



Los leridanos apuestan por Promenade Lleida

- Una encuesta constata que una amplia mayoría de vecinos apoyan el proyecto y creen que tendrá un impacto positivo.
- La multinacional GfK, experta en sondeos, ha entrevistado a un total de 702 personas de todos los barrios de la ciudad.

Lleida, 4 de mayo de 2022.- Los vecinos de Lleida quieren que se haga el parque comercial y de ocio Promenade Lleida. Una amplia mayoría de leridanos valoran positivamente el proyecto, creen que es necesario, que tendrá un impacto positivo, tienen la intención de acudir cuando abra puertas, que ayudará a reducir el paro en Lleida y que contribuirá a la mejora urbana.

Estas son las principales conclusiones de una encuesta que Eurofund Group y Frey, las empresas promotoras de Promenade Lleida, han encargado a GfK, una multinacional experta en sondeos y estudios de mercado. GfK ha entrevistado a un total de 702 leridanos, una cifra muy superior a los sondeos de ámbito local, arrojando los resultados siguientes:

- El **75,7%** de los leridanos valora positivamente el proyecto de Promenade Lleida.
- El **75,5%** cree que tendrá un impacto positivo para Lleida.
- El **84%** acudirá a Promenade Lleida cuando abra puertas.
- El **82%** está convencido que contribuirá a reducir el paro.
- El **67,8%** considera que conllevará una mejora urbana a la zona de Torre Salses y a los barrios más próximos, como la Bordeta y Magraners.
- El **59,8%** ve Promenade Lleida como un proyecto necesario.

- El **58,4%** quiere en Lleida un espacio de ocio y comercio de referencia en Catalunya.

Todas las respuestas han arrojado porcentajes favorables a Promenade Lleida y la mayoría por encima del 60%. Ninguna de ellas ha suspendido el proyecto. Y este hecho constata que los vecinos de Lleida están a favor de Promenade Lleida de una forma incuestionable y que este proyecto aporta soluciones en el sector del comercio y del ocio a unas demandas ciudadanas no satisfechas hasta ahora en la ciudad.

Igualmente, del desglose de los datos por barrios, la encuesta describe que en todos los barrios el apoyo a Promenade Lleida es muy amplio y en el centro de ciudad disminuye, pero como se decía, sin bajar de los dos tercios de los vecinos consultados favorables a la iniciativa de Frey y Eurofund Group. Por edades, el segmento situado entre los jóvenes y los adultos de entre 35 y 44 años también sobresale con respecto al resto.

De los resultados, destaca también que el 65% afirma conocer el proyecto o haber escuchado noticias sobre Promenade Lleida y el 94% dice saber que se trata de un proyecto mixto de ocio y comercio.

Muy importante la valoración sobre la cercanía del sector de Torre Salses a Lleida. Es decir, que los vecinos de Lleida consideran que Promenade Lleida se sitúa cerca o es muy accesible (59,3%) y sólo una minoría lo ve lejos (18,9%), mientras que una quinta parte de los participantes en el sondeo (21,8%) no creen que esté ni lejos ni cerca.

La encuesta también analiza los hábitos de compra en los leridanos, que manifiestan que las compras de alimentación, perfumería y droguería las realizan básicamente en supermercados (97,4%), aunque también alternan estas compras en tiendas especializadas (39,8%), hipermercados (27,1%), tiendas de barrio (13%) o mercados y mercadillos (7,9%). En este tipo de compras básicas, un 18,6% lo hace por internet.

Por lo que se refiere a la adquisición de artículos de compra ocasional, es decir, equipamiento personal, del hogar, discos, libros, juguetes, deportes o artículos de joyería, la mayoría lo hace en tiendas especializadas (76,4%), en centros comerciales (27,2%) e hipermercados (15,7%). Un 45,4% compra este tipo de productos por internet, casi la mitad.

Sobre ocio y restauración, los principales datos indican que los establecimientos de barrio son los más usados (56,7%), aunque también la mitad de los encuestados frecuentan la Zona Alta (50%) y destaca el dato de los que buscan el ocio fuera de Lleida (33%).

Sobre Eurofund Group

Eurofund Group es una empresa de inversión de propiedad privada, fundada en 1994. Con sede en Madrid, opera en España, Portugal, Reino Unido e Italia. El grupo está formado por Eurofund Retail, Eurofund Logistics (ELCP), una división de Living la cual ya opera como Tribu, un co-Living en Londres y en breve comenzará a desarrollar proyectos de Senior Living y por último The Hood, un innovador concepto anti-mall con su primer proyecto ya operando en Lisboa donde se reúne comercio, restauración, ocio, cultura y arte.

En su sólida trayectoria destacan la finalización de proyectos como Puerto Venecia Zaragoza, galardonado como mejor centro comercial del mundo en 2013; la adquisición de UBBO (ex Dolce Vita Tejo) en Lisboa, donde Eurofund Group ha llevado a cabo una transformación completa hasta convertirlo en el primer shopping resort de Portugal; o la reciente adquisición de Silverburn, el centro comercial de referencia en Glasgow, Reino Unido.

El Grupo es hoy un socio operativo de referencia para inversores interesados en retail, activos residenciales (co-living y BTR) y logísticos en toda Europa, lo que le otorga una posición única para integrar la logística en los centros comerciales y los activos residenciales en el retail.

La misión de Eurofund Group es desarrollar la industria del retail en el ámbito de una economía cada vez más digital, aprovechando las oportunidades que brinda el comercio electrónico para las tiendas físicas y al mismo tiempo ofreciendo a los clientes una experiencia de compra que no puede aportarles la compra online.

Para más información sobre Eurofund Group: www.eurofundgroup.com

Sobre Frey

FREY es un fondo inmobiliario francés dedicado al desarrollo, inversión y gestión de centros comerciales al aire libre en Francia, España y Portugal. Actualmente la sociedad opera y gestiona una cartera de 75 Mn€ anuales en concepto de alquileres con una cartera de proyectos en curso de 400.000 m2.

En 35 años de historia, FREY se ha consolidado como la empresa más innovadora de su sector. FREY, pionera de los parques comerciales sostenibles e inventora de una nueva generación de centros comerciales al aire libre, se está implantando ahora en los centros de las ciudades, creando nuevos barrios de uso mixto Feel Good.

CONTACTOS CON LOS MEDIOS

Comunicación Promenade Lleida

Joan Tort

Móvil: (34) 629 794 326

Sara Pradas - Directora de Marketing de Eurofund Group

E-mail: spradas@eurofundgroup.com

Móvil: (34) 648 179 967