

Es preveu que en dos anys el disc de vinil serà desplaçat pel compacte

Virgin s'instal·la a Barcelona

L'anunciada arribada a Barcelona d'un gran complex comercial de la multinacional discogràfica Virgin fa preveure la definitiva implantació del disc compacte, com també el reciclatge urgent de les empreses del sector que durant molts anys n'han tingut l'hegemonia.

Barcelona serà, ben aviat, una de les noves seus de Virgin-Retail, SA. Aquesta empresa de discos fundada a Anglaterra ja té implantació en forma de macrostabliment a París i a Londres. A València també obriran un complex Virgin l'any 1993.

El nou complex comercial de Barcelona, que estarà situat al bell mig de la ciutat, a la cruïlla del Passeig de Gràcia amb la Gran Via de les Corts Catalanes, tindrà una superfície global d'uns 2.500 m² (repartida en tres plantes de 500 m² cadascuna i dos annexos, també de 500 m² que es destinaran a oficines i magatzem). El centre disposarà d'un gran espai reservat al *compact disc* o disc compacte, que predominarà més que el disc, el cassette i altres productes com ara llibres, pel·lícules, vídeo-jocs o vídeo-clips. També s'hi podran trobar altres articles d'aquesta marca, i s'hi podrà gaudir d'un recés a la cafeteria.

Virgin, empresa propietària de la segona companyia aèria de les Illes Britàniques, una xarxa d'hotels i agències de

viatges, una immobiliària i una agència de models, instaurarà aquest macrocentre com "un concepte d'oci", segons el director general de Virgin Retail Espanya, Luis Urbano. Per a aquest directiu, aquests complexos garanteixen una oferta molt variada on es pot trobar de tot, ja que la importació és constant. La presència a Barcelona, abans dels Jocs Olímpics, d'aquest innovador centre generarà una aferisada competència que ja ha estat prevista per les cases veteranes del sector, com Discos Castelló i Gong Discos. Totes dues empreses treballen actualment modificant



Aquestes són les noves instal·lacions de Virgin.

JORDI MORERA

vilar". Per Albert Castelló, representant de Discos Castelló i fill del fundador, la instal·lació de Virgin a Barcelona és motiu de preocupació, atès que les cases discogràfiques d'aquí actuen individualment i no tenen cap gremi que les agrupi. Tot i això, Castelló és molt crític amb la filosofia de Virgin: "Si ho fan com a fora, malament. Aquí, nosaltres som especialistes i podem orientar el client, mentre que a Virgin no preguntis a ningú i ja t'ho faràs amb el carretó". Aquesta afirmació és desmentida per Luis Urbano, de Virgin: assegura que el tracte personal amb el client és imprescindible, per la qual cosa els dependents seran especialistes en el seu camp.

COMPETÈNCIA ASSEGURADA

Tant Gong com Castelló es queixen del tracte rebut dels mitjans de comunicació. "De la nova reestructuració de Gong ni se n'ha parlat, mentre que Virgin surt pertot arreu", es queixa Assumpció Fusté.

la seva infraestructura per posar-se al dia i alhora curar-se en salut, vist l'allau de *marketing* i la consolidació definitiva del disc compacte, que, diuen, acapararà el mercat discogràfic.

El passat 25 de novembre, Gong Discos inaugurava formalment un nou recinte amb la pretensió d'oferir una oferta àmplia i de qualitat dominada pel disc compacte. Assumpció Fusté, gerent de Gong Discos, es mostra prudent i reservada a l'hora de preveure els efectes que pot tenir la "invasió" de Virgin. "Ens fa por i alhora ens fastigueja, però també ens ha fet espa-

Albert Castelló coincideix amb ella i afegeix que actituds com les d'*El País* de menysprear la tasca de les cases de discos i predicar el fracàs assegurat amb l'arribada de Virgin-Megastores són inacceptables. Castelló també insisteix a criticar la ràdio i la televisió quan promocionen determinats conjunts en funció de certs interessos i no procuren especialitzar-se musicalment, contràriament al que fan els mitjans de fora.

D'altra banda, Luis Urbano, el director de Virgin Retail, valora la competència d'una manera molt satisfactòria i positiva

per al mercat. "Cada vegada que apareix un Megastore de Virgin hi ha un augment de vendes, ampliem el mercat. La qüestió és treballar bé". Per a Fusté, coneixedora d'aquestes virtuts, "si bé està demostrat que Virgin disposa d'una major informatització i més quantitat de discos que nosaltres, crec que qualitativament el nostre departament de disc li pot ser equiparable i estar a la seva altura".

A València entraran en competència directa amb l'empresa Crisol, pertanyent al grup Timón, de Jesus Polanco. Tot i això, Crisol no s'ha movilitzat encara per afrontar aquesta dura rivalitat.

La presència de Virgin també ha incommodat El Corte Inglés, que ja ha destinat un annex de recent construcció a cobrir les necessitats del sector discogràfic. Però no n'hi ha prou amb l'estricta oferta i venda de discos. Les empreses miren més enllà i han accentuat i prioritzat altres elements que facin més atractiva per al públic l'adquisició dels productes. Per a Gong Discos, aquest aspecte és bàsic i forma part de la seva política amb vista al client: "El nou complex que ja funciona està dissenyat, amb penes i treballs, per

ser més còmode. Permet al client de passejar-se tranquil·lament, ofereix un bon assessorament i, a diferència de Castelló, el públic pot escoltar els discos", comenta la gerent de Gong, que disposarà ben aviat d'una botiga on es podran trobar exclusivament vídeo-jocs i discos descatalogats.

¿LA MORT DEL VINIL?

Un aspecte en què sí que hi ha consens és la progressiva desaparició del disc convencional de vinil en benefici del disc compacte. Totes les empreses han modificat la seva oferta en funció d'aquesta tendència. Virgin oferirà la música clàssica, jazz i *new age* en format de disc compacte. Igualment, en Gong i Castelló al voltant del 60% de les darreres vendes han correspost al disc compacte, "mentre que el disc es va quedant enrere i potser abans de quatre o cinc anys desapareixerà, o bé es vendrà perquè encara hi haurà nostàlgics", afirma Albert Castelló. Aquesta opinió coincideix amb la del director general de Virgin a l'estat, "algunes petites empreses s'hauran de reconvertir, i

una possible solució seria especialitzar-se en disc de vinil per a col·leccionistes", manifesta Luis Urbano. Però la tecnologia avança molt de pressa; en pocs a mesos ja comptarem amb la comercialització de la cinta digital elaborada per Philips, i d'aquí a alguns anys ja serà normal adquirir el disc vídeo laser, la combinació del disc i la imatge amb un alt nivell de qualitat.

A banda de l'evidència, compartida pels representants de les cases discogràfiques, que l'aparell del compacte és molt més accessible al públic que abans i que això ha influït en la normalització d'aquest suport musical, també comença a baixar progressivament el preu del compacte, fins que s'equilibri amb el del disc convencional de vinil, que actualment ja no es produeix ni als Estats Units ni al Japó.

Mentre es prepara la lluita, Virgin enllesteix la festa d'inauguració del Megastore a Barcelona: hi haurà un concert amb la presència del globus aerostàtic que ha travessat l'Atlàntic. Richard Bronsòh, propietari de l'empresa, obrirà les portes del local a començament del juliol.

Oriol Cortacans / Àlex Romaguera



El Balancí 244
400 pàgines

ALDO BUSI

VIDA ESTÀNDARD D'UN VENEDOR PROVISIONAL DE PANTIS

La relació impossible entre Angelo, el venedor de pantis, homosexual, culte, refinat i d'esquerres, i Lometto, el fabricant, ignorant, groller, depredador i llest.

De venda a totes les llibreries

