

Rebaixes abans d'hora

Amb la presència de la crisi econòmica, la temporada de rebaixes s'avança irremissiblement. La inestabilitat dels preus provoca un desajustament més.

Fa a penes cinc anys la temporada de les rebaixes encara complia el seu objectiu específic de donar eixida als productes que per alguna raó s'havien quedat fora del circuit comercial". A aquests comentaris una mica nostàlgics d'un expert valencià del sector comercial, se'n pot afegir un altre: les rebaixes d'abans satisfien una part important del cycle comercial, ja que més del 20% dels beneficis anuals del sector eixien d'aquest tipus de vendes.

Malgrat els canvis, comprar rebaixes sempre ha estat sinònim de bon negoci, tant per als qui venen com per als qui compren. També, tot cal dir-ho, hi ha sacrificis per ambdues parts. Els venedors es priven d'un marge de benefici i el comprador ha de reprimir el seu instint de compra i esperar les rebaixes per a satisfer-lo.

"Avui —comenta un altre comerciant valencià— l'objectiu de les rebaixes s'ha limitat exclusivament a una estratègia comercial més. Només pretenen atraure la major clientela possible, potser mantenir-la o senzillament llevar-li-la a la tenda del costat". A tot això encara cal afegir un altre factor de canvi del contingut de les rebaixes. La recessió econòmica ha transformat radicalment els hàbits de consum. Les rebaixes ja no es fan com abans. La prova és que ara mateix es poden trobar rebaixes en qualsevol cantó i el dia més insospitat... Les tradicionals rebaixes, que arribaven tots els anys a

partir del 7 de gener per contrarestar els efectes de les despeses nadalenques, han passat definitivament a la història. Avui les rebaixes no tenen punt d'eixida, ni punt d'arribada. Pitjor encara, no hi ha cap llei que les regule.

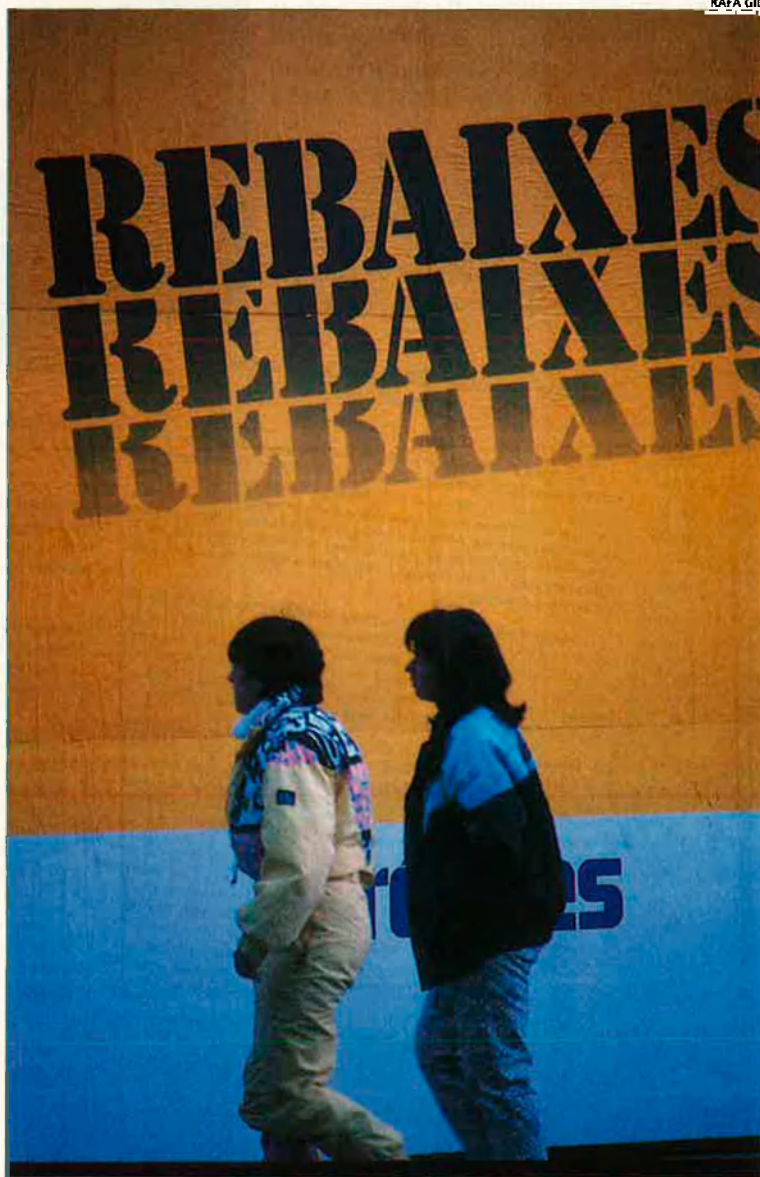
"Això és completament perjudicial i contraproduent per al comerç en general", denuncia un propietari d'una boti-

ga barcelonina de moda. Les alternatives per a evitar aquests efectes negatius semblen escasses. Segons els experts, enguany la crisi econòmica ha obligat els botiguers a fixar uns preus en les rebaixes molt per davall dels mínims per a traure'n beneficis.

Cortefiel, la primera xarxa de tendes que va saltar-se la tradició de les rebai-

xes a partir d'un dia fix, ha estat enguany també la primera a obrir la veda de la temporada de rebaixes en les principals ciutats dels Països Catalans. Centenars d'establiments més no han tardat a fer el mateix. Al voltant del 50% dels comerços catalans es troben ja en plena campanya. "Posar els preus més baixos, precisament en aquesta època nadalenca, significa pels comerciants perdre quasi el 40% dels beneficis de final de temporada", diu indignat Aurelio Quevalque, membre de FEVALCO, la Federació Valenciana de Comerciants.

També fan mala cara els botiguers del Principat pels mateixos motius. El president de l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya, Joan Parcerisa, es lamentava fa pocs dies de "la falta d'una legislació que reguli el període de rebaixes". Les crítiques per aquest motiu encara han pujat més de to després que el Govern espanyol haja adoptat postures intervencionistes en aquest camp. Les ferides provocades en l'enfrontament entre el Govern de Madrid i els autonòmics dels Països Catalans estan ben



Comprar rebaixes sempre ha estat sinònim de bon negoci. I també de sacrificis tant per a botiguers com per a consumidors.

obertes. Les discrepàncies entre ells sobre la interpretació del contingut de la llei de Comerç ha portat el cas als tribunals. El conflicte entre Madrid, Barcelona i València ha durat més de vuit anys fins que fa pocs mesos el Tribunal Constitucional es pronunciava en una sentència ferma favorable a les tesis de Madrid. L'actual campanya nadalenca, després d'aquest precedent, es desenvolupa enmig d'una dura polèmica al voltant dels horaris comercials principalment de divergència entre l'administració central i les autonòmiques. D'ací a poc el Govern central s'haurà de pronunciar definitivament sobre aquest punt. A partir d'aquest moment, l'executiu permetrà a les grans superfícies, hipermercats i grans espais comercials obrir vuit diumenges cada any. Els governs autonòmics tindran aleshores llibertat plena per a decidir si amplien o no el nombre de dies festius d'obertura comercial.

Però, tal i com ha quedat la redacció de l'actual Llei de Comerç, fa una referència breu a les rebaixes que només s'ocupa de regular l'aspecte dels preus. Està prohibit fixar-ne per sota dels

costos de fabricació. "Aquesta mesura té l'objectiu precís d'evitar el *dumping* i la competència deslleial entre botiguers", matisa un representant de la Conselleria valenciana de Sanitat i Consum. A més, el text legal tan sols estipula com a norma obligatòria que els articles rebaixats porten en l'etiqueta dos preus, el primer fent referència al preu anterior a les rebaixes, i el segon el que s'ofereix en la campanya. A més, tots els articles rebaixats han de ser de la mateixa temporada i els comerciants han d'anunciar la campanya pels mitjans normals —premsa, ràdio i televisió— vuit dies abans com a màxim. Aquest imperatiu, segons els comentaris dels mateixos comerciants, respon a una defensa del consumidor. "Perquè el públic no tingui hipotecats molt de temps els fons reservats a comprar rebaixes", explica un membre de l'Agrupament de Botiguers a Barcelona. Siga com siga, el 1993 serà l'últim any en què es podran fer rebaixes amb total llibertat. L'esborrany de la futura normativa sobre rebaixes inclourà un control rigorós mitjançant inspeccions en tendes. Les vendes amb preus rebaixats només es

podran anunciar dues vegades cada any (estiu i hivern) i, sobretot, els productes tindran obligatòriament una qualitat que no serà mai inferior a la que tenien amb el preu ordinari.

"Malgrat els esforços per tal de mantenir el nivell de compra del públic, no es poden fer miracles, i el poder adquisitiu dels consumidors és el que és", assenyala un portaveu de la Unió de Consumidors del País Valencià (UCE-PV). Sobre les intencions de compra han aparegut sondejos molt contradictoris. Mentre que uns afirmen que la majoria dels consumidors no pensa retallar el pressupost de compra, un altre conclou que, a causa dels efectes de la crisi, el 32% dels consumidors de l'estat haurà de fer-ho durant les festes. Per molta crisi que hi haja, però, durant les festes sempre s'obren més les mans per a gastar diners. Els números ho demostren a bastament. El consum en alimentació pujarà fins a 155.000 milions de pessetes només per Nadal i cap d'any, en les juguines s'invertiran 80.000 milions de pessetes i les begudes alcohòliques faran gastar uns 20.000 milions de pessetes.

Ignasi Pellicer



CAVAS HILL



BRUTÍSSIMO DE CAVAS HILL
*Quant de temps a la fosca. Estaves sol, però serè i confiat.
Del silenci has despertat.*