El comerç posa sobre la taula els reptes d'atraure talent i facilitar el relleu dels negocis

- **Sis botiguers han compartit les seves experiències i visions sobre el futur del sector, amb el talent, el relleu dels negocis i la digitalització com a principals reptes**
- **La Cambra de Comerç de Barcelona ha reunit prop d'un centenar de persones a la Llotja de Mar en el marc de la jornada «Retail Talks: Comerç sense filtres»**
- **Només el 8,35% dels propietaris de locals comercials de Barcelona tenen entre 16 i 34 anys, una dada que posa de manifest el repte del relleu generacional al sector.**

Barcelona, 5 de novembre de 2026.- El comerç dona feina a més de 302.805 persones a la província de Barcelona[i] i té un paper clau en l'activitat econòmica i social del territori. En un any en què **Barcelona ha estat reconeguda com a Capital Europea del Comerç de Proximitat 2026**, el sector afronta alhora reptes importants per garantir el seu futur, entre els quals destaca el relleu generacional: només el **8,35% dels propietaris de locals comercials de Barcelona tenen entre 16 i 34 anys**[ii].

Segons un estudi de la Cambra de Comerç de Barcelona, **una de cada quatre persones ocupades menors de 30 anys a Catalunya treballa al sector retail**[iii]. Com pot el comerç atraure talent i consolidar-se com un sector on emprendre i desenvolupar una carrera professional? Què cal per afavorir la creació de nous negocis i donar continuïtat als que ja existeixen?

Aquestes qüestions han centrat **"Retail Talks: Comerç sense filtres"**, una jornada organitzada per la **Cambra de Comerç de Barcelona** que ha reunit avui a la Llotja de Mar prop d'un **centenar de botiguers, emprenedors, estudiants i persones vinculades al comerç minorista**. La trobada ha servit per posar en comú experiències i punts de vista sobre els principals reptes que condicionen el present i el futur del sector.

La jornada s'ha articulat al voltant de **sis taules de debat**, cadascuna liderada per un botiguer, centrades en sis àmbits clau: emprenedoria, comunitat, carrera professional, concepte de botiga, promoció i relleu generacional. Els assistents han anat rotant per les diferents converses, aportant punts de vista i contrastant-los amb l'experiència dels sis amfitrions.

A partir d'aquestes converses, els sis botiguers han compartit els reptes que han afrontat a l'hora d'impulsar, fer créixer o donar continuïtat als seus negocis, així com algunes de les claus que, des de la seva experiència, poden contribuir a fer el comerç més atractiu, competitiu i connectat amb les noves necessitats dels consumidors.

Sis experiències per posar cara als reptes del comerç

La jornada ha estat conduïda per **Aleix Camps, fundador de Típics**, un projecte dedicat a recuperar el llegat de productes típics catalans en risc de desaparèixer. Camps ha defensat que "emprendre és un camí difícil i sovint solitari. L'impacte i la raó de ser del projecte és el que et motiva a seguir". Ha seguit dient que "poques coses poden generar més impacte que seguir la vida i el comerç de barri, connectar a gent que està més desconnectada que mai."

En les taules de debat, **Montse Robinat, directora general de Culinarium**, ha reivindicat el comerç com un sector que ofereix oportunitats de creixement i desenvolupament professional a llarg termini, més enllà de les primeres experiències laborals. En l'àmbit de l'emprenedoria, **Marta Negra, fundadora de Marta's Lemon Pie**, ha destacat que, malgrat les dificultats de posar en marxa un negoci, avui existeixen eines i oportunitats per transformar una idea en un projecte empresarial viable.

Pel que fa al relleu generacional, **Oriol Escursell, de Demasié**, ha defensat que emprendre no sempre implica començar de zero, sinó que donar continuïtat a un establiment existent també pot ser una oportunitat per a les noves generacions. En aquest sentit, ha destacat la importància de combinar el coneixement i la trajectòria acumulats amb noves idees que permetin adaptar el negoci a les demandes actuals.

La relació amb els clients i la visibilitat dels negocis també han centrat part del debat. **Patricia Pueyo, de Patri's Closet**, ha reivindicat la capacitat del comerç de proximitat per crear comunitat i generar vincles de confiança que van més enllà de la compra. Per la seva banda, **Caterina Tuset** i **Daniel Claramunt, d'Etnia**, ha destacat el valor de les experiències de compra diferencials i de les recomanacions dels clients com a eines per donar visibilitat als establiments en un entorn cada vegada més competitiu.

Finalment, **Judit Escudé, directora general d'Eurekakids**, ha defensat la necessitat de repensar el concepte de botiga física davant dels nous hàbits de consum. En aquest sentit, ha apuntat que el futur dels establiments passa per oferir espais que convidin a descobrir, provar productes i relacionar-se, convertint la visita en una experiència que vagi més enllà de la compra.

Un comerç més connectat, diferencial i amb capacitat d'atraure talent

Les converses han posat de manifest la necessitat de fer més visible el **comerç com un espai d'oportunitats professionals i d'emprenedoria** i de donar més valor al relleu de negocis ja existents com una alternativa a emprendre des de zero.

Els participants també han coincidit en la necessitat de repensar la botiga física més enllà de la compra, reforçant l'experiència, l'atenció personal i la vinculació amb el barri i la comunitat. Alhora, s'ha destacat que la frontera entre el comerç físic i digital és cada vegada més difusa i que els negocis han de saber connectar amb els clients a través de diferents canals sense perdre una proposta pròpia i diferencial.

Finalment, la jornada ha reivindicat el valor del tracte humà, l'escolta, l'assessorament i la confiança com a elements que continuen diferenciant el comerç en un context marcat per la digitalització i la intel·ligència artificial.

L'actuació "Retail Talks: Comerç sense filtres" s'emmarca en el **Programa de Comerç Minorista 2026**, finançada pel Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) i per la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

---

[i] Diputació de Barcelona, & Cambra de Barcelona. (2026). *Informe econòmic local: Província de Barcelona 2025*. https://cambrabcn.org/es/informe-economico-local-de-la-provincia-de-barcelona-2025/

[ii] Ajuntament de Barcelona. (2025). *Ocupació*. Observatori del Comerç. https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/ca/observatori/dades-i-indicadors/ocupacio

[iii] Cambra de Comerç de Barcelona (2025). Perfil sociodemogràfic i situació professional de les persones ocupades al retail a Catalunya. 3 d'abril de 2025, pàg. 10. Dades de l'Enquesta de Població Activa (EPA) de l'INE, tercer trimestre de 2024.