

DINAMITZACIÓ COMERCIAL

Concepte i raó de ser

L'exercici de l'activitat comercial cada cop es desenvolupa en un entorn més competitiu i dinàmic. Aquest fet planteja la necessitat de dotar al sector d'instruments de gestió i racionalització que contribueixin a millorar la seva posició competitiva.

En aquest sentit, un dels instruments que s'estan fomentant en l'àmbit del comerç són els anomenats **plans de dinamització comercial**, concebuts com una eina de suport al comerç urbà i que tenen per objectiu la millora i el desenvolupament competitiu de l'activitat comercial.

El pla de dinamització pretén avaluar quins són els potencials que té una zona comercial i dissenyar serveis i productes que li donin valor afegit. Igualment s'han de valorar els problemes i deficiències que té, per treballar conjuntament amb l'objectiu de trobar-hi solucions. En definitiva es tracta de treballar per reforçar els seus punts forts i solucionar els seus punts febles, per tal de fer de l'eix comercial una estructura "conjuntament" competitiva.

Àmbits d'actuació

Des d'aquests programes es promouen un seguit d'àmbits d'actuació. A tall d'exemple i a títol orientatiu tot seguit detallem breument algunes de les activitats que es desenvolupen en el marc dels projectes de dinamització comercial:

- ↳ en l'àmbit de difusió i comunicació de la oferta comercial (p.ex. creació d'una imatge corporativa comuna a la zona i edició de material promocional com díptics o plànols de l'eix comercial)
- ↳ activitats de promoció del comerç (p.ex. actuacions d'animació al carrer, l'enllumenat de Nadal, concursos d'aparadors, la botiga al carrer)
- ↳ activitats de fidelitzaçió del client (p.ex. sorteig de premis, obsequis, vals de descompte, targetes d'aparcament)
- ↳ actuacions de foment de l'associacionisme comercial
- ↳ projectes d'urbanisme comercial, adaptant i millorant el carrer o eix per a usos comercials (p.ex. eixamplament de voreres, millora de l'enllumenat i el mobiliari urbà, zones de càrrega i descàrrega)
- ↳ entre d'altres

Cooperació público - privada

En la majoria dels casos, el desenvolupament d'aquests projectes són fruit d'una iniciativa conjunta entre l'administració pública (Ajuntaments i altres agents públics) i els propis comerciants. Per tal de posar en marxa un pla de dinamització comercial és doncs imprescindible involucrar i implicar el sector comercial, és a dir, comptar amb l'activa participació del col·lectiu de comerciants de la zona a on es desenvolupa, així com fomentar la cooperació conjunta dels ajuntaments i els comerciants per tirar endavant aquests projectes.

En aquest sentit, un dels àmbits de treball de l'Ajuntament de Girona es basa en el suport i en la col·laboració amb el diferents col·lectius de comerciants de la ciutat per a l'execució dels plans de dinamització comercial.