

'Educar divertint' podria ser el lema de l'empresa de joguines Diset, nascuda a Barcelona ara fa trenta anys. El seu director general adjunt, Sergi Brosa, ens explica com va sorgir la iniciativa de crear una indústria de la joguina: "Van ser set els professionals de diferents àmbits que van constituir la companyia l'any 1970: els germans Joan i Ramon Casals Lamarca, Ramon Martínez Tabuenca, Pere Susial -dibuixant-, el fotògraf Joan Josep Farré Huguet, el també dibuixant Artur Pomar Moreno, i un artista pintor, Josep Garcia Martín. Volien fer un producte útil a la societat i que ensenyés divertint, i van començar fent-s'ho pràcticament tot ells. Però en 1976, a la fira de València, un holandès, el senyor De Monchy, es va enamorar de l'empresa i la va comprar. Ell va ser qui en va potenciar el creixement fins que l'any 1991 la va adquirir el grup Gran Tibidabo, que va mantenir-la fins al 1999, quan bona part del capital va passar a mans d'una companyia formada per diversos industrials catalans amb la voluntat d'impulsar-la de nou i continuar fent-la créixer."

Aquest ha estat un breu resum de la trajectòria d'una firma que ha sabut treure somriures de molts infants, que ara ja no són tan infants però que continuen gaudint dels jocs de taula o dels trencaclosques de Diset: "La joguina educativa té un component lúdic de formació personal, i per a nosaltres això és molt gratificant. Sabem que venem un producte que va adreçat al nen, a les escoles, a ajudar la canalla a comprendre les formes i els colors, i que, a més, quan siguin més grans podran continuar jugant amb nosaltres amb jocs pensats per a tota la família." A pesar de la irrupció en el mercat de la joguina electrònica, Diset ha continuat apostant per la fusta, el paper i el cartró: "La companyia manté la vocació per la joguina tradicional i, a més, és molt complicat entrar en el terreny de l'electrònica, absolutament dominat per les grans multinacionals." D'altra banda, s'està vivint un retorn cap a la joguina tradicional: "La gent s'ha adonat que tanta televisió i aparell electrònic no és bo, i així s'ha notat una revifalla en la venda de jocs que permeten asseure tota la família al voltant de la taula el dia del sant del pare o per Nadal."

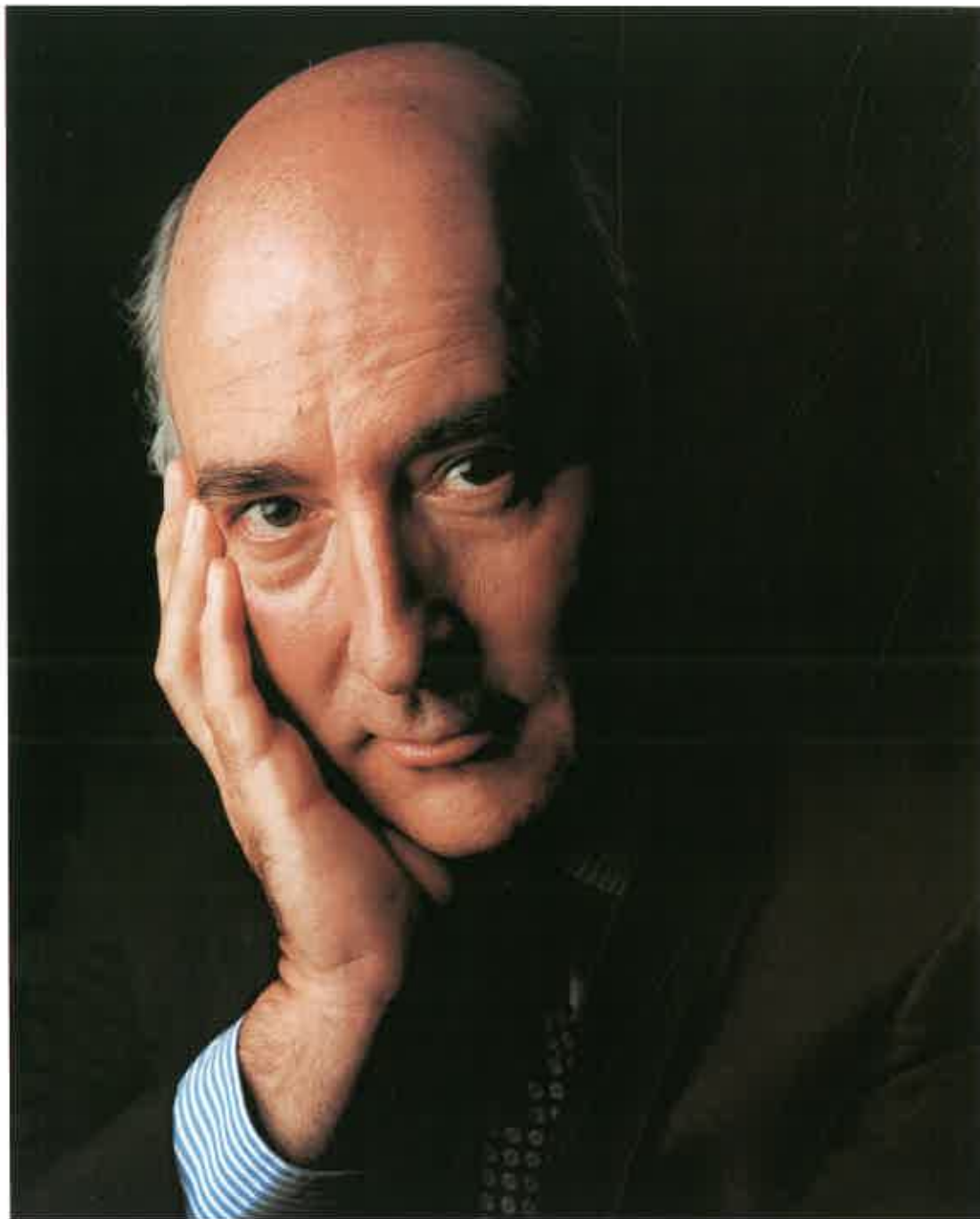
Malgrat aquesta volguda vocació de continuar en el camp tradicional, Diset ha anat evolucionant amb la societat: "No pots perdre el factor mercantilista. Suposo que els fundadors van muntar la companyia també per guanyar-s'hi la vida." I afegeix: "El que no hem de deixar mai de pensar és que l'empresa ha de créixer i mantenir els llocs de treball de tota la plantilla, i que hem d'anar a vendre a les grans superfícies, perquè també és una manera de demostrar als nostres futurs clients que tenim una gran capacitat de producció." I encara vol afegir: "D'altra banda, cal dir que les grans superfícies van continuar creient en nosaltres en uns moments en què la companyia tenia seriosos problemes, però vam demostrar que ens en podíem sortir i que teníem la flexibilitat i l'agilitat necessàries per continuar competint amb les grans multinacionals que dominen el sector."

En Sergi va arribar a l'empresa procedent del camp financer: "Jo sóc llicenciat en econòmiques i, després d'un període de pocs anys en un banc, vaig entrar en el món del *leasing*, que aleshores comença-

va a introduir-se en el nostre país." Sempre a l'avantguarda del sector, quan va arribar l'auge del capital *risk*, va entrar en una companyia que treballava en aquest tema: "Un dels projectes que ens va arribar va ser el de l'Aquàrium de Barcelona. Em vaig sentir tan atret pel tema i m'hi vaig implicar tant, que vaig acabar sent el director de tot el projecte." D'aquesta manera es va iniciar, doncs, la relació de l'actual director adjunt de Diset amb la indústria del lleure: "Sis mesos després de l'obertura de l'aquari, vaig deixar-lo per treballar en l'assessorament d'empreses del sector de l'oci. Va ser aleshores quan vaig establir contacte amb Gran Tibidabo i em van oferir entrar a Diset." Després, en Sergi va participar en la posterior compravenda de la companyia i el seu redreçament: "Amb l'ajut d'una persona que porta catorze anys a Diset, el senyor Josep Vilar, actual director general, es va aconseguir convèncer uns nous inversors per tirar endavant el projecte."

I sembla que això s'ha assolit definitivament. Ara per ara són cinc les línies de producte que Diset ofereix al mercat: "D'una banda, tenim la gamma de joguines de fusta, adreçada a nens i nenes de fins a tres anys; d'una altra, tota la línia educativa, que arriba fins als vuit aproximadament; la tercera família és la que agrupa els jocs artístics i d'activitat, jocs que ajuden a desenvolupar la imaginació dels nens." I segueix amb l'oferta de la quarta gamma: "Es tracta pròpiament dels que anomenem jocs de taula i que són pensats perquè hi pugui jugar gent de totes les edats. Tenim, per exemple, El Joc del Segle, un joc de preguntes fet pel mateix autor del programa de TV3, que diverteix a tots els membres de la família, tinguin l'edat que tinguin." Finalment, en Sergi afegeix: "El darrer producte que oferim són els trencaclosques de tot tipus, mides, dissenys i també en relleu." Per aconseguir que aquests jocs agradin a un mercat tan ampli, cal tenir en compte moltes coses: "Tenim un equip de pedagogs i dissenyadors que treballa perquè el producte ofereixi la qualitat i la diversió que volem." A més, Diset manté un contacte molt estret amb les escoles: "El cert és que ens sentim molt ajudats per l'escola, busquem un referent autèntic de les seves necessitats i, a part del suport que rebem per crear jocs per al gran públic, també en venem molts als centres d'ensenyament." I afegeix: "A una escola li pot interessar un trencaclosques de dos metres per tres metres, i de només quaranta peces, perquè d'aquesta manera aconseguim que els infants treballin en equip. Doncs bé, nosaltres l'hi fem."

Els lligams de l'empresa amb la societat que l'envolta són molts més i en Sergi ens en posa alguns exemples: "Treballem amb dues empreses amb disminuïts psíquics. Són persones que fan molt bé la seva feina i que reben un sou que els fa sentir valorats i molt més independents." I encara: "També tenim una gamma de joc en català, que per a nosaltres és un mercat important, però creiem que en aquest aspecte hauríem de rebre més suport per part de les institucions catalanes." Aquestes són mostres, doncs, de la filosofia d'una empresa que ha fet de la voluntat de divertir i educar alhora la seva millor arma.



“La joguina educativa té un component lúdic i de formació personal que per a nosaltres és molt gratificant”

Sergi Brosa - Barcelona (Barcelonès)