

S'acaben les rebaixes?

À

Temps era temps en què, a principis de juliol, hi havia un gran moviment comercial als nostres carrers bo i cercant productes rebaixats de preu. Com passava també després del període de Nadal i Reis, gran part dels establiments -especialment els del ram de la moda i els seus complements- oferien el seu gènere bé de preu. A mesura que anaven passant els dies i els estocs disminuïen, aquests reduïen encara més el seu cost. Tot plegat per anar preparant la nova temporada i els botiguers disposar així d'espai per rebre els nous articles. Aquest any, però, m'ha donat la sensació que aquesta febre consumidora per adquirir coses a preus rebaixats s'ha ant diluint, almenys de la manera que l'havíem conegut fins ara: un dia determinat, i amb gran ressò mediàtic, hom s'atansava a les botigues atret per uns productes de marca, a un preu sensiblement inferior a l'habitual. O sigui que la fórmula "qualitat a bon preu", funcionava prou bé.

Ara, però, sembla que la necessitat d'aprofitar aquest període per trobar gangues s'ha anat esfumant. En un món on hi ha una híper-informació i una necessitat malaltissa per fer canvis constants de col·leccions, de models i de moure tothora els preus, fa que s'hagi perdut bona part de l'encant d'*anar de rebaixes*. És evident que una de les raons, ha estat que les cadenes, aprofitant una certa indefinició legal a causa de les múltiples impugnacions que ha anat rebent, per part de l'Estat, la llei catalana de comerç, han avançat les seves ofertes, desdibuixant, doncs, un període temporal acotat que tothom seguia i que permetia visualitzar un moment excepcional i atractiu que feia de bon aprofitar.

No tinc clar si aquesta manera de funcionar tradicional era del tot òptima. Ben segur que el propi dinamisme de les empreses i de la societat en general, implica fer alguns ajustos i canvis. Però d'aquí a passar a un liberalisme salvatge a l'hora d'aplicar certs convencionalismes sectorials, em sembla excessiu. Més que res, perquè no són fruit d'un debat intern i d'un consens, sinó de la imposició de les grans empreses i cadenes internacionals que acaben colonitzant tota la nostra xarxa urbana comercial, cada vegada més clònica i que apreten tant com poden (i amb èxit!) les administracions per tenir barra lliure a les seves pretensions oligopolístiques. És ben cert que en un món on hi ha una oferta sobredimensionada, no només física, sinó també de comerç electrònic via Internet, cal redefinir estratègies i conceptes, però em molesta en gran manera que sigui forçat per uns pocs que en volen treure un rendiment ràpid i excessiu i, sense manies, una posició de domini.

Ara mateix em dóna la sensació que t'acaben prenent el pèl, ja que no hi ha la garantia (que sí que contemplava, entre d'altres coses, la llei aprovada majoritàriament pel nostre Parlament) que els productes siguin realment rebaixats, ja que s'hi amaguen peces de poca categoria i qualitat fabricades específicament per fer veure que gaudeixen de descompte, quan en realitat ja es venen al preu que tocaria.

Sé que és difícil a vegades nedar contracorrent, però m'agradaria pensar que encara som a temps de reconduir aquesta dinàmica. Si la llei comercial catalana és fruit del consens i d'un model propi de societat, per què ha de rebre atacs constants? Penso igualment que, més enllà del que facin els grans, la resta haurien de tenir la força i la convicció necessàries per tenir clar el seu model i seguir-lo. I aquí la nostra administració hi hauria de donar el suport necessari per no desdibuixar una manera de fer i de ser que és, al meu entendre, absolutament vàlida perquè és la nostra i ha funcionat prou bé fins ara. Una cosa és la norma i l'altra la tradició. Al cap i a la fi el comerç de proximitat també crea ciutat amb la seva manera de ser i de fer. Encara hi som a temps!