

SOCIETAT Vic - 21 juny 2015 2.00 h

Comerç a tocar i amb premi

- 1.754 botigues de 30 municipis participen en la campanya 'Barris antics, molt per descobrir, molt per oferir'
- L'objectiu és potenciar el comerç urbà de proximitat



Un establiment de Vic adherit a la campanya. A la dreta, una nena introduint una butlleta a l'urna d'una botiga del Vendrell i ambient comercial al centre de Berga J.F. / A.A



NOTÍCIES DE ...

Sant Hipòlit de Voltregà

Sant Quintí de Mediona

Sant Feliu de Codines

Sant Pere de Torelló

Caldes de Montbui

La Bisbal d'Empordà

Artesa de Segre

La Selva del Camp

La Pobla de Segur

Roda de Ter

Mollerussa

Llagostera

Ulldecona

Hostalric

Centelles

El Vendrell

Calafell

Figueres

Tortosa

Solsona

Cervera

Torelló

Mediona

Lleida

Besalú

Valls

L'Arboç

Berga

Vic



PUBLICAT A

El Punt Avui. Barcelona

21-06-2015, Pàgina 42

ANNA AGUILAR

D'Artesa de Segre a la Bisbal d'Empordà, i de Tortosa a Figueres, fins a 30 municipis de tot Catalunya participen aquest mes de juny en la cinquena edició de la campanya *Barris antics, molt per descobrir, molt per oferir*, vinculada al pla de barris. Amb l'objectiu de dinamitzar i potenciar el comerç urbà de proximitat, en aquesta ocasió s'han apuntat a la iniciativa 1.754 establiments, que repartiran entre els seus clients més de 405.000 butlletes per participar en el sorteig de diversos premis locals (aportats pels comerços adherits) i una visita turística a cada vila i ciutat.

Artesa de Segre, Berga, Besalú, Calafell, Caldes de Montbui, Centelles, Cervera, el Vendrell, Figueres, Hostalric, l'Arboç, la Bisbal d'Empordà, la Pobla de Segur, la Selva del Camp, Llagostera, Lleida, Mediona, Mollerussa, Roda de Ter, Sant Feliu de Codines, Sant Hipòlit de Voltregà, Sant Pere de Torelló, Sant Quintí de Mediona, Solsona, Torelló, Tortosa, Uldecona, Valls, Vic i Vilanova del Camí –participants de la campanya d'enguany– tenen en comú un pla de barris al nucli antic, característica que a Catalunya comparteixen fins a 57 municipis.

“Un dels aspectes dels quals ens sentim més orgullosos és haver après a crear xarxa, la qual cosa també ens permet abaratir costos, entre municipis que no ens coneixem i fer una campanya igual a tot arreu, amb les mateixes butlletes, la mateixa imatge, el mateix calendari i els mateixos objectius”, explica Mònica Rucabado, coordinadora de la subxarxa de comerç de la xarxa de nuclis antics amb pla de barris. “En cinc anys, la criatura se'ns ha fet molt gran, els números són els que canten”, diu amb referència als vuit municipis de la primera edició.

A part de ser una campanya comercial que dura tot el mes de juny, des de l'1 de juliol fins al 30 de desembre es converteix en una campanya turística. “Hi haurà 389 guanyadors, que fins a final d'any podran fer un tomb amb els seus acompanyants pels nostres pobles per conèixer-nos. Gràcies al pla de barris, tots els pobles hem viscut alguna transformació o canvi d'imatge”, diu Rucabado, que també és la coordinadora del pla de barris a l'Ajuntament del Vendrell. Cada municipi ofereix a tots els guanyadors dels altres pobles un paquet que inclou: visita a algun element patrimonial, dinar o estada d'hotel i productes típics.

Bona resposta

La campanya *Barris antics, molt per descobrir, molt per oferir*, nascuda el 2010 per iniciativa d'uns tècnics que treballaven en el pla de barris al nucli antic, però en marxa des del 2011, ha estat molt ben acceptada per les associacions de comerciants. A Vic, per exemple, en la segona edició participen 175 establiments i ho vinculen a l'ús de la Targeta Urbana. Roger Noguer, gerent de Vic Comerç, destaca: “És de les poques campanyes que fem durant l'any en què estem convidant el nostre client a sortir de Vic i a conèixer el territori.” Aquest vessant més turístic també és ben valorat per Manel Martínez, tècnic de Comerç de l'Ajuntament de Solsona: “El fet de portar 30 parelles d'arreu de Catalunya fins a Solsona ens interessa molt perquè després el boca-orella funcioni i repeteixin.” A la capital del Solsonès, molt castigada encara pel tancament de l'empresa Tradema de fa tres anys, cadascun dels 88 comerços (72%) dels 122 que hi ha al nucli antic i que hi participen han rebut unes 500 butlletes per repartir.

Un dels principals efectes d'aquesta campanya –que té com a lema *Comprar al barri té premi*– és “un reconeixement al client habitual”, com diu Àlex Català, president de Mollerussa Comercial, entitat que, a més a més, obsequia amb 20 *molleus* cada premiat. En el cas de la vila comtal de Besalú, present des de la primera edició i on gairebé tot el comerç es troba al centre històric, hi participen 32 establiments fins al divendres 26 de juny.

405.000 butlletes repartiran als seus clients els comerços adherits per entrar en el sorteig de diversos premis.

389 guanyadors amb els seus acompanyants podran visitar les poblacions que hi participen a partir de l'1 de juliol.

57 municipis de Catalunya tenen un pla de barris al nucli antic, dels quals 30 participen en la campanya de comerç.

Plans de barris prorrogats

El pla de barris de Besalú (2007-2011), en fase de pròrroga però “amb un 90% d'execució”, segons la tècnica Maria Fauró, i un pressupost de 3.232.000 euros, té en comú amb el pla de barris de Torelló (amb gairebé un 20% d'execució i un pressupost de 8,4 milions d'euros) el fet que bona part de l'obra s'ha gestionat des de l'Ajuntament i s'ha encarregat a empreses locals. Amb tot, a Torelló, al setembre demanaran la pròrroga extraordinària de quatre anys més, que s'afegiran als sis que fa que tenen pla, amb l'objectiu de tirar endavant, entre altres intervencions, una sala polivalent. L'alcalde, Santi Vivet, recorda, però, que des del maig del 2011 no cobren “ni un cèntim”.

Amb un cofinançament al 50% entre els ajuntaments i la Generalitat, el pla de barris inclou actuacions urbanístiques, socials i comercials. Actualment, hi ha 109 projectes en marxa i el 2015 la Generalitat destinarà uns 120 milions a finançar actuacions justificades pels consistoris.

Les associacions de comerciants valoren també el vessant turístic