

## Jordi Obradors: «Pot haver-hi conflicte entre comerços urbans i periurbans»

*El Coordinador Territorial de PIMEC Vallès Occidental afirma que l'actual planificació urbanística, en què sòl industrial ha passat a ser d'ús comercial, "perverteix" el model territorial de Terrassa | Obradors afirma que "el que hem de preservar és el model de ciutat catalana, no el model de comerç català"*



Jordi Obradors (a la dreta) és el coordinador de la PIMEC Vallès Occidental Foto: PIMEC

Que el comerç a Terrassa s'ha guanyat un lloc en el fòrum ciutadà de debat és una realitat ineludible, i qualsevol conversa de bar pot acabar abordant el tema de manera més o menys efusiva. A aquestes altures, cadascú hi ha dit la seva, tothom s'ha posicionat en pro dels comerços de proximitat o a favor de les grans superfícies; però no totes les opinions són vàlides. L'objecte de discussió ?el model de comerç? pot semblar senzill a primera vista; lluny de la realitat. Quin convé més a Terrassa? Hi ha marge de maniobra per establir un o altre model? Quin paper tenen els Plans Urbanístics?

Davant el rumb que està agafant l'assumpte, i amb voluntat de posar una mica criteri, **La Torre** ha parlat amb el Coordinador Territorial de PIMEC Vallès Occidental, Jordi Obradors. Obradors afirma que tot plegat "és més complex del que sembla", i que "els efectes que té un o altre comerç són totalment diferents".

### Quina és l'arrel del problema?

Quan es va planificar el sòl industrial es va donar un ús principalment industrial, però alhora es va proporcionar compatibilitat d'ús terciari i comercial. Aquesta planificació, en un moment en què la indústria té capacitat d'inversió, no té cap problema. Tanmateix, ara estem en un moment en què la capacitat d'inversió de la indústria ha caigut, no estem en un context d'inversió immobiliària.

No hi ha una dinàmica per part de la petita i mitjana empresa de generar noves indústries.

### **En què deriva aquesta situació?**

Davant d'aquest panorama de manca d'inversió industrial en el sector immobiliari per obrir activitat, fa que els polígons no tinguin pretendents. Com que l'actual planificació permet l'ús comercial i qui té en aquests moments capacitat financera és la gran distribució, aprofita aquesta situació, a la que se sumen els preus del sòl relativament baixos. Això perverteix el model, ja que aquests polígons s'han planificat per a un ús industrial. Mentre tenim unes polítiques clares i unes inversions públiques en reindustrialitzar la comarca, per la porta del darrere ens estan entrant operadors que no són els que nosaltres volíem des del punt de vista de la planificació i de l'estratègia política del territori.

### **El terreny pateix alguna revalorització?**

Sí. En el moment que en un polígon s'instal·la un distribuïdor comercial, el preu per m2 que paga és més elevat que el preu m2 industrial, de manera que genera plusvàlues en el propi polígon i puja el preu del sòl d'aquest. Amb tot plegat surt perdent l'industrial, ja que li serà encara més difícil poder-s'hi instal·lar.

### **Aquest model d'extraradi genera molta mobilitat**

Ens amoïna la mobilitat per motiu de compra que genera el comerç periurbà, ja que la comarca té un dèficit d'infraestructures viàries important. Per si no fos poc, estem instal·lant una distribució comercial que tensa molt més les infraestructures viàries de la demarcació.

### **S'està disparant l'oferta?**

Estem en una situació en què l'oferta i la demanda s'han desequilibrat des de fa anys. La demanda ha baixat, ha caigut la demografia i la renda de la població és més baixa. En canvi l'oferta no para de créixer, perquè tots els metres disponibles de la demarcació planificats són molts. Hi ha un desajust que el mercat soluciona quan no s'és capaç de marcar uns límits.

### **Com s'ajusta llavors?**

Amb la precarització, baixant salaris, condicions, serveis i qualitat; i amb la destrucció d'oferta per desaparició d'operadors, que pot portar a un conflicte entre comerços periurbans i un altre entre comerços urbans i periurbans.

### **Quins efectes tenen els dos tipus de model en matèria econòmica?**

Està clar que el model de la gran distribució requereix de gran proveïdors i empreses de serveis jurídics, d'alumini, de fusteria, de disseny... En canvi, el model de petita i mitjana empresa requereix empreses de proveïdors i serveis d'una mida similar. És a dir, un comerç de Terrassa segurament té un llaurer, un fuster, un assessor, un publicista i un advocat que són de la mateixa ciutat o d'algun poble del costat. Per tant, el que estan fent les PIMES és crear una microeconomia al voltant de la seva activitat molt important, que redistribueix riquesa pel territori. Si se'ns implanta una gran empresa, tindrà externalitzats i centralitzats tot un seguit de serveis a la casa matriu o a submatrius territorials a nivell català o espanyol. El discurs és més ampli, quedar-nos en el debat comerç de proximitat vs. grans superfícies és molt simple perquè admet qualsevol tipus de demagògia, en ambdós sentits.

### **Què s'ha de fer doncs?**

Cal fer una reflexió i un anàlisi econòmic, sectorial, territorial i polític; i a partir d'aquí, prendre les decisions estratègiques. Amb tot plegat, necessitem una Taula de Coordinació Comarcal que ens doni una visió i unes capacitats de reflexió del que està passant i ens corresponsabilitzi sobre el que fem amb la nostra indústria, amb el nostre comerç, amb les nostres infraestructures i amb el nostre sistema territorial i mediambiental.

### **I des de l'Ajuntament?**

Poden anar més enllà. Poden fer revisions de plans d'usos, de plans urbanístics de plans parcials. Passa que això té complexitats i jo ho entenc. Estan atrapats en una trampa que s'han fet ells

mateixos. S'ha planificat però sense ser prou estratègics. Així doncs cal saber què tenim sobre la taula. Tot el que s'hagi de fer nou, és competència municipal, l'existent també, en tant que es pugui revisar.

#### **A l'executiu li ha semblat bé la formació d'aquesta taula?**

L'altre dia el Consell Comarcal va aprovar la creació d'aquesta taula, ara falta veure com s'estructura orgànicament, quins recursos tindrà, i quins objectius s'ha de marcar.

#### **Com seria un bon Pla Urbanístic a Terrassa?**

No ho puc dir perquè no l'he analitzat a fons; en tot cas, hi ha un cert diagnòstic compartit amb l'Ajuntament en alguns temes. Ara el que toca des de l'executiu és passar a l'acció, dir que no es pot fer res perquè és competència de la Generalitat és molt simple.

#### **Què passa si les grans superfícies entren a la ciutat?**

Quan entren els dos models de comerç dins la trama urbana, el mercat s'encarrega de fer-los competitiu i eficients, la demanda és qui mana. Però d'entrada, si no deslocalitzem les grans superfícies, ja estem solucionant els temes de sostenibilitat i territori, alhora que no afectem la política de reindustrialització.

#### **Però el petit comerç no pot fer front a les grans cadenes**

Depèn. Si parlem d'alimentació, té molts nínxols de mercat. L'Esclat té un públic que és possible que el Mercadona no tingui, i el Dia tampoc. I és que cada empresa té el seu lloc en el mercat i es dirigeix a un consumidor específic; no tots som iguals quan consumim. Hi ha gent que valora el preu, així com també n'hi ha que valora la qualitat, proximitat o informació. Per exemple, Casa Ametller és un model que no té res a veure amb les empreses que he citat, però ha sabut trobar el seu espai dins el mercat i funciona. Es tracta que guanyi el millor, i com més competència, millor encara. Les empreses es tornen eficients quan hi ha rivals.

#### **El peix gran s'acabarà menjant el petit**

El que té valor del nostre model comercial no són els formats, sinó el fet de tenir comerços dins la ciutat, al contrari que el model americà, francès o anglès. El que hem de preservar és el model de ciutat catalana, no el model de comerç català. D'altra banda, hi ha molts condicionants per obrir negocis dins la ciutat: la mida de la finca, per exemple; no n'hi haurà moltes de 5.000m<sup>2</sup>, per tant el propi entorn ja marca les pautes. Igualment l'Ajuntament pot fer un pla d'usos i controlar l'oferta.

#### **Quin consell donaria als comerços poc competitiu?**

Bàsicament han de buscar inspiració. I la inspiració arriba de dues maneres: sortint de la botiga per formar-se amb altres experiències i models, anant a cursos i conferències; i associant-se amb altres comerciants, perquè fan moltes iniciatives que acaben arrossegant al més mandrós en dinàmiques col·lectives positives.