



# Barcelona Demà

Compromís  
Metropolità 2030

## Metròpoli Pròspera

Prosperitat econòmica i  
territorial



# Turisme i metròpoli

## Cicle de la Metròpoli Pròspera

**Autoria: Albert Arias Sans. Departament de Geografia, UB. Director del Pla Estratègic Turisme 2020 Barcelona**

**Data: 15/07/2021**

### Resum:

En les darreres dècades el turisme ha estat una activitat en constant creixement a escala global dibuixant un escenari sense precedents a la ciutat de Barcelona. L'augment de l'activitat turística ha fet emergir un conjunt de reptes que han afectat a l'entorn metropolità. Identifiquem quatre realitats diferenciades pel que fa les dinàmiques turístiques: el territori contigu i que rep la influència directa de la ciutat de Barcelona sota lògiques d'aglomeració urbana; el territori que s'ha anat desenvolupant com a destinació turística costanera des de la segona meitat del segle XX; els enclavaments que tenen un poder atractiu turístic pel que fa a les visites sense pernoctació; i per últim un territori amb atractius d'escala metropolità que presenten reptes de pel que fa al seu ús com a espais de lleure i gaudi. Per últim, després de sintetitzar les estratègies en marxa en el territori metropolità de la mà de les diferents administracions, proposem algunes idees per construir una agenda integrada del territori metropolità que sigui concurrent amb els reptes de promoció, de desenvolupament econòmic i de protecció, entre altres.

En les darreres dècades el turisme ha estat una activitat en constant creixement a escala global. Abans de la pandèmia de la COVID-19 es comptaven més de mil milions de desplaçaments turístics al món amb una previsió de creixement del 3% anual fins arribar als mil vuit-cents milions de desplaçaments el 2030. En aquest context de creixement generalitzat, les ciutats i les àrees metropolitanes han estat un dels àmbits amb un increment més elevat de visitants, provocant canvis estructurants en les seves economies i territoris.

Algunes xifres sobre l'augment de l'activitat turística de **la ciutat de Barcelona amb data 2019 (pre-COVID19)** per posar el debat en context :

- **El nombre de passatgers de l'aeroport de Barcelona** - El Prat - Josep Tarradellas ha passat de 19,8 milions el 2000 als **52,7 milions el 2019**. Més del 70% dels vols són operats per aerolínies *low-cost*.
- El nombre de turistes allotjats en hotel va ser de 9,5 milions, front els 1,7 milions del 1990. **Barcelona ha quadruplicat el nombre d'establiments hotelers en 30 anys**, arribant als 442 i prop de 73.000 places hoteleres. El total estimat sumant totes les tipologies d'allotjament turístic és de prop de 150.000 places.
- Sumades totes les tipologies d'allotjament, **s'estima que Barcelona acull cada any més de 17 milions de turistes anuals**, el que representa uns 150.000 visitants al dia de mitjana, amb pics de 220.000 en temporada alta.
- Barcelona rep prop de 4 milions d'excursionistes que pernocten fora de la ciutat. **El 8,5% dels turistes de Barcelona surten fora de la ciutat durant l'estada per fer excursions**.
- **El 75% dels turistes declaren visitar les Rambles** durant la seva estada.
- **La Sagrada Família ha arribat al topall de visites possibles** amb 4,5 milions anuals.
- **La terminal de creuers ha incrementat** dels 1,2 milions de passatgers de 2005 **als prop de 3 milions el 2019**, amb una ratio de passatgers en trànsit i home port estable al voltant del 50%.

Aquest escenari d'augment de l'activitat turística sense precedents a la ciutat de Barcelona en les darreres tres dècades ha fet emergir un conjunt de reptes que han afectat al territori metropolità.

## Una realitat turística diferenciada

El turisme té un pes cada vegada més gran en el debat metropolità i s'assumeix que aquest ha esdevingut part inherent i constitutiva del fenomen metropolità actual. **L'activitat turística estructura gran part la vida metropolitana** a través de les seves infraestructures, imatges, pràctiques i fluxos i alhora aquestes es reproduïxen a través de la construcció i la transformació de la metròpoli. Si analitzem l'oferta d'allotjament sense la ciutat de Barcelona, l'entorn metropolità compta amb un total de 66.681 places hoteleres, 13.123 Habitatges d'Ús Turístic, 37.417 places de càmping i 2.197 places en allotjaments de turisme rural (veure taula 1).



Taula 1. Número de places d'allotjament turístic per tipologia (2021)

Comarca	Places				Unitats
	Hotels	Hostals pensions	Càmping	Turisme Rural	HUT
Alt Penedès	552	196	-	768	147
Anoia	541	168	90	497	109
Baix Llobregat	10.035	787	3.042	29	798
Baix Penedès	4.273	117	4.200	145	835
Barcelonès	4.825	326	-	-	2.834
Garraf	5.278	211	8.526	47	3.250
Maresme	31.277	1.377	18.876	197	4.547
Vallès Occidental	6.124	311	-	30	290
Vallès Oriental	3.472	401	2.739	484	313
<b>TOTAL</b>	<b>66.377</b>	<b>3.894</b>	<b>37.473</b>	<b>2.197</b>	<b>13.123</b>

Font: Departament d'Empresa i Treball. Generalitat de Catalunya

Tanmateix, el primer que **cal advertir és que la realitat metropolitana presenta realitats molt diferenciades que cal tenir en compte a l'hora de pensar en una agenda comuna**. És per això que hem definit aquí fins a quatre realitats territorials que fan evidents les diferències en les dinàmiques turístiques pròpies i en relació a la ciutat de Barcelona.

En primer lloc, **trobem un espai metropolità immediat a Barcelona amb municipis que poden allotjar equipaments o infraestructures d'ús turístic** com la Fira o l'aeroport, entre d'altres, però sense una gran capacitat d'atracció de visitants pels recursos endògens. **La influència de la centralitat de Barcelona és clara** pel que fa l'economia d'aglomeració – ocupació i mercat de treball, proveïdors de serveis i productes, etc. – com també pel que fa a l'expansió en taca d'oli de l'oferta d'allotjament i als impactes de la mobilitat turística. En aquest sentit, els municipis de la conurbació de Barcelona són els que han experimentat un augment de l'oferta d'allotjament hotelier més elevada en els darrers anys. Els municipis limítrofs i del continu urbà han multiplicat gairebé per 4 les places hoteleres des de 2003, passant de 3.733 a 12.103 places el 2019, amb el sector de la Fira Gran Via de l'Hospitalet de Llobregat com el node hotelier més important.

En segon lloc trobem **els municipis costaners** del Maresme nord, el Baix Llobregat, el Garraf i el Baix Penedès que s'han desenvolupat al llarg dels darrers 70 anys a l'albir del turisme i les segones residències; **trobant-se avui en una situació de consolidació com a destinació turística i gaudint d'un posicionament propi en el mercat** internacional, espanyol i català. Destinacions madures, algunes d'elles en procés de renovació de la seva oferta d'allotjament i atractius turístics per tal de mantenir la competitivitat front altres destinacions amb una aposta cap a la qualitat i la diversificació de l'oferta per tal de trencar també l'estacionalitat marcada per l'afluència de visitants durant els mesos d'estiu. Cal advertir també que si no comptem l'oferta hotelera de la comarca del Barcelonès, només vuit d'aquests municipis costaners concentren més del 60% de l'oferta d'allotjament hotelier de la regió, evidenciant **la polarització turística pel que fa a la distribució de l'oferta d'allotjament hotelier a escala municipal**. L'oferta de càmpings es troba fortament correlacionada, si bé es troba menys concentrada i més distribuïda que l'hotelera al llarg dels municipis costaners.

En tercer lloc, cal evidenciar **l'existència d'enclavaments concrets que actuen com a principals atractius del territori metropolità** i que reben gran part de les

excursions més enllà de la ciutat de Barcelona. En nombre de visitants, els nodes metropolitans que encapçalen la llista de visites són, en ordre decreixent, La Roca Village, el Viladecans *The Style Outlet* i el Monestir de Montserrat. Tanmateix, cal sumar-hi l'afluència de visitants a les platges metropolitanas i els espais naturals. Aquests espais reben una pressió molt elevada de visitants excursionistes, majoritàriament metropolitans, fet que provoca alguns reptes pel que fa a l'accés i la mobilitat així com també derivat dels usos intensius. De fet, **la gran majoria d'aquests espais compten amb instruments de gestió, restricció i dissuasió d'accés en vehicle privat.**

Per últim, trobem un **territori amb atractius a escala regional i metropolitana basats en el patrimoni històric i arquitectònic o equipaments museístics**, en esdeveniments culturals i esportius; o en el seu valor natural, agrícola i paisatgístic. Un territori que no té la capacitat d'atraure el públic internacional però que compta amb un nombre notable de visitants amb vocació quotidiana i molt vinculada al lleure, l'educació, la cultura o l'esport. Un territori intensament utilitzat com a espai de reproducció social de grandíssim valor per tal de crear vincles socials i culturals. Els allotjaments existents es concentren bàsicament a les principals capitals de comarca i tenen una lògica local d'aglomeració urbana més que de nodes en una destinació global. Les capitals de comarca, a excepció del Vendrell, sumen un total de 4.918 places hoteleres, un 7,3% del total de la regió metropolitana.

## Tres propostes per obrir el debat sobre l'agenda metropolitana del turisme

El present document té la intenció d'obrir el debat sobre el turisme metropolità a partir de les dues preguntes llençades per l'Oficina del PEMB:

- Quins són els reptes de l'entorn metropolità davant de l'augment de l'activitat turística a la ciutat de Barcelona?
- Quins elements poden estructurar una estratègia turística conjunta per tot l'entorn metropolità?

Ho farem intentant aportar dades i arguments per poder avançar cap a **la definició d'una agenda metropolitana del turisme de forma integrada**, amb les limitacions inherents d'una primera proposta. Una proposta d'agenda **que transcendeix l'aproximació exclusivament sectorial i empresarial i que posa el focus en les oportunitats i els reptes de l'entorn metropolità**. Una proposta **que pretén obrir el debat** sobre la necessitat d'abordar l'anàlisi, la planificació i la gestió de l'activitat turística de forma integrada amb la resta de les polítiques del territori metropolità – econòmiques, culturals, ambientals, territorials - i fer-ho de forma complementària i interconnectada amb les polítiques turístiques en marxa. Presentem aquí sintèticament una recapitulació de les principals estratègies i accions vigents que emanen dels diferents documents de planificació i que tenen una afectació en el territori metropolità. Així, **les polítiques de turisme en marxa a l'entorn metropolità s'encaminen cap a:**

- **La promoció de la sostenibilitat i responsabilitat turística d'empreses i destinacions a través dels processos de certificació i adhesió** a segells de responsabilitat i qualitat.

- El desenvolupament i la diversificació d'imaginari, atractius i serveis turístics per **garantir la competitivitat regional**.
- **La millora de la qualitat de la informació turística i la homogeneïtzació i millora del sistema de senyalització**.
- **L'execució d'accions i estratègies de màrqueting turístic** que promouen una segmentació del mercat per fomentar el compromís del visitant, un augment de la seva despesa i l'allargament de la seva estada, entre altres.
- **La digitalització de la comunicació** i l'augment de la presència a les xarxes socials.
- **L'aprofundiment i la integració del coneixement turístic** entorn el perfil, les pràctiques, el mercat, la reputació i impactes de l'activitat turística.
- **El foment de l'accessibilitat i inclusió dels emplaçaments i serveis turístics**.

Així, les tres propostes que segueixen no s'han d'entendre com una agenda tancada sinó com **un punt de partida per posar sobre la taula noves preguntes, evidenciar nous reptes i obrir noves perspectives de forma complementària a l'acció de les polítiques turístiques impulsades i amb la mirada posada a les necessitats futures de la regió metropolitana**.

### a) Una promoció de doble nivell

Barcelona ha esdevingut una destinació urbana de nivell mundial en volum de visitants i ha consolidat la seva marca turística a escala internacional. El posicionament global de Barcelona ha estat central en el disseny de l'estratègia de màrqueting turístic "Barcelona és molt més", promogut per la Diputació de Barcelona, que ha obert el ventall de l'oferta global als atractius i paisatges de la província i l'entorn metropolità, essent una excel·lent estratègia d'internacionalització dels atractius turístics ja siguin espais oberts, equipaments culturals i patrimonials, esdeveniments o experiències gastronòmiques o de lleure.

En aquest context, **volem alertar l'oportunitat d'adreçar els esforços comunicatius al públic local fent ús de l'estructura, els canals i els equips professionals i l'oferta ja existent**. Una estratègia decidida a escala metropolitana, per donar a conèixer el patrimoni natural, cultural i arquitectònic amb un triple objectiu:

- **Dirigir una comunicació adaptada al públic metropolità** per atraure visites, convertir-los en prescriptors del territori i poder consolidar una cadena de valor d'escala local on hi participi la restauració, el comerç, els proveïdors locals, serveis de lleure, sector cultural i esportiu, etc.
- **Reforçar la identitat del conjunt de l'entorn metropolità i el sentiment de pertinença** a través del reconeixement extern i la mirada turística.
- **Aprofitar la reputació de la marca turística per teixir accions de màrqueting de forma conjunta amb altres sectors estratègics** amb l'objectiu d'internacionalitzar béns i serveis metropolitans.

### b) Revisar els límits de la desconcentració turística

L'estratègia de descentralització a Barcelona, similar a la majoria de grans destinacions mundials, es va posar de manifest en el Pla Estratègic de Turisme de 2010-2015. Una aposta que va resultar irrellevant per fer front a la reducció de la

pressió dels barris centrals i, tanmateix, fou detonador de processos de massificació i terciarització d'algun barri i fins i tot intensificadors de processos de gentrificació en marxa. Una estratègia quedà esmenada i relegada en l'etapa del Pla Estratègic de 2016-2020, que n'apuntava els límits i els riscos. Pel que fa a la realitat metropolitana, les dades mostren que només el 8,5% dels turistes allotjats a Barcelona fan una excursió dins de l'àmbit de la província de Barcelona, i d'aquests desplaçaments, només el 57% ho fa per motiu d'oci. A més, aquests moviments centrífugs tenen prioritàriament com a destí nodes i territoris d'interès global com poden ser els municipis costaners, el Monestir de Montserrat o enclavaments comercials especialitzats. Així, **el principal repte per la gestió d'aquests fluxos rau en minimitzar els impactes associats a la mobilitat, ja sigui a través de la gestió de l'oferta del transport públic o la gestió dels impactes de l'ús de transports col·lectius o privats.**

Amb tot, les temptatives de descentralitzar el turisme al territori metropolità a mode de taca d'oli, que a voltes es presenta com a una oportunitat irrefutable, té poca incidència real en termes d'atracció de turistes internacionals. **Cal passar d'una mirada centrífuga a un ventall de dinàmiques i estratègies diversificades que es construeixin des de l'acció del territori metropolità.**

Algunes propostes són:

- **Gestionar i desenvolupar els atractius** – esdeveniments, enclavaments, equipaments o espais naturals - prioritant recursos endògens i reforçant les xarxes comunitàries existents al territori.
- **Preveure els efectes negatius de l'afluència intensiva de visitants i promoure plans per mitigar els impactes** garantint al màxim el seu accés públic i no privat.
- **Fomentar atractius vinculats als fluxos de visitants no motoritzats i connectats a la xarxa de transport públic**, que donen a conèixer o travessen el territori metropolità: camins de gran recorregut, camins històrics, vies ciclistes, etc.

### c) Una estratègia metropolitana pels habitatges d'ús turístic

Tal i com s'ha exposat, **el territori metropolità presenta una concentració territorial molt clara pel que fa a la distribució de l'oferta d'allotjament a l'entorn de la ciutat de Barcelona i al llarg dels municipis costaners**, que concentren més del 60% de l'oferta d'allotjament hoteler de la regió. Tanmateix, un dels fenòmens més disruptius dels darrers anys ha estat la multiplicació dels Habitatges d'Ús Turístic per tot el territori metropolità, arribant fins als 19.793 a tota la demarcació de Barcelona. Barcelona ciutat manté prop de 9.500 HUT, limitats des de 2014 a través d'instruments de planificació urbanística. A la resta de la província trobem un total de 10.731 HUT, amb un creixement del 67% des de 2015. A banda del Barcelonès, amb un total de 10.339 HUT (51%), el Maresme és la segona comarca en nombre d'HUTs amb 4.458 (22%) i el Garraf la tercera amb 3.128 HUTs (15,7%). Al contrari que l'oferta hotelera, però, cal advertir que els HUT, per les seves característiques, tenen una distribució molt més difosa. Així, prenent el Maresme com a exemple, si només 3 municipis concentren el 80% de l'oferta d'allotjament hoteler, el 80% dels HUT de la comarca es distribueix al llarg de 13 municipis.

**Cal evidenciar la dinàmica d'expansió d'aquesta modalitat donada la facilitat dels tràmits de l'habilitació corresponent fruit dels successius canvis**



**legislatius** des de 2011. A aquesta situació generalitzada, cal sumar-li el fet que Barcelona ciutat no ha vist créixer el número de HUT des que el 2014 va posar en marxa una suspensió de llicències i posteriorment les va regular a través del Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics o PEUAT. Per la resta del territori metropolità, entre el 2017 i el 2020 hi ha hagut 10 municipis que han promogut regulacions de HUT. Més del 50% d'aquestes es concentren a l'àrea metropolitana, en els municipis del Prat de Llobregat (2018), L'Hospitalet de Llobregat (2018), Esplugues de Llobregat (2019), Sant Adrià de Besòs (2019), Castelldefels (2020), Sant Joan Despí (2020) i Gavà (2020). A més, també implementen regulacions municipis de la regió metropolitana com Sitges (2018), el Masnou (2019), Premià de Mar (2019) i Sant Pere de Ribes (2020). Malgrat els instruments són diferents, les motivacions sempre responen a la necessitat de preservar el dret a l'habitatge i la mixtura d'usos dels municipis, evitant l'especialització.

### **Amb tot, creiem que cal planificar una estratègia integrada pel que fa als allotjaments turístics amb un triple objectiu:**

- **Estratègia conjunta per integrar i compartir informació sobre l'ocupació i els impactes**, així com també unificar criteris i instruments de planificació d'habitatges d'ús turístic i de la nova modalitat de llar compartida (lloguer d'habitacions per menys de 31 dies).
- **Promoure canvis legislatius a nivell supramunicipal de forma conjunta per minimitzar els riscos pel que fa a l'afectació en el mercat de l'habitatge**, en especial el mercat de lloguer de llarga durada.
- **Preveure accions conjuntes per la detecció de les il·legalitats i garantir i el compliment de la normativa urbanística** vigent a través de la supervisió constant de les plataformes de comercialització d'allotjament.

Com ja hem comentat, aquestes tres propostes pretenen obrir el debat sobre la necessitat d'una agenda metropolitana del turisme. Tanmateix, som conscients que hi ha molts altres reptes que cal abordar com són la integració de la cadena de valor turística amb l'economia metropolitana, traçant una estratègia decidida per reforçar les activitats turístiques amb la producció de béns i serveis metropolitans, la promoció de la rehabilitació energètica de la planta d'allotjament hotelier de les destinacions madures, entre altres. En definitiva, **apostar per una agenda pròpia que consideri el turisme com una palanca de canvi per activar i reforçar altres sectors econòmics estratègics, que generi valor compartit en el territori, que millori la vida dels seus habitants. I per tal que això passi, cal governar-lo i fer-ho amb una amb vocació pública desplegant totes les eines que tenim a les nostres mans tant pel que fa a l'àmbit estrictament públic com també en l'àmbit de cooperació público-privada aprofitant l'espai que brinda el Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.**

**NOTA.** Les opinions expressades per les persones autores són a títol personal i no necessàriament representen la visió del PEMB.





# Els grans reptes del comerç minorista

Cicle de la Metròpoli Pròspera

**Autoria:** Maria Sánchez Vidal, KSNet

**Data:** 08/08/2021

## Resum:

En aquest paper es presenten tres reptes que el sector del comerç a les ciutats de la regió metropolitana haurà de tenir en compte. En primer lloc, sobretot les ciutats mitjanes de la regió que han experimentat obertures de grans superfícies comercials hauran de decidir sobre quin model volen promoure, tenint en compte els efectes d'aquests centres comercials però també els de la regulació per evitar-los. En segon lloc, els pobles i les ciutats petites que estan patint el fenomen de la despoblació, hauran de fer front a una pèrdua de consumidors potencials i l'envelliment dels mateixos i als canvis en els patrons de consum enfocats cap a la sostenibilitat que ja estan establerts a les ciutats més grans del seu entorn. Per últim, el gran repte de totes les ciutats, independentment de la seva mida, és la digitalització del comerç i les seves conseqüències, les quals estan poc estudiades, desfavorint això a la presa de decisions informada.

**La crisi de la covid-19, més enllà de ser una crisi sanitària, ha suposat un gran xoc per a molts sectors econòmics que s'han vist obligats a reduir la seva activitat.** Un d'aquests sectors és el del comerç minorista, greument afectat per les restriccions establides per pal·liar la propagació del virus. Concretament, **les vendes del comerç al detall han disminuït un 9% a Catalunya al 2020, fent que molts petits comerços hagin hagut de tancar les portes.**

Però és des de molt abans de la pandèmia que el comerç minorista està immers en un procés de metamorfosi, tant a les grans ciutats com Barcelona com a les altres ciutats grans, mitjanes o petites que conformen la regió metropolitana. **A continuació, es presenten tres dels grans reptes que caldrà abordar en els propers anys des d'aquest sector per a consolidar el comerç minorista com un dels pilars econòmics de la regió metropolitana.**

## Els reptes econòmics: les grans superfícies el petit comerç

Més enllà del repte que representa per moltes ciutats la recuperació de la crisi de la covid-19, hi ha altres reptes de caràcter econòmic que cal tenir en compte. El primer de tots ells és **la presència de grans superfícies comercials als afores de les ciutats mitjanes i de franquícies al centre de les ciutats més grans.** Històricament, **el model de comerç de les ciutats europees (grans o petites) es basava en l'existència de petits comerços independents.** Actualment, el model es manté en algunes ciutats petites, però ha canviat completament a les ciutats grans i mitjanes. De fet, **a partir dels anys 70 i 80, moltes ciutats europees van experimentar onades liberalitzadores del comerç fent que es passés d'aquest model comercial basat en els petits comerços a un on les grans cadenes i franquícies n'eren el principal actor.** A Espanya, segons dades del Ministeri d'Economia, les cinc cadenes més grans de supermercats van obrir les seves portes als anys '70 a finals dels anys '90 ja representaven el 45% del mercat nacional.

Aquest canvi de patrons va començar l'onada reguladora de l'Estat i les comunitats autònomes amb l'afany de protegir el petit comerç de les cadenes i grans superfícies. Així, **per al cas català,** després de diverses regulacions des de principis dels anys 2000, **actualment es limita la implantació de superfícies comercials de més de 800 metres quadrats als municipis de menys de 5.000 habitants i la de comerços de més de 2.500 metres quadrats a municipis menors de 50.000 habitants.** Des de 2005, any on es comencen a sistematitzar i publicar les dades de llicències d'obertura de grans superfícies, a la regió metropolitana se n'han aprovat 111 (66 de les quals de més de 2.500 metres quadrats), la majoria a les ciutats grans de la regió o capitals de comarca tot i que quasi un 30% s'han aprovat a ciutats d'entre 20.000 i 30.000 habitants.

Els impactes d'aquestes grans superfícies que proliferen a les grans i mitjanes ciutats de la regió metropolitana han estat àmpliament documentats. Els principals estudis s'han centrat en els impactes en l'ocupació i han documentat que **els grans centres comercials poden fer créixer l'ocupació en el sector tot i que, sovint, a costa d'un descens en els salaris**<sup>1</sup>. Altres estudis han avaluat els efectes de l'obertura de grans centres comercials a la resta de petits comerços,

<sup>1</sup> Neumark, D, Zhang, J. and Ciccarella, S. (2008): "The Effects of Wal-Mart on Local Labor Markets", *Journal of Urban Economics* 63(2), 405–430.

veient que **aquestes grans superfícies solen perjudicar el petit comerç que competeix més directament amb elles**<sup>2</sup> Aquest increment de la competència entre comerços, **pot acabar beneficiant al consumidor que veu reduïts els preus dels productes que adquireix**<sup>3</sup>

Tot i això, **les regulacions per evitar les obertures de centres comercials que estan tan presents en els municipis de la regió metropolitana també tenen efectes econòmics** que cal tenir en compte. La literatura acadèmica n'ha documentat diversos que van des dels efectes nocius en la productivitat del sector fins a reduccions en la producció.<sup>4</sup> Un efecte interessant documentat pel Regne Unit és que les grans cadenes s'adaptaven a la mida permesa per instal·lar botigues que feien just la mida permesa i competien directament amb els petits comerços situant-se al costat d'aquests.<sup>5</sup>

Per tant, **el principal repte econòmic al que s'enfronta la regió metropolitana de Barcelona és el de decidir quin model de comerç presencial vol tenir tenint en compte els efectes de les grans superfícies comercials però també els efectes de la seva regulació**. En aquest sentit, **cal tenir en compte polítiques alternatives d'incentius a la compra en comerços de proximitat com són el cas de la [Tropa Verde](#) a Galícia** on, des de l'Administració, s'incentiva als ciutadans a reciclar i a canvi se'ls dona tiquets per descomptar als comerços locals **o el del [living wage](#) de Londres** on, a tots els comerços que paguen el salari de referència se'ls proporciona un identificador que poden penjar a la seva porta per tal que els seus potencials clients vegin que paguen sous dignes i incentivar-ne les vendes.

## Els canvis demogràfics i de patrons de consum

**El segon repte** amb el que es troba el sector del comerç, especialment a les ciutats petites o pobles de la regió metropolitana **és el del canvi demogràfic**. El principal determinant del canvi demogràfic és la despoblació. De fet, a la província de Barcelona, gairebé un 15% de ciutats o pobles han perdut població des de l'any 2000, segons dades del padró municipal de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), essent tots aquests municipis menors de 5.000 habitants a excepció de Súria i Badia del Vallès que sobrepassa de llarg aquest llindar.

El fet de que hi hagi municipis petits perdent població té diverses implicacions directes en el comerç que es troba en aquests nuclis. En primer lloc, la pèrdua de

<sup>2</sup> Sanchez-Vidal, M. (2019): "Retail shocks and city structure", CEP Discussion Paper No 1636.

<sup>3</sup> Atkin, D., Faber, B. and Gonzalez-Navarro, M. (2018): "retail Globalization and Household Welfare: Evidence from Mexico", *Journal of Political Economy*, 126(1), 1–73.

<sup>4</sup> Veure: Bertrand, M. and Kramarz F. (2002): "Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from the French Retail Industry," *Quarterly Journal of Economics*, 117(4), 369-413. ; Cheshire, P., Hilber, C. and Kaplanis, I. (2015): "Land use regulation and productivity—land matters: evidence from a UK supermarket chain", *Journal of Economic Geography*, 15, 43–73.; Griffith, R. and H. Harmgart (2008): "Supermarkets and Planning Regulation," CEPR Discussion Papers No. 6713.; Haskel, J., Sadun, R. (2012): "Regulation and UK retailing productivity: evidence from microdata", *Economica*, 79, 425-448.

<sup>5</sup> Sadun, R. (2015): "Does Planning Regulation Protect Independent Retailers?". *Review of Economics and Statistics*, 97(5), 983-1001.

població no es distribueix de manera equitativa en tots els grups d'edat **essent les persones més joves les que emigren dels pobles petits a les ciutats** mitjanes o grans de la regió, principalment per motius d'estudis o per unes millors oportunitats laborals. Aquest fenomen que porta anys succeint a la major part d'Espanya, comença a afectar també a zones properes a les grans concentracions urbanes dins de la regió metropolitana.

La pèrdua de població jove als pobles i ciutats petites **implica un canvi en el consumidor potencial del comerç local en aquestes zones** on, amb el pas del temps, ha anat envellint. Això té conseqüències en la subsistència d'alguns comerços enfocats a un consumidor més jove, però també a aquells que, independentment de l'edat dels seus consumidors, necessiten una massa crítica d'aquests per a subsistir. **Així, podem observar com moltes ciutats petites han anat perdent comerç minorista a l'interior dels seus centres.**

La contrapartida d'aquest fenomen és que **molts dels habitants d'aquestes zones despoblades ara s'han de desplaçar a altres ciutats veïnes per comprar allò que abans podien trobar a prop del seu domicili.** Això, a més de poder tenir **conseqüències directes per al medi ambient** donada la mobilitat amb vehicle privat, té **conseqüències en la tipologia de comerços que s'obren a les zones limítrofes.** És a dir, **són les grans superfícies comercials les que, de nou, poden proveir a diversos municipis que han quedat despoblats** establint-se als afores d'una ciutat o poble veí, **afavorint la mobilitat** per dues raons: la primera és que no cal entrar a la ciutat per comprar, i la segona és que habitualment tenen zones d'aparcament molt àmplies les quals presenten un avantatge comparatiu respecte als centres de les ciutats que solen ser llocs més enfocats als vianants.

**Per a aquesta raó, la lluita per la recuperació dels eixos comercials al centre de les ciutats** (sobretot en aquelles més petites) **passa per una millora de les polítiques d'urbanisme i de mobilitat amb la inclusió de zones verdes, equipaments culturals o altres iniciatives de cohesió social als centres urbans amb la finalitat de recuperar part de la població perduda i de revitalitzar el comerç local.** Cal destacar, però, que l'aparició de la pandèmia i la necessitat de confinament domiciliari ha suposat que una part de la població de Barcelona hagi decidit fer el camí invers al que fa anys s'estava produint i marxar a municipis més petits de l'entorn de la ciutat.<sup>6</sup> Caldrà veure, però, si aquesta tendència es consolida i genera un efecte arrossegament al comerç o ha estat només conseqüència de la crisi viscuda en els últims mesos.

Aquesta tendència a la despoblació de pobles i ciutats petites ve acompanyada per un augment de la població jove a ciutats mitjanes i grans i un canvi en els patrons de consum. Aquests canvis venen lligats a **altres grans preocupacions socials com és el cas de la preocupació pel medi ambient i la sostenibilitat.** Per a aquesta raó, **han proliferat, sobretot en el cas de l'alimentació, els productes de caire ecològic, vegans o de kilòmetre zero.** Aquests canvis en els patrons de consum són ara prou exclusius de les ciutats de certa mida, però donat que la base sobre la que se sustenten (el canvi climàtic i les seves conseqüències) **serà una de les grans preocupacions de la ciutadania de la regió metropolitana en els propers anys,** cal esperar que aquests patrons es consolidin a les grans ciutats i s'estenguin a la resta de ciutats i pobles de la regió metropolitana.

<sup>6</sup> [https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2021/02/2021\\_02\\_23\\_impacte\\_covid\\_migracions.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2021/02/2021_02_23_impacte_covid_migracions.pdf)



# La digitalització i el comerç electrònic

**El repte més recent i, segurament, el més important pels propers anys** a totes les ciutats, independentment de la seva **mida és el creixement exponencial del comerç electrònic**. Segons dades de la Comissió Nacional de Mercats i de la Competència (CNMC), el comerç electrònic va créixer des de l'any 2015 fins al 2020 un 133% en facturació. A la fi de 2019 el número de transaccions de comerç electrònic superava els 200 milions, amb un valor superior als 14.000 milions d'euros. Tot això abans de la pandèmia on el confinament domiciliari i el tancament del comerç presencial ha accelerat aquesta tendència, fent que consumidors que abans no consumien de manera electrònica ara sí que ho facin. De fet, un 20% van començar a comprar en línia durant l'estat d'Alarma i un 17% considera que ho seguirà fent.<sup>7</sup>

**Els efectes que el comerç electrònic pot generar en l'economia local són diversos i poden classificar-se en dos grans grups: efectes sobre la grandària del mercat i efectes sobre els factors d'oferta o l'estructura productiva**. Els primers efectes els trobem gràcies al fet que el mercat s'amplia, tant per als consumidors (demandants de béns) com per als oferents. Per als consumidors, és a dir, les llars i les empreses, *l'e-commerce* pot provocar un augment en la diversitat de productes i oferents als quals poden accedir. Per als oferents aquesta ampliació del mercat pot facilitar l'arribada dels seus productes a mercats més llunyans.

Hi ha pocs estudis encara que avaluïn els efectes del comerç electrònic en qualsevol dels camps mencionats amb anterioritat tot i que els més prominents se centren en els efectes que aquest té en els consumidors. No obstant això, encara que en tots els casos es troba un increment del consum i del benestar, cap d'ells se centra en entendre com es distribueixen aquests guanys per als consumidors en el territori. Només dos estudis per Xina<sup>8</sup> i un per Espanya<sup>9</sup> han estudiat els efectes territorials del comerç electrònic on sembla que els consumidors de les zones més rurals són els més beneficiats per l'arribada de *l'e-commerce*. Per la banda de l'oferta, els estudis encara són més escassos, però en un estudi amb dades per Espanya entre 2008 i 2015 s'ha pogut comprovar que les empreses que adopten més aviat el comerç electrònic tenen més guanys futurs.<sup>10</sup> Tot i això, no hi ha evidència empírica de com el comerç electrònic de les grans plataformes està afectant a aquelles empreses més tradicionals que no poden adoptar el comerç electrònic ja sigui per falta de recursos econòmics o per falta del capital humà necessari per portar-ho a terme.

<sup>7</sup> <https://www.aecoc.es/articulos/c84-el-consumidor-post-covid-19-actuar-hoy-para-preparar-el-manana/>

<sup>8</sup> Fan, J., Tang, L., Zhu, W., & Zou, B. (2016). The Alibaba effect: Spatial consumption inequality and the welfare gains from e-commerce. Working Paper, Michigan State.; Luo, X., Wang, Y., Zhang, X. (2019): "E-Commerce Development and Household Consumption Growth in China", Policy Research Working Paper 8810, World Bank Group.

<sup>9</sup> Sánchez-Vidal, M. y Sanchis-Guarner, M.R. (2019): "El comerç electrònic i les zones rurals: evidència basada en els patrons de consum espanyols", Nota d'Economia 105 – Generalitat de Catalunya.

<sup>10</sup> Lorca, P., de Andres, J. y Garcia-Diez, J. (2019): "Impact of E-commerce Sales on Profitability and Revenue. The Case of the Manufacturing Industry", *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 2019, 30(5), 544–555.

Per tant, la digitalització del comerç és el principal repte pel sector i hi ha poca evidència dels seus efectes en el comerç local presencial o en altres aspectes com la contaminació degut a la mobilitat en transport privat pel repartiment de les mercaderies o en els salaris dels treballadors i treballadores de les grans plataformes de comerç electrònic.

**NOTA.** *Les opinions expressades per les persones autores són a títol personal i no necessàriament representen la visió del PEMB.*



# Ateneus Cooperatius: eines per un altre desenvolupament econòmic metropolità

Cicle de la Metròpoli Pròspera

**Autor: Mercè Esteban i Ivan Miró, socis de La Ciutat Invisible i recercadors a Metròpoli Cooperativa (IERMB-LCI).**

**Data: 23/07/2021**

## Resum:

Per una conjunció de factors relacionats amb els cicles econòmics, l'acció sociopolítica de l'ESS i una nova onada de polítiques públiques, l'Economia Social i Solidària catalana s'ha anat perfilant com un àmbit de desenvolupament econòmic específic i diferenciat tant de l'àmbit públic-estatal, com del privat-mercantil. En aquest context, els Ateneus Cooperatius han esdevingut figures rellevants d'una dinamització econòmica territorial de caràcter transformador, fomentant la creació de cooperatives i de relacions socioeconòmiques col·lectives i democràtiques en diferents territoris catalans.

Tanmateix, mentre que la intervenció dels ateneus s'ha orientat a les economies locals i/o comarcals, no existeix encara una dimensió metropolitana d'aquestes iniciatives, que contrasta amb la creixent tendència de la planificació econòmica general. Quina missió podria plantejar-se en aquest sentit? Quins actors podrien facilitar el procés? Quins elements aporten els Ateneus Cooperatius metropolitans per orientar un altre tipus de desenvolupament econòmic a la Regió Metropolitana de Barcelona?

# El desenvolupament desigual de la Regió Metropolitana

**La configuració de la Barcelona metropolitana**, en tant que reestructuració i salt d'escala de l'espai geogràfic, **no és aliena a processos globals** com els cicles econòmics, la desindustrialització, la urbanització metropolitana, la gentrificació, la deslocalització productiva o la industrialització del Sud Global, **tots ells fruit d'un desenvolupament desigual on el capital és invertit o desinvertit al territori per generar plusvàlua i expandir-se**. Aquesta producció de l'espai respon a una dinàmica de reproducció del capital que facilita la competició territorial, produeix incongruències entre diferenciació i homogeneïtzació, i es tradueix en una dialèctica de desenvolupament i degradació. Així, el capital modela el territori d'una forma particular i contradictòria, agrupant-se en torn una jerarquia d'escapes espacials. D'acord amb Neil Smith, les escales per la reproducció del capital - urbana, regional, estat-nació i global- són els marcs on aquest troba oportunitats i certa coherència per desplegar el seu projecte.<sup>1</sup>

**La Regió Metropolitana de Barcelona** també **ressegueix un tipus de desenvolupament desigual, que la configura contradictòriament i de forma dinàmica en termes territorials i socioeconòmics**. L'any 2000 es caracteritzava per tenir “un centre destacat”, “una primera corona extremadament densa i especialitzada en la localització de la població amb rendes baixes”, “uns subcentres, cada vegada més integrats en el sistema, que estableixen amb els municipis del seu entorn relacions de tipus reticular” i “uns corredors metropolitans urbanitzats de forma dispersa”.<sup>2</sup>

**Al 2021, la ciutat de Barcelona es consolida com epicentre de la regió.**

Connectada globalment i amb un capital físic i simbòlic organitzador del sentit metropolità, **és el nucli de l'aglomeració central**. A cavall de la perifèria barcelonina i municipis com L'Hospitalet de Llobregat o Santa Coloma de Gramenet, la primera corona metropolitana immediata va ser urbanitzada amb blocs de pisos de baixa qualitat, amb una alta densitat poblacional, que contrasta amb la manca de centres importants d'activitat productiva: contradicció que gestà les denominades “ciutats-dormitori” i avui cronifica la pobresa a l'eix Besòs. Altres municipis de la primera corona, en canvi, s'especialitzaren en les classes socials amb rendes elevades, que cercaven menors densitats sobre la base del transport privat. Pel que fa la segona corona, la conformen ciutats com Mataró, Sabadell i Terrassa, centres històrics amb denses trames urbanes, fins a Granollers, Martorell, Vilafranca del Penedès o Vilanova i la Geltrú. Són ciutats que reclamen una visió metropolitana policèntrica i deixar de ser “el pati del darrera de Barcelona”.<sup>3</sup>

Avui a l' RMB<sup>4</sup> hi viuen 5.226.382 persones, dos terços dels 7.780.479 habitants de Catalunya. Una població que es reparteix desigualment en set comarques i 164 municipis, concentrant-se en ciutats com Barcelona (1.664.182 hab.), l'Hospitalet de Llobregat (269.382) o Badalona (223.166)<sup>5</sup> i la realitat expressada per Terrassa, Sabadell o Mataró.

<sup>1</sup> Smith, N. [1984] (2020). Desarrollo desigual. Naturaleza, capital y producción del espacio. Madrid: Traficants de Sueños.

<sup>2</sup> Muñiz, I. (2000); “Integración Metropolitana y Crecimiento Disperso en la RMB”. UAB.

<sup>3</sup> “Declaració de Granollers”, abril 2021, Associació de Municipis de l'Arc Metropolità de Barcelona.

<sup>4</sup> Referència de l'RMB a partir de l'àmbit metropolità que fa servir l'IDESCAT.

<sup>5</sup> La metròpoli en 100 indicadors. L'AMB en xifres 2020. AMB-IERMB.



**Com han impactat els cicles econòmics del capitalisme amb el desenvolupament desigual metropolitana?** En primer lloc, la reestructuració d'entre 1975 i 1985 provocà una elevada destrucció del treball industrial a la ciutat de Barcelona i dimensionà la producció a escala metropolitana. La relocalització de les grans indústries en la nova geografia i la construcció d'eixos viaris per estructurar la regió s'aparellaren en una lògica de descentralització productiva, dispersió de la població i augment de la mobilitat privada.

Un segon procés, la construcció metropolitana connectada amb l'economia global (1986-2008), s'inicià amb la incorporació d'Espanya a la Comunitat Econòmica Europea i els Jocs Olímpics de 1992. Etapa de forta expansió econòmica i urbanística de la metròpoli barcelonina,<sup>6</sup> els creixements de l'ocupació contrastaren amb la introducció, a la dècada de 1990, de noves figures laborals que precaritzaren el mercat de treball. Fou el cicle del boom immobiliari i la finançarització de l'economia, on la "solució espacial" impactà en el mercat del sòl, l'habitatge i els deutes hipotecaris. Aquest circuit secundari de l'acumulació remodelà el territori i les infraestructures, afermà la dependència de les economies locals respecte les rendes del sòl i desfermà uns impactes mediambientals que aprofundiren la crisi ecològica.<sup>7</sup>

Amb l'esclat de la bombolla immobiliària-financera del 2008, un tercer cicle intensificà la terciarització i les desigualtats de la dinàmica socioeconòmica metropolitana. Procés amb traducció territorial, les classes gerencials formades per professionals i directius ocuparen les àrees regenerades de la ciutat central, mentre la nova classe treballadora - formada per obrers semi-qualificats de serveis - n'era expulsada, dispersant-se per la metròpoli i agrupant-se en zones perifèriques.<sup>8</sup>

Avui, **la recent hegemonia del capitalisme de plataforma**,<sup>9</sup> desplegada a partir del 2008, **pot ser llegida com un nou circuit de l'acumulació que privilegia la dimensió logística de la metròpoli, n'erosiona l'estructura productiva i comercial local i desregula els drets laborals, configurant un nou proletariat ultra-precaritzat, sovint d'origen migrant**<sup>10</sup> i agrupat en nuclis metropolitans com l'Hospitalet de Llobregat, Santa Coloma de Gramenet o Sant Adrià de Besòs.<sup>11</sup>

**Si l'increment de la desigualtat metropolitana**, fruit de la Gran Recessió del 2008, **no va ser inicialment correspost amb l'augment de la segregació residencial, una vegada avançada la reactivació econòmica, la segregació experimentarà un fort augment**.<sup>12</sup> Caldria valorar la correlació entre una economia no només reactivada, sinó reestructurada a partir de la "ciutat uberitzada" (i els seus efectes en el treball i l'habitatge), amb les noves formes de segregació residencial.<sup>13</sup> Doncs **la proliferació d'habitatge turístic, la gentrificació i l'encariment del mercat residencial**, que empobreix la mixtura social de les àrees afectades, **ha coincidit amb una metropolinització del fenomen migratori, amb la caiguda del casc històric de Barcelona com "porta d'entrada" de persones amb orígens al Sud Global i el seu desplaçament a**

<sup>6</sup> Garcia, M. (2001). "Distribución de la actividad económica y estructura urbana: la RMB". UAB.

<sup>7</sup> Lopez, I., Rodríguez, E. (2010). Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010). Madrid: Traficantes de Sueños.

<sup>8</sup> Sarasa, S.; Porcel, S.; et al (2018). "Desindustrialización y crisis en la Barcelona posolímpica: ¿hacia una ciudad dual?". EURE (Santiago), 44(131), 29-52.

<sup>9</sup> Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.

<sup>10</sup> Digital platforms and the world of work in G20 countries: Status and Policy Action June 2021 ILO.

<sup>11</sup> Galeano, J.; Bayona, J. "Assentament territorial de la població estrangera a l'ÀMB en el segle XXI". Centre d'Estudis Demogràfics - UB.

<sup>12</sup> Porcel, S.; Antón, F. (2013). "Barcelona y el modelo paradójico de segregación residencial", encrucijadas.org.

<sup>13</sup> Brossat, I. (2019). Airbnb. La ciudad uberizada. Iruña: Katakak.

**les perifèries** obreres de la primera corona, i a barris de Terrassa o Mataró. De seguir la tendència, **l'estratificació social metropolitana pot esdevenir segregació socioètnica**.<sup>14</sup>

**Si l' RMB ja patia la contradicció política entre la centralització de recursos i poder de la Barcelona-ciutat, i la visió policèntrica i interdependent dels nous municipis metropolitans, les dinàmiques recents del capitalisme n'han intensificat les contradiccions socioeconòmiques i espacials.** Aguditzades per la crisi sanitària, social, econòmica i ecològica associada a la COVID-19, es fa necessari avançar en la configuració de la metròpoli com un “marc de justícia socioespacial”, que afronti les desigualtats econòmiques, la segregació residencial, l'emergència habitacional o la crisi ecològica.<sup>15</sup> **Tot projecte metropolità que no contempli un canvi substancial del seu model econòmic n'aprofundirà les fractures existents.**

## L'ESS i la concertació públic-cooperativa-comunitària

Si els cicles econòmics, els moviments socials i les polítiques públiques incideixen en l'evolució de l'Economia Social i Solidària,<sup>16</sup> **a Catalunya la crisi del 2008 activà una nova etapa d'aquest àmbit socioeconòmic.** No tant perquè es produís una correlació entre la crisi i, per exemple, l'auge immediat de les cooperatives, sinó **perquè suscità una politització social expressada fortament en termes locals.** A més de la vintena d'assemblees barrials de la ciutat de Barcelona, un centenar de municipis metropolitans com Badalona, Badia, Mataró, Sabadell, Parets, Barberà, Cornellà, Terrassa, Esplugues, L'Hospitalet, Sant Cugat, Sant Feliu, Santa Coloma, Cerdanyola o El Prat comptaren el 2011 amb expressions locals d'un moviment, el 15M, que qüestionà la política i l'economia hegemòniques. D'aleshores **ençà augmentà la participació en l'ESS, sobretot en el cooperativisme d'energies renovables, les finances ètiques o els equipaments de gestió comunitària.** Aquella empena fou recollida per la Fira d'Economia Solidària de Catalunya, que en la primera edició del 2012 acollí a milers de visitants.

El 2014, en previsió que el cicle 'crisi-mobilització' tingués una traducció municipalista, des de la Xarxa d'Economia Solidària es proposaren les *14 Mesures per la Democràcia Econòmica Local*, amb l'objectiu que els municipis poguessin impulsar “un nou desenvolupament local co-partípic de la democratització econòmica en marxa”. Des de la XES es feia un anàlisi crític de la “concertació públic-privada”, s'animava als municipis a democratitzar la política econòmica a partir de l'impuls de l'ESS i de la “concertació públic-cooperativa-comunitària”.<sup>17</sup>

A partir del 2015, acollint moltes d'aquelles propostes, es produí una onada de polítiques locals d'ESS, on nombrosos municipis transitaren de la promoció exclusiva de l'economia mercantil, o d'un model assistencial, a un model ampliat i transformador que recollia la diversitat d'iniciatives de l'ESS, tant socioempresarials com comunitàries. A més de cooperatives, societats laborals i

<sup>14</sup> Garcia, P.; Fullaondo, A.; Frizzera, A. (2008) “Inmigración y espacio socio-residencial en la RMB”. Ciudad y territorio, nº 158.

<sup>15</sup> Gomà, R. (2020). “Desigualtats urbanes, socials, ambientals. Reptes metropolitans i estratègies de recerca”, La Metròpoli en transició. Anuari Metropolità de Barcelona 2019, IERMB-AMB.

<sup>16</sup> Estivill, J.; Miró, I. (2020). L'Economia Social i Solidària a Catalunya. Fonaments teòrics i reptes estratègics. Barcelona: Icària.

<sup>17</sup> 14 Mesures per la Democràcia Econòmica Local, XES.

entitats del tercer sector social, els programes municipals impulsaren horts i equipaments comunitaris, monedes socials, les finances ètiques o el procomú digital.

Fou la primera ocasió que un conjunt de polítiques públiques catalanes prenia el concepte ampliat com a referent, anticipant la futura llei catalana d'ESS, les bases de la qual avui la defineixen com “un àmbit de desenvolupament econòmic específic”, que “democratitza totes les fases del cicle econòmic”, “és generadora de béns i serveis socialment útils” i “prioritza la satisfacció de les necessitats i les aspiracions de les persones que en són membres, així com les de les seves comunitats, per sobre del lucre”.<sup>18</sup> Aquella onada va ser acompanyada per la Xarxa de Municipis per l'Economia Social i Solidària (XMESS), que amb el lideratge de ciutats metropolitanes com Barcelona, Santa Coloma de Gramenet, Badalona i Sabadell, avui reuneix més d'una cinquantena de municipis catalans.<sup>19</sup>

El 2016, la Direcció General d'Economia Social de la Generalitat de Catalunya, inspirant-se en experiències anticipades pel moviment, impulsà la política d'Ateneus Cooperatius. Amb 14 dispositius territorials adreçats al foment del cooperativisme i l'ESS, avui més de 360 entitats públiques i socials s'articulen arreu el país per contribuir a l'enfortiment de l'activitat econòmica, la creació de llocs de treball de qualitat i promoure “relacions socioeconòmiques col·lectives, democràtiques, justes i solidàries”. L'Ateneu Cooperatiu és definit com “l'espai de referència al territori que fomenta l'aprenentatge, la reflexió col·lectiva, la cooperació i la transformació social, cap a un model socioeconòmic sostenible i centrat en les persones”. Cada ateneu es compon de diverses entitats agrupades que acompanyen nous projectes cooperatius des de la intercooperació, l'enxarxament i la dinamització territorial.<sup>20</sup>

**Els Ateneus Cooperatius no només han dinamitzat genèricament l'ESS als seus territoris, sinó que han contribuït a transformar-hi l'estructura econòmica del cooperativisme, fomentant-ne l'agrupació territorial, enxarxant-hi actors locals i promovent sectors estratègics per la transició ecosocial. Poden ser entesos com un assaig reeixit de concertació públic-cooperativa-comunitària aplicada al desenvolupament econòmic territorial.**<sup>21</sup>

## Elements per un altre desenvolupament econòmic metropolità

Dels vuit ateneus que operen a l' RMB, alguns són d'àmbit de ciutat com Coòpolis de Barcelona o La Col·lectiva de L'Hospitalet de Llobregat; altres són supramunicipals com l'Ateneu Cooperatiu del Barcelonès Nord (Santa Coloma, Badalona, Sant Adrià), i una majoria són de dimensió comarcal o supracomarcal com Coopsetània (Alt Penedès-Garraf), CoopMaresme, l'Ateneu Cooperatiu del Vallès Occidental, el del Vallès Oriental i el del Baix Llobregat. A més de la creació de cooperatives a nivell local i comarcal, promouen unes dinàmiques que poden inspirar noves perspectives pel desenvolupament econòmic metropolità.

<sup>18</sup> Bases de la Llei ESS de Catalunya, octubre 2020.

<sup>19</sup> [xmess.cat](http://xmess.cat)

<sup>20</sup> “Carta de Serveis de la Xarxa d'Ateneus Cooperatius de Catalunya”.

<sup>21</sup> Miró, I. (2018). «Noves polítiques públiques d'ESS a Catalunya. Una oportunitat per a la intercooperació i el canvi de model?», a Ciutats Cooperatives. Esbossos d'una nova economia urbana, Barcelona: Icària.

En primer lloc, **la pròpia ordre dels Ateneus contempla l'organització de les Taules Territorials, espais de participació periòdics i oberts als actors institucionals, econòmics i socials del territori, amb l'objectiu de validar i enriquir la tasca de l'ateneu.** Amb modalitats més representatives i informatives, i d'altres que cerquen la presa de decisions, s'hi treballen les línies estratègiques, es delibera amb el teixit comunitari i es recullen noves iniciatives: són mecanismes que vehiculen diagnòstics i propostes de desenvolupament local en clau públic-cooperativa- comunitària.<sup>22</sup> Un cas paradigmàtic són les diferents taules organitzades per CoopMaresme amb la comunitat educativa de la comarca.

En segon lloc, **els ateneus comparteixen una estratègia de territorialització que els fa potenciar les emergents articulacions territorials de l'ESS,<sup>23</sup> ja sigui amb les xarxes sociopolítiques de les XES locals o comarcals, o bé fomentant ecosistemes cooperatius locals,** entesos com "circuitos d'intercooperació socioeconòmica basats en la proximitat territorial i l'afinitat estratègica". Aquests ecosistemes posen l'accent en l'acció econòmica mancomunada i el retorn comunitari, amb l'objectiu que la cadena de valor romangui en l'economia local i es promogui una diversificació socioeconòmica i productiva que atengui el conjunt de necessitats locals.<sup>24</sup> En aquest sentit, Coopsetània ha impulsat la creació de la Xarxa d'Economia Solidària del Penedès i Garraf; mentre que al Baix Llobregat - sota la figura dels "Cercles" - es dona suport a quatre ecosistemes locals: Barri Cooperatiu L'Obrera, Unió de Cooperadors de Gavà, Ecosistema d'ESS del Baix Llobregat Sud i el del Baix Llobregat Nord. Fins i tot es promouen *Pols Cooperatius* ("concentració d'iniciatives de l'ESS en un mateix espai, edifici o equipament, que funciona com un centre connector o hub de la xarxa"),<sup>25</sup> com l'ateneu del Vallès Occidental fomentant pols a Sabadell, Terrassa o Sant Cugat, o La Col·lectiva de L'Hospitalet participant de la creació de l'Espai Llavors.

En tercer lloc, si bé s'acompanya la democratització de qualsevol activitat econòmica, **els ateneus impulsen de forma proactiva una sèrie de sectors estratègics ecosocials.** En el cas de Coòpolis, per una "transició ecològica, social i feminista de l'economia urbana", s'impulsa l'alimentació ecològica, la mobilitat i la logística sostenible, la transició ecològica i energètica, la democratització de les cures, la cultura i la creativitat cooperativa, l'habitatge cooperatiu, l'economia circular, la tecnologia lliure, l'educació o el tèxtil. En el mateix ateneu, el Cercle de Migracions fomenta l'ESS *des de i per a* les persones migrants i/o racialitzades, amb més dificultats a causa del racisme estructural. L'aposta pels sectors ecosocials contrasta amb les polítiques que privilegien l'activitat econòmica vinculada al capital global, i incorpora el repte de construir una economia al servei de les persones i la justícia econòmica i socioambiental.

Finalment, *des dels ateneus metropolitans, s'ha participat de les xarxes de suport mutu comunitari que durant la pandèmia han articulat la solidaritat social a partir de la distribució alimentària, la confecció de mascaretes o la creació de caixes de resistència.* Amb més força en territoris de major composició obrera i migrant, destaca el paper de la Col·lectiva a l'Hospitalet, amb el suport a les xarxes de treballadores de les cures, o el rol de l'ateneu del Barcelonès Nord en l'articulació d'entitats que treballen amb persones en risc d'exclusió social.<sup>26</sup>

<sup>22</sup> "Grup de discussió Ateneus Cooperatius Metropolitans 2 de juliol 2021". IERMB-La Ciutat Invisible.

<sup>23</sup> Estivill i Miró, 2020.

<sup>24</sup> Miró, I. (2018). «Què són i què poden ser els ecosistemes cooperatius locals», a Ciutats Cooperatives.

<sup>25</sup> Estivill i Miró, 2020.

<sup>26</sup> "Grup de discussió Ateneus Cooperatius Metropolitans".



# Cap a un desenvolupament econòmic transformador

A més del suport a la creació d'un nou teixit cooperatiu, **les dinàmiques dels ateneus metropolitans en relació a la participació social, l'articulació territorial, els sectors estratègics ecosocials i la dimensió comunitària prefiguren un altre tipus de desenvolupament econòmic local i comarcal de caràcter transformador, que pot inspirar processos d'abast metropolità.**

Segons els propis ateneus, **però, cal afrontar mancances** com la falta d'espais de coordinació metropolitana dels ateneus; augmentar la relació amb l'Agència de Desenvolupament Econòmic de l'AMB i la coproducció de les mesures metropolitanes de foment de l'ESS; la generalització d'Estratègies d'ESS municipals com les de Barcelona o Terrassa; el reconeixement dels ateneus com actors estratègics de l' RMB i el foment de plans de Desenvolupament Econòmic Comunitari als municipis metropolitans, on els ateneus cooperatius, les administracions locals, les pimes i els moviments socials emprenguin no només la reactivació de l'economia, sinó la seva transformació en un sentit de relocalització, democratització i transició ecosocial.<sup>27</sup>

Amb altres mesures generals, **un desenvolupament econòmic comunitari i transformador, arrelat a partir dels lideratges distribuïts dels ateneus, podrà fer efectiu el dret a la ciutat, la reintegració de sobirania i la missió de construir una estructura econòmica metropolitana democràtica** ("un marc de justícia socioespacial") **que reverteixi desigualtats i segregacions i afronti una crisi que ja és econòmica, social, ecològica i sanitària.**

**NOTA.** *Les opinions expressades per les persones autores són a títol personal i no necessàriament representen la visió del PEMB.*

---

<sup>27</sup> Ibid.



**Barcelona  
Demà**

**Compromís  
Metropolità 2030**



**Pla Estratègic  
Metropolità  
de Barcelona**

**#CompromísMetropolità**  
**@pembarcelona**

**Pla Estratègic Metropolità de Barcelona**  
**Canòdrom - Ateneu d'Innovació Digital i Democràtica**  
**C/ Concepció Arenal 165**  
**08027 Barcelona**  
**Tel. +34 93 318 70 51**