



Fabián Estapé

## Estaté respon

### Zapatero, entre la demagògia i Déu

—**Quina impressió us van causar les propostes econòmiques que va fer Zapatero al debat de política general?**

—Em va semblar que hi havia massa promeses, algunes de les quals com un ventall japonès.

—**Algunes propostes del president espanyol requereixen la participació econòmica dels governs autonòmics. Per això el conseller Antoni Castells va haver de recordar-li que la Generalitat resta pendent de millorar el finançament. Tot plegat pot quedar en demagògia pura, si no hi ha un bon finançament?**

—Una meitat demagògia pura i una altra meitat és a veure si baixa Déu i ens ho arregla tot. El conseller Castells comença a estar-ne fins al capdamunt, per parlar amb correcció.

—**Precisament, Zapatero va anunciar un nou termini per a tancar el nou acord de finançament, el 15 de juliol. Després d'incomplir el calendari fixat per l'Estatut, ara ja no hi ha pressa?**

—De quin any parla? He llegit el 15 de juliol, però no l'any. Serà l'endemà de l'aniversari de la constitució francesa, això és segur. Ara ja no hi ha ni pressa ni res. En aquest moment m'agradaria que Elena Salgado digués d'una vegada quants diners hi ha al sac. Em sembla que en aquest govern espanyol ningú no té ganes de fotre res.

—**Catalunya encara és lluny d'acceptar el finançament, o tot plegat ja és dat i beneït, com insinua el govern espanyol?**

—Hi haurà una cosa que semblarà un acord... Vol dir que no serà un acord que us satisfaci a vós, per exemple.

—**En qualsevol cas, veieu el PSC plantant-se definitivament si el model de finançament no és satisfactori, i per tant, marcant un punt d'inflexió en les relacions amb el PSOE?**

—No! Aquí no es plantarà ni Déu, tenint en compte la bona vida que tens si ets conseller o director general.

—**Curiosament, Zapatero va assegurar, textualment, que "sempre he procurat complir els meus compromisos amb Catalunya". Per què no se n'ha sortit, si hi tenia voluntat?**

—Perquè no ho ha volgut fer, i punt. Els castellans en saben molt. Fa segles que tenen durícies a la mà de tant de fer anar l'espasa.

—**A què es refereix el cap de l'executiu espanyol quan diu que no admetrà excessos amb les llengües cooficials?**

—No ho entenc, jo. Al final resultarà que l'única llengua útil i respectada serà el català a Formentera?

—**El president del govern espanyol sap cap més llengua, encara que siguin nocions bàsiques, que no sigui el castellà?**

—Coneix bé el peix del riu Luna, però de llengües em temo que no.

—**Diríeu que Zapatero és més nacionalista ara que el 2004?**

—Ara ja no sap ni quina hora és, aquest home... Ho és perquè no té més remei.

—**Com dieu?**

—Que ha de semblar que escolta fins i tot el Losantos, perquè les coses van molt mal dades.

Gemma Aguilera

## L'entrellat



Toni Canyís

### El preu dels diners

Qui s'hauria imaginat que la gran cadena de grans magatzems, l'única, el primer anunciant, distingida per la quantitat d'oferta i l'exclusivitat, es trobaria obligada a repensar-se? Que decidiria explicar als clients quin és el producte més competitiu de cada gamma? El més bo al més bon preu. No és tan sols que els consumidors s'hagin estret la bossa. És que, a més, hi ha canvis de models de consum i de relació amb el comerciant, i les empreses que no siguin prou àgils per a adaptar-s'hi ja han begut oli. De la mateixa manera que ja no és ben vist socialment comprar-se un tot terreny enorme encara que puguis pagar-lo, tampoc no va com anava en les decisions de compra més modestes. Per què les vendes als hipermercats han baixat d'un 11% el primer trimestre, el doble que unes altres fórmules de distribució? El consumidor no vol caure en la temptació d'omplir el carro amb productes que no necessita? Però no són els únics damnificats. Hi ha marques de lactis, per exemple, que s'han gastat un fotimer de diners en anuncis per convèncer-nos que són els únics que et defensen d'agafar un refredat, o que t'ajuden a alleugerir el ventre millor que cap. Han volgut potenciar la seva marca enfront de les marques blanques. El fet és que han acabat plegant veles i fent descomptes i promocions. Són empreses que s'han acostumat a una posició privilegiada al mercat, amb preus relativament alts, a base de crear en els consumidors noves necessitats. Però ara aquests van per una altra banda. Resultat: la publicitat s'ha reduït. Darrerament heu vist cap reportatge sobre l'èxit de les marques blanques? És que les empreses que han viscut d'una marca prestigiosa no estan per brocs i els mitjans que en viuen també en veuen de tots colors.

Periodista