

David i Goliat

Els botiguers de Catalunya i el País Valencià son els més protegits de l'estat espanyol a l'hora d'afrontar les grans superfícies comercials. No en va el 30 per cent dels 'hipers' estan instal·lats als Països Catalans. Les ajudes a fons perdut i la col·laboració de les entitats financeres són les claus de la reconversió del sector.

Ricard Lahoz i Albert Vicent

Quinze mil sis-cents milions de pessetes. Aquesta és la quantitat de diners que concediran les principals caixes d'estalvis catalanes als petits comerciants que vulguin modernitzar els seus establiments. La concessió d'aquests crèdits és el resultat d'un acord entre les entitats financeres i la Generalitat de Catalunya, promogut pel mateix govern autonòmic per pal·liar l'impacte dels nous hipermercats en el vell i petit comerç del Principat en la perspectiva del mercat únic europeu.

A partir d'ara, i després d'obtenir un informe favorable del Departament de Comerç de la Generalitat, els botiguers es poden acollir a una línia de crèdits amb el 12,5% d'interès en un terme de 5 anys. L'ajuda econòmica pot arribar a ser, com a màxim, del 70 per cent del total de la inversió.

El director general de comerç interior de la Generalitat de Catalunya, Enric Gras, explica que amb el conveni signat amb les caixes d'estalvis es vol «promoure la modernització i l'ampliació dels petits i mitjans establiments i donar suport a la creació de nous comerços si presenten novetats en el sistema de vendes». Amb aquesta política de subvencions, el govern català respon a les nombroses protestes dels petits comerciants que s'han pro-

duït en els últims mesos arran d'un increment notable dels projectes per instal·lar hipermercats en diferents zones del Principat.

L'última i més espectacular de les manifestacions de protesta l'han protagonitzada a principis d'any els botiguers de Badalona i Santa Coloma de Gramenet, contra la construcció d'un hipermercat de la cadena Continente als terrenys del polígon Montigalà. La gran àrea comercial, que necessitava d'una inversió superior als 4.000 milions de pessetes, tindrà una superfície de 73.000 metres quadrats dividits en 3 plantes, que el convertirà en un dels



més grans d'Europa. La pressió dels petits comerciants, però, ha aconseguit que la Generalitat aprovi una moratòria, segons la qual l'hiper no podrà entrar en funcionament fins d'aquí a dos anys.

Aquesta decisió és el millor exemple de la política que practica el govern català destinada a donar un marge de temps als botiguers per afavorir-ne la reconversió i adaptació. La resposta, en el cas concret dels petits comerciants de Badalona i Santa Coloma de Gramenet, s'espera molt positiva, ja que, a més dels crèdits de les caixes d'estalvi, podran rebre altres subvencions de la Generalitat, gràcies a un acord amb la Unió de Botiguers del Baix Besòs. Aquest grup anuncia, de la seva banda, la creació d'un institut d'estudis comercials que podria entrar en funcionament abans de l'estiu i que serviria per formar i reciclar els botiguers.

En altres casos, la protesta inicial del petit i mitjà comerç a la construcció d'un hipermercat s'ha superat amb una entesa entre les dues parts, que permetrà la instal·lació dels botiguers en una zona de la gran superfície comercial. Aquest és el cas de Tarragona, on l'empresa Intermarché ha aconseguit fa uns dies el vist-i-plau de la Generalitat per a fer un hiper de 9.000 metres quadrats.

Badalona i Tarragona esdevenen, així, l'últim esglaó, de moment, d'una cadena de projectes d'àrees comercials que va començar el 1973. Segons dades del Departament de Comerç, a Catalunya hi ha actualment 15 hipermercats en funcionament. «Preveure el futur —afirma Enric Gras— resulta difícil i no es pot determinar quants hiperes es poden instal·lar encara al Principat, però la Generalitat està elaborant un mapa d'equipaments comercials i un estudi sobre les característiques dels establiments, que permetrà de conèixer les limitacions que poden tenir en el futur les grans superfícies».

Massa botigues

Algunes dades, però, evidencien les diferències entre Catalunya i alguns països de la Comunitat Europea. Mentre aquí hi ha un hipermercat per cada 400.000 habitants, a Bèlgica la proporció és d'un per cada 112.000 persones, i a França, un cada 77.000 ciutadans. En canvi, quan parlem de petits comerços, les dades demostren la saturació d'establiments al Principat, ja que n'hi ha un cada 46 habitants. A França hi ha una botiga per 134 persones, i a Gran Bretanya, una cada 169.



RAFA GIL

Manuel López Estornell.

Dels 15 hipermercats oberts en l'actualitat a Catalunya, 8 són grans àrees comercials que superen els 5.000 metres quadrats de superfície, que es concentren en l'àrea metropolitana de Barcelona, i a la perifèria de Lleida i Tarragona. Pryca i Continente són els noms que més sonen si parlem de grans superfícies, mentre que Intermarché, amb capital francès i català, s'està introduint amb força en el camp dels petits i mitjans hipermercats. Tot i que els francesos són els més interessats per entrar en el mercat català, la Generalitat vetlla perquè cap empresa en tingui el monopoli.

Nascuts a França, els hipermercats imposen un sistema de compra empès pels canvis en les formes de vida. A ningú no se li escapa que algunes modificacions en els horaris i en els costums, o l'extensió d'un nou sistema socio-econòmic familiar basat en matrimonis on els dos membres de la parella treballen fora de casa, estan contribuint a l'expansió de les grans àrees comercials, sense oblidar l'empenta que suposa l'ingrés a la CEE i el futur mercat únic europeu.

Això no obstant, la supervivència i la combinació dels dos models, el de la petita botiga de barri i el de la gran superfície comercial, semblen assegurats. La tradició del petit i mitjà comerç a Catalunya és molt forta i està molt arrelada, però els projectes per construir hipermercats no tenen final. D'aquí a poc, se n'aprovarà un a Mollerussa, mentre a ciutats tan distants i diferents com Tortosa, Olot i Sant Boi de Llobregat ja han sorgit les primeres protestes dels botiguers davant les iniciatives de les multinacionals.

En la perspectiva de l'u de gener de

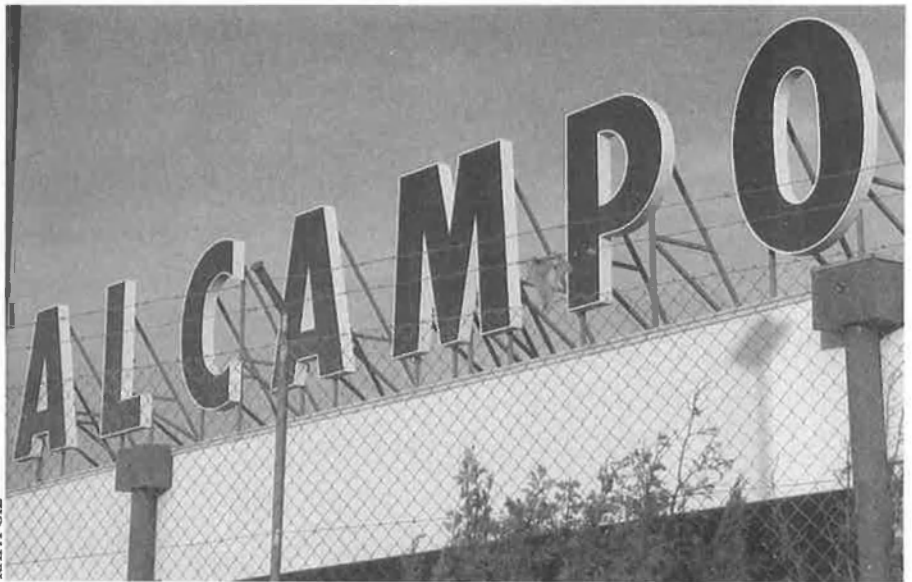
1993, als petits comerciants només els queda com a sortida la reconversió i modernització dels seus establiments. I és que, malgrat la polèmica que comporten, l'arribada dels hipermercats a Catalunya és ja un procés irreversible.

País Valencià, potenciar l'associacionisme

Al País Valencià hi ha, a hores d'ara, 10 hipermercats en funcionament amb un cens de 2.148 treballadors i una superfície total de vendes de 73.000 metres quadrats. Al registre de la Conselleria d'Indústria, Comerç i Turisme hi ha presentades dues sol·licituds de noves instal·lacions, a Sagunt i Finestrat, totes dues a càrrec de Continente.

pressupostat per a enguany un total de 1.600 milions de pessetes, dels quals 600 estan destinats a potenciar i subvencionar el comerç tradicional. En alguns casos, com la creació prevista enguany d'una xarxa d'informació comercial, són projectes novedosos a l'estat espanyol. «La connexió entre empreses, associacions i ajuntaments pretén —segons López Estornell— evitar que la dispersió territorial siga un element discriminatori».

Altres iniciatives on la Direcció General de Comerç és pionera a la península són la posada en marxa de l'especialitat de distribució comercial a 5 centres de Formació Professional i les campanyes d'ajudes directes. Aquestes contemplen la dotació de préstecs sub-



RAFA GIL

Les grans superfícies comercials amenacen les botigues tradicionals.

A partir d'ara, però, els nous *hipers* han de complir una sèrie de requisits marcats per la Direcció General de Comerç de la Generalitat valenciana que dirigeix Manuel López Estornell. «Es tracta d'obtenir una sèrie de contrapartides, de manera que la inserció d'un *hiper* en una determinada zona siga el més beneficiós possible», assenyala López Estornell. «Per a les noves sol·licituds s'han establert uns convenis pels quals l'empresa assumeix tota una sèrie d'obligacions. Així, els nous *hipers* han de contemplar una galeria comercial que integre petits comerços de l'entorn; els llocs de treball generats han de ser prioritàriament ocupats per comerciants o col·laboradors de la zona; es fixa un mínim de plantilla que, en el terme de tres anys, ha de quedar fixa; les empreses han de patrocinar cursos de formació professional i els *hipers* han de promoure productes valencians».

La Direcció General de Comerç té

vencionats per millorar l'estructura dels comerços, l'actuació al centre històric de Castelló, València i Alacant per millorar l'entorn urbà de la zona i la concessió d'ajudes a fons perdut per a potenciar l'associacionisme en les seues vessants de franquícia, cooperatives de detallistes o xarxes de sucursalisme voluntari. Són mesures, totes elles, que es complementen amb l'organització de cursos de formació, estudis de postgraduat i la posada en marxa dels centres de desenvolupament comercial.

La resposta dels comerciants, per ara, és qualificada de positiva per part del director general de Comerç, que entén que el petit comerç s'està professionalitzant i ha après a defensar-se amb les mateixes armes que utilitza la competència. «Així i tot —matisa López Estornell— el major problema rau encara en l'individualisme dels comerciants, massa reacis a aliar-se entre si per competir amb els *hipers*». □