

TRIBUNA



MITJANS I CRISI

JOSEP ALBET

**B**envolgut empresari, la crisi –evidentment, un altre cop– no afecta igual a tothom i hi ha sectors que l'estan patint més que altres; els mitjans ens ho expliquen cada dia. Però el que fins ara no ens han explicat gaire, sobretot els mitjans escrits, és la seva pròpia crisi, la qual no és solament conseqüència de la conjuntura econòmica, sinó que, segons els experts, té un rerefons estructural, de model de negoci.

El principal ingrés de la majoria d'empreses de mitjans prové de les inversions publicitàries que realitzen els anunciants i, quan aquests comencen a reduir-les substancialment –això va passar a Catalunya i Espanya al final del 2007 i el principi del 2008 per part de les empreses immobiliàries, especialment–, tots els mitjans, principalment els escrits, grans o petits, veuen com les dificultats s'apropen i ara ja són aquí instal·lades –*Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2009*–. Però, a més a més, això coincideix amb el fet que han d'enfrontar-se amb un canvi d'hàbits socials i l'impacte de les noves tecnologies. Una dada: la inversió publicitària a Internet va créixer un 26,5% l'any 2008 i va arribar a la xifra de 610 milions d'euros, el 8,6% del total, el mateix que el tradicional sector de les revistes. Conscients d'aquesta realitat, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, l'Associació de la Premsa de Madrid, el Col·legi Professional de Periodistes de Galícia, la Federació de Sindicats de Periodistes, CCOO i UGT han demanat al Govern de l'Estat la seva implicació per abordar aquests greus problemes. Tanmateix, aquest entorn

dels mitjans no és exclusiu de casa nostra, és global.

I, parlant de globalitat, al principi de febrer, cinc coneguts periodistes britànics de diferents mitjans –*Financial Times*, *BBC*, *The Guardian*, *Daily Mail* i *Sky*– van ser cridats a declarar davant del Comitè d'Economia de la Cambra dels Comuns per donar explicacions sobre com havien informat sobre els problemes dels bancs d'aquell país. Això va donar lloc a un debat sobre el paper dels mitjans a l'hora d'informar sobre economia: van investigar prou en l'època de bonança? Per què llavors no informaven sobre el que s'estava fent? Van transmetre una imatge massa optimista a la societat? Hi havia conflicte d'interessos (publicitat) en

### LA INVERSIÓ PUBLICITÀRIA A INTERNET VA CRÉIXER UN 26,5% L'ANY 2008

un marc de dura competència? Han estat ara massa alarmistes i pessimistes? Eren i són massa inexperts els periodistes (joves de cost més baix)?

Un debat d'aquest tipus aquí no sobriaria pas, ja que, fins a quin punt els interessos de les empreses de mitjans escrit i l'estat d'ànim dels seus accionistes i directius no influeixen directament o indirecta en els titulars i els articles que els professionals escriuen? Perquè la realitat és la que és, tant si és bona com dolenta, però hi ha moltes maneres de redactar-la. ■

Director d'ALBET CONSELLERS BCN  
www.josepalbet.com

# Laboratorios Ysonut prepara el salt a l'exterior

**CRÉIXER.** LA FIRMA, DEDICADA A LA PRODUCCIÓ I COMERCIALIZACIÓ D'ALIMENTS DIETÈTICS, PREVEU UN AUGMENT DE LA FACTURACIÓ DEL 50% EL 2009

ANNA PINTER  
BARCELONA

**L**aboratorios Ysonut, una firma dedicada a la dietètica amb seu a Barcelona, no té cap intenció d'aprimar-se, sinó més aviat el contrari. Ysonut està dissenyant un pla de creixement internacional mitjançant l'obertura de filials i *joint ventures* per fer engreixar la seva presència internacional. «Ara com ara estem definint els mercats en què centrarem la nostra expansió», explica Marc Sarazin, el president de Laboratorios Ysonut, que assegura que, si tenim en compte el sector en el qual treballen, la seva internacionalització la portaran a terme d'una manera molt controlada. Paral·lelament, en el mercat espanyol, el laboratori ha previst augmentar la seva presència amb l'obertura de tres oficines més.

La companyia dedicada a la producció i comercialització d'aliments per aprimar-se sota prescripció mèdica va néixer a França fa quinze anys. Dos anys després es va traslladar a Figueres (Alt Empordà), fins que l'any 2007 va establir la seu a Barcelona, on hi ha, a més a més, la direcció comercial i de màrqueting. La firma té un centre logístic a Girona des d'on distribueix el seu producte i dues botigues perquè el pacient vagi directament a comprar-hi, una a Barcelona i l'altra a Madrid. La producció encara es manté, però, a França. Ara com ara, França, primer, i Espanya, després, són els dos mercats que més ingressos generen als laboratoris. Sarazin explica que el producte



Ferran Nadeu

**DIRECCIÓ.** El vicepresident, Marcelo Bernacchi, i el president, Marc Sarazin

LA FIRMA OCUPA 100 PERSONES I PREVEU FACTURAR 30 MILIONS D'EUROS AQUEST ANY

dietètic fa molts anys que es fa servir a França, mentre que a l'Estat espanyol la implantació ha estat més recent i encara té molt potencial per créixer. De fet, els darrers anys, gràcies al mercat local, la companyia ha tingut un creixement per sobre de dos dígits, fins a arribar el 2008 a una facturació de quinze milions d'euros.

A més a més, enguany aspiren a créixer un 50%, tot i el context econòmic tant dolent que viu Espanya i tot Europa. «El nostre és un sector que no pateix els alts i baixos de l'economia; quan un metge prescriu productes per perdre pes, el pacient no té en

compte si hi ha crisi o no. Per això tampoc no augmentem vendes en períodes de bonança», hi afegeix Sarazin.

**BATA BLANCA.** La particularitat de Laboratorios Ysonut és que els seus productes els comercialitzen amb prescripció mèdica. Per això disposen d'una àmplia xarxa de visitadors mèdics i d'un equip de formació per als professionals sanitaris. Laboratorios Ysonut té una plantilla de cent persones entre França i Espanya, i disposa d'un equip mèdic de quinze persones que fan les tasques d'assessors científics.

L'any passat va destinar el 8% de la seva facturació a activitats de R+D i formació.

En els quinze anys de vida d'aquesta companyia, els seus productes han ajudat a reduir el pes a més 400.000 pacients. ■

**FES-TE SOCI DE LA CURACIÓ DE LA LEUCEMIA**

FES-TE SOCI DELS PLANS D'EN DAVID



900 32 33 34  
www.fcarreras.org

FUNDACIÓ  
**JOSEP CARRERAS**  
Contra la leucèmia