

2,50 €

'CUPCAKES' 4,95 €  
CURS D'ANGLÈS 9,95 €

LLIBRE 'CUINA CATALANA  
DELS BOLETS' 4,95 €

DIUMENGE  
20 D'OCTUBRE DEL 2013

CONSELL DE CENT 425-427  
BARCELONA. TEL. 93.265.53.53

www.elperiodico.cat  
www.grupozeta.es

DIRECTOR  
ENRIC HERNÁNDEZ

CURR.P. 27-13

# el Periódico

de Catalunya

dg.20

35 ANIVERSARI  
per a gent compromesa

## MÉS PERIÓDICO

### Així vaig retratar el torero Juan José Padilla

Article del fotògraf Daniel Ochoa de Olza



## AVUI

### 'Cuina catalana dels bolets'

Les millors receptes, per només 4,95 €



### Curs d'anglès

Tercer llibre+CD, per 9,95 €

### 'Cupcakes'

per només 4,95 €

## DOS MODELS DAVANT LA CRISI DE CONSUM

TEMA DEL DIUMENGE  
► Pàgines 2 a 6 i editorial

# El comerç de BCN resisteix millor que el de Madrid

**Ciutat Vella** té 559 botigues tancades, i el centre de la capital d'Espanya, 1.191

**El turisme internacional** marca la diferència entre les dues ciutats



ARTICLE DE **Xavier Trias** ALCALDE DE BARCELONA «**Què necessitem per al 2022**» ► Pàgina 9



LA IMMIGRACIÓ A EUROPA

## Leonarda: «Hollande no té cor»

► La jove expulsada de França diu que no tornarà sense la seva família

PANORAMA ► Pàgines 14 i 15



La noia expulsada, amb dos germans, ahir a Mitrovica (Kosovo).

AFP/ARMEND NIMANI

## El Barça s'encalla i deixa escapar el rècord

► L'empat a Pamplona (0-0) i la victòria del Madrid escurcen diferències davant el clàssic

PRIMERA FILA ► Pàgines 56 a 60



## Esclaus del mòbil

► Els psicòlegs alerten de l'ús abusiu de 'smartphones' per nens i adolescents

COSES DE LA VIDA  
► Pàgines 36 i 37, i editorial

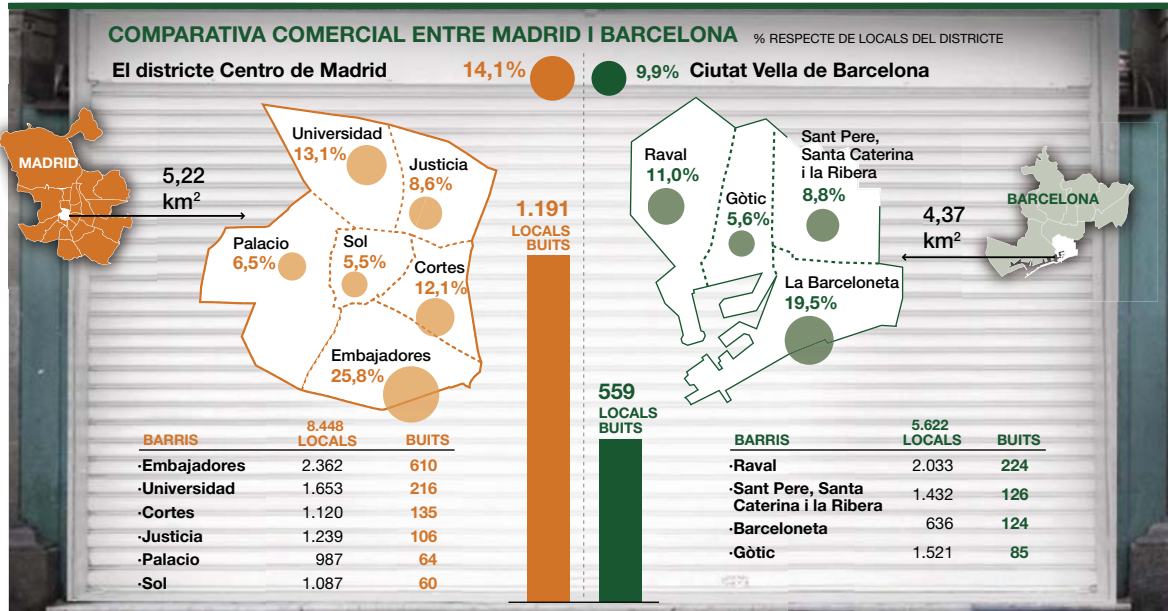
**Prado Rey**  
**Roble**  
Un vino pionero de personalidad única y con una relación calidad precio excelente.

Prado Rey; en todos los sentidos

www.pradorey.com

# eP Tema del diumenge

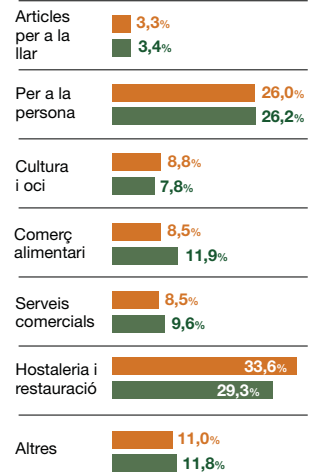
## Dues ciutats, dos models



### Tipologia dels comerços

% RESPECTE DE LOCALS DEL DISTRICTE

■ DISTRICTE CENTRO DE MADRID  
■ CIUTAT VELLA DE BARCELONA



Font: Observatori econòmic urbà Eixos

### REVISIÓ A DOS EPICENTRES ECONÒMICS

# El centre de Madrid té el doble de botigues tancades que el de BCN

Un informe independent sobre els dos nuclis conclou que el català va millor gràcies al turisme || Ciutat Vella, amb el 9,9% de locals buits, manté el 'mix' comercial estable i sense monocultiu turístic

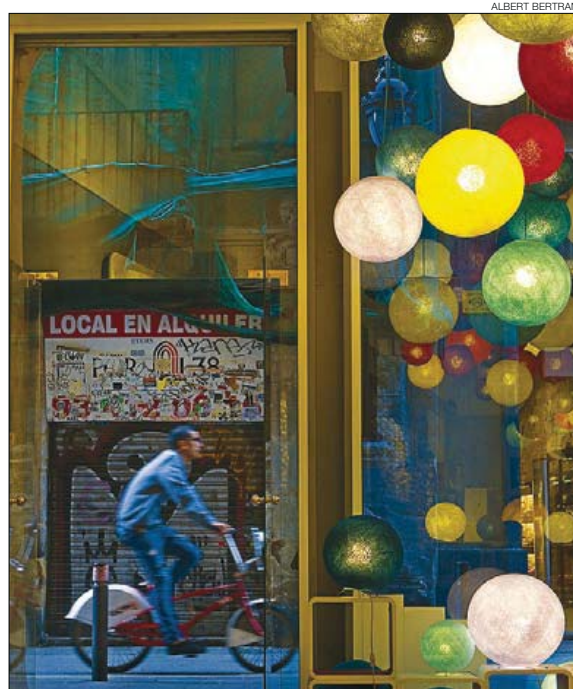
PATRICIA CASTÁN  
BARCELONA

S'espera que la ubicació ho és tot a l'hora d'obrir un negoci. I que els comerços als centres de les ciutats estan molt més oxigenats, malgrat la crisi, que els que estan situats a la perifèria. Però el que descobreix un nou informe independent és que, amb les xifres a la mà, la capital catalana té un epicentre de botigues més dinàmic que la capital d'Espanya mateix. Concretament, la quantitat d'establiments tancats a Barcelona (559) suma la meitat que a Madrid (1.191). Percentualment, la diferència és menor, 9,9% de persianes abaixades davant el 14,1%, perquè amb un 19% més d'extensió territorial, el nucli històric madrileny alberga més immobles que el català. La lectura dels experts de l'observatori econòmic urbà Eixos és que l'èxit turístic internacional de Barcelona és clau en aquesta activitat més elevada als seus espais comercials. Però l'informe també trenca estereotips al perfilar el mix comercial de Ciutat Vella com a model «equilibrat» que, malgrat les aparences, no ha sucumbit al monocultiu turístic.

L'estudi impulsat des de l'empresa Planol.info, que fa uns mes-

os ja va dissecar tot el comerç de Barcelona per descobrir que un 12,6% de les seves botigues tenien la persiana abaixada, posa la lupa en aquest cas al districte Centro madrileny, per comparar la seva situació comercial amb la del melic de Barcelona. En el primer es concentren 8.448 negocis, davant dels 5.622 del segon, repartits aquests en 4,37 quilòmetres quadrats. En els dos casos conviuen diversos barris amb més i menys agitació de visitants i compradors, segons les dades recollides els últims mesos del 2012 i primers del 2013.

I encara que la conclusió és que els dos centres poden presumir de bona salut econòmica en els temps que corren, explica David Nogué, director de l'informe, Barcelona obté notes més brillants i un índex d'atracció comercial més alt. L'equip ho atribueix al fulgor turístic, que substitueix en certa mesura la caiguda dels mercats interiors. Un turisme arribat de tot el món que creix a la capital catalana -fins a representar l'any 2012 el 78% dels viatgers- i continua baixant a Madrid, la influència del qual s'endevina en l'estil i oferta d'una part de les botigues. No obstant, destaca Nogué, el detallat examen trenca el tòpic del monocul-



► Un local de lloguer vist des d'una botiga d'Avinyó, divendres.

tiu apoderat del cor de Barcelona. Els números indiquen que l'ull de l'huracà turístic, el Gòtic, acumula un pírric 5,6% de tancaments, ubicats sempre als carrers més amagats. A l'altre extrem, la Barceloneta ronda el 20% al focalitzar la seva oferta, com cap altre barri, en el sector de la restauració.

**POLS D'ATRACCIÓ** // Hotels, bars i restaurants són clau per a les dues ciutats, tot i que el seu pes se situa quatre punts per sobre (33,6 de la seva oferta total) en el cas del centre de la capital espanyola. En els dos casos, l'anomenat índex d'atracció comercial, obtingut calculant els establiments de compra no quotidiana respecte del total de locals disponibles, ronda el 30%, la qual cosa els situa dins els límits suficients per justificar el desplaçament de compradors des de tota la ciutat. No només de viatgers de pas. En determinats eixos d'or de les dues metròpolis, com el Portal de l'Àngel i Portaferriera, o la Gran Via-Fuencarral aquest índex es dispara.

L'estudi no té en compte el factor horari en aquesta valoració. Madrid permet l'obertura dels establiments en festius, mentre que Barcelona no, encara que els últims mesos el

REPTES DEL SECTOR A BCN

**1 La posada al dia** dels horaris comercials a la ciutat camina cap a l'ampliació a vuit nous festius.

**2 El comerç tradicional** i els grans eixos turístics encara han de pactar els detalls i les dates.

**3 L'Ajuntament de BCN** es manté al marge i deixa que el sector aconseguixi arribar a un consens.

Desglossament de Ciutat Vella % RESPECTE DEL TOTAL DEL DISTRICTE

BARRIS	Articles per a la llar	Per a la persona	Cultura i oci	Comerç alimentari	Serveis comercials	Hostaleria i restauració	Altres
Raval	4,3	19,9	7,7	14,0	14,5	27,1	12,4
Gòtic	2,3	31,1	9,3	8,1	5,5	32,1	11,6
Barceloneta	2,5	15,8	3,9	17,4	8,6	41,4	10,4
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	3,5	33,8	7,6	11,3	7,7	24,4	11,7

Tots els locals

	Per a la llar	Per a la persona	Cultura i oci	Comerç alimentari	Serveis comercials	Hostaleria i restauració	Altres
Barcelona	34.448	1.676	8.134	2.163	3.785	4.811	7.040
Ciutat Vella	5.063	170	1.329	393	605	486	1.483
% Ciutat Vella	10,1%	16,3%	18,2%	16,0%	10,1%	21,1%	8,7%

centre de la capital catalana, com va avançar EL PERIÓDICO a l'agost, ha pres la iniciativa en forma d'obertures espontànies, mentre es viu un pols legal entre la Generalitat i el Govern central.

L'anàlisi del mapa de tancaments a Ciutat Vella també permet precisar quines zones necessiten manobres de reanimació urgent. Al capdavant se situa el barri mariner, ja que la consultora estableix el 80% de locals oberts (o índex d'aprofitament del teixit comercial) com a límit per a la bona salut comercial d'una zona. En números absoluts, el Raval és el barri amb més locals en desús

**Bars, restaurants i hotels concentren el 29,6% dels negocis actius al districte històric barceloní**

(224, un 11%), però també el més generós en oferta, mentre que Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera se situen en el 8,8%.

Les disparitats per zones són més acusades en el cas de Madrid, on la zona de Sol (en situació similar al Gòtic) és la més privilegiada en atracció comercial.

Aquest informe (amb els establiments geolocalitzats des de la web eixos.cat) permet deduir també que el pla d'usos funciona com a filtre per frenar una descompensació (amb el fre a botigues de *souvenirs* i restaurants en moltes zones) fruit de la pressió turística, argumenta Nogué, director de l'informe. Madrid, malgrat el seu model més liberal, no es veu sotmesa a aquest fenomen i ha obtingut un cert equilibri basat en la simple llei de l'oferta i la demanda. ≡



► Ambient de compres al carrer de la Portaferrissa, divendres passat.

precedent LA UB TAMBÉ VA COMPARAR

► L'informe portat a terme recentment pel Laboratori de Transferència en Economia Aplicada de la Universitat de Barcelona, a petició de l'ajuntament, a més de recomanar l'obertura en 8 o 10 festius més a l'any, per incrementar el negoci de la venda a turistes, sense condicionar el model comercial tradicional barceloní, va comparar aquest últim amb Madrid.

► S'hi destacava que malgrat que la política madrilenya és molt més liberalitzadora pel que fa als horaris, en el període de més caiguda econòmica (2008-2011) Madrid ha perdut més comerç detallista que Catalunya. En aquesta comunitat la reconversió del petit comerç va començar abans de la crisi, per canvis sociodemogràfics i d'hàbits dels consumidors.

DISTRICTE EN PLENA EVOLUCIÓ

Més que bars i 'souvenirs'

L'hostaleria de Ciutat Vella copa el 21,1% de l'oferta total del sector a Barcelona

P. C. BARCELONA

Ciutat Vella no és un districte més entre els 10 de Barcelona. Ni en femsomia comercial ni en facturació. En pràcticament tots els apartats possibles de l'oferta comercial, de la restauració als articles per a la llar o la persona, la cultura i l'oci i els serveis generals, la seva proporció del pastís respecte de la ciutat és superior a una teòrica desena part. En qüestió d'allotjament i gastronomia uneix una cinquena part (21,1%), en cultura el percentatge que pessiga és el 18,2%. En conjunt copa un 14,7% de l'oferta comercial.

Passejant pel centre, la idea de la invasió de negocis fàcils per enriquir-se a costa del viatger fa forat en qualsevol ciutadà. No obstant, el retrat detallat de la situació indica que això passa només en zones molt concretes (com la Rambla), mentre que el conjunt del districte té un sorprenent ordre intern, en termes de proporcions. Per exemple, el comerç alimentari quotidià, lluny d'extingir-se, representa gairebé un 12% de l'oferta total del districte, i arriba al 16% del volum d'aquest sector a la ciutat. En números absoluts, Ciutat Vella suma 605 botigues de comestibles, encara que la xifra estigui engrixada pel fenomen de les botigues de queviures regentades per immigrants que també proliferen a la resta de la ciutat. A la capital d'Espanya, en canvi, aquest apartat no arriba al 8,8% de la seva oferta, dada que no sorprèn en «una ciutat molt més bolcada a comprar en grans centres comercials», reflexiona David Nogué.

Diferents realitats

Amb Barna Centre, al Gòtic, com a eix de botigues que batega més de la ciutat (i la barbaritat de 51 milions de visitants a l'any), qualsevol altre dels barris del centre està cridat a jugar un paper secundari. El que envolta el Born està indubtablement de moda, però ni el de vessall de vianants és tan nombros, ni la simfonia de les caixes registradores sona tan dolça com sona per a les grans multinacionals que s'han fet seu el Portal de l'Àngel. I això que Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera tenen la proporció d'ar-

ticles per a la persona més elevada (33,1%) i són segons en el districte pel que fa a restaurants i hotels, amb un 32,1% de la seva oferta, només al darrere d'aquesta Barceloneta que fa flaire de paella i peix fresc.

Davant la seva hegemonia gastronòmica, el barri mariner pateix el pes d'un 19,5% de locals buits. El president de l'Agrupació de Comerciants i Industrials de la Barceloneta, Josep Domènech, culpa a parts iguals la crisi i l'alt preu dels lloguers a la zona. «Són massa cars perquè vingui gent jove amb ganes d'obrir negocis nous», argumenta. De manera que els immigrants pakistanesos són els que acaben

**El 18,2% de l'oci i la cultura es concentra al nucli antic de la capital catalana**

**La Barceloneta, edèn de colmadors i restaurants, té la proporció més alta de tancaments**

obrint colmadors. No és casual que el 17,4% de l'oferta del barri sigui d'alimentació, la xifra més alta en tot el districte. I que tingui la quantitat més baixa en l'apartat de la cultura i l'oci. Curiosament, la seva proporció comercial és la més dispar sobre les mitjanes per sectors de la ciutat.

Amb molts restaurants del cotitzat passeig de Joan de Borbó en situació de caiguda lliure d'ingressos (com va avançar aquest diari el mes de febrer), el barri manté el ple de locals en punts transitats, com els carrers de Maquinista, Ginebra o Churrucra, però l'oferta de «disponible» es dispara als carrers interiors. «Fan falta reclams per fer entrar la gent al barri», diu Domènech. El dia 22 de desembre portaran a terme una jornada de comerç al carrer amb vendes i activitats que aniran adreçades a tots els públics, avança. ≡

## Dues ciutats, dos models ► El cas de la capital d'Espanya

Pàgines 2 a 6 ►►



JOSÉ LUIS ROCA

►► Un home vestit de torero intenta atraure l'atenció dels turistes a la plaça Mayor de Madrid, divendres.

# Madrid enveja el 'model BCN' per atraure visitants estrangers

► Els hotelers demanen més promoció internacional per remuntar la sagnia

► La ciutat ha perdut des de començament d'any un 7,7% de turistes estrangers

del firmament madrileny: Barajas ha patit des de començament d'any una baixada de trànsit del 14,3%, i això li ha costat ser superat per primera vegada per l'aeroport del Prat al mes d'agost.

JUAN CARLOS ROSADO  
MADRID

Els turistes no semblen estar gaire convençuts que allò de *De Madrid al cel* segueixi estant vigent. ¿Com es pot explicar, si no, que el nombre de visitants estrangers hagi baixat a la ciutat un 22% l'agost passat i arrossegui una baixada del 7,7% des de començament d'any? Les dades han posat en alerta roja la indústria turística madrilenya, que mira amb enveja els seus col·legues de Barcelona i reclama la creació d'una espècie de Turisme de Barcelona de l'oso y el ma droño que freni l'hemorràgia a base de potenciar la imatge internacional de la ciutat, del centre de la qual han desaparegut moltes botigues, fet que s'explica per la falta de com-

pradors de *souvenirs*.

Com li passa a l'atribolot Carlo Ancelotti amb l'equip blanc, els que viuen del turisme madrileny s'espremen aquests dies el cervell buscant un model de joc que els permeti treure el cap de l'aigua. Després d'analitzar les causes dels mals resultats, reclamen el fitxatge urgent d'un crac estranger que atregui les mirades de tothom. És a dir, proposen coordinar els esforços públics i privats a través d'un organisme únic que encarregui de vendre fora d'Espanya la Puerta de Alcalá i el Museu del Prado. El mateix que van fer a Barcelona, després dels Jocs, amb els seus particulars *tiqui-taca* turístics.

Molts experts apunten precisament al cel a l'hora d'explicar per què els viatgers ja no creuen en allò

**TAXES MOLT ELEVADES** // En l'origen d'aquesta dràstica caiguda hi ha la supressió de vols de les línies de baix cost (Ryanair va suprimir 11 rutes aquest estiu amb destí o origen a Madrid, mentre que Easyjet ha reduït a la meitat la seva oferta a Barajas) i la crisi d'Iberia, alimentats tots dos casos per la pujada de les taxes aeroportuàries d'un 110% en l'últim any. «Tot això desemboca en el fet que Madrid estigui tenint menys demanda turística i menys capacitat d'accés aeri, però s'ha de veure si va ser abans l'ou o la gallina», adverteix José Luis Zoreda, vicepresident i portaveu d'Exceltur, l'associació que engloba les principals empreses espanyoles del sector.

Zoreda reconeix que el Prat està superant millor l'increment de les

**Els empresaris denuncien que el diner públic se'n va en burocràcia**

►► Els hotelers madrilenys es queixen que la major part del pressupost de l'ajuntament de la ciutat per promocionar el turisme es gasta en personal i burocràcia. «Turisme de Barcelona té una partida anual de 43 milions d'euros, mentre que a Madrid no se sap gaire bé el que es destina, però està a anys llum d'aquesta xifra», assegura Antonio Gil, secretari general de la patronal AEHM, abans de denunciar que, dels 20 milions que està destinant l'ajuntament a aquest capítol, «solament tres o quatre es tradueixen en promoció». «A la comunitat la cosa encara és més fosca: no sabem ni quin és el pressupost», indica.

taxes perquè el 70% del seu trànsit és estranger, mentre que Barajas «és molt més vulnerable» al dependre en un 50% de la demanda espanyola, afectada per la crisi. «Però aquest 70% estranger de Barcelona no és casualitat, sinó fruit de l'esforç d'un organisme que fa 20 anys que lluita de valent per inventar-se cada any una excusa per visitar Barcelona», proclama. I aquesta és, segons el seu parer, l'única manera de trencar el cercle viciós gallinaci. «Si no hi ha una promoció internacional i no es generen atractius turístics, no es posaran vols perquè sí», raona.

Superada la frustració dels Jocs Olímpics, que «enfosquien qualsevol altra mesura d'empenta», Zoreda creu que ha arribat el moment d'emular l'envejat model català i unir esforços. «Es van posar les piles després dels Jocs i van crear aquest organisme, encapçalat per un empresari que gestiona de manera coordinada i amb tots els consensos públics i privats la promoció de la ciutat», recorda abans d'apel·lar a la recent «unitat d'acció» de totes les administracions madrilenyes per lluitar pels Jocs del 2020. «Això ara s'ha de traslladar al turisme», sentència.

Per aquesta mateixa via respiren ara els hotelers davant el desastre que els ha caigut al damunt. «La causa principal de la caiguda és la falta de promoció internacional», denuncia Antonio Gil, secretari general de l'Associació Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM). Les altres causes, segons ell, «són secundàries encara que els polítics les estiguin utilitzant com a fonamentals». Gil cita entre elles el problema d'Iberia, la pujada de taxes a Barajas i una circumstància que afecta especialment els hotelers: la crisi del turisme de negoci (del qual depèn en un 60% Madrid) i la facilitat de transport de l'AVE han fet que «les estades no acabin amb allotjament perquè la gent torna durant el dia».

**CANVI D'ESTRATÈGIA** // Davant aquesta situació, Gil reclama que es dugui a terme un canvi de model que potenciï les visites internacionals, un enfocament «que li ha permès a Barcelona superar la baixada del turisme de negoci». «Turisme de Barcelona és un exemple a seguir perquè està gestionat per empresaris turístics que saben el que tenen entre mans i ho han fet sensacional, sobretot a base de comunicació, que és el que funciona avui dia», conclou l'hotelier. ≡

Administració de Lloguers    Venda i Lloguer d'Immobles

Administració de Comunitats    Arquitectura Tècnica

Assessoria Jurídica    Interiorisme i Ambientació d'Espais

En lloguer i venda d'immobles  
confiï amb el líder

**Ollé Bertrán**  
serveis immobiliaris

[www.ollebertran.com](http://www.ollebertran.com)

Visiti la nostra Web

registre d'agents immobiliaris de Catalunya    aicat 0010

La gestió patrimonial de qualitat, al seu abast