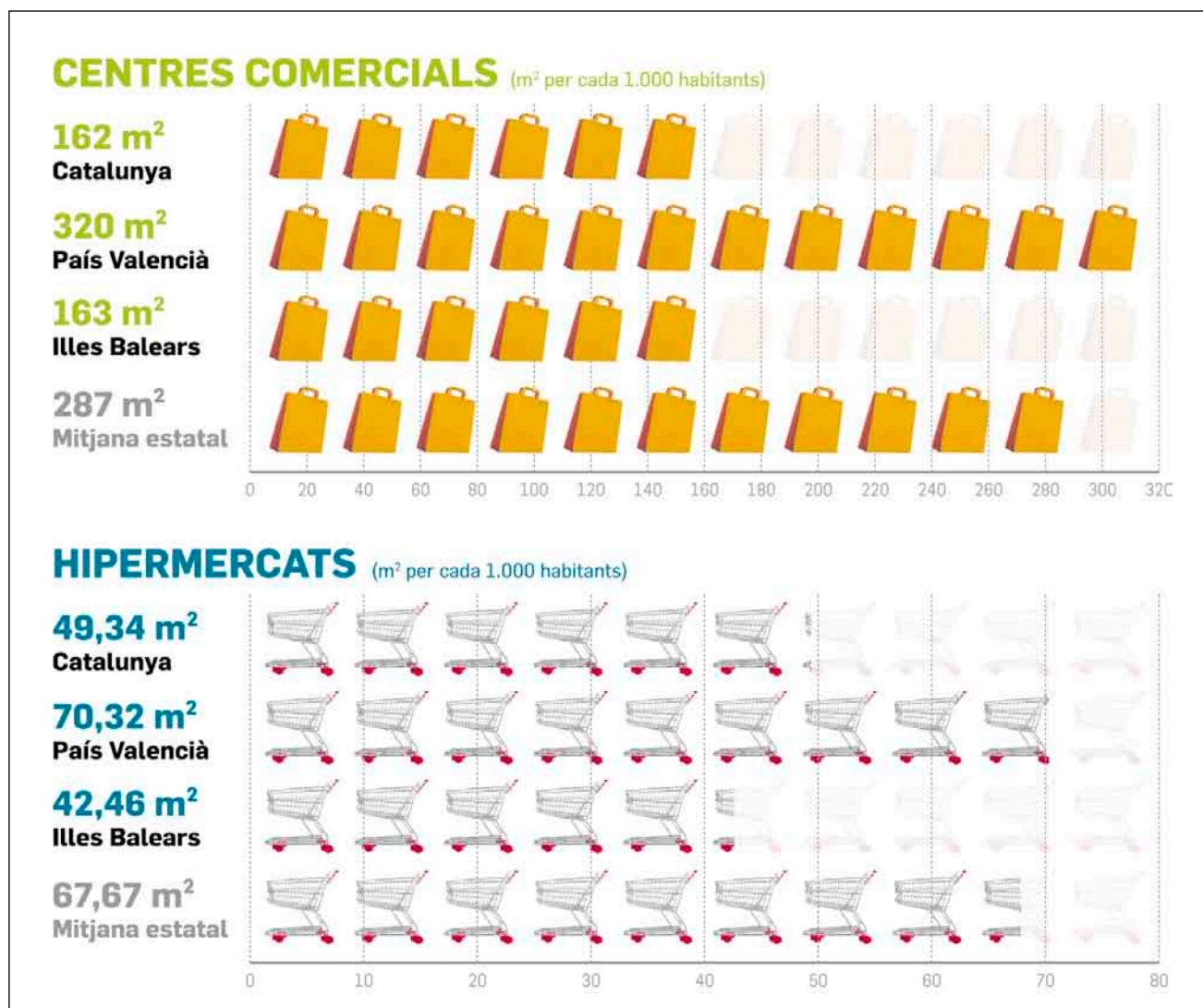


COMPARATIVA DELS TIPUS DE SUPERFÍCIES COMERCIALS

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 POLÍTICA CATALANA DEL COMERÇ

«La regulació és necessària»



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

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.

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).