

L'Ajuntament de Girona llança una campanya per dinamitzar els locals buits i atraure negocis

Actualitat Girona | 30-04-2021 | 15:17



Pla de Comerç

L'Ajuntament de Girona llançarà una campanya de dinamització dels locals buits per atraure negocis. La iniciativa consistirà en la col·locació d'unes imatges de grans dimensions en els aparadors d'establiments buits amb fotografies d'esdeveniments icònics de la ciutat (com Temps de Flors, les Fires de Sant Narcís o les Festes de Primavera) i el lema: "El millor local per al teu negoci, Regala Girona". Es tracta d'una de les primeres accions que es duran a terme després d'actualitzar el Pla sectorial de comerç de la ciutat. Aquest matí l'alcalde de Girona, Marta Madrenas; la regidora de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Girona, Glòria Plana Yanes, i el director d'RBD Consulting, Roger Gaspa, han presentat en roda de premsa la iniciativa i el nou document.

En una primera fase, la campanya se centrarà en la rambla de la Llibertat i els carrers de l'Argenteria i de les Ballesteries, i s'estendrà a altres zones de la ciutat si dona bons resultats. Està previst que les imatges es comencin a col·locar en les properes setmanes. Amb aquesta acció de reactivació econòmica es pretén obrir els llums dels aparadors que estan buits i visibilitzar aquests immobles per atraure inversors i negocis. Aquesta és també una forma d'embellir els locals, atraure vianants cap a la zona i augmentar també la sensació de seguretat i amabilitat.

"Treballarem sense descans pel dinamisme econòmic de la ciutat, que això alhora vol dir treballar per a la cohesió social recuperant llocs de treball. La reactivació econòmica és l'objectiu que ens mou. A Girona tenim molts punts forts i, abans de la pandèmia, teníem un sector del comerç amb molta solidesa. Gràcies a això, tenim molts indicis que ens fan pensar que podrem recuperar-nos més ràpid que altres ciutats", ha afirmat l'alcalde de Girona, Marta Madrenas.

"El comerç és un sector estratègic i vital per a l'economia de la nostra ciutat, a més de la important funció social de vertebració, cohesió i qualitat urbana que té. D'aquí la necessitat que tenim de trobar solucions a curt termini per reactivar comercialment les zones més afectades per les restriccions de la pandèmia amb la recerca d'obertures de nous locals amb comerç de qualitat, de proximitat i de potenciar nous talents i últimes tendències", ha ressaltat per la seva banda la regidora de Promoció Econòmica, Glòria Plana Yanes.

La iniciativa es realitza amb la col·laboració de Girona Centre Eix Comercial i de l'Associació de

Botiguers, Industrials i Veïns del Carrer Ballesteries. Es durà a terme en el marc de la iniciativa "Regala Girona" donant-li continuïtat per tal de seguir incentivant el consum de productes i serveis locals de la ciutat.

Actualització del Pla sectorial de comerç

Aquesta campanya és una de les primeres accions que es duran a terme després d'actualitzar el Pla sectorial de comerç de la ciutat. Davant la nova realitat comercial que ha deixat la pandèmia, el consistori ha encarregat la modificació d'aquest document que té per objectiu proposar estratègies i actuacions per fer de Girona una ciutat de moda, genuïna i pionera.

El comerç de Girona és una polaritat comercial de primer nivell, amb gran capacitat d'atracció i fidelització del client, segons el Pla. Abans de la pandèmia, la ciutat atreia el 31 % de la despesa dins la seva àrea d'influència, la que es troba a un màxim de 45 minuts de la ciutat. Això significa que retenia un total de 487 milions d'euros. Si es té en compte l'àrea màxima, la que es troba a 60 minuts de la ciutat, la facturació atreta ascendia fins als 646 milions d'euros.

L'estudi, elaborat per RBD Consulting, corrobora que la pandèmia ha aturat "temporalment" la capacitat d'atracció del municipi, afectant el comerç de forma greu. Tanmateix, les previsions i les característiques del model comercial de Girona fan pensar que l'atractivitat prèvia a la pandèmia podrà recuperar-se ràpidament comparat amb altres ciutats catalanes.

L'informe analitza l'impacte de la COVID-19 en el sector i destaca que la taxa d'estalvi ha crescut del 7 al 17%, preveient que aquesta capacitat de despesa es comenci a executar ara i, per tant, es reactivin les vendes. També s'exposa que el comerç alimentari, d'equipaments per la llar i d'oci i informàtica han sortit molt reforçats d'aquesta crisi; i per contra, la restauració i la moda estan patint molt. Per últim, es constata que el centre de Girona ha sortit més debilitat que els comerços de barri, que donen servei a les persones residents.

Tot i això, aquests darrers mesos s'ha constatat una certa recuperació amb el creixement de l'índex d'ocupació de locals. En l'últim mes i mig, hi ha hagut 50 altes d'activitats i 13 baixes. Unes dades que no s'estan veient en altres ciutats, tal com destaca l'estudi. "Aquest índex de regeneració aquí a Girona s'està accelerant més o ha començat abans que altres llocs. És innegable que el centre ha patit molt perquè viu de la influència que malauradament no es podia fer amb el confinament", ha destacat el director d'RBD Consulting, Roger Gaspa.

Per accelerar la recuperació i per donar resposta a aquests reptes i canvis de patrons de consum, s'han actualitzat i redefinit les prioritats del Pla sectorial de comerç que es va elaborar el 2018, posant el focus en la digitalització, la promoció interior i exterior de la ciutat, i la revitalització de les zones més castigades per la pandèmia.

Autor: Redacció