

to ha dejado locales vacíos, lo que crea un caldo de cultivo para nuevos emprendedores», analiza.

¿Qué se puede hacer?

¿Cómo evitar la desaparición de las tiendas locales? «Trabajando codo con codo con los comerciantes, con las instituciones, y haciendo entender que, cuando un comercio cierra, no se le debe dejar de lado. Hay que ofrecer soluciones, buscar vías de financiación y subvenciones», señala Nieto.

Los ayuntamientos de Tarragona y Reus tienen diversas líneas en este sentido. El consistorio tarragonense admite que es consciente de la dinámica: «Nosotros sabemos que esta situación no es exclusiva de Tarragona, sino que se traslada a todas las poblaciones, pero nos preocupa cómo nos afecta. Tarragona tiene una realidad particular, con barrios diferentes, y cada zona necesita soluciones específicas», expone la consellera de Turisme, Promoció Econòmica i Comerç, Montse Adan. «El comercio local es nuestra identidad, y por eso tenemos que estar a su lado», añade.

Explica que el Ayuntamiento está actualizando el Pla Estratègic para adaptarlo a las necesidades actuales, además de diseñar un plan para atraer comercios al Serrallo y la Part Baixa, con subvenciones de hasta 6.000 euros. Por otra parte, se está llevando a cabo un documento para conocer cuántos locales vacíos hay, atacar la situación de los espacios desocupados y plantear alguna recarga para los que permanezcan así. Además, se pondrá en marcha la

El Ayuntamiento de TGN pondrá en marcha la cuarta campaña de Bons Comerç

cuarta campaña de Bons Comerç, que contará con una dotación de 150.000 euros destinada a los bonos y 50.000 euros más para gestión y promoción.

Este año, el Ayuntamiento destaca que se seguirán impulsando acciones de dinamización en las calles, tanto de manera directa como en colaboración con la Via T y la Associació de la Vall de l'Arrabassada, que son las asociaciones de comerciantes activas. Asimismo, Comerç insiste en que brinda apoyo a las iniciativas vecinales.

Adan también destaca las mejoras de la calle Unió y Apodaca como futuros ejes comerciales, la del Mercat de Torreforta, la recuperación del Mercat del Fòrum y la importancia de la digitalización. En este sentido, Mercats de Tarragona impulsa el proyecto 'Tarragona, Centre Comercial Obert', que ha sido financiado con los fondos Next Generation y tiene como objetivo impulsar la transformación digital del comercio y aplicar me-

Las frases

«Cada año baja el número de comercios en grandes ciudades»

Florenci Nieto
Presidente de PIMEComerç
Tarragona

«Hay recorrido cubriendo nuevas demandas a partir de tendencias sociales»

Josep Maria Piñol
Càtedra Universitat i Regió del
Coneixement de la URV

«El comercio local es nuestra identidad, y por eso tenemos que estar a su lado»

Montse Adan
Concejal de Turisme,
Promoció Econòmica i Comerç
del Ayuntamiento de Tarragona

«Estamos trabajando en una nueva estrategia de proyección exterior»

Noemí Llauredó
Concejal de Projecció de
Ciutat del Ayuntamiento de
Reus

didias de sostenibilidad y eficiencia energética. La inversión total es de 1.498.948 euros.

Desde el Ayuntamiento de Reus, la concejala de Projecció de Ciutat, Noemí Llauredó, remarca que «desde hace unos meses, a través de la Agència Reus Promoció, se ha creado un sello para identificar los comercios históricos de la ciudad, acompañado de una nueva ruta turística vinculada a ellos. Con esta iniciativa, se busca reconocer el patrimonio comercial, favoreciendo la conservación de la identidad local y, a la vez, fortaleciendo el comercio de proximidad».

«Además, estamos trabajando en una nueva estrategia de proyección exterior que pretende convertir Reus en un referente y polo de atracción en el sur de Catalunya a través de un trabajo transversal entre diferentes concejalías», indica Llauredó, quien destaca también el programa 'Reempresa', que conecta a los titulares de empresas que están considerando cerrar con emprendedores interesados en dar continuidad a esas actividades en lugar de crear una nueva desde cero, y 'Reus Espais Vius', que revitaliza los locales comerciales cerrados. Pone en valor que «Reus es una ciudad con un gran prestigio comercial, reconocida por su larga tradición y por contar con establecimientos históricos que han sido fundamentales para el desarrollo de la ciudad».

Casa Corderet es la tienda más antigua de toda Catalunya. ¿Cómo ha sobrevivido desde 1751?



El actual propietario de Casa Corderet, Xavier Pagès, en la puerta de la tienda. FOTO: MARC BOSCH

La historia viva de la esencia en la capital

JOEL MEDINA ROMERO
TARRAGONA

Casa Corderet, fundada como tienda en 1751, se presenta como la tienda más antigua de Catalunya y una de las quince más antiguas de Europa. Pero su historia se remonta aún más atrás, con una fábrica que data de 1631. Su actual propietario, Xavier Pagès, destaca la singularidad de Casa Corderet en comparación con otros establecimientos antiguos como Santa Maria Novella en Florencia y la farmacia Esteve de Llívia. Casa Corderet se mantiene como una «tienda viva» que aún produce. Esta continuidad en la producción es, según Pagès, un factor clave para entender su supervivencia a lo largo de los siglos.

¿Cuál es el secreto para mantenerse activo durante tanto tiempo? Según Pagès, la clave radica en «tener algo diferente y, obviamente, el patrimonio». A pesar de este rico patrimonio y su singularidad, Casa Corderet no está exenta de desafíos. Lamenta la falta de apoyo al comercio y la cultura por parte de la política, «sea del color que sea». Además, la tienda ha tenido que hacer frente a las consecuencias de la pandemia de la Covid-19 y a los problemas de distribución derivados de las guerras, que afectan el suministro de materia-

La frase

«Lo primero que pregunto cuando me dicen 'qué lástima que ha cerrado esta tienda' es '¿tú ibas a comprar allí?'»
Xavier Pagès

les. La presión inmobiliaria es otro factor que amenaza la continuidad de estos comercios históricos.

Pagès resalta la importancia de proteger este tipo de tiendas, especialmente cuando los referentes históricos son escasos. Cita el ejemplo de París, donde los comercios históricos están exentos de IBI, ya que «mantener una casa de estas características no es fácil». En Casa Corderet, por ejemplo, restauración y mantenimiento implican costes elevados.

Estos espacios singulares atraen visitantes y aportan un valor añadido. La pérdida del comercio local en favor de las franquicias es una preocupación manifestada por Pagès. También la fiscalidad, ya que el comercio local tributa en el territorio mientras que «las grandes superficies y los franquiciados, no».

Esta homogeneización de las ciudades hace que se pierda «aquello que las hacía únicas» y el «hecho diferencial». Para Pagès, Casa Corderet es «la joya de la corona del comercio en Catalunya». El problema, según Pagès, trasciende el ámbito local y se convierte en «un problema a nivel institucional». Crítica un sistema en el que se vende «el alma al demonio» y en el que no se da la importancia debida al comercio tradicional.

En cuanto a la continuidad del negocio, Xavier Pagès explica que, aunque las tres primeras generaciones fueron de la misma familia, a estas las mataron durante la Guerra de la Independencia. Desde entonces, la tienda ha pasado por manos de trabajadores que han tomado el relevo. Pagès, humildemente, afirma que no son ellos los inteligentes, sino que «la tienda es la inteligente», capaz de encontrar a las personas adecuadas para continuar su historia.

Pagès lanza un mensaje directo a la ciudadanía, advirtiendo que si no se compra «en casa, si no compramos en las tiendas de proximidad, si no compramos en nuestras fábricas, las próximas generaciones lo pasarán mal». «Lo primero que pregunto cuando me dicen 'qué lástima que ha cerrado esta tienda' es '¿tú ibas a comprar allí?'», sentencia.