



Fa quaranta anys va esclatar el 'boom' del Seat 600. Avui la demanda de cotxes petits a les ciutats també creix, però algun consumidor ja no es fixa únicament en els diners. Les grans marques d'automòbils ho saben i competeixen per veure qui posa la confitura més bona al vehicle petit.

## La bona confitura

L'aparició del Seat 600 ara fa quaranta anys va ser per a molta gent la possibilitat de comprar el primer cotxe. Les setanta mil pessetes d'aquella època encara es deixaven estalviar, durant un bon temps i a còpia de paciència, i permetien d'adquirir, finalment, un vehicle capaç de moure's per la ciutat i alhora de fer alguna aventura, de tant en tant, carretera enllà. Evidentment, un 600 era molt més seriós que no els innocents biscúters o els Isetta surrealistes. Aquells anys l'oferta de models assequibles per la majoria de la població no anava gaire més enllà.

Quaranta anys després l'oferta automobilística ha augmentat paral·lelament als canvis que ha vis-

cut la societat, especialment a les ciutats. La qüestió econòmica encara és una raó a l'hora de comprar un vehicle petit, però hi ha més factors que hi intervenen, tant per als consumidors com per a les grans marques d'automòbils, que busquen clients fins i tot sota les pedres amb la fal·lera d'oferir-los productes que responguin a necessitats concretes.

**Triar i remenar.** La gamma d'allò que es consideren cotxes petits agrupa dos sectors. D'una banda hi ha els anomenats "minis", com ara el Renault Twingo, el Seat Marbella, el Fiat Cinquecento, el Ford Ka i ara el Seat Arosa i l'Smart; i d'una altra hi ha els que es consideren "utilitaris", com són el Seat Ibiza, l'Opel

Corsa, el Renault Clio, el Ford Fiesta, el Nissan Micra, i ara el Mercedes Classe A.

Aquesta àmplia oferta ha fet que les marques no es conformessin a dissenyar un cotxe petit amb un mínim per a començar a córrer, i han omplert els nous "minis" i "utilitaris" d'airbags, aires condicionats, direccions assistides, tancaments centralitzats, i d'un llarg etcètera que abans només col·locaven als cotxes més grossos i més cars. Un altre element que les companyies automobilístiques s'esforcen a destacar en els seus cotxes petits és la seguretat. Fa tres anys es van publicar unes llistes dels anomenats "cotxes voladors", epítet que feia referència a les altes velocitats que assolien alguns cotxes petits

# Fàbrica de Martorell s'especialitzarà en cotxes petits

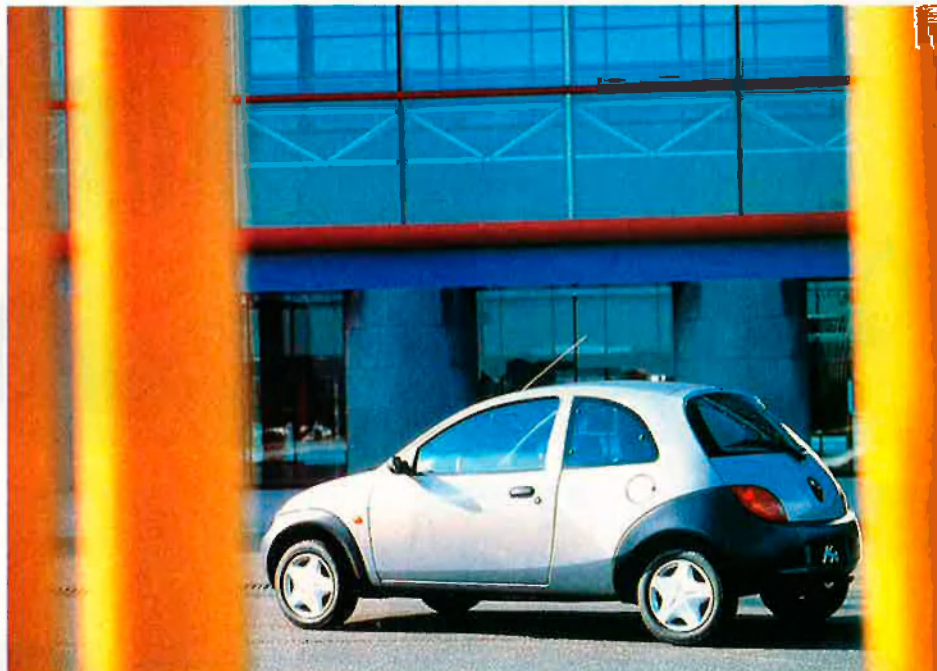
per la seva potència i el seu poc pes i que els feien molt perillosos. En aquest sentit, el director tècnic d'operacions d'assistència del RACC, Pere Sauret, indica que, si bé als laboratoris els cotxes petits "potser" sí que són menys segurs, en la realitat això no s'ha comprovat.

Segui com sigui, la seguretat dels cotxes petits continua preocupant els consumidors, per això els fabricants insisteixen a dir que, les prestacions d'aquesta mena que tenen els cotxes grossos, també les van posant en els vehicles menors.

## "Dinks", dones i joves.

Aquest augment d'oferta va molt vinculat a l'evolució de la societat, que ha creat uns nous condicionants. Actualment aparcar als centres de les ciutats és un martiri i circular-hi en hores punta provoca moltes crisis de nervis. Les mides i la mobilitat dels cotxes petits es presenten com una solució per a aquests maldecaps.

D'aquí ve que la propaganda d'aquests vehicles els presenti com el segon cotxe d'una família, ideal per a les persones que es mouen molt per la ciutat, les dones o el jovent. Ara, a més, també s'adrecen a les persones que viuen soles i als *dinks*, acrònim



ARXIU

anglès de *Double Income No Kids*, és a dir, parelles amb dos sous i sense fills. La nova marca Smart, creada conjuntament entre Mercedes-Benz i els rellotgers Swatch, va més enllà i, a part d'oferir el seu cotxe petitíssim als *dinks*, també l'ofereix a "persones madures que s'han conservat intel·lectualment joves".

Responsables d'aquesta mateixa marca asseguren que instituts d'investigació independents han comprovat, a través d'estudis de mercat, que a França, Alemanya, Itàlia i a l'estat espanyol hi ha

una demanda de cotxes petits que voreja els 2,38 milions, entenen per vehicles petits els que tenen menys de 3,85 metres de llargada i un preu de compra inferior als dos milions de pessetes.

En un moment d'estancament general de les vendes de cotxes, era natural que totes les marques s'afanyessin a buscar —o a crear— nous mercats per als seus productes. Segons Luis Sanchidrian, de relacions externes d'Opel, en el segment de cotxes petits ha crescut molt la competència. "Fa deu anys només n'hi havia tres o quatre models, i ara en pots trobar vint o trenta de diferents". I no és sols per una qüestió econòmica, com cuita a dir Anna Minguella, de relacions externes de Seat: "Fa quinze anys que fem el Seat Marbella i encara es ven perquè és molt econòmic. Ara traïem l'Arosa, i tot i que són del mateix segment 'mini' no competeixen. L'Arosa és un cotxe de luxe en petit".

Aquest disseny diferenciador també es l'argument que esgrimeixen els responsables de Ford per lluir el seu nou Ka: "Aquest vehicle

**Dalt, Ford Ka, vehicle del segment "Mini" que es fa exclusivament a la factoria que Ford té a Almassafes. Baix, l'Smart, el nou cotxe creat conjuntament per Mercedes-Benz i els rellotgers Swatch, i que només fa dos metres i mig de llargada.**



# Segons Sauret, en la realitat no s'ha comprovat qu



D'esquerra a dreta i de dalt a baix, el Seat Arosa, del segment "Mini", el Nissan Micra, del segment "Utilitari", el Renault Twingo, del segment "Mini", i el Seat Ibiza, del segment "Utilitari". Aquest darrer cotxe va ser el més venut de tots els segments l'any 1996.

és fet per atraure la gent que mai abans no s'havia fixat en els cotxes petits... Per això també hem tingut en compte les característiques intangibles que els clients necessiten: l'aspecte, la comoditat, la sensació".

Tant és així que fins i tot la marca reina del luxe sobre rodes, Mercedes Benz, s'ha llançat al segment dels utilitaris amb el Classe A, que aquesta setmana es comença a vendre a Europa. De totes maneres, si fins ara parlàvem de preus que van de les 900.000 pessetes al 1.500.000, el Classe A se'n va als 2.735.000. Tot un luxe de petit format que esbotza les equivalències tradicionals de mida i preu.

Però no tothom coincideix en aquest apassionament per les miniatures. És més, hi ha qui diu que si tingués tants diners es compraria un cotxe gros. Així, el periodista de TV3, Josep Lluís Merlos, especialitzat en motor, assegura que vehicles com el Classe A o el

**Josep Lluís Merlos, periodista de TV3:**  
**"Cotxes com el Mercedes Classe A són joies en miniatura, símbols d'ostentació."**

nou Mini de Rover són joies en miniatura: "No són sinó símbols d'ostentació. L'opció del cotxe petit només té sentit si és econòmic i s'utilitza per ciutat. Això dit, a casa nostra, amb el clima que tenim, el millor vehicle per a moure's per la ciutat és la moto".

**"Made in Europe".** La majoria dels compradors de vehicles de

dimensions reduïdes es concentren a l'Europa Occidental, si bé, com assegura Anna Minguella, els pioners en cotxes petits foren els japonesos, perquè tenen molts problemes d'espai. Sigui com sigui aquest segment del mercat automobilístic té la sortida més gran a Europa. Per tant, no és gens estrany que les grans firmes europees del motor també vulguin controlar el mercat i plantar cara a les competidores japoneses.

Conscients del pes d'aquesta indústria, els polítics europeus són fàcils de convèncer perquè hi donin suport. Així, el dia 27 d'octubre, el canceller alemany Helmut Kohl i el president francès Jacques Chirac inauguraran de bracet la primera fàbrica que farà l'Smart, situada a Hambach, a la Lorena francesa. I és que la marca que farà l'Smart, segons els seus promotors, és la primera empresa paneuropea d'aquesta envergadura. El centre

de producció és a França, el domicili social central a Suïssa, i la societat de desenvolupament a Alemanya.

**Martorell també.** Qui també sembla que s'especialitza en el cotxe petit és la gent de Seat. La setmana passada el president del comitè sindical europeu del grup Volkswagen, Klaus Volker, va deixar pràcticament com una cosa definitiva que Martorell s'encarregaria de fer els Arosa. Amb el nou model, el Marbella i la família dels Ibiza, Martorell s'especialitzarà de fet a fabricar cotxes petits.

A principi d'any es van aixecar crítiques perquè s'havia decidit de fer l'Arosa a Wolfsburg, Alemanya. Fins i tot van sortir veus que denunciaven la progressiva germanització de Seat, no solament perquè seria el primer cop que es faria un Seat fora de l'estat (a part del monovolum Alhambra, que es fa a Portugal), sinó també perquè el nou cotxe té un disseny molt senzill en comparació amb els seus competidors més directes, Ford Ka o Renault Twingo per exemple, que gasten una imatge molt més agosarada. Ara, després de les declaracions del senyor Volker, sembla que ja està tot dat i benèit perquè l'Arosa es faci a Martorell l'any vinent, en substitució del Toledo. A més de l'Arosa, a la planta del Baix Llobregat s'hi continuarien fent l'Ibiza, el Marbella, el Córdoba, el VW Polo Clàssic i la furgoneta Inca. Tres d'aquests vehicles se situen en el segments "mini" i "utilitari", com a plats forts de Martorell. Es més, l'any passat el cotxe més venut a l'estat va ser l'Ibiza.

Els cotxes petits continuen venent-se, sobretot per qüestions econòmiques, però també, gràcies a la competència, per tot allò que els fa diferents dels uns dels altres i que els acosta una mica als seus germans grans. Ara, algunes firmes, de tanta bona confitura que hi posen, acaben oblidant que el pot petit ha de ser barat.

Oriol Cortacans

# Postgraus

*La formació contínua que  
dóna resposta a les  
noves demandes socials*

97/98

- **Gestió de Residències i Serveis per a Gent Gran**  
4a. edició. Inici: 27 d'octubre de 1997
- **Acompanyament en el Sofriment i en la Mort**  
Nou programa. Inici: 7 de novembre de 1997
- **Intervenció Socioeducativa amb Minories Ètniques i Immigració**  
Nou programa. Inici: 12 de novembre del 97
- **Animació Estimulativa i Discapacitat: Gent Gran, Persones amb Disminució, Salut Mental**  
2a. edició. Inici: 24 de novembre de 1997 (modalitat a distància via xarxa telemàtica)
- **Direcció i Gestió d'Organitzacions No lucratives i d'Economia Social**  
4a. edició. Inici: 24 de novembre de 1997 (modalitat a distància via xarxa telemàtica)
- **Disseny i Direcció de Projectes d'Educació Ambiental**  
Nou programa. Inici: 9 de gener de 1998
- **Educació a través del joc i la joguina. Ludoteques: Gestió i Organització**  
Nou programa. Inici: 13 de gener de 1998
- **Expert en Inserció Laboral**  
2a. edició. Inici: febrer de 1998
- **Dinamització de la Lectura**  
2a. Edició. Inici: juny de 1998

#### Informació i preinscripcions:

Institut de Formació Fundació Pere Tarrés.  
C Entença 157, 08029 Barcelona



## 902/41 00 00



Secció d'Educació Social  
(Fundació Pere Tarrés)

Facultat de Psicologia i  
Ciències de l'Educació Blanquerna



Universitat Ramon Llull