A Catalunya, no és Sant Valentí, és Sant Jordi

Sant Cugat Comerç va iniciar el 10 de febrer una campanya publicitària de cinc dies destinada a incrementar les vendes utilitzant com a esquer la data del 14 de febrer, és a dir, per Sant Valentí, que alguns països celebren com 'el dia dels enamorats'. La campanya de Sant Cugat Comerç diu: 'Enamorats de tu... T'obsequiem les compres amb una dolça sorpresa del 10 al 15 de febrer'. És una campanya, afirmen, que té l'objectiu de promoure el comerç de proximitat. I la sorpresa que anuncien és senzilla, consisteix en una piruleta en forma de cor que una cinquantena de comerços regalen als seus clients si passen per caixa. La idea no és nova d'enguany, ja en fa sis que la porten a terme.

No sembla pas, malauradament, que la iniciativa hagi tingut el més mínim èxit si tenim en compte la dramàtica situació del comerç de proximitat a Sant Cugat, amb un eix comercial farcit de franquícies. Val a dir, d'altra banda, que difícilment hi haurà algú que es gasti 20, 30, 40 o 200 euros perquè li regalin un caramel. La llamineria pot ser extrema, però no fins a aquest punt.

He escrit diversos articles en defensa del comerç de proximitat tot alertant de la despersonalització que suposa per a Sant Cugat la baixada de persianes de les anomenades botigues 'de tota la vida' i la seva substitució per un comerç completament aliè a la ciutat, que, en forma de franquícia, és idèntic, fins i tot en decoració, al de la resta de ciutats de Catalunya. Vendre's aquest patrimoni és vendre's la identitat, i si et vens la identitat deixes de ser algú per convertir-te en ningú.

Doncs bé, en el mateix sentit em sembla deplorable la iniciativa de l'esmentada associació de celebrar el 14 de febrer com a dia dels enamorats. Benvolguts senyors i senyores de Sant Cugat Comerç, el dia dels enamorats a Catalunya no és el 14 de febrer, és el 23 d'abril. No és per Sant Valentí, és per Sant Jordi que ho celebrem. És aleshores quan els establiments han de fer la seva campanya, ja sigui amb piruleta o sense. Voler fer negoci és del tot legítim, naturalment que sí. Però no fins al punt de la despersonalització. Perquè si tot s'hi val per tal de fer caixa, si qualsevol excusa és bona per fer calerons, si importem tradicions comercials en detriment de les nostres, quedem completament nus a l'hora de reivindicar el nostre comerç 'tradicional'. Cal predicar amb l'exemple, amics, i demostrar que el comerç tradicional és el primer a respectar les tradicions del país on viu.

Hi pot haver algú que argumenti que la celebració de Sant Jordi no és incompatible amb la celebració de Sant Valentí, però serà un argument amb molta barra, francament, perquè no es pot admetre de cap de les maneres una duplicitat de celebracions moguda per l'afany econòmic. Altrament, no n'hauríem de dir 'celebració', sinó una cosa molt més lletja. Seguint aquest patró, Sant Cugat Comerç podria celebrar dos Dia de la Mare, dos Dia del Pare, i, d'acord amb els nous temps, instaurar el Dia del Segon Marit i el Dia de la Segona Muller. I endavant que fa baixada! Caixa, caixa! Al final acabarem celebrant el 4 de juliol i el 14 de juliol com a esquer per captar clients nord-americans i francesos.

Siguem seriosos, si us plau. Fem negoci, però fem-lo inventant, no copiant. No hi ha res en contra de voler vendre, però fem-ho amb criteri, amb imaginació i amb creativitat, no a costa de vendre'ns la dignitat. Som catalans, no anglosaxons.

VÍCTOR ALEXANDRE és escriptor i periodista

Noticia disponible a https://www.cugat.cat/diari/opinio/147640.html

Copyright 2024 Cugat.cat