

Amables intermediaris

L'augment de la competència entre les empreses ha fet créixer com bolets els gabinets de comunicació i imatge. Als Països Catalans ja en són més de 70, un negoci que té el principal actiu en els clients.

Els executius amb més recursos ja no tenen temps per a dirigir les seves empreses, reflexionar, prendre decisions i reunir-se amb els companys de treball. Són els que han delegat les tasques de relacions externes en els gabinets de comunicació i/o imatge, cansats de ser destorbats per uns periodistes que s'interessen cada vegada més pels temes econòmics. La xifra de negoci global d'aquest jove sector de la comunicació a l'estat va ser de 3.500 milions de pessetes el 1988, amb un augment del 30 per cent respecte de l'any anterior. Aquest creixement continuarà produint-se durant els propers anys, segons les fonts del sector consultades per EL TEMPS, tenint en compte que moltes empreses encara no han contractat aquesta mena de serveis.

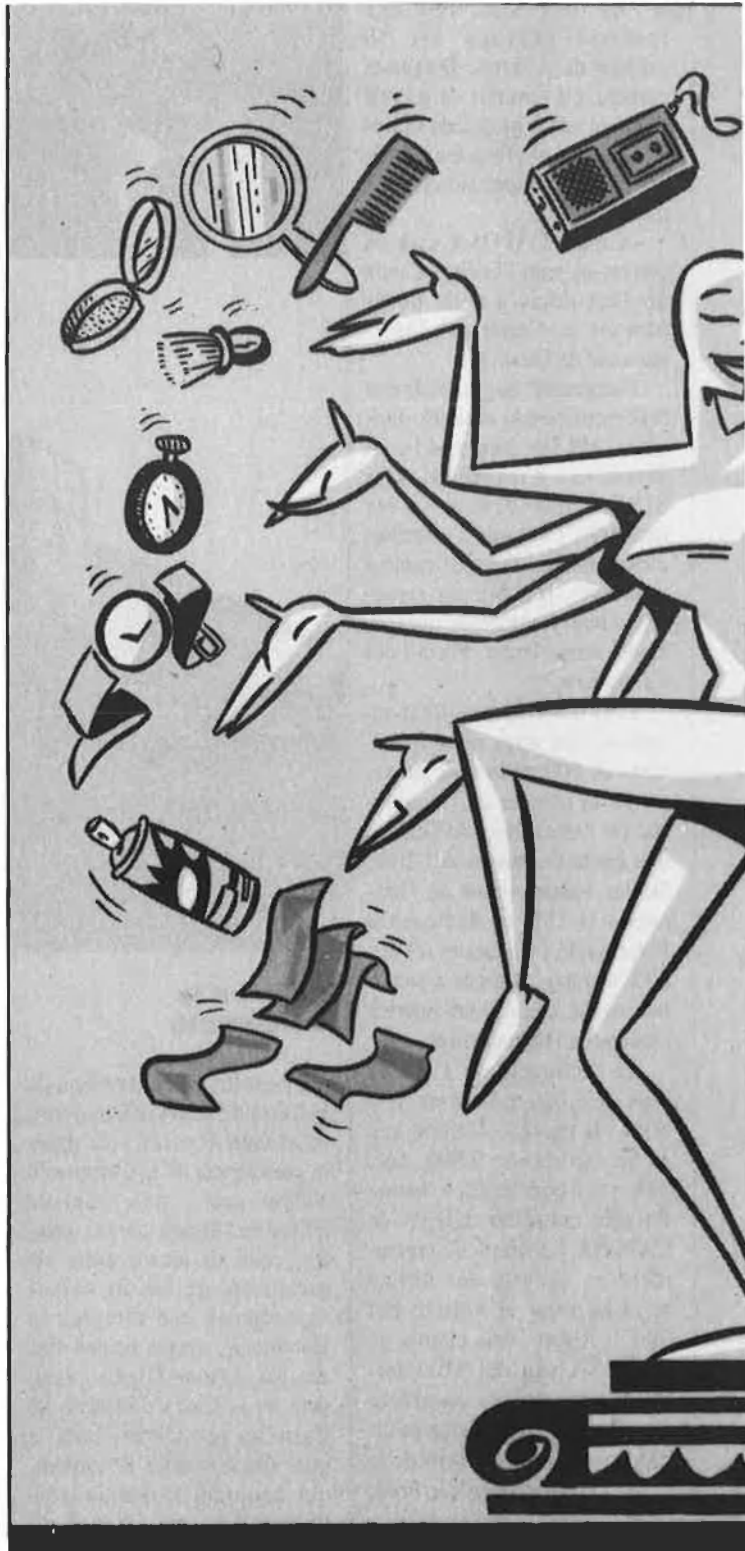
Segons un estudi recent, el 80 per cent de les empreses franceses considera indispensable la transparència informativa amb els mitjans de comunicació, una xifra que es redueix al 60 per cent quan es tracta de les que operen a Catalunya. Això és prou significatiu: així com als països europeus més avançats està prou clar que el que interessa és sortir als diaris i a la televisió, per trencar una imatge de marca dolenta o a vegades inexistente, aquí moltes empreses continuen convençudes que és millor guardar l'anonimat, una postura bastant increïble, d'altra banda. Són les que diuen al periodista que no saben la xifra exacta

de vendes, els seus mercats, les característiques tècniques dels seus productes per por que la competència se n'assabenti, copii, etcètera.

Burson Marsteller és, sens dubte, l'agència de comunicació líder a l'estat, amb una xifra de negoci de 230 milions de pessetes el 1988. Entre altres clients, porten Chistu, Levi Strauss, Sony i Down Chemical. Aquesta empresa nord-americana, fundada el 1953, opera en 21 països i té més de 1.800 empleats arreu del món. Als Països Catalans, on tenen una oficina a Barcelona des de 1986, es van donar a conèixer amb el llançament del joc del Trivial.

Ulled i Associats, constituïda com a Societat Anònima el 1972, parteix de «l'anàlisi de la problemàtica dels nostres clients amb la finalitat de determinar quines són les seves necessitats en matèria de comunicació, i una vegada establerts quins són els seus públics i les exigències d'aquests, es tracta de suggerir diferents solucions».

En els darrers dos anys, Ulled i Associats ha col·laborat amb 35 clients, entre els quals destaquen Cadbury-Schweppes Europe, SA, Fundació Miró, Grup Massimo Dutti, Laboratoris Grifols, SA, Banca Catalana o Cables Pirelli, SA. En els últims temps ha rebut ofertes d'altres empreses del sector per tal de comprar-les, com la de Grey Communications Corporation, però, malgrat no tancar la porta a la pos-



sibilitat, de moment el tema ha quedat aturat.

Una altra de les empreses amb seu a Barcelona és Atkinson i Associats, fundada el 1985 i amb oficines a la ciutat comtal i Madrid. Per a Isabel Atkinson, «els

clients són els que formen la imatge de l'agència i no a l'inrevés». Entre aquests clients hi ha URBAS, el Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000; Iniciatives, SA, o la Universitat de Barcelona.

Cal destacar també l'agència Gené i Associats, empresa que sovint ha dut a terme campanyes polítiques, sense representar cap polític en concret. Així, a banda de l'assessorament al Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya o a la Cambra de Comerç de Barcelona, Gené i Associats treballa per a Freixenet, Cartier o Túnel del Cadí entre altres.

Roman i Associats és, finalment, dels últims gabinets de premsa i assessoria d'imatge que s'ha muntat a Barcelona, concretament fa un parell de mesos, i tal i com Santiago Román explica a EL TEMPS la principal filosofia de l'agència és la de «mantenir amb el client la màxima transparència i, si cal, dir que ens hem equivocat».

El preu fix mensual que cobren als clients depèn de la diversitat de serveis que li ofereixin, però el mínim és de 350.000 pessetes i pot arribar a un màxim del milió i mig.

En qualsevol cas, aquest tipus de gabinets de comunicació i/o imatge no deixen de ser un filtre entre el client i els mitjans de comunicació, ja que, si es va directament al client, aquest et diu que no està autoritzada a donar segons quin tipus d'informació o que, simplement, no la sap.

En un futur no gens llunyà, tal i com assenyalen fonts d'algunes d'aquestes

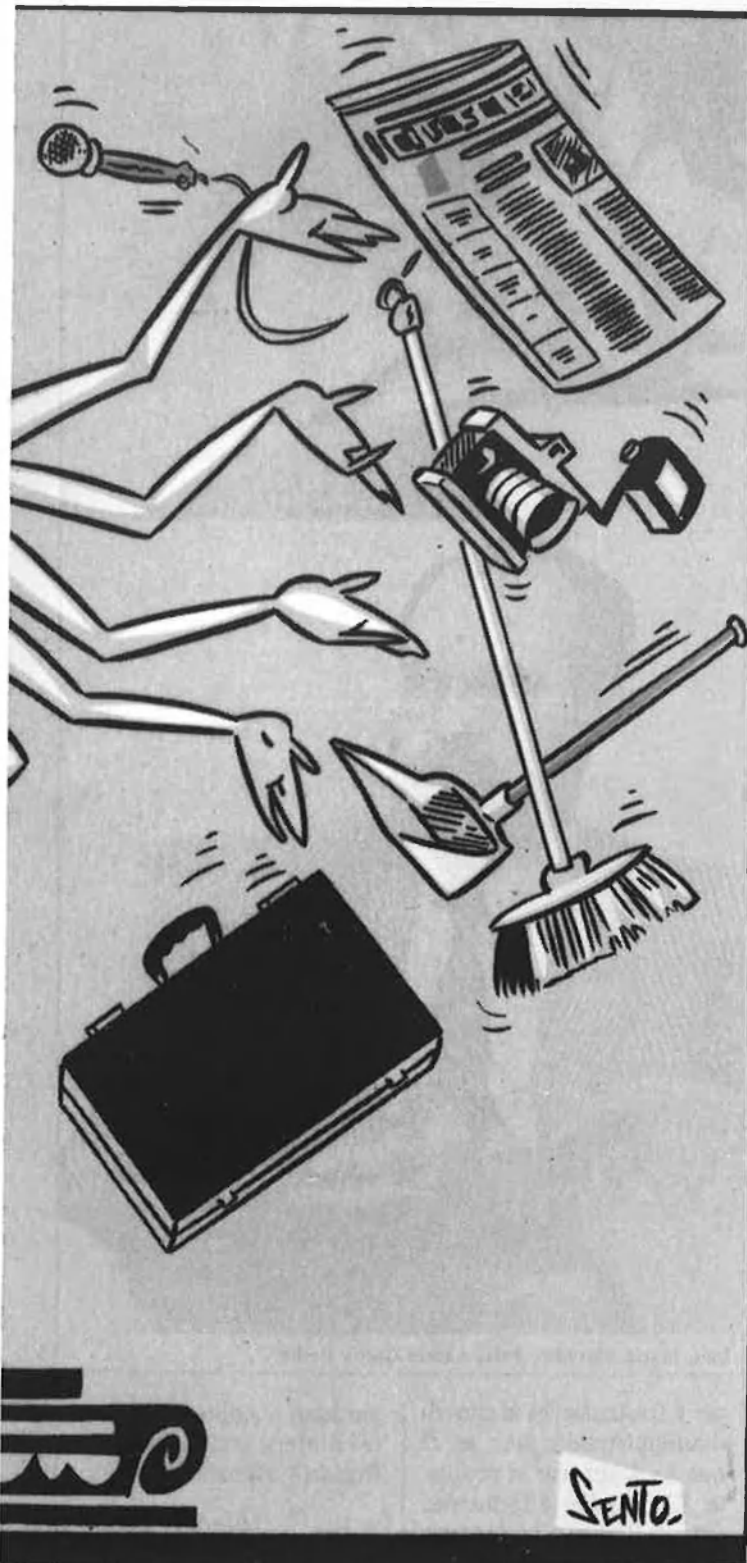
agències, el sector s'ha de reconvertir malgrat els pocs anys d'existència en el país i de la poca freqüent utilitat per part de les empreses.

Aquesta reconversió afectarà de ple les empreses mitjanes, perquè les grans ja tenen una estructura internacional que els permet un alt grau d'infraestructura i les petites el que han fet és especialitzar-se en un tipus o sector d'empresa determinat. Llavors, les mitjanes no podran competir amb les grans per manca de possibilitats de cobertura i resposta global, ni amb les petites perquè aquestes les han guanyades en especialitzar-se.

De fet, els grans grups internacionals que es dediquen al màrqueting i a la comunicació tenen tirada a abraçar el màxim de terrenys possible, bé adquirint altres empreses del sector o reforçant les ja existents en la seva pròpia organització interna. La forta tendència a la concentració empresarial de les grans companyies de publicitat ha arrossegat el sector de les relacions públiques.

Però arriba un moment que la comunicació aplicada als mitjans empresarials es barreja amb conceptes com el de publicitat, relacions públiques, màrqueting, esponsorització... Però això mateix arriba un moment que les mateixes agències d'imatge i/o comunicació han de dur a terme diferents tasques relacionades amb la informació de l'empresa client.

Frederic Rovira



Les xifres dels grans del sector

Agència	Honoraris	Quota mitja mensual
Burson Marsteller	230 milions	1-1,5 milions
Ulled i Associats	180 milions	500.000-1,5 milions
Gené i Associats	134 milions	500.000-1 milió
Hill & Knowlton	101 milions	500.000-1,2 milions
Agència A	150 milions	—
Eikona Comunicació	50 milions	300.000-400.000
Román Associats	—	—