

Amazons de quilòmetre zero

Text > **BLAI GASULL**

Il·lustració > **XAVIER ROQUETA**

No fa tant que, respecte al comerç electrònic, les notícies que en donaven els mitjans giraven al voltant del seu desenrotllament i celebraven el prodigi que suposava tenir un jersei o un paquet de macarrons a un clic. Es congratulaven de l'increment percentual del comerç digital en la mesura que ens apropava als països que estaven una mica més instal·lats en el futur que no nosaltres, i si el creixement s'estancava, s'instava les administracions a fer-hi alguna cosa. De tot això no fa ni deu anys. És divertit recuperar els diaris d'aleshores i veure el tomb que han fet els discursos. Un senyal palmari d'aquest canvi és la mena de publicitat que fa Amazon, la botiga digital per antonomàsia: ja fa força temps que no centra la propaganda en la rapidesa ni en la comoditat del servei, ni tampoc en l'extensió quasi infinita del seu catàleg de productes. Ara, centra el relat que vol associar a la seva marca en el partenariat amb el comerç i els productors locals i també en la quantitat de feina que genera als seus punts logístics. El refranyer ja ens avisa: «La virtut que et sols lloar és la que més falta et fa».

També l'actitud dels consumidors ha canviat. Comprar per Internet ja no aporta aquella pàtina de *connoisseur* i d'home de món, i més aviat s'ha generat tot un sistema d'autoexculpació per quan no es té més alternativa que tirar pel comerç electrònic.

Semblaria que aquest canvi en la valoració del comerç electrònic hauria de ser bo per al comerç tradicional, però és exactament el contrari. Si té mala premsa és justament perquè la consolidació del comerç electrònic i la concentració en poquíssimes marques és segurament irreversible. I si fa uns anys s'instava les administracions a actuar per digitalitzar les nostres compres, ara l'exigència és de salvar el paisatge urbà tradicional i el seu comerç.

El novembre passat, Jaime Gómez-Obregón i Mònica Redondo van publicar a Hipertextual un estudi sobre els Amazons locals a Espanya. El títol de l'article és prou explicatiu: «L'Amazon local no funciona: el somni frustrat dels *marketplaces* a Espanya». En la publicació es repassen un centenar d'experiències en les quals diverses administracions han posat en marxa plataformes de comerç electrònic per salvar del monopoli d'Amazon els comerços locals. S'han

destinat un munt de milers d'euros a muntar unes plataformes que han durat de Nadal a Sant Esteve i amb un impacte que tendeix al zero. Una imatge que acompanya l'article recull una dotzena i mitja de titulars clònics que anuncien la creació d'Amazons de proximitat: a Santander, a Antequera, a Burgos... Potser perquè els autors es creuen més el resultat de l'1-O que nosaltres, a l'article gairebé no s'hi menciona cap cas català ni, per tant, cap de gironí. Però no és que la nostra demarcació no hagi participat d'aquesta febre: «A casa en un clic» de la Diputació de Girona o «La compra» o els *smart points* impulsats per l'Ajuntament de la capital són segurament els exemples més representatius de la resposta de les administracions gironines als efectes devastadors d'Amazon al nostre comerç local. I com que la millor cosa que pot dir-se d'aquestes experiències és que la seva modesta ambició ha anat lligada a una inversió igualment modestíssima, potser és millor no dir-ne res més.

