

General Motors se la juga amb Chevrolet

Cristian Segura
CORRESPONSAL
BERLÍN

El primer fabricant del món estudia potenciar la marca nord-americana a la UE en detriment de les seves filials Daewoo i Opel

La premsa financera alemanya ha sorprès amb una notícia poc freqüent, la d'una empresa d'automòbils que vol substituir una marca per una altra de menys reconeixement públic. Segons el diari *Handelsblatt*, el consorci nord-americà General Motors substituirà a la Unió Europea la marca Daewoo, el fabricant coreà que va adquirir el 2002, pel nom de Chevrolet. La nova estratègia de General Motors de potenciar al Vell Continent la mítica Chevy no afectaria únicament Daewoo, sinó també Opel.

El grup nord-americà no ha desmentit la informació, que afegia que la notícia serà anunciada oficialment al Saló de l'Automòbil de París, al setembre. L'objectiu és convertir Chevrolet en la primera marca global de General Motors. Però l'estratègia planteja molts dubtes, perquè Daewoo començava ara a consolidar-se a Europa i perquè Chevrolet és una marca massa determinada pel consum d'automòbils típicament nord-americans. L'expert del sector d'automoció d'Ernst & Young a Alemanya, Peter Fuss, explica que les marques nord-americanes no han tingut encara èxit a Europa perquè el perfil de l'usuari nord-americà és diferent de l'europeu. "Als Estats Units el vehicle té un significat més pràctic. A Europa, en canvi, es llueix, és un distintiu", diu Fuss.

Handelsblatt explicava que General Motors ha plantejat el canvi com a resposta a la bona evolució en vendes de Chevrolet als països de l'Est, on fa anys va



Dos operaris revisen un automòbil de la marca Daewoo

substituir Daewoo. La marca coreana es limitarà als mercats asiàtics, però els experts no creuen que retirar-la d'Europa occidental sigui la millor decisió. "No ho veig clar. M'ho van comentar fa mig any, però no m'ho creia, perquè Chevrolet no és una marca forta. I canviar una marca és una decisió molt arriscada", opina Patrick Juchnmich, cap d'anàlisi del

Rick Wagoner, va afirmar recentment que el grup havia d'aprofitar a partir d'ara "les oportunitats per introduir nous models". El creixement del gegant automobilístic ha de ser més fort "i Chevrolet és una jugada arriscada per aconseguir-ho", conclou Juchnmich. Si sortís bé, s'obririen per fi les portes d'Europa als fabricants nord-americans.

sector automobilístic del banc d'inversió Sal Oppenheim. Altres observadors creuen que només una gran inversió per transformar la marca en els valors del consumidor europeu li permetrien ser acceptada, com és el cas de Ford.

EVOLUCIÓ A L'ALÇA

General Motors va adquirir el 44% de Daewoo després que aquesta companyia fes fallida. La va convertir en GM Daewoo i des d'aquell mateix any les seves vendes a l'Europa occidental i central han augmentat un 21,7%, fins a les 132.000 unitats. En canvi, Chevrolet només ven 5.800 vehicles i no es comercialitza als països del centre d'Europa.

General Motors és la filial europea del grup des de l'any 1929. Gràcies a això, la companyia nord-americana té un 10,1% del mercat de la UE. Fonts del sector descarten que l'empresa pugui arribar a retirar la marca Opel en el futur, però avisen que la filial alemanya haurà de fer un esforç especial per progressar en rendibilitat si no vol que Chevrolet li robi terreny dins el consorci.

El president de General Motors,

AGRICULTURA — ALIMENTACIÓ

Catalunya perd cada any 2.000 hectàrees de terreny agrícola per dues causes: bé per abandonament i manca de relleu generacional, aspecte que caldria tractar específicament, bé perquè la ciutat avança a la recerca de més espai on ubicar habitatges per a la població. Sigui per moda, sigui per desig de fer realitat el somni de la casa i l'hortet, a Catalunya s'han construït múltiples edificacions unifamiliars que necessiten de més superfície per acollir menys persones. De la mateixa manera, les infraestructures necessàries per subministrar serveis a les concentracions d'edificacions unifamiliars suposen un cost més important que si les edificacions fossin pensades per a més d'una família i, per tant, una ciutat dispersa com la que ens trobem actualment no pot subministrar tots els serveis a tots els ciutadans, ja que la repercussió de costos és insostenible. D'aquesta manera, els ciutadans s'acaben dividint entre aquells que tenen els serveis coberts i aquells que tenen mancances.

D'altra banda, segons els càlculs realitzats sobre el consum de territori biològic d'una ciutat com Barcelona —és a dir, els boscos, l'agricultura o els espais necessaris per a la reno-

Per unes noves formes d'urbanitat

FUNDACIÓ AGRÍCOLA CATALANA

vació del diòxid de carboni-, cada habitant de Barcelona consumeix un territori de 3,3 hectàrees per habitant o, traduït, 33.000 metres quadrats. I si apliquéssim els mateixos paràmetres a tot el país, veuríem que calen cinc vegades Catalunya per saciar el consum dels ciutadans de Barcelona.

Ens trobem, per tant, davant d'una forma d'urbanitat econòmicament molt costosa, que avança i menja terreny agrícola, i ho fa, a més, d'una manera dispersa, repercutint més terreny en menys població perquè, com apuntàvem, el model d'urbanització que s'ha estès és el de l'edificació unifamiliar. Al marge de les implicacions urbanístiques i socials, que no són objecte d'aquest article, des de la Fundació Agrícola Catalana volem sumar-nos a les propostes que fan experts en urbanisme que volen aplicar criteris de racionalitat i de costos a les necessitats d'habitatge urbà. En aquest sentit, sembla encertada la idea de rehabilitar edificacions histò-

riques i nuclis existents abans de projectar noves construccions. I, en el cas de les noves construccions, caldrà tenir en compte que el terreny agrícola que es perd en favor de la superfície urbana significa que, a més de minvar la capacitat de producció agrària de Catalunya, disminueix la capacitat d'absorció del diòxid de carboni perquè la massa vegetal és més petita.

Val a recordar que l'activitat agrícola, a més de constituir un sector econòmic primordial i tenir com a objectiu el subministrament d'aliments a la població, té una funció de neteja ambiental, ja que, mitjançant la fotosíntesi, les plantes absorbeixen diòxid de carboni i emeten oxigen. És, per tant, un malbaratament de les capacitats de renovació ambiental sacrificar terreny agrícola en favor d'una expansió urbanística que, a més, dificulta el subministrament d'altres serveis i consumeix més energia del que caldria amb una planificació que tingués en

compte els aspectes mediambientals. D'altra banda, el sector agrari, i més concretament la terra de conreu, a més de netejar les aigües que rep, absorbeix mitjançant la fotosíntesi la contaminació gasosa que cada ciutadà d'aquest país emet, i que s'estima en 3.000 quilos per any. L'activitat de conreu retorna, per tant, oxigen a l'aire de forma gratuïta.

A manera d'il·lustració, en els nous regadius projectats a la Noguera, per exemple, quan estigui en marxa el sistema de reg, es podran produir 10.000 quilos de blat de moro per hectàrea, a més de les arrees, la canyota i la panotxa. Tot plegat absorbeix 36.000 quilos per hectàrea de diòxid de carboni, l'equivalent a la contaminació de 12 persones per any. Si traslladem el mateix càlcul per a una zona forestal com el massís del Garraf, a tocar de la conurbació barcelonina, de baixa o molt baixa coberta vegetal, cada ciutadà necessita 2,25 hectàrees del massís forestal per absorbir els

3.000 quilos per any de gasos emesos en forma de diòxid de carboni.

Els beneficis ecològics de les transformacions agràries de secà en regadiu són espectaculars, i els efectes positius repercuteixen directament en el conjunt de la societat i, particularment, en els sectors econòmics productius contaminants.

Durant la cimera de Kyoto, es va arribar a un seguit d'acords i compromisos que passen, principalment, per la reducció de l'emissió de gasos a l'atmosfera. El compliment d'aquests acords rau en bona mesura en unes polítiques que afavoreixin la intensificació eficient de la producció agrària i forestal. L'extensificació dels regadius és una de les mesures que tenim al nostre abast, ja sigui amb aigües netes o bé amb aigües depurades de les nostres ciutats.

Des de la Fundació Agrícola Catalana apostem, per tant, per un model de creixement urbà que incorpori criteris econòmics de costos, de racionalitat —que van més enllà de la recollida selectiva d'escombraries, de clavagueres, vials, xarxa d'aigua, gas, electricitat, serveis, transports públics, etc.— i també d'elements de sostenibilitat.