

P&E Comunicació és fruit de la professionalitat d'un gran coneixedor del món de la comunicació, Ramon Grau Soldevila. Sant Cugat del Vallès és testimoni de tota una successió d'èxits en el camp tant de la premsa local com de la comunicació dedicada a l'empresa. En Ramon, però, va començar la seva trajectòria a la ràdio: "El 1982 vaig fundar una petita emissora -Ràdio Sant Cugat- que actualment continua funcionant en mans municipals. La vaig deixar fa deu anys. No obstant això, segueix amb l'equip que hi havia aleshores i amb la mateixa línia. La ràdio suposa per a mi un món apassionant i ha estat una etapa molt important de la meua vida."

Després de l'experiència radiofònica, en Ramon s'interessa pels mitjans de comunicació locals i fundà Premsa Local Sant Cugat. L'any 1985 creà un setmanari de difusió gratuïta, el *Tot Sant Cugat*, de gran ressò a la ciutat. Tot seguit, publicà *El Diari de Sant Cugat*, així com altres capçaleres com *Vitari*, la revista que es distribueix als Ferrocarrils de la Generalitat. Paral·lelament constituí P&E Comunicació, firma dedicada a l'assessorament integral d'empreses sobre temes de comunicació: "Tot i que són activitats molt diferents gaudeixo amb les dues. En definitiva, tot és comunicació i oferir difusió a uns continguts, a una marca, a una imatge."

Com a consultors, Ramon Grau i el seu equip de professionals -compost per dissenyadors gràfics, publicistes i experts en màrqueting, entre d'altres- tenen molt clar que per fer front a un mercat competitiu cada cop més complex i massiu "cal treballar estretament amb l'empresa, conèixer-la des de dintre, identificar-se amb el que fa, oferir-li un servei ampli i qualificat, potenciar-ne els elements diferenciadors; adaptar-se a una evolució ràpida i constant de les noves tecnologies, sobretot en l'entorn gràfic, etc. En aquests moments treballem força amb el món digital, Internet, multimèdia..., la qual cosa requereix una formació constant i una actualització cada vegada més accelerada."

A P&E Comunicació saben que la base de la seva tasca rau en el binomi imatge-comunicació. Tot allò que l'empresa fa públic ha de mostrar una coherència, des d'una simple targeta de presentació fins a una pàgina web, incloent un catàleg de presentació: "En un marc de confidencialitat i col·laboració amb l'empresa, fem un estudi profund de les seves necessitats en cada moment, de la seva activitat, del tipus de clients, del producte i, a partir d'aquí, presentem una proposta de comunicació."

El terme clau quan es parla de comunicació envers l'empresa és, sens dubte, la marca: "S'ha de cuidar molt perquè representa el seu estil. Implica una experiència, un bagatge, una imatge implícita que no pot rectificar-se radicalment. Per tant, cal reforçar-la posant a l'abast de l'empresa les eines professionals disponibles. Que un client ens demani renovar una imatge no comporta un trencament; tot al contrari, s'ha de reforçar el que té de bo la marca i el que la fa diferent. En aquest sentit, l'empresari és qui coneix millor la trajectòria de la casa, els seus punts forts i també els febles. Ens esforcem molt perquè el resultat correspongui al seu desig, al que ell creu que ha de ser, i projectem aquesta idea amb qualsevol tipus de suport, desenvolupem la imatge corporativa ja sigui amb documents gràfics, Internet, un estand per a una fira o d'altres. A l'hora de fer un plantejament de comunicació, hem d'intentar

treballar amb un disseny que perduri en el temps, que la marca tingui prou valor, força i solidesa."

Com a expert, en Ramon no deixa de cercar noves eines de comunicació beneficioses per a l'empresa: "A les companyies els és molt més rendible crear un òrgan de comunicació extern. Amb uns pressupostos gens elevats es pot arribar a aconseguir una comunicació altament efectiva amb els clients." Aquest és un món sense fronteres, amb moltíssimes prestacions, sobretot ara que les tecnologies d'última fornada obren nous camins, però en Ramon també és conscient que "aquestes eines van més enllà d'allò que nosaltres podem abraçar i això ens condueix a l'especialització del tipus de treball perquè tot no es pot fer."

Les petites i mitjanes empreses assumeixen que necessiten cada vegada més un treball rigorós en l'àmbit de la imatge i comunicació: "A elles també els cal presentar un estil modern i consolidat, seriós, una personalitat de marca o producte. Hi ha molt a fer, aquí a Catalunya, on el teixit econòmic està conformat majoritàriament per la PIME. P&E Comunicació va cap a aquest tipus d'empreses, que s'estan adonant que els cal desmarcar-se del seu competidor tenint cura de la marca. El nostre paper rau a trobar les solucions que la personalitzin, independentment del mercat, que la diferenciïn de la resta de competidors. Els elements distintius es poden potenciar gràcies a la imatge i a la comunicació amb les quals s'enforteixen la sensació d'innovació dins de cada sector."

L'altra activitat d'en Ramon -la premsa local- també es regeix per unes directrius de diferenciació: "Ens dediquem a la premsa gratuïta. Vam crear l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta juntament amb altres editors. En sóc el president i agrupem més de 40 capçaleres dedicades a donar informació local. Ara també hem fundat l'AEPG, Associació Espanyola de la Premsa Gratuïta. És un mitjà molt desconegut si considerem la importància que ha adquirit darrerament, però ja fa molts anys que s'editen revistes locals i comarcals, moltes d'elles d'àmbit setmanal. Per tant, és un sector molt potent a Catalunya. Estem llençant un milió d'exemplars per edició. No hi ha cap mitjà de comunicació que editi aquesta xifra. Fins i tot hem creat un codi deontològic. És clar que aquest tipus de premsa perdura si dona un valor afegit als seus continguts i no es limita a reproduir anuncis publicitaris. Hi ha unes informacions, uns professionals, una redacció. S'està oferint una proximitat que contrasta amb les dades cada cop més globalitzades dels mitjans. En aquest sentit la premsa gratuïta té un paper notable i, en moltes ocasions, substitueix la tradicional."

Malgrat les moltes hores de feina, les reunions interminables, fins i tot la competència ferotge, a en Ramon allò que el satisfà més és el fet d'haver assolit una qualitat de vida, de viure en un entorn tan humà com és Sant Cugat, una ciutat que reuneix unes condicions òptimes per viure-hi i treballar-hi. Es mostra positiu, incansable, il·lusionat per consolidar les dues empreses creades: "Espero que cada cop siguem valorats per més clients, que ens professionalitzem al màxim desenvolupant noves eines com Internet. Visc amb un profund convenciment de la meua feina. Em considero un gran afortunat de treballar en allò que m'apassiona."



**“En comunicació,  
cal treballar estretament  
amb l’empresa,  
conèixer-la des de  
dintre, identificar-se amb  
el que fa, potenciar-ne  
els elements  
diferenciadors i oferir-li  
un servei integral”**

**Ramon Grau** - Sant Cugat del Vallès (Vallès Occidental)