

La seducció de Mor

A Monsieur Decaux li agrada pagar viatges als amics. Pot fer-ho. La seua empresa és una de les principals multinacionals europees i la propietària del mobiliari urbà de més de 700 ciutats del continent, entre les quals hi ha París, seu de la companyia, Praga, Coimbra o Lieja. El 1982, amb només 2,5 milions de pessetes de capital social, l'empresa va instal·lar a Madrid una filial, El Mobiliario Urbano, SA, des d'on va començar la seua extensió per la geografia estatal: Barcelona, Vigo, Alacant, Saragossa, Oviedo, Sevilla, Toledo, València, Madrid. Alcaldies socialistes i populars s'han deixat seduir per les ofertes vingudes de París. El Mobiliario Urbano té un bon assortit d'objectes que poden servir

L'empresa francesa Decaux ha instal·lat a València un mobiliari urbà que hi romandrà vint anys. El disseny i les condicions de la contracta han estat criticades, però també la gestió de Decaux,

condemnat a Bèlgica per haver subornat un alcalde amb diners i viatges. Representants de l'alcaldia de Madrid i de València també coneixen l'afecció de Decaux a regalar bitllets d'avió.



de suport a cartells i plafons publicitaris: columnes d'estil principi de segle, MUPI (mobiliari urbà per a informació), banderes, urinaris públics, i bancs dissenyats pel famós arquitecte britànic Norman Foster. A excepció de Barcelona, on només ha col·locat uns quants urinaris, a la resta de municipis l'empresa francesa ha obtingut contractes generals

que li donen, en la pràctica, el monopoli publicitari de la ciutat. A canvi d'instal·lar els artefactes, Decaux es reserva els ingressos que paguen els anunciants durant un temps que pot anar de deu a vint anys.

Jean-Claude Decaux, amic personal de Jacques Chirac, no ha pogut evitar que el seu nom es veiera, més d'una vegada, tacat per l'escàndol. El 1985, la revista satírica francesa *Le Canard Enchaîné* va reproduir la carta que l'alcalde de Niça, Jacques Médecin, havia dirigit a la seua amant Claudette Pezen: "T'adjunte la proposta de Decaux per als urinaris automàtics. Pots reclamar per a tu i per a mi el deu per cent de la publicitat que s'hi col·loque". Cinc anys després, Édouard Close, alcalde de Lieja (Valònia), va ser acusat d'haver acceptat suborns per part de la companyia de Decaux per tal d'obtenir la concessió del mobiliari urbà de la ciutat. L'afer va provocar un escàndol que va acabar amb la dimissió de l'alcalde i la condemna de Jean-Claude Decaux a una any de presó i una multa de 1.935 dolars. Durant el judici, Decaux va reconèixer que havia pagat part de la campanya electoral a Close, com també alguns viatges a les illes Shyechelles i al Iemen. Aquell mateix any, l'empresa va pagar un viatge a París "per visitar les instal·lacions de l'empresa" a quatre regidors de l'Ajuntament de Madrid, tots ells del Partit Popular. Decaux ha començat a instal·lar enguany el seu mobiliari a la capital espanyola.

La moneda de València. Fernando Martínez Roda, assessor especial del Partit Popular a l'Ajuntament de València i home clau en la negociació que ha portat Decaux a la ciutat, també sap el que és viatjar a compte de l'empresa francesa, tot i que més modestament. El Mobiliario Urbano, SA, li va pagar una visita a la fira de Madrid perquè comprovara l'excel·lència de les seues creacions.

Decaux ha començat ja a col·locar al cap i ca-



siieur Decaux

sal valencià els seus productes. 92 columnes d'estil purament parisenc, 300 MUPI i 160 as-tes amb banderes envairan la ciutat. Com a únic element identificatiu de València, la bandera, la senyera de la ciutat, i una moneda romana, la primera mostra coneguda amb el nom de Valentia, que decora els cantons de la coberta de les columnes. Serà l'única variació sobre les columnes que omplen ciutats tan distintes com Madrid, que ha col·locat un ós, o Saragossa, que s'ha quedat, per coincidència, amb el lleó de París. La contracta durarà vint anys, després dels quals, si no es renova, Decaux desmuntarà tots els elements i se'ls endurà.

Martínez Roda justifica la instal·lació de tota aquesta parafernàlia: "En primer lloc dóna un aire més europeu i cosmopolita a la ciutat, a més, ens permetrà tenir espais gratuïts a dispo-

sició de l'Ajunta-ment per anunciar les nostres activi-tats, el 50% de les cares dels MUPI i el 30% de les de les colum-nes, i hem obtingut unes



Per què serveix aquest mobiliari urbà? Segons la versió oficial de l'Ajuntament de València, dóna un aire més europeu a la ciutat i ofereix la possibilitat de donar informació gratuïta als ciutadans. Per l'oposició, ha omplert els carrers d'obstacles d'un estil poc consonant amb l'entorn i només té rendibilitat per a l'empresa propietària, Decaux, que, sense pagar res a canvi, es queda amb tots els ingressos per publicitat.



compensacions que considere interessants, com les 500 papereres, els mapes de la ciutat, els 500 punts de senyalització i els fars lluminosos que anuncien l'entrada a la ciutat".

Alfonso Goni, regidor pel partit socialista, no opina el mateix: "Nosaltres pensem que la instal·lació del mobiliari no està justificada. No presta cap servei al públic. Si necessites un servei, com les marquesines dels autobusos, aleshores és normal que les pagues amb publicitat. Però això és només publicitat per publicitat. Per a l'empresa és un negoci rodó. Segons els nostres càlculs, en els vint anys que té de contracta, la més llarga que mai s'ha donat a València, es gastarà uns 2.000 milions de



L'estil de les columnes ha estat fortament criticat per dissenyadors i arquitectes. L'opinió és unànime: a París queda bé, però València no és París. Decaux segueix un estil classicista, poc arriscat, però ofereix una altra columna, dissenyada per Norman Foster, per a ser també modern. D'aquestes, no obstant, en veurem ben poques a València.



pessetes en col·locació i manteniment de les estructures i en rebrà uns 9.000 en concepte de publicitat. Mentrestant l'Ajuntament no guanya res i ha hagut de pagar el desplaçament del mobiliari col·locat malament, el que distorsionava la vista d'alguns monuments o impedia el trànsit dels vianants. Nosaltres, a més, també vam denunciar que les condicions del concurs semblaven fetes a posta per a Decaux i que no volíem que es donara tota la publicitat a una sola companyia. Això és crear un monopoli, i a més, en mans d'una empresa francesa que ni aprofita el disseny valencià ni la mà d'obra."

El fet de donar una contracta de tants anys i tants punts publicitaris a una sola empresa ja va despertar una forta oposició entre les empreses del ram, que en altres localitats, com ara Múrcia o Saragossa, han presentat recursos contra l'elecció de Decaux perquè entenien que els procediments d'elecció havien estat irregulars. De la mateixa manera opina l'Associació Espanola de Publicidad Exterior. Per a Saturnino Jiménez, representant a València, "el contracte de l'Ajuntament de València amb Decaux és un autèntic abús. Dóna a una sola empresa un terreny que és de tots els valencians perquè guanye diners a canvi de res".

Malgrat l'oposició, Decaux s'ha convertit en el líder estatal del mobiliari urbà, després d'haver començat a introduir-se en el mercat amb els ajuntaments socialistes i d'haver experimentat un autèntic boom amb els populars, que en els últims mesos li han donat les contractes de València i Madrid. Per vint anys, València incorporarà al seu paisatge aquests elements; però res no és etern. A Lisboa, després de deu anys de presència del gegant francès, l'Ajuntament ha decidit acabar la contracta amb Decaux i triar una empresa espanyola, Cemusa, que ha qualificat de "més moderna". **Jordi Sebastià**

Ediciones Destino

ISABEL OLESTI

Dibuix de dona amb ocells blancs



MILAN KUNDERA
La lentitud



Premi Josep Pla 1995

ISABEL OLESTI

Dibuix de dona amb ocells blancs

MILAN KUNDERA

La lentitud

JORDI COCA

Un d'aquells estius