



## **El Govern aprova el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials de Catalunya (PTSEC) i el Pla de Dinamització del Comerç Urbà dels propers 4 anys**

- **El PTSEC preveu un creixement de 390.236 m<sup>2</sup> de superfície comercial**
- **El Pla de Dinamització del Comerç Urbà aprovat avui, dotat amb 93 milions d'euros, té com a objectiu consolidar i potenciar el model comercial i impulsar la competitivitat de les empreses comercials catalanes**
- **El Govern també ha aprovat el decret de desplegament de la Llei d'Equipaments Comercials amb la refosa d'un text únic de les diferents normes que afecten la gestió de la Llei d'Equipaments Comercials**

---

El Govern de la Generalitat ha aprovat avui el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (PTSEC) que regula les implantacions dels establiments comercials subjectes a llicència de la Generalitat de Catalunya i estableix un creixement de 390.236 m<sup>2</sup> de superfície comercial. L'aprovació del PTSEC va acompanyada del Pla de Dinamització del Comerç Urbà aprovat avui, un conjunt d'actuacions adreçades a reforçar el model de comerç urbà i la competitivitat de les empreses comercials que rep una dotació de 93,05 milions d'euros. El Govern també ha aprovat el decret que regula el desplegament de la Llei d'Equipaments Comercials, aprovada pel Parlament de Catalunya el desembre de 2005.

El Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (PTSEC) pel període 2006-2009 aprovat avui és l'instrument que regula la implantació dels establiments comercials subjectes a llicència de la Generalitat; és a dir, dels grans establiments comercials i dels mitjans d'alimentació. A diferència de l'anterior pla, es regula també la implantació juntament amb els establiments de més de 1000 m<sup>2</sup> dels sectors d'electrodomèstics, electrònica de consum, articles esportius i lleure i cultura, a més de l'alimentari i no alimentari. L'objectiu és garantir als consumidors una oferta diversificada i plural d'equipaments comercials, en equilibri amb els diferents formats de distribució.



D'acord amb la Llei d'Equipaments Comercials, el nou PTSEC disposa que els grans establiments comercials només s'ubicaran a les trames urbanes consolidades, afavorint la seva localització als municipis de més de 25.000 habitants, capitals de comarca.

### **Dimensionament per a noves implantacions comercials**

En el càlcul del dimensionament de les noves implantacions i ampliacions comercials es tindran en compte les següents consideracions, segons la tipologia de l'establiment:

- **Supermercat:** Es determina el municipi com a àmbit d'anàlisi territorial. Als municipis en situació estimada d'excés d'oferta de consum quotidià per a l'any 2009 no es preveu cap creixement en format supermercat, amb excepció d'aquells que no disposin de cap establiment comercial gran o mitjà en format supermercat. A la resta de municipis es preveu que el creixement es canalitzi en format de supermercat, sempre que aquesta tipologia no absorbeixi més del 30% de la despesa comercialitzable estimada per a l'any 2009 en productes d'ús quotidià en el municipi.
- **Hipermercat:** Es determina la comarca com a àmbit d'anàlisi territorial. A les comarques en situació estimada d'excés d'oferta per l'any 2009, no es preveu de manera general, cap creixement en format hipermercat. A la resta de comarques es preveu que el creixement es canalitzi en format d'hipermercat sempre que aquesta tipologia no absorbeixi més del 9% de la despesa comercialitzable estimada per a l'any 2009 en productes de quotidià i del 7% en productes d'ús no quotidià de la comarca. Els municipis amb un creixement superior a 5.000 m<sup>2</sup> en format hipermercat que no disposin de cap establiment d'aquest format, podran preveure en aquests 4 anys, un creixement màxim de 5.000 m<sup>2</sup> de superfície de venda.
- **Gran magatzem:** Es determina l'àmbit funcional territorial del Pla Territorial General de Catalunya com a àmbit d'anàlisi. En els àmbits funcionals territorials que es troben en situació estimada d'excés d'oferta de productes d'ús no quotidià per a l'any 2009, no es preveu cap creixement en format gran magatzem. A la resta d'àmbits es preveu que el creixement es canalitzi en format de gran magatzem, sempre que aquesta tipologia no absorbeixi més del 10% de la despesa comercialitzable estimada en productes d'ús no quotidià de l'àmbit.
- **Centre Comercial:** Es determina l'àmbit funcional del Pla Territorial General com a àmbit d'anàlisi, excepte l'àrea metropolitana, que serà la comarca. Els àmbits territorials que es trobin amb excés d'oferta de productes d'ús no quotidià per a l'any 2009, no es preveu cap creixement en format comercial. A la resta d'àmbits es preveu que el creixement es canalitzi en aquest format sempre que no absorbeixi més del 12% de la despesa comercialitzable en productes d'ús no quotidià. Els creixements per a cadascun dels àmbits territorials es podran materialitzar en els municipis susceptibles d'acollir la implantació d'un establiment comercial d'aquestes característiques.
- **Superfície especialitzada:** Es determina la comarca com l'àmbit d'anàlisi territorial. A les comarques en situació d'excés d'oferta per a cadascun dels sectors analitzats: aparells electrodomèstics i electrònica de consum (10%); articles i complements



esportius (15%); equipament de la persona (5%) i articles de lleure i cultura (8%) no es preveu, de manera general, cap creixement en aquest format. Els municipis amb un creixement superior a 3.000 m<sup>2</sup> en qualsevol de les tipologies d'aquest format que no disposin de cap superfície especialitzada de més de 1.000 m<sup>2</sup> de superfície de venda, podran preveure un creixement màxim per aquest format de 3.000 m<sup>2</sup>.

### **Excepcions al dimensionament de noves implantacions i ampliacions comercials**

Els criteris de dimensionament de noves implantacions previstos no s'aplicaran en els següents casos:

- La implantació i ampliació de grans establiments comercials dedicats essencialment a la venda d'automòbils, embarcacions i altres vehicles, de maquinària, de materials per a la construcció i articles de sanejament i de centres de jardineria. Tampoc són aplicables els criteris d'ubicació en la implantació d'establiments de venda de carburants.
- La implantació i ampliació d'establiments exclusivament de ferreteria i bricolatge, sempre i quan la dotació dels establiments comercials del mateix sector amb superfícies de venda de més de 1.000 m<sup>2</sup> no superi la relació de 50 m<sup>2</sup>/1000hab de la seva àrea d'influència.
- La implantació i ampliació d'establiments exclusivament de venda de mobiliari, parament i tèxtil de la llar, sempre i quan la dotació dels establiments comercials del mateix sector amb superfícies de venda de més de 1.000 m<sup>2</sup> no superi la relació de 80 m<sup>2</sup>/1000hab de la seva àrea d'influència.
- La implantació i ampliació d'establiments en format supermercat dins de mercats municipals, amb una superfície de venda màxima del 70% de superfície total destinada a oferta alimentària del mercat.
- La implantació d'establiments col·lectius del tipus galeria comercial, sempre que la superfície de venda no superi els 5.000 m<sup>2</sup>, si s'escau, de la preexistent. En aquests casos, l'oferta comercial haurà d'incloure exclusivament petits establiments, excepte en les galeries de municipis on no es pugui materialitzar cap creixement en format de gran establiment per manca de dimensionament. En aquest darrer supòsit, la distribució de la galeria podrà comptar, com a màxim, amb dos establiments individuals mitjans, sempre que la superfície de venda de cadascun no superi els 1.300 m<sup>2</sup>. D'altra banda, es podrà afegir un establiment tipus supermercat, si ho preveu el PTSEC pel municipi, i els establiments d'un mateix grup d'empreses no poden superar el 35% de la superfície de venda total.
- Els supermercats que s'integrin en un gran magatzem.

La vigència del PTSEC és indefinida i s'ha de revisar cada 4 anys. En el moment de la seva revisió d'haurà de tenir en compte l'evolució de la composició de l'oferta comercial de les diferents tipologies dels establiments, l'evolució de la concentració empresarial en el sector de la distribució, l'impacte produït per la implantació de grans establiments en el comerç



intraurbà, especialment sobre els centres històrics tradicionals per evitar la desertització comercial.

En el cas que un municipi excedeixi el nombre d'habitants previst com a base de programació del seu dimensionament, l'ajuntament corresponent podrà instar la modificació del PTSEC del seu municipi mitjançant l'aprovació d'un programa d'orientació per als equipaments comercials, en funció dels mínims creixements poblacionals i els màxims creixements comercials següents:

- 2000-10000 hab.: mínim 20% i màxim 1.500 m<sup>2</sup>
- 10000-25000 hab.:mínim 10% i màxim 3.000 m<sup>2</sup>
- >25000 hab.: mínim 5% i màxim 5.000 m<sup>2</sup>

Els establiments comercials programats correspondran a formats regulats susceptibles d'obtenir llicència comercial municipal.

### Dimensionament PTSEC 2006-2009

El PTSEC preveu un creixement en format supermercat de 135.151 m<sup>2</sup>, inclòs el de Barcelona. S'ha fixat també pel municipi de Barcelona un creixement màxim de superfície de venda de 41.433 m<sup>2</sup> en format de gran establiment comercial i 25.000 m<sup>2</sup> en format de superfície especialitzada subjecte a dimensionament del PTSEC, que serà desenvolupat per l'Ajuntament de Barcelona a través del seu planejament comercial. Així, per tot Catalunya, el dimensionament previst pels grans establiments comercials és de 188.652 m<sup>2</sup>.

ÀMBIT TERRITORIAL	HIPERMERCAT (*)	GRAN MAGATZEM	CENTRE COMERCIAL	SUPERFÍCIES ESPECIALITZADES (> 1.000 m <sup>2</sup> I GEC)				TOTAL
				EQ. PERSONA	ELECTRO I ELECTRÒNICA	LLEURE I CULTURA	MATERIAL ESPORTIU	
METROPOLITÀ	8.360	0	13.032	2.319	13.928	8.213	4.271	50.124
COM. GIRONINES	8.486	0	25.262	2.398	4.664	0	3.354	44.164
CAMP TARRAGONA	0	20.520	15.129	0	5.703	0	0	41.352
TERRES EBRE	0	0	0	0	0	0	0	0
PONENT	0	0	16.912	0	3.000	0	1.586	21.498
COM. CENTRALS	6.821	0	18.665	0	4.700	0	1.329	31.514
ALT PIRINEU I ARAN	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL CATALUNYA (SENSE BCN)</b>	<b>23.667</b>	<b>20.520</b>	<b>89.000</b>	<b>4.718</b>	<b>31.994</b>	<b>8.213</b>	<b>10.540</b>	<b>188.652</b>

**(Creixement total de superfície comercial: 135.151 + 188.652 + 66.433= 390.236 m<sup>2</sup>)**

### El Govern aprova el Pla de Dinamització del Comerç Urbà pel període 2006-2009

El Govern ha aprovat avui el Pla de Dinamització del Comerç Urbà 2006-2009 que té com a finalitat potenciar el model de comerç urbà de Catalunya, mitjançant el suport a les petites i mitjanes empreses comercials que desenvolupen l'activitat al territori. L'objectiu és donar suport a l'esforç inversor de les empreses comercials individuals i col·lectives, i reforçar la seva competitivitat. El Pla, que té una dotació pressupostària de 93,05 milions d'euros,



contribuirà a que les empreses comercials desenvolupin la seva funció en el territori i en el sector de la distribució, tant individualment com col·lectiva, mitjançant la seva adequació al mercat i a l'entorn on competeixen.

El Pla de Dinamització del Comerç Urbà es fonamenta en els següents programes i eixos d'actuació:

- **Inversions per a la millora de les estructures comercials i adaptació als espais comercials als actes de compra.** Aquest programa va adreçat a la millora de mercats municipals, la millora comercial de l'espai urbà i a actuacions de millora d'accessibilitat i aparcaments als centres urbans.
- **Cooperació empresarial.** L'objectiu d'aquest programa és impulsar projectes de dinamització del Comerç Urbà: centres i subcentres; gerències de centre urbà; plans d'actuació en municipis petits; projectes de dinamització dels mercats municipals; projectes de cooperació entre empreses; desenvolupament de plataformes logístiques de distribució; adaptació col·lectiva a les noves tecnologies i desenvolupament d'iniciatives de formació i informació.
- **Millora de la competitivitat individual de l'empresa comercial:** reflexió estratègica competitiva de l'empresa individual; modernització física de l'empresa comercial; suport financer a l'expansió i creixement de l'empresa comercial i adaptació individual a les noves tecnologies.
- **Aplicacions de la funció social del comerç urbà:** el comerç a l'escola; comerç de proximitat i la gent gran i el comerç davant els nous reptes de la immigració.
- **Internacionalització de l'empresa comercial:** suport a la implantació individual als nous mercats; projecte Catalonia Center.
- **Millora de les estructures de comercialització del sector primari i artesanal:** millora de la comercialització de productes agroalimentaris catalans de qualitat; millora de la comercialització de l'artesania catalana.