

El negoci de l'any

El cap d'any és la data ideal per fer-se ric organitzant festes. Les sales estables han de competir amb empresaris d'un dia i amb tota mena de macrofestes.

“**V**és de festa als bars”, diu, en un racó, un cartell que anuncia la festa de cap d'any d'un pub barceloní. És un missatge que subscriurien la majoria de bars musicals i discoteques del país. Perquè quan arriba el cap d'any apareixen desenes,



el savi

centenars de convocatòries alternatives a les celebracions dels locals estables. Són les macrofestes: les organitzen empreses o grups d'amics a grans espais llogats només per una nit, i han eliminat el monopoli de bars, discoteques i sales de festes. Els propietaris d'aquests locals que són oberts tot l'any, critiquen durament els nouvinguts que els lleven una part del negoci el dia que més profit en poden traure. A més, asseguren, moltes de les festes organitzades per "afezionats", no compleixen ni les normes mínimes de seguretat. Les sales estables es queixen també de les macrofestes organitzades per empreses especialitzades en aquest tipus d'actes, que congreguen un bon nombre de persones en recintes amfíssims com ara el Palau Sant Jordi de Barcelona o la Fira de València.

El cas de Barcelona és paradigmàtic, perquè les iniciatives dels "afezionats" han dut set empreses organitzadores de festes a unir-se en una associació que es formalitzarà d'aquí a poc temps. Andrés Cuadrado, un dels tres membres de la promotora Fiesta Privada, una de les impulsores de l'associació, explica que els motius són afrontar les festes d'afezionats, que segons Cuadrado "moltes vegades no ofereixen prou condicions, no paguen impostos...", i també pressionar les institucions per establir una normativa en matèria de grans festes. Cuadrado es queixa del risc econòmic i la responsabilitat que comporta organitzar una festa de masses en condicions: "nosaltres paguem lloguers altíssims; assegurances milionàries; impostos; portem la Creu Roja; tenim una ambulància; portem 400 persones a treballar... Som una empresa i donem un bon servei, mentre que hi ha gent que vol fer diners en poc temps i ho fa sense condicions". Fiesta Privada és l'organitzadora de la revetlla de cap d'any al Palau Sant Jordi, i això són paraules majors. El Palau és un dels recintes coberts més grans de Barcelona, però ja s'ha consolidat com a espai del que Cuadrado anomena "festes populars". Des de fa quatre anys, aquesta empresa especialitzada en festes universitàries, d'empresa i comiats de solters, omple el local el 31 de desembre amb l'únic reclam de quatre consumicions, una bossa de cotilló i sis hores i mitja de música enregistrada. El preu és el més corrent: 3.500 pessetes anticipadament, i 5.000 el mateix dia. Però les despeses són infinitament més altes que en les festes petites, començant per la campanya de promoció i la venda d'entrades. Per evitar el risc de no omplir la sala, els organitzadors acostumen a encarregar la feina de vendre a gent que vulga guanyar

Des de quan és francesa Perpinyà?



Per què es van crear els Mossos?



Va existir en Serrallonga?



diners (per a festes de final de curs, per una tuna...), que assumeix el risc de comprar un paquet d'entrades i es queda un percentatge de les que col·loca. En el cas del Palau Sant Jordi, han fet un tracte amb un grup d'un centenar de persones. Si tot surt com esperen, el Palau Sant Jordi es tornarà a omplir amb 12.000 assistents, un nombre semblant al de les edicions anteriors. Aquesta, però, és l'única xifra que ha accedit a dir a EL TEMPS. Fiesta Privada prefereix no fer públics quin beneficis espera obtenir. Cuadrado només dona una pista: "si es venguessin totes les entrades, obtindríem entre el 20 i el 25% de benefici". A partir d'aquí, hom pot aventurar-se a fer comptes. Siga com siga, si la festa no punxa, els guanys no baixen en cap cas dels 6 o 7 zeros. A repartir entre els tres membres de l'empresa. Alt risc, alts beneficis.

Vicente del Valle, representant de Reyco, que organitza la gran festa que se celebra a la Fira de València, és més explícit en les xifres. Entre 4.000 i 5.000 persones podran gaudir dels tres "ambients" que es trobaran a la Fira: un de música màquina, un de música dels 60 i 70 i salsa i un tercer amb orquestra de ball en directe. La facturació total d'aquesta nit, segons Del Valle, pot vorejar els 25 milions de pessetes, que produïrien "uns beneficis sempre inferiors al 15%, perquè la infraestructura de sanitaris mòbils i la seguretat costen molt". Tot i això, els guanys es quantificarien en uns 3,5 milions.

Il·legalitats en la venda. Però les sales estables també denuncien que aquestes festes estan basades en una il·legalitat. Segons el gerent i coordinador de l'Associació d'Empresaris de Sales de Ball i Discoteques de València, Juanjo Carbonell, aquestes festes incompleixen les normatives pel que fa a la venda d'entrades. Les entrades es venen principalment entre els alumnes de les universitats de manera ambulat i amb comissió i, a més, pujant el preu de l'entrada amb el temps, de manera que si el preu inicial és de 4.500 pessetes, en els darrers dies de desembre el tiquet es pot vendre a 8.000. Això vulnera, segons explica Carbonell, el article 15 de la Llei d'espectacles públics de la Generalitat Valen-



L'augment de la competència ha impulsat els empresaris a buscar noves fórmules. Una discoteca valenciana ofereix un cap d'any cibernètic.

metia el local; no van contractar cap assegurança per l'equip de música... Són elements que han après ràpidament. Darrerament, han llogat un espai més gran; han contractat més cambres i més personal de seguretat, ho tenen tot assegurat i ja calculen amb precisió la quantitat de beguda que necessiten per la gent que preveuen que vindrà, unes 1.200 persones. En nombres aproximats, creuen que obtindran gairebé dos milions de pessetes de beneficis. En una sola nit, doncs, cada membre de l'equip s'embutxacarà més de mig milió. Una quantitat apreciable que tancarà uns mesos de molta feina. Perquè és difícil, explica, trobar un local per a llogar-lo una sola nit, i perquè els preus, la nit de cap d'any es diparen. Després cal entendre's amb els proveïdors i cal vendre les entrades. En Marc i els seus companys són un cas especial, perquè es troben a cavall entre una festa particular i una gran festa: el seu permís municipal posa "festa privada", perquè no es fa una campanya de propaganda i la majoria són coneguts, però d'altra banda tots paguen, sense excepció, 3.500 pessetes per l'entrada anticipada o 5.000 el mateix dia. La no-professionalitat fa que els guanys siguin proporcionalment més

ciana, que fixa en un 30% el percentatge de entrades que es podrà vendre amb comissió i s'haurà de fer, sempre, en un recinte tancat.

Però si aquestes festes fan la competència a les discoteques, les unes i les altres s'han trobat ara amb la nova competència dels empresaris-per-un-dia.

És el cas de Marc, que, amb dos amics, organitza festes de cap d'any a Barcelona. Enguany serà la cinquena vegada que lloguen un local, begudes i disc-jockey, i aplegaran centenars de persones a donar la benvinguda al nou any. No són promotors professionals; fins fa poc, tots tres encara estudiaven. Però des que el 1991 van descobrir els diners que es poden fer muntant festes, han repetit cada any. "És una mina", diu Marc, però després matisa: "hi ha molta més feina del que la gent es pensa". La primera vegada varen pagar la seua inexperiència: va venir molta més gent de la que per-

alts als de les festes més importants, perquè les despeses són menors: en Marc i el seu grup netegen ells mateixos els locals i molts dels seus col·laboradors són amics i els cobren poc. Però no pel seu *amateurisme* són menys eficients: "Cuidem molt el servei als clients", afirmen, "i la gent queda contenta. Prova d'això és que la majoria repeteix l'any següent".

Tant les macrofestes muntades per empreses d'espectacles en grans espais com les que organitzen joves ambiciosos servint-se dels buits legals o l'escassa vigilància han estat recentment aturades per l'Ajuntament de Palma de Mallorca. En els darrers anys, la proliferació d'aquests espectacles, augmentada aquí pel turisme, va fer que la poderosa estructura empresarial de sales de festes s'enfilara per les parets i demanara una solució. El consistori de Ciutat de Palma ha deixat ben clar que aquesta pràctica és il·legal i les "festes paralel·les" seran enguany moltes menys. Al País Valencià, segons Juanjo Carbonell, l'associació de Sales de Ball també ha rebut el suport de la Generalitat: "La Direcció General d'Interior s'ha compromès a prohibir aquestes festes, organitzades per gent que no té capacitació professional ni paga els impostos que els empresaris cotitzem puntualment ni ofereix cap garantia de seguretat o qualitat".

Nous conceptes per Any Nou. El que sí que han provocat les macrofestes i els actes organitzats pels joves negociants són canvis en la concepció dels "cotillons".

Andrés Cuadrado, organitzador del cap d'any del Palau Sant Jordi, es mostra satisfet per ser un dels protagonistes del canvi de costums que, segons ell, s'ha produït en el camp del lleure. Comenta el salt qualitatiu que ha representat l'aparició de les "festes populars" com a alternativa a les clàssiques nits a les discoteques o les rutes de bars musicals: "Abans, quan arribava un d'aquells vespres que és obligat de sortir, les discoteques abusaven en el preu de l'entrada, aprofitant que no hi havia competència. Ara la gent té l'opció de triar on vol anar, i a més, com que nosaltres hem posat l'entrada més barata, ells també han hagut d'abaixar-ne les seues".

Els canvis van més enllà, ja que la major competència ha comportat, tant en els uns com en els altres una recerca de noves formes d'atraure la gent que inclouen l'oferta de diversos estils musicals com era el cas de la Fira de València o la troballa de noves estètiques en la cultura contemporània. És el cas de la discoteca valenciana Heaven, que oferta uns "Nadals en el ciberespai", una festa que inclou felicitacions per correu electrònic en un cap d'any informàtic. **Àlex Milian / Agnès Rotger**

el savi té la resposta.



«El savi» és un joc de taula de preguntes i respostes sobre la nació catalana. N'hi ha una edició promocional, que inclou publicitat, al preu de 5.900 pessetes. També hi ha una edició sense publicitat, que costa 6.995 pessetes. El joc «El savi» només es podrà obtenir per comanda telefònica.

