

UN MODEL DE PAÍS

El comerç català: un motor econòmic



JOSE GONZALVO

«La Generalitat treballa a partir del comerç petit i mitjà, que és el que dóna vida als centres dels pobles i ciutats, cohesiona socialment i vertebrà urbanísticament»

ADRIANA DELGADO

El model de comerç de Catalunya compleix un paper fonamental de motor econòmic i de cohesió social i territorial. Aquests són els eixos vertebradors que defineixen el comerç català, que ha aconseguit mantenir l'equilibri entre els diferents models de distribució i ha sabut respondre a les necessitats del ciutadans. Avui dia, els efectes de la crisi econòmica i la nova Llei d'Ordenació Comercial, que ha de donar compliment a la Directiva europea de serveis, són els principals reptes del sector. La nova llei s'ha de debatre al Parlament, després d'un llarg procés de diàleg amb la taula social de comerç i els municipis.

En els darrers anys, la Generalitat ha perfilat el concepte de model català de comerç segons les necessitats del mercat i les evolucions socials i econòmiques, però sempre a partir del comerç petit i mitjà, que dóna vida als centres dels pobles i ciutats i que és un element clar de cohesió social i vertebrador

urbanístic. El Govern català, des de la Direcció de Comerç del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa, ha treballat i treballa per la continuïtat d'aquest model.

Principals actuacions legislatives

El 2005, la Generalitat va aprovar la Llei d'horaris comercials, que va aturar la llibertat total d'horaris d'obertura dels establiments, ja que posava en risc l'equilibri entre diferents ofertes comercials. És evident que el petit i mitjà comerç no té la capacitat per fer front a l'increment de despeses que implica obrir els festius. Així, per exemple, fixava que els establiments comercials poguessin obrir un total de vuit diumenges festius a l'any i un màxim de 72 hores setmanals comptant dies feiners.

Paral·lelament, també es va desenvolupar, amb la unanimitat de totes les forces polítiques, la Llei d'equipaments comercials, que perfila i manté un model urbanístic

compacte, no dispers, on les ciutats disposin de cohesió social, on la mobilitat dels seus habitants es faci sota criteris de sostenibilitat. Aposta per un model d'urbanisme comercial i d'ocupació al territori sostenible, inspirat en els principis de compacitat, complexitat, cohesió social i equitat de gènere. Aquest model es manté gràcies a la regulació. Per exemple, és important limitar la implantació de gran superfícies per evitar els problemes que han generat en altres països, com França.

Ajudant el comerç a superar la crisi

El sector viu importants transformacions, i el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa l'està ajudant a fer el canvi estructural que necessita i que la crisi ha posat en evidència, potenciant l'eficiència, la innovació i la formació.

La Direcció de Comerç té diverses armes per ajudar a augmentar la competitivitat i l'excel·lència

del sector, sobretot amb el Pla de Dinamització del Comerç Urbà 2006-2009, amb la formació com a palanca de canvi i promovent la innovació i la cooperació entre establiments. També amb incentius a les pimes i programes per donar a conèixer la gastronomia catalana (Gastroteca.cat i Catalunya) i per fomentar la llengua catalana entre els professionals d'establiments de serveis (Profit); ha creat, a més, l'Observatori del Comerç i dels Serveis, per saber l'estat, l'evolució i la problemàtica del sector, i el Consorci de Comerç i Artesania, per ajudar el sector detallista a modernitzar-se i a fer un ús més intensiu de les noves TIC.

L'aposta del Govern pel comerç català és ferma

La defensa d'aquest model és la defensa d'un model de ciutat, de país, d'estil de vida mediterrània; un model referent que ha demostrat ser eficaç i estar compromès amb la societat catalana.

CONSIDERACIONS SOBRE EL FUTUR DEL COMERÇ

La futura llei d'equipaments comercials



JORDI TORRADES és president de la Comissió Sectorial de Comerç, Turisme i Consum

L'actual legislació catalana sobre comerç s'ha de transposar abans del 28 de desembre. La Directiva té com a objectius fonamentals l'eliminació dels obstacles per a garantir el dret d'establiment dels prestadors de serveis (art. 43 del TCE) i la lliure circulació de serveis (art. 49 del TCE). Per tal d'aconseguir-ho introdueix, entre moltes altres qüestions, la prohibició d'autoritzacions prèvies per part de l'administració, excepte per raons imperioses d'interès general, les quals han de ser exhaustivament demostrades.

En relació a la llibertat d'establiment dels prestadors de serveis, és el dret que desenvolupa la normativa que té més punts de fricció amb la regulació sobre comerç minorista existent a Catalunya, concretament en relació a la Llei d'equipaments comercials i el seu decret de desplegament així com el PTSEC, textos basats en l'equilibri territorial i de formats de les superfícies de venda a Catalunya. Cal, en aquest punt, recordar la contribució activa d'Esquerra en el desenvolupament i implementació d'aquesta política tant des del Parlament com des del Govern.

Segons el desplegament que la Directiva efectua de l'article 43 del TCE, s'estableixen una sèrie de condicions perquè els estats membres puguin imposar règims d'autorització per a l'establiment dels prestadors de serveis.

Les condicions perquè es puguin introduir règims d'autorització consisteixen en què aquests no siguin discriminatoris, que siguin necessaris per raons d'interès general, i que no sigui possible establir un control a posteriori que substitueixi el règim d'autorització. A més, es pretén garantir que els procediments no puguin donar lloc a arbitrariedad, exigint-se que continguin criteris objectius, siguin públics i transparents, i es trobin determinats de manera prèvia. En



La directiva europea ha de ser compatible amb el nostre model comercial, associat a ciutats compactes, sostenibles i cohesionades

aquest mateix article, s'afirma la neutralitat de la Directiva respecte el repartiment intern de competències en els estats membres, no qüestionant que les autoritzacions puguin ser fetes per administracions autonòmiques o locals.

Davant de tot això Esquerra vol fer-se ressò de la preocupació del sector en relació a com afectarà la

transposició de la Directiva de serveis a la normativa catalana actual, i per tant vol manifestar el seu posicionament a favor de mantenir la capacitat competencial del Govern de Catalunya en matèria d'ordenació i planificació del comerç, amb la voluntat de racionalitzar el creixement de l'oferta comercial atenent a criteris urbanístics, medi ambientals, de mobilitat i de millora social.

Sostenim que la directiva europea ha de ser compatible amb la potenciació del nostre model comercial, model associat a ciutats compactes amb diversitat d'usos, sostenibles i socialment cohesionades; ciutats que són capaces de donar resposta a les necessitats de tota la seva població i a on, per tant, el comerç urbà i de proximitat hi juga un paper fonamental.

El nostre model de comerç és un model d'èxit

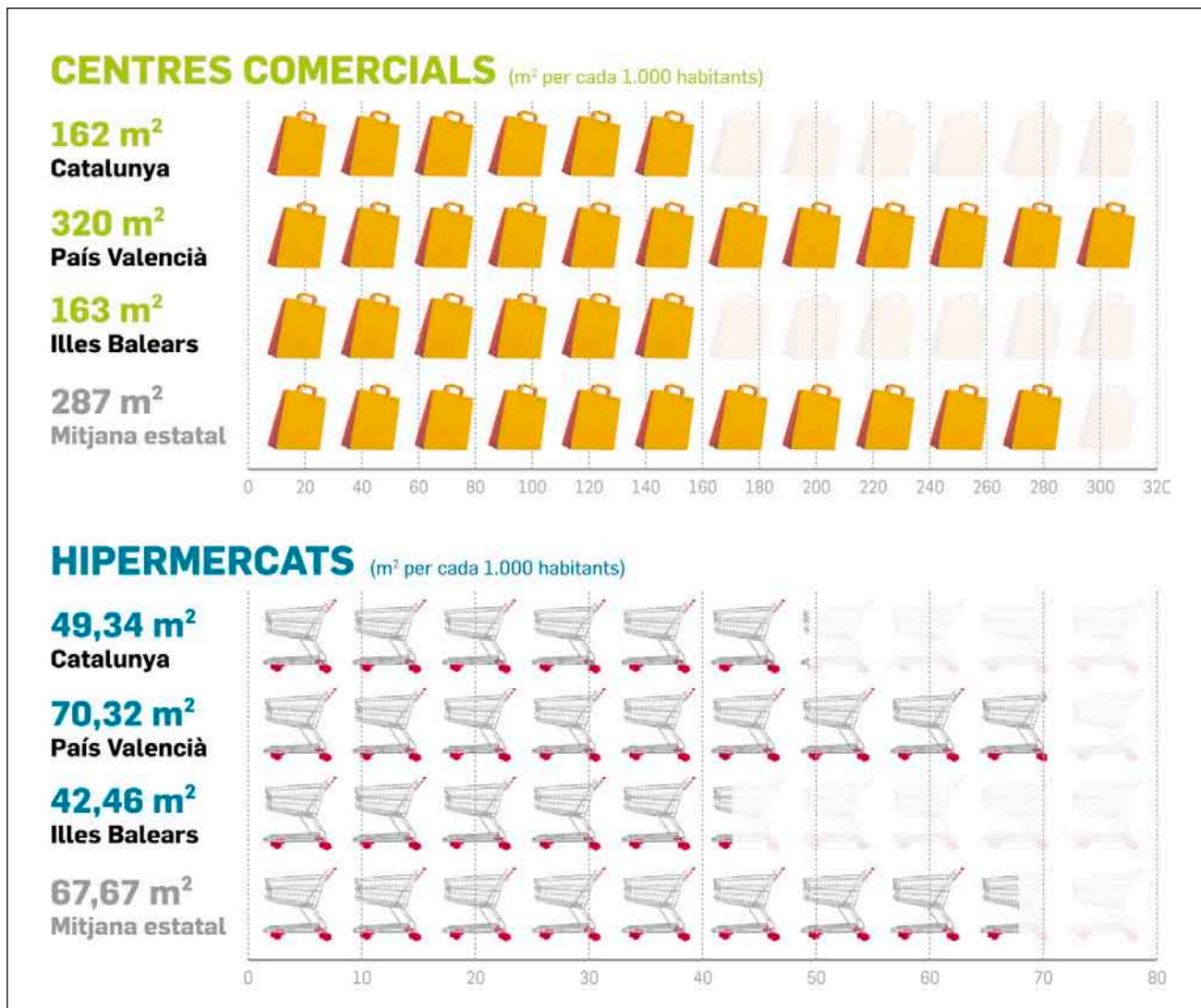
Moltes dades ens avalen. Per exemple, el nostre model de comerç de proximitat genera més ocupació que a Madrid, s'utilitza menys el transport privat i per tant és un model més sostenible, i cada metre quadrat de comerç urbà multiplica per 2,5 el nombre de treballadors en relació a les grans superfícies.

A més, el 75 % dels catalans opinen que el model actual de comerç no s'ha de canviar per un altre centrat en grans superfícies fora dels nuclis de població.

No volem que passi com a França o al Regne Unit, que quan les grans superfícies haguessin eliminat les petites i mitjanes botigues, apujarien preus i costaria trobar productes fets a casa nostra.

COMPARATIVA DELS TIPUS DE SUPERFÍCIES COMERCIALS

Grans superfícies comercials



Font: AECC (dades corresponents a centres comercials, any 2008) y *Distribución y Actualidad* (dades corresponents a hipermercats, any 2009).

El context

Des de l'any 1997 es regulen les implantacions comercials de grans superfícies a Catalunya. Amb les successives lleis d'equipaments comercials i els seus corresponents Plans territorials sectorials d'equipaments comercials s'ha assegurat tenir una oferta diversificada i equilibrada en el territori. Determinar quina era l'oferta necessària en relació a la població existent en cada municipi de Catalunya i per a cadascun dels sectors (parament de la persona, quotidià alimentari, parament de la llar, lleure i cultura,...) ha permès que no hi hagués una sobresaturació del mercat i per tant una oferta ajustada a la demanda. A més, a partir del 2005, en la darrera llei d'equipaments comercials encara en vigor, s'insta a què totes les grans superfícies comercials es situïn en trama urbana consolidada, és a dir, a dins de la ciutat, on viu la gent i, per tant, limitant la implantació de grans formats en les perifèries urbanes.

LA POLÍTIKA CATALANA DEL COMERÇ

«La regulació és necessària»



GEMMA PUIG és directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya

Terrassa, 1974

Llicenciada en Història per la UAB, postgrau en Gerència de Centres Urbans per la Universitat Miguel Hernández, postgrau en Desenvolupament d'Habilitats Directives i màster en Direcció Pública (ESADE).

Els resultats d'una política reguladora en matèria d'equipaments comercials queda ben recollida en aquest gràfic. Limitar l'entrada d'hipermercats al nostre país ha facilitat també un millor repartiment de la quota de mercat en el sector de l'alimentació. Així, mentre a Catalunya la botiga tradicional suposa encara el 89,2% dels establiments d'alimentació i el 47,6% de la superfície de venda i s'ha minimitzat l'impacte de les tres principals empreses distribuïdores (Carrefour, Eroski-Caprabo i Mercadona) que no superen conjuntament el 43,8% de la quota de mercat, per contra, al País Basc i a les Illes Balears aques-

«Per mantenir ciutats plenes de llum i vida cal assegurar el comerç urbà amb una regulació eficient»

tes tres empreses controlen més del 70% de la quota de mercat. Al País Valencià la concentració empresarial d'aquestes tres empreses es situa en el 60,2%.

Amb totes aquestes xifres, us estranya encara que quan viatgeu a la

capital del país veí no trobeu pràcticament comerç urbà de petit i mitjà format dins de la ciutat? Si no hi ha una mínima regulació en el procés d'implantació de grans superfícies acabaran saturant el mercat, situant-se en l'extraradi de la ciutat on el sòl és més barat i eliminant tot el comerç urbà que no pot competir en preus. La regulació és necessària per mantenir un equilibri entre formats i empreses, per garantir una lliure i sana competència i assegurar el dret a escollir dels ciutadans. Per continuar tenint ciutats plenes de llum i de vida cal comerç urbà, i per això cal mantenir una regulació eficient del sector comercial.