

Compromesos reclama una estratègia conjunta per definir el model comercial de ciutat

El grup d'opinió aposta per una oferta múltiple comercial que tingui en consideració l'opció que siguin compatibles el projecte del Pla de l'Estació - com a continuïtat de l'Eix Comercial - amb un dels altres grans centres comercials que es volen ubicar a l'extraradi (Torre Salses o Carrefour) amb l'objectiu de recuperar la capitalitat comercial que ha exercit Lleida per captar els clients del conjunt del territori i de la Franja, i competir amb Tarragona-Reus, Saragossa, Barcelona i Andorra.



El grup d'opinió i debat Compromesos amb el futur de Lleida, impulsat per la Fundació ICG, ha celebrat avui una nova jornada de treball, que ha portat per títol El model d'oferta comercial per a Lleida. Un dels eixos vertebradors de l'Economia, i on s'han plasmat tota una sèrie de propostes que volen contribuir a la revitalització del comerç a Lleida.

En primer lloc, Compromesos ha fet una crida a les institucions públiques (Ajuntament de Lleida, Diputació de Lleida i la Generalitat), a les entitats empresarials (Pimec, Cambra de Comerç, Fecom) i als partits polítics, perquè uneixin les seves forces d'una manera decidida i el més ràpida possible per definir un model comercial, que marqui les línies mestres sobre cap a on ha d'evolucionar aquest sector tan rellevant de casa nostra.

El Grup és plenament conscient que la paràlisi del Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) de Lleida és la confirmació que no hi ha un model definit, però aquest fre també suposa un handicap davant futures possibles inversions, un luxe que en cap cas ens podem permetre ja que repercuteix negativament en el desenvolupament comercial i, per tant, en la generació de riquesa per al territori.

OFERTA COMERCIAL MÚLTIPLE

Davant aquest escenari tan complex, Compromesos amb el futur de Lleida posa damunt la taula la proposta d'una oferta comercial múltiple, que en aquest cas concret consistiria, d'una banda, en promocionar l'opció del Pla de l'Estació com a continuïtat de l'Eix Comercial i, d'altra banda, apostar per una de les superfícies / centres comercials que ja s'han postulat per instal·lar-se a l'extraradi de Lleida (Torre Salses o Carrefour).

Aquesta doble proposta de creixement comercial tindria

El grup d'opinió, Compromesos amb el futur de Lleida reclama una estratègia conjunta que uneixi esforços entre institucions, partits polítics i organitzacions empresarials per acabar amb l'actual estat de paràlisi de fa anys i que s'aprovi quan abans millor un pla urbanístic que defineixi un model de ciutat que garanteixi una oferta comercial de futur

com a objectiu reforçar i recuperar la capitalitat comercial de la ciutat, que en els últims anys s'ha vist minvada, sobretot perquè en d'altres poblacions properes sí que s'ha definit un model comercial (Tarragona-Reus, Saragossa, Barcelona, Andorra...).

Aquesta revifada hauria de servir per ajudar, al mateix temps, el comerç local perquè si s'aconsegueix que els potencials clients escullin Lleida per fer les seves compres, de retruc es dinamitzaran els establiments de l'Eix Comercial i d'altres zones de la ciutat, alhora que es reduirà el nombre de persones que marxen cap a d'altres poblacions.

Per a dur a terme aquest reforç de la centralitat i de la revitalització de l'Eix Comercial, es requeriran polítiques i estratègies consensuades entre les administracions i les entitats que representen el sector, entre les quals han de tenir el seu pes propostes com el suport a la generació de noves iniciatives empresarials innovadores o l'increment de més experiències relacionades amb l'oci, amb especial incidència en l'àmbit de la restauració.



L'OPINIÓ DE L'EXPERTA MARIA SEGARRA

En aquesta edició, s'ha comptat també amb la presència de l'especialista Maria Segarra consultora en posicionament d'empreses de retail i plans estratègics territorials, que ha donat el seu punt de vista sobre el present i el futur del comerç a Lleida, tot assenyalant que cal aprofitar "el fet diferencial que tenim a Lleida, amb un comerç de proximitat i amb productes de Km0, amb els nous costums de consum que els nous consumidors com els 'mil·lennials' o els anomenats 'generació Z' busquen amb noves zones d'oci".

Segarra ha assegurat que no hi ha fórmules màgiques però que cal treballar conjuntament entre tots per definir el model de comerç que necessitem. "Qualsevol ciutat que es mereixi ha de tenir en el seu epicentre el comerç. Si no tenim projecte de ciutat, no podem afrontar el futur del comerç". Així, ha comentat que "Lleida és el resultat de moltes coses i hem de fer una mirada integrada que englobi diferents models".

Segarra ha assegurat que és inevitable l'existència de diferents formats comercials, ja que el consumidor avui barreja el comerç físic amb el comerç online, i per això "cal combinar l'omnicanalitat". En aquest mateix sentit, ha explicat que el futur està en compaginar una experiència directa al client (botiga física) amb l'online com a servei immediat (compra per internet), i els espais d'oci, on s'agrupen el comerç, la restauració i els serveis.

La trobada de Compromesos ha tingut lloc a la Finca Prats Hotel i després de la reunió del Grup s'ha celebrat un dinar-col·loqui que, a més de Maria Segarra, ha comptat amb la presència de representants de l'Ajuntament de Lleida, la Diputació de Lleida i la Generalitat, a més dels màxims representants de la Fecom, PIMEC i Cambra de Comerç, que també han pogut aportar els seus punts de vista i reflexions al respecte del model comercial.



L'economista Maria Segarra, especialista en retail i plans estratègics territorials, convidada pel Grup, creu que "cal aprofitar el fet diferencial que tenim a Lleida, amb un comerç de proximitat i amb productes de Km0, amb els nous costums de consum que els nous consumidors com els 'mil·lennials' o els anomenats 'generació Z' busquen en noves zones d'oci"