

**Moció d'ERC-AM, a favor
del comerç local.**

2.2. (CINQUENA).- MOCIÓ DEL GRUP POLÍTIC MUNICIPAL D'ERC-AM, A FAVOR DEL COMERÇ LOCAL.

MOCIÓ

...

La xarxa comercial de Cornellà es va anar estructurant en tres eixos durant el segle XX, tots tres al voltant dels mercats del Centre, Marsans i Sant Ildefons. Els mercats sumen més de 200 parades i ofereixen un servei molt ben valorat per la ciutadania.

El mercat del Centre, inaugurat a finals del segle XIX, és el cor de l'eix comercial articulat al voltant del carrer Rubió i Ors i la Rambla. L'edifici actual és de 1974 i hostatja actualment unes quaranta parades.

Al voltant del mercat Marsans també s'articula el comerç de proximitat del barri, la Gavarra. Fundat el 1960, actualment també té una quarantena de parades. La zona d'influència s'estén des de la Miranda fins a la plaça de Catalunya.

El mercat de Sant Ildefons es va fundar el 1971, té unes cent vint parades. Dóna servei al barri més poblat de Cornellà i vertebrava una zona amb gran concentració de comerços que s'estén al llarg del carrer del Doctor Arús i les avingudes de la República Argentina i de Sant Ildefons.

Aquests tres eixos comercials es van anar desenvolupant de manera natural a mesura que els barris creixien en el temps, donaven vida als carrers i cohesionaven Cornellà. La bona vida del comerç de proximitat va començar a trontollar de debò amb l'eclosió dels grans centres comercials, primer a l'entorn de la comarca i Barcelona, i ben aviat també a Cornellà.

El primer va ser el Llobregat Centre Comercial, conegut com a Eroski, inaugurat el desembre de 1994, amb 35.000 m² de superfície, 110 locals i 1.600 places d'aparcament. Aquest espai va suposar un cop molt dur per al petit i mitjà comerç del Centre, que va començar una lenta decadència. El Llobregat Centre Comercial va estar en perill de desaparició durant la crisi econòmica d'aquests anys i després de la inauguració de l'Splau el 2010. Actualment ha recuperat les sales de cinema i té més del 70% d'ocupació dels locals, un reviscolament que prové del fet de la reconversió en "outlet" el 2013.

El juny de 1999 es va obrir el Corte Inglés i l'Hiperacor al barri Almeda, amb una inversió de 96.000 euros, 45.000 m² de superfície i aparcament per a 2.450 cotxes. Aquest espai va contribuir a polaritzar l'oferta comercial de Cornellà i quedava al marge dels tres grans eixos naturals del Centre, Gavarra i Sant Ildefons.

Aquesta tendència es va consolidar amb l'obertura de l'Splau el maig del 2010. En plena crisi econòmica s'inaugurava un espai de 54.000 m² amb aparcament per a 2.800 vehicles a cavall entre el terme municipal del Prat i el de Cornellà. Aquest centre comercial també es va construir d'esquena al comerç de proximitat de la ciutat i en queda deslligat, desaprofitant les oportunitats que un pol d'atracció com aquest podria generar per als nostres botiguers.

Al 2003 es creava Cornellà Compra a Casa, una associació que aplega part del petit i mitjà comerç (uns 300 comerços) i els mercats municipals. L'associació promou la dinamització del comerç local amb diverses campanyes i té una targeta de fidelització amb descomptes diversos en les botigues adherides.



Paral·lelament, s'han anat implantant a la ciutat grans cadenes de supermercats, com els del Mercadona, Caprabo i Lidl. Alhora cada cop hi ha més presència de basars xinesos.

Els tres eixos de comerç de proximitat (Centre, Gavarra i Sant Ildefons) cobrien la major part de les compres quotidianes de més del 70% de la població de Cornellà, segons es desprèn de l' "Estudi d'impacte sobre el comerç de Cornellà" del 2005. Segons aquest estudi, a Cornellà hi havia al voltant de 1.300 establiments aquell any; d'aquests establiments, els més nombrosos eren els dedicats a l'alimentació, a la llar i els de productes a la persona. Aquell estudi assenyalava les principals deficiències del comerç "urbà" de proximitat: poca interconnexió entre els tres eixos comercials, urbanisme poc atractiu, façanes comercials discontinues, dèficits greus en alguns sectors (sobretot el de cultura i lleure) i l'amenaça del nou centre comercial, l'Splau. L'estudi preveia que sense una política comercial institucional decidida, el comerç "urbà" de proximitat perdria almenys 13 milions d'euros en benefici de l'Splau, i recomanava amb urgència l'elaboració d'un pla estratègic comercial. El que no podia preveure era els efectes de la crisi econòmica, que ha etzibat un altre cop dur al comerç local. El resultat de tot plegat ha estat la desertització de carrers com el de Rubió i Ors i la Rambla, amb l'exemple recent de la centenària botiga Balasch, la més antiga de Cornellà, tancada el juny d'enguany.

El comerç local de Cornellà de Llobregat fa anys que pateix la pressió de les grans superfícies comercials, mentre que alhora la política de suport institucional de l'Ajuntament ha estat feble i discontinua en el temps. Actualment, les actuacions de l'Ajuntament en matèria de comerç es basen en les campanyes de Rebaixes, Sant Jordi i Nadal. També es fa la Shopping Night i el Quinto Tapa.

Per tal d'aturar aquest procés de degradació, cal que l'Ajuntament de Cornellà encarregui un estudi actualitzat de l'estat actual del comerç local a partir del qual es faci un pla estratègic comercial potent. Actualment l'equip de govern de la ciutat ha traslladat a l'Acord Social i en altres mitjans la voluntat de realitzar un Pla Estratègic del Comerç per al proper 2017.

Cal desplegar mesures de promoció comercial coherents i permanents en la línia de les que ja promou el Consorci per la Promoció i la Dinamització del Comerç a Cornellà i les entitats que l'integren, com Cornellà Compra a Casa. Aquestes mesures han de ser molt més decidides i estables en el temps i han de facilitar la integració de tot el teixit comercial de Cornellà.

Per tot això, proposem al Ple de l'Ajuntament de Cornellà de Llobregat l'adopció dels següents

ACORDS

Primer.- Realitzar un estudi de l'estat actual del comerç local.

Segon.- Realitzar un Pla Estratègic de Comerç amb la col·laboració de tots els agents implicats: mercats municipals, Cornellà Compra a Casa, comerços, centres comercials i els grups municipals.

Tercer.- Reordenar el comerç local amb la definició de nuclis comercials a cada barri, amb recursos d'aparcament i eixos comercials connectors.

Quart.- Impulsar el comerç local i de qualitat, amb especialització sectorial.

Cinquè.- Treballar conjuntament amb els mercats municipals per estudiar la modificació horària d'atenció al públic, adaptant-se a les noves realitats.

Sisè.- Crear un servei des de l'Ajuntament per assessorar en les necessitats per obertura de nous comerços o en la renovació dels existents.

Setè.- Oferir formació continuada als comerciants, oferint eines per adaptar-se als nous temps.

Vuitè.- Crear un web local de difusió del comerç local.

Novè.- Traslladar aquests acords als mercats municipals de Cornellà, al Cornellà Compra a Casa i als comerços de Cornellà.

...