

01/08/2008

Entrevista

Entrevista amb el director d'*El Punt*

Emili Gispert: "Si volem ser un diari nacional per edicions hem de sortir a Lleida"

L'any que ve compleixen 30 anys, tenen prevista alguna novetat destacable?

Per resumir-ho molt, les tres grans novetats de cara a la temporada vinent seran: la remodelació i potenciació de la revista *Presència* amb nou format, nou disseny, a tot color, més continguts i planes; la sortida d'un gratuït mensual de gran difusió anomenat *Presència 30 Dies* i la sortida de l'edició d'*El Punt* a Ponent. D'altra banda, coincidint amb el nostre 30è aniversari, el 24 de febrer de l'any vinent anunciarem d'altres millores que afectaran tant *El Punt* en paper com la versió digital.

S'han plantejat mai que els lleidetans també puguin llegir *El Punt* amb convivència del diari *Segre*?

No sé si el públic del *Segre* és el d'*El Punt*, però el que està clar és que si volem ser un diari nacional per edicions, i ho volem ser, hem de sortir a Lleida, malgrat que *Segre* hi té una implantació extraordinària, on és el diari de referència sense cap mena de dubte i que som socis en projectes importants com el de *Presència*.

El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura us dona 149.000 lectors, una xifra aproximada a la de l'Estudi General de Mitjans (EGM). En canvi, l'Oficina de Justificació de la Distribució (OJD) us situa per darrere el diari *Avui*. Aquesta situació es pot comparar amb la pugna que mantenen *El Periódico* i *La Vanguardia*?

Mai ens hem plantejat res com una pugna amb l'*Avui*. Som dos diaris en català, però responem a dos models ben diferents. No es pot fer cap mena de comparació amb la pugna que tenen *El Periódico* i *La Vanguardia*. En tot cas, estem prou satisfets dels 149.000 lectors diaris que ens atorga l'últim Baròmetre i dels 25.639 exemplars de difusió que certifica l'OJD l'any 2007. Encara tenim molt camí per córrer. De totes maneres, *El Punt* ha crescut un 18% els últims deu anys, quan la tendència del sector és clarament a la baixa.

Creu que aquests estudis són parcials o que en certa manera afavoreixen diferents publicacions?

Si són parcials o tendenciosos ho són per a tothom. Les dades són les dades. El que passa és que cada mitjà les interpreta segons les seves conveniències. Penso que amb això hauríem de ser més curiosos perquè ens tirem pedres al nostre teulat. Fa riure posar els

diaris un al costat de l'altre l'endemà que han sortit dades de l'EGM o del Baròmetre.

Quina estratègia ha de seguir El Punt per continuar creixent, mantenir-se com a híbrid entre diari nacional i diari comarcal, o tendir més cap a un dels dos models?

Primer, arribar on encara no arribem i, per tant, sortir a Lleida com a primer pas. I al mateix temps, aprofundir en la idea de diari nacional per edicions. Què vol dir, això? Doncs, arribar a tot el Principat probablement amb deu edicions diferenciades en paper i, paral·lelament, posar en marxa el projecte digital que estem preparant per aprofundir encara més en la informació local.

Només Prisa ha publicat els resultats de facturació del primer semestre del 2008 amb un 5% de creixement en el sector de la premsa escrita. Com els està afectant la crisi?

Està plovent per a tothom. En el nostre cas, aquest primer semestre l'haurem tancat amb aproximadament un 25 per cent menys de facturació de publicitat que el primer semestre de l'any passat.

Vostès, a Barcelona i posteriorment a les altres demarcacions, han conviscut amb els gratuïts. Es fa dura la competència?

Els diaris gratuïts és un element més que està afectant el conjunt del sector, però penso que no especialment a nosaltres. Des d'*El Punt* treballem el tema dels gratuïts des de fa molt de temps, amb el *Punt de Venda* i *El Punt Habitatge*. Pel que fa a Barcelona, quan vàrem sortir, els gratuïts diaris ja hi eren.

Els estudis diuen que la publicitat dels diaris s'esvaeix i que només augmenta en els canals temàtics i les pàgines web. Com s'ho fa un diari que el seu altaveu digital és Vilaweb?

Si bé és cert que la publicitat als canals temàtics i pàgines webs està creixent molt en termes percentuals, si ho mirem en termes absoluts, els ingressos publicitaris dels suports digitals encara són la xocolata del lloro. És evident que cal estar amatent a aquesta tendència, però avui per avui només els grans monstres de la xarxa hi fan negoci, els mitjans se'n mig en surten i els petits, feina rai... A *El Punt* estem treballant molt intensament en el projecte digital, perquè és el futur, però pensem que encara tenim camí a fer en el paper. Amb Vilaweb varem fer un acord d'aliança estratègica a partir del qual són la referència digital d'*El Punt*.

Davant la crisi existeix alguna possibilitat que amb els mitjans associats els vincles empresarials es facin més forts per poder superar-la.

Aquesta crisi se superarà, com s'han superat totes, però és possible que en el nostre ram provoqui canvis estructurals. Des d'*El Punt* s'estan treballant diverses línies de treball conjunt amb altres mitjans.

http://www.comunicacio21.com/textecomplet.asp?id_texte=11101