

PEDRA SECA

Xavier Gual

EMPRESARI @xaviergual



ORIGEN I MARQUES

A la Cerdanya volen crear una marca identificadora per als seus productes i poder-se donar a conèixer arreu clarament diferenciats d'altres. Faran referència a «l'origen» ceretà com a factor especial. Una bona iniciativa, però els portarà anys aconseguir situar-se al mercat i a l'abast dels consumidors. És poc el que es coneix perquè és una proposta molt embrionària però mereix atenció perquè sembla tenir bons fonaments. De fet, es pretén prestigiar a partir de l'origen local els productes de què disposen. Podria ser com una forma de refinar encara més les propostes amb productes de proximitat d'aquí. Molt més enllà tenen la «Marca España», i del túnel del Cadí cap avall es parla i es promociona la «marca catalana» amb formes diverses. Totes dues força rebregades aquests dies. La recentment celebrada Fira de Mediterrània de Manresa s'ha volgut unir a aquesta etiqueta catalana promocional, justament per poder encapsular els seus productes (els espectacles) per vendre'ls cap a fora. Aprofito l'ocasió per suggerir una reflexió o renovació per a les pròximes edicions. Disposa d'un nom potent a l'entorn proper i dins el sector de la contractació d'espectacles, però en vista de les vendes

d'entrades, de l'aire general que es respirava i la manca de novetats, és clar que necessita nous reptes si no vol sofrir un replegament previ a una crisi. És un cas de creació d'una empremta potent i diferent durant una bona temporada, amb un bon recorregut, una bona promoció i quotes remarcables de popularitat que ara mostra símptomes de cansament. Si no la fan reviure, caducarà. Les parades al passeig de Pere III, amb qualsevol cosa per vendre excepte material d'espectacle o relacionat amb aquest món indicava una tendència perillosa a convertir-se en un mercat artesanal com qualsevol altre. Tot el que s'ha aconseguit sota el símbol del drac roig i vermell no es pot diluir ara.

Els ceretans saben que tenen la millor denominació comarcal de tota la Catalunya Central, si és que són d'aquest àmbit geogràfic. És una terra associada a la natura, a les segones residències, a l'elitisme econòmic i a l'esquí. La vall és molt bonica i manté la qualitat paisatgística que va saber conservar durant la desafortunada bogeria de la construcció. Una marca de valor. Tenint una eina tan potent, era un sacrilegi que no s'utilitzés. La idea sembla de caire privat i faran bé de continuar així perquè la intervenció de les administracions, més en-

llà de proveir alguna d'aquelles subvencions que semblen caigudes del cel per aquests projectes, ho acaba desviant en interessos polítics i equilibris de poder davant de l'èxit comercial. Les nostres demarcacions necessiten que els productes que es fan aquí tinguin la màxima difusió i les més altes possibilitats de compra per part dels consumidors d'arreu i davant d'altres. Crear un distintiu associat a un producte és una feina que costa anys i disgustos. Per aconseguir-ho cal perseverar i tenir un pla de treball continuat i diferenciat de la resta i sobretot dels similars. Per exemple, per aquells verals sempre apareix la denominació Pirineus, molt potent i també amb un missatge ben clar, tot i que encabeix un espai tan gran i amb tantes diferències (i administracions) que al final vol dir tantes coses que acaba sense transmetre res en concret. Si el cuiden, «Origen Cerdanya» triomfarà.

Més avall, al Berguedà tenen les seves petges amb els bolets, el Pedraforca i la Patum. El treball d'anys que s'ha fet amb els bolets és molt remarcable. Ningú que no sigui un nacionalista comarcal d'una altra comarca pot negar que estan associats a aquest indret davant de qualsevol altre. Com al Bages amb el vi

i la vinya. Una DO (denominació d'origen) pròpia la posa al mapa. Marca, producte i territori. Una joia que sembla que els vincultors van aconseguint situar a un nivell de rendiment econòmic molt important. Fan coses tots plegats i després cadascú, segons les ganes i sobretot la grapa personal assoleixen reptes més alts i diversificats. Dels raïms i el vi passen a la restauració i alguns acaben organitzant espectacles musicals o escènics de gran qualitat. Rotundament potent. La promoció d'un terme amb propostes especials vinculades a un fonament, sempre tenen a veure amb les empreses que hi ha allà. Poden acompanyar els recursos naturals (tenir el Pedraforca a casa és un regal) però produir, fabricar o cuinar entre altres activitats privades són les que fan que un paratge sigui un indret variat i per tant es pot oferir alguna cosa amb valor afegit, per ser especial, per ser únic, per ser propi d'allà o pel que es vulgui. A poc a poc, aquestes teories van tornant-se reals per diferents bandes. A algunes parades dels nostres mercats es poden trobar alberginies blanques i pèsols negres. Són d'aquí, no es coneixien gaire a fora, s'havien mig perdut i no tenien valor. I ara són vegetals quasi «agrophipsters».

LA SIMONETA

Maria Dolors Guàrdia Rubies



S'HAN ACABAT LES DONES MIG NUES PENJADES...

Doncs sí, al Regne Unit, aquestes dones ja tenen els dies comptats. A partir de l'1 de gener del 2018, les despenjaran.

Qui no està tip i cuit de veure dones amb la meitat d'un tanga entre les cames i mig parrac a cada pit, penjades en panells publicitaris? I, per què no es veuen tants homes amb les pelusses a l'aire i dos minúsculs talls arrodonits?

Que no és pas que em vingui de gust veure matolls i protuberàncies masculines arreu... ni pensar-hi! Només era per remarcar, una vegada més, les terribles diferències! Per cert, l'altre dia, veient una sèrie sobre el rei Sol... ell mai no apareixia nu en pantalla i, en canvi, Athénaïs de Montespan, l'amant, sortia més nua (total), que vestida! Per

què? Ell sempre trobava un moble o una cadira que li tapava les vergonyes, però ella devia ser miop i no els ensopegava.

Bé, la qüestió és que aquesta mena d'anuncis han fet més mal que bé. No únicament per masculistes -que és un greuge gravísim proper al delictes-, sinó perquè, si per mala sort, tot mirant-ne un amb una bella femina o masculina, a algú se li presenta un esternut i no pot evitar que els ulls se li obrin tot mirant la seva parella, quina impressió d'infart! No hi ha cap semblança! I llavors ve la decepció i una terrible temptació de baixar del cotxe i emparrar-se al cartell.

Segons l'Autoritat d'Estàndards de la Publicitat (ASA, en les seves sigles angleses), aquests tipus de cartells o els anuncis publicitaris que mostren dones netejant les tapes de

vàter pixades i homes sintonitzant els canals de la televisió per trobar les cadenes que emeten pilotes o cotxes o motos o... tot el dia, repercuteixen negativament sobre les persones, l'economia i la societat.

Això, però, no vol significar que anuncis amb dones fregant els plats i homes desembussant l'aigüera s'acabin *ad infinitum*...

Per a Guy Parker, el director d'ASA, la publicitat és un factor que contribueix a mostrar la desigualtat de gènere però, alhora, pot jugar un paper molt important combatent els prejudicis.

I els homes poden continuar desembussant i les dones fre-

«No hi ha cap semblança! I llavors ve la decepció i una terrible temptació de baixar del cotxe i emparrar-se al cartell»



TRIBUNA

Martí Saballs
DIRECTOR ADJUNT
D'EXPANSIÓ

FINS AL FINAL

Estem aconseguint el que volem. El gran capital fuig de Catalunya, els turistes cancel·len les reserves i els nostres burgesos ens segueixen rient les gràcies. Ara hem de convèncer els pagesos que no passarà res quan perdin les subvencions de la PAC de la UE, ja que ens fan falta els tractors per controlar les infraestructures bàsiques del país, i dir als petits i mitjans empresaris que la pèrdua de comandes per part dels seus clients d'arreu de l'Estat espanyol és temporal.

Estem convençuts que Puigdemont, al qual vam col·locar nosaltres, i el bon jan de Junqueras seguiran fent-nos cas i no ens trairan. Saben el que ens hi juguem com a país. Poc ens costarà començar de nou un cop les mobilitzacions ciutadanes i els errors

constants de l'Estat opressor, fabricant d'interdependents, augmentin. Els plans estan fets per a un cop nete-

gem tot el que sobra. Col·lectivitzacions i expropiacions, creació d'una gran banca pública, proteccionisme econòmic per autogestionar la nostra producció sense preocupar-nos de l'estranger. Tenim assegurat el petroli gràcies a Venèçuela i algun altre país amic amb el qual ja estem negociant. Desenvoluparem un nou marc educatiu on desapareixeran l'escola privada i concertada. Acabarem amb el concepte de família caduca per poder fer realitat l'esperit universal de convivència dels nostres primitius avantpassats.

Volem fer un país sense capellans ni monges, sense banquers ni capitals. Volem recuperar l'autèntic esperit revolucionari anarquista de les darres de segle XIX. Tenim una oportunitat única i no ens podem permetre fallar ara. Només ens falta l'empenta definitiva. La coherència és la nostra gran força contra l'ambigüitat d'uns i l'opressió dels altres. Algú em pregunta sempre què passarà amb el Barça i el Girona. Que no es preocupin, hi trobarem solució.