



## **El Shopp Out es converteix en un gran aparador d'idees de cara al Nadal**

### **L'esdeveniment social de la Fundació Ramon Noguera oferirà descomptes de fins al 70% en primeres marques de moda**

El Shopp Out de la Fundació Ramon Noguera, la iniciativa de compres socials més important de l'estat amb 4.000 metres quadrats d'expositors, canvia enguany de dates i se celebrarà entre els dies 15 i 18 de novembre amb la intenció d'incentivar les compres de cara al Nadal. Tradicionalment, aquest gran mercat a l'aire lliure, que ofereix descomptes de fins al 70% en primeres marques, s'havia dut a terme durant el mes d'octubre, però els organitzadors han apostat per endarrerir l'esdeveniment i augmentar-ne l'oferta pensant sobretot en les festes de Nadal, una de les èpoques de més consum. El Shopp Out comptarà amb 44 marques de roba, calçat, complements, parament per a la llar i joguines, de les quals una dotzena hi participen per primera vegada.

La directora-gerent de la Fundació Ramon Noguera, Pepita Perich, ha convidat avui durant la roda de premsa de presentació del Shopp Out a "gaudir d'un entorn" que va més enllà de la moda, ja que combina oci, gastronomia i solidaritat i ha dit que iniciatives d'aquest tipus permeten fer arribar "el projecte social de la Fundació Ramon Noguera" a molta gent.

El canvi de dates és la novetat més destacada d'aquesta dotzena edició que tindrà com a lema 'Fira't', amb la idea que els clients trobin tot allò que busquen amb interessants descomptes. Com és habitual, un 5% de les vendes es destinaran a projectes socials de la Fundació Ramon Noguera, entitat sense ànim de lucre que des de fa més de 50 anys atén persones amb discapacitat intel·lectual de la comarca del Gironès.

El padrí d'aquesta edició serà el llibreter Guillem Terribas, propietari de la Llibreria 22, un establiment que forma part ja de la història cultural de Girona i que enguany celebra el seu quarantè aniversari. Terribas ha posat en valor la feina feta per la Fundació i ha recordat la figura de l'empresari gironí Ramon Noguera (fabricant de productes tant coneguts com el Mistol), que va fundar l'any 1965 l'Associació Àngelus, dedicada a l'atenció de persones amb discapacitat intel·lectual. L'entitat va ser l'embrió del que anys més tard es convertiria en la Fundació Ramon Noguera.

Que el Shopp Out és una iniciativa de caire social que atrau l'interès de les marques ho demostra el fet que cada any hi ha noves empreses que hi participen. Enguany, hi haurà un 25% de noves firmes. Les 44 marques participants

s'ubicaran a l'aire lliure, al polígon Mas Xirgu de Girona, on els assistents a banda de moda podran gaudir de gastronomia i també d'oci.

El coordinador de les marques participants, Xavier Alomar, ha posat el Shopp Out com exemple d'iniciativa que fomenta "la col·laboració entre el món empresarial i entitats socials" i ha animat a fer extensiva aquesta filosofia a altres projectes. Per la seva banda, la tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Girona, Glòria Plana, ha agraït a la Fundació Ramon Noguera "el seu compromís social" i ha afegit que amb dotze edicions el Shopp Out s'ha convertit en una activitat plenament "consolidada" a la ciutat.

Seguint l'estela d'edicions passades i amb l'objectiu que la visita sigui una experiència familiar i d'oci per a totes les edats, s'ubicaran diverses *foodtrucks* amb propostes molt variades, incloses opcions sense gluten. Els treballadors de l'entitat Ramon Noguera gestionaran el Taller Degustació lafundació i el Bar & Terrassa San Miguel, la marca patrocinadora d'aquesta edició. No hi faltará tampoc la música en viu, amb concerts diaris, activitats infantils, com ara tallers i espectacles a càrrec de les companyies L'Ascènica i La Minúscula i una zona infantil habilitada com a ludoteca per l'empresa col·laboradora Diverfesta. Els organitzadors estimen que, de mitjana, cada visitant s'està unes quatre hores al Shopp Out. Al web <http://www.shoppout.cat/> es pot consultar l'agenda d'activitats infantils i de concerts per a tots els públics així com l'àmplia oferta gastronòmica.

Els organitzadors confien arribar als 40.000 visitants de les últimes edicions. El Shopp Out estarà obert de 10 h a 21 h excepte diumenge, que tancarà a les 20h i es mantindran les dues entrades de l'edició del maig: la del carrer Indústria i la del carrer Gerundense (a tocar de Correus).

Gràcies a la col·laboració de Windoor, el Túnel del Vent d'Empuriabrava, tothom que pengi una fotografia del Shopp Out a Instagram amb el hashtag #shoppoutwindoor participarà en el sorteig d'un vol al túnel per a dues persones.

### **Les firmes participants**

En aquesta ocasió, s'estrenen en el certamen les firmes Antonio Miró, Antony Morato i Jack & Jones, en moda d'home; Aurora Mateo, Blue Sea, Coconut, Curet, Frequent, Molly Bracken i We Don't Kill Animals, en roba de dona; Baby Bites, en articles de nen i Virutas d'Inaf, en complements. Precisament els complements és un dels reclams que es volen potenciar en aquesta edició, que comptarà també amb altres marques com Bissú o les joies lafundació elaborades a la Fundació Ramon Noguera.

Completen el llistat de marques participants Boxley, Fyord i Nàutica, en moda masculina; Fundació Molí d'en Puigvert, Messcalino, Mus & Bombon i Sita Murt, en moda de dona; Diesel, Geographical Norway, Gerome, LTB Jeans, Pepe Jeans, Petrol Industries, Punto Blanco, Raw, Superdry, US Polo Assn i Vans, que fan tan roba d'home com de dona. En calçat, hi seran presents les marques Castañer, Geox, Mascaró, NeroGiardini, Pretty Ballerinas, Stonefly, Timberland i Toni Pons i en moda infantil i joguines, Canada House, Mon Marcel i Eurekakids. De l'àmbit del parament de la llar repeteix la firma Textura, que hi és present des de la primera edició.

## El nombre de visitants es multiplica per deu en dos anys

Les xifres del Shopp Out han crescut substancialment des que, l'estiu del 2013, se'n va posar en marxa la primera edició. En aquell moment 4.000 visitants van passar per un espai de 300 metres quadrats on hi havia productes de tres marques. L'èxit de la iniciativa va animar els organitzadors a celebrar-la dues vegades cada any i des de la 6a edició (la tardor del 2015) la xifra de visitants s'ha estabilitzat en unes 40.000 persones. El número de marques ha crescut fins a mantenir-se en una quarantena i l'espai disponible ha acabat sent de 4.000 metres quadrats.

Però, més enllà de les xifres, aquest esdeveniment és una manera d'acostar l'entitat a la societat gironina. La fundació fa 50 anys que treballa per millorar la qualitat de vida de les persones amb discapacitat intel·lectual i dels infants amb trastorns del desenvolupament al Gironès. Amb tot, segons les enquestes dutes a terme al Shopp Out, el 2013 només un 15% dels visitants coneixien a què es dedica l'entitat, percentatge que ara ja arriba al 75%.

### Més informació

[www.grupfrn.cat](http://www.grupfrn.cat)

[www.shoppout.cat](http://www.shoppout.cat)

[www.facebook.com/shoppout.store](https://www.facebook.com/shoppout.store)

[www.instagram.com/shopp\\_out/](https://www.instagram.com/shopp_out/)

<https://www.youtube.com/watch?v=JRt7LeFW7SE&feature=youtu.be>

### Contacte de premsa

Carme Coll

[carme@comunica.cat](mailto:carme@comunica.cat)

616 490 616



[www.comunica.cat](http://www.comunica.cat)

OFICINA DE PREMSA I COMUNICACIÓ

972 217 250 · C/ Ramon Turró, 1 · baixos · 17005 Girona

