

# La crisi deixa 62 locals comercials en oferta al mateix centre d'Olot

## La competència que hi ha per Internet i la manca de grans franquícies han provocat una desacceleració comercial a la ciutat

OLOT | XAVIER VALERI

Seixanta-dos locals comercials al centre i al voltant del centre estan a punt per ser llogats o venuts. L'increment de locals d'espai comercial és una realitat creixent des de l'inici de la crisi econòmica el 2008. Per tal de combatre la reducció del pes comercial de la ciutat i en conseqüència la capacitat d'atracció de visitants, l'Ajuntament ha intentat atraure franquícies que són presents a les ciutats veïnes: Figueres, Vic i Girona. Això no obstant, les grans marques de comerç consensuat d'esports, roba, electrodomèstics i alimentació no arrelen a Olot.

La causa, segons fonts de l'Institut Municipal de Promoció de la Ciutat (IMPC) és l'elevat preu dels lloguers a les vies més comercials: carrer dels Sastres, carrer Major i de Sant Ferriol. Les mateixes fonts han quantificat entre 1.500 i 3.000 euros mensuals el preu del lloguer en aquests carrers. Han indicat que els preus es mantenen igual que abans de la crisi a diferència de la resta del mercat immobiliari.

Han assenyalat l'existència d'un problema de manca de producte i de falta de competència. La disminució de l'oferta s'ha concretat a partir del tancament d'una gran superfície dedicada als electrodomèstics al passeig de Barcelona i d'una altra, fa poc, a la plaça Clarà. També han reduït el seu espai comerços de material d'oficina, en base al tancament d'una superfície a la plaça Clarà. Fa poc l'únic establiment dedicat al comerç cultural de productes musicals (carrer del Carme) va anunciar que el setembre tancarà. La reducció i canvi de localització també ha afectat establiments de fotografia. Segons l'IMPC, les principals causes del tancament de botigues, conjuntament amb la crisi, són la compra per Internet i la cerca d'oferta a d'altres ciutats. Les compres electròniques afecten sobretot el comerç cultural: música i llibres i també la roba. Han indicat que els propietaris de pàgines d'Internet poden oferir millors preus perquè no necessiten espai d'exposició.

El tancament d'establiments no ha estat compensat per l'arribada de les franquícies, que si bé han respost a la captació de l'Ajuntament, no han consolidat la implantació. Entre les marques que no són a Olot hi ha Decathlon, Zara, Massimo Dutti, Stradivarius, Bershka i Abacus. Aquesta darrera, dedicada al material escolar, s'ha interessat per un local de la plaça Clarà, però, a poques setmanes del setembre, no ha concretat la seva implantació. En canvi el que sí ha provocat la desacceleració comercial, ha estat una discontinuïtat comercial que augmenta en proporció a la distància amb el centre. La discontinuïtat és tan elevada que l'Ajuntament tapiarà els aparadors tancats amb murals perquè no facin mal efecte. La mesura és similar a la que ja es va tirar endavant el 2010, la qual va consistir a pintar aparadors ficticis. La lluita contra la buidor tindrà un altre aspecte en el projecte de cessió d'aparadors. La idea consisteix que els propietaris de botigues tancades cedeixin l'aparador als que les tenen en servei perquè així puguin obtenir més visualització dels productes.

Per tal d'impulsar la creació de nous establiments, l'Institut Municipal de Promoció treballa en un inventari de l'oferta de locals. Han fet fotografies i han agafat dades de les dimensions de cada local. L'objectiu és que els interessats puguin disposar d'una informació detallada abans d'acudir a la immobiliària.

Si bé encara no dona resultats en les franquícies, el treball de captació ha aconseguit la implantació de 53 nous establiments. L'IMPC no ha donat dades dels que s'han tancat perquè quan es tanca un negoci la informació no els arriba. Han informat que els negocis que han obert han estat els relacionats amb l'alimentació (plats cuinats i menjar ràpid) i bars, reparació de calçat, de reciclatge de tònors d'impressora, de joguines, una agència de viatges, una corredoria d'assegurances, un taller de canvi d'oli de vehicles, una fleca, i una perruqueria. L'IMPC ha definit els emprenedors com a persones que s'han quedat sense feina per culpa de la crisi i han

decidit fer-se autònoms. També han explicat que les idees de negoci han canviat en els darrers anys. Ara, l'èxit del comerç de productes manufacturats es considera més complicat i els emprenedors opten per ofertes amb una part de treball: elaboració de menjar, fer reparacions o tractaments d'aspecte de la persona.

Font del document:

[http://www.diaridegirona.cat/comarques/2012/08/21/crisi-deixa-62-locales-comercials-oferta-al-mateix-centre-dolot/577848.html?utm\\_source=rss](http://www.diaridegirona.cat/comarques/2012/08/21/crisi-deixa-62-locales-comercials-oferta-al-mateix-centre-dolot/577848.html?utm_source=rss)