. És el triomf de molts anys de treball de diferents generacions de les famílies Casadesús i Navarro, i de lluita constant per estar a dalt de tot i no perdre el tren que encara els ha de conduir a obtenir moltes més satisfaccions.



**“En l’actualitat les coses no funcionen com fa 30 anys. Són necessaris molts diners i uns estudis de mercat molt seriosos per emprendre qualsevol projecte empresarial”**

**Daniel Casadesús Masanell i Ramon Casadesús Ros**  
Sant Quirze del Vallès (Vallès Occidental)