

3.2.1. UDALERRIAK.

TOKIKO EKONOMIA JASANGARRI. MERKATARITZA.

— MERKATARITZA DINAMIZATU ETA SUSTATZEKO KANPAINAK.

STOCKAREN AZOKA 2018. 2007tik lehen aldiz, Iruñeko Udalak ez zuen Stock Azoka antolatu, baina lankidetzan jardun zen: finantzaketan eta hura zabaltzen lagundu zuen, hainbat bitartekoren bidez, udalekoez gain. 51 firma komertzialek parte hartu zuten, eta, guztira, 69 stand jarri ziren.

LIBURUAREN ETA LOREAREN EGUNA. Urtero, apirilaren 23an, eta Liburuaren Mundu Eguna ospatzeko, Iruñeko 15 liburu-dendak % 10eko beherapena eta 4.000 lore banatzen dituzte Karlos III.ak eta Orreaga etorbideak bat egiten duten tokian. Liburuaren eta lorearen egunaren hamaikagarren edizioa izan zen.

«IRUÑEKO MERKATARITZA» MARKAREN SORRERA ETA AURKEZPENA. Merkataritza Zerbitzuak uste du garrantzitsua dela bere identifikazio-marka propioa izatea, hurbileko merkataritzaren kontzeptua bateratzeko herritarren, bezeroen eta bisitarien buruan.

Lau proposamen jaso ziren, eta aukeratutako marka ekainaren 6an aurkeztu zen jendaurrean, prentsaurrekoan, Merkataritzarekin, hiria, hiriago ekimenaren programazioarekin batera.

MERKATARITZAREKIN, HIRIA, HIRIAGO. Ekainean, jende guztiarendako jarduerak eskaini ziren, hala nola kaleko atrakzioak, haurrentako tailerrak, sustapen bereziak, antzerkia eta musika. Alde Zaharrean, jada ohitura bilakatu den «Gau Zuri Gorria» ekitaldia egin zen; hau da, ia 100 saltokik moda-desfileak, lantegiak, erakusketak, kalejirak, dastatzeak, kontzertuak eta deskontu bereziak eskaini zituzten, eta zabalik egon ziren gaueko hamarrak arte.

Hiriko 9 merkatar-elkarte elkarlanean jardun ziren Iruñeko Udalarekin, 5 asteburutan jarraian jardura guztiak abian jartzeko, eta, horrela, haien merkataritza-guneak animazioz eta edukiz bete ziren.

SANFERMINETAKO KARTEL-LEHIAKETA. Merkataritza Zerbitzuak antolatu zuen sanferminetako erakusleihen lehen lehiaketa. Iruñeko erdialdeko eta auzoetako 24 saltokik hartu zuten parte, eta, guztira, 3 sari zeuden, 500, 300 eta 200 eurokoak. Sari horien zenbatekoa irabazleen erakusleihoak apaintzeko da, lehiaketaren oinarrietan ezarritakoaren arabera.

HIRU BURGUEN ERDI AROKO AZOKA. Batasunaren Pribilegioaren oroitzapenezko ekitaldien barruan, irailaren 7an, 8an eta 9an egiten da, eta 120 postu jartzen dira Alde Zaharreko kale nagusietan. Erdi Aroko Iruñeko bizimodua, oro har, eta merkataritza, bereziki, erakusten duen ekitaldi horretan antzinako lanbideen erakustaldiak, antzezpenak eta kaleko musika ere izaten dira.

MERKATARITZARI PRESTIGIOA EMATEKO KANPAINA. Iruñeko Merkataritza marka ezagutarazteko, erosketak baino gehiago, marka horren komunikazio- eta prestigio- kanpaina garrantzitsu bat egin zen; hiriko 600 saltokitan 40.000 poltsa banatu ziren, logoa protagonista duten poltsak, eta bezeroei ematen zitzaizkien, egindako erosketekin batera.

Joseba Asiron alkateak eta Patricia Perales alorreko zinegotzi ordezkariak aurkeztu zuten kanpaina, Nafarroako hainbat arlotako pertsona ezagunek lagunduta: Miguel Indurain, Enrique Martín, Iñaki Andradas, Koldo Rodero, Adriana Eransus, Susana Rodríguez, Maite Sota eta Sagrario Aleman. Kulturaren, kirolaren, arteen, gastronomiaren, literaturaren eta irakas-kuntzaren mundua han egoteak herritarren eta bizitza osoko merkataritzaren arteko lotura ere irudikatu zuen.

ZABALGUNEA LA NUIT ekimenak 1980ko hamarkada aukeratu zuen bederatzigarren edizioaren ardatz izateko. Iruñeko Udalak eta Zabalguneko Merkatarien Elkartek, merkataritza eta os-talaritzako 80 saltokirekin batera, ekitaldi bat egin zuten iraileko azken asteburuan, sasoi be-rriarren hasiera bezeroekin eta bisitariekin ospatzeko. Pintura, musika, dantza, kontzertuak, promozioak eta deskontuak izan ziren, besteak beste, eta Zabalguneko merkataritza-gunea herritar eta bezeroendako festa handi bilakatu zen.

TOKIKO PRODUKTUEN III. ASTEA. Lau egunez egin zen ekitaldi hau, eta harrera ona izan zuen herritarren zein, urriaren 12ko zubiaz baliatuta, Iruñera etorritako bisitarien aldetik. Gazteluko plazan Nafarroako Elikagai Artisauen Elkartea, NNPEK eta INTIAko ekoizleen 40 postu izan ziren. Hirirako eta Nafarroarako, oro har, bertako produktuak zer garrantzi duen erakusteko ekimenaren osagarri, erakustaldiak, dastatzeak, hitzaldiak, lantegiak eta txangoak ere egin ziren. Saltzera eta ekoizlearen eta azken kontsumitzailearen arteko harremana sustatzera bi-deratutako postuez gain, tamaina desberdineko bi karpa handi jarri ziren (15x15 eta 10x10 metro), taberna eta hitzaldietarako, dastatzeak egiteko eta erakustaldietarako gunak dituz-tenak, hurrenez hurren.

Hotelek, «Tokiko produktua» markako gosariekin, eta Santo Domingoko udal-azokak bat egin zuten ekitaldiarekin.

Bi jardunaldi tekniko egin ziren Geltokin:

«Elikadura, lurraldea eta landa-garapena»

Iruñeko turismo gastronomikoari buruzko I. jardunaldia

BLACK FRIDAY. 2018ko azaroaren 23an sustapen-kanpaina honen bosgarren edizioa egin zen; eta Iruñeko 6 merkataritza-gunetako ia 200 saltokik bat egin zuten kanpainarekin. Udalak es-kaintza eta beherapen handien berri emanez parte hartu zuen sustapen honetan, Eguberrie-tako erosketak bultzatzeko.

EGUBERRIETAKO KANPAINA 2018-2019

EGUBERRIETAKO ARGIAK. Blachere Illumination enpresa da argi-kontratuaren adjudikaziodu-na, eta argiak piztuta edukitzeaz arduratu zen 2018ko azaroaren 29tik (San Saturnino, Egu-berrietako kanpainaren inauguraziorako ohiko eguna Iruñean) 2019ko urtarrilaren 6ra arte. Kaleetan 193 arku jarri ziren, eta 140 apaindura-motibo faroletan. Horrez gain, argiztapen be-rezia ere jarri zen bost plaza hauetan: Merindadeena, Vianako Printzearena, Askatasunaren plaza, Gazteluko plaza eta Udaletxe plaza. Gainera, Karlos III.eko oinezkoendako pasealekuan neurri handiko Eguberrietako bi zuhaitz jarri ziren eta Gayarre antzokiko fatxada argiztatu zen.

EGUBERRIETAKO DEKORAZIOA SALTOKIEN ATARIAN. Alde Zaharreko eta Zabalguneko hainbat tokitan zuhaixken eta dekorazio-irudien banaketa handituz joan da urtez urte, eta, horrela, hiriko eremu gehiagotara iritsi da. Merkataritza Zerbitzuak Eguberrietako 408 irudi kudeatu, banatu eta bildu zituen kalean bertan, 8 merkataritza-gunetako beste horrenbeste establezimendutan.

66 irudi konpondu eta 46 zuhaizti berri erosi ziren Eguberrietako parkea berritzeko.

EGUBERRIETAKO AZOKA ETA BESTE ANIMAZIO-GUNE BATZUK. 2018ko abenduaren 14an hasi zen Eguberrietako Azoka, eta 2019ko urtarrilaren 6ra arte egon ziren irekita artisauen 27 postu. Bi animazio-gune handi ezarri ziren Iruñeko erdialdeko bi merkataritza-gune nagusietan: 400 metro koadroko karpa bat Gazteluko plazan, eta 225 metro koadroko beste bat Karlos III.aren etorbidean. Bi gune horietan era guztietako jarduera erakargarriak ezarri ziren, familiei eskainita oro har. Hainbat ekitaldi tradizional ere egin ziren hurbileko merkataritzarako urteko animazio- eta dinamizazio-eskaintzarako hain garrantzitsuak diren Eguberrien osagarri, hala nola Eguberrietako ibilaldi gozoak, herri txokolate-jana eta gabon-kantak, Sarasateko pasealekuko joko-pista eta auzoetako animazioak.

ZABALGUNEKO ETA ERMITAGAÑAKO UDAL-MERKATUAK

Iruñeko Udalak eta Zabalguneko eta Ermitagañako udal-merkatuek jarduera batzuk egiten dituzte urtean zehar (dagoeneko aski finkatuta ekitaldi-egutegiaren barruan), Udal Merkatuak produktua eta marka, produktu freskoen eta kalitatezkoen erreferente gisa, sustatze aldera.

2018ko urrian, Santo Domingoko Merkatua Udal Merkatuen Marketin Planari atxiki zitzaion.

Urtarrila: Zabalgune eta Ermitagañako azoketan irabiaki osasungarriak egitea eta dastatzea, nutrizionista baten esku-hartzearekin. Nutrizionista horrek, dastatzeaz gain, elikadura-ohitura onei buruzko aholkuak ematen zituen.

Otsaila: Hamarna euroko 225 erosketa-txekeren zozketa, udal-merkatuetan erabiltzeko.

Martxoa eta azaroa: Merkatuen erruleta 2009tik abian jarritako sustapen-ekintza bat da, zeinaren bidez, herritarrek, merkatuan erosteagatik, postuetako ehunka produkturen zuzeneko zozketan parte hartzen duten.

Martxoa, ekaina, iraila eta abendua: Lantegi bereziak, oporraldietan (Aste Santuan, udan eta Eguberrietan) eta eskolara itzultzeko garaian (iraila). 8 eta 12 urte bitarteko umeendako, 2 euro pertsonako. Ia 200 umeek parte hartu zuten lantegi horietan.

Apirila eta urria: Ahogozatu Udaberria eta Ahogozatu Udazkena. Merkatuetako produktuez eginiko 900 pintxo dastatzea. Iruñeko sukaldari ezagunek egin zituzten pintxoak, eta euro bat ordainduta jan ahal izan zituzten, Nafarroako ardoaz lagundurik. Udal-merkatuek, beti bezala, helburu sozial edo solidario baterako erabiltzen dute bildutako zenbatekoa, eta 2018an Nafarroako Parkinson Elkarteari eta Adacen elkarteari eman zitzaien bildutako zenbatekoa.

Maiatza: Nafarroako produktuak dastatzea: 450 arkume errazio banatu ziren bezeroen artean, produktu hori sustatzeko.

Ekaina: Merkataritzarekin, Hiria Hiriago – Bizi uda Iruñeko merkatuetan: egun horretan merkatuetan erosten dutenei loreak (gerberak) ematen zaizkie, udari ongietorria emateko. 3.000 lore banatu ziren.

Ikasturte osoan: Iruñeko ikastetxetarako bisitak «Elikatu ongi bertako produktuekin», Lehen Hezkuntzako laugarren, bosgarren eta seigarren mailetakoko ikasleendako. Merkatuko postuak ezagutzea, nutrizioari zein ohitura osasungarriari buruzko informazioa eta errezetak zuzenean egitea, umeei hamaiketakoan jan ditzaten. 15 eskola-taldek eskatu zuten bisita, eta ia 400 ikasle baliatu.

Ia 400 lagunek parte hartu zuten prestakuntza horietan ikasturtean zehar.

Abendua: Eguberrietako kanpaina, eta Merkatuen egutegia ohi bezala bezeroen artean banatzea. Guztira, 11.800 ale banatu ziren.

LAGUNTZA EKINTXAILEEI ETA ENPRESEI

Denda Naiz. Proiektuak bizkortzeko ekimen bat, negozio-idea berritzaileak garatzen laguntzeko, Iruñean negozio bereizgarri berriak abian jar daitezten. 2018an, 20 ekintzailek parte hartu zuten programan, 15 proiektuekin.

Merkataritzarendako Joeren Jardunaldiak. Iruñeko merkatariei zuzenduta, helburua da parte-hartzaileak hurbiltzea, hala nola, tokiko merkataritzaren etorkizuneko joera eta aukeretara, merkataritza-motibaziora eta sare sozialetara, denda fisikoa sustatzeko. 352 lagun bertaratu ziren.

Iruña, ekintzaile. Kooperatiboa eta soziala. Gizarte-ekonomian enpresa-ekimen berriak sor daitezten bultzatzeko, programa honen helburua izan da parte-hartzaileak gaitzea kooperatibismoaren eta gizarte-ekonomiaren esparruan ekiteko, gizarte-premiei eta gizarte parte-hartzaileago eta kohesionatuago baten garapenari erantzun berritzaileak eman diezazkiekeen sektore diren aldetik. Programa bi ekintza nagusiren bidez garatu zen: batetik, «Ekintzailtza, Gizarte Berrikuntza eta Kooperatibismoa» izeneko kongresua, sektore horretako aukeren eta erronken ikuspegi globala eskaintzen ziena bertaratutako 70 pertsoneri; eta, bestetik, «Ekintzailtza, Gizarte Berrikuntza eta Kooperatibismoa» izeneko ikastaroa, gizarte-ekonomiaren sektorean ekiteko interesa dutenei zuzendua, bai eta kooperatibetan eta gizarte-ekonomiako ekimenetan diharduten eta hainbat konpetentzia (ekintzailtza, proiektu berriak sortzea, berrikuntza) eskuratu nahi dituztenei zuzendua. Hasiera batean 74 pertsonak eman zuten izena ikastaroan, eta, batez beste, 22 lagun bertaratu ziren.

Emakumeen Ekintzailtzari buruzko Zikloa. Ziklo horrek hiru jardunaldi izan zituen, eta horietan finantzaketa, enpresek beren enpresa-kudeaketan sortutako gizarte-inpaktuaren integrazioa eta Marketin Digitala jorratu ziren, eta 58 pertsona bertaratu ziren.

CEIN-Pamplona zentroak, gainera, Iruñeko Udalak bideratutako 62 ekintzaileri eman zien arreta.

IRUÑEKO MERKATARITZAKO PLAN ESTRATEGIKOA 2017-2021 (IMPE 2017-2021)

2017an, Merkataritzako Plan Estrategiko bat egitea erabaki zen, hiria Nafarroako merkataritza-buru gisa indartzeko, ekonomia eta enplegua sortzeko, Iruñeari lurraldean eskaintza anitza eta orekatua emateko, eta, azken batean, merkataritza lehiakorra, berritzailea, erakargarria, modernoa, kalitatezkoa, benetakoa eta bezeroengandik gertukoa lortzeko. Dokumentuaren xedea da funtsezko tresna izatea hiriarendako, sektorearen diagnostikoa egiteko eta erabakiak hartzeko egin daitezkeen ekintza eta politikei dagokienez. 2017an eta 2018an, Iruñeko Merkataritzako Plan Estrategikoa egin zen, Ikertalde Grupo Consultor SA enpresarekin batera, hura izan baitzen horretarako deitutako kontratazio-prozesuaren esleipenduna.

Merkataritzaren Plan Estrategikoa egiteak Iruñean merkataritza jardueraren esparrua xehetasunez aztertzea izan zuen helburu, bai eta auzo bakoitzeko eskaintza bertako eskariari nola doitu zehaztea eta plana bera antolaketa-plan gisa ezartzea, batetik, hiriaren erdialdea sendotuz eta sustatuz, eta, bestetik, auzoetako merkataritza-eremu eta -ardatzak garatuz. Halaber, planak baliagarri izan behar zuen jarduketa-proposamen egokiak diseinatzeko merkataritza, enpresa eta turismoaren eremuetan, eta jarduketak zehazteko, halakoak non Udalak eman nahi duen merkataritza bizi eta dinamikoaren irudiarekin bat etorriko diren.

Iruñeko Merkataritzako Plan Estrategikoa (IMPE) bi lan-fasetan egin zen. Diagnostikoaren lehen fasea: zegoen informazioa optimizatzea, elkarrizketa-txandak egitea, sektorea zuzenean behatzea eta online ekarpenak egitea. Hori guztia amankomunean jarrita, hausnarketarako eta eztabaidarako. Bigarren fasea ekintza-planarekin lotuta dago, eta ahuleziak, mehatxuak, indarguneak eta aukerak aztertu zituen (AMIA). Hortik eratorri zen lehen zirriborro bat, eta berriro eztabaidatu zen lan-jardunaldietan eta online ekarpenekin, plana behin betiko egin arte.

IMPE hiru alderditatik partekatutako lanean oinarritu zen: alde batetik, Merkataritza Mahaia, planaren hausnarketa publiko-pribatuaren ardatz gisa; bestetik, sektoreko eragileekin harreman zuzena eta partikularra izatea; eta, azkenik, proiektu honetarako sortu zen webgune bat, lan-esparru arin eta partaidetzari irekia.

2017-2021 aldiko Iruñeko Merkataritzako Plan Estrategikoaren jarduketa planak bost ardatz nagusi ezartzen ditu (Hiri-eremua, Bezeroa, Ekintzailatza eta lehiakortasuna, Asoziazionismoa suspertzea eta Gobernantza), 15 jarduketa-ildo eta 50 ekintza.

MERKATARITZA-BISOREA IRUSKAN

Iruñeari buruzko informazio geografikoa eskuratzeko IRUSKAN izeneko atarian, bi web-tresna berri jarri dira herritar guztien eskura: hiri-bisorea eta merkataritza-bisorea.

Merkataritza-bisorea ekintzaileendako nahiz lehendik dauden jardueretarako tresna bat da, aukera ematen duena hiriko enpresa-ehunduran dauden jarduera ekonomikoei buruzko informazioa kontsultatu eta ikusteko, bai eta eskuratu daitezkeen lokalak aurkitzeko ere.

IRUÑEKO MERKATARITZAREN MAHAIA

2018an, hiru aldiz bildu zen, Iruñeko merkataritza-markaren diseinua egiteko laguntza-kontratuan parte hartu zuten proposamenak aurkezteko, 2018rako IMPEren garapena eta egutegia azaltzeko, IMPE nola gauzatu zen azaltzeko, Merkataritza Zerbitzuko burua hautatzeko prozesuari buruzko informazioa emateko, 2018ko aurrekontu-gauzatzeari buruzko informazioa emateko, Atsegin Egiteko Planaren eraginari buruz egin beharreko azterlanaren edukiak lantzeko, merkataritza-sektoreak eskatutako azterlana eta merkataritza-sektoreko elkarteek 2019ko aurrekontuei buruz egindako proposamenak jasotzeko.