

Barcelona, 23 d'octubre de 2003

*Les cambres oficials de comerç, indústria i navegació de Catalunya, fidels al mandat legal que reben de “proposar a les administracions públiques les mesures que considerin necessàries o convenients per al foment i la defensa dels interessos generals que representen” (art. 1,a de la llei 14/2002), com han fet en altres ocasions i en relació a la situació actual i a les necessitats de les empreses de distribució catalanes que representen, aproven i creuen oportú fer públic el següent,*

## **POSICIONAMENT PROGRAMÀTIC SOBRE EL COMERÇ CATALÀ**

### **Marc econòmic i competencial**

El consum porta alguns anys sent la locomotora de les bones xifres de creixement econòmic de l'estat espanyol i de Catalunya. En aquest entorn, l'aportació del comerç al PIB el converteixen en un sector clau que no rep el reconeixement de l'opinió pública que mereix el seu paper social i la seva importància empresarial. Ans al contrari, sovint se l'acusa sense fonament de la seva negativa influència en l'inflació.

D'altra banda, la globalització incorpora un element de colonització econòmica que, en l'àmbit de la distribució, és on mostra la seva vessant més descarnada, fins al punt de fer perillar el sistema convivencial de qualitat de vida i de sostenibilitat que representa el model català de comerç. Preocupa seriosament a les cambres que, malgrat la pèrdua de pes de les despeses comercialitzables dins el pressupost familiar, el creixement de l'oferta comercial és constant, el que pot provocar, sens dubte, el deteriorament de la prestació de serveis al consumidor i la progressiva desaparició del teixit comercial en trama urbana, més feble que el comerç perifèric de gran tamany i sense defenses davant la baixada de la rendabilitat dels seus negocis.

És en aquest sentit que les cambres de comerç catalanes consideren que, el nostre teixit comercial, és una de les claus essencials d'una economia espanyol en la que és prioritària la distribució de la riquesa sobre tot el territori i el manteniment d'un model social basat en una estructura econòmica equilibrada i ordenada.

L'ordenació de l'activitat econòmica sobre aquest territori es, per tant, l'eina indispensable per a garantir l'equilibri entre els diferents formats de distribució i l'única salvaguarda del model català de comerç, urbà i integrat, majoritàriament, per empresa local i familiar, que es troba, a la fi, en la base del nostre modus de vida mediterrani.

Aquesta ordenació que prediquem no pot seguir fent-se sota directrius d'altres models comercials de l'estat, indiscutiblement legítims, però que cada dia estan més allunyats del nostre model propi. S'imposa, en conseqüència, el ple exercici per part de la Generalitat de la competència exclusiva estatutària en matèria d'ordenació del territori i urbanisme i l'exercici, també fins als amplis límits que l'Estatut i la jurisprudència han determinat, de la competència exclusiva en matèria de comerç interior.

És en aquest context que **les cambres catalanes plantejen unes línies d'actuació en matèria comercial, que divideixen en dos grans grups:**

### **1. Àmbit normatiu**

Tot i que els últims anys han estat prolífics en la positiva promulgació de normes d'ordenació comercial a la Catalunya, s'ha de coincidir en que, l'accelerat ritme dels esdeveniments, demana una nova revisió del marc normatiu en la matèria, sota l'òptica abans exposada de la plena diferenciació de les lleis estatals i aprofitant l'experiència acumulada en els últims vint anys d'ordenació comercial catalana.

Peça bàsica d'aquesta revisió ha de ser, per tant, la redacció i promulgació d'una **Llei del Comerç i dels Serveis de Catalunya** en la que, al costat de la qüestió comercial, s'incorpori l'ordenació de l'activitat econòmica dels serveis a les persones, també en contacte directe amb el ciutadà i que comparteix el territori amb la primera. Aquesta Llei i el seu desenvolupament, omnicomprendius en matèries (targes, arrendaments, garanties, etc.), haurien de donar específica resposta a les següents qüestions:

- **Horaris comercials.** La total llibertat d'horaris a la que sembla abocat el comerç per raó de les decisions del govern de l'estat (Reial Decret Llei 6/2000) és de tot punt incompatible amb el manteniment del model català de comerç que defensen les cambres com d'interés general. És més; aquesta pretensió de lliberalització absoluta atempta contra aquell esquema convivencial al que feiem referència abans i que permet fer compatible família i ocupació laboral i contribueix a dignificar el treball en el camp de la distribució. Aquest deteriorament de les condicions laborals en el sector és la base, precisament, del greu problema de la manca de vocacions empresarials i laborals comercials.

Urgeix, en conseqüència, l'assumpció d'una línia pròpia i clarament diferenciada de l'estatal en matèria d'horaris, sigui dintre d'una llei general o amb legislació específica i sempre amb respecte al necessari diàleg social en aquest tema. Les cambres consideren, en aquest sentit, plenament acceptats pel teixit econòmic els límits màxims de 8 festius oberts a l'any i de 72 hores setmanals d'obertura, amb les lògiques excepcions referides, bàsicament, als municipis turístics que ho requereixin.

- **Transparència del mercat.** L'actual marc normatiu comercial català s'ha demostrat, a la pràctica, parcialment efectiu en el seu intent d'ordenar els diferents formats de comerç en el territori i, en especial, les implantacions de mitjanes i grans superfícies comercials. Havent-se anat a Catalunya més lluny, sens dubte, que en altres comunitats autònomes de l'estat, el creixement de l'oferta de superfície comercial segueix però amb independència de les profundes variacions en l'estructura de la despesa familiar comercialitzable. La Llei d'Equipaments Comercials i el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials presenten llacunes que s'han aprofitat per desvirtuar una part important de les seves previsions. En concret:

- No s'ha donat compliment a l'exigència legal de **reversió en el comerç urbà de les plusvàlues generades** per les noves implantacions o, quan s'en ha fet referència pública, no s'ha explicitat amb claretat el seu destí real.

- Els **Programes d'Orientació dels Equipaments Comercials** han de deixar de ser, com són en la majoria de casos, un subterfugi per obviar les limitacions del PTSEC, tornant a la seva filosofia originària que no és altra que la de dotar, als comerços i serveis integrats en trama urbana, d'instruments d'urbanisme comercial que millorin la seva atractivitat, productivitat i competitivitat. El pas normatiu que correspondria, a l'entendre de les cambres, seria donar als POECs la categoria d'obligatoris sempre que el PTSEC ofereixi sostre comercial disponible per a mitjana o gran superfície i com a mesura de reordenació urbanística municipal davant de les variacions de l'oferta que suposa la nova implantació.
- Hauria d'aparèixer la figura del **POEC supramunicipal o comarcal** en el cas d'implantacions en un terme municipal, però quin impacte comercial afecta a diversos municipis. D'altra banda, caldria regular el **règim de repartiment** entre els diferents municipis implicats **dels beneficis** fiscals o urbanístics que es derivin d'aquest tipus d'implantacions.
- De l'anterior es deriva que haurà de ser afavorida per les administracions **l'ordenació municipal d'usos comercials i de serveis a les persones** com a millor eina d'una ordenació racional de l'oferta i com a mesura de manteniment de l'equilibri entre les diferents formes de comerç. A partir o al costat d'aquesta ordenació es pot parlar de les **zones d'excel·lència comercial i urbana** com a espais diferenciats dintre de les poblacions que són les que donen imatge i identitat a aquestes.
- També com a conseqüència d'aquesta ordenació que es predica pels espais públics, la concessió de les llicències comercials dels centres artificials han de condicionar-se a la total **transparència i publicitat del plec de condicions** d'accés d'operadors a aquests tipus de centres.
- Finalment, s'ha d'evitar l'implantació **d'empreses a pèrdua**, quin sol interès és guanyar quota i presència en el mercat sense cap atenció al compte de resultats.

- **Vendes especials.** Seria oportú reconsiderar les condicions que regulen les vendes especials i, en particular, la llargada del període de **rebaixes.**

- **Nou comerç.** La creixent aparició de la **nova immigració** en el sector, amb hàbits i objectius marcadament diferents al model català de comerç, ha de motivar, en primer lloc, una política social activa d'immersió en aquest model, amb eines d'assessorament específiques, sense oblidar el seguiment, com en qualsevol altra cas, del correcte compliment, per part d'aquest nou comerç, de la normativa vigent.

D'altra banda, també mereixen ser contemplades des d'aquesta particular òptica catalana les **noves tipologies comercials que aprofiten les tecnologies de l'informació.**

## **2. Estructures al servei del sector**

L'informació, l'assessorament tècnic, la promoció de la petita empresa comercial, mereixen un nou esforç de creació d'estructures estables que perpetuïn en el temps l'interès general per un model comercial específic. Per a les cambres, aquestes estructures de suport haurien de ser dos:

2.1) Un **Institut per a la defensa del model comercial català**, que prendria cura de l'anàlisi de l'evolució del sector, la generació i la sistematització de l'informació sobre el mateix i la producció de treballs i d'estudis que permetin avançar mesures de defensa d'aquest model.

S'integrarien en aquest ens eines com un Observatori del comerç, gabinets de cojuntura, el previst Registre de comerciants i el Registre de grans i mitjanes superfícies o la coordinació i creació de l'oferta de formació continuada per al sector. Les cambres de comerç de Catalunya són ens corporatius independents que poden desenvolupar aquest projecte.

2.2) Reconeixent l'important feina realitzada en favor de la millora de les estructures del comerç urbà català en el sí del COPCA de la Generalitat, segurament és arribat el moment de la configuració autònoma d'un **ConSORCI per a la Promoció del Comerç Urbà**, segregat de l'anterior, que executi, per delegació del govern de la Generalitat, les polítiques actives de foment d'aquest model comercial propi, cercant la millora de la prestació de serveis als ciutadans. Es tractaria, com ara, d'un ens mixte públic-privat a través del qual es canalitzarien els recursos públics per a aquestes finalitats. Les cambres de comerç, en compliment de les funcions a les que les obliga la llei (art. 11, 1, o de la llei 14/2002, de les cambres de comerç catalanes), per la seva implantació territorial i per la seva proximitat als operadors, haurien de ser el pivot bàsic per a l'execució de les polítiques de promoció i de foment d'aquest Consorci.

Ple del Consell General de les Cambres Oficials de Comerç, Indústria i Navegació de Catalunya