

2.2.2.

MERKATARITZA

MERKATARITZA DINAMIZATZEKO ETA SUSTATZEKO KANPAINAK

2018-2019KO EGUBERRIAK. Kanpainaren bigarren zatia amaitzea. Animazio- eta dinamizazio-jarduerak hiriaren erdigunean eta auzoetan, guztiak ere jendea hiriko merkataritza-ardatz nagusietara joan dadin.

STOCKAREN AZOKA 2019. Iruñeko merkatarien elkarteek antolaturik, zerbitzuak laguntza eskaini du Stockaren XIII. Azoka egiteko, ekitaldiaren berri emanez eta zabalpena gauzatuz.

«HEMEN EREINDA, NEU ERE HAZTEN NAIZ», BERTAKO MERKATARITZARI LAGUNTZEKO PROGRAMA. Alorrak tokiko merkataritzan kontsumitzeak duen garrantziari buruzko komunikazio-kanpaina bat egitea erabaki du, mahai teknikoaren iritziak jaso ondoren. Izan ere, mahai teknikoa ados agertu da tokiko merkataritzaren irudi-kanpaina abiarazteari dagokionez. Zenbait publizitate-euskarri baliatu dira, eta udaberri osoan zehar iraun du.

LIBURUAREN ETA LOREAREN EGUNA. Urtero, apirilaren 23an egiten den moduan, Liburuaren Mundu Eguna ospatzeko, Iruñeko 15 liburu-dendak, % 10eko deskontuak eskaintzeaz gainera, 4.000 lore banatu dituzte Karlos III.ak eta Orreaga etorbideak bat egiten duten tokian, Liburuaren eta Lorearen XII. Egunean. Berrikuntza gisa, arloak bat egin du Lorategien Udal Zerbitzuak bultzatutako «Iruña loretan» kanpainarekin, eta liburuak saltzeko agertokian mosaiko bat egin da landareekin. Ekintzaren bigarren zatiak landareetako bat eramateko aukera ematen die herritarrei euro sinboliko baten truke, eta bildutako dirua Nafarroako Ospitaleguneari ematen dio Diego de Haro Liburuzainen Elkarteak liburutan.

MERKATARITZAREKIN, HIRIA, HIRIAGO. Ekain osoan, jende guztiarendako jarduerak eskaini ziren, hala nola kaleko atrakzioak, haurrendako lantegiak, 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 bederatzi merkatar-eltarte elkarlanean jardun ziren Iruñeko Udalarekin, 5 asteburutan jarraian jarduera guztiak abian jartzeko, eta, hala, haien merkataritza-guneak animazioz eta edukiz bete ziren.

SAN FERMÍN. Merkataritza Zerbitzuak mahai teknikoan proposatu du merkatariek bat egin dezatela Iruñeko Udalaren kanpaina orokorrarekin, sanferminetako eraso sexisten aurka borrokatzeko, erakusleihoak erabiliz. Martín Azpilcueta merkataritza-guneak egiten du jarduera hori.

Nafarroako tokiko ekoizleen elkarteekin ere sinatu da hitzarmena (Artisau Elikagaien Ekoizleen Elkarte, Nafarroako Nekazal Produkzio Ekologikoaren Kontseilua eta Reyno Gourmet), Orreaga etorbideak eta Karlos III.ak bat egiten duten tokian Nafarroako produktu adierazgarrienen erakusketa eta saltokia paratzeko.

HIRU BURGUEEN ERDI AROKO AZOKA. Batasunaren Pribilegioa ospatzeko ekitaldien barruan, irailaren 6an, 7an eta 8an 120 postu paratzen 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.

ENSANCHE LA NUIT. 2019an jarduera horrek hamargarren aldia izan du, eta aurreko urteetako gaiei keinu egin die. Urriaren 4an jarduera programa bat antolatu zen, jendea merkataritza-gunera hurbil zedin, eta udazken-negu denboraldiko nobedadeak ezagutarazteko. Animazio-jarduerekin batera (musika, gastronomia, artea eta moda), Zabalguneko argazki zaharren erakusketa izan da ikusgai..

TOKIKO PRODUKTUEN IV. ASTEA. Urriaren 10, 11, 12 eta 13an egin zen ekitaldiaren laugarren aldia. Hori horrela, tokiko produktuen merkatuan eta prestakuntzan jarri da arreta, lantegi, erakustaldi, elkarrizketa eta hitzaldiak programaturik. Gazteluko plaza ia 50 ekoizleren topagune izan da, eta kontsumitzaileak, bezeroak eta, oro har, bertako produktuei buruz gehiago jakiteko interesa duen publikoa erakarri du. Salmenta eta topagune honen osagarri, Arantzadi eta Magdalenako baratzeetako bisita gidatuak eta Nafarroa osoko txangoak izanen dira, «Udazkeneko esperientziak» izenpean.

Editoreen II. Azoka. Gobernu Estrategiko, Merkataritza eta Turismo Alorrak berrargitaratu egin du Nafarroako Editoreen Elkartearekin izenpeturiko hitzarmena, Sarasate pasealekuan azoka jartzeko. Hori horrela, hiriaren erdigunean espazio zabal bat lagako da, zeina argitaletxeen eta, oro har, liburu-sektorearen arteko topagune izanen baita.

EGUBERRIETAKO KANPAINA 2019-2020

EGUBERRIETAKO ARGIAK. 2019/2020ko argiztapen-kontratua Kordobako Iluminaciones Ximénez SA enpresari esleitu zaio, zeinak proposamen desberdin bat aurkeztu baitu, formari eta koloreei dagokienez. Kontratu horren berritasuna da Udalak sorkuntza libreko espazioak aurkezteko eskaera egin duela, hiriko gune nagusien garrantzia sustatzeko (Udaletxe plaza, Gazteluko plaza, Karlos III.a eta abar).

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. Berrikuntza gisa, 2019-2020ko kanpainan Iruñeko merkatarien elkarteekin akordio lortu dugu, dekorazio-figuren inbentarioa, banaketa eta bilketa egiteaz arduratzen den enpresaren zuzeneko solaskideak izan daitezen. Gobernu Estrategiko, Merkataritza eta Turismo Alorrak erakusleihoetarako kutxatxo apaingarrietarako 70 sorta eskatu ditu, apaingarrien parkea areagotzeko eta erabileraren poderioz hondatutako elementuak amortizatutzat emateko.

EGUBERRIETAKO AZOKA. Eguberrietako Azoka tradizionala, egurrezko etxola bereizgarriekin, Gazteluko plazan jarri da aurten ere. Azokan 27 eskulangile egoten dira, eta Eguberrietako jaiegunetan elikagaiak eta bertzelako produktuak erakusten eta saltzen dituzte. Azoka horrekin batera, bidezko merkataritzaren alde lan egiten duten erakundeei eskainitako espazio tradizional bat ere izaten da. Aurten, beritasun gisa, Udalak beste etxola bat, bigarrena, jarri du gobernuz kanpoko erakundeentzat, eta erakusleiko garrantzitsua izan da haientzat, herritarrei beren proiektuak eta produktuak erakusteko.

ANIMAZIO- ETA ATRAKZIO-GUNEAK. Argiekin eta zuhaitz erraldoi, iturri eta halako elementuekin hiria dotoretzeaz gain, saltokiak ere apaintzen dira, eta Eguberrietako protagonista bihurtzen dira. Horretaz gainera, Gobernu Estrategiko, Merkataritza eta Turismo Alorrak Eguberrietako opor guztietarako programazio berezi bat egiteko lana hartzen du bere gain, batez ere hurrei eta, ere berean, familiei zuzendurik.

Iruñeko erdigunean hiru puntu finko nabarmentzen dira, hainbat jarduera eskaintzen dituztenak.

- Sarasate pasealekua: Gune horretan bi berrikuntza handi egon dira Eguberrietako kanpaina honetan: elur artifizialeko txirrista bat, 8 metro garai, eta 200 m² karratuko izotz artifizialeko pista bat. Bi atrakzioek erantzun ona izan dute ikusleen aldetik, bai helduen artean, bai haurren artean.
- Gazteluko plaza. Udalak jarduera eta promozioen karpa handi bat paratu du aurten ere, Alde Zaharreko Merkatarien Elkartearekin elkarlanean. Guneak 300 m² ditu, eta bi astez hainbat entretenimendu-jarduera egiten dira bertan, batez ere haurrentzat.
- Karlos III.ean, San Fermin eta Tafalla kaleen artean, Iruñeko Udalaren jardueren karpa paratzen da, Zabalguneako Merkatarien Elkartearekin elkarlanean. Orotara, 225 m² karratuk hartzen dute «Ongi etorri Ipar Polara» izeneko ekitaldi tematikoa, haurrentzako jolas- eta fantasia-gune zabala.

Halaber, auzoek animazio- eta dinamizazio-jarduerak ere izan dituzte 2019-2020ko Eguberrietako kanpaina zehar (txokolate- eta gaztaina-jana, musika, ipuin-kontalariak, photocall espazioa, zaldiko-maldikoak, tren turistikoak eta rokodromoak).

EGUBERRIKO PASEO GOZOAK. Jarduera finkatua da, eta historia, kultura eta dastatzeak uztartzen ditu, gozogintzan espezializatutako saltoki tradizioaletan. 2019an Pastas Beatriz eta La Turronería etxeek parte hartu dute, eta Cerería-Confitería Donezar etxeak ere bai lehen aldiz.

SANTO DOMINGOKO, ZABALGUNEKO ETA ERMITAGAÑAKO UDAL-MERKATUAK

Iruñeko Udalak eta Santo Domingo, Zabalgune eta Ermitagañako udal-merkatuek hainbat ekintza egiten dituzte urte osoan, eta horietako batzuk jada finkatuta daude ekitaldien egutegian. Produktua ez ezik, udal-merkatuen marka ere sustatu nahi da produktu eta elikagai freskoen, hurbilekoen eta kalitate egiaztatuen erreferente gisa.

Urtarrila: Hiru udal-merkatuetan irabiaki osasungarriak egitea eta dastatzea, nutrizionista baten esku-hartzearekin. Nutrizionista horrek, dastatzeaz gain, elikadura-ohitura onei buruzko aholkuak ematen ditu.

Otsaila: San Valentin ospakizuna txokolate eta fruitu-brotxetekin eta azoketako salmentekin, fruta eta barazki saskien zozketa.

Martxoa: Merkatuen erruleta 2009an abian jarritako sustapen-ekintza bat da, zeinaren bidez herritarrek postuetako ehunka produkturen zuzeneko zozketan parte hartzen baitute, merkatuan erosteagatik. 2019an, ekintza urtean behin bakarrik egin da, goizez.

Apirila: Liburuaren Eguna. «Berrerabili, trukatu, partekatu istorioak» izenburupean, bertze jarduera bat egin da hiru udal-merkatuetan, eta lehendabizikoz erabaki dute Letren Nazioarteko Egunarekin bat egitea (apirilak 23), liburuari eskainitako txoko batekin. Bezero eta bisitariei espazio horretan liburuak uzteko eskatu zaie, eta apirilaren 23an trukea egin zen. Hiru merkatuek ontzat jo dute ekitaldia, eta hurrengo urteetan irakurketaren txokoa mantentzea erabaki da.

Maiatza: Iruña loretan. Lorategietako teknikariek bultzatutako udal-programaren barruan, «Iruña loretan» izenarekin, hiru udal-merkatuetan apaingarri bereziak antolatu dituzte, postuetako elikagai koloretsuak (batez ere fruta eta barazkiak) eta lore eta landareak nahasian paratuz. MSD Paisajismo enpresak lorategi bertikalak egin ditu hiru udal-merkatuetan, eta astebetez egon dira ikusgai.

Dastatu udaberria. Ekintza honek denboraldiko produktu izarra omentzen ditu; kasu honetan, udaberriko barazkiak.

2019an, aurrekontua optimizatzeko, jarduera elkarte gastronomikoen eta Iruñeko lagunarteen esku-hartzearekin aurrera eramatea planteatu zen; izan ere, toki horietan oso presente daude sukaldaritza eta bertako produktuak. Hori horrela, ajoarrieroa, arkumea txilindron erara eta oilaskoa txilindron erara banatzen dira (750 errazio), jarduera mota honetan ohikoa den antolakuntzarekin:

Bezeroek euro bat ordaintzen dute (eguneko erosketaren txartelarekin) edo bi euro (erosi ez duenarentzat), eta pintxo bat eta Nafarroako ardo bat erosten dituzte. Bildutako dirua xede sozial baterako izaten da; oraingoan Nafarroako Gaixotasun Arraroen Taldearentzat izan da.

Elkarte hauek parte hartu dute: Oberena lagunartea (Zabalguneako merkatua), Txoko del Carnicero (Ermitagañako merkatua) eta Napardi elkarte gastronomikoa (Santo Domingoko merkatua).

Ekaina: Poltsa berrerabilgarriak banatzeko sustapen-kanpaina. Ekainaren 14an 10.000 poltsa berrerabilgarri banatzen hasten da hiru merkatuetako bezeroen artean. Poltsa tolesgarri eta kremaileadun horietako bat eskuratzeko, eguneko erosketa-tiketa aurkeztu behar da, eta inkesta labur bati erantzun, zeinaren helburua baita bezeroa eta bezero potentziala hobeto ezagutzea.

Iraila: Haurrentzako lantegiak eskolara itzultzeko kanpaina. Urtero bezala, garai horretan elikadura osasungarri eta orekatua izateko lantegiak programatzen dira; izan ere, errendimendu intelektual egokia behar izaten da ikasturte hasieran.

Udal-merkatuetako Sormen eta Komunikazioko I. Lehiaketa. Iruñeko ikastetxe guztiei proposatu zaie, baina ez da egin, ez delako behar beste izen-ematerik izan.

Urria: Dastatu Udazkena, eta perretxiko eta onddoen erakusketa. Nafarroako Ostalaritza Eskolako ikasleek lehen aldiz parte hartu dute jarduera horretan, eta emaitza oso ona izan da bai eskolarentzat, bai merkatuentzat eta Udalarentzat. Etorkizuneko ostalariekin eta sukaldariekin lankidetzan hasi gara, eskolak horrelako ekintzetan parte hartzen jarraitzeko interesa adierazi baitu. Jarduera perretxiko eta onddoen erakusketa tradizionalarekin osatu da, eta banatutako 750 pintxoekin bildutakoa Menudos Corazones elkartearentzat izan da, sortzetiko kardiopatiak dituzten adingabeei eta haien familiei laguntzeko erakundearentzat.

Azaroa: Gosariak merkatuetan. Astebeteko sustapen-ekintza (azaroaren 25etik 28ra), Eguberrietako erosketak bultzatzeko; ekimen horren bidez, postuetako erosketengatik (sektoreen arabera eta, beraz, gastuaren zenbatekoaren arabera), txokolate edo kafe bat eta miniatura bat gosaltzeko txartela ematen da.

Abendua: Egutegiaren banaketa. Guztira: 11.800 ale (6.000 Zabalguneko merkatuan, 4.000 Santo Domingoko merkatuan eta 1.800 Ermitagañakoan). Aurten 300 egutegi gehiago inprimatu dira, beren irudierekin parte hartu zuten pertsona eta erakundeei emateko.

Sukaldaritza osasungarriko lantegiak haurrentzat Eguberrietan.

Eguberrietako dekorazioa merkatu bakoitzean, Udalaren materialekin.

LAGUNTZA EKINTZAILEEI ETA ENPRESEI

DENDA NAIZ. Proiektuak bizkortzeko ekimen bat, negozio-idea berritzaileak garatzen laguntzeko, Iruñean negozio bereizgarri berriak abian jar daitezzen. 2019an, hautagaitzak jasotzeko epea amaitzean, eta, horren berri emateko ahaleginak egin ziren arren, sei eskaera jaso ziren, eskainitako gehieneko kopurua (20 plaza) baino txikiagoa. Hasieran, programaren edukia jasotako eskaeretara egokitu nahi izan zen, baina, eskatzaileekin hitz egin ondoren, ezetsi egin zen, parte-hartzaileen ordutegien bateraezintasunagatik, proiektu-premia desberdinengatik, eta bertze hainbat arrazoigatik. Horregatik erabaki zen, CEINekin bat etorrira, programa bertan behera uztea.

Programa bertan behera uzteko erabakia hartu ondoren, telefonoz deitu zitzaizen eskatzaileei, bertan behera geratu zela jakinarazteko eta CEINen zerbitzuak eskaintzeko haien proiektua garatzeko euskarri gisa. Zehazki, bi pertsona joan ziren maiatzean azeleragailu-zikloetara, eta biek ere egina zuten azeleragailu-ikastaroa. Informazioa eman zitzaizen, eta haien intereseko bertze lantegi batzuetan izena eman zitzaizen; halaber, gogorarazi zitzaizen banakako tutoretzen baliabidea zutela beren proiektuaren jarraipena egiteko.

BERRIKUNTZA MERKATARITZAN. DendaNaiz programaren egoera ikusita, Iruñean dagoen merkataritzari laguntzeko «Berrikuntza merkataritzan» izeneko programa abiaraztea proposatu da. Programa txikizkakoen munduak behar dituen aldaketak sartzera bideraturik dago, eskutik doazen bi kontzepturi dagokienez: bezeroaren esperientzia eta digitalizazioa.

Merkataritzak gaur egun dituen erronka nagusiak bezeroa hobeki ezagutzea eta haren portaera ulertzea dira, esperientzia pertsonalizatua eskaintzeko, eta, horretaz gainera, mundu fisikoa eta digitala erosketa-esperientzia bakar batean uztartzeko. Erronka horiek kontuan hartuta, gehienez 15 saltokirentzako programa bat zehaztu da, zeina maiatzetik azarora bitartean egin baita. 15 parte-hartzaile izan dira.

MERKATARITZARENDAKO JOEREN JARDUNALDIAK. Iruñeko merkatarientzat; helburua da parte-hartzaileei jakinaraztea, adibidez, tokiko merkataritzaren etorkizuneko joera eta aukerak, merkataritza-motibazioa eta sare sozialak, denda fisikoa sustatzeko. Aurten, Iruñeko dendentzako 13 jardunaldi programatu dira. Horietan, azken joerak aurkeztu dira, batez ere negozioen digitalizazioa sustatzera bideraturik. Ekimen honen bidez, Iruñeko merkatariei negozioak modernizatzeko, marketin digitalean sakontzeko eta salmentak hobetzeko tresnak eman nahi zaizkie. Aurtengo saioak bi seihilekotan banatu dira. Lehenengoan, moda salmentaz gainera, bertze hainbat gai ere landu dira, hala nola merkataritzaren eraldaketa aro digitalean, Facebook eta Instagram, bloga eta albiste interesgarriak, bezeroarekiko komunikazioa Mailchimp eta Whatsapp bidez, eta espazioaren errentagarritasuna. Irailetik aurrera, prestakuntza etengabea eskaini da, YouTube bideoak, e-commercea, erakusleihoak eta visual merchandisinga edota Amazoneko salmentak, bertzeak bertze.

Jardunaldi horiek Iruñeko Merkataritzako Plan Estrategikoan aurreikusitako neurrien parte dira, ekintzailetzaren eta lehiakortasunaren ardatzean.

2019an honako saio hauek antolatu dira:

Martxoak 4 (urriaren 4ra aldatua): «Moda saltzearen artea. Azken joerak», Cristina Navarlaz. 21 pertsonak parte hartu zuten.

Martxoak 11 eta 12: «Merkataritzaren eraldaketa aro digitalean», Aleix Vals (LiquiD). 20 lagunek parte hartu zuten.

Martxoak 25: «Egin publizitatea Facebook eta Instagramen», Juana Ciganda (Ciganda + Koch). 42 pertsonak parte hartu zuten.

Apirilak 8: «Nire lehen bloga, edo nola sortu albiste interesgarriak», Alberto Laiglesia (Ilune). 19 pertsonak parte hartu zuten.

Apirilak 15: «Nola komunikatu bezeroarekin: Mailchimp, WhatsApp?», Alberto Laiglesia (Ilune). 17 pertsonak parte hartu zuten.

Maiatzak 20: «Atera ahalik eta errentagarritasun handiena zure espazioari», Amaya Lozano, Luks&Company. 16 pertsonak parte hartu zuten.

Ekainak 3: «Instagram nire saltokirako», Juana Ciganda (Ciganda + Koch). 23 pertsonak parte hartu zuten.

Irailak 23: «Instagram nire saltokirako», Juana Ciganda (Ciganda + Koch). 23 pertsonak parte hartu zuten.

Irailak 31: «Nola kargatu YouTuben», Ana López (Ilune). 8 pertsonak parte hartu zuten.

Urriak 7: «Niretzako modukoa da e-commercea?», Juana Ciganda (Ciganda + Koch). 17 pertsonak parte hartu zuten.

Urriak 21: «Visual merchandaising», Cristina Navarlaz. 17 pertsonak parte hartu zuten.

Azaroak 4: «Harritu Eguberrietako erakusleihoarekin», Amaya Lozano (Luks&Company). 19 pertsonak parte hartu zuten.

Azaroak 18: «Areagotu zure salmentak Amazonekin», Alex Saiz Verdaguer (Microapps). 17 pertsonak parte hartu zuten.

Guztira 246 lagunek parte hartu zuten.

IRUÑA, EKINTZAILE PROGRAMA: SORMEN-INDUSTRIAK, INDUSTRIA DIGITALAK ETA GIZARTE-BERRIKUNTZA.

2019an bi ardatzetan sakondu nahi izan da: batetik, sormen-industriek, digitalek eta gizarte-berrikuntzakoek eskaintzen dituzten aukeretan sakontzen jarraitzea eta, bertzetik, aukera horiek izaera soziala nola izan dezaketen ikustea, bai ekintzailtza-ereduari dagokionez, bai kudeaketa-mekanismoei dagokienez.

Horretarako, lehenik eta behin, merkatuko aukeretan eta joeretan sakondu da, jendeari irekitako eskola magistral batekin, sektoreko negozio-ideia, hizlari, ekintzaile eta ekintzaile garrantzitsuenak bilduz. Martxoan egin da, eduki honekin: Sormen-industrien aukerak, sektore honetan ekiteko interesa duten pertsonen, lehenik eta behin, egungo diagnostikoaren mapa bat eskaintzeko, eta sormen-industriak eta industria digitalak gure erkidegoan eta hortik kanpo nola dauden jakiteko; bigarrenik, ekintzailtzarako sortzen dituzten aukerak. Gainera, sektore honetan bidea ireki duten enpresa berritzaileen esperientziak entzun daitezke. Ezagutzarako eta gogoetarako jardunaldi bat da, adituen eskutik.

90 lagunek eta 8 hizlarik parte hartu dute.

Bigarrenik, ekintzailtza-programa bat, 20 pertsonari (8 gizon eta 12 emakume) jarrera eta gaitasun ekintzaileak aktiboki garatzen laguntzeko, eta pertsona horiek gaitzeko enpresa-ekimen berriak gidatzeko eta abiarazteko sektore horretan. Saioak irailetik azarora bitartean izaten dira.

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 hirirako, sektorearen diagnostikoa egiteko eta erabakiak hartzeko egin daitezkeen ekintza eta politikari dagokienez. 2017an eta 2018an, Iruñeko Merkataritzako Plan Estrategikoa egin zen, Ikertalde Grupo Consultor SA enpresarekin batera, hura izan baitzen horretarako deitutako kontratazio-prozesuaren adjudikazioduna.

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, bertetik, 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, elkarriketa-txandak egitea, sektorea zuzenean behatzea eta online ekarpenak egitea. Hori guztia mahai gainean jarrita, guztien artean hausnartzeko eta eztabaidatzeko. 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; bertetik, sektoreko eragileekin harreman zuzena eta partikularra izatea; eta, azkenik, proiektu honetarako sortu zen webgune bat, lan-esparru arin eta partaidetzari irekia.

2017-2021eko 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. 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

Merkataritzaren Mahaia bitan elkartu zen 2019an, apirilaren 30ean eta azaroaren 27an. Lehenengoan (apirilaren 30ean), honako gai hauek jorratu ziren: hileroko mahai teknikoak egitearen helburuaren azalpena, Merkataritzako Plan Operatiboari buruzko informazioa eta Plan Estrategikoaren edukiaren laburpena.

Era berean, dagoen aurrekontura egokitutako lan-plan bat aurkeztu da, ekintza nagusien laburpen batekin batera, ekintza horiek gauzatuz joateko.

2019ko bigarren Merkataritza Mahaian (azaroaren 27an) Ana Elizalde Merkataritza Alorreko zinegotzi berria aurkeztu zen, eta 2019-2020ko Eguberrietako kanpainarako aurreikusitako ekintzak hartu ziren gai nagusitzat.