

zar. De fet el mercat més gran, almenys al principi, és el que alguns estudiosos han anomenat "televisió interactiva per a ganduls". De manera que la interfície ha de ser realment simple (no hi ha res més complicat que l'actual comandament a distància). Potser la televisió, com els ordinadors, utilitzarà una interfície més natural. Respondrà a ordres de paraula, i incorporarà un "assistent intel·ligent" que aprendrà el que t'agrada i el que no, i t'ajudarà a trobar els programes.

La Televisió també arribarà a ser una

de les principals eines per a la xarxa de treball domèstic. Ho podrà controlar tot, des dels llums i la calefacció fins el sistema de seguretat. Moltes de les coses que ara poden fer-se amb l'ordinador a l'oficina —com el correu electrònic— també podran fer-se via Televisió des de la comoditat del vostre sofà. La tecnologia de pantalla plana farà possible que hi haja una simple pantalla de televisió encastada a la paret de cada habitació. D'aquí una dècada, la televisió intel·ligent serà tan familiar com la Web d'avui dia.

**EL
MÓN
EL
1999:**

Les vendes automobilístiques es reduiran un 8% el 1999, o potser més, i arribaran al nivell més baix d'aquesta última dècada. Els fabricants més importants preveuen un any sense creixement.

Un accident d'automòbil ben probable

Graeme Maxton

La indústria automobilística mundial viurà un procés de concentració empresarial el 1999, i per molts motius. En primer lloc, les vendes han baixat el 1998 un 6%, encara que molt poca gent se n'haja adonat, perquè els mercats d'Europa exultaven i assolien xifres rècord. L'economia dels Estats Units ha tendit a pujar la major part de l'any, i la venda de vehicles hi ha funcionat molt bé. Àdhuc al Japó, que passa una greu recessió, Toyota i Honda no han deixat d'assolir nivells imprevisibles gràcies a la caiguda del ien.

Què hi fa, doncs, que hagen caigut les vendes al sud-est asiàtic i a Corea del sud? Què importa que els mercats de Sud-amèrica hagen començat a posar-se nerviosos? Aquests llocs no representen pràcticament volum en la indústria de l'automòbil i dels camions. Cada dia hi ha més vehicles nous que es venen als Estats Units, a Europa i al Japó, i més que se n'hi fabriquen.

Això és, per tant, la calma abans de la tempesta que esclatarà l'any vinent. El 1999 serà el segon any de decadència, i després hi haurà un tercer any i un quart. Els mercats automobilístics europeus i nord-americans ja han assolit el seu cim cíclic. La demanda japonesa s'ha afeblit, perquè els consumidors són cautelosos per causa del pessimisme general. A la resta de l'Àsia, les vendes trigaran a recobrar-se. En general, les vendes automobilístiques es reduiran un 8%, o potser més, i arribaran al nivell més baix d'aquesta última dècada. Els fabricants més importants han previst un any o més sense creixement.

I això són males notícies, però la cosa pitjor és que ocorre justament ara que



La producció mundial de cotxes creix per sobre de la demanda.

la producció mundial creix per respondre a una demanda que no es concretarà. Les fàbriques hauran de tancar, com ho hauran de fer moltes empreses. Cal comptar amb un augment de les fusions i de les absorcions el 1999, igual que han fet els bancs i la indústria de les telecomunicacions durant el 98. Amb fàbriques capaces de fabricar 71 milions de cotxes i camions l'any, l'excés serà del 30%.

Els fabricants de cotxes mundials de més èxit tenen liquiditat, però no tenen on invertir. Qui vol construir noves fàbriques, si la demanda minva i ja n'hi ha massa? Qui vol invertir en els mercats emergents? Això imposa inexorablement la conclusió que un problema pot solucionar-ne un altre: els fabricants més im-

portants i més forts financerament utilitzaran la liquiditat per absorbir els més febles; així podran augmentar, si més no, la seua part de mercat mentre la indústria continue en decadència, alhora que podran desfer-se d'una bona part de l'excés de capacitat. També podran invertir en els països emergents, sempre que els costos siguin baixos, tot esperant que comence la inevitable recuperació.

Però qui seran els grans triomfadors, i entre qui es lliurarà la batalla? Les grans companyies no corren perill, perquè durant molts anys l'empresa automobilística

ha estat en mans d'unes poques firmes dominants: General Motors, Ford, Toyota i Volkswagen. El 1998, s'hi ha sumat Daimler-Chrysler amb una producció de quasi quatre milions de vehicles, de forma que s'ha situat pràcticament al mateix nivell de les quatre primeres.

El segon grup, en canvi, és molt més vulnerable. Es tracta de Fiat, Nissan, PSA, Honda, Renault i Mitsubishi —cadascuna de les quals ha fabricat entre 1,7 i 3 milions de vehicles el 1998, després de lluitar durant anys i panys per acostar-se al primer grup. Si aquests ja són vulnerables, encara n'hi ha que ho són molt més.

Em referesc al tercer grup, format per dinou productores de cotxes i camions, la majoria amb moltes dificultats, tot i ser companyies importants en un àmbit nacional i internacional. Són, per exemple, BMW, Suzuki i Isuzu en el mercat internacional i Proton, Daewoo i Maruti en els mercats emergents. Aquestes empreses probablement no tindran prou recursos per a resistir una caiguda tan forta.

Per tant, cal esperar un nombre important d'absorcions que es traduiran en una compra dels més febles pels més forts, com sol passar quan el mercat ho requereix. Ara, la cosa també es pot veure des d'un altre punt de vista: com una gran inversió que no s'hauria pogut fer en condicions normals.

Graeme Maxton: Director adjunt de l'Economist Intelligence Unit.