

Tres germans, Miquel, Montse i Albert Bartolí Marigó, són al capdavant de la indústria familiar de jocs que duu el seu cognom i que és ubicada a la Roca del Vallès. Malauradament, no és amb nosaltres l'artífex de la firma, l'avi Marigó. Tanmateix, aquests joves, que representen la tercera generació de l'empresa, ens faran cinc cèntims dels seus orígens.

Comencen per revelar-nos que el seu besavi, Miquel Marigó Cardús, va dibuixar els primers esbossos de l'empresa, "de manera molt artesana, l'any 1929, en un taller del barceloní barrl de Sant Andreu." La Guerra va endarrerir el seu projecte, i temps després va ser l'avi, Josep Marigó Torres, qui se'n va posar al capdavant: "Gran motor de la firma, va ser dels primers de tot Espanya a injectar plàstic. La seva activitat inicial era la injecció de parament plàstic per a la llar. Fins llavors el material més utilitzat havia estat la fusta, però ell i altres emprenedors es van adonar de les múltiples aplicacions del plàstic." Una d'aquestes aplicacions eren "els jocs, un producte amb molt valor afegit. Amb aquesta nova línia de material, es va fer popular en contextos com la Fira de la Joguina de València." El següent a incorporar-se al negoci seria Joan Bartolí, el pare d'aquests germans, en una època en què "l'Estat es trobava tan tancat a l'exterior que, si volies jugar a alguna cosa, no tenies gaires opcions més que els escacs, el dòmino i el parxís." Potser per això, els anys de la dictadura van suposar "la gran explosió de la firma."

La dècada dels 80 va portar la crisi al sector del joc, i a molts altres, arran de l'obertura de les fronteres: "Fins aleshores gairebé tot s'havia fabricat aquí i, de cop, la protecció aranzelària va desaparèixer." Una mica tard, perquè, "en aquella època, molts estats europeus ja estaven fabricant a Àsia." La Montse recorda, a més a més, que "Europa gaudeix d'una tradició més arrelada del joc de taula." La suma de tots aquests factors va donar com a resultat l'arribada al nostre país d'una gran varietat de nous jocs, a preus més competitius: "Érem més per repartir el pastís." Solució? "Les indústries catalanes, com que ja teníem organitzada una estructura productiva, vam seguir fabricant aquí, fins que, fa uns deu anys, vam desistir-ne. Avui la indústria catalana del joc produeix eminentment a països com la Xina i l'Índia, per poder ser competitius. Així hem aconseguit un lloc estable al mercat."

Centrant-nos en el que és Marigó, ara que són ells tres els qui en porten les regnes, en Miquel reconeix que "vam néixer en una època en què tot eren flors i violes, excepte per al món de la indústria. Hem hagut de fer front a períodes molt difícils. No ha estat gens fàcil, i encara no ho és." En Miquel i la Montse, que avui són, respectivament, gerent i directora comercial de la indústria, s'hi van incorporar quan només tenien 25 anys: "Ara bé, el pare i l'oncle Miquel Marigó continuen sent les figures referencials de l'empresa." Ells tenen molt clar que es van afegir a l'equip de Marigó "per aprendre." En qualsevol cas, al seu pare, de tarannà clarament industrial, li va anar molt bé que s'incorporés sang jove al negoci, per tal de prestar més atenció a qüestions com "la imatge del producte: amb l'arribada de la Montse, la xarxa comercial es va renovar per complet."

¿Qui millor que uns joves per respondre a les actuals necessitats del món de la juguina? "És cada cop més evident que els nostres productes ja

no s'adrecen als nens, sinó al públic adult. D'una banda, els videojocs i les consoles han adquirit un gran protagonisme. Ara la infantesa s'acaba molt d'hora; a partir dels 10 anys, ja no volen joguines: s'estimen més l'ordinador. Per tal d'arribar al públic d'aquesta edat, doncs, cal posar en pràctica un màrqueting agressiu, amb poderoses campanyes publicitàries a la televisió." Els Marigó saben que "embarcar-se en un procés publicitari massiu requereix una inversió excessivament elevada. Tinguem en compte que els que nosaltres fabriquem són jocs de taula molt clàssics, de manera que anunciar-nos no representa un increment en les vendes. Estem presents a tots els punts de venda, tant els de majoristes com els de minoristes. No obstant això, el consumidor final coneix poc la marca Marigó." En conclusió, saben que el seu producte "té un determinat espai dins del mercat."

La responsable comercial de Marigó sap que els canals de distribució dels articles ja no són els d'abans. Hem passat de les modestes botigues de joguines a les grans superfícies. La millor arma per esgrimir al mercat en aquest moment és "el preu." I és que, "amb la desaparició dels establiments petits, també s'han esvaït els majoristes. S'ha imposat l'hipermercat, on no pots trobar una gran quantitat de marques de juguina: o hi ets tu, o hi és un altre. Les negociacions amb aquests imperis són molt més difícils que amb el petit botiguer perquè es poden permetre escollir." El problema és que no són només les firmes estatals les que mil·len de seduir el client, sinó també les estrangeres: "Abans el que fes una indústria belga, alemanya o francesa t'afectava molt relativament. Ara els fabricants europeus s'han convertit en els nostres competidors." Per adonar-se'n, només cal assistir a les fires del sector, com la de Nuremberg, que ells visiten en cada edició.

Dotats d'un gran sentit de l'humor, en Miquel i la Montse s'ho prenen amb calma i afirmen que "som la reserva espiritual europea. Una indústria com la nostra, a Europa, no funcionaria. A països com França, totes les firmes com Marigó han estat absorbides per empreses més grans." Les aliances, amb les quals ells ja tenen experiència, es revelen com una bon sistema per lluitar contra els grans: "Avui no és possible anar a fer la guerra tot sol." També pot ajudar una "adaptació del producte als diferents entorns de distribució." Marigó exporta els seus jocs "a Portugal, França, Holanda i Bèlgica." I és que cada país té uns costums molt específics pel que fa als jocs: "Potser per això els fabricants francesos que han volgut introduir-se al nostre país han fracassat. Un passatemp tan senzill com les dames, per exemple, es pot jugar, segons les zones, amb taulells de vuit, nou o deu quadres. Sense oblidar-nos de la presentació del joc -fitxes, peces-, que també varia a cada lloc."

Amb disset treballadors en plantilla, Marigó disposa "d'un equip de comercials independents que ofereix constantment nous productes a les grans empreses del sector. Fabriquem segons les demandes dels clients. Disposem dels nostres propis motlles dissenyats amb l'ajut de l'ordinador. No volem abandonar la possibilitat de crear noves joguines. Cada any en fem fins a deu." La marca Marigó és capaç de conjugar dos conceptes aparentment antagònics: la més arrelada tradició del joc de taula amb els processos industrials del nostre temps.



“Les negociacions amb els imperis de la distribució són més difícils que amb el petit botiguer perquè es poden permetre escollir”

Miquel i Montse Bartolí Marigó - La Roca del Vallès (Vallès Oriental)