



PEP VALLS: RARA AVIS

LLUÍS MARTÍNEZ-RIBES

Ara farà sis anys, un dia de tardor vaig obrir una caixa gran, reusada, d'aquell cartró d'emballatge tan típic als camionets de repartiment urgent, que ells dos em van portar. Carai, quin bé de Déu hi havia dintre! Semblava que fos la copalta d'un mag, i que jo n'era el mag. Cada cosa que en treia anava seguida d'un oh..., d'un ahà!, d'un caram! Vaig xalar com un adolescent veient les diferents peces que en Pep i en Joan m'havien portat: materials gràfics, ampolles de perfum, samarretes serigrafiades, anuncis, esbossos d'intervencions en façanes, logotips, fotos de disseny de botigues, i no sé quantes coses més.

Ho confesso, va ser un amor en un instant. Poques vegades havia gaudit d'una experiència tan corprenedora, i això que habitualment he de mirar llibres de publicitat, de senyalètica, de disseny de botigues i de temes semblants.

Havia descobert en Pep Valls (en aquells moments ben acompanyat d'en Joan Carles) i no podia imaginar que ningú abans no me n'hagués parlat, tenint, com era el cas, un talent creatiu tan enorme. De fet, ell ja havia sortit referenciat en un llibre de creatius gràfics als Estats Units d'Amèrica.

Darrere d'aquell home-noi alt, rialler, sovint dubitatiu, s'amagava un geni de la comunicació. Dic *comunicació* sense adjectius, perquè tant et pot fer un logotip que s'avança en el temps com plantejar-te una campanya publicitària, com et configura el disseny d'una botiga la mar de venedora, com et dissenya un producte de gran consum. Una de les coses que el fa excepcional és que no és un

especialista (de fet en el nostre món contemporani ja no ens calen tants especialistes): no és un grafista, no és un publicista, no és un dissenyador d'interiors. Fa de tot això i hi triomfa.

El Pep, però no és una persona fàcil, no és un sí senyor. Quan rep els requeriments de la feina a fer (normalment en diem el *briefing*), s'ho llegeix i ho té en compte. Però ell afegeix i millora les pautes rebudes. Com a resultat, la seva feina és empresarialment útil, perquè la seva creativitat fructifica en bons resultats.

No tot és professionalitat i creativitat en el Pep. Ell es fa un tip de llegir, d'estar al corrent de la vida que viu el món, i per tant les seves produccions publicitàries i els seus dissenys no tenen eslògans ni tòpics (*Compri, Vingui, Faci, El més bo...*), sinó que sovint estan amarats de reflexions humanes profundes, de sentiments humans d'alta volada. Ell és un convençut que cal evitar la superficialitat en els plantejaments comercials. Això fa que no tots els empresaris o directius puguin treballar amb ell, perquè la relació amb el Pep arriba a convertir-se en molt personal.

Em pregunto si en Pep, quan llegirà aquestes línies, dirà: "*Lluís, l'has clavat*". Si ho diu, estaré content, perquè ell sempre diu "*L'hem clavat*" quan ha topat amb una idea brillant, capaç de vertebrar cada un dels seus treballs. I l'encerta!

LLUÍS MARTÍNEZ-RIBES és professor titular i director de *The Market Team* (departament de direcció de màrqueting d'ESA-DE). És especialista en innovació aplicada al *retail* (de l'anglès, botiga), especialitat que ha desenvolupat a dinou països.



“Tinc ganes de cantar i cridar, de saltar i de riure, però sóc molt conscient que també vull canviar les coses que m’amoïnen, per estar content.” Lluís Gavaldà (*Els Pets*).

