

“Tant se val si qui despatxa és àrab, xinès o de Terol”

Miquel Àngel Fraile és secretari general de la Confederació de Comerç de Catalunya i ha ocupat el mateix càrrec a la Confederació Espanyola de Comerç.

La fesomia dels comerços catalans ha canviat prou els darrers anys. Menys botigues de vetes-i-fils i queviures tradicionals i més fruïteries, basars i petits supermercats menats per estrangers. Penseu que perilla, el model de comerç tradicional català?

—En absolut. Catalunya sempre ha estat un país amb un gran dinamisme comercial. Els nostres carrers i viles s’han configurat entorn del comerç tradicional de petit empresari, normalment familiar i proper als habitatges. Aquest format viu una guerra de guerrilles permanent, i sempre que hi ha hagut canvis s’ha sabut adaptar. Els anys 70 i 80, els hipermercats que venien del nord ens van envair i els comerços van haver de reaccionar. Encara avui són un competidor molt potent. Companyies globalitzades com Ikea, MediaMarkt, H&M, Carrefour, etc. han vingut a colonitzar, i els petits hem de preservar el nostre espai.

—A Catalunya, la legislació sempre ha estat proteccionista envers el petit comerç. Ha estat suficient?

—Els gremis hem sabut convèncer els poders públics que establissin unes normatives per a defensar-nos i no diria



JORDI PLAY

protegir, però sí promoure el comerç de proximitat, perquè aquests invasors del nord se situaven a la perifèria de les ciutats i a les cruïlles de les autopistes. Es va crear un marc normatiu i una pre-

disposició per a afavorir que la botiga de ciutat pogués desenvolupar-se.

—Aquests van ser els primers competidors. Ho són ara, els nouvinguts que obren botigues amb un horari

més ampli del que fa habitualment el comerciant català?

—S’ha de donar llibertat comercial sempre que se sigui respectuós amb les normatives i amb el model de país que volem. A Catalunya s’afavoreix un comerç lligat al model social mediterrani, català, de petita empresa i petits emprenedors, que genera creixement econòmic i fa que tinguem unes classes mitjanes que ens donen estabilitat, progrés social i econòmic. A més, aquest model ens satisfà des del punt de vista científic, cultural i educatiu. Si jugués-sim a un altre model de grans companyies i desaparegués el petit comerç, ens trobaríem amb ciutats absolutament desèrtiques, amb problemes de convivència i de manca de serveis que afectarien especialment les persones amb més dificultats per a desplaçar-se, i arrossegaria la població cap a la perifèria. Això ja ha passat a França. La immigració ha muntat els seus negocis propis, com és normal, amb les mateixes condicions que els d’aquí. En aquest sentit, competidors ho som tots.

—**De fet, la població immigrada va començar a fer feines que nosaltres no volíem, com per exemple, despatxar en un supermercat o carregar caixes.**

—Exactament. A partir de l’any 2000, el creixement econòmic del país requeria mà d’obra i gent que volgués treballar en oficis menys qualificats. I aquí és quan la immigració ve a cobrir necessitats. Altrament, Catalunya no hauria pogut progressar. En aquest context, en el món del comerç va sorgir un fenomen: aquesta immigració venia a treballar també al comerç, i en un moment determinat ells mateixos van començar a obrir botigues de diversos tipus segons l’origen de cadascun. Per exemple, els xinesos primer van començar obrint restaurants, després basars i ara botigues d’alimentació, de manera que van substituir molts botiguers i també propietaris de bars. Pots trobar el bar Casa Pepe menat per xinesos que fan calamars a la romana i truita de patates. Doncs això està molt bé.

—**Així, els nous botiguers d’origen estranger s’han integrat sense problemes en el model comercial català?**

—Una de les feines de la Confederació de Comerç de Catalunya és con-

vèncer tant els autòctons com els nouvinguts que anem tots a una, defensar el comerç de proximitat, tot i que després els uns competeixen amb els altres, una parada de fruita contra una altra de fruita, el de la carn contra l’altre de la carn, etc. Però, al final, a tots els interessa que la gent entri al mercat i no se’n vagi a les grans superfícies. I tant se val que un senyor que despatxa sigui àrab i porti gel·laba, sigui xinès o de Terol. El resultat final ha de ser un comerç de proximitat, de qualitat i enfocat a les necessitats dels nostres clients. El comerç és regeneració, és compartir, és barreja. I ja ens està bé, que hi hagi aquesta barreja, perquè, si no, l’alternativa són els guetos comercials en barris ètnics.

—**A Barcelona, per exemple, hi ha alguns d’aquests guetos que continuen actius, com al voltant del carrer de Trafalgar, on tota l’oferta comercial és de productes xinesos, que han aixecat les protestes dels veïns perquè hi ha desaparegut el comerç local català.**

—En aquest cas concret, s’ha consolidat la figura de l’importador xinès que ha substituït el majorista català que ha abandonat el negoci. Però n’ha tret una renda, l’empresari català, que ningú no s’enganyi. Si hem de buscar responsabilitats, els primers culpables som nosaltres, que posem a la venda una propietat. En tot cas, els comerciants reclamem plans d’usos perquè no hi hagi un monocultiu d’un producte o d’una tipologia de botiguer. A l’Eixample hi ha d’haver oferta comercial de tota mena, i és per això que cal que hi intervinguin els poders públics per a ordenar el comerç.

—**Aquesta regulació no pot acabar anant contra la llibertat de mercat?**

—No, és una eina per a mirar d’ordenar l’oferta, no es tracta de prohibir res. És veritat que hi ha situacions conflictives, i per això també cal un treball de camp per a ajudar determinats comerços a fer les coses correctament. Cal treballar amb tots els col·lectius, els d’immigrants i els d’aquí, perquè entenguin que s’han d’espavilar. El comerç és així.

—**La implantació massiva de comerços portats per població que desconeix la llengua del nostre país pot vulnerar els drets lingüístics dels ciutadans. És molt habitual que sigui impossible de comunicar-se en català**

“Volem que l’administració ens ajudi de debò, no pas que ens subvencioni”

JORDI PLAY

amb els venedors. Quins fruits dóna la tasca de normalització lingüística que fa la Confederació de Comerç en aquest sentit?

—A partir de l’any 2000 tots vam començar a arremangar-nos en aquest sentit, perquè, abans, teníem implantat un sistema d’assessorament lingüístic adreçat al comerç autòcton per a la normalització del català i l’atenció al client en les millors condicions. Aquesta feina ja era feta en el 95% dels casos, però amb l’arribada dels nouvinguts calia reorientar tot el nostre pla de treball per a la immigració. Vam començar la campanya “Oberts al català” per a explicar al col·lectiu d’immigrants la normativa bàsica comercial i donar-los eines perquè poguessin complir la llei de normalització lingüística. Ara ja tenim una part estructural d’immigració en la xarxa comercial, i el fet és que anem avançant en aquesta integració lingüística. Però és un treball de fons que demana més temps.



—La immigració ha notat igual la crisi? Alguns comerciants catalans es queixen que paguen sous baixos i obren més hores.

—La crisi els afecta com tothom. Aquests darrers quatre anys hem perdut 50.000 llocs de feina al comerç a Catalunya i s'ha tancat un 20% dels punts de venda. La immigració també ha tancat botigues, per molt que treballi moltes hores i de vegades cobri menys. I, naturalment, la llegenda urbana que ells no paguen impostos o que tenen un tracte fiscal privilegiat és falsa. Tothom paga els mateixos impostos, només faltaria. Pot haver-hi algun comerç que obri sense cap permís o que no pagui impostos, però això pot passar també en un comerç autòcton. De fet, el sistema administratiu és molt simplificat. Obrir una botiga requereix simplement una comunicació. Si s'hi fan reformes, es paga la taxa corresponent i prou. Tot és molt clar i molt simple, i si algú no ho fa bé és perquè no vol.

—La Generalitat avalarà el petit comerç amb 1.500 euros per a incentivar la reobertura de locals tancats, i amb 1.000 euros per a revifar establiments afectats per obres civils de llarga durada, entre més mesures. Com la valoreu, aquesta mesura?

—Es diu que Catalunya és un país de botiguers i que els successius governs sempre han defensat el petit comerç davant les grans superfícies. És cert. En canvi, no hem tingut mai —i potser ha de ser així perquè ens espavilem— polítiques o ajuts financers en proporció amb el pes que tenim. Som el 12% del PIB català, tenim gairebé 80.000 empreses —sense comptar bars i restaurants, que sumen uns 30.000 establiments— i 300.000 treballadors. Doncs resulta que aquest 2011 ens donen per a activitats de promoció 9 milions d'euros, un 25% menys que el 2010. I a Nissan i a Seat, al tèxtil i a la cultura? Els donen 200 milions, 500 milions d'euros, en alguns casos molt més, i els faciliten línies de crèdit, etc.

—Les retallades afecten tots els sectors...

—Comprenem que hi ha hagut una retallada general, però estem totalment insatisfets amb aquestes quantitats. Volem que l'administració ens ajudi, no pas que ens subvencioni. El copet a l'esquena ja ens va bé, però no es tradueix en res. Dit això, aquests 1.500 euros són bàsicament per a mirar de cobrir les despeses administratives que pot originar l'obertura d'un comerç, però, és clar, una persona no prendrà la decisió d'obrir un comerç per aquesta subvenció. La Generalitat, evidentment, no té recursos per a subvencionar el traspàs d'una botiga, que pot costar uns 100.000 euros. A més a més, seria competència deslleial. Si ens donessin 300 milions d'euros com a les grans empreses, potser sí, que podríem fer de repartidora. Per tant, aquesta petita ajuda s'ha de veure com un gest simbòlic. És com l'ajuda de 1.000 euros a les botigues afectades per obres de llarga durada: algú creu que amb 1.000 euros se salva el compte d'explotació del botiguer? Aquests diners li serveixen per als impostos i taxes municipals, però es podrien fer més coses.

—Com ara quines?

—Quan es fan licitacions d'obres de llarga durada que afecten l'activitat comercial, el cost de l'afectació als comerços s'hauria d'incloure en el pressupost. Si cinquanta botigues han de tancar o redueixen les vendes a la meitat en el període d'obres, és un cost més de l'obra i se n'hauria de fer càrrec l'empresa que les executa. Als botiguers se'ls hauria de pagar el mateix que declaraven abans de començar les obres. I, a més, la zona comercial afectada s'ha de tornar a dinamitzar acabades les intervencions. Això té un cost que no assumeix l'administració. Ara bé, cal dir que estem satisfets pel manteniment de les ajudes adreçades a projectes integradors com ara una campanya de publicitat, la posada en funcionament d'un servei de guarderia o qualsevol altre servei adreçat a millorar la qualitat de l'oferta comercial en aquella zona. Aquests projectes de cooperació donaran rendiments elevats amb relació a la inversió feta.

Gemma Aguilera