

Noves tecnologies Oportunitats de negoci a la xarxa



Bernat Casanovas, coordinador de l'empresa (en primer terme), amb una part de l'equip de treball de La Factoria ■ MARTA PICH

La Factoria explora les vies de la interactivitat

'ADVERGAMING' • L'empresa de Cabrianes (Bages) dedica molts esforços a la unió entre el joc 'on line' i la publicitat **MÒBILS** • La companyia vol explorar en el futur les possibilitats de descarregar jocs a través del telèfon mòbil

Jordi Garriga
CABRIANES

El sector multimèdia, alhora que guanya en maduresa any rere any, també ofereix racons per descobrir als qui vulguin arribar a una especialitat que els posicioni de debò en el mercat. Aquest ha estat el cas de La Factoria, firma de Cabrianes (Bages) que s'ha fet forta en l'àmbit de la interactivitat.

La Factoria va néixer fa set anys com a estudi de dissenyadors de capçalera que, com explica Bernat Casanovas, coordinador de l'empresa, "feia de tot, intentava sortir al mercat com fos". Amb el pas del temps, La Factoria va anar explorant cada vegada més les possibilitats que li oferia el camp de la interactivitat, a partir d'algunes experiències dutes a terme en el camp de l'ensenyament.

De les dues divisions en què ara es configura el negoci de La Factoria, la de menys pes és la que es dedica precisament al disseny d'imatge clàssic, mentre que el que identifica i dona posicionament a la firma ara és el joc interactiu, tant adreçat a institucions com a empreses, en el que s'anomena *advergaming*, la unió entre joc i publicitat. O, com diu Casanovas, "el joc vist des d'un

punt de vista comercial". Com explica, "l'*advergaming* ve de la certesa que l'impacte publicitari en un mitjà com la televisió no és tan important com pot ser el joc interactiu amb premi final, que realment enganxa el consumidor potencial i, el que és més important, et permet conèixer coses sobre ell". De fet, segons algunes estimacions, per al 2006 es preveu que aquesta simbiosi de joc i publicitat *on line* creixi un 40% al mercat, alhora que minva la incidència de la publicitat convencional a la televisió.

Frontera

La Factoria ha sabut transitar perfectament en la frontera que separa l'empresa de tot allò altre, l'*advergaming* del joc didàctic *on line* amb finalitats educatives, i ha rebut encàrrecs tant de firmes com Nestlé o Imaginarium, per esmentar-ne dues, com d'institucions, com els ajuntaments de Berga i Manresa o els governs de Catalunya, Andorra i Balears. Casanovas reconeix: "Estem treballant més per a institucions, però observem que de mica en mica es van acostant més empreses". Cal tenir en compte que La Factoria ha fonamentat la seva incursió en l'*advergaming* en temes relacionats amb la pedagogia o el medi ambient.

Una altra marca de fàbrica ben reconeixible de l'empresa és, com explica Casanovas, que "ho basem tot en el vessant gràfic, volem allunyar-nos tant com sigui possible de l'*e-learning*, i explotar totes les potencialitats de l'animació o el vídeo". I afegeix: "Fem molta interactivitat, que vol dir molta programació". La Factoria també ha recorregut al que podríem anomenar el *joc social*, ni vinculat al comerç ni d'arrel pedagògica, com a estratègia per donar-se a conèixer. Durant la campanya de les passades eleccions legislatives va rebre força visites la web que allotjava el seu joc de la cadira, que permetia a l'usuari esbrinar quins podien ser els pactes postelectorals. Com diu Casanovas, "malgrat que fem molta tasca

La firma preveu tancar l'exercici del 2006 amb una facturació aproximada de 350.000 euros

comercial directa, hi ha molts clients que si ens vénen a veure és perquè han vist jocs com aquest". Per cert, el joc de la cadira sembla que tindrà continuïtat, ja que alguna productora de televisió s'hi ha interessat per

incorporar-lo al seu programa.

La introducció en aquest nou món de la interactivitat ha permès que l'empresa tingui un ritme de creixement important, doblant la xifra de negoci cada any, fins acabar enguany amb 350.000 euros.

Pocs competidors

Val a dir que no hi ha pas gaires empreses que a casa nostra estiguin dedicant esforços a l'*advergaming*: "Troblem que hi ha poques empreses que es dediquin a això, en qualsevol possible projecte sempre ens trobem els mateixos tres o quatre".

Però la interactivitat té moltes altres vies, com ara el telèfon mòbil. El pròxim camp en què La Factoria vol tenir un paper és aquest, en què, de fet, s'adaptarien els principis de l'*advergaming* a aquest canal de comunicació, en combinació amb altres. En concret, és a punt de posar en marxa un projecte per a un diari en què a les pàgines d'entreteniment es planteja un enigma que es pot resoldre si et baixes un joc al mòbil. Si el resolts, esclar, obtens un premi.

Entre els pròxims projectes de l'empresa hi ha el trasllat de la seva seu, que anirà de Cabrianes als afores de Manresa. ■

De la Vega, preocupada pel mercat de l'habitatge

Redacció
SANTIAGO DE COMPOSTEL·LA

La vicepresidenta del govern central, María Teresa Fernández de la Vega, va reconèixer ahir que les mesures posades en marxa per l'executiu de Zapatero en política d'habitatge "no són suficients". Per això, va comprometre's a continuar treballant, atès que "molts ciutadans encara tenen problemes" per accedir a un lloc on viure. De la Vega, que és de visita oficial a Galícia, va fer aquestes declaracions l'endemà que un informe de les Nacions Unides apuntés que entre el 20% i el 25% de la població espanyola es troba exclosa del mercat de l'habitatge, bàsicament per l'alt preu.

La vicepresidenta va explicar que aquesta "preocupació especial" i la "sensibilització" del govern central pel tema de l'habitatge va plasmar-se, des d'un primer moment, amb la creació d'un ministeri exclusiu per ocupar-se d'aquesta matèria. A més, va assenyalar que el pla d'habitatge, així com l'Agència de Lloguer i les mesures anticorrupció posades en marxa pel govern central, contribuiran a solucionar part del problema. Una altra dada "optimista" que va aportar ahir De la Vega van ser les 365.000 persones que, gràcies a les polítiques de l'executiu central, han aconseguit accedir a un habitatge en els dos anys i mig que portem de legislatura. ■

Prejubilacions a Fichet a Granollers

Redacció
BARCELONA

La direcció de la multinacional Fichet-Bauche, especialitzada en dispositius de seguretat i caixes fortes, presentarà dilluns davant la Inspecció de Treball i els sindicats un pla de prejubilacions per a la seva planta de Granollers.

Un total de 29 empleats del conjunt de 62 que n'ocupa la factoria tenen més de 50 anys. El pla de prejubilacions és una mesura prèvia al tancament de la fàbrica, que acumula pèrdues de prop d'un milió d'euros. Els sindicats creuen simulades aquestes pèrdues. ■