

Mayte Forján: «El nou repte dels centres comercials és oferir una experiència de compra agradable i lúdica»

En l'inici de l'actual campanya de Nadal, la gerent de La Fira Centre Comercial analitza els efectes de la pandèmia en el comerç



Forján és la gerent de La Fira CC de Reus | Cedida

Va ser al novembre que **La Fira Centre Comercial de Reus** va complir el sisè aniversari de l'obertura a la ciutat. La pandèmia, els canvis en els hàbits de consum dels clients quan compren, la rotació de negocis al recinte i els reptes de futur de l'equipament són analitzats per la seva gerent, **Mayte Forján**, en l'inici de la campanya de Nadal d'enguany, durant una conversa amb **Reusdigital.cat**.

- **La Fira CC arriba ja als sis anys de trajectòria. Quin balanç global en fa?**

- Força bo. Fins al 2019 no hem deixat de créixer tant en afluències com en vendes. Ha estat a partir del març del 2020 on la tendència s'ha vist molt atenuada per l'impacte de la pandèmia.

- **Les restriccions per la covid han estat l'etapa més dura de gestionar, des de l'obertura?**

- Clarament, ha estat una gestió complexa que ha afectat a tots els nivells, des de gestionar la seguretat dels clients i el personal, a la caiguda d'ingressos pel tancament temporal dels comerços i de la restauració. Aquest fet s'ha vist agreujat pel tracte discriminatori que, per part de l'administració autonòmica, han sofert els centres comercials durant la pandèmia.

- Com s'encara, a La Fira CC, la campanya nadalenca d'enguany?

- Bé, molt bé. Hi ha moltes ganes de tornar a la normalitat, ha estat una etapa de despesa continguda i per a aquest Nadal les previsions són bones.

- Hi ha hagut tancaments d'establiments, a La Fira, i l'obertura de nous. Tot plegat, a què creu que respon? Al canviant mercat? Als hàbits i als gustos dels clients?

- La pandèmia ha accelerat alguns canvis que ja s'estaven produint de forma atenuada abans. El creixement de la quota de mercat del canal *online*, o certs valors que van arrelant a la societat, fan que ens trobem immersos en una etapa de canvi. Tot això està provocant una reorganització del sector que farà que en els propers anys es vegin canvis d'operadors i una redistribució dels *mix* comercial dels centres comercials.

- Molts negocis aposten per la digitalització, i durant la pandèmia hi ha hagut més compres en línia. Considera que som davant d'un canvi de tendència que farà que el comerç físic i d'atenció presencial s'hagi d'adaptar?

- Sí. I davant aquesta tendència, el comerç físic ha de donar un valor addicional que es concreta en millorar l'experiència física de compra. El nou repte del comerç físic, i especialment del centres comercials, és oferir una experiència de compra molt rellevant per fer de la compra física un acte agradable, lúdic i creatiu.

- L'oferta d'oci i restauració de la planta superior és completa? O són a la recerca de nous atractius per als visitants?

- Mica a mica s'anirà completant, cal tenir en compte que la restauració ha estat el sector més afectat per la pandèmia i cal esperar una mica per tornar on érem.



La Fira encara la campanya de Nadal amb optimisme, apunta Forján a Reusdigital.cat Foto: Cedida

- Després de sis anys, ha completat La Fira CC el seu model comercial plantejat quan va obrir?

- Malauradament encara no, sí que ho estava fent fins el 2019. Amb la nova situació ens trobem en un punt de recomercialització de locals i de replantejament del *mix* comercial.

- Quins creu que seran els reptes de futur de La Fira CC per refermar la seva proposta a Reus?

- Els principals reptes de La Fira per encarar el futur es basen en dos eixos estratègics principals. D'una banda, acabar de tancar l'oferta comercial de futur i d'altra banda, realitzar accions orientades als clients amb l'objecte de incrementar el lideratge com a primera opció de compra en format de centre comercial a la ciutat de Reus i a la seva àrea d'influència.