

Compromesos reclama una estrategia conjunta para definir el modelo comercial de ciudad

El grupo de opinión apuesta por una oferta múltiple comercial que tenga en consideración la opción que sean compatibles el proyecto del Pla de l'Estació - como continuidad del Eix Comercial - con uno de los otros grandes centros comerciales que se quieren ubicar en el extrarradio (Torre Salses o Carrefour) con el objetivo de recuperar la capitalidad comercial que ha ejercido Lleida para captar los clientes del conjunto del territorio y de la Franja, y competir con Tarragona-Reus, Zaragoza, Barcelona y Andorra.



El grupo de opinión y debate Compromesos amb el futur de Lleida, impulsado por la Fundación ICG, ha celebrado una nueva jornada de trabajo, que ha llevado por título 'El modelo de oferta comercial para Lleida'. Uno de los ejes vertebradores de la Economía, y donde se han plasmado toda una serie de propuestas que quieren contribuir a la revitalización del comercio en Lleida. En primer lugar, Compromesos ha hecho un llamamiento a las instituciones públicas (Ayuntamiento de Lleida, Diputación de Lleida y la Generalitat), a las entidades empresariales (Pimec, Cámara de Comercio, Fecom) y a los partidos políticos, para que unan sus fuerzas de una manera decidida y lo más rápido posible para definir un modelo comercial, que marque las líneas maestras sobre hacia donde tiene que evolucionar este sector tan relevante.

El Grupo es plenamente consciente que la parálisis del Plan de Ordenación Urbanística Municipal (POUM) de Lleida es la confirmación de que no hay un modelo definido, pero este freno también supone un hándicap ante futuras posibles inversiones, un lujo que en ningún caso nos podemos permitir puesto que repercute negativamente en el desarrollo comercial y, por lo tanto, en la generación de riqueza para el territorio.

OFERTA COMERCIAL MÚLTIPLE

Ante este escenario tan complejo, Compromesos amb el futur de Lleida pone encima la mesa la propuesta de una oferta comercial múltiple, que en este caso concreto consistiría, por un lado, en promocionar la opción del Pla de l'Estació como continuidad del Eix Comercial y, por otro lado, apostar por una de las superficies / centros comerciales que ya se han postulado para instalarse en el extrarradio de Lleida (Torre Salses o Carrefour).

Compromesos amb el futur de Lleida reclama una estrategia conjunta que una esfuerzos entre instituciones, partidos políticos y organitzacions empresariales para acabar con el actual estado de parálisis y que se apruebe cuando antes mejor un plan urbanístico que defina un modelo de ciudad que garantice una oferta comercial de futuro

Esta doble propuesta de crecimiento comercial tendría como objetivo reforzar y recuperar la capitalidad comercial de la ciudad, que en los últimos años se ha visto menguada, sobre todo porque en otros poblaciones próximas sí que se ha definido un modelo comercial (Tarragona-Reus, Zaragoza, Barcelona, Andorra...). Esta revitalización tendría que servir para ayudar, al mismo tiempo, el comercio local porque si se consigue que los potenciales clientes escojan Lleida para hacer sus compras, se dinamizarán los establecimientos del Eix Comercial y otras zonas de la ciudad, a la vez que se reducirá el número de personas que se van hacia otras poblaciones. Para llevar a cabo este refuerzo de la centralidad y de la revitalización del Eix Comercial, se requerirán políticas y estrategias consensuadas entre las administraciones y las entidades que representan el sector, entre las cuales tienen que tener su peso propuestas como el apoyo a la generación de nuevas iniciativas empresariales innovadoras o el incremento de más experiencias relacionadas con el ocio, con especial incidencia en el ámbito de la restauración.



LA OPINIÓN DE LA EXPERTA MARIA SEGARRA

En esta edición, se ha contado también con la presencia de la especialista María Segarra consultora en posicionamiento de empresas de retail y planes estratégicos territoriales, que ha expuesto su punto de vista sobre el presente y el futuro del comercio en Lleida, señalando que hay que aprovechar "el hecho diferencial que tenemos en Lleida, con un comercio de proximidad y con productos de Km0, con las nuevas costumbres de consumo que los nuevos consumidores como los 'milenials' o los llamados 'generación Z' buscan con nuevas zonas de ocio".

Segarra ha asegurado que no hay fórmulas mágicas pero que hay que trabajar conjuntamente entre todos para definir el modelo de comercio que necesitamos. "Cualquier ciudad que se merezca tiene que tener en su epicentro el comercio. Si no tenemos proyecto de ciudad, no podremos afrontar el futuro del comercio". Así, ha comentado que "Lleida es el resultado de muchas cosas y tenemos que hacer una mirada integrada que englobe diferentes modelos". Segarra ha asegurado que es inevitable la existencia de diferentes formatos comerciales, puesto que el consumidor hoy mezcla el comercio físico con el comercio online, y por eso "hay que combinar la omnicanalidad". En este mismo sentido, ha explicado que el futuro está en compaginar una experiencia directa al cliente (tienda física) con el online como servicio inmediato (compra por internet), y los espacios de ocio, donde se agrupan el comercio, la restauración y los servicios.

El encuentro de Compromesos ha tenido lugar en la Finca Prats Hotel y donde se ha celebrado un almuerzo-colquio que, además de María Segarra, ha contado con la presencia de representantes del Ayuntamiento de Lleida, la Diputación de Lleida y la Generalitat, además de los máximos representantes de la Fecom, PIMEC y Cámara de Comercio, que también han podido aportar sus puntos de vista y reflexiones al respecto del modelo comercial.



La economista María Segarra, especialista en retail y planes estratégicos territoriales, invitada por el Grupo, cree que "hay que aprovechar el hecho diferencial que tenemos en Lleida, con un comercio de proximidad y con productos de Km0, con las nuevas costumbres de consumo que los nuevos consumidores como los 'milenials' o los llamados 'generación Z' buscan en nuevas zonas de ocio"