

Refer el comerç de Figueres

Aquest fenomen no és exclusiu de la ciutat de l'Empordà sinó que és un quelcom compartit amb moltes ciutats mitjanes de Catalunya que estan veient com tota la seva estructura econòmica es desfà davant dels seus ulls. Les ciutats mitjanes són les grans perdedores de la globalització i les capitals, en són les grans guanyadores: oportunitats, funcionaris, administracions. Tot es concentra a les capitals de província. En l'ecosistema d'una ciutat mitjana, el comerç sempre ha estat un element fonamental per què a més del dinamisme econòmic que suposa, articula i revitalitza el centre dels municipis. Sembla que aquesta decadència de les capitals de comarca no preocupi gens a la majoria de polítics, amb comptades excepcions, i després, molts es queixaran dels resultats que es produeixin. Més enllà de l'abandonament de les ciutats mitjanes de l'interior, moltes són les causes d'aquesta crisi comercial. La compra on line, els grans centres comercials, la precarització de les classes mitjanes, els canvis en el model de consum. I en el cas de Figueres, una pèrdua evident del seu enfocament estratègic. I aquí, si que hi tenen responsabilitat el conjunt del comerç però especialment, l'administració municipal. Figueres ha vist com la seva població ha canviat i com part dels nous figuerencs tenien una capacitat de compra menor que fa vint o trenta anys. En paral·lel ha deixat d'esdevenir la millor opció de compra habitual pel que havia estat el seu públic, no ja pels propis compradors de l'Alt Empordà, sinó pels compradors de les comarques gironines. El Gran Jonquera, l'Espai Gironès, la ciutat de Girona o la Roca estant essent una competència massa gran per la petita ciutat empordanesa. Davant d'aquesta pèrdua de competitivitat davant d'aquest nous actors, què hauria de fer la ciutat? En primer lloc, assumir la situació i no negar-la. Els discursos triomfalistes mentre hi ha carrers sencers del centre amb les persianes abaixades o la ubicació de cartells de llogat sense que ningú obri res, no ajuda. Sense un diagnòstic sincer és difícil revertir cap situació. En segon lloc, reorientar amb ambició una estratègia comercial amb cara i ulls que tingui clar el potencial a desenvolupar. En aquest sentit, l'estratègia turística-comercial sota la marca «La ciutat de l'Empordà» ho va anticipar, i seria hora de consolidar-ho. El que es pretenia i encara es pot fer, és que Figueres sigui la referència comercial del nord de la Costa Brava. Més enllà d'intentar recuperar mercat propi -compradors dels pobles veïns i d'arreu de les comarques gironines- que es podrà fer a mig i llarg termini, allò prioritari és aprofitar més els públics que ara mateix estan més a disposició dels comerciants de Figueres. I aquests són tres: Turista que visita la ciutat atret pel Museu Dalí. Molt poques ciutats tenen el centre comercial peatonal al voltant d'un epicentre cultural de primera magnitud com el Museu Dalí. Reforçar el vincle entre turisme i comerç és clau. El turisme cultural ha de ser un dels pilars del comerç figuerenc. Com ho és en la restauració. Aquí cal una estratègia molt clara per aconseguir que el shopping sigui el complement ideal de la cultura. -Persones amb segona residència a la comarca. Ja siguin de Barcelona com d'altres països. Han de veure la ciutat com la veritable oferta comercial durant les seves estades temporals a la comarca. -Finalment, els francesos. De Tolosa al Perthus. Els nostres veïns tenen una tirada especial a venir a la nostra ciutat i cal reforçar aquesta tirada. És important reforçar la publicitat a la Catalunya Nord i el Sud de França. En tercer lloc, cal traçar una estratègia liderada per el govern municipal i que impliqui a la majoria de propietaris de locals del centre per adequar els preus a la demanda real actual. No pot ser que la ciutat tingui preus fora de mercat que dificultin l'obertura de nous locals. També, estaria bé crear un ens municipal encarregat d'atraure noves marques i facilitar a les empreses que es volen instal·lar a la ciutat tot el procés d'aterratge. Des d'oferir locals en funció de les seves necessitats, a facilitar tràmits i proveïdors. També és important continuar creant més places d'aparcament, ajudar en el relleu generacional i excel·lir en la neteja. I finalment, entendre que el nou mixt comercial de la ciutat no ha de passar només per establiments a l'entorn de la moda. Caldrà incrementar més empreses de serveis, professionals, etcètera, que ocupin locals en zones comercials impensable fa vint anys. I entendre que la restauració més enllà d'estar a l'entorn del Rovell de l'Ou -plaça de les Patates, Ajuntament, Rambla, Pujada del Castell- també pot ser un actiu al mig dels carrers més comercials. Segurament, ara el moment és propici a que la restauració entri als carrers més preuats, ja que viuen un moment molt diferent al del comerç tradicional. Figueres pot i ha de posar-se les piles comercialment parlant. Sempre ha estat una ciutat comercial i sempre ho

serà. El tema és continuar essent un referent de qualitat. Encara és possible si tothom es posa les piles.

Font del document: <https://www.diaridegirona.cat/opinio/2026/08/17/refer-comerc-figueres-133438959.html>