

L'Alt Empordà té una dotació comercial superior a la mitjana

DENSITAT

Un estudi subratlla que té 20,09 establiments per cada 1.000 habitants, molt per sobre dels 13,47 de Catalunya

La Jonquera és el municipi català amb més dotació comercial (80,78 m²/1.000 habitants)

Es destaquen les febleses i forteses de la comarca i s'aporten solucions

El pes del comerç a la comarca de l'Alt Empordà en general, i en concret a Figueres i a les principals poblacions que l'envolten, és desigual i, des de fa uns mesos, fàcilment sospesable gràcies al pla d'acció i desenvolupament comercial, un estudi encarregat l'any 2016, gràcies a una convocatòria de subvencions de l'any anterior, i que ha vist la llum a principis d'aquest any. Es tracta d'una diagnosi, acompanyada d'una anàlisi que remarca les febleses i les potencialitats i d'unes recomanacions diferents segons la població analitzada. A més de Figueres, inclou municipis com ara Llançà, Roses, l'Escala, Castelló d'Empúries, la Jonquera i Vilafant, a banda de disset municipis inclosos en el Consorci Salines-Bassegoda.

Al conjunt de l'Alt Empordà, hi ha una oferta de 2.626 establiments comercials, segons el cens d'establiments comercials elaborat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda. La superfície de venda dels establiments comercials de la comarca és de 439.763 m², dada que suposa 3.139 m²/1.000 habitants. La Jonquera és el municipi de Catalunya amb més dotació comercial (80,78 m²/1.000 habitants). Els municipis turístics com Castelló d'Empúries, l'Escala, Llançà, Roses, Figueres i Maçanet de Cabrenys presenten una densitat comercial elevada, molt superior a la mitjana catalana. Vilafant té una densitat baixa (5,12 establiments per cada 1.000 habitants) a causa de la proximitat amb Figueres.

Globalment, arreu de la comarca, es detecten múltiples debilitats. L'estacionalitat de la demanda provoca èpoques de baix nivell de vendes i de reducció de benefici; el fet que la renda familiar disponible bruta sigui inferior a la mitjana fa que els clients de la comarca puguin dedicar menys diners a la compra, i la percepció de preus cars provoca que les compres es derivin cap a altres formats o que es facin en altres destinacions. Així mateix, es detecta poca modernització en alguns comerços, lloguers alts en els principals eixos comercials, falta de senyalització comercial, poca transformació digital en molts comerços, poc interès per la formació per part dels comerciants, falta de promoció comercial i turística conjunta i un ambient de pessimisme en el col·lectiu de comerciants que frena les inversions i genera pèrdua de competitivitat.

En la diagnosi es detecten també molts punts forts del comerç a l'Alt Empordà, que són els que el diferencien respecte al comerç d'altres comarques. En l'àrea que abasta l'estudi, l'oferta comercial és completa, de manera que els residents i turistes poden comprar de tot a l'Alt Empordà. La dotació comercial (20,09 establiments per cada 1.000 habitants) és molt superior a la mitjana catalana, i això fa que el seu comerç sigui atractiu més enllà dels residents. Entre l'oferta de l'Alt Empordà, hi ha 94 establiments dels 50 primers grups de distribució, cosa que evita l'evasió de compra dels residents a altres destinacions. Es llegeix com un valor que els municipis més grans tinguin la consideració de municipis turístics, la qual cosa permet l'obertura en dies festius i eixamplar la potencialitat per captar tant client català com francès. Disposar d'associacions de comerciants millora la

predisposició a desenvolupar plans de dinamització comercial. Hi ha també detectada en la diagnosi la capacitat d'atraure el client francès, i es remarca com un element positiu el valor afegit que suposa disposar de producte local en la majoria de municipis. Es valora també l'oportunitat de fidelització de la clientela, atès que els visitants repeteixen les seves visites a la comarca. També és observat com una fortalesa el fet que els visitants tenen les compres com una activitat secundària, perquè això vol dir que hi ha potencialitat de creixement.

L'estudi, efectuat per l'empresa Hidra, ha tingut un cost de 32.000 euros i s'hi subratllen algunes de les oportunitats que genera la situació actual. Per exemple, el fet que els recursos patrimonials estiguin infraexplotats obre la porta a atraure nous visitants. Es veu com una oportunitat el fet d'estar adherit al projecte Itinerànnia, perquè podria tenir l'efecte que nous visitants acabessin esdevenint clients. S'assenyala també que la creació de sinergies turisme-comerç millora i allarga l'estada dels visitants.

Publicat a:

-El Punt Avui. Girona 03-11-2018, Pàgina 24

Font del document:

<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1494532-l-alt-emporda-te-una-dotacio-comercial-superior-a-la-mitjana.html>