

DONOSTIAZ, GOZATU

- *Eslogan horrekin hasten da San Sebastian Shop-en tokiko merkataritza sustatzeko kanpaina berria, Eusko Jaurlaritzako Merkataritza Sailaren eta Donostiako Udaleko Ekonomia Sustapeneko zinegotzigoaren laguntzarekin.*
- *Kanpainaren helburuak Donostiako merkataritzaren lana, “made in Euskadi” produktuak azpimarratzea eta gure hiriko erosketak egitearen esperientziak goraiatzea dira.*



Hurbileko merkataritzari eta Donostiako tokiko merkataritzari balioa ematea da, San Sebastian Shops-ek abian jarri duen kanpaina berriaren helburua. Kanpainak gure hiria lehenatasunezko merkataritza-helmuga gisa kokatzea nahi du, herritarrei eta bisitariei Donostiako tokiko merkataritzaz gozatzeaz dakarren esperientzia bakarra eta desberdina helaraziz. Kanpainak Eusko Jaurlaritzako Merkataritza Sailaren eta Donostiako Udaleko Ekonomia Sustapeneko eta Merkataritzako zinegotziaren babesa du.

Marisol Garmendia zinegotziak, Donostiako merkataritzaren balioa azpimarratu egin du. “Kalitatezko merkataritza dugu, profesional, produktu onak dituen eta gure udalerritik harago beti nabarmendu dena. Donostiara erosketak egitera etortze tradizioa izan da gipuzkoar eta bisitari askorentzat, eta hala izaten jarraitzen du Donostiako merkataritza-ehunaren izaeragatik. Horregatik, aukeratutako esloganak dena esaten du: eman gustua, gozatu hiriaz, bertako saltokiez eta tokiko ostalaritzaz. Donostiarrak eta bisitariak gure hiriko une bakoitza aprobetxatu dezaten nahi dugu, erosketak barne Turismo eta erosketak helmugak gara”.

Kanpaina honen berri emateko, komunikazio-kanpaina bat egingo da, bideoak eta promoziozko mezuak emanez, gure tokiko merkataritzak dituen balioak eta ezaugarriak zabalduz.

Bideo hori egiteko, hiriko hainbat establezimenduren laguntzarekin egin da, eta horien artean Aitor Lasa Gaztategia, Almacén de Vinos, Anheló, Atlantis, Ciclos San Martzial, Dclocset, Kokekoko, Little Lola, Loreak Mendingo, Marta G Estilismo, Minimil, Optica Carlos I, Paname Lore Estudioa, Parkean Arte, Room 278 eta Three elements daude.

Bideoa hiru hizkuntzatan zabalduko da: euskaraz, gaztelaniaz eta frantsesez. Illunbeko aparkalekua Donostiako erdigunearekin lotzen duen autobus zerbitzuan ikusiko da, gure hirira hurbiltzen direnentzat erakargarri izan daitekeelakoan. Donostiako hainbat hoteletan ere zabalduko da.

Erosketa Turismoa bidaia batean eroste hutsetik haratago doa. Askorentzat, opor-leku bat aukeratzeko irizpide nagusietako bat bihurtu da. Bidaiariek tokiko saltokietara joan nahi dute, non produktuen kalitatea helmugaren identitatearekin uztartzen den.

Donostiak lehen mailako saltokiak ditu, produktuaren eta bertako marken alde egiten dutenak. Merkataritza berezia, iraunkorra eta nortasun kultural propioa duena, lurralde honen ezaugarria. Gustora ibiliko zaren helmuga turistiko eta komertzial bakarra da.

Merkataritza aurrera egiten ari da ekonomiari, turismoari eta hiriari laguntzeko bidean, eta indar handiagoz egingo du etorkizunean aurrera. Turismo iraunkorra eta erosketak arduratsuak merkataritzaren eta tokiko ekonomiaren hazkunde-palanka handienetako bat izango dira. Goza dezagun gure saltokiaz.

DONOSTIA SUSTAPENAREN ETA MERKATARIEN ARTEKO LANKIDETZA-HITZARMENA

Hain zuzen ere, Donostia lehen mailako zerbitzuen hiri bihurtzea da Ekonomiaren Garapen eta Enplegu Zinegotzigoak Donostiako Sustapenaren bitartez aurkeztu berri duen DSS2022 Ekonomia Bultzatzeko Planaren helburuetako bat, eta, hori lortzeko, ezinbestekoa da sektoreko erakundeen arteko lankidetzaren eta sareko lana sustatzea.

Testuinguru horretan kokatzen da, aurten ere, Donostiako Sustapenaren eta Donostia Shopsen arteko lankidetzaren hitzarmena berritzea. Hitzarmen horrek 229.470 euroko ekarpen ekonomikoa egiten dio merkatariei.

Hitzarmenak hiru jardueraren eremu jasotzen ditu:

a) Kalitatezko lanpostu berriak sortzea.

b) Donostiako saltokiei eraldaketa digitaleko prozesuan laguntzea, bai negozio-eredu berrien garapenean, bai langileen trebetasun digitalen garapenean, saltoki horien lehiakortasuna hobetze aldera.

Adibide garbia DSSmarketPlaza da, digitalizazio-estrategia desberdinak artikulatzen dituen plataforma, hala nola tokiko merkatariei online salmenta errazten duena edo merkatariei formakuntza digitala eskaintzen duena.

c) Tokiko merkataritzaren kontsumoaren aldeko promozio digitalen aldeko apustua areagotzea, kanal tradizionalak indartzeaz gain .

Marisol Garmendia Ekonomiaren Garapen eta Merkataritzako zinegotziarentzat hitzarmena berritzea garrantzitsua da, “merkataritzari eta ostalaritzari lotutako jarduerak tokiko produkzio-sarearen % 21,2 eta hiriko enpleguaren % 17,3 baitira. Pandemiarekin sufritu badute ere, hiriko ardatz nagusiak izaten jarraitzen dute, bai izaera tradizionalagatik, bai Donostiak erreferentziazko zerbitzuen hiri gisa duen irudiarri egindako ekarpenagatik”.

Hitzarmenak sektorea bere egiturazko eraldaketan laguntzen du, ez bakarrik mundu mailan bizitzen ari garen trantsizio digitaletik eta ingurumenekotik eratorritakoa, baita kontsumitzaileen ohitura-aldaketatik eratorritakoa ere, eta horrek merkataritza-zerbitzuak testuinguru berri horretara egokitzea eskatzen du.