

TANTxTANT

Modest Guinjoan /
Josep Maria Llauredor



On érem? On som?

Tot sembla indicar que el retorn de vacances marcarà un dels punts més durs de la crisi actual. Veniem d'una primavera que recollia l'esclat de la bombolla immobiliària; alguns constructors, enriquits fins a les cèl·lules a recer de la bogeria de preus i malgrat la destrucció del territori –en aliança amb més de quatre alcaldes d'aquest nostre estimat país–, han gosat, fins i tot, demanar ajuts als governs per superar la crisi. Només faltava això. En els negocis, s'hi ha d'estar a les verdes i a les dures. A Catalunya tenim l'afegit que, després de dos anys de mirar-s'ho des de lluny, el president del govern de Madrid afirma que ha complert la data marcada en l'Estatut per al finançament perquè no calia concretar res,

Davant una llei que és paper mullat, veurem quina representativitat tenen els polítics

sinó que havien de presentar un acord, cosa que ja van fer. Es veu que perquè hi hagi acords només cal una part, la seva, perquè ningú d'aquí ha mostrat cap signe d'acceptació de

la proposta de Solbes. Evidentment, no ho dirà ningú, perquè sembla una excusa de mal pagador; però el moment és dels més inoportuns per a les arques de l'Estat –que són també les nostres–; però, mentre a Madrid es vantaven del superàvit, ningú no va diu ni piu i ara, en plena crisi, no és el moment?

Recula el PIB, pugen els preus, tanquen empreses, s'incrementa l'atur, augmenten els impagats, cauen els crèdits, i ara la cirereta, una llei aprovada per tothom, d'aquí i d'allà, que és, curt i ras, paper mullat, abans no arribi el tribunal de les tises. Amb empresaris i treballadors cada vegada més atemorits pel que pot venir i més empenyats per l'enèsima presa de pèl, veurem quin és el grau de representativitat dels nostres polítics. Aquesta és la seva feina, no pas la nostra!



Celestino Corbacho a la seu del PSC de Barcelona quan encara no era ministre espanyol de Treball ■ XAVIER BERTRAL / ARXIU

Corbacho demana que no s'insisteixi en la moderació salarial

El ministre creu que el missatge pot generar més conflictivitat laboral

Redacció
MADRID

El ministre espanyol de Treball i Immigració, Celestino Corbacho, va advertir ahir que insistir en la moderació salarial com a solució a la crisi econòmica pot generar més "conflictivitat" laboral. Al seu parer, una "congelació" dels salaris tindria conseqüències contrapro-

duents per al clima laboral, segons informava ahir Europa Press. En els últims mesos, moltes veus han demanat moderació dels salaris des del món econòmic i empresarial, com el Banc d'Espanya.

L'excalde de l'Hospitalet i ara ministre va voler recordar que en els últims anys hi ha hagut una "pau social molt important". Per aquest motiu, va fer una crida a la "responsabilitat" de sindicats i patronals perquè quan negociïn els convenis preservin el "diàleg permanent i la baixa conflictivitat social". ■

Terry Leahy director executiu de Tesco

Entrevista



Terry Leahy, director executiu de Tesco, en un acte recent ■ AVUI

“La inflació alimentària no està fora de control”

CRISI • “La nostra estratègia funciona en qualsevol circumstància”
COMPETÈNCIA • “Lluitem per cada client” **LA XINA** • “No hi ha cap oportunitat de creixement comparable a tot el món” **Per: Victorià Jiménez**

Dos anys de presó i una multa de quasi 21 milions d'euros podrien caure sobre l'exdiputat i escriptor tailandès Jit Siratranont per acusar Tesco d'enfonsar el comerç local i iniciar una “expansió agressiva” al seu país. Tesco, però, va demostrar que complia estrictament la legislació nacional. L'èxit és dur, però val la pena: Tesco és la segona gran superfície més important d'Europa, després de Carrefour, amb un creixement del 12,5% en els darrers cinc anys. El 1979, Terry Leahy (1956, Liverpool) omplia els prestatges del supermercat Tesco del barri londinenc de Wandsworth. Les vendes de la cadena encara no havien superat llavors els 1.250 milions d'euros. Leahy va ser nomenat director executiu fa 11 anys. Avui Tesco ven aliments per valor de 60.000 milions d'euros en 14 països.

¿Vostè és dels que es demanen on és la crisi?

Crec que la nostra estratègia de creixement funciona en qualsevol circumstància. Hem col·locat bases arreu del món, hem enfortit la nostra posició en els grans mercats. Aquest any obrirem 3.486 milions de metres quadrats: aquest és el fonament de la nostra expansió. Farem beneficis, fins i tot en l'actual conjuntura.

Així reconeix que de crisi n'hi ha. Clarament, hi ha mercats on l'activitat ha minvat. Però en d'altres s'ha accelerat; nosaltres hi estem

acostumats. Quan tens les dimensions de Tesco, hi ha sempre alguna àrea on trobes dificultats.

Com per exemple a casa seva, al Regne Unit, on les dades indiquen que Tesco ha perdut mercat des del 2007.

Tesco ha guanyat mercat i ho continua fent durant el 2008. Em penso que hi va haver una o dues setmanes, si les dades oficials del sector no enganyen, en què vam estancar-nos. En conjunt, tanmateix, hem progressat: més d'un 4% en comparació amb els nostres competidors.

¿Espera que la competència augmenti a causa de la inflació que experimenten els productes alimentaris i arran de l'alentiment de l'economia britànica?

Aquesta és una indústria altament competitiva, on lluitem amb ferocitat per cada client. Des de la tardor de l'any passat, el context al Regne Unit ha canviat. El públic està preocupat per les seves finances domèstiques, demanen més pels seus diners. Si demostrem que els comprem, ens donaran la seva confiança, així que aquí ens ho mirem com una oportunitat més.

La inflació general està en escalada, però jo li demanava per la inflació en els preus dels aliments. ¿No pateixen pels dos costats als supermercats?

Els titulars de la premsa sobre les primeres matèries... El percentatge de creixement de la inflació en el nostre negoci és inferior al de l'any passat! No veig que estigui fora de

control, malgrat la febre d'alguns reportatges.

Tesco ha fet un moviment, amb Tesco Direct, cap a la compra per catàleg de roba, electrodomèstics i mobles que no sembla haver obtingut gaire èxit. ¿Hi ha límits en l'estratègia de Tesco?

Tesco Direct ha viscut una inauguració extremadament positiva. Les vendes van superar les expectatives pressupostàries i la reacció dels clients és molt bona, això és el que em fa confiar que tindrem èxit.

Però encara necessita injeccions d'inversió, com els supermercats Fresh & Easy de Tesco als Estats Units.

Sempre ha estat part del pla. I n'hem d'aprendre, esforçar-nos-hi més, per descomptat. D'altra banda, les nostres operacions a la Xina són una enorme satisfacció, no hi ha cap altra oportunitat de creixement comparable en tot el planeta. Amb els costos d'un supermercat mitjà britànic, en puc obrir un altre deu vegades més gran per al públic xinès, amb cinemes i botigues.

Amb una gestió tan agosarada, ¿encara hi ha temps a Tesco per mesurar l'impacte que té en les comunitats locals on arriba?

Tenim una agenda plena, precisament amb les prioritats dels consumidors. Volem ser un bon veí. Volem que els ajudem, tant si es tracta de la seva salut i el seu pes, com per combatre l'escalfament del planeta. Això també és part de la llista d'anar a comprar. ■