

Comerç reusenc: entre la tradició i els nous temps

Els canvis en els hàbits de consum fan que administració i botiguers es plantegin iniciatives per modernitzar-se



Un local disponible, la immobiliària Habitatge i el bar Miami, al raval de Sant Pere de Reus | Marc Busquets Obré

Tanquen botigues i n'obren de noves. El mercat és exigent i els hàbits de consum canviant, el que pot generar que determinats establiments hagin d'abaixar la persiana, siguin veterans o no, a causa de les conseqüències econòmiques de la **pandèmia**, per **manca de relleu generacional** o per altres qüestions. A Reus és aquesta una situació que es manifesta **tomb de ravals** endins, i també als passejos, i als barris. "De botigues, enguany, se n'han obertes més que no pas n'han tancat. Que hi hagi negocis que cessin l'activitat, però, ens preocupa, i és per això que impulsem accions per dinamitzar el sector local", apunta el **regidor d'Empresa i Ocupació, Carles Prats**, a **Reusdigital.cat**.

Els espais vius

Una d'aquestes accions, presentada dies enrere però que ve de lluny, és **Reus espais vius**. Amb la **voluntat d'atraure emprenedors** que vulguin obrir negocis "d'impacte positiu", s'ha tirat endavant un projecte en què, entre altres mesures, diversos artistes han creat **obres als aparadors** de diversos locals buits dels **ravals de Robuster i de Sant Pere**, precisament per

dinamitzar-ne l'activitat comercial.

Són 18 els espais disponibles, i segons Prats ja hi ha altres propietaris que volen incorporar els seus recintes al catàleg i interessats en la possibilitat d'obrir-hi una botiga. A banda, i si es compleixen els requisits adequats (vinculats a la sostenibilitat i a la preservació del medi ambient, o al foment de l'equitat, posem per cas), **es pot optar a un ajut** per engegar l'empresa.



Un dels locals disponibles al raval de Robuster Foto: Marc Busquets

Prats sosté que projectes com *Reus espais vius* sorgeixen "d'una feina prèvia. Creiem que els ravals de Robuster i de Sant Pere **són un eix important**, i que calia impulsar-lo". No obstant això, el regidor no descarta pas **dur-lo més enllà del nucli antic**. "És una iniciativa de ciutat. Per tant,

pot i ha de conviure amb altres, i ha de ser prou atractiva com per **saber-hi sumar els veïns** i les seves aportacions", raona. La "clau" de tot plegat, subratlla, és "implicar-hi el veïnat".

Comerç tradicional i en línia

Quan fa l'anàlisi de l'oferta comercial existent als ravals, Prats fa constar "el gran valor" que suposa que hi hagi establiments "històrics". Si ens centrem en els ravals objecte de *Reus espais vius*, n'hi ha uns quants, de veterans. El regidor apunta que "treballem en la seva identificació, per unir-los i escoltar-los. **Les botigues tradicionals i familiars són un gran actiu** per a la ciutat". D'alguna manera, l'escenari ideal de cara a clients habituals i visitants seria el que garantis un "equilibri" entre l'atenció personalitzada "de qualitat" als comerços locals, i una oferta en línia "adequada" d'aquests, com a complement. Les grans firmes, conclou, "també hi han de poder tenir lloc. Després de tot, el que volem és generar ocupació".

En una línia similar s'expressa, al seu torn, la **regidora de Promoció de Ciutat, Montserrat Caelles**. Algunes de les accions que s'hi impulsen aposten, precisament, per fer del comerç "de tota la vida" quelcom "atractiu" per als turistes, i també per als veïns del territori. "Tenim establiments singulars, són part de la nostra història, són present i futur i han de contribuir a seguir fent de Reus un referent al país", descriu. A l'anomenada **Taula de comerç**, articulada al voltant del *Pla de reactivació econòmica i social* sorgit arran de la covid-19, els botiguers manifesten quines són les seves necessitats. "Els representants del sector ens transmeten el que els cal, i podem debatre quines accions concretes es poden tirar endavant", declara.

"L'experiència de comprar"

Per citar un exemple, la regidora subratlla que s'han fet **rutes guiades** en què precisament es proposa un recorregut per conèixer la trajectòria de diversos establiments històrics de la ciutat. "Es tracta també d'apostar per iniciatives diferents, com aquesta, que acostumen a tenir una gran acollida entre la gent i que són fruit de la cooperació entre l'Ajuntament, les associacions de comerciants i les pròpies botigues", destaca. És aquesta una estratègia que, en paraules de Caelles, posa l'accent en allò que anomena "**l'experiència de comprar**" pels carrers del terme, tomb de ravals endins o enfora. "La venda en línia hi ha de ser, però s'ha de trobar el model adient en què l'atenció personalitzada i a la xarxa puguin coexistir", raona.

"Els hàbits de consum canvien, i de pressa. Hem d'afrontar reptes i cal donar-hi una resposta ràpida. Per això precisament creiem en projectes com *Reus espais vius*, o la **conversió del raval de Santa Anna** en un entorn per a **vianants**, perquè afavoreixen l'experiència de visita i compra a la nostra ciutat", manifesta la regidora Caelles.

En aquesta línia, la regidora fa constar la "importància" del suport que cal donar al sector "per tal que estigui preparat i ben format" per adaptar-se "als canvis del mercat", en al·lusió a la **digitalització del comerç**. "El model de ciutat que defensem passa per trobar la manera de complementar la visita a Reus amb una oferta competitiva per als clients, a la xarxa, del nostre comerç", diu. La implemtació de les Àrees de promoció econòmica urbana (**APEU**), assenjala finalment, pot fer que "el teixit comercial sigui més fort".

Les APEU

Precisament sobre les APEU, i en representació de la **Cambra de Comerç de Reus, Pau Salvadó**, assenjala que "tot plegat pot ser molt positiu". "Espero que sigui un revulsiu, que a la ciutat en tinguem una, d'àrea, i més si tenim en compte que som un referent" en aquest camp, diu. En aquesta línia, recorda que la corporació "ja fa anys" que estudia les possibilitats del projecte. "El nostre compromís és el d'acompanyar les associacions que vulguin impulsar l'APEU a la ciutat, donar-los una estructura i l'assessorament per poder accedir a vies de finançament", explica.

De tornada al tomb de ravals, Salvadó hi veu "moltes possibilitats" de prosperar, si bé detecta "un

procés de transformació" a causa de diverses problemàtiques, des de les botigues històriques que hauran de tancar perquè els propietaris es jubilen fins a d'altres que fan una activitat "que potser no té la demanda d'abans". "Hem de tenir clar que les botigues donen vida, a un carrer, i per extensió a una ciutat. Accions com les rutes guiades pels comerços històrics, ni que siguin orientades al turisme, tenen valor", argumenta. "Mantenir la venda presencial és essencial, però és evident que hem d'ajudar el petit comerç a ser present al mercat en línia". Per assolir "l'excel·lència" en la primera modalitat, el representant de la Cambra subratlla els **tallers de comerç minorista** que es fa a la corporació, i que tracten qüestions com les estratègies de venda a través de canals de comunicació com WhatsApp. "N'hem fet 20, enguany, i l'any que ve en farem més. Les coses canvien, i de pressa, i hem de ser capaços d'adaptar-nos-hi", conclou, "per acompanyar el comerç tradicional" de Reus.

[flaix]1451[/flaix]