

# Compra “a casa”, per Nadal

written by Redacció Unilateral | 13 de desembre de 2021

Amb motiu de la crisi econòmica i la pandèmia que encara ens fa la guitza, urgeix com mai reactivar el sector empresarial per tal de poder encarar el futur més imminent amb bona cara. És per això que el **comerç de proximitat** esdevé crucial i, més encara, durant aquestes festes nadalenques i la festivitat de Reis: primer, perquè depèn de tots nosaltres i segon perquè, lluny de deixar-nos portar pel consumisme imperant, el més sa, favorable, energèticament responsable i consum conscient és el que tenim més a prop.

El Departament d'Empresa i Treball pretén, doncs, reactivar el comerç de proximitat als centres històrics i ha endegat una **campanya nadalenca per a potenciar-lo**, a base de publicitat als mitjans de comunicació i a les xarxes socials, sota el lema: “Per Nadal, comerç local”. Així doncs, la proliferació de fires, mercats i propostes a totes les viles i ciutats catalanes han arribat i són notícia en webs municipals, i també en butlletins de sortides i de lleure com, per exemple: <http://www.surtdecasa.cat>, <http://www.elculturista.cat>, <https://www.barcelonaesmoltmes.cat/> o <http://www.festes.org/index.php>, entre molts altres. Per una banda, trobem les parades itinerants habituals, d'altres són botigues ambulants rèplica dels comerços locals que dona més opcions de negoci, i complementa l'oferta, i també trobem les temàtiques o especialitats com són les de productes de Nadal o bé les dedicades a algun producte natural i agrícola, en funció de l'època de l'any o bé les medievals o basades en llegendes del món local.

Els **avantatges sumen**. Permeten recordar la infància i trobar-se amb els veïns, ajuden a enfortir els símbols i tradicions propis, creen xarxa i comunitat, alhora que dona a conèixer novetats –moltes vegades, produïdes a la terra i amb menys intermediaris–, també productes confeccionats de manera

artesanal que acostumen a ser originals i, en definitiva, tenen com a objectiu la creació d'una programació que apropi una oferta d'activitats de qualitat prop de les zones comercials: descentralitzar i oferir varietat, i que la gent es distribueixi pel territori i donar més oportunitats de venda.

La necessitat, cada cop més imminent i urgent de protecció del medi ambient i, per tant, de reduir les despeses energètiques davant d'un planeta amb recursos finits, ha contribuït a fer de les cooperatives una bona eina de cohesió i treball en xarxa a tal efecte. En aquest sentit, [Opcions.org](http://Opcions.org) que tal com es defineix és “una cooperativa sense ànim de lucre que publiquem informació per consumir menys i millor i oferim avantatges perquè sigui més fàcil practicar el consum conscient.”

No hem d'oblidar que és també un sector en el qual es pot potenciar l'ús del català. La Direcció General de Política Lingüística va presentar, ara fa un any, el projecte **Ofercat**: “plans per fomentar el català i l'anàlisi de l'oferta lingüística al comerç de deu ciutats de Catalunya” i com a eina per a obtenir dades i indicadors sobre l'oferta de productes i serveis en català en un territori concret, a manera d'observatori en el qual es valoren i analitzen aspectes com els rètols, publicitat, la llengua oral, etc.; per aquest curs, hi ha programades actuacions a les següents ciutats: deu districtes de Barcelona ciutat, Girona, Lleida i Tarragona (2021) i Badalona, Granollers, Igualada, l'Hospitalet de Llobregat, Lloret de Mar, Olot, Sabadell, Tortosa, el Vendrell i Vielha (2022).