

Un Capgròs de Mataró que té vint anys



Fotografia de família dels «capgrossos» que integren l'empresa l'any 2002.

Capgròs va inaugurar les instal·lacions del carrer Sant Benet el 2002

La primera revista era mensual i tirava 10.000 exemplars

«Et presentem aquesta –la teva– revista mensual i esperem que el contingut sigui plenament del teu grat. No és més que una altra revista informativa i comercial; tanmateix, hem intentat que tingui una mica de cara i ulls (perquè... de Cap ja ens hi porta)».

Aquestes van ser les primeres paraules, l'abril de 1984, del projecte editorial que naixia amb el nom de *Capgròs* i amb el Batlle Rialler en portada en un estudi d'una casa particular del Camí Ral. «El primer número ens va costar tres mesos de feina», recorda l'editor Mateu Ros. Ros, que havia cursat estudis d'interiorisme, tenia aleshores 26 anys i va cridar un treballador del sector tèxtil, Francesc Salazar, perquè es fes càrrec del departament comercial. «Aleshores tot es feia a mà i a base de moltes hores», explica.

La nova revista s'afegia en el segment de la premsa comercial gratuïta i de gran difusió –aleshores ja s'editaven 10.000 exemplars mensuals. Des dels primers números va mostrar, però, el

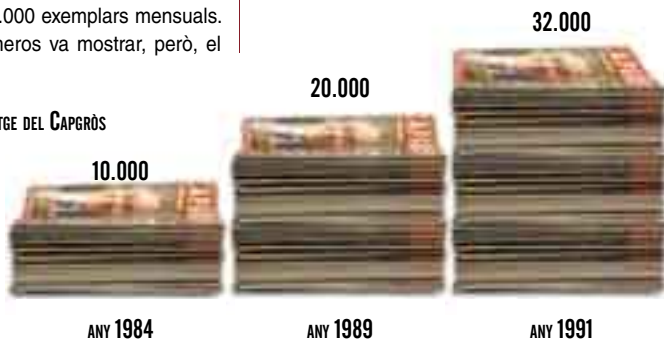
seu tret diferencial: els nombrosos missatges comercials deixaven un racó per a notícies i reportatges d'entorn ciutadà i cultural; es feia una ferma aposta per la llengua catalana en una època en què l'estratègia empresarial aconsellava just el contrari; i se sortia amb una clara vocació de distingir-se per la qualitat d'impressió, amb una revista editada a color i en paper cuixé. Gratuïtat, informació i qualitat d'impressió han acompanyat la trajectòria de *Capgròs* durant aquestes dues dècades i s'han convertit en signes d'identitat.

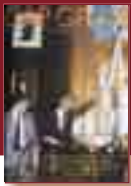
La periodicitat i la tirada de *Capgròs* es va ampliar de seguida. Dos anys després de la seva sortida, el 1986, va passar de mensual a quinzenal, per convertir-se, al setembre de 1989, en setmanal. Aquell mateix any la tirada es doblava fins als 20.000 exemplars. La seu del *Capgròs* va passar del Camí Ral al carrer Cooperativa i posteriorment al Carreró, on es va estar fins a l'any 1992 quan es va obrir un nou estudi al Camí Ral, anterior a les actuals instal·lacions del carrer Sant Benet que es van inaugurar el desembre del 2001.

El setmanari *Capgròs* és avui un dels gratuïts de més difusió de Catalunya, amb 32.000 exemplars setmanals controlats per l'OJD. Compta amb un equip de vint-i-sis treballadors i té dos germans: el mensual *Mataró Report* (1996) i el diari digital *capgros.com* (2004).

Des de l'any 1991 en què va aparèixer el suplement cultural 5 Cèntims, la revista ha ampliat les seves pàgines d'informació amb seccions fixes de ciutat i esports, a més de suplement informatius i comercials dedicats a les festes populars, al motor, les noves tecnologies o l'interiorisme, entre altres.

EVOLUCIÓ DEL TIRATGE DEL CAPGRÒS





Aprofitant el cinquè aniversari de la revista, es canvia la capçalera.

Quatre moments per al record

JULIOL DE 1998

ES PRESENTA 'EN BIADA', UN NOU CAPGRÓS DE MATARÓ

Al llarg de dues dècades han estat moltes les pàgines de la revista que s'han emmarcat a les parets de l'empresa. Una de les més celebrades va ser la presentació d'En Biada al balcó de l'Ajuntament de Mataró durant la Crida de la Festa Major de l'any 1998. Aquest nou capgròs, obra de l'artista argentí Sergio Laniado, va ser el regal que el setmanari va fer a la ciutat amb motiu dels 150 anys del primer ferrocarril de la península, impulsat per Miquel Biada.



NOVEMBRE DEL 2002

INAUGURACIÓ DE LES NOVES INSTAL·LACIONS DE CAPGRÓS

Si l'aparició del mensual *Mataró Report*, el novembre de 1996 –el mes en què s'inaugurava la Via Europa– demostrava que Capgròs apostava decididament per la informació, la inauguració de les noves instal·lacions de l'empresa, el novembre del 2002, representava un pas endavant en la trajectòria d'aquesta aventura editorial iniciada el 1984. Des del carrer Sant Benet, Capgròs ha ampliat els serveis en l'àmbit de la comunicació, la imatge i la publicitat.



GENER DE 2003

PREMI DE COMUNICACIÓ DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA. TASIS-TORRENT DE PREMSA

Els mitjans de comunicació de distribució gratuïta es veuen contínuament en la necessitat d'argumentar que la gratuïtat no implica falta de qualitat informativa. Per això l'obtenció del Premi Tasis-Torrent de Premsa Local i Comarcal 2002 que l'empresa Capgròs va obtenir per part de la Diputació de Barcelona pel reportatge «Centenaris» publicat al mensual *Mataró Report* va representar un estímul i un reconeixement definitiu per al conjunt de la premsa gratuïta.



GENER DE 2004

VINTÈ ANIVERSARI DE L'EMPRESA I LA REVISTA CAPGRÓS

Aquest 2004, any de la commemoració dels 20 anys, ha estat un any de gran intensitat. La presentació de l'audiovisual *27-G. Bandera blanca* al Teatre Monumental (a la foto); l'edició del llibre *Mataró d'ahir i d'avui*; la inauguració de l'exposició d'Alfred Opiisso o el llançament del diari digital capgros.com són algunes de les activitats que han servit per celebrar l'aniversari, però que al mateix temps posen de manifest la gran activitat professional de l'empresa.

