

ECONOMIA

L'auge del turisme residencial a la Cerdanya en transforma el comerç

La nova bombolla immobiliària, amb la construcció desbocada de segones residències, porta l'arribada sobtada de grans cadenes de supermercats i el tancament de les botigues tradicionals de poble

MIQUEL SPA
Puigcerdà

La Cerdanya viu una segona revolució. Ara en el sector comercial. L'auge del turisme residencial, amb un índex de construcció de cases que en els últims anys ha multiplicat per sis la mitjana nacional, amb unes 200 cases noves per a segona residència cada any, ha comportat una incidència directa i sobtada en el model de comerç tradicional. Les botigues petites de poble viuen els últims dies, sense relleu generacional i, alhora, enfonsades per la competència de grans cadenes de supermercats.

El cas més paradigmàtic que viu el sector del comerç de la Cerdanya en els últims anys és Bellver. Un dels municipis amb més creixement urbanístic de Catalunya, veu passar la població dels poc més de 2.200 habitants entre setmana a més de 5.000 els dissabtes i diumenges. Aquesta realitat ha anat canviant en l'última dècada la realitat comercial del poble. Fa una dècada, Bellver comptava amb tres botiguetes de queviures vinculades a famílies de la població. En els últims cinc anys, el poble ha vist obrir fins a quatre nous supermercats i han reduït el marge de negoci estrictament local als productes de valor afegit, com ara els de carnisseria. Aquesta és una tendència general, però que es viu arreu del país de manera especial als entorns rurals. A la Cerdanya, l'acceleració dels sectors de la construcció i el turisme residencial l'han convertit en un canvi sobtat. Els



Clients a la caixa de pagar en un supermercat de Bellver, aquesta setmana

estudis de la Generalitat i les patronals apunten que en l'última dècada han tancat al país cinc-cents botigues tradicionals. En paral·lel, els establiments de carnisseria s'han reduït una quarta part, i tan sols a la demarcació de Lleida han tancat més de vint forns de poble.

Al costat del tancament de negocis petits i l'arribada de cadenes de supermercats, també es produeix a la Cerdanya un canvi en els horaris comercials. Molts establiments, tant de venda al detall com de restauració, han decidit reduir les hores d'obertura entre setmana, tancant a les tardes o obrint a partir de dijous. En aquest sentit, la gran diferència de feina dels

Miquel Spa

caps de setmana obliga a multiplicar -ne les hores laborals i, doncs, a reduir -les de dilluns a divendres per garantir les hores de descans als treballadors.

«Som una espècie en extinció»

Ramon Solà regenta la carnisseria de Bellver Cal Bieló, una de les de referència a la comarca amb vedella local. El comerç s'ha adaptat a la nova realitat social i econòmica de la Cerdanya amb horaris que concentren la feina el dissabte i reduïx el servei entre setmana als matins. El carnisser explica que «vaig canviar els horaris perquè em va plegar una dependenta, no hi ha gent que vulgui fer aquesta feina i perquè si vull que treballin 40 hores no hi ha altra manera; la feina es concentra molt en puntes altes. El problema és que tots els caps de setmana hi ha molta feina, però és el que hi ha». Pel que fa al futur i l'arribada de supermercats a la població, Solà argumenta que «estem abocats a això, som una espècie en vies d'extinció. Cada dia ho veig més clar. No hi ha relleu. A Cal Jaume, a casa meva, al Tino? No hi ha relleu generacional i amb la guerra dels 'súpers', que ara se la fan entre ells, els pobles han perdut el caràcter propi. A Alp ja va passar, el supermercat els va arrasar».

Solà veu que «la guerra dels supermercats ara s'ha traslladat a l'interior de les poblacions. Això és la llei de l'oferta i la demanda. Si ara hi ha demanda, obren, i si algun dia n'hi ha algun que no pugui viure, tancarà i malauradament, a nosaltres les carnisseries del poble ens queden quatre dies». ■

Miquel Spa



Ramon Solà a la carnisseria Cal Bieló de Bellver, aquesta setmana