

A falta de poder anunciar la celebració de grans esdeveniments, els polítics preparen el terreny per a la implantació de grans superfícies. Les facilitats administratives i l'entusiasme polític estan facilitant a l'àrea metropolitana de València l'extensió d'aquest format comercial d'origen americà, mentre el petit comerç llangueix.

Dels grans esdeveniments als centres comercials

Darrerament les penúries econòmiques han reduït progressivament l'agenda del president de la Generalitat Valenciana. Mancat de recursos que li amanisquen grans anuncis, el cap del Consell es veu obligat a limitar les seues aparicions a actes protocol·laris, presentacions amb més fum que palla i inauguracions més aviat desaparebudes. Ara fa tot just un any, Alberto Fabra assistí a una d'aquestes cites. El 28 de setembre de 2012, el màxim responsable de la Generalitat va fer un alto en la seua activitat al palau per assistir a la inauguració d'una nova botiga Decathlon al centre comercial Espai Campanar. Era el quart establiment que la multinacional francesa obria a la capital valenciana, però l'obertura valgué la presència de qui ostenta la màxima responsabilitat del Consell. Fabra, de fet, no estigué sol. L'alcaldesa Rita Barberà i tres dels seus regidors, així com la consellera María José Català, van beneir també amb la seua presència l'acte. "Es tracta d'una notícia molt important, especialment en un moment econòmic com aquest, tan difícil i delicat per a Europa, per a Espanya i per a València", va anunciar solemnement la primera edil de la ciutat.

Fulminada l'etapa de les flors i violes, els responsables públics valencians tenen pocs pretextos als quals recórrer per a entusiasmar l'opinió pública. Esfumats els somnis de grandesa de les fórmules 1 i de les copes de l'Amèrica, els polítics fan mans i mànegues per

sumar-se a projectes que puguen irradiar un poc d'optimisme. La qüestió és que, amb les arques públiques plenes de teranyines, només queda agafar-se a les iniciatives privades. I en aquest àmbit –també mancat de recursos–, els grans centres comercials finançats amb capital estranger són uns dels pocs oasis dels quals encara brollen els quartos. El govern valencià i molt especialment els municipis de l'àrea metropolitana de València s'afanyen a posar la catifa roja a qualsevol projecte d'aquesta mena que pugua crear activitat comercial i llocs de treball. En l'últim any s'han aprovat diverses iniciatives encaminades a facilitar-ne la implantació, sense reparar en les repercussions urbanes i comercials que aquest fenomen té a llarg termini. "Ens estem carregant el model de ciutat mediterrani en favor d'un model americà", adverteix Encarna Sanchis, que és presidenta de Covaco, la patronal del comerç urbà del País Valencià. Grans centres comercials als extraradis en detriment de tendes de proximitat és l'esquema que s'obri camí.

Una botiga per a la societat de consum. Tanmateix, no cal exagerar. A casa nostra, el format del centre comercial fa més de quatre dècades que s'obri camí (de fet, n'hi ha 57, segons dades de l'Associació Espanyola de Centres i Parcs Comercials, AECC) i a hores d'ara seria difícil trobar un ciutadà que no haja caigut en la temptació, alguna volta en la seua vida, de passe-

jar-se per algun dels centres comercials amb fileres infinites de botigues multinacionals. La consolidació de la societat de consum va fer que, a partir de la dècada dels setanta, començaren a proliferar establiments de mida gegantina que aspiraven a satisfer les necessitats de compra d'una incipient classe urbana amb vehicle propi. Al País Valencià, la primera gran superfície que obrí les seues portes fou Continente, l'any 1976, al terme municipal d'Alfafar, a tocar de la ciutat de València. Fou el tret d'eixida. Des d'aleshores, a l'àrea metropolitana han emergit com bolets centres comercials i grans superfícies comercials de tota mena.

L'aparició de noves iniciatives com aquesta no és, doncs, cap novetat. Sí que resulta més nou que ho facen en un moment d'anèmia comercial, amb els índexs de consum encadenant baixada rere baixada. Igual de cridanera resulta la facilitat que estan trobant a l'hora d'instal·lar-s'hi i l'entusiasme que desperten entre els responsables públics. Un cas paradigmàtic, en aquest sentit, és el de Puerto Mediterráneo, a Paterna, una iniciativa que aspira a convertir-se en el centre comercial més gran d'Europa. El seu promotor és el fons d'inversió d'origen britànic Intu-Eurofund i les xifres que es van fer públiques el passat juny durant la presentació del projecte apunten cap a un centre alhora gegantí i singular. Es tracta d'un megacomplex que combina oci i espais comercials sobre una superfície de 300.000 metres quadrats (més de cinc voltes l'estadi del Camp Nou). Segons els promotors, aspira a "convertir-se en el referent a escala europea d'una nova generació de grans centres d'activitats que es diferencien per la seua oferta experiencial". Els usuaris (les previsions parlen de 20 milions de visitants anuals) podran trobar allí botigues i restaurants, però també un llac per a la pràctica de surf



Alberto Fabra i Rita Barberà, en la inauguració de la botiga de Decathlon, el setembre de 2012.

i patinatge sobre gel, una pista d'esquí artificial, àrees enjardinades, zones de joc i instal·lacions esportives. En línia amb la tendència americana, Puerto Mediterráneo es presenta com un "centre on viure experiències". Segons Ian Sandford, director general d'Intu Eurofund, els elements diferenciadors de la seua firma són "la dedicació al client i l'oci com a destí, ja que el futur és la cerca de la satisfacció". La inversió prevista en aquest *shopping resort* –que és com els impulsors l'anomenen– és de 750 milions d'euros i es crearan 4.000 llocs de treball, sempre segons els promotors, que esperen iniciar les obres el 2015.

Només unes setmanes abans de la presentació pública de Puerto Mediterráneo, s'havia presentat en societat la remodelació de Gran Turia, a Xirivella, un dels primers grans centres comercials que es va implantar en l'àrea metropolitana de València. En aquest cas, les xifres són més modestes: el fons d'inversió immobiliari hi invertirà 65 milions d'euros, cosa que permetrà ampliar l'oferta comercial en 32.000

metres quadrats més, que al seu torn comportarà la creació d'uns 300 llocs de treball. En la línia de Puerto Mediterráneo, el fons d'inversió immobiliari Corio persegueix que, amb la remodelació, Gran Turia esdevinga un indret "on les persones puguen relaxar-se, relacionar-se, sentir-se com a casa, ser inspirats".

“Ens estem carregant el model de ciutat mediterrani en favor del model americà”, adverteix Encarna Sanchis, de Covaco.

Dins la ciutat de València, la gran aposta és el centre comercial Oceanic, que s'ha de situar vora el nou hospital de La Fe. El juny passat, la Conselleria d'Economia va concedir a Unibail-Rodamco, que n'és la firma impulsora, el permís d'activitats. Dissenyat per Ricardo Bofill, aquest centre disposarà d'una superfície comercial de 100.000 metres de superfície bruta per llogar, generarà 3.000 llocs de treball i comp-

tarà amb una inversió de 250 milions d'euros.

A aquestes tres iniciatives comercials cal sumar-ne una quarta de gran envergadura i llargament esperada. Es tracta de l'obertura de la primera tenda Ikea en territori valencià, prevista per a l'any vinent. Finalment, la planta de la multinacional sueca s'erigirà en un po-

lígion en el terme municipal d'Alfafar, al sud de la capital. L'aterratge d'Ikea – que hi està invertint 60 milions d'euros i ha promès la creació de 400 llocs de treball – suposarà un autèntic terrabastall, ja que s'ha calculat que concentre les compres dels milers d'usuaris valencians d'aquesta marca que fins ara es veien obligats a desplaçar-se a Múrcia, Saragossa o Barcelona per fer les seues compres.



EL TEMPS

Projecte de Puerto Mediterráneo, que es planeja a Paterna (Horta). Obres de la sucursal que Ikea té previst inaugurar a Alfafar (Horta) l'any

Els centres comercials prenen posicions

Obertura de grans centres comercials previstos a València i la seua àrea metropolitana.

1. PUERTO MEDITERRÁNEO [Paterna]

Superfície: 300.000 m²
Inversió: 750 milions d'euros
Llocs de treball previstos: 4.000
Data prevista d'obertura: 2018

2. CENTRO GRAN TURIA [Xirivella]

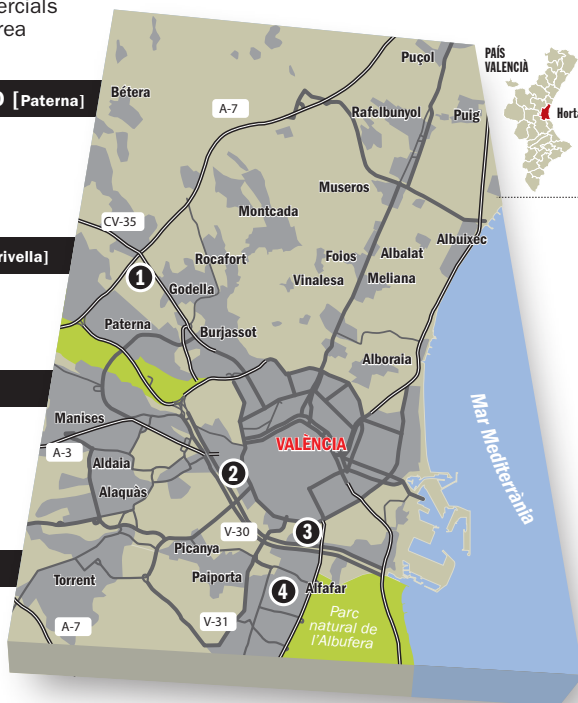
Renovació integral
Inversió: 65 milions d'euros
Data: 2015

3. OCEANIC [València]

Superfície: 100.000 m²
Inversió: 250 milions d'euros
Llocs de treball previstos: 3.000
Data prevista d'obertura: segona meitat del 2015

4. IKEA [Alfafar]

Superfície: 37.300 m²
Inversió: 60 milions d'euros
Llocs de treball previstos: 400
Data prevista d'obertura: 2014



Amb catifa roja. València i la seua àrea metropolitana viuen, doncs, un moment d'efervescència comercial. Amb vista als pròxims cinc anys, té més de mig milió de metres quadrats de superfície comercial esperant que es talle la cinta, una xifra que supera els metres quadrats inaugurats el 2011 en el conjunt del territori de l'estat. I és que mentre als centres de les ciutats moltes

tendes de tota la vida es veuen obligades a abaixar la persiana, el format del centre comercial resisteix i amplia horitzons. En els últims quatre anys, la seua quota de mercat ha augmentat del 15% al 16%. La xifra no és molt alta, però en un context de recessió del consum i de desfeta dels petits comerços, resulta molt significativa. "Considerem que hi ha marge per a créixer", constata

Javier Hortelano, president de l'Associació Espanyola de Centres i Parcs Comercials. Hortelano també apunta a dos factors més per a explicar el sorgiment de centres comercials en l'àrea metropolitana: d'una banda, declara, "hi ha el fet que és un territori amb molt bons registres turístics"; de l'altra, el fet que aquest tipus d'iniciatives tenen un llarg període de maduració. "Els promotors estan prenent posicions per quan la crisi escampe definitivament".

Totes aquestes iniciatives compten amb l'entusiasme dels poders públics, que en els últims mesos, i amb l'excusa de propiciar la reactivació de l'economia, han aprovat iniciatives que afavoreixen l'extensió d'aquest format comercial. Decathlon, per exemple, es va beneficiar d'un nou sistema de concessió de llicències d'activitat implantat per l'Ajuntament de València que reduïx de vuit a dos mesos el temps de tramitació administrativa per a obertures comercials. Per la seua banda, Puerto Mediterráneo té el reconeixement d'Actuació Territorial Estratègica (ATE), una figura creada per la Generalitat Valenciana l'any 2012 amb l'objectiu d'eliminar càrregues burocràtiques en els processos de planificació urbanística.

En aquesta línia, i amb motiu del debat de política general, Alberto Fabra va anunciar l'extensió de la llibertat d'horaris comercials a tot el País Valencià, una mesura que ha posat en peu de guerra el petit comerç, que veu com la tendència liberalitzadora que es va ini-



vinent.

ciar a principis d'any va escampant-se pel territori.

Amnistia horària. Fins ara, al País Valencià qualsevol comerç de menys de 300 metres podria obrir quan volguera, incloent-hi diumenges i festius. A banda, el juliol de 2012 el govern espanyol va aprovar un reial decret pel qual atorgava a ajuntaments i governs autonòmics la potestat de delimitar Zones de Gran Afluència Turística (ZGAT) en les quals s'aplicava una mena d'amnistia horària que permetia als comerços de més de 300 metres obrir quan volgueren. A principis d'any, s'aprovaren per al cas de la ciutat de València quatre ZGAT, si bé el cert és que l'elecció de les zones, més que respondre a un criteri d'afluència turística, facilitava que els grans centres comercials pogueren obrir diumenges i festius. "S'utilitza la paraula *llibertat* com a coartada, però el que realment fa l'administració és beneficiar els grans centres comercials i desentendre's d'exercir les seues competències per a preservar el model de ciutat mediterrani", es lamenta Encarna Sanchis, de Covaco. La seua organització ha realitzat una enquesta que apunta al fet que només un 16% de la població ha modificat els seus hàbits de compra. En canvi, l'Associació Nacional de Grans Empreses de Distribució (AN-GEDE) assegura que, des que el passat abril començà a aplicar-se la llibertat d'horaris en les ZGAT de València, s'han creat 2.000 llocs de treball i s'han

incrementat les vendes a estrangers en un 18%.

A falta que es concrete la lletra petita, la intenció de Fabra és ara possibilitar que cada ajuntament decidisca les seues ZGAT, sense necessitat de tenir el vist-i-plau de la Generalitat. La mesura permetrà generar llocs de treball i atendre millor els turistes, segons l'executiu valencià. Javier Hortelano, president d'AECC, està convençut que la mesura resultarà beneficiosa perquè incrementarà les vendes als estrangers. "A Madrid ha tingut efectes positius, tant en vendes com en llocs de treball", explica, alhora que defensa la "complementarietat" d'oferta de centres comercials i petit comerç. "Es meravellen amb Madrid sense tenir en compte que les característiques d'una ciutat i l'altra són diferents", diu Encarna Sanchis, que es queixa que la Generalitat haja ignorat els òrgans consultius de què disposa –Observatori del Comerç Valencià– a l'hora d'aprovar un canvi tan radical. "El govern valencià proposa polítiques que graven directament les

Fabra ha anunciat que estendrà la llibertat d'horaris a tot el País Valencià

empreses valencianes, majoritàriament supermercats i comerços urbans, que amb els nostres impostos contribuïm a omplir les arques de la Generalitat, i només afavoreix les grans superfícies, que representen l'1% del teixit empresarial de la Comunitat. Les perjudicades som el 25,8% del total d'empreses de la Comunitat, que mantenim 200.000 llocs de treball directe i 100.000 d'indirectes", argumenten des de Covaco. Al llarg de tot l'any, a tot el País Valencià s'han perdut 18.820 llocs de treball en el sector comercial, 14.269 dels quals corresponen a València. El camí perquè el peix gran continue menjant-se el petit, siga com siga, sembla aplanat.

Violeta Tena

Exposició central de l'Any Espriu

CCCB

espriu
he mirat aquesta terra

Exposició 30.10.13–24.02.14

© Pau Baró, 1986/Arca Sana d'O. Barry-Jones Bayly

Una coproducció de:

CCCB Centre de Cultura Contemporània de Barcelona

Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

Mitjans col·laboradors:

CATALUNYA
RÀDIO

ara.cat



Montalegre 5, 08001 Barcelona / T 93 306 4100 / www.cccb.org