

Derbi, el dia en què el present va devorar el futur

Joan Carles Orenco Casino*

Paraules clau: Derbi, moto, motociclisme, indústria, Rabasa, Piaggio, Martorelles.

Un dia de l'any 2001, la llegendaria marca vallesana Derbi va ser absorbida pel gegant industrial italià Piaggio. Però el que havia d'haver suposat una aportació de recursos financers, i especialment de tecnologia, va acabar sent tot el contrari, i es van començar a tancar les portes del futur a favor d'un insòlit present.

Quantes vegades ens hem adonat -gairebé sempre tard- que la realitat no era tal com havíem cregut que era? Que havíem estat vivint un món paral·lel en el qual les formes i les maneres amagaven una rebotiga molt diferent, sovint molt més trista i fosca? Famílies aparentment felices en què un membre maltracta la resta i aquesta calla per vergonya. Empreses aparentment pròsperes que amaguen explotació laboral. Grans prohoms, el gran mèrit dels quals és ser uns especialistes en corruptes entramats financers. Cooperacions de governs rics amb països del tercer món que tan sols persegueixen treure benefici dels seus recursos naturals i empobreixen encara més el pobre. ONG amb l'única finalitat de rentar diners negres...

Però totes aquestes situacions, malauradament molt habituals i de les

quals tots en coneixem algun exemple, amaguen una tercera realitat molt més positiva, de grans valors humans que moltes vegades no surten a la llum, però que són els que permeten tirar endavant als membres més desprotegits de la injustícia en què viuen i que permeten una felicitat interior que és, en definitiva, la que acaba movent el gènere humà i fent que aquest no s'autodestruïxi a causa de les seves pròpies contradiccions.

Valgui tota aquesta disquisició filosòfica per situar el lector en el context d'aquell dia de 2001 en què una icònica marca de motos catalana va començar a perdre la seva identitat aixafada per un corró italià que arribava com a gran salvador i amb una suposada garantia d'un futur més pròsper que mai no va arribar. Un dia en què, paradoxalment, aquells que estaven sent "intervinguts", per utilitzar una paraula malauradament actual, van començar a descobrir que no eren tan dolents fent motos com algú els havia fet creure. Un dia que va congelar el present i va fer desaparèixer el futur.

Intentarem detallar els fets perquè el lector entengui el fonament d'aquest article. Als ulls de tot el món, especialment del teòricament més "entès", l'arribada de Piaggio -perquè tots us situeu, el fabricant de les mítiques Vespa- havia de suposar, a més

d'un salvavides financer a una Derbi en fallida econòmica, una aportació de tecnologia i de nous models amb els quals la marca vallesana ampliaria exponencialment la seva gamma i s'asseguraria un futur comercialment viable.

La fredor dels números donava la raó a aquestes hipòtesis: en aquell moment, Derbi havia venut 60.000 unitats durant el seu últim exercici, mentre que Piaggio arribava a unes vendes de 475.000 unitats en el mateix període. Però la realitat, i més encara vista amb el pas dels anys, acabaria sent una altra de radicalment oposada, tal com es demostra amb el fet que des de 2013 cap treballador vallesà ja no rep un sou de Derbi, perquè Piaggio va tancar les portes de les seves instal·lacions i es va endur la producció a Itàlia. La producció, perquè l'esperit i la llegenda de Derbi feia temps que

havien decidit instal·lar-se de per vida entre Mollet i Martorelles, gràcies a un equip de treball excepcional que durant els pitjors moments de la fàbrica havia seguit treballant amb il·lusió i, sobretot, creient en el producte que eren capaços de crear. I aquest últim aspecte és el que vull ressaltar en aquest treball, perquè és paradigmàtic d'altres situacions que, com he esmentat anteriorment, es repeteixen dia a dia en diferents àmbits de la nostra vida quotidiana.

Per la meua condició de periodista especialitzat en motociclisme, vaig tenir l'oportunitat de conèixer molts anys amb l'equip de gent abans esmentat exercint de col·laborador extern dels departaments de màrqueting i comunicació de Derbi, i vivint així molt de prop els processos de desenvolupament de nous models. Derbi comptava amb un equip de disseny molt bo i amb un departament



Figura 1. Derbi lluitava amb mitjans molt reduïts contra fàbriques molt més poderoses.

de prototips que treballava amb una il·lusió i capacitat tremendes. Vaig tenir la sort de poder compartir molts moments amb ells, veient com treballaven aquells artesans de la moto; vaig aprendre molt en aquella espècie de rebotiga de la fàbrica, on veia, de forma podríem dir que clandestina, el desenvolupament de models que mesos després veuria ja tothom en la seva forma definitiva. Tampoc podia evitar que la meua ment es traslladés sempre de forma automàtica a la gloriosa època d'aquells pioners que dècades abans havien tret els colors a les més prestigioses marques del món guanyant títols mundials; aquells Tombas, Pahissa, Parés, Ruiz, Mingote... herois d'una època que no vaig poder viure, però amb la qual, salvant les distàncies, jo feia un paral·lelisme que em permetia imaginar com havia estat llavors.

Deixant a banda aquests sentimentalismes, i per ser sincers, voldria deixar ben clar que, històricament, la trajectòria de la marca en l'àmbit de desenvolupament de producte caldria qualificar-la, sent benèvol, d'"irregular". Grans encerts s'alternaven amb estrepitosos fracassos, unes vegades per una mala visió comercial, traient al mercat nous models en moments inadequats, o simplement per culpa de projectes no portats a terme correctament. Res que, per descomptat, no pugui fer-se extensiu a d'altres empreses i, especialment, a la resta de marques de motocicletes, un segment en el qual la passió i la raó moltes vegades es combinen d'una manera poc adequada.

Derbi arribava als albors del segle XXI en una situació poc menys que surrealista. Financerament ho feia en condicions precàries, en haver deixat



Figura 2. L'equip guanyador del primer Campionat del Món de 50 cc al 1969, posant amb directius de la marca.



Figura 3. Els triomfs de Derbi al Campionat del Món (GP d'Alemanya, 1970) aviat van començar a ser habituals.

246

les regnes de la seva viabilitat econòmica en mans de diferents inversors que -com és habitual en el complicat i cruel món de les finances- en moltes ocasions havien primat el benefici a curt termini i, en altres, simplement prenen decisions importants amb un total desconeixement del sector en què es movien o, dit d'una altra manera, que “no hi entenien, de motos”. No entraré en les raons per les quals una marca amb una trajectòria llegendària i que era líder en el segment del ciclomotor, i en aquest sentit, referent en molts països del món, havia arribat a aquesta situació de precarietat econòmica, perquè desconec molts dels

detalls i caldria escoltar totes les parts implicades si aquestes parlessin amb total sinceritat (utopia on n'hi hagi).

Però sí que vull centrar-me en la situació absurda que es va viure des del moment del desembarcament italià a la seu de Martorelles vista des d'un altre punt de vista: el del desenvolupament de producte. Curiosament, igual que he comentat que Derbi entrava al nou segle en una posició econòmicament molt fràgil, en el pla concret d'oferta de catàleg ho feia en un dels millors moments de la seva història. Oblidats anteriors fracassos abans esmentats, a finals dels noranta i principis del dos mil, Derbi havia desenvolupat i llançat al mercat dos excel·lents models de moto: un escúter denominat Atlantis i el ciclomotor de marxes Senda 2000 R. El primer, un model equilibrat com pocs, combinava lleugeresa i funcionalitat en l'ús urbà amb un atractiu esportiu que enamorava per igual clients de molt diferents condicions. Per la seva banda, la Derbi Senda R, llançada a principis de l'any 2000, era senzillament el model millor i més avançat del seu segment. Innovador en molts aspectes, superava amb escreix qualsevol dels productes rivals, tan italians com japonesos. A més, s'estava desenvolupant un nou motor de 125 cc i 4T que hauria de ser la base d'una futura generació de motocicletes d'aquesta cilindrada aprofitant un canvi en la legislació que afavoria l'ús d'aquest cubicatge en detriment dels 50 cc.

Amb l'arribada de Piaggio se suposava que s'havia de potenciar l'impacte d'aquests models, gràcies a la seva distribució a la potent xarxa comercial de la marca italiana, i que s'ampliaria la gamma amb la incorporació d'una oferta de més cilindra-

Figura 4. La família Rabasa es va desprendre de Derbi l'any 2001.





Figura 5. La Piaggio Diesel (a dalt) va ser el primer model de Derbi “fagocitat” per part de Piaggio. No era més que una Derbi Atlantis (a baix) amb motor italià.

da, aprofitant les sinergies que oferia el fet d'estar sota el mantell d'un nou propietari. Però la immediata realitat va ser molt diferent. Les primeres accions per part dels gestors italians van ser “segrestar” (permeti'm el lector utilitzar aquesta definició) l'escúter Atlantis per comercialitzar-lo a Europa amb el nom de Piaggio Diesel, i passar a equipar amb els motors Derbi de 49 cc tota la gamma de ciclomotors de marques italians del grup, una política que va tenir el seu punt àlgid el 2006, quan també la Senda R passà a formar part de les gammes d'Aprilia i Gilera, altres marques del grup. A canvi, Piaggio només va oferir d'entrada equipar l'escúter Derbi Predator amb un motor italià.



Figura 6. En aquestes tres fotos es pot comprovar com les actuals Gilera RCR (a dalt) i Aprilia RX (al mig) son pràcticament la mateixa moto que la Derbi Senda R de l'any 2000 (a baix).

Per què? Doncs senzillament perquè aquells productes dissenyats i fabricats a les mateixes instal·lacions que Leo Mercanti, el primer conseller delegat de Derbi nomenat per Piaggio, havia qualificat despectivament mesos abans de “brutes i velles”, eren molt millors en els seus

respectius segments que les que fabricaven en el seu país d'origen. Tant és així que avui, ni més ni menys que disset anys després, Piaggio segueix comercialitzant amb retocs molt lleugers i sota les marques Gilera i Aprilia, a més de Derbi, la mateixa Senda R que, al 1999, un equip d'enginyers catalans havia dissenyat per demostrar al món que aquella marca que dècades abans havia excel·lit al Campionat del Món de Velocitat no havia perdut ni una mica de la seva espurna i del seu saber fer, per la senzilla raó que "entenien de motos". Hi va haver també altres decisions "lletges", com, per exemple, l'ordre de retirar les motos històriques de la marca que, en forma de petit museu, des de sempre havien estat exposades a la sala d'espera de la recepció de Derbi i que servien perquè els visitants ocasionals poguessin contemplar aquelles joies i adonar-se que no estaven en una fàbrica de motos qualsevol mentre esperaven ser atesos. Una decisió de

l'esmentat Mercanti sota l'excusa que havia començat "una nova era" per a la marca catalana i allò era "antic". Facin vostès la lectura que creguin més convenient.

La trajectòria de Derbi sota la tutela de Piaggio des de la seva absorció al 2001 cal qualificar-la com a mínim d'erràtica. Després de la primera paradigmàtica fase ja comentada del "secrest" dels millors models de Derbi per oferir valor afegit a les diferents marques italianes del grup, en va seguir una altra en què sí que es van incorporar ja plataformes italianes per ser comercialitzades sota el nom de la marca catalana, i desenvolupa així mateix un producte propi gràcies al bon fer de l'equip de disseny de Derbi i a un gir en la confiança dels dirigents italians, que van entendre el potencial de Derbi com a marca dirigida gairebé exclusivament al públic més jove. Aquesta fase va tenir el seu punt àlgid amb l'arribada el 2006 d'un nou conseller delegat italià, Costan-

Primeros frutos del acuerdo Derbi-Piaggio

● La alianza Derbi-Piaggio empieza ya a dar sus frutos en forma de nuevos modelos. Por una parte, tal como ya indicamos en su momento, toda la gama Gilera de marchas irá poco a poco incorporando el motor Derbi refrigerado por agua y de seis velocidades, siendo de momento la Zulú la primera moto italiana - fabricada en España, por cierto - en beneficiarse de este hecho. Por

otra parte, y pese a que no será un modelo que se comercialice en nuestro país, en la factoría Derbi de Martorelles ya están fabricando el modelo que podéis ver en la foto, el Piaggio Diesis, que no es más que un Atlantis de aire equipado con el motor Piaggio Hi-Per 2 en el caso de la versión de 50 cc, y con propulsor Derbi para la 100 cc. El siguiente en llegar será el nuevo Derbi



GP 1, del cual en esta misma revista podéis leer una prueba, y que monta el mismo motor LC que equipan Runner, NRG, etc.

Vitaminas para el Piaggio NRG

Figura 7. La revista Scootermanía de juliol de 2001 es feia ressò dels primers models Piaggio amb base Derbi, només cinc mesos després de l'absorció.

tino Sambuy, que va saber entendre l'enorme potencial humà que resistia a les naus de Martorelles, però que incomprendiblement va xocar amb una política comercial i financera dirigida des d'Itàlia que, a poc a poc, va començar a diluir el valor de la marca Derbi, retallant de forma progressiva un catàleg que actualment està limitat a uns pocs models, compartits per la resta de marques del grup i fabricats a Itàlia després del desmantellament de les històriques cadenes de muntatge de Martorelles el 2013.

Quines conclusions podem treure de tot això? La primera, que no érem tan "dolents" fent motos com alguns ens van voler fer creure. La "postveritat", un altre terme molt de moda en l'actualitat, ja es va instal·lar en aquell temps en l'opinió general

per fer creure que venia un "padrí" italià que salvaria Derbi de tots els mals i els ensenyaria a fer motos i vendre-les, quan el primer que va fer va ser agafar els magnífics dissenys catalans i canviar-los els adhesius per vendre'ls a la resta del món com si fossin seus. La segona, -veient, com ja hem dit, que Piaggio segueix comercialitzant sota les seves pròpies marques models dissenyats per Derbi el segle passat- és que fa molt més un bon equip de gent treballant amb il·lusió, de forma ben coordinada i amb coneixement del tema que cap altre tipus d'operació, potser amb molts més mitjans econòmics però amb el pensament "a curt termini" en ment. Això és el que va passar a Derbi un dia de 2001, un dia en què el present va devorar el futur.

Fotografies

Arxiu personal i Piaggio Press