

El 12 d'abril s'inaugurarà a París l'Eurodisney

L'ofensiva Disney a Europa

Aquest polèmic parc d'atraccions és el símbol d'un estudiadíssim procés de canalització de la marca Disney al mercat europeu. Darrere la "Ciutat de la Diversió" hi ha una fantasia multimilionària i un gran imperi cultural i econòmic.

Al llarg de les últimes dècades, la presència de tota mena de productes Disney al mercat europeu s'ha tornat tan evident que podem parlar d'una implantació hegemònica i monopolitzadora, fruit d'un estudiadíssim procés de canalització que podríem qualificar d'"Ofensiva Disney", on res no s'ha deixat a l'atzar, i on tot obeeix a les directrius d'una estratègia marcada des dels EUA.

Trobar-se amb Mickey Mouse s'ha convertit en el nostre pa de cada dia: colònia Mickey, un portaplomes Mickey, unes cortines Mickey, unes bragues Mickey, un llibre de Mickey, una pel·lícula Mickey... i, potser algun dia, una sopa Mickey. En definitiva, aquest simpàtic ratolí de nom Mickey i de cognom Mouse és el símbol d'un imperi cultural i econòmic genuïnament nord-americà. Un imperi que, com dèiem abans, ja fa uns anys que ha començat a implantar-se a Europa a través de la comercialització de tota mena de productes de la marca Disney i que el dia 12 d'abril obrirà les portes del quart parc d'atraccions -Eurodisney- inspirat i hereu d'aquell històric curt sonor de dibuixos animats *Steam'boat Willie*, que l'any 1928 feu nàixer l'emblemàtic Mickey Mouse.

THE WALT DISNEY COMPANY

A partir d'aquella data, i només en vint anys, Walt Disney es va veure obligat a deixar la realització de les seves pel·lícules de dibuixos animats per a dedicar-se quasi exclusivament a la direcció de la indústria que havia nascut al voltant dels seus càndids personatges del món animal. Una gegantina empresa que ha colonitzat culturalment el món sencer: The Walt Disney Company.

Aquest nom equival a fantasia a tot el món, però a Wall Street és una sòlida realitat empresarial, amb unes cotitzacions



alitat empresarial, amb unes cotitzacions que van augmentar un increïble 75% l'any 1989, gràcies a l'habilitat comercial de l'equip directiu que encapçala Michael Eisner, l'executiu més ben pagat del món.

Des de l'arribada d'Eisner al "Regne de la Fantasia" en 1984 fins al 1989, els ingressos globals de la Walt Disney Company augmentaren una mitjana d'un 27%, i l'increment dels ingressos nets va arribar al 86%. Aquest creixement espectacular va permetre a l'empresa d'embarcar-se en una colla de projectes,

com ara els estudis cinematogràfics i els parcs d'atraccions en col·laboració amb la Metro Goldwin Mayer (MGM).

El "toc màgic" d'Eisner, que abans de desembarcar a la Disney era president de la Paramount Pictures Corp., ha transformat una empresa tradicionalment dedicada als parcs d'atraccions i a les produccions televisives i cinematogràfiques per a nens en un gegant amb uns tentacles que abasten nombrosos negocis. Michael Eis-

ner —el boss— va començar llançant-se a la producció de pel·lícules sota el logotip de Mickey Mouse, emblema de la Disney. Els seus esforços van tenir èxit i l'activitat de la producció cinematogràfica va passar d'unes pèrdues de 4.000 milions de pessetes, l'any 1983, a obtenir uns beneficis de 22.320 milions de pessetes l'any 1989.

Eisner va continuar diversificant els negocis de Disney i va dedicar-se a instal·lar una cadena de botigues als EUA. A partir d'aquí, va passar a comercialitzar de forma directa diversos productes de la marca de la companyia. A més, Eisner ha embarcat l'empresa en la instal·lació de dos hotels de més de 2.200 habitacions a la zona d'Orlando, i va decidir d'impulsar els parcs d'atraccions, que és el negoci tradicional de la Disney. Hom calcula que avui el turisme és la principal font econòmica de Walt Disney Company, ja que congria més del 60% dels ingressos totals de l'empresa, molt per sobre del 20% que representen les produccions cinematogràfiques o l'altre 20% que vénen de llibres, còmics i, en general, el *marchandising* de la marca Disney.

El canvi d'una companyia amb nombros verells a l'esplendorosa Disney actual obeeix a una estratègia molt acurada, basada fonamentalment a modernitzar la imatge de l'empresa i a restablir la seva posició perduda en la indústria del cinema produint pel·lícules adreçades a una audiència més madura. En aquest sentit, i en aquest context de relançament de la companyia en la indústria cinematogràfica, cal dir que en els Oscars d'enguany, la pel·lícula de dibuixos animats de la Walt Disney *La Bella i la Bèstia* ha estat guanyadora de dos Oscars, l'un per millor partitura musical i l'atre per mi-



llor cançó. No obstant això, el que realment és destacable és el fet que per primer cop una pel·lícula de dibuixos animats hagi estat nominada a l'Oscar per millor pel·lícula amb moltes possibilitats d'aconseguir-lo.

D'una altra banda, els analistes que segueixen de prop l'evolució de l'empresa opinen que el creixement de l'empresa només podria detenir-se en cas d'una profunda recessió econòmica o d'un seguit de relliscades cinematogràfiques, però això no sembla probable a curt termini. A més, l'empresa té capacitat per a afrontar una ensopegada puntual, gràcies a la diversificació dels seus negocis. Tan brillant perspectiva fa esperar que les accions de Disney, que començaren l'any 1988 a 65 dòlars i que en un any havien pujat a 115, continuïn pujant fins a situar-se prop dels 200 dòlars durant la dècada dels 90.

EURODISNEY: EL SATÈL·LIT EUROPEU

Enmig d'interminables extensions de terreny situades a Marne-la-Vallée, a uns 30 kilòmetres a l'est de París, sorgeix Eurodisney. Fins fa quatre anys aquests terrenys eren camps de blat. La transformació ha estat ràpida i quasi miraculosa. Un total de 2.000 hectàrees de terreny configuren el parc d'atraccions més gran del Vell Continent, inspirat en les pel·lícules i personatges de Walt Disney que, segons els estudis realitzats, el primer any atraurà uns 11 milions de visitants, dels quals un 44% seran francesos, un 43% anglesos, alemanys, belgues i holandesos, i el 13% restant d'altres països.

A més a més, gairebé tots els camins portaran a Eurodisney. Des de l'estació de l'Opéra, al centre dels bulevards de París, es podrà arribar en mitja hora directament a la porta del parc amb el metro regional que va a Marne-la-Vallée, línia prolongada en cinc quilòmetres per a donar servei exclusiu a Eurodisney. Dos aeroports, el d'Orly i el de Roissy, es troben a menys de 50 quilòmetres, i un servei d'autobusos els unirà amb el parc. L'autopista A4 tindrà també una sortida específica Eurodisney. I finalment, el complex tindrà un aparcament amb capacitat per a 11.000 vehicles, i en 1994, tindrà fins i tot una estació de la xarxa europea del TGV.

A les 9 del matí del dia 12 d'abril només s'inaugurarà, tanmateix, la primera fase d'Eurodisney, que comprèn unes 600 hectàrees del total del terreny expropiat. En aquesta extensió, equivalent a una

cinquena part de París, hi haurà 29 atraccions distintes, distribuïdes en quatre *lands* o països diferents, cadascun amb la seva pròpia ambientació. El primer, Discoveryland, és inspirat en el món real i de ciència-ficció de Leonardo da Vinci, Jules Verne i H. G. Wells, entre altres. El centre neuràlgic del segon d'aquests *lands*, Fantasyland, símbol de tot el parc, és el castell de 43 metres d'alçada de la Bella Dorment. Frontierland, el tercer, reproduceix l'ambient del llunyà Oest nord-americà. I finalment, Adventureland girarà entorn del món dels pirates del Carib.

HOTELS, CÀMPING, GOLF...

En aquesta primera fase d'Eurodisney també es construiran sis hotels dissenyats per arquitectes tan destacats com Michael Graves i Robert A. M. Stern, amb una capacitat inicial de 5.200 cambres; en etapes ulteriors s'ampliaran, tanmateix, fins a 18.000: una de les inversions hoteleres més grans que mai s'hagi realitzat. Aquests primers sis hotels evocaran sis llocs i sis èpoques més dels EUA: Disneyland Hotel, amb el luxe d'estil victorià; l'hotel New York, un Manhattan reduït; l'hotel Newport Bay Club, amb l'ambient bostonià de la Nova Anglaterra; l'hotel Sequoia Lodge, en el més pur estil de les Muntanyes Rocoses; l'hotel Santa Fe, un poble de Nou Mèxic, i l'hotel Cheyenne, que traslladarà el genuí sabor de l'Oest nord-americà a les immediacions de París.

Finalment, Eurodisney també disposarà de 414 *bungalows* del Davy Crockett Campground, una àmplia àrea de més de 56 hectàrees per a acampar-hi a l'estil americà, dotada de totes les facilitats per a caravàning i provista de zones de pícnic, piscina, àrea esportiva i fins i tot un poney-club. Perquè els parcs Disney tenguin, per damunt de tot, una filosofia familiar. Tampoc no hi faltará un camp de golf de 18 forats, que ja està previst d'ampliar fins a 27 l'any 1993, i un Disney Entertainment Center de 18.000 metres quadrats.

UNA FANTASIA MULTIMILIONÀRIA

El projecte, la construcció del qual té una previsió de 30 anys, serà el parc d'atraccions més gran fora dels EUA. La primera fase d'aquest famós parc té un pressupost valorat en 300.000 milions de pessetes i el cost total es calcula en 440.000 milions, que serà finançat en un



Els artistes tallers també seran presents a l'Eurodisney

La majoria de les figures i ginyes de fusteria exhibits a l'Eurodisney han estat fets al taller de l'artista faller valencià Salvador Gimeno, mestre major del Gremi Artesà d'Artistes Fallers de València. Aquests treballs de modelatge i d'acabament han estat duts a terme per un grup d'autèntics artistes, entre ells Josep Azpeita, Joaquim Gómez (El Diví), Vicent Lorenzo, Pasqual Gimeno, Vicent Agulleiro i Daniel López, sota la supervisió de Salvador Gimeno.

El cas és que aquesta no és pas la primera vegada que el prestigi dels artistes fallers es veu recompensat amb encàrrecs d'aquesta magnitud. Salvador Gimeno mateix fa anys que construeix per a una empresa de Nova Orleans totes les figures i carrosses que desfilen als carnivals d'aquesta ciutat nord-americana.

Aquesta volta, ha estat per a l'empresa Kern Escultors, també de Nova Orleans, que s'han realitzat gairebé totes les figures que hi haurà al parc d'atraccions més gran d'Europa, entre elles el capità Ganxo, l'ànec Donald, Goofy, Pluto i Mickey Mouse mateix.

Cal destacar que en el contracte signat entre el Gremi i la Walt Disney Company hi ha una clàusula que prohibeix tota declaració dels responsables sobre l'activitat en qüestió, i que impedeix l'autorització a visitar o fotografiar els treballs elaborats fins al mateix dia de la inauguració del parc. Unes normes molt estrictes que caracteritzen la dinàmica de l'empresa Disney i que van mantenir durant molt de temps en absolut secretisme aquesta activitat desenvolupada a València. **M.F.**



Les accions de Walt Disney a Wall Street van augmentar un 75% l'any 1989.

ARXIU

51% amb capital europeu i un 49% amb capital d'origen nord-americà. A més, es va fundar una corporació de dret públic per a comprar o expropiar terrenys, de manera que no hi hagi lloc per a l'especulació immobiliària.

Per la seva banda, el govern francès també hi ha ajudat econòmicament: per a la primera fase de construcció, la Caisse des Dépôts estatal ha facilitat un crèdit a llarg termini d'uns 60.000 milions de pessetes a un interès preferencial del 7,85%. A sobre, en lloc de l'IVA normal -18,6%- Disney només pagarà un 7%, amb què es beneficiarà d'un tractament preferencial.

Tot plegat permetrà que Eurodisney contracti en la seva primera fase unes 20.000 persones i, a partir de la seva inauguració, entre obrers de construcció i personal del parc, un total de 30.000.

Pel que fa als patrocinadors del projecte, Disney ha firmat acords amb el Banc Nacional de París (BNP), Kodak, Europcar, Renault, Nestlé, Coca-Cola i Philips, entre altres.

Aquests patrocinadors, a través de l'acord, aconseguen l'exclusivitat al parc, amb la qual cosa no es trobaran amb competidors en aquest espai; a més podran utilitzar personatges i figures dels dibuixos animats de la firma Disney en totes les promocions que realitzin a Europa.

Avui, Eurodisney s'ha convertit en la segona obra en importància del continent europeu, després del túnel en construcció

sota el Canal de la Mànega. Sens dubte, una "Fantasia Multimilionària", que en el seu moment va suscitar grans amors i vivíssimes ires entre francesos partidaris de la construcció d'Eurodisney i francesos indignats pel que consideraven una astuta "colonització yanqui", qualificada per alguns de "Txernòbil cultural". Finalment, i malgrat les diverses veus que van aixecar-se contra d'aquest projecte, tant d'ecologistes, camperols de Marne-la-Vallée, polítics i intel·lectuals francesos, com dels consellers regionals que al principi no van donar el consentiment per a fer anar endavant la construcció del parc, fou signat el contracte entre el govern francès i la Walt Disney. Això sí, no sense aconseguir algunes "concessions",

com ara que les indicacions fossin bilingües i multilingües, la presència de la cuina francesa entre els plats ràpids nord-americans, i una part del parc dedicada a obres de personatges europeus com Jules Verne i Leonardo da Vinci. I és que quan una empresa promet 30.000 llocs de treball nous i l'entrada de milers de milions en divises, qualsevol govern, fins i tot el de "monsieur Mitterrand", ignora el xovinisme.

FINS A L'ANY 2017

El desenvolupament a llarg termini de l'Eurodisney ha estat programat fins a l'any 2017. Al 1995 es farà realitat el segon parc temàtic: els Disney MGM Studios Europe, que a més d'uns estudis ci-

nematogràfics on rodaran sèries de televisió, serà un altre món d'atraccions vinculades al cinema, com ho és el seu equivalent d'Orlando, inaugurat al 1989. A més, a llarg termini, es considera la possibilitat d'erigir un Epcot europeu, un centre internacional de congressos, un parc aquàtic, un segon camp de golf...

Eurodisney serà el promotor i propietari que explotará aquests nous equips, en la mateixa mesura que ho serà la Metro Golwin Mayer. L'obertura d'aquest segon parc, que necessitarà molts milers de milions suplementaris i que, segurament, generarà molts més llocs de treball a Marne-la-Vallée, serà possible gràcies a l'entrada de les accions de l'Eurodisney en tres mercats de valors europeus, entre ells el de Londres.

Indubtablement, amb aquesta segona fase es crearà una Ciutat de la Diversió gegantina. En definitiva, cal tenir en compte que els Disney no són només parcs d'atraccions, sinó un vast complex destinat a l'oci, amb totes les opcions imaginables. La Walt Disney Company constitueix, sens dubte, un dels més grans imperis econòmics vivents, del qual és símbol l'Eurodisney de Marne-la-Vallée.

QUATRE REGNES DE LA FANTASIA

Eurodisney és el quart parc temàtic dedicat al món de Walt Disney. El primer, **Disneyland**, situat a Califòrnia, data del 1955. Als anys seixanta, els directius hereus de Mickey Mouse van començar a imaginar-se una expansió del món màgic creat per Walt Disney. En aquella època van comprar els primers terrenys a l'àrea d'Orlando (Florida), on l'any 1971 va obrir-se **Disneyworld**, que actualment s'ha convertit en el primer objectiu turístic del món. Anys més tard, el 1983, va inaugurar-se **Tokyo Disneyland**, al Japó.

Ara li toca a Europa, ser colonitzada per aquest fantàstic món que creà Walt Disney als anys vint, amb el qual aquell immigrant va demostrar que als EUA es podia crear un autèntic imperi econòmic basat en la imaginació i en el "voler és poder".

Maite Ferrando

