

# LA DESERTITZACIÓ COMERCIAL

## en municipis catalans

Observatori PIMEComerç

Novembre 2019

Barcelona

Amb la col·laboració de:



*©PIMEComerç 2019*  
*Observatori PIMEComerç*

*Viladomat, 174*  
*08015 Barcelona (Catalunya)*  
[www.pimec.org/pimec-comerc](http://www.pimec.org/pimec-comerc)

*Barcelona, novembre 2019*

*És permesa la reproducció i la comunicació pública sempre que se'n faci un ús no comercial i se citi el títol de l'estudi i el titular dels drets d'autor.*

## ÍNDEX

|  |     |
|--|-----|
| Introducció .....  | 3   |
| <b>Municipis analitzats:</b>   |     |
| <b>Lleida:</b>   |     |
| Alfarràs .....   | 6   |
| Cervera .....  | 18  |
| Tàrrrega .....   | 29  |
| <b>Tarragona:</b>  |     |
| Pobla de Montornès .....   | 39  |
| Roda de Berà .....   | 43  |
| Valls .....  | 58  |
| <b>Baix Llobregat:</b>   |     |
| Corbera de Llobregat .....   | 67  |
| Pallejà .....  | 74  |
| Sant Vicenç dels Horts .....   | 80  |
| <b>Vallès Occidental:</b>  |     |
| Sant Llorenç Savall .....  | 87  |
| Sentmenat .....  | 90  |
| Palau-solità i Plegamans .....   | 93  |
| <b>Vallès Oriental:</b>  |     |
| Santa Eulàlia de Ronçana .....   | 96  |
| Caldes de Montbui .....  | 103 |
| Cardedeu .....   | 111 |
| <b>Maresme:</b>  |     |
| Cabrils .....  | 120 |
| Premià de Mar .....  | 125 |
| Calella .....  | 134 |
| <i>Paràmetres comuns i propostes de millora per al Maresme i VOR</i> ..... | 140 |
| <b>Girona:</b>   |     |
| Llagostera .....   | 145 |
| Maçanet de la Selva .....  | 154 |
| Sant Hilari Sacalm .....   | 167 |
| <b>Terres de l'Ebre:</b>   |     |
| Móra d'Ebre .....  | 179 |
| El Perelló .....   | 187 |
| Amposta .....  | 195 |

## I. Introducció

El petit comerç de Catalunya fa temps que observa una problemàtica molt greu i que qüestiona el seu model de proximitat i territorialitat. Des de PIMEComerç, veiem com cada any es va incrementant la mortalitat comercial als pobles i ciutats del país, i de forma més preocupant a molts municipis de zones rurals.

La desertització comercial és un fenomen real i que preocupa molt per l'impacte que té sobre el territori i sobre la seva població, ja que pot desencadenar i agreujar un altre problema com és la despoblació rural. Quan en un municipi petit o mitjà van desapareixent els comerços i els serveis, també desapareix l'atractiu d'aquell poble per instal·lar-s'hi a viure i crear-hi un projecte vital.

Si observem el cens comercial de 2018, a Catalunya existeixen 96 pobles on no hi ha ni un sol comerç. I en més d'un 50% dels municipis hi ha menys de 10 comerços, és a dir, que a la meitat de municipis de Catalunya el teixit comercial és feble i el seu futur incert.

Un dels principals actors que pateixen i constaten aquesta situació són les associacions de comerciants dels diferents pobles i ciutats de Catalunya. Gradualment veuen minvar el seu nombre d'associats i com es va debilitant el teixit associatiu del seu municipi. Totes elles són molt conscients que calen mesures urgents perquè, abans que es puguin adaptar a qualsevol canvi de model comercial o d'hàbits de consum, pot passar que el comerç, tal com el coneixem actualment, hagi desaparegut.

Els motius del fenomen de la desertització comercial poden ser molt diversos o tenir múltiples causes, però hi ha cert consens entre els principals agents a destacar que la manca de relleu generacional al capdavant de molts comerços i l'arribada del comerç electrònic i la transformació digital del comerç, que tot ho abasta i que arriba a tot arreu, són bona part dels motius principals que acceleren aquest fenomen.

En el següent estudi es fa una anàlisi qualitativa sobre el cas representatiu de 24 municipis del territori català i quins són els símptomes i/o les conseqüències d'aquest fenomen, i s'observa si es tracta d'una problemàtica que afecta tots els municipis per igual o bé existeixen certes característiques que el desacceleren.

Per fer-ho, ens hem dotat de la capillaritat de PIMEComerç sobre el territori català i del talent de l'equip tècnic de comerç que opera en els diferents àmbits territorials de PIMEC: Lleida, Tarragona, Terres de l'Ebre, Baix Llobregat, Vallès Occidental, Vallès Oriental, Maresme i Girona.

La mostra de municipis escollida ha estat seleccionada per l'equip tècnic d'aquell territori en funció del grau de representativitat amb la resta de municipis de l'entorn o per les seves condicions característiques i singulars que motiven el seu cas d'estudi.

Amb tot, aquest treball pretén identificar i posar un focus analític sobre una problemàtica que cada vegada debilita més el sector del comerç, i també vol aportar un enfocament més profund i que entri a avaluar diferents casos concrets, ben diferents però amb un fenomen ben comú.

## ❖ LLEIDA

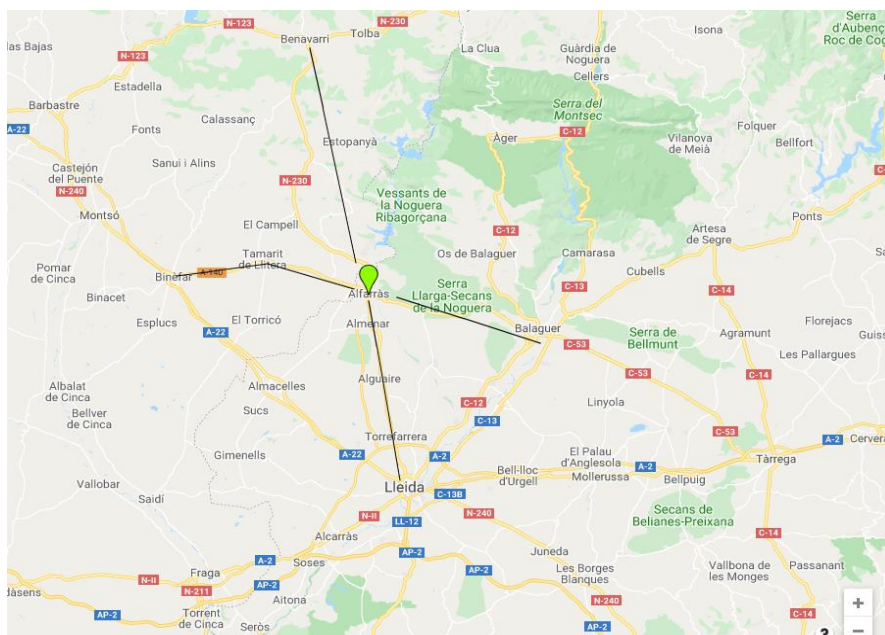
### ➤ MUNICIPI D'ALFARRÀS:

#### 1. Context

Alfarràs és un municipi de la província de Lleida, situat a l'extrem més septentrional de la comarca del Segrià, al límit amb la Noguera, comarca en la qual havia estat inclòs fins l'any 1990.

El municipi té 11,40 km<sup>2</sup> d'extensió i es localitza entre el riu Noguera Ribagorçana i els turons del Sas i la Serra Llarga (les Guixeres). Al voltant d'aquesta petita vall s'estén l'horta regada pel Canal de Pinyana.

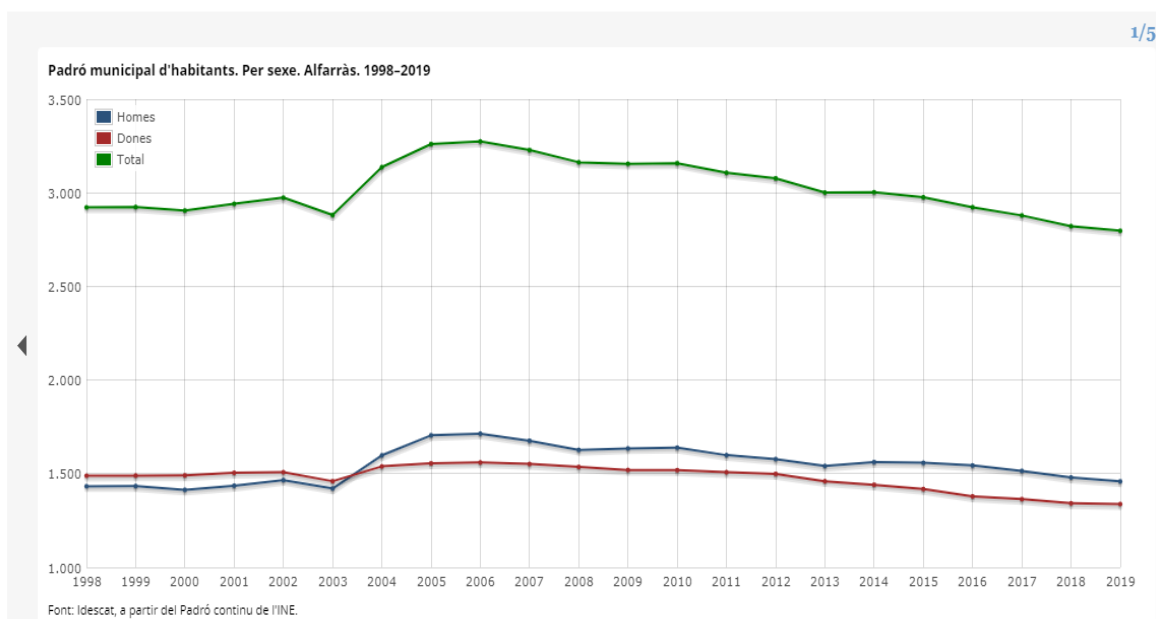
Limita amb els termes de Castillonroi (N) i Albelda (W), pertanyents a la Llitera, Osca; amb els noguerencs d'Ivars de Noguera (NE) i Algerri (E), i amb Almenar, al Segrià (S). Les seves vies d'accés són les carreteres de Binèfar a Balaguer, localitat que es troba a 23 km per la C 26 que es creua, al poble mateix, amb la N-230 de Lleida a la Vall d'Aran per Benavarri. Amb la inauguració del tram de l'autovia A 14, que uneix Torrefarrera amb Alfarràs, s'inverteixen uns 25 minuts en el trajecte Alfarràs-Lleida, per la qual cosa s'ha reduït notablement el temps que es triga en connectar aquestes localitats, que abans era de 40-45 min per la N 230, pel fet que compta amb gran nombre de rotondes en el seu traçat que fa molt lent el desplaçament entre les dues localitats per aquesta via.



Alfarràs forma municipi amb Andaní, nucli de població amb el qual està unit. Constitueix un encreuament dels camins cap a Viella, França i Aragó.

Alfarràs és una localitat on destaca el sector agrícola, ramader i el comerç. La canalització de les aigües mitjançant la séquia o canal de Pinyana, provinent del pantà de Santa Anna, rega l'horta i va fer possible un desenvolupament de l'agricultura de regadiu, especialment d'arbres fruiters (pressequers, pereres i pomeres), alfals i hortalisses. De fet, el préssec de Pinyana és conegut i apreciat. Tanmateix, els conreus de secà -cereals, oliveres ...- també són importants. La ramaderia és porcina, bovina i, principalment, avícola. El municipi compta, a més, des de l'any 1972, amb l'Escola Agrària, que forma part de la xarxa d'escoles que el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació té distribuïdes arreu de Catalunya i que estan gestionades pel servei de Formació Agrària. L'especialitat agrícola de l'escola és la fructicultura i la producció agrària ecològica.

Antigament l'aprofitament dels recursos hídrics facilitava la industrialització. Són testimoni d'aquesta transformació la fàbrica de la colònia de filatures Casals (1896), que va tancar el 2005 sota la denominació de Mitasa, d'estil modernista. Està catalogada per l'inventari de patrimoni arquitectònic de Catalunya i data del segle XIX, igual que l'antiga fàbrica de filatures Viladés, amb orígens al XIX, també d'estil modernista. La implantació d'aquestes fàbriques va suposar un fort impuls econòmic per al municipi ja que va facilitar una feina fixa per a una part molt important dels habitants d'Alfarràs.



Com es pot apreciar en el gràfic, la població va experimentar un fort increment a partir de l'any 2003, i va arribar al seu màxim el 2006, any en què es van superar els 3.250 habitants (3274). A partir de llavors, amb la crisi econòmica i el tancament de la fàbrica de filatures, l'última amb 115 anys d'història, que va tancar l'any 2005, la població ha anat disminuint.

Població (2019): 2.797

Superfície (km²): 11,40

Densitat (hab./km²): 252,54

| <b>Municipis veïns d'Alfarràs</b> |                          |                      |
|-----------------------------------|--------------------------|----------------------|
| Ivars de Noguera 2.7 km           | Almenar 3.9 km           | Algerri 6 km         |
| Castillonroi 7.4 km               | Albelda 9.7 km           | Baldellou 9.8 km     |
| Alguaire 10.5 km                  | Albesa 11.5 km           | La Portella 11.9 km  |
| Tamarit de Llitera 12.8 km        | El Torricó 13.2 km       | Os de Bal. 13.4 km   |
| Castelló de Farfanya 13.7 km      | Vilanova de Segrià 14 km | Alcampell 14 km      |
| Camporrells 14.8 km               | Rosselló 14.9 km         | Almacelles 15.5 km   |
| Benavent de Segrià 15.9 km        | Baells 16.4 km           | Torrefarrera 17.8 km |

### **Evolució de la renda al municipi d'Alfarràs (Lleida)**

| <b>Data</b> | <b>Renda Bruta</b> | <b>Renda Disponible</b> | <b>Lloc nacional</b> | <b>Lloc CA</b> | <b>Població</b> |
|-------------|--------------------|-------------------------|----------------------|----------------|-----------------|
| <b>2017</b> | 21.965€            | 18.464                  | 1.115                | 421            | 2.822           |
| <b>2016</b> | 20.386€            | 17.357                  | 1.319                | 436            | 2.879           |
| <b>2015</b> | 19.707€            | 16.847                  | 1.358                | 439            | 2.923           |
| <b>2014</b> | 19.214€            | 16.293                  | 1.363                | 437            | 2.976           |
| <b>2013</b> | 19.438€            | 16.507                  | 1.325                | 436            | 3.003           |



## Rànquing municipal més/menys renda bruta 2017 a Lleida (Catalunya) Total.

| Nº | Municipi            | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
|----|---------------------|-------------|------------------|---------------|---------|----------|
| 1  | Alpicat             | 33.296€     | 26.151           | 82            | 42      | 6.230    |
| 2  | Cervera             | 29.443€     | 23.334           | 198           | 107     | 9.066    |
| 3  | Torrefarrera        | 28.162€     | 22.803           | 290           | 161     | 4.630    |
| 4  | Benavent de Segrià  | 27.811€     | 22.443           | 310           | 171     | 1.468    |
| 5  | Naut Aran           | 27.188€     | 21.787           | 367           | 194     | 1.790    |
| Nº | Municipi            | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
| 1  | Aitona              | 16.982€     | 14.833           | 2.207         | 457     | 2.545    |
| 2  | Torres de Segre     | 17.530€     | 15.126           | 2.078         | 456     | 2.307    |
| 3  | Seròs               | 19.159€     | 16.528           | 1.683         | 450     | 1.889    |
| 4  | Arbeca              | 19.427€     | 16.650           | 1.628         | 447     | 2.162    |
| 5  | Isona i Conca Dellà | 19.892€     | 17.131           | 1.537         | 444     | 1.028    |

## 2. Observació comercial

El fet que a Alfarràs una bona part de la població treballés a les fàbriques, va crear la necessitat de tenir una bona oferta comercial en el poble, ja que després de llargues jornades de treball no es disposava de temps suficient per a desplaçar-se a comprar a Lleida, per exemple. Sembla que aquesta mentalitat encara perdura, avalada per una bona oferta comercial.

En els darrers anys la localitat d'Alfarràs ha experimentat un canvi en la distribució del comerç als seus carrers, la qual es fa evident pel fet que algunes zones que anteriorment eren més comercials en l'actualitat ja no ho són perquè

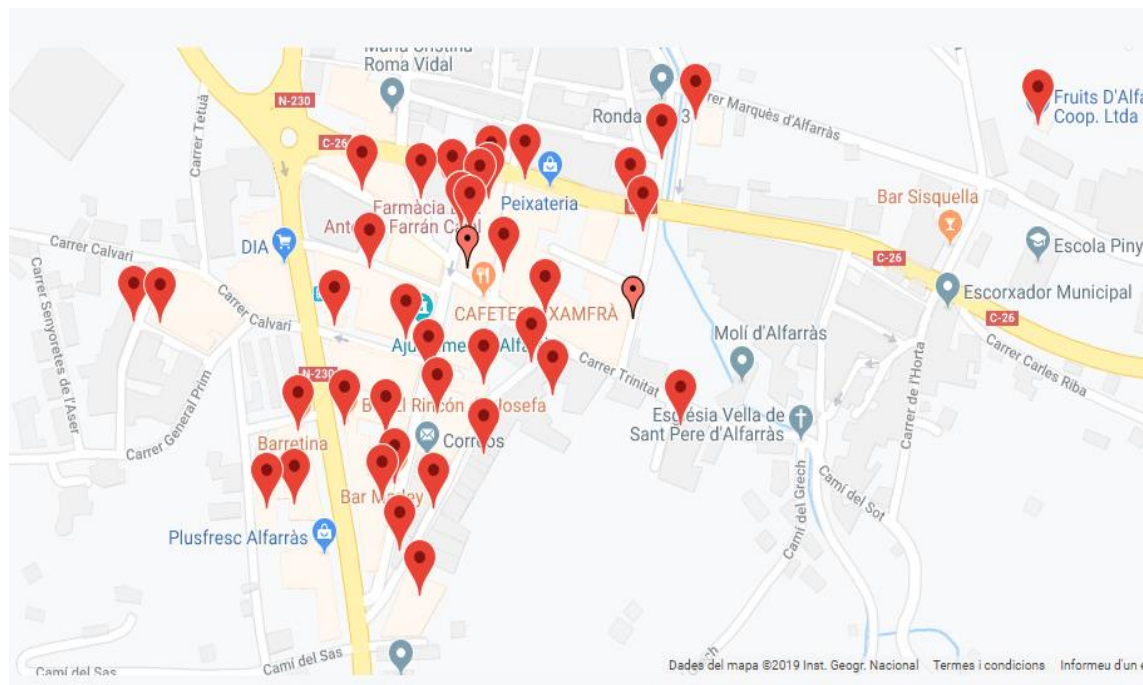
l'activitat comercial s'ha desplaçat a carrers més centrals del municipi. És el cas, per exemple, del carrer Nou, que fa uns anys era molt comercial però, en canvi, ara té bastants locals tancats, com es pot comprovar passejant-s'hi. Difícilment es pugui recuperar l'anterior fisonomia comercial en aquesta zona.

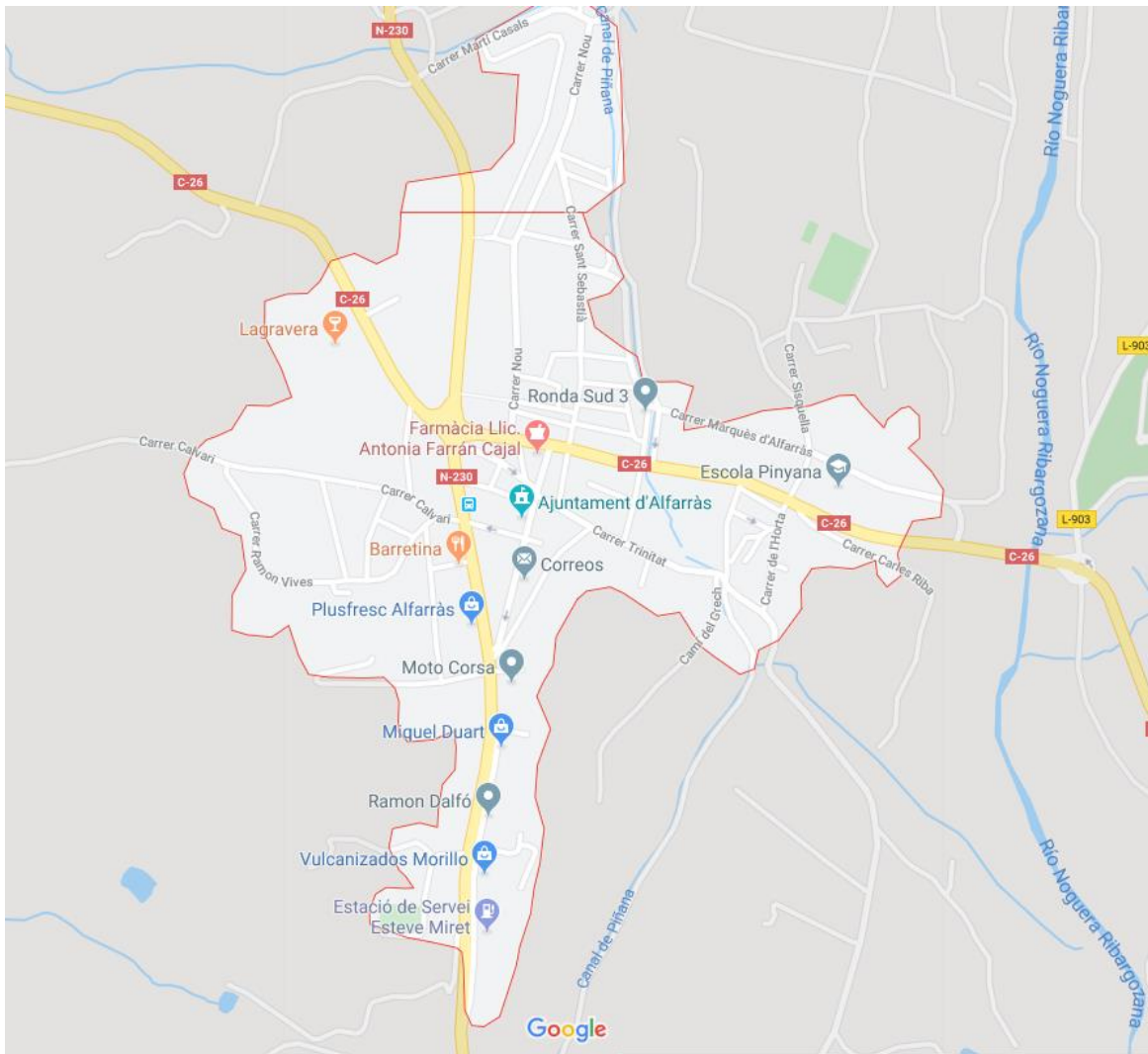
Tot i això, l'àrea amb més afluència de comerços, l'avinguda Catalunya i la plaça Lluís Companys, actualment tan sols presenten la xifra de 3 locals buits comparat amb els 23 que hi ha actius, per la qual cosa, exceptuant el carrer Nou, no hi ha una sensació evident de locals buits ja que en aquests carrers la majoria estan ocupats.

### *Identificació d'eixos comercials al municipi:*

Els principals eixos comercials al municipi s'articulen al voltant de:

- Avinguda de Catalunya
- Plaça de Lluís Companys
- Plaça de Sant Pere
- Carrer Trinitat





*Situació general d'Alfarràs on es pot apreciar la cruïlla de les carreteres dins de la localitat i que constitueixen les principals vies de comunicació cap a Catalunya (Lleida, Vall d'Aran, Balaguer i altres ) i cap a Aragó (Benavarri, Binèfar i altres).*

### 3. Associacionisme

Alfarràs compta amb l'Associació de Comerciants i Empresaris (ACIE), que l'any 2019 va celebrar els 15 anys de vida. Com passa en la majoria de localitats petites, l'associació agrupa tant comerços com empreses de diferent tipus, fet que aporta més valor a l'associació, com ho demostra el nombre d'autònoms i empleats que detallem més endavant.

L'evolució del nombre d'establiments associats és positiva ja que cada any creix en nombre d'afiliats. Aquesta xifra actualment està situada en els 96 associats (la majoria de la mateixa localitat, però podem dir que al voltant d'un 10% són de les localitats properes), i el total de comerços i serveis d'Alfarràs és d'uns 110

associats en termes aproximats. Per tant, les dades indiquen un alt percentatge d'associacionisme a l'ACIE.

| Any  | Nre. Associats |
|------|----------------|
| 2016 | 81             |
| 2017 | 83             |
| 2018 | 86             |
| 2019 | 96             |

*Evolució del nombre d'establiments associats*

L'ACIE compta amb 112 autònoms i 364 treballadors assalariats, la qual cosa fa un total de 476 treballadors vinculats a l'associació. Aquesta dada, que moltes associacions no tenen comptabilitzada, dona una idea del pes que l'associació té en l'economia i la dinamització del municipi, que compta amb 2.822 habitants.

L'associació realitza diferents activitats per dinamitzar el comerç de la localitat i que tenen un gran impacte. Podem destacar:

-*Benvinguda Primavera*: Promoció de la compra de proximitat. Es premia la compra de proximitat amb un sorteig de 100 Eurràs (moneda local). Es reparteixen els cartells i globus de colors per tal que el nucli comercial es mostri més colorit i atractiu tot aportant alegria i incentivant el consum.

- Creació de la pàgina web i l'app de l'Associació que es va presentar en el marc de la Fira del Préssec 2019

- La Festa de l'Associació, on es convida tots els socis i clients a assistir-hi.

- Estand de l'associació a la Fira del Préssec, l'esdeveniment amb més visitants de la població al llarg de l'any, on un gran nombre de comerços i empreses de la població i voltants exposen els seus productes, els promocionen i els venen.

- *V Caminada Solidària 201*: a benefici del Banc d'Aliments, Caritas Alfarràs amb el projecte d'Ajut als nostres Avis i de l'Escola Pinyana d'Alfarràs per a la compra d'una pissarra digital.

-*Black Friday*: Es promocionen les oportunitats i descomptes dels diferents establiments que participen i es realitza una campanya de publicitat en premsa escrita i ràdio per augmentar el nombre de clients, tant de la població com de poblacions veïnes.



-*Campanya de Nadal*: Difusió a la ràdio amb publicitat de les activitats que realitza l'Associació durant el mes i promocionant el comerç de proximitat en tot el radi d'abast de la població i voltants. Acció bústia a bústia distribuint cartes per tal de promocionar l'associació i els seus membres. Adquisició de detalls nadalencs decoratius que s'entreguen als associats.

-Pla d'actuació a les xarxes socials, el portal web i l'APP de l'Associació, promocionant els diferents comerços i publicant ofertes i promocions, amb l'objectiu d'augmentar el nombre de seguidors a les xarxes.

-Promoció de l'Eurràs, la moneda local, per tal que cada cop hi hagi més Eurràs en circulació i, per tant, més capital que circuli dins els comerços i empreses adherides a l'Associació.

L'associació, amb les seves accions tracta de mentalitzar la població que és important realitzar les compres al poble ja que això repercuteix en la riquesa local, serveis, creació d'ocupació, etc., la qual cosa fa que sigui més atractiva per a una família de viure-hi, i que augmenti la qualitat de vida.

Cal destacar també el fet que hi ha associats de poblacions pròximes, com es pot apreciar en el següent quadre, cosa que demostra que l'àrea d'influència de l'associació va més enllà del propi municipi i crea bones expectatives de

col·laboració entre les localitats veïnes que no compten amb associació de comerciants; o bé perquè aquestes es troben inactives.

Fruit de diverses reunions mantingudes per representants de PIMEComerç Lleida amb representants de l'ACIE, de l'Ajuntament d'Alfarràs i d'altres municipis veïns, hi ha la voluntat d'unir esforços de diferents localitats, connectades per la N-230 i per l'A14, per tal de millorar la dinamització comercial de la zona.

| Taula de distribució de comerços i serveis dels membres de l'Associació de Comerciants i Empresaris d'Alfarràs |           |          |          |             |          |           |
|--|-----------|----------|----------|-------------|----------|-----------|
| Tipus activitat  | Localitat |          |          |             |          |           |
|  | Alfarràs  | Almenar  | Lleida   | Ivars de N. | Algerri  | Total     |
| Alimentació  | 6         | 1        | 1        | 1           |          | 9         |
| Salut i Bellesa  | 14        | 2        |          |             | 1        | 17        |
| Publicitat i Tecnologia  | 3         |          |          |             |          | 3         |
| Hosteleria   | 6         | 1        |          |             |          | 7         |
| Construcció i Serveis  | 15        |          |          |             |          | 15        |
| Assessoria   | 7         |          |          |             |          | 7         |
| Moda, Decoració i Llar   | 9         |          |          |             |          | 9         |
| Educació   | 3         |          |          |             |          | 3         |
| Agrària  | 4         |          |          |             |          | 4         |
| Tallers i Automoció  | 5         |          |          |             |          | 5         |
| Altres   | 9         | 1        |          |             |          | 10        |
| <b>Totals</b>  | <b>81</b> | <b>5</b> | <b>1</b> | <b>1</b>    | <b>1</b> | <b>89</b> |

*Hi ha empreses/comerços que encara estan en procés d'inclusió en aquesta classificació*

#### 4. Percepció del comerç del municipi

La localitat d'Alfarràs ha passat de ser un municipi on la font principal del sector econòmic era el sector primari, a un municipi on és predominant el sector terciari. La seva situació geogràfica privilegiada, pel fet d'estar situat en un encreuament de les carreteres que connecten Lleida amb Aragó i Balaguer, proporciona oportunitats de negoci i fa que sigui una àrea d'influència en les localitats del voltant, tant de Catalunya com d'Aragó.

És per això que es produeix l'obertura de nous comerços i els actuals es mantenen. La xifra d'establiments que es tanquen és molt reduïda i, en el cas dels comerços de tota la vida, és per un motiu de caràcter natural (defunció, jubilació, no descendència, etc.).

Per tant, la percepció del comerç per part dels usuaris és molt positiva, ja que ofereix tota classe de serveis, fet que afavoreix la compra quotidiana al mateix poble sense necessitat de desplaçaments.

Tant a l'associació de comerciants i empresaris, com al propi Ajuntament d'Alfarràs, igual que en altres municipis de l'àrea propera a Lleida capital, hi ha preocupació pels plans d'implantació de grans superfícies comercials a la ciutat de Lleida, fet que sens dubte afectaria en gran mesura el comerç de proximitat d'aquesta i d'altres localitats.

## **5. Elements a destacar:**

Rotació comercial dels establiments: Com ja hem comentat anteriorment, pel que fa als comerços tradicionals del poble la rotació és molt baixa. Generalment els comerços que hi ha establerts al poble fa molts anys que estan oberts i es mantenen, per la qual cosa podríem dir que la rotació està més present en establiments nous, ja que de vegades el concepte de botiga o empresa de nova implantació no té l'èxit esperat i es veuen obligats a tancar.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: En aquest cas, el municipi d'Alfarràs no disposa de cap centre comercial en el seu entorn. Aquest fet afavoreix que els habitants es quedin a comprar al poble. Sí que disposa dels supermercats Plusfresc i Dia.

Presència de mercats municipals: Des de fa molts anys, Alfarràs disposa d'un mercat setmanal, no municipal, que s'organitza els divendres. Aquest mercat afavoreix la resta del comerç del poble ja que, a més de la població local que aprofita aquest dia per sortir a comprar al mercat setmanal, també hi van persones de municipis veïns que donen vida al comerç local.

## 6. Política de dinamització comercial del municipi

L'Ajuntament d'Alfarràs està molt conscienciat de la importància que té el comerç de proximitat per dinamitzar l'economia local i facilitar la vida dels seus habitants de manera que puguin comprar al poble sense necessitat de desplaçaments. L'oferta de comerços i serveis també facilita que els joves es quedin a viure a la localitat. És per això que l'Ajuntament treballa per fomentar-ho creant sinergies amb l'associació i donant-li suport en tot moment. Fruit d'aquesta col·laboració i de la relació que PIMEComerç ha mantingut durant anys, d'una banda, amb l'associació de comerciants i empresaris -també donant-li suport en les seves iniciatives- i, de l'altra, amb l'Ajuntament, és el conveni que s'ha signat entre les tres parts per impulsar el comerç a Alfarràs i la seva zona d'influència, i, de retruc, l'associació de comerciants i empresaris. A més, per part de l'Ajuntament, recentment s'ha creat una plaça de tècnic de promoció econòmica a través del Pla de Garantia Juvenil que, entre altres tasques, dona suport a l'associació de comerciants i empresaris.

Cal destacar que des de fa més de 25 anys, a Alfarràs s'organitza la Fira del Préssec de Pinyana per promoure el comerç i les empreses locals. És una trobada de referència per a molts professionals del sector, a banda també d'entitats del comerç i la restauració, on es poden gaudir de degustacions i demostracions amb préssec de Pinyana. Per exemple, s'hi explica el procés d'elaboració del préssec en conserva. També s'organitzen tallers per a nens i exhibicions d'oficis tradicionals. D'altra banda, a diversos restaurants d'Alfarràs es poden tastar les especialitats cuinades amb el préssec de Pinyana.

A Alfarràs també s'organitza la Mostra Gastronòmica Truita de Riu d'Alfarràs, amb activitats com solta i repoblació de truites de riu al riu Noguera Ribagorçana; l'Open de Pesca de Primavera, tallers i degustacions amb truita de riu d'Alfarràs i rutes culturals i turístiques d'Alfarràs.

## 7. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?

Podríem dir que els paràmetres que es repeteixen amb més freqüència són:

- Falta relleu generacional
- Lloguers alts en les zones principals
- Caiguda de les vendes



No obstant això, aquest no és necessàriament el cas d'Alfarràs i l'ordre no té per què ser aquest. El primer motiu sol ser la caiguda o falta de vendes, ja que si les vendes funcionen bé, el preu elevat del lloguer no és tan decisiu. Un altre motiu és que les generacions més joves aposten per altres models de treball com a mitjà de guanyar-se la vida, més compatibles amb la conciliació de la vida familiar perquè ja sabem que el comerç de proximitat tradicional és molt poc compatible amb aquesta conciliació.

## **8. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Els comerciants d'Alfarràs perceben la situació com a bona, tenint en compte el context actual. És un poble molt comercial on van a comprar persones de localitats veïnes i això crea activitat comercial afegida. Consideren que, ja que cada vegada hi ha més conscienciació de la importància de potenciar el comerç de proximitat, caldria realitzar campanyes per promocionar aquest tipus de sector a nivell local, fer campanyes personalitzades per conscienciar més els habitants del municipi.

Per altra banda, tenint en compte la sensibilització que hi ha a l'Ajuntament pel comerç de proximitat a la localitat i l'estreta col·laboració que mantenen el Consistori i l'Associació de Comerciants i Empresaris per millorar la situació actual, a Alfarràs també caldria formació per dur a terme la transformació digital del comerç, tot i que l'Associació, amb el suport de l'Ajuntament, porta temps treballant aquest tema, i també caldria treballar per millorar l'experiència de compra. Aquests dos aspectes són clau per poder competir amb èxit en un moment en què la compra per internet és una realitat cada vegada més estesa i en què guanya terreny l'experiència de compra per part del consumidor.

## ➤ MUNICIPI DE CERVERA

### 1. Context

Cervera és una ciutat del centre-oest de Catalunya, capital de la comarca de la Segarra i cap del partit judicial de Cervera. El municipi de Cervera, de 55,19 km<sup>2</sup>, es troba dins la Depressió Central al sector meridional de la comarca de la Segarra. La població censada és de 9.180 habitants (2019)

El terme de Cervera limita al nord amb Torrefeta i Florejacs i Tarroja de Segarra, pel nord-est amb Sant Ramon, per l'est amb les Oluges i Estaràs, al sud-est amb l'extens municipi de Ribera d'Ondara, al sud amb Montoliu de Segarra i Granyena de Segarra i per l'oest, amb Granyanella i els Plans de Sió.

El riu d'Ondara solca el municipi en direcció SE-W i rep per l'esquerra les aigües del Torrent Salat i per la dreta hi vessa la riera de Monells.

El riu Sió passa pel nord del municipi de Cervera en direcció SE-NW i es perd en terres del terme de Tarroja de Segarra després de deixar a l'esquerra el poble de la Prenyanosa.



La principal via de comunicació per accedir a Cervera és l'Autovia A-2 de Barcelona a Madrid. La N-II travessava la ciutat mitjançant un túnel que passa per sota el nucli antic foradant el tossal per sota les muralles.

També és important l'eix transversal (C-25) que comunica Cervera amb Girona. Es pot arribar també a Cervera mitjançant la línia de ferrocarril R12 que uneix Lleida

amb Barcelona passant per Manresa. Aquesta línia va ser inaugurada el dia 30 d'abril de 1860. No menys importants són les carreteres locals pel que fa a la comunicació comarcal. Des del sector N de la ciutat surten la carretera de Cervera a Guissona per Tarroja de Segarra i a Solsona, i la carretera que la uneix amb Agramunt. Al sector S hi ha la carretera que va cap a terres de la Conca de Barberà, en direcció Rocafort de Queralt. Des d'aquesta carretera es pot accedir a diversos nuclis, com Granyanella, Granyena de Segarra, Gramuntell i Montoliu.



*Situació general amb les principals vies de comunicació cap a Lleida-Barcelona, Andorra i Tarragona*

Temps aproximats des de Cervera a:

- Mollerussa: 30 min.
- Lleida: 45 min.
- Igualada: 20 min.
- Barcelona: 1 h.
- Reus: 65 min.

-Andorra: 1h. 40 min

La ciutat es caracteritza per la riquesa del seu patrimoni cultural i monumental. Un total d'onze monuments del municipi estan catalogats com a Bé Cultural d'Interès Nacional (BCIN) per la Generalitat de Catalunya: el castell (segle XI), l'església de Sant Pere el Gros (segle XI), el recinte emmurallat (segle XVI), la parròquia de Santa Maria (segles XIV-XV), l'edifici de la Paeria (segles XVII-XVIII), la Universitat (segle XVIII), el nucli històric, el Sindicat (segle XX) i els castells dels nuclis agregats Castellnou d'Oluges, la Prenyanosa i Malgrat.

L'economia ha estat tradicionalment vinculada a l'agricultura, principalment conreus de secà, cereals, oliveres, vinyes i ametllers, però els últims anys s'ha anat transformant cap al sector industrial, del comerç i dels serveis. L'any 2012 l'agricultura a la comarca tenia una distribució del VAB del 5.4% en agricultura, el 54.7% en indústria, el 4.2% en construcció i un 35.7% en serveis.

La ramaderia ha estat una activitat complementària de les activitats agrícoles i es dedica sobretot a la cria d'aviram i al sector porcí.

La indústria de Cervera va patir un període d'industrialització al llarg de la dècada del 1960, tot i que aquest procés fou fortament afectat per la fallida d'algunes empreses, principalment del sector del moble, com a conseqüència de la crisi del 1970. La dècada del 1980 va suposar una nova empenta per a la ciutat amb l'arribada d'empreses foranes. Els diferents sectors també han patit fortament els efectes de la crisi de l'any 2010.

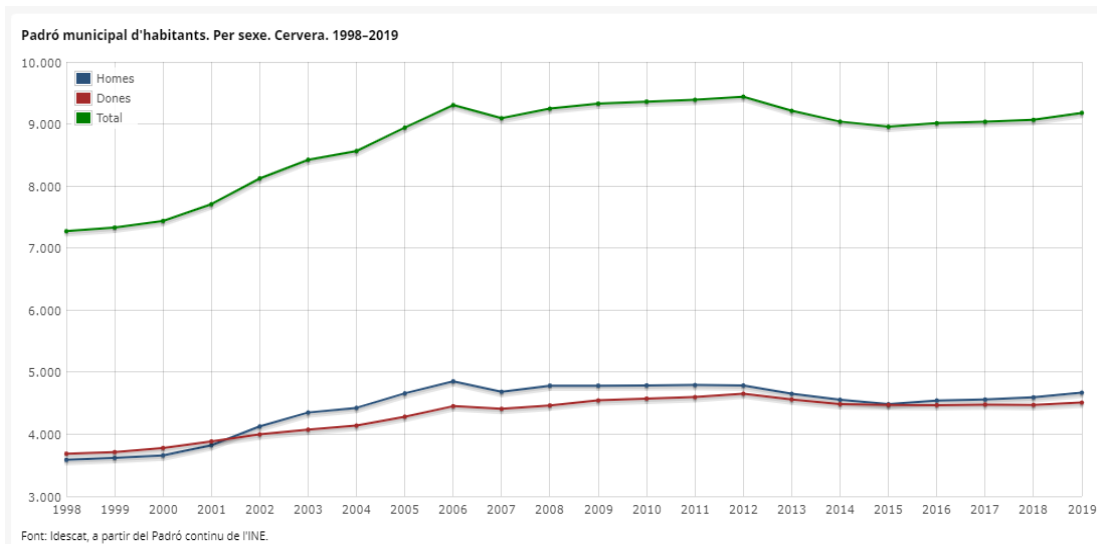
La diversificació sectorial ha esdevingut la principal característica de la indústria cerverina. El ram tèxtil és una activitat que tradicionalment havia estat en part vinculada amb les empreses igualadines del sector i en l'actualitat està dedicada a fabricar complements de roba. El sector agroalimentari, relacionat amb les activitats tradicionals del municipi, és també força representatiu. D'altres sectors destacats són el metal·lúrgic (construcció d'estructures metàl·liques) i el de fabricació de material elèctric per a l'automoció. Respecte al del moble, avui en dia continua havent-hi una potent indústria representada per l'empresa Mobel Linea. Gran part d'aquestes indústries es localitzen al polígon Cervera Industrial, que es troba a ponent de la ciutat, entre la via de ferrocarril i la carretera N-II.

Quant a l'ensenyament, Cervera té una tradició educativa encara present a la ciutat; a més dels diversos estudis fins al batxillerat i els cicles formatius, compta amb un centre associat de la Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED).

Cervera és una ciutat carregada d'història i, com a tal, conté nombrosos edificis i monuments d'interès. Tot i així, la ciutat, que disposa d'establiments d'allotjament, no és un centre turístic pròpiament dit, si bé des de diverses institucions s'ha anat potenciant el seu atractiu.

Població (2019): 9.180

Superfície (km<sup>2</sup>): 55,19



### Evolució renda a Cervera (Lleida)

| Data | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc nacional | Lloc CA | Població |
|------|-------------|------------------|---------------|---------|----------|
| 2017 | 29.443€     | 23.334           | 198           | 107     | 9.066    |
| 2016 | 25.902€     | 21.293           | 429           | 218     | 9.037    |
| 2015 | 24.860€     | 20.320           | 492           | 236     | 9.013    |
| 2014 | 23.746€     | 19.216           | 572           | 265     | 8.956    |
| 2013 | 23.200€     | 19.088           | 631           | 291     | 9.039    |

## Rànquing municipal més renda bruta 2017 a Lleida (Catalunya) Total

| Nº | Municipi           | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
|----|--------------------|-------------|------------------|---------------|---------|----------|
| 1  | Alpicat            | 33.296€     | 26.151           | 82            | 42      | 6.230    |
| 2  | Cervera            | 29.443€     | 23.334           | 198           | 107     | 9.066    |
| 3  | Torrefarrera       | 28.162€     | 22.803           | 290           | 161     | 4.630    |
| 4  | Benavent de Segrià | 27.811€     | 22.443           | 310           | 171     | 1.468    |
| 5  | Naut Aran          | 27.188€     | 21.787           | 367           | 194     | 1.790    |

## Rànquing municipal menys renda bruta 2017 a Lleida (Catalunya) Total

| Nº | Municipi            | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
|----|---------------------|-------------|------------------|---------------|---------|----------|
| 1  | Aitona              | 16.982€     | 14.833€          | 2.207         | 457     | 2.545    |
| 2  | Torres de Segre     | 17.530€     | 15.126€          | 2.078         | 456     | 2.307    |
| 3  | Seròs               | 19.159€     | 16.528€          | 1.683         | 450     | 1.889    |
| 4  | Arbeca              | 19.427€     | 16.650€          | 1.628         | 447     | 2.162    |
| 5  | Isona i Conca Dellà | 19.892€     | 17.131€          | 1.537         | 444     | 1.028    |

## 2. Observació comercial

Anys enrere l'eix comercial de la ciutat era el carrer Major, però en l'actualitat aquest carrer és la zona més degradada a nivell comercial, amb una elevada presència de locals comercials buits.

De la plaça Santa Anna fins a l'encreuament del carrer Guinedilda–antic carrer General Güell- amb l'avinguda Catalunya és una zona de vianants que inclou el carrer Santa Anna, la plaça Sant Miquel, el carrer Combat, la plaça Universitat i el carrer Guinedilda. Constitueix l'eix comercial principal de la ciutat però hi existeix una cert trencament comercial degut a la presència de locals comercials buits, de manera que no hi ha una continuïtat. No obstant això, i que existeix sensació de presència de locals buits, aquests quasi sempre són els mateixos

locals. Com tots els municipis, hi està havent tancaments de locals però al mateix espai en poc temps s'obre un altre establiment comercial.

### *Identificació d'eixos comercials al municipi.*

La zona comercial principal, que és, a més, una zona de vianants, està formada pels carrers:

- Avinguda Catalunya
- Carrer Combat
- Carrer Guinedilda
- Plaça Universitat
- Plaça Sant Miquel
- Carrer Santa Anna-Plaça Santa Anna.

Com hem dit anteriorment, l'eix comercial principal havia estat el carrer Major, que comença a la plaça Major, on es troba l'Ajuntament de Cervera, i acaba a la citada plaça Santa Anna, però des de fa anys ha anat perdent importància com a eix comercial a favor de la zona de vianants esmentada.

### **3. Associacionisme**

Cervera compta amb l'Associació de Comerciants Endavant. Aquesta associació va començar la seva activitat el 1990. Compta amb uns 95 socis. Durant l'any realitza diverses activitats per dinamitzar el comerç de proximitat de Cervera, com són: Carnestoltes, Nit del Comerç, Botigues al carrer, Dimarts Aquelarre, Desfilada, Campanya Nadal, i altres. El nombre d'associats s'ha mantingut més o menys estable durant els últims anys.

### **4. Percepció del comerç del municipi**

Com succeeix en altres municipis, hi ha una tendència a mantenir-se amb una certa estabilitat, però amb menys obertures al centre de les que serien desitjables i que indicarien l'existència d'un comerç dinàmic.

La percepció dels comerciants és que els temps han canviat molt, juntament amb els hàbits de compra dels clients, la temporalitat, l'estacionalitat i les noves tecnologies (Internet).

Aquesta percepció no difereix massa de la d'altres centres comercials de municipis similars a Cervera, però és evident que el relleu generacional, la política de traspassos de negocis i d'emprenedoria no acaba de funcionar com seria desitjable.

## 5. Elements a destacar

Rotació comercial dels establiments: A la zona comercial principal hi ha poca rotació d'establiments.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: Cervera no disposa de centres comercials ni dins ni fora de la TUC. Es podria considerar el centre històric com a centre comercial a cel obert.

Anàlisi de dades comercials: En el cas de Cervera disposem de més informació que en els altres municipis analitzats ja que tenim les dades que ens ha facilitat la Cambra de Comerç de Lleida, relatius a l'any 2017. Aquestes dades donen una superfície de venda, en m<sup>2</sup>, de 23.523 i una superfície per habitant de 2,60. Si ho comparem amb les dades de l'històric CECC, trobem una diferència de 3.291 m<sup>2</sup> que pot ser deguda a diferències de criteri a l'hora d'analitzar la informació.

| Població 2017 | Població 2018 | Est_16 | Est_17 | Est_18 | SV_16  | SV_17  | SV_18  | Dens_com_16 | Dens_com_17 | Dens_com_17 (m <sup>2</sup> / 1.000 hab.) | Superfície mitjana_17 | Dens_com_18 |
|---------------|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|-------------|---|-----------------------|-------------|
| 9.037         | 9.066         | 143    | 141    | 138    | 18.991 | 20.232 | 20.453 | 15,87       | 15,60       | 2.239                                     | 143,5                 | 15,22       |

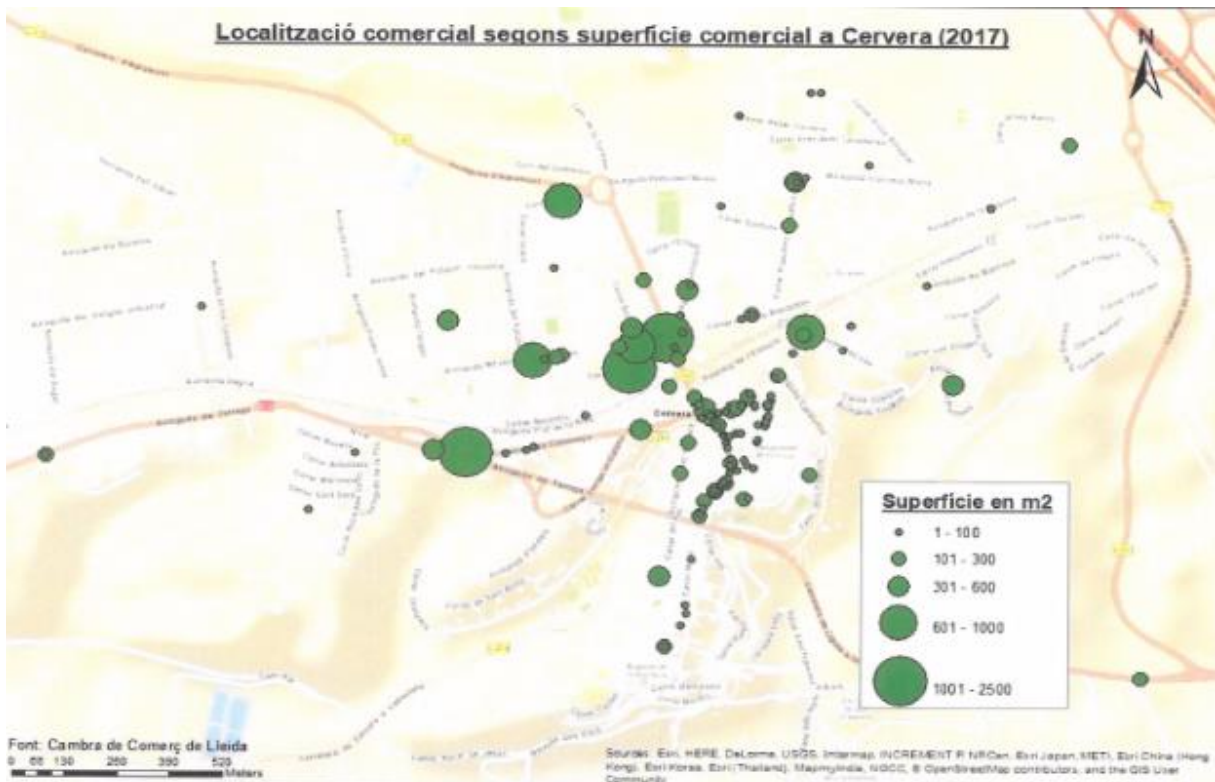


| Cervera                            | Superfície en m2 | Sup/hab           |
|------------------------------------|------------------|-------------------|
| Altres                             | 938              | 0,10379551        |
| Automoció i carburants             | 2669             | 0,29534137        |
| Comerç mixt                        | 2163             | 0,23934934        |
| Equipament llar                    | 5539             | 0,61292464        |
| Equipament persona                 | 1734             | 0,19187784        |
| Lleure i cultura                   | 1046             | 0,11574638        |
| Quotidià alimentari (exc. vending) | 8633             | 0,9552949         |
| Quotidià no alimentari             | 801              | 0,08863561        |
| Vending                            | 0                | 0                 |
| <b>Total</b>                       | <b>23523</b>     | <b>2,60296559</b> |

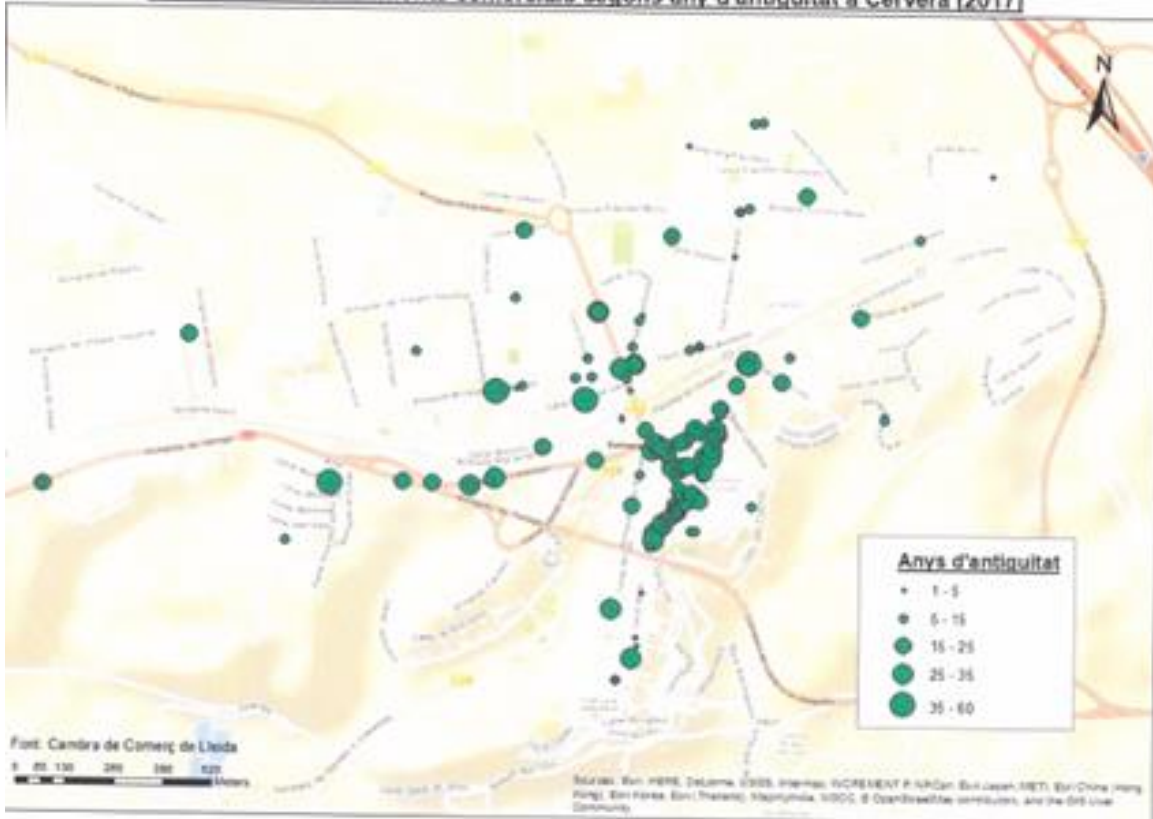
### DISTRIBUCIÓ EN M<sup>2</sup>



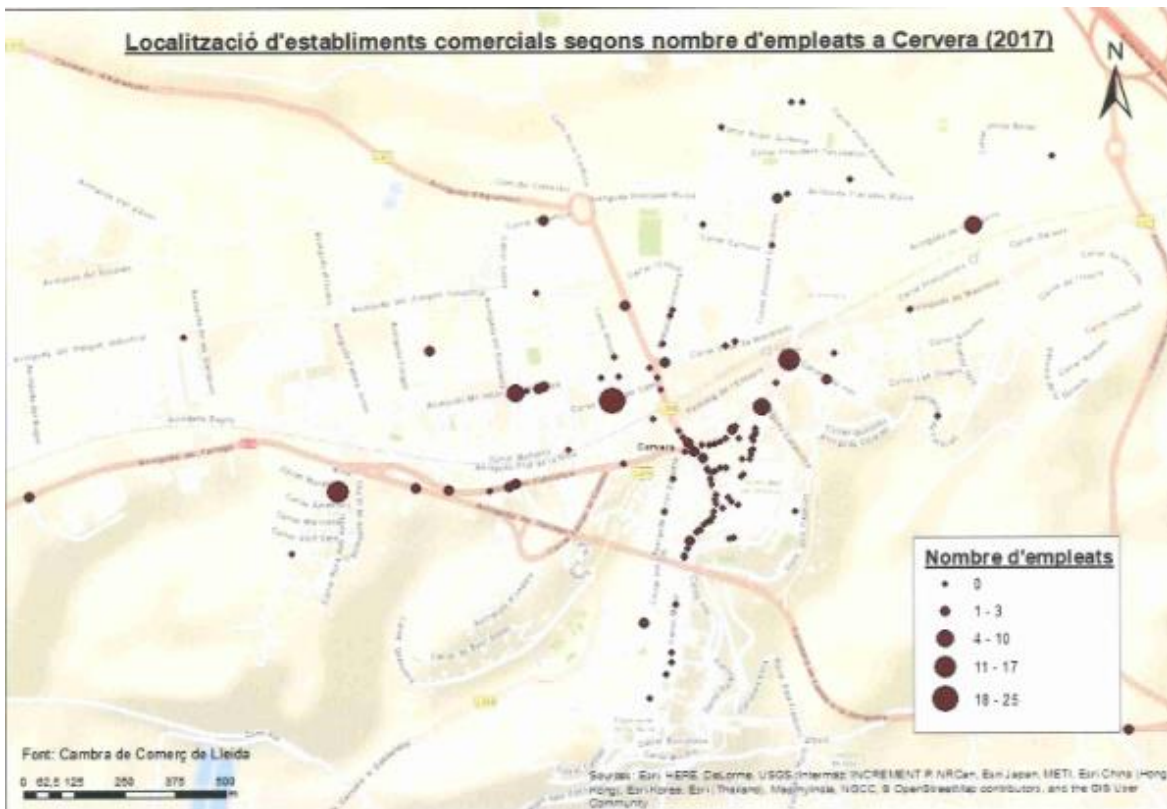
Localització comercial segons superfície comercial a Cervera (2017)

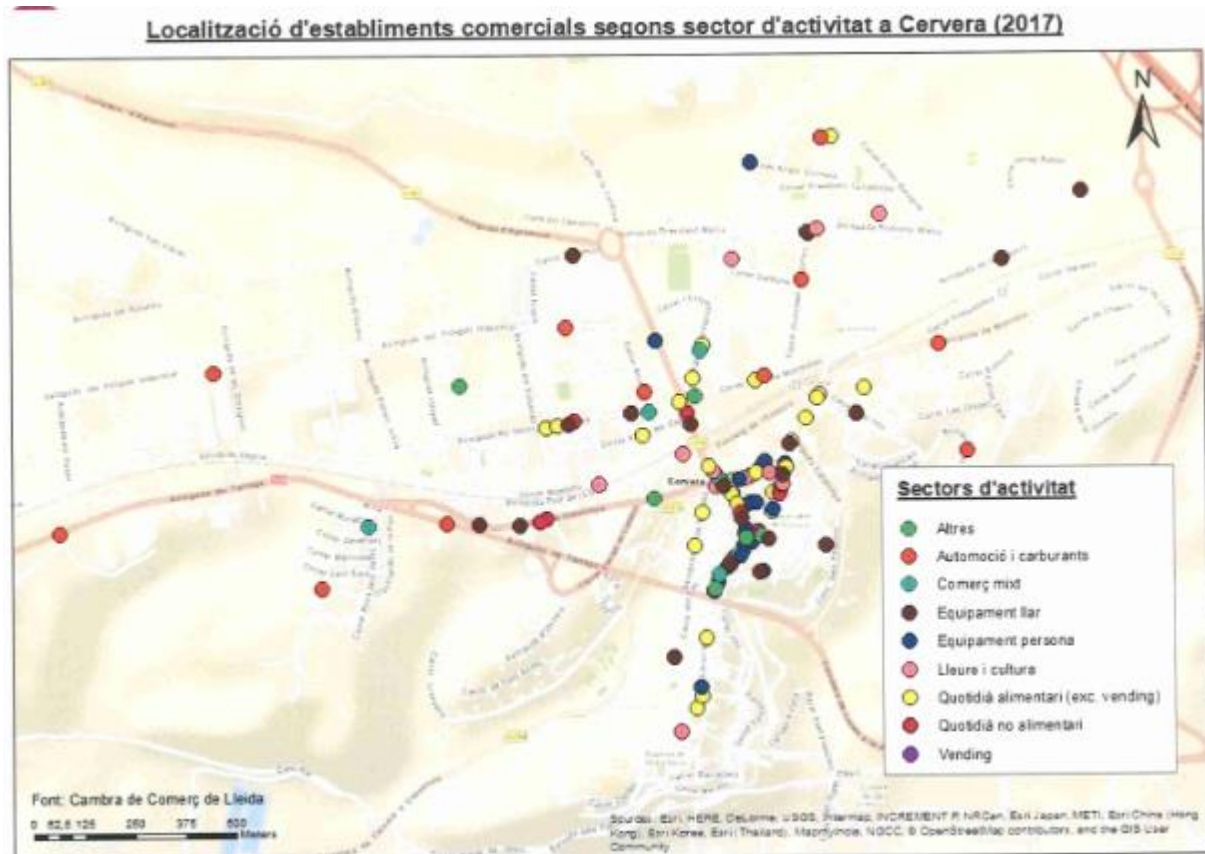


Localització d'establiments comercials segons any d'antiquitat a Cervera (2017)



Localització d'establiments comercials segons nombre d'empleats a Cervera (2017)





Presència de mercats municipals: Cervera no disposa de mercat municipal. Sí que hi ha un mercat setmanal -els divendres al matí- que s'ubica al centre històric de la ciutat i que fa que sigui el dia de la setmana -juntament amb el dissabte- de més activitat comercial a la ciutat.

## 6. Política de dinamització comercial del municipi

L'Ajuntament és molt conscient de la importància que té el comerç de proximitat a la ciutat i per això col·labora amb l'associació de comerciants Endavant atorgant-li subvencions econòmiques per a realitzar campanyes i accions de dinamització comercial, formació, enllumenat de Nadal, etc.

## 7. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?

Podríem dir que els paràmetres que es repeteixen amb més freqüència són els ja esmentats de:

- No hi ha relleu generacional
- Lloguers alts en les zones principals
- Caiguda de les vendes

No obstant això, l'ordre no té per què ser aquest. El primer motiu sol ser la caiguda o falta de vendes, ja que si les vendes funcionen bé, el preu elevat del lloguer no és tan decisiu. Un altre motiu és que les generacions més joves aposten per altres models de treball com a mitjà de guanyar-se la vida, més compatibles amb la conciliació de la vida familiar perquè ja sabem que el comerç de proximitat tradicional casa poc amb aquesta conciliació.

## **8. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Convé tenir en compte la profunda transformació que està patint el comerç tradicional, principalment a causa de la venda per internet, però també pels canvis en els hàbits dels clients, que valoren altres factors, en molts casos nous per al comerç tradicional, com l'experiència de compra o la compra de productes de Km 0. Tots aquests factors obliguen a realitzar un important esforç per adaptar-se als nous temps, esforç que, sovint, no estan disposats a fer molts comerciants per diferents motius com la falta d'expectatives, de relleu generacional i d'altres que convindria analitzar. La frase "adaptar-se o morir" defineix molt bé la situació actual.

Les possibles solucions passen pel treball coordinat -aquest factor és imprescindible per a l'èxit- dels diferents nivells de l'Administració, municipal, comarcal i autonòmica, amb les associacions de comerciants, establint objectius concrets a curt i mitjà termini, realitzant una diagnosi específica de cada localitat, analitzant els punts forts i febles, potenciant els valors d'experiència de compra, en el punt de venda i en l'entorn, com serien la restauració, la cultura i altres. D'altra banda, no es pot oblidar, i l'experiència així ho demostra, que és imprescindible, també, potenciar l'associacionisme comercial i la professionalització de les associacions de comerciants si es volen dur a terme iniciatives que evitin la desertització comercial als municipis.

## ➤ MUNICIPI DE TÀRREGA

### 1. Context

Tàrrega és un municipi de la província de Lleida capital de la comarca de l'Urgell, amb una població de 17.098 habitants (2019) i una extensió de 88 km<sup>2</sup>. És la segona ciutat en termes d'extensió a la província de Lleida. Està situada just al començament d'una petita serra prop del riu Ondara, on destaca el tossal de Sant Eloi, amb 420 metres, on hi ha un parc de prop de 20 d'hectàrees i una església romànica del segle XIII.

Limita al nord amb Puigverd d'Agramunt i Ossó de Sió, a l'est amb els Plans de Sió, al sud-est amb Granyanella i Granyena de Segarra, al sud amb Verdú, a l'oest amb Vilagrassa, Anglesola i Barbens, i al nord-oest amb Tornabous.

És un centre comercial i de serveis destacat de l'àrea oriental de les Terres de Ponent. Fa de llaç d'unió entre els altiplans de la Segarra i l'Urgell i comprèn els pobles d'Altet, Claravalls, la Figuerosa, el Talladell, Riudovelles i Santa Maria de Mont Magastrell. El municipi presenta una climatologia mediterrània continental, amb una temperatura mitjana de 13.9° (hivern 4,6° i estiu 30°) i una pluviometria de 451 mm de precipitació anual. L'altitud se situa als 373 metres.

La localitat ha esdevingut un important centre de comunicacions en ser lloc de confluència de dues importants vies de comunicació: l'autovia A-2 de Barcelona -Lleida-Madrid i la carretera C-14 Tarragona-Montblanc-Andorra. Altres connexions importants són la comarcal C-53 que uneix Tàrrega des de Vilagrassa amb Balaguer, l'Eix Transversal de Lleida a Girona que coincideix amb



l'A-2 al seu pas per Tàrraga i la carretera L-310, que comunica Tàrraga amb Guissona i Ponts.



Temps aproximats des de Tàrraga a:

- Mollerussa: 20 min.
- Lleida: 35 min.
- Igualada: 30 min.
- Barcelona: 1 h. 10 min.
- Reus: 55 min.
- Andorra: 1h. 50 min.

Gran part del municipi està ocupat per camps de cultiu, tant de secà com de regadiu, amb clapes de carrasca i estepes mediterrànies, cosa que li confereix un mosaic d'hàbitats variat però en general pobre en espècies. També destaquen diversos ecosistemes humits.

La ubicació geogràfica de la ciutat amb les vies de comunicació que hi conflueixen han possibilitat que Tàrraga sigui un dels nuclis comercials de referència de la plana de Lleida.

Tàrraga ha estat des de fa temps una ciutat industrial per excel·lència. Sectors de fabricació i de serveis es van establir a la ciutat durant els segles passats. En l'actualitat les fàbriques s'han anat desplaçant cap a la perifèria, la qual cosa ha permès reconvertir de forma gradual els antics barris industrials en noves zones residencials i de servei.

Tàrraga disposa d'una equilibrada estructura productiva amb una sòlida base industrial i de servei on predomina la petita i mitjana empresa d'iniciativa local. En el sector industrial destaquen les indústries metal·lúrgiques i agroalimentàries. El sector metal·lúrgic sobresurt en empreses dedicades a la fabricació de cisternes per a reg, transports de líquids i neteja viària. En el sector agroalimentari cal destacar les empreses que elaboren olis comestibles, productes confitats i les que exporten productes frescos. Altres indústries destacades són del sector tèxtil, la construcció, els productes químics i les motllures. En el sector serveis Tàrraga destaca per les seves activitats logístiques, editorials i informàtiques, sent aquest sector la principal activitat econòmica de la ciutat, on predominen les petites i mitjanes empreses, sobretot del comerç, especialment el majorista i el de la distribució.

Algunes empreses conegudes a escala internacional tenen la seva seu a la ciutat, com Olis Borges Pont SA o Ros Roca. La ubicació geogràfica de la ciutat amb les vies de comunicació que hi conflueixen han possibilitat que Tàrraga sigui un dels nuclis comercials de referència de la plana de Lleida.

També compta amb una àmplia oferta educativa (amb centres especialitzats com l'Escola de Sobreestants, l'Escola d'Arts i Superior de Disseny Ondara, i l'Escola de Capacitació Agrària), sanitària (el CAP II i un futur hospital lleuger), cultural (Museu Comarcal de l'Urgell, Museu de la Mecanització Agrària Cal Trepat, Arxiu Comarcal de l'Urgell, Biblioteca Central Comarcal, Teatre Ateneu, espais d'art), administrativa (bancària, de gestió i oficial) i esportiva (equipaments per a la pràctica de l'esport federat i de lleure). Per la seva banda, el sector agrícola, de secà, està obert a noves expectatives a causa de la construcció del Canal Segarra-Garrigues.

En l'activitat cultural de la ciutat destaca sobretot la Fira de Teatre al Carrer – Fira Tàrrega, certamen d'arts escèniques que esdevé, cada mes de setembre, el màxim altaveu de projecció de la localitat en l'àmbit nacional i internacional. Una menció a part mereix el dinamisme del centenar d'entitats ciutadanes que programen més de 150 activitats anualment i que converteixen Tàrrega en un dels punts de referència destacats de les terres de Ponent.

Al tombant del segle XX Tàrrega comptava amb poc menys de 5.000 habitants, que s'incrementaren en un miler fins poc abans de l'esclat de la Guerra Civil. Malgrat les diferències a nivell de demografia, Tàrrega era el segon municipi de la província pel que fa a població i, salvant les distàncies, el panorama general que es respirava al voltant de 1900 no diferia especialment del de Lleida. Un punt d'inflexió interessant es podria localitzar l'any 1884, quan Tàrrega rebé el títol de ciutat. La concessió d'aquesta denominació esperonà la transformació urbana, i va obrir les portes a la modernitat i la modernització d'infraestructures i organitzacions, tot propiciant un creixement i una millora de la ciutat a tots els nivells, inclòs el sorgiment d'un cert orgull local, sobretot en referència al desenvolupament de la vida cultural.

Població (2019): 17.098

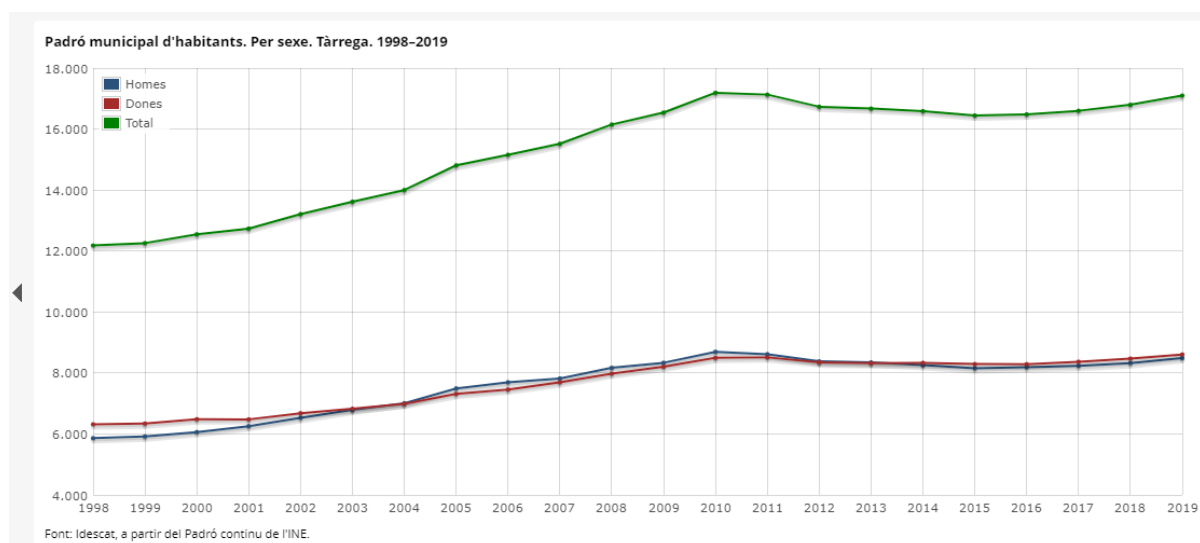
Superfície (km<sup>2</sup>): 88,36

Densitat (hab./km<sup>2</sup>): 188,63

#### *Evolució de la Renda al municipi de Tàrrega*

| <b>Data</b> | <b>Renta Bruta</b> | <b>Renta Disponible</b> | <b>Lloc nacional</b> | <b>Lloc CCAA</b> | <b>Població</b> |
|-------------|--------------------|-------------------------|----------------------|------------------|-----------------|
| 2017        | 24.624€            | 20.432                  | 705                  | 339              | 16.795          |
| 2016        | 23.769€            | 19.830                  | 732                  | 336              | 16.599          |
| 2015        | 23.499€            | 19.617                  | 675                  | 314              | 16.481          |
| 2014        | 22.717€            | 18.799                  | 732                  | 330              | 16.444          |
| 2013        | 23.067€            | 19.107                  | 652                  | 303              | 16.587          |





Com es pot apreciar en el gràfic, Tàrrrega ha experimentat un creixement de població durant quatre anys consecutius.

*Rànquing municipal més/menys renda bruta 2017 a Lleida (Catalunya) Total*

| Nº | Municipi           | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
|----|--------------------|-------------|------------------|---------------|---------|----------|
| 1  | Alpicat            | 33.296€     | 26.151           | 82            | 42      | 6.230    |
| 2  | Cervera            | 29.443€     | 23.334           | 198           | 107     | 9.066    |
| 3  | Torrefarrera       | 28.162€     | 22.803           | 290           | 161     | 4.630    |
| 4  | Benavent de Segrià | 27.811€     | 22.443           | 310           | 171     | 1.468    |
| 5  | Naut Aran          | 27.188€     | 21.787           | 367           | 194     | 1.790    |
| Nº | Municipi           | Renda Bruta | Renda Disponible | Lloc Nacional | Lloc CA | Població |
| 1  | Aitona             | 16.982€     | 14.833           | 2.207         | 457     | 2.545    |
| 2  | Torres de Segre    | 17.530€     | 15.126           | 2.078         | 456     | 2.307    |
| 3  | Seròs              | 19.159€     | 16.528           | 1.683         | 450     | 1.889    |
| 4  | Arbeca             | 19.427€     | 16.650           | 1.628         | 447     | 2.162    |

|   |                           |         |        |       |     |       |
|---|---------------------------|---------|--------|-------|-----|-------|
| 5 | Isona i<br>Conca<br>Dellà | 19.892€ | 17.131 | 1.537 | 444 | 1.028 |
|---|---------------------------|---------|--------|-------|-----|-------|

## 2. Observació comercial

S'observa una tendència a mantenir-se amb una certa estabilitat, però amb menys obertures al centre de les que serien desitjables per mantenir un comerç dinàmic.

La percepció dels comerciants és que els temps han canviat molt, juntament amb els hàbits de compra dels clients, la temporalitat i estacionalitat i les noves tecnologies (Internet). Amb tot, aquesta mateixa actitud també fa que en general hi hagi poca proactivitat per part de molts comerciants per adaptar-se als nous temps. Els comerciants de Tàrraga perceben que el comerç de proximitat està viu però costa un gran esforç mantenir-lo.

Aquesta percepció no difereix massa de la d'altres centres comercials de municipis similars a Tàrraga, però és evident que el relleu generacional o la política de traspassos de negocis no acaba de funcionar com seria desitjable. Altres noves iniciatives es decanten per obertures en altres carrers més perifèrics, bé perquè troben millors preus de lloguer o compra, més facilitat d'accés o millor dimensionament dels locals.

Actualment al centre de Tàrraga, entenent com a centre els principals carrers tradicionalment coneguts com a "comercials", hi ha algunes zones que evidencien una desertització comercial notable. És el cas de la Plaça Major, recentment remodelada, però que disposa d'un total de 12 establiments, 7 d'ells oberts i 5 de tancats, pràcticament el 50%. Altres carrers com Santa Anna, tradicionalment sense espai comercial disponible, ha acusat en poc temps el tancament d'establiments, la majoria per jubilació, sense relleu generacional, i amb traspassos que no han aconseguit arribar a bona fi, per la qual cosa han acabat tancant.

El carrer d'Agoders té també un elevat nivell d'apreciació de locals tancats, tendència creixent des de la seva vianalització fa aproximadament uns 20 anys. En el seu entorn, el carrer del Carme, igual que el carrer de Santa Anna, no

acostumava a tenir superfície comercial disponible, actualment té 3 locals tancats.

Per acabar, l'Avinguda de Catalunya, antic eix de la N-II, i el carrer de Sant Pelegrí, a la C-14, fa anys que tenen alguns locals tancats, i altres encara per fer la primera ocupació. El carrer de Sant Pelegrí ha arribat a tenir un recompte de fins a uns 18 locals buits.

Els locals es tanquen per tres motius principals:

- Falta relleu generacional
- Lloguers alts en les zones principals
- Caiguda de les vendes

Sovint els comerciants no inverteixen en el seu negoci perquè no veuen un futur clar o perquè no tenen relleu generacional.

Actualment la rotació comercial és baixa als carrers principals pel motiu que les noves obertures tenen lloc en carrers secundaris on la rotació és més gran, i a les zones de nou creixement i desenvolupament urbanístic. Actua com el peix que es mossega la cua: a les zones comercials secundàries els lloguers són més baixos però també hi ha menys activitat comercial, menys vendes.

No disposem de dades. Amb tot, a Tàrrrega es calculen uns 400 comerços, sense comptar activitats professionals.

#### *Anàlisi de les dades contingudes en el cens comercial de la Generalitat*

| Població 2017 | Població 2018 | Est_16 | Est_17 | Est_18 | SV_16  | SV_2017 | SV_2018 | Dens_com_16 | Dens_com_17 | Dens_com_sup_17 (m2 / 1.000 hab.) | Superfície mitjana_17 | Dens_com_18 |
|---------------|---------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|-------------|-------------|-----------------------------------|-----------------------|-------------|
| 16.599        | 16.795        | 296    | 295    | 275    | 44.331 | 50.465  | 48.058  | 17,96       | 17,77       | 3.040                             | 171,1                 | 16,37       |

Les dades que apareixen en el cens comercial de la Generalitat són correctes pel que fa a la població, però no coincideixen pel que fa a establiments comercials i, per tant, tampoc podem analitzar l'evolució de les superfícies de venda i de les densitats. Aquesta és una realitat que es repeteix, ja que els ajuntaments, en general, no disposen d'aquesta informació de manera fàcilment accessible.

### 3. Associacionisme

L'any 1998 es va fundar Foment Targarí, l'associació de comerços i serveis de Tàrraga que recentment ha canviat el seu nom, passant a denominar-se Foment Tàrraga. El nombre d'associats és de 140, xifra que, amb algunes variacions, s'ha mantingut estable durant els últims anys.

L'activitat de l'Associació és fonamental per a la vida de la ciutat ja que organitza actes i accions, sovint en col·laboració amb altres entitats de la ciutat, per dinamitzar el comerç i la vida del municipi:

- Botigues al carrer
- Superday
- Sant Jordi
- Mercapati
- Campanya primavera-estiu
- La nit boja
- Campanya de Nadal

### 4. Elements a destacar

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: A Tàrraga no hi ha centres comercials ni dins ni fora de la TUC, tot i que existeix concentració comercial basada en el sector distribució i complementada per equipament de la persona i equipament de la llar a la zona est de la ciutat, a l'entrada est venint des de Barcelona per l'A-2, dins de trama. És una zona amb locals de grans dimensions aptes per acollir aquest tipus d'establiments: mobles, calçat, matalassos, pintures, il·luminació, basars, benzinera, que aprofiten el flux de clients dels establiments de distribució.

Presència de mercats municipals: Tàrraga no té mercat municipal. A principis de la dècada dels 80 del segle passat es va edificar un mercat municipal, en un projecte urbanístic molt ambiciós que incloïa l'estació d'autobusos de Tàrraga i la plaça de les Nacions sense Estat, però va fracassar en poc temps. Tenint molt comerç de petit format al centre i el mercat setmanal també al centre, no va tenir èxit. Aquest equipament, tot i ser molt cèntric, té una important barrera visual

arquitectònica i morfològica que és el carrer d'Agoders, que dificulta la percepció de centralitat.

El mercat té lloc cada dilluns, durant tot el matí. Els carrers de l'eix comercial del centre de Tàrrrega acullen un centenar de parades amb productes com fruita, verdura, tèxtil, calçat o flors, entre molts d'altres. El mercat s'estén pels carrers Agoders, Carme, Torras i Bages, Plaça Major i Plaça del Carme. Aquesta oferta no sedentària s'uneix a l'atractiu teixit d'establiments comercials de la ciutat, dels quals també és competència, manté el caràcter genuí dels mercats de tota la vida i reuneix persones de l'Urgell i les comarques veïnes.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament és molt conscient de la importància que té el comerç de proximitat a la ciutat i per això col·labora amb l'associació de comerciants, Foment Tàrrrega, atorgant-li subvencions econòmiques per realitzar campanyes i accions de dinamització comercial.

Per altra banda, l'Ajuntament disposa de serveis gratuïts d'assessorament a nous emprenedors, així com cursos, sessions i càpsules, encara que, donada la situació financera de l'Ajuntament i el fort impacte econòmic de la crisi de 2008, actualment es poden destinar pocs recursos econòmics per a ajudes a nous establiments o a la consolidació dels existents.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Podríem dir que els paràmetres que es repeteixen amb més freqüència són els ja esmentats de:

- Falta relleu generacional
- Lloguers alts en les zones principals
- Caiguda de les vendes

Tot i que l'ordre no té per què ser aquest. El primer motiu sol ser la caiguda o falta de vendes, ja que si les vendes funcionen bé, el preu elevat del lloguer no és tan decisiu. Un altre motiu és que les generacions més joves aposten per altres models de treball com a mitjà de guanyar-se la vida, més compatibles amb la

conciliació de la vida familiar, perquè ja sabem que el comerç de proximitat tradicional és molt poc compatible amb aquesta conciliació.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Convé tenir en compte la profunda transformació que està patint el comerç tradicional, principalment a causa de la venda per internet, però també pels canvis en els hàbits dels clients, que valoren altres factors, en molts casos nous, per al comerç tradicional, com l'experiència de compra o la compra de productes de Km 0. Tots aquests factors obliguen a realitzar un important esforç per adaptar-se als nous temps, esforç que, sovint, no estan disposats a fer molts comerciants per diferents motius com la falta d'expectatives, de relleu generacional i d'altres que convindria analitzar. La frase "adaptar-se o morir" defineix molt bé la situació actual.

Les possibles solucions passen pel treball coordinat -aquest factor és imprescindible per a l'èxit- dels diferents nivells de l'Administració, municipal, comarcal i autonòmica, amb les associacions de comerciants, establint objectius concrets a curt i mitjà termini, realitzant una diagnosi específica de cada localitat, analitzant els punts forts i febles, potenciant els valors d'experiència de compra, en el punt de venda i en l'entorn, com serien la restauració, la cultura i altres. D'altra banda, no es pot oblidar, i l'experiència així ho demostra, que és imprescindible, també, potenciar l'associacionisme comercial i la professionalització de les associacions de comerciants si es volen dur a terme iniciatives que evitin la desertització comercial als municipis.

## ➤ MUNICIPI DE LA POBLA DE MONTORNÈS

### 1. Context

El municipi de la Pobla de Montornès pertany al Tarragonès i es troba situat entre Torredembarra i la Nou de Gaià, en l'extrem nord d'aquesta comarca. Limita amb Bonastre, la Nou i Torredembarra.

Aquest municipi compta amb una superfície de 12,29 km<sup>2</sup>.

Com a interès turístic i cultural es poden veure encara les restes del famós castell de Montornès. L'església parroquial de Sta. Maria fou construïda l'any 1575, sense estil definit, encara que les voltes recorden el gòtic decadent. La part més artística és el campanar. Dins del nucli urbà es conserven alguns edificis notables del segle XVIII. L'Ermita de la Mare de Déu de Montornès, reconstruïda durant el segle XVIII, damunt d'un antic santuari del XIII. És interessant la imatge policromada de la Mare de Déu de Montornès datada als segles XVI-XVII.

Al llarg del seu terme municipal hi ha repartits els diferents nuclis habitats, el poble i les urbanitzacions de Poblamar i el Castell de Montornès.

La principal zona comercial es troba al poble, i residualment, a les urbanitzacions hi ha algun bar, restaurant o servei.

La Pobla de Montornès té 2.839 habitants censats.

### 2. Observació comercial

La Pobla de Montornès no és un municipi molt comercial, l'activitat principal és l'alimentació, seguit de serveis, construccions i instal·lacions, i restauració i bars.

L'activitat comercial es troba al C/Major, Passeig de l'estació, C/Girona, Av. Catalunya, és a dir, la carretera i la part comercial antiga del poble.

La part comercial del poble és la que ha existit sempre, tot i que els comerços i restaurants s'han anat implantant a la zona de la carretera, deixant, des de fa anys, la part de dins del poble desertitzada. Els locals comercials que antigament eren ocupats per comerços, actualment són pàrquings, o entrades de les cases.

En aquest municipi, ja fa molts anys que els comerços no es renoven. Com a influència comercial hi ha Torredembarra, Tarragona i Creixell.

### *Evolució dels eixos comercials:*

La zona comercial del poble es concentra principalment al C/Major, Passeig de l'Estació, C/Indústria, C/Girona, C/Closa Nova, Av. Mas Solé, Av. Catalunya. Aquí és on hi ha els principals comerços. Les noves empreses s'instal·len en locals situats a la zona d'influència de la carretera.

### *Dades de l'Ajuntament:*

Els locals ocupats a la Pobla de Montornès estan repartits en els següents sectors:

- Serveis: 7
- Construcció i instal·ladors: 8
- Alimentació: 9
- Restauració i bars: 5
- Altres: 4

L'Ajuntament no disposa de dades de locals buits.

### **3. Associacionisme**

L'Associació de comerciants i de serveis de la Pobla de Montornès està formada per tots els comerços del municipi, principalment pel sector alimentació i serveis.

Les principals activitats que realitza l'associació són la campanya de Nadal i alguna campanya de Sant Jordi, i altres de descomptes i fidelització.

Segons l'associació, hi ha poca predisposició dels comerços a participar en les campanyes. Es respira pessimisme i es preveuen tancaments de comerços, bàsicament per jubilació i manca de relleu generacional.

### **4. Elements a destacar**

*Evolució nombre d'habitants:* El nombre d'habitants ha incrementat del 2017 al 2018, passant de 2.795 a 2.828, un augment del 1,18%.



Evolució nombre de comerços: Segons les dades del cens comercial, el 2016 hi havia 12 establiments, el 2017, 13 i el 2018, 17; segons aquestes dades, hi ha hagut un increment de 5 comerços en 3 anys, un 41%.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda també ha incrementat durant els 3 anys: el 2016, 751 m<sup>2</sup>; el 2018, 1.384 m<sup>2</sup>. Aquest increment respon a algunes ampliacions i a nous negocis oberts.

Evolució de la densitat comercial: El 2016 la densitat era de 4,28 establiments per cada 1.000 habitants, i el 2018 presenta una reducció, passant a 6,01 establiments/1.000 hab. Aquí hi ha hagut un increment destacable.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: La Pobla de Montornès no compta amb un centre comercial, ni amb establiments de grans dimensions, tampoc supermercats, ni hipermercats.

Presència de mercats municipals: El municipi no disposa de mercat municipal ni de mercat ambulat.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

L'actual consistori no ha implementat polítiques de dinamització comercial, és per aquest motiu que l'associació, amb pocs recursos, necessita la participació i col·laboració econòmica de l'Ajuntament.

## 6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?

Actualment, a la Pobla de Montornès no s'evidencia una desertització de la zona comercial. Segons les dades, s'incrementen tímidament els negocis i comerços, alhora que s'observa un moviment de la zona comercial cap a la carretera principal del municipi, en la mesura que els locals de la part antiga tanquen i no es reformen, fet que no convida al possible traspàs.

El principals motius de tancament dels comerços són:

- Jubilacions i manca de relleu generacional.
- No adaptació a les tendències de compra.
- Manca de vendes.
- Manca de formació.
- Manca d'implicació per part del consistori.

A més, hi ha una apatia per part del comerciant i un desànim general, que comporta un retrocés per afrontar els canvis del comerç i els nous reptes de futur, com ara la digitalització, l'adaptació als nous hàbits de consum i l'especialització.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

El tancament de botigues per manca de relleu generacional dels negocis és una evidència que s'accentua en la part antiga del poble. Tanmateix, tant els veïns com el consistori vetllen per evitar una degradació visual dels carrers amb locals buits, mantenint i conservant l'estètica del poble.

La realitat de la desaparició de comerços, però, és generalitzada en molts municipis, i normalment coincideix amb zones comercials més antigues i amb necessitat de reformes per obertura de nous negocis.

Les propostes a les diferents problemàtiques:

- Crear subvencions per incentivar el relleu generacional i els traspassos.
- Formació en noves tecnologies i noves tendències de compravenda, presència en xarxes socials i comerç online.
- Per part de l'Ajuntament és necessària la implicació i col·laboració econòmica amb l'associació de comerciants, detectant necessitats, incentivar l'associacionisme i realitzar noves campanyes per conscienciar els ciutadans, potenciar la compra en el comerç local i evitar una desertització creixent en els propers anys.

## ➤ MUNICIPI DE RODA DE BERÀ

### 1. Context

El municipi de Roda de Berà pertany al Tarragonès i està situat en l'extrem nord d'aquesta comarca. Confronta pel nord amb el municipi de Bonastre; per l'oest amb Creixell; pel sud amb el mar Mediterrani; i per l'est amb el Vendrell.

Aquest municipi, amb una superfície de 16,23 km<sup>2</sup>, es caracteritza per tenir un territori principalment pla que representa dos terços de la seva superfície i que està integrada per la zona costanera i els principals nuclis de població. No obstant això, té també importants espais muntanyosos que delimiten amb la zona urbana i que formen part del massís de Bonastre.

Al llarg del seu terme municipal hi ha repartits els diferents nuclis habitats:

El nucli principal està ubicat a la part interior del terme i integra el nucli antic del municipi i la seva prolongació que inclou les zones residencials de l'Eixample, la Martorella, el sector Nou Roda, el sector Bertran, la Coma d'en Gall, i diverses unitats d'actuació que preveu el nostre planejament i que ja han estat desenvolupades i consolidades des del punt de vista residencial.

El nucli de la franja costanera està integrat per les zones urbanes de la Barquera, Vives platja, Berà, Roc de Sant Gaietà, Costa Daurada i Marisol.

Els nuclis interiors que no delimiten amb el nucli principal estan integrats per les zones de Merymar, les Torres, Berà Mar, Mas Roig i el Francaset.

Roda de Berà té 6.627 habitants censats.

Aquesta població, no consolidada i estacional que es concentra especialment durant l'estiu, es calcula (a partir de dades objectives com pot ser la generació de residus o el nombre de places de càmping) en uns 42.000 habitants.

Roda de Berà es troba en una zona privilegiada de la Costa Daurada, a 20 minuts de Tarragona i prop de poblacions com Calafell, el Vendrell i Torredembarra.

Com a principal atractiu turístic de Roda de Berà hi ha l'Arc de Berà, el Roc de Sant Gaietà, el Camí de Ronda, la Capella Mas Carreres, el Passeig Marítim i altres.

El municipi està dividit en la zona de platja (el Mas Roig) i el poble, i els separa la carretera N-340. En la zona costanera l'activitat és més turística, ja que compta amb diversos càmpings i restaurants, i a la part de poble l'activitat principal són els serveis, seguit de la indústria i la construcció i el comerç.

El centre comercial de Roda "poble" es troba principalment a l'Av. Sant Jordi, C/de Senyora de Montserrat, C/Sant Isidre i C/ Nou, així com a la part més antiga del municipi.

El Roda de Berà compta amb alguns supermercats, però no amb centres comercials destacats; tanmateix, està dins la zona d'influència comercial de Creixell, on hi ha el Mercat Municipal, el Mercadona i altres grans comerços.

## 2. Observació comercial

Roda de Berà no és un municipi molt comercial, principalment l'activitat és la restauració, alimentació, serveis i moda. Com que és un poble turístic, sobretot per la restauració de la zona de platja, estan oberts només la temporada estiu, des de Setmana Santa i fins a l'octubre. No es contempla una gran desertització, i els locals van presentant relleus de negoci.

A l'entrar a Roda de Berà, hi ha l'Av. Sant Jordi i plaça Catalunya, on es troben comerços d'alimentació, premsa, supermercats, com SUMA i altres com Clarel, serveis, bancs, agències immobiliàries, i de forma més residual els comerços de moda. No es contempla desertització, en la zona resta algun local buit, però de forma puntual.

El carrer paral·lel, C/de la Generalitat, C/Sant Isidre i C/Miramar també són comercials, aquí hi ha alimentació i serveis, així com complements.

A la part més antiga del poble, com el C/Sant Salvador, C/el Vendrell, i Miramar i C/Nou, entre tants, hi ha comerços, alimentació, serveis. A la part de "dalt del municipi" hi ha una major desertització, els locals són més antics i petits, a la vegada que els carrers són més estrets.

Zona comercial del sector platja: El comerç és de les mateixes característiques que al sector del poble, però amb l'afegit de l'estacionalitat, concentrant part d'aquest comerç la seva activitat en els mesos d'estiu. Això s'explica per l'elevat

percentatge d'habitatge destinat a segona residència, que al municipi representa el 60% del total del parc immobiliari municipal.

Zona comercial de les zones residencials discontinües: Roda de Berà inclou diferents nuclis urbans disseminats al llarg de tota la seva superfície, amb diferents zones terciàries que alberguen espais comercials de major o menor superfície, aprofitant la seva proximitat a la carretera N 340. Aquests espais estan consolidats i la majoria tenen activitats en funcionament. Per tant, actualment, l'espai comercial està esgotat, sense perjudici del que pugui resultar de les zones pendents de desenvolupament urbanístic.

Comerç ambulant: També s'ha de destacar per la seva tradició i per la quantitat de gent que atrauen els mercats setmanals que són el del dijous de cada setmana de l'any que s'ubica en la zona de poble, i el mercat de dissabte que es concreta als mesos d'estiu i es fa a la zona de Costa Daurada.

Segons dades de l'ajuntament, els locals ocupats a Roda de Berà estan repartits en els següents sectors:

- Serveis: 53
- Construcció i instal·ladors: 44
- Alimentació: 22
- Moda i complements: 22
- Estètica: 17
- Restauració i bars: 71

L'Ajuntament no disposa de dades de locals buits.

### **3. Associacionisme**

En la zona comercial del poble hi ha el que anomenem "comerç de proximitat", entès com un conjunt de petites botigues que donen servei principalment als ciutadans que resideixen als voltants, sense tenir capacitat de creixement i amb escasses probabilitats de captació de clients d'altres zones, i no es pot afirmar que l'activitat comercial del poble sigui de moment un reclam perquè hi vagin de persones d'altres municipis.

Es concentra principalment a la plaça Catalunya, Av. Sant Jordi, carrers Marinada, Nou, Miramar, Sant Isidre, Generalitat, Joan Carles I, Pl. dels Pins, Pl. de la Sardana i carrer Dr. Pujol. No obstant això, sí s'ha observat un increment de l'activitat comercial amb la creació d'una nova zona comercial al sector Nou Roda, just a l'entrada del poble. Aquest increment també ha tingut altres conseqüències com ara l'organització dels comerciants en una associació amb l'objectiu de promocionar el comerç de Roda amb diferents iniciatives de suport de les campanyes comercials de Nadal, primavera o estiu.

L'Associació de comerciants i restauradors de Roda de Berà esta formada per 41 socis, principalment dels sectors de serveis i restauració.

Les principals activitats que realitza l'associació impliquen el sector de la restauració, que és el més present al municipi; també fan campanyes de rebaixes i fora estocs i campanya de Nadal.

Segons l'associació, hi ha poca predisposició dels comerços per donar-se d'alta com a socis, ni per participar en les campanyes. Es respira pessimisme i es preveu tancament de comerços.

#### **4. Elements a destacar**

Evolució nombre d'habitants: El nombre d'habitants ha incrementat del 2017 al 2018, passant de 6.354 a 6.461, un augment del 1,68%.

Evolució nombre de comerços: Segons les dades del cens de comerç, el 2016 hi havia 87 establiments i el 2017 i el 2018, 86, s'ha reduït en 1 establiment. La davallada no és significativa.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda també s'ha incrementat durant els 3 anys: el 2016 de 16.070 m<sup>2</sup>, el 2018, 16.850 m<sup>2</sup>. Aquest increment respon a algunes ampliacions de locals preexistents.

Evolució de la densitat comercial: El 2016 la densitat era de 13,61 establiments per cada 1.000 habitants, i el 2018 presenta una reducció fins a 13,31 establiments/1.000 hab. La reducció respecte al 2016 és de 2,2%.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: Roda de Berà no compta amb un centre comercial, ara bé, sí que hi ha establiments de gran superfície, com supermercats.

Presència de mercats municipals: El municipi no té un mercat municipal, sinó un mercat ambulant. El mercat ambulant no sedentari suposa un moviment de compra important, el consumidor es desplaça des de municipis més pròxims al mercat, tant per fer la compra de la fruita i verdura com de roba i complements. La presència del mercat potencia la compra en el comerç local, i és un punt d'atracció del municipi.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

A Roda de Berà hi ha l'Associació del Comerciants i Restauradors de Roda, que són les responsables de la dinamització comercial del municipi i dels seus associats, tot i que només representen una part dels establiments. L'Ajuntament col·labora en la dinamització amb aportacions econòmiques a l'associació o activament amb les campanyes.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

A Roda de Berà no s'evidencia una desertització de la zona comercial actualment, ja que hi ha relleus en els comerços, tot i que la queixa per la falta de vendes és evident.

La restauració de la zona de la platja és temporal, així el poble es va mantenint.

Els principals motius de tancament dels comerços són:

- No adaptació a les tendències de compra
- Manca de vendes.
- Manca de formació

A més, existeix una apatia per part del comerciant i un desànim general, que comporta un retrocés per afrontar els canvis del comerç i els nous reptes de futur.

## 7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats

El tancament de botigues és una evidència i una tendència en alça, que implica la degradació de les zones comercials en detriment de la seva imatge i riquesa social i econòmica i que afavoreix la inseguretats ciutadana.

La realitat és generalitzada en molts municipis, i normalment coincideix amb zones comercials més antigues i amb necessitats de reformes per obertura de nous negocis.

Les propostes a les diferents problemàtiques:

- Atorgar subvencions per incentivar el relleu generacional i els traspassos.
- Formació en noves tecnologies i noves tendències de compra i venda, presència en xarxes i comerç online.
- Per part de l'associació, detectar necessitats, incentivar l'associacionisme i realitzar noves campanyes de conscienciació dels ciutadans, la compra del comerç local i evitar la desertització comercial.



## ANNEX 1

Dades cedides per l'Ajuntament de Roda de Berà el 2018.

Analitzades les zones comercials del municipi, es relaciona a continuació l'activitat comercial actualitzada:

| ESTABLIMENT                         | ADREÇA                        |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| <b>CULTURA I ENSENYAMENT</b>        |                               |
| ACADÈMIA RODA                       | C/ SANT ISIDRE, 29, BXS.      |
| MEL'S ACADÈMIA D'ANGLÈS             | C/ SANT SALVADOR, 23          |
| RODOLÍ CENTRE DE SUPORT FAMILIAR    | PL.CATALUNYA                  |
| GOMET'S DE COLORS                   | C/ VENDRELL 32                |
| <b>AGÈNCIES DE VIATGE</b>           |                               |
| ABUC VIAJES                         | AV. SANT JORDI 12 BAIXOS      |
| HONOLULU VIAJES                     | C/ NOU 31                     |
| MÉSVIDA VIATGES                     | C/MARINADA 2                  |
| <b>ALUMINIS</b>                     |                               |
| ALUMINIS BARÀ                       | C/ COSTA BRAVA, 4             |
| ALUMINIS CENTRE SCP                 | C/ INDÚSTRIA, 4               |
| MONTEC S.C.P.                       | C/ COMERÇ, 7                  |
| MSC                                 | C/ DE LA LLUM (POL. L'AVENAR) |
| S. LEAL                             | AVD. DE LA MANCHA, 20         |
| TANCAMENTS TORRES                   | C/ TORRENT, 8                 |
| <b>ARQUITECTURA - ENGINYERIA</b>    |                               |
| ENTROPIA - ARQUITECTES              | C/ JOAN CARLES I, 16          |
| JOSEP ELIAS PAYAN                   | C/ SANT ISIDRE, 7             |
| JORDI QUERALT                       | C/ SANT SALVADOR, 18          |
| JOSEP LLUIS VIVES                   | C/ SANT ISIDRE, 25            |
| L'ENGINY - ENGINYER                 | PL. DELS PINS, 13-B           |
| RIQUER ARQUITECTES                  | PL. DEL MEDITERRANI, 3        |
| RUBEN JIMENEZ                       | C/ VENDRELL, 67               |
| <b>ASSEGURANCES</b>                 |                               |
| ASSEGURANCES COMPTE ALLIANZ         | AVD. SANT JORDI, 38, L-3      |
| AXA AURORA IBERICA S.A.             | C/ VENDRELL, 40               |
| BALTASAR ASSEGURANCES               | C/ NOU, 52 BXS.               |
| MAPFRE                              | C/ SANT ISIDRE, 37            |
| <b>ASSESSORIES</b>                  |                               |
| ADMINISTRACIÓ DE COMUNIDADES GEDIAN | C/OLOT 16 L-1                 |
| ALIADÉ ASSESSORS                    | C/ MIRAMAR, 5                 |
| JORDI RIAU URBANO, ADVOCAT          | C/ MIRAMAR, 31, L-2           |
| MAS FERRER                          | C/ NOU, 22                    |
| ROYUELA ADVOTATS                    | AV.SANT JORDI 38              |
| <b>AUTOESCOLES</b>                  |                               |

|                                      |                                    |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| UNIVERSAL                            | AV. SANT JORDI, 12-24              |
| DELTA                                |                                    |
| <b>BANCS I CAIXES</b>                |                                    |
| CAIXA BANC                           | C/ JOAN CARLES I, 7                |
| BBVA-CX                              | AV. SANT JORDI, 1                  |
| <b>CARNISSERIES I XARCUTERIES</b>    |                                    |
| CAL CARNISSER                        | PL. SANT JAUME, 5                  |
| CARNISSERIA- POLLERIA - ANTONIETA    | C/ NOU, 42                         |
| EL RINCÓN DEL BELLOTO                | C/ GENERALITAT, 14                 |
| SANDRA                               | AV. SANT JORDI, 1, L-3             |
| <b>COMPLEMENTES - REGALS</b>         |                                    |
| TOTAL PLAYA                          | C/ PRINCEP DE VIANA, 2-BIS, L-11   |
| BASAR NOU SIGLO                      | C/ TORREDEMBARRA, 18               |
| BASAR ORIENTAL                       | C/ MIRAMAR, 38, BXS..              |
| BASAR                                | PL. DOCTOR PUJOL 2BX L-1-2         |
| DE RODA BOTIGA DE REGALS             | C/ MIRAMAR, 37                     |
| LILA REGALS I ARTESANIA              | ROC SANT GAJETÀ                    |
| LUMAIS BIJUTERIA I COMPLEMENTES      | C/ GENERALITAT, 18                 |
| SOUVENIRS ROC                        | C/ BORI TALLADA                    |
| TODO A 100 Y MAS                     | PL. CATALUNYA, 2, L-1              |
| <b>CONSTRUCCIONS</b>                 |                                    |
| BIGMAT CIURÓ                         | CTRA. ACCÉS A RODA KM.1            |
| <b>DECORACIÓ I TENDALS</b>           |                                    |
| ACEA BERÀ (TOLDOS)                   | C/ NOU, 60, L-3                    |
| <b>DENTISTES</b>                     |                                    |
| ARCDENTAL CLINICA DENTAL             | AV. ARC DE BERÀ 3- L-1             |
| CLINICA DENTAL RODA DE BARÀ          | C/ GENERALITAT, 17                 |
| <b>DIVERSOS</b>                      |                                    |
| ALANON RODA (Alcohòlics Anònims)     |                                    |
| A. PALACIOS                          | C/ DE LA LLUM, 46, (POL. L'AVENAR) |
| ADMINISTRACIÓ DEL ROC                | ROC SANT GAJETÀ                    |
| ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS I BOTIGUES | PL. DE LA SARDANA                  |
| CLUB DEL HUERTO .COM                 | CAL LLORENS                        |
| COOPERATIVA SANT BARTOMEU            | C/ JOAN CARLES I, 11               |
| EL RASTRO DE LOS CAPRICHOS           | C/ SEGOVIA 11                      |
| HÍPICA RODA                          | DISSEMINAT 19                      |
| PARAFARMÀCIA NATURAL                 | C/ ARC DE BARÀ, 1                  |
| PARRÒQUIA SANT BARTOMEU              | PLÇA ESGLÉSIA                      |
| PÀRQUING CARAVANES RODA, S.L.        | CRTRA RODA BONASTRE KM.2           |
| LLOGUER DE BICICLETES I PATINS       | PORT ESPORTIU                      |
| SERVEIS FORESTALS MARANAI FOREST     |                                    |
| TATTOO/PIERCING                      | C/ NOU 31-L1                       |
| ART I CAT                            | PLAÇA CATALUNYA                    |

|                                     |                                |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| <b>EBENISTERIES/FUSTERIES</b>       |                                |
| FUSTERIA EBENISTERÍA JAUME ELIAS    | CTRA. ACCES A RODA             |
| FUSTERIA JOSEP MARIA GÜELL          | C/ BÒBILA, 6                   |
| ROCA - FUSTERS S.C.P.               | C/ BERLÍN, 3                   |
| <b>ESPORTS</b>                      |                                |
| CLUB DE TENNIS BERÀ                 | AV. REINA FABIOLA, 49          |
| GIMNÀS SPORT-TIME                   | C/ BONAIGUA, 20                |
| LAKE CASPE AVENTURA                 | PORT ESP. RODA DE BARÀ         |
| LES PISCINES CLUB NAUTIC            | C/ SINIA, 22-24                |
| PÀDEL RODA                          | C/ BÒVILA, 14, (POL. L'AVENAR) |
| PILATES MULTIESPAI                  | C/ FIGUERA, 2-5 BXS.           |
| THALASSA FITNESS                    | C/ JOAN CARLES I 7-9           |
| VARADERO PORT BARÀ                  | PORT ESP. RODA DE BARÀ         |
| <b>ESTACIONS DE SERVEI</b>          |                                |
| E.S. ESCLAT                         | C/ HISPANO SUIZA, 1            |
| E.S. REPSOL                         | C/ VALLESPÍR, 238              |
| E.S. REPSOL - ARC DE BARÀ n' 96928  | C/ HISPANO SUIZA, 33-35        |
| PETROCAT                            | CTRA.TV-2041                   |
| <b>ESTANCS</b>                      |                                |
| ESTANC DEL ROC                      | C/ JOAN XXIII, L-10            |
| ESTANC M <sup>a</sup> LOURDES VIVES | C/ MIRAMAR, 7                  |
| <b>ESTÈTICA - QUIROMASSATGE</b>     |                                |
| MERCÈ CIURÓ                         | C/ MARINADA                    |
| THALASSA ESTETIC                    | C/ JOAN CARLES, 7-9            |
| ROC STYLE                           | AVDA. DEL MAR 7                |
| CENTRE TERAPÈUTIC MAES              | C/ MARINADA 19                 |
| <b>EXCAVACIONS</b>                  |                                |
| BLANCO FIGUERAS                     | C/VENDRELL, 2                  |
| EXC. I PÀRQUING RODA, S.L.          | CTRA. TV-2041, KM.2            |
| EXITRANS S.L.                       | C/ POBLET, 2, APT. CORRE. 13   |
| ANTONIO MUÑOZ GRUA I TRANSPORT      |                                |
| J. SOLÉ                             |                                |
| JAN EXCAVACIONS                     | AV. L'AVENC, 128               |
| LOS ANGELES DE RODA DE BEÀ, S.L.    |                                |
| <b>FARMÀCIES</b>                    |                                |
| GREGORIA RUBIO, (RODA PLATJA)       | AV. DEL MAR, 7                 |
| MARGARITA GUILAMANY, (RODA POBLE)   | C/ SANT ISIDRE, 33             |
| <b>FERRETERIES - BRICOLATGE</b>     |                                |
| AKI BRICOLAJE                       | C/ MARÍA CALAS, 2              |
| IEPPA FERRETERIA I ELECTRODOMÈSTICS | C/ XIC, 6                      |
| <b>FLEQUES - PASTISSERIES</b>       |                                |
| FORN DE PA PASTISS.CAF- QUERALT     | C/ NOU, 30                     |
| FORN PASTISSERIA RODA               | C/ VENDRELL, 31                |

|                                       |                                  |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| PASTISSERIA CAFETERIA MARE NOSTRUM    | PL. ST JAUME, 4                  |
| PASTISSERIA SANT JORDI                | ROC SANT GAJETÀ, CASA 18         |
| <b>GELADERIES</b>                     |                                  |
| GINO LOWE, GELADERIA                  | PL. SANT JAUME, 3                |
| LA JIJONENCA                          | PLAÇA BORI TALLADA ROC           |
| LA NOCCIOLA DEL ROC                   | C/JOAN XXIII                     |
| L'OFICINA                             | PLAÇA CATALUNYA 5 L-2            |
| ITALIANA                              | PLAÇA SANT JAUME 42 B            |
| <b>IMMOBILIÀRIES</b>                  |                                  |
| ADAIX                                 | AVDA, SANT JORDI 12 L-4          |
| C&B MAR SERVEIS IMMOBILIARIS          | C/ NOU, 58                       |
| DELTA TORRES                          | C/ SANT ISIDRE                   |
| FINQUES COMPTE                        | AV. DEL MAR, 16                  |
| FINQUES SALA                          | C/ MARINADA                      |
| FINQUES SEGARRA                       | AVD.DE LA PLATJA 1               |
| MAK FINCAS BERÀ                       | PL. CATALUNYA, 7 L-2             |
| SERVEIS BARÀ 94. S.L.                 | AV. DEL MAR, 22                  |
| SERVEIS IMMOBILIARIS L. URBAN         | C/ NOU, 60                       |
| <b>INFORMÀTICA</b>                    |                                  |
| MEGAXIP                               | PL. DELS PINS, 20 BXS.           |
| <b>INSTAL·LADORS</b>                  |                                  |
| CIURÓ INSTALLACIONS                   | C/ XIC, 6                        |
| ELECTRO CIMAR, S.©.P.                 | C/ ANGEL GUIMERÀ, 18             |
| ELECTRO FONT GARRIGA                  | PL. DELS PINS, 17, 2-1           |
| INSTAL·LACIONS BONAN MERCADÉ          | PL. DELS PINS, 7                 |
| INSTAL·LACIONS C. SILVA S.L.          | PL. CATALUNYA, 7-8, L-8          |
| INSTAL·LACIONS MIRAMAR S.C.P.         | C/ MIRAMAR, 17 (C/ INDÚSTRIA, 4) |
| INSTAL·LACIONS MONT BERA              | C/ PAU PICASSO                   |
| INSTAL·LACIONS RODA S.C.P.            | C/ BERA, 24                      |
| INSTUDELA 87 S.L.                     | POL. L' AVENAR                   |
| REFORMES I INSTAL·LACIONS. BERÀ, S.L. | C/ PAU CASALS, 38                |
| <b>JARDINERIA</b>                     |                                  |
| CENTRE DE JARDINERIA ARC DE BERÀ      | CTRA. N 340, KM.1182             |
| FLORISTERIA ORQUIDEAS DEL MAR         | AV. SANT JORDI, 12               |
| JOSÉ ANTONIO MONDEJAR JARDINERÍA      | AV. LA MANCHA, 14                |
| RODA JARDÍ                            | C/ DE LA LLUM, (POL. L'AVENAR)   |
| <b>JOIERIES</b>                       |                                  |
| MIRALLES JOIERS, (JOIERIA RODA)       | AV. SANT JORDI , 13              |
| <b>LOCUTORIS</b>                      |                                  |
| 3 GERMANS RODA DE BERÀ                | C/ MARINADA, 19                  |
| LOCUTORIO RODA                        | C/ MIRAMAR, 31                   |
| <b>LOTERIES</b>                       |                                  |
| ADMINISTRACIÓ DE LOTERIES             | C/ SANT ISIDRE, 6                |

|                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| <b>LLAMINADURES</b>           |                               |
| CHUCHE'S                      | AV. NTR. SRA. MONTSERRAT, 2-4 |
| CHUCHES BELL ROC              | PL. EL POU (ROC)              |
| EL RACÓ DE LA LUCÍA           | C/ MARINADA, 19               |
| <b>LLENYES TERRES I ADOBS</b> |                               |
| ELIES                         | CTRA. RODA BONASTRE           |
| RAMON BAU                     | CTRA. ACCES A RODA, KM.1      |
| <b>MENJARS PER EMPORTAR</b>   |                               |
| ELABORATS BON GUST            | C/ SANT ISIDRE, 9             |
| LARIMAR                       | C/ARC DE BARÀ, 3              |
| ROSTISERIA EL BARCO           | C/ JOAN XXIII , L-9           |
| TONA ROSTISSERIA              | C/ NOU, 42                    |
| <b>MERCERIES</b>              |                               |
| MARINADA                      | C/ MARINADA, 10               |
| MERCÈ                         | PL. DELS PINS, 16             |
| <b>MOBLES</b>                 |                               |
| LLAR DE LA CUINA              | PL. DR. PUJOL, 4, L-2         |
| MOBLES ARC                    | CTRA. N- 340                  |
| <b>NÀUTICA I PESCA</b>        |                               |
| BERÀ BOAT                     | PORT ESP. RODA DE BERÀ        |
| CLUB MARÍTIM ROC SANT GAJETÀ  | CASA 24                       |
| PORT ESPORTIU RODA            | PORT ESP. RODA DE BERÀ        |
| WIND CAT HOUSE                | PORT ESP. RODA DE BERÀ        |
| WINSURF SCHOOL                | PLATJA LLARGA                 |
| VARADERO PORT BERÀ            | PORT ESP. RODA DE BERÀ        |
| <b>NOTARIES</b>               |                               |
| NOTARIA DE RODA DE BERÀ       | C/ SANT ISIDRE, 38            |
| <b>ÒPTICA</b>                 |                               |
| ÒPTICA BERÀ                   | C/ MIRAMAR, 23                |
| <b>PAPERERIA I PREMSA</b>     |                               |
| PAPERERIA ANA                 | C/ SANT ISIDRE, 29            |
| SOUVENIRS EL ROC, (PREMSA)    | EL ROC DE SANT GAJETÀ         |
| STOP PREMSA I JOGUINES        | PL. SANT JAUME, 3             |
| TODO A 100 Y MÀS              | PL. CATALUNYA, 2, L-1         |
| <b>PEIXATERIES</b>            |                               |
| ÀNGELS                        | PL. SANT JAUME, 4, L-2        |
| LOLITA                        | C/ MIRAMAR, 33, L-1           |
| <b>PERRUQUERIES</b>           |                               |
| ALEXANDRA                     | AV. SANT JORDI, 38            |
| ART'S                         | C/ SANT SALVADOR, 27          |
| C & G PERRUQUERIA HOME/DONA   | PL. CATALUNYA, 5, L-3         |
| BARBER SHOP                   | SANT ISIDRE 35                |
| CORONADO                      | C/ SANT ISIDRE, 35            |

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| DIFFERENT                               | PL. CATALUNYA, 7, L-5         |
| ERIAN                                   | C/ JOAN CARLES I, 18          |
| ESENCIA NATURAL, SALON BELLEZA          | AV. DEL MAR, 7                |
| ESTIL MONICA - MERCE                    | C/ MARINADA, 3                |
| JOANA PERRUQUERIA                       | C/ GENERALITAT, 2             |
| MIM - MARIA MAGDA-IVON                  | C/ MIRAMAR, 21                |
| VALLVÈ                                  | C/ MARINADA 18 (casal d'avis) |
| ROC STYLE                               | AVD. DEL MAR 7                |
| <b>PINTORS</b>                          |                               |
| J.R.                                    | C/ INDÚSTRIA, 6               |
| JUAN ELOY                               | C/ DE LES FLORS, 10           |
| LOS POVEDA S.L.                         | C/ SANT CELONI, 2             |
| MONTES                                  | C/ SANT SALVADOR, 81          |
| PINTURAS HNS. MORAGA S.C.P.             |                               |
| VERSAL                                  | C/ VENUS, 2 BXS.              |
| <b>PISCINES</b>                         |                               |
| PISCINES BERÀ                           | C/ BÈLGICA, 6                 |
| PISCINES SS                             | AV. SANT JORDI, 12-24         |
| PISCI-NET                               | POL. L'AVENAR                 |
| <b>PODÒLEG</b>                          |                               |
| CARLOS PAZ GARRIDO                      | C/MARINADA 19, 1 3ª           |
| GREC SALUT - FISIOTERÀPIA-NUTRICIÓ      | C/ NOU 31                     |
| <b>RESIDÈNCIES 3a EDAT (GERIÀTRICS)</b> |                               |
| BERÀ BAHIA                              | C/ VALL D'ARAN, 7             |
| MIRADOR DE BERA STS. ASSISTENCIAL       | C/ MIRADOR DE BERÀ S/N        |
| <b>ROBA I CALÇAT</b>                    |                               |
| BOUTIQUE LA BELLA                       | C/ VENDRELL 29 L-2            |
| DRAPS DE BERÀ                           | AV. DE LA PLATJA 5            |
| DIGITAL MODA EUROPA                     | C/COMERÇ, 4-7                 |
| LA BOTIGUETA DE LA CÈLIA                | C/ GENERALITAT 2 BAIXOS       |
| LOLITA'S THINGS                         | AVD. SANT JORDI 36            |
| MODA FEMENINA DOBLE C                   | PL. CATALUNYA                 |
| MODA INFANTIL PEQUES                    | PL. CATALUNYA, 2-3            |
| RALLIAN SPORTS                          | C/ NOU, 37                    |
| REPARA. CALZADO RÀPID RODA              | PL. CATALUNYA, 10             |
| TINTORERIA BUGADERIA RODA               | C/ MIRAMAR, 38, BXS..         |
| <b>SERRALLERIES</b>                     |                               |
| RODA                                    | C/ BREDA, 1                   |
| ROVIRA                                  | C/ TORRENT,5                  |
| SERRALLERIA METÀL·LICA                  | C/ COMERÇ 11                  |
| <b>SUPERMERCATS I DROGUERIES</b>        |                               |
| ALDI                                    | C/ HISPANO SUIZA              |
| BIOSCA - CAL SECALLO-                   | PL. DELS PINS, 12             |

|                                       |                                   |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| BON PREU - ESCLAT                     | C/ HISPANO SUIZA, 1               |
| COALIMENT MONTSE                      | C/ GENERALITAT, 18                |
| CONSUM                                | CTRA. N-340, KM.1182              |
| DIA                                   | AV. SANT JORDI 36                 |
| CLAREL                                | GENERALITAT 12                    |
| LEO CENTER                            | C/ SÍNIA, 41                      |
| LIDL                                  | C/ HISPANO SUIZA, 9               |
| SPAR                                  | C/ GENERALITAT                    |
| SUMA                                  | AV. SANT JORDI, 15                |
| <b>TALLERS DE REPARACIÓ</b>           |                                   |
| DESGUAGES RODA                        | PART. SERRA                       |
| FULL MOTO                             | C/ JOAN CARLES I, 10, BXS.        |
| MECÀNICA RÀPIDA RODES                 | C/ COSTA BRAVA, 4                 |
| OLICAR, S.L.                          | C/ BÒBILA                         |
| PLANCHISTERIA PINTURA RODA            | DISSEMINAT, 1                     |
| TALLER GOMBAU                         | C/ DE LA LLUM, 2, (POL. L'AVENAR) |
| TALLER J. ESTEVE                      | C/ TALLERS, 4                     |
| TALLERES J. ELIAS                     | C/ BÒBILA, 14, (POL. L'AVENAR)    |
| <b>BARS MUSICALS</b>                  |                                   |
| BARÀ BEACH SURF BAR                   | C/ LLEVANT, 1                     |
| BEI-PERE                              | C/JOAN MIRO ,8                    |
| BUDDHA BEACH                          | C/ LLEVANT, 1                     |
| MONBASA CAFÉ - PUB COLONIAL           | C/ LLEVANT, 1                     |
| PIGGERY-THAI                          | PL. CATALUNYA, 4                  |
| SHISHA L'OUT                          | C/ DE L'AIGUA, 5                  |
| SUMMUM LOUNGE BAR CAFÈ&COPES          | PL. LUÍS DEL OLMO                 |
| SURFERS                               | PLATJA LLARGA                     |
| XANADÚ MUSIC BAR                      | PL. CATALUNYA, 7-8, L-6           |
| DIKENS TAVERNA FOOD. DRINKS AND MUSIC | C/ CERVANTES, 8                   |
| <b>BARS I RESTAURANTS</b>             |                                   |
| ARC Eat&Go.                           | CTRA. N-340, KM.1182              |
| CAL DIONI, RESTAURANT BRASERIA        | AV. ARC DE BERÀ, 3                |
| CAL ISIDRO                            | C/ GIRONA, 6-8                    |
| CAL ROS                               | C/ SÍNIA, 51                      |
| CAL SISQUET, RESTAURANT               | ROC DE SANT GAJETÀ                |
| CAMPING ARC DE BERÀ, BAR RESTAURANT   | CTRA. A-7, CÀMPING ARC DE BERÀ    |
| CAMPING PARK PLATJA BERÀ, RESTAURANT  | CAMPING PARK PLATJA BERÀ          |
| CAN ROIG, RESTAURANT                  | AV. BÈLGICA, 2                    |
| CASINO RODA DE BERÀ                   | PL. DELS PINS, 6                  |
| CHOKO RESTAURANT                      | ROC SANT GAJETÀ, CASA 6-7 BXS.    |
| CHOKO PIZZA                           | ROC                               |
| CHURRERIA 1 X 2, BAR BRASERIA         | C/ NOU, 44-46                     |
| DIVER ESPAI PIZZERIA -LLESQUERIA      | AV. AVENC 70                      |

|   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| EL RACO DE BERA                         | AV. REINA FABIOLA 54                  |
| EL PORT BAR CAFETERIA                   | LOCAL 12 PORT ESPORTIU                |
| EL RACO DE MAR                          | PLAÇA SANT JAUME 3                    |
| DÖNER KEBAP AMAR, BAR                   | PL. SANT JAUME                        |
| DÖNER KEBAP, BAR                        | C/ SANT ISIDRE, 35                    |
| EL NIU DEL ROC, BAR                     | PL. BORI TALLADA, 2                   |
| EL PATI, RESTAURANT                     | AV. DE LA PLATJA, 37                  |
| EL REFUGI, BAR                          | AV. SANT JORDI, 1, L-3                |
| EL ROC, BAR - FRANKFURT                 | AV. DEL MAR, 18, L-22 (PRINCEP VIANA) |
| EL TORREÓ, BAR RESTAURANT               | PLATJA LLARGA                         |
| FRANKFURT MAIKEL                        | PL. CATALUNYA, 7-8, L-3               |
| GALEÓN, BAR RESTAURANT                  | ROC DE SANT GAJETÀ                    |
| GINO LOWE, BAR                          | PL. SANT JAUME, 1-3                   |
| IBÉRICO, FRANKFURT - BAR                | PL. SANT JAUME, 1-3                   |
| LA BOTA, RESTAURANT                     | AV. BÈLGICA, 21                       |
| LA CUINA D'EN LEO, RESTAURANT PIZZERIA  | PL. SANT JAUME, 1-3                   |
| LA PETITA PIZZETA, BAR                  | PL. BORI TALLADA                      |
| LA TAVERNA-PUB                          | AV. AVENC, 12                         |
| LARIMAR, RESTAURANT                     | C/ ARC DE BARÀ, 3, L-3                |
| BISTRO BERÀ                             | AV. SANT JORDI, 38                    |
| L'AVINGUDA, ROSTISSERIA                 | AV. SANT JORDI, 12                    |
| LEO-CENTER, BAR CROISSANTERIA           | C/ SINIA, 45                          |
| LES GÜATLLES, RESTAURANT                | DARRERA ANTIGA ESTACIÓ RENFE          |
| L'OFICINA, PIZZERIA-CAFETERIA GELADERIA | PL. CATALUNYA, 5, L-2                 |
| LOS PINOS, RESTAURANT                   | ROC DE SANT GAJETÀ                    |
| MAR BLAU, RESTAURANT                    | PL. SANT JAUME, 1                     |
| MARIA MAR, BAR                          | PLATJA LA BARQUERA                    |
| MAYKELS FRANKFURT                       | PORT ESPORTIU                         |
| MÀXIM, PIZZERIA TRATTORIA               | AV. ARC DE BERÀ, 1                    |
| MC DONALD'S, RESTAURANT                 | C/ HISPANO SUIZA, 33-35               |
| MEDITERRANI, BAR RESTAURANT             | PL. MEDITERRANI, 1                    |
| NOU RODA, BAR RESTAURANT                | AV. SANT JORDI 12 P-2                 |
| OASIS PARK, BAR RESTAURANT              | PG. MARÍTIM, S/N                      |
| OKIWOK, RESTAURANT BUFFET               | AV. BÈLGICA, 22                       |
| ON ES WALLY                             | AV. SANT JORDI, 12, L-B               |
| PAIRAL CAFETERIA FORN                   | AV. SANT JORDI 13                     |
| PANAY, BAR RESTAURANT                   | C/ JOAN CARLES I, 8                   |
| PISCINAS, RESTAURANT                    | PL. OLÍMPICS, 2                       |
| PISCIS, BAR GELADERIA                   | AV. ENRIC BORRAS, 15                  |
| PREN-T'HO AMB CALMA, BAR CAFETERIA      | AV. SANT JORDI, 12, L-5               |
| EL POLÍGON                              | C/ COMERÇ 4                           |
| R H, BAR CAFETERIA                      | PLAÇA CATALUNYA, 1, L-1               |
| RACÓ DE RODA, BAR                       | PL. DR. PUJOL, 4, L-3                 |



|                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|
| RECONGRE, RESTAURANT        | C/ SANT SALVADOR, 16  |
| TENNIS BERÀ, RESTAURANT     | AV. REINA FABIOLA, 49 |
| TIPI-TAPAS, BAR             | AV. SANT JORDI, 38    |
| TRENTA-VUIT VIEJO           | C/ MIRAMAR 38         |
| TRENTA-VUIT, HAMBURGUESERIA | AV. SANT JORDI 1 L-3  |

Respecte als allotjaments, les dades són les següents:

- Hotels: 1 hotel, amb 14 places
- Càmpings: 3, amb 6.327 places
- Cases rurals: 1, amb 4 places
- Apartaments turístics, 187 unitats

## ➤ MUNICIPI DE VALLS

### 1. Context

Valls és un municipi de 25.156 habitants, capital de la comarca de l'Alt Camp, de 44.065 habitants, amb un total de 23 municipis. Els municipis més pròxims a Valls són els que presenten un cens més alt de població, en canvi, els més allunyats són els més despoblats. (2018, Idescat)

L'activitat principal de la comarca és la indústria, seguida dels serveis, l'alimentació i, com a quarta activitat econòmica, el comerç (segons dades del 2016, Idescat)

Culturalment, Valls és conegut per la seva tradició castellerà i com la ciutat d'origen del calçot de Valls. La plaça del Blat, plaça castellerà per excel·lència des d'on es poden sentir com enlloc les emocions i la rivalitat entre colles que, sobretot per Sant Joan i Santa Úrsula, la fan tan especial, ha estat l'espectadora privilegiada de la història bicentenària dels Xiquets de Valls, Km0 des d'on el fet casteller i els seus valors han crescut per tot el país fins a esdevenir imatge de Catalunya al món i Patrimoni Immaterial de la Humanitat per la Unesco.

Valls celebra altres festes tradicionals com els Tres Tombs, Santa Vallenca, les Decennals de la Mare de Déu de la Candela, i altres fires comercials, com la coneguda Firagost.

D'interès turístic que atreu molts visitants d'arreu és la festa del Calçot, o les diades castelleres de Santa Úrsula i Sant Joan.

Econòmicament la comarca presenta un PIB mitjà de 20.408€/habitant, sobre la mitjana de 23.074€/habitant de Catalunya. (2017, Idescat)

El centre comercial de Valls s'ha anat desplaçant en el temps, el centre comercial es trobava antigament al barri antic: Plaça del Blat, Carrer de la Cort, Plaça de l'Oli i carrers propers, que concentraven el comerç de proximitat, botigues d'alimentació, teixits, sabateries, etc. Amb els anys i a causa del creixement demogràfic, s'han obert noves zones comercials com el Carrer Avenir i el Carrer Vallvera, la Plaça de la Font de la Manxa i carrers annexos -actualment els més importants comercialment- on es troben coneguts supermercats com Mercadona o altres cadenes, La Sirena o Clarel, entre altres.

A nivell de grans centres comercials, destaquem:

- Mercadona, situat a la zona comercial del C/Vallvera.
- Carrefour, situat a la zona residencial de Santa Úrsula.
- Guissona al polígon de Valls.
- Esclat al polígon de Valls.

## 2. Observació comercial

Visualment es pot observar que Valls està patint el fenomen de la desertització comercial, sobretot en l'eix comercial del nucli antic, C/de la Cort, concretament a la part tocant a la Plaça del Blat, la Plaça de l'Oli i carrers adjacents. El motiu principal del tancament d'aquestes botigues són per jubilació i falta de relleu generacional. Observem locals antics, sense renovar i poc atractius per a la implementació de nous negocis. Aquesta zona presenta una degradació econòmica i demogràfica cada vegada més evident.

Els nous negocis s'han anat implantant a l'eix comercial del C/Avenir i C/Vallvera i la Plaça de la Font de la Manxa, zona d'afectació on també s'observen locals tancats, però són negocis que no han prosperat.

No obstant això, s'ha mantingut el comerç a la Plaça de la Font, i en carrers propers al C/Avenir i la Plaça de la Font de la Manxa, amb locals comercials renovats. També es poden observar locals buits de nous negocis que no han prosperat.

Es poden identificar diversos eixos comercials destacats:

- Nucli antic
- Avenir i Passeig Estació
- Abat Llord – Cor de Maria, Carretera Montblanc- Font de la Manxa
- Santa Úrsula

### *Evolució dels eixos comercials:*

#### *Nucli antic*

Al nucli antic, hi trobem el C/de la Cort, C/Forn Nou, C/Peixateria, C/Carnisseria, o les places del l'Oli, dels Alls o del Pati. En aquesta zona hi ha l'ajuntament, la biblioteca i l'església. Els carrers es caracteritzen per la seva poca amplada, alta densitat de locals comercials de petites dimensions regentats per empreses familiars, moltes d'elles per persones d'avançada edat. En general els locals no estan renovats i alguns presenten pèssimes condicions. Aquesta zona és l'antic eix comercial del municipi, on es concentrava el comerç de proximitat, botiges de queviures, carnisseries, peixateries, de calçat, merceries, roba, pastisseries, forns, farmàcies, etc.

El C/Germans Sant Gabriel és un nexa entre la part del nucli antic i la part del C/Avenir i el C/Jaume Huguet. Aquí hi ha comerços de dimensions grans (més de 100 m<sup>2</sup>), d'alimentació, roba, complements, serveis i restauració.

El Carrer de la Cort és del més destacat i reconegut comercialment, tot i que amb els anys va perdent, ja que els comerços van tancant o traslladant-se a noves zones comercials.

Actualment, en aquesta zona hi podem trobar, principalment, roba, complements, alimentació i alguns altres comerços al detall. La restauració no destaca en aquesta zona.

Malauradament, la desertització comercial d'aquesta zona, la manca de renovació immobiliària i la presència de nouvinguts residents al barri fan que la perspectiva sigui pessimista a curt termini.

### C/Avenir i Passeig de l'Estació

Els carrers principalment comercials són: C/Avenir, C/Vallvera, C/Bisbe de Palau, C/Xiquets de Valls, Ctra. del Pla i Passeig Estació. En aquesta zona els locals són més grans, i menys concentrats que al nucli antic. Són locals més nous i les empreses que els regenten també són més noves i dirigides per persones de mitjana edat.

Aquí hi ha rotació de comerços, en general es contempla menys desertització que al nucli antic. Els sectors dels comerços són: alimentació, roba i complements, principalment, sobretot al C/Avenir, Vallvera i voltants. Al Passeig

de l'Estació hi ha locals de més gran dimensió i els comerços són principalment de restauració i serveis.

#### Abat Llord - Cor de Maria, Carretera Montblanc - Font de la Manxa.

La zona de la Font de la Manxa engloba la Plaça de la Font de la Manxa, C/Jaume Huguet, Passeig dels Caputxins, la Ctra. Montblanc, el C/Abat Llord i C/ Miralbosc, principalment, i paral·lels.

El C/Abat Llord presenta diversitat de sectors comercials: alimentació, farmàcia, serveis, restauració, electrònica, etc. El C/Jaume Huguet, que és la continuació de la Plaça del Pati, presenta comerços mitjans, del sector de moda i complements, principalment.

En aquesta zona s'ha anat mantenint el comerç.

#### Santa Úrsula

El Barri de Santa Úrsula és als afores de Valls, seguint la Ctra. del Pla; els més comercials són el C/del Fornàs, i voltants, com C/dels Castells i C/ Rafel de Casanova.

En aquesta zona hi ha supermercat Aldi, Dia, i Lidl, i altres serveis, com la zona esportiva del Fornàs i una gasolinera. Aquesta zona és més residencial i els comerços que hi ha principalment són d'alimentació, serveis i restauració.

Les dimensions dels comerços són més grans que al nucli, de més de 80 o 100 m<sup>2</sup>.

No presenta desertització, ja que aquesta zona no és molt comercial, i es preveuen traspassos, però no tancaments.

L'Ajuntament de Valls ha fet recentment un estudi censal de locals ocupats i locals buits.

La màxima desertització es troba en el nucli antic, concretament als carrers Sant Antoni, C/Carnisseria, C/del Carme, C/Major, C/de la Cort, C/forn Nou, C/jacint Verdaguer, entre altres. Aquesta zona presenta el 47% dels locals comercials tancats del municipi.

|                |      |      |
|----------------|------|------|
| LOCALS OCUPATS | 818  | 67%  |
| LOCALS BUITS   | 401  | 33%  |
| TOTAL LOCALS   | 1219 | 100% |

| LOCALS OCUPATS | ACTIVITAT  |
|----------------|--|
| 316            | Comerç al detall                                 |
| 18             | Restauració, hostaleria                          |
| 215            | Serveis  |
| 169            | Altres activitats (associacions, educació, etc.) |

### 3. Associacionisme

La Unió de Botiguers de Valls és l'associació que actualment es denomina Comerç de Valls.

El 2016 va fer un canvi de junta, que va decidir canviar la denominació i integrar més comerços de la zona de l'Avenir. Aquesta nova direcció va millorar i innovar la dinamització, i va aprofitar els actes culturals de la ciutat per realitzar campanyes, així com millorar la comunicació i el màrqueting de l'associació i el comerç de Valls, incrementant la presència a la premsa i les xarxes socials.

Tot i la millora de la tasca de l'associació, la realitat del comerç és una altra, la desertització, les jubilacions i els tancaments. Del 2017 al 2019 hi ha una davallada de 19 socis aproximadament, passant de 118 socis a 99 actualment, cosa que representa el 16% de baixes. Aquestes dades corresponen a una fluctuació d'altres i baixes, per tant, es pot dir que hi ha un índex de baixes superior a 20 establiments.

Les zones on l'associació té més socis són el C/ de la Cort i el C/Avenir, les principals zones comercials del municipi, i les que actualment presenten més desertització, sobretot el nucli antic.

La percepció de futur de l'associació és pessimista; la desertització s'atribueix als nous hàbits de consum i de compra, a la manca de relleu generacional en els negocis, a l'encariment del manteniment dels comerços i les noves obertures, o a la degradació de les zones comercials poc atractives per a l'obertura de nous negocis.

#### 4. Elements a destacar

Evolució nombre d'habitants: Valls, capital de comarca, el 2017 presenta una població censada de 24.112 habitants i el 2018 de 24.156 habitants, és a dir, un 0,18% de creixement.

Evolució nombre de comerços: Segons les dades de la Generalitat, el 2016 hi havia 374 i el 2017, 378 establiments, i el 2018 presenta una disminució de 26 establiments que s'han tancat; queden 352 establiments, dada que representa una disminució 6,8% en un any.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda també s'ha reduït considerablement durant els 3 anys: el 2017 de 66.707 m<sup>2</sup>, el 2017 de 63.004 m<sup>2</sup> i el 2018, de 60.150 m<sup>2</sup>. Aquesta disminució en 3 anys és del 9,83%.

Evolució de la densitat comercial: El 2016 la densitat era de 15,40 establiments per cada 1.000 habitants, el 2017, com a conseqüència del petit augment dels establiments, la densitat és de 15,68 establiments per cada 1.000 habitants, i el 2018 presenta una reducció passant a 14,57 establiments/1.000 hab. Una reducció de 0,7% respecte al 2017.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: Valls no compta amb un centre comercial, però sí amb establiments de gran superfície, com supermercats o hipermercats. Dins de la TUC, hi ha supermercats, amb més superfícies com Mercadona, Carrefour, i Bonpreu; fora de la TUC i al polígon, BonArea, Esclat i basars xinesos.

La presència d'aquests supermercats, com Mercadona, són un reclam del comerç, per tant, a la seva zona d'influència hi ha molts comerços amb gran activitat i poc índex d'abandonament.

Presència de mercats municipals: El municipi no té un mercat municipal, sinó un mercat ambulant que munta les parades els dimecres i divendres. El mercat ambulant no sedentari suposa un moviment de compra important, el consumidor es desplaça de municipis més pròxims al mercat, tant per fer la compra de la fruita i verdura com de roba i complements. La presència del mercat potencia la compra en el comerç local, que és un punt d'atracció comercial.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

A Valls hi ha l'Associació del Comerç de Valls; és la responsable de la dinamització comercial del municipi i dels seus associats, tot i que només representa una part dels establiments. Per exemple, la fira de l'hivern, el fora estocs, tornada a l'escola, fira de rebaixes i campanyes peculiars, com Abril Cultural, Valls de Vins o Aparadors Castellans. Les accions que du a terme l'ajuntament són aprofitades per realitzar algunes campanyes temàtiques i promocionar el comerç local.

També compta amb l'associació de restauradors de Valls, una entitat que engloba els bar-restaurants del municipi i que també representa una part del sector. Aquests dinamitzen algunes campanyes.

La regidoria de Comerç de l'ajuntament, per altra banda, també realitza campanyes, tant conjuntament amb les associacions com per iniciativa individual de la regidoria.

Actualment el conveni entre l'ajuntament de Valls i el comerç de Valls és de 12.000€.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

És evident que la desertització comercial del municipi, la reducció de les compres, principalment a causa de la gran competència de l'e-comerç, acompanyat de l'augment de costos fixos, jubilacions i manca de relleu en els comerços, comporta l'abandó d'aquests darrers i la degradació de les zones comercials.

Altres motius per al tancament dels establiments són:



- Alt cost de lloguer
- Degradació de la zona comercial i la seva imatge, que deixa de ser atractiva per al visitant
- No adaptació a les tendències de compra
- Manca de formació

A més, hi ha una apatia per part del comerciant i un desànim general, que comporta un retrocés a l'hora d'afrontar els canvis del comerç i els nous reptes de futur.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

El tancament de botigues és una evidència i una tendència en alça, que implica la degradació de les zones comercials, en detriment de la seva imatge i la riquesa social i econòmica, i que afavoreix la inseguretat ciutadana.

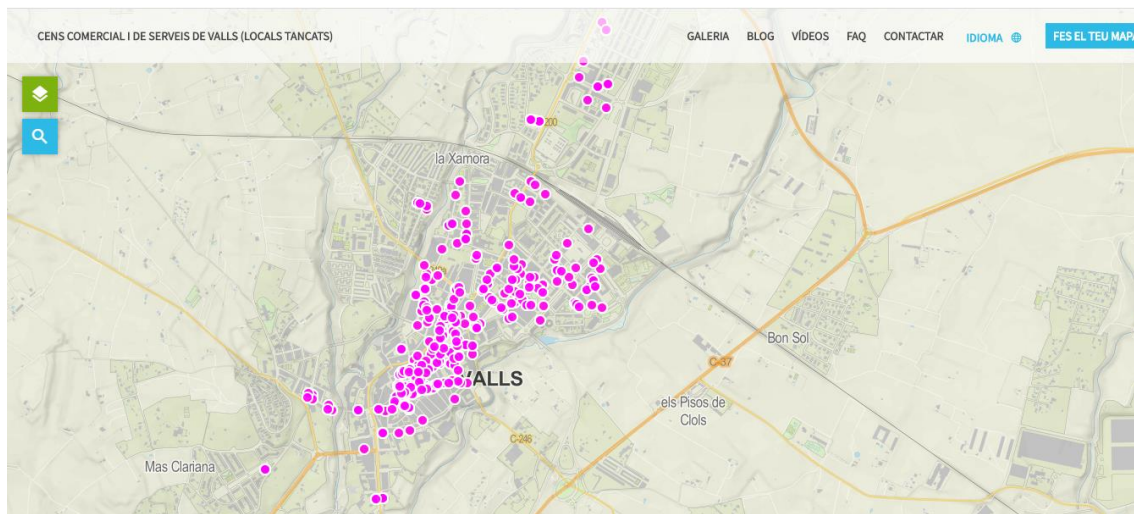
La realitat és generalitzada en molts municipis, i normalment coincideix amb zones comercials més antigues i amb necessitats de reformes per l'obertura de nous negocis.

Les propostes a les diferents problemàtiques:

- Crear un punt de creació i relleu del comerç per part de l'ajuntament o donar recursos a l'associació per impulsar el relleu i oferir informació de les possibles subvencions i la gestió dels traspassos, com negociació de lloguers i convenis amb constructores i instal·ladors.
- Atorgar subvencions per incentivar el relleu generacional i fer reformes i millorar els locals.
- Formació en noves tecnologies i noves tendències de compra i venda, presència en xarxes i comerç online.
- Per part de l'associació, detectar necessitats, incentivar l'associacionisme i realitzar noves campanyes per conscienciar els ciutadans, la compra del comerç local i evitar la desertització comercial, tant en el mateix municipi com als municipis del voltant que compren a Valls.

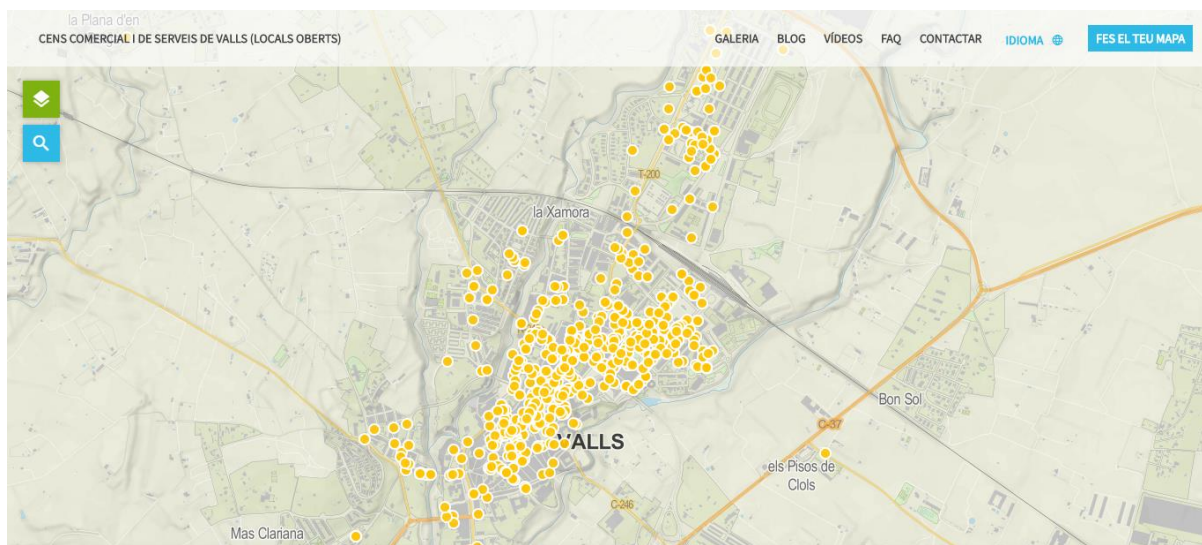
## ANNEX 2

### Locals tancats a Valls:



[https://www.instamaps.cat/instavisor/3d2c44b0f6d3097a579d0989232d198b/Cens\\_Comercial\\_i\\_de\\_Serveis\\_de\\_Valls\\_\(locals\\_tancats\).html#15/41.2891/1.2535](https://www.instamaps.cat/instavisor/3d2c44b0f6d3097a579d0989232d198b/Cens_Comercial_i_de_Serveis_de_Valls_(locals_tancats).html#15/41.2891/1.2535)

### Locals oberts a Valls:



<https://www.instamaps.cat/visor.html?businessid=2253cf3e0b1ea775433fd745d1a2ff39&3D=false>

## ❖ BAIX LLOBREGAT

### ➤ MUNICIPI DE CORBERA DE LLOBREGAT

#### 1. Context

Corbera de Llobregat està situada en el marge dret del riu Llobregat, a uns 342 m de altura. Té una superfície de 18,44 km<sup>2</sup>. El nucli modern, comercial i de serveis de Corbera se situa a la part meridional del terme, a la riba esquerra de la riera de Rafamans. Aquest nucli es coneix com Corbera Baixa. Temps enrere aquest nucli es diferenciava clarament del nucli històric, també conegut com Corbera Alta, que es desenvolupà al segle X entorn del castell i constituí el nucli originari de la vila mil·lenària. Trenta urbanitzacions repartides per tot el terme han convertit el municipi, tradicionalment de residències d'estiueig, en residències habituals.

Tenint en compte que té més de 30 urbanitzacions, el comerç ha estat sempre una activitat econòmica important per la seva capacitat de “fer poble” atraient activitat social i econòmica al seu voltant. Per contra, les grans superfícies comercials properes han creat noves vies ràpides d'accés i s'ha consolidat el creixement residencial en zones perifèriques en detriment de la trama urbana consolidada. També el comerç electrònic, que afecta enormement els processos de decisió de compra, i, en molts casos, la compra en si mateixa.

La manca de finançament i les barreres administratives s'han convertit en un obstacle moltes vegades insalvable perquè els emprenedors s'animin a començar un negoci. Tot plegat ha generat la desertització d'alguns carrers comercials.

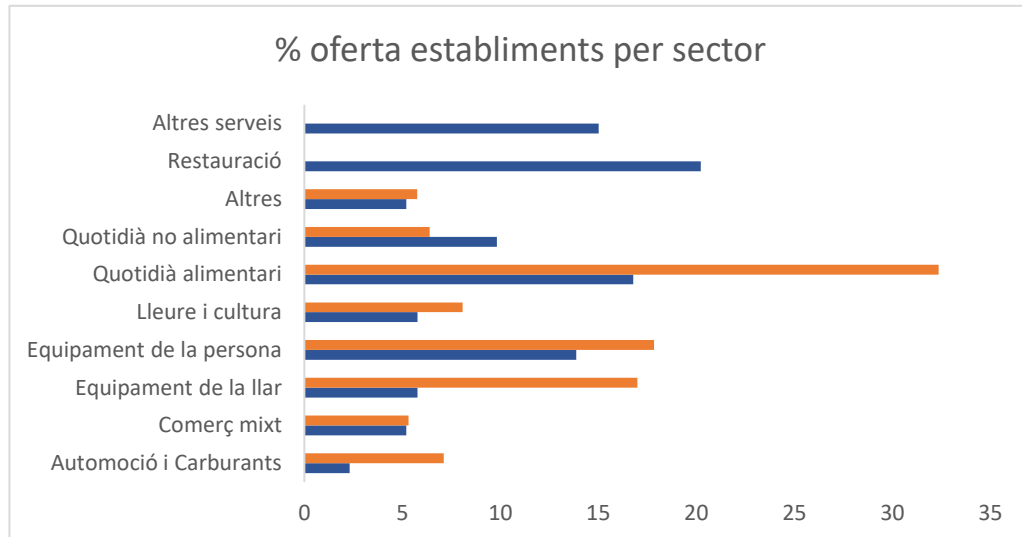
Amb la idea de pal·liar aquesta situació es va delimitar una àrea objecte de dinamització i transformació i que es va anomenar CÈNTRIC. L'any 2017 es va inaugurar aquest Centre Comercial a Cel Obert i entre l'Ajuntament i l'Associació de Comerciants i Empresaris de Corbera es va traçar un conjunt de polítiques comercials per integrar els establiments comercials i mantenir accions conjuntes per estimular el teixit empresarial local i fer-lo més competitiu. Entre d'altres, cal destacar una moratòria de 3 anys en la taxa d'ocupació de les terrasses i una rebaixa substancial en la taxa d'obertura d'un establiment comercial.

Actualment a la zona Cèntric (70 % dels establiments comercials del municipi) no s'hi aprecia un gran nivell de desertització comercial, però sí en altres zones de Corbera, on anteriorment hi havia hagut establiments comercials (Corbera Alta) i que, o bé han tancat o han buscat un local al Cèntric.

## 2. Observació comercial

| CORBERA DE LLOBREGAT        |                 | TOTAL      | LOCALS BUITS                  |
|-----------------------------|-----------------|------------|-------------------------------|
| ZONA                        | Local comercial | Local buit | Local amb potencial comercial |
| Cèntric                     | 153             | 23         | 16                            |
| Andreu Cerdà<br>(zona alta) | 31              | 11         | 2                             |
| Carrer Sant Jordi           | 13              | 5          | 3                             |
| Altres carrers              | 19              | 4          | 1                             |
| <b>TOTALS</b>               | <b>216</b>      | <b>43</b>  | <b>22</b>                     |

Tot i que la zona Cèntric (eix comercial) aglutina el 50% del total de locals buits, no s'hi aprecia un gran nivell de desertització comercial. Per contra, en la zona alta del municipi sí que s'aprecia una desertització de locals buits i que representa un 35% dels locals de la zona. L'orografia del municipi, amb una gran distància entre la zona alta i el Cèntric, que està a la zona baixa, més la manca de zona d'aparcaments i zona blava, fa que no sigui atractiu per als emprenedors obrir un negoci en aquesta zona. Tot i que durant els mesos de desembre i gener a la zona alta hi ha les representacions del Pessebre Vivent que visiten més de 25.000 persones de fora del municipi, no s'ha trobat la fórmula per fer que aquest gruix de visitants es quedi a la població.

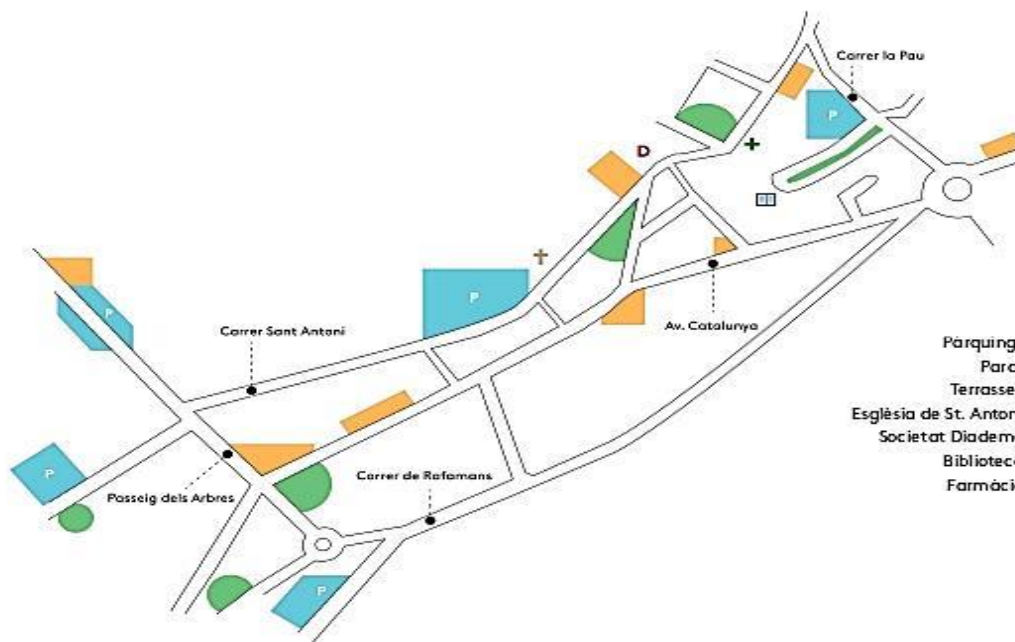


**% Corbera de Llobregat**    **% mitjana cens comercial Catalunya**

Pel que fa a la rotació mitjana dels establiments comercials de la zona Cèntric de Corbera de Llobregat, és d'uns 6 mesos. A la zona alta és molt més elevada, d'entre 1 i dos anys. Hi ha locals que porten molts anys tancats. Cal destacar que, en els darrers anys, si s'ha tancat un comerç, el proper establiment que ha obert ha estat del sector de serveis.

### 3. Associacionisme

En els darrers anys hi ha hagut un descens en el nombre d'associats, degut, majoritàriament, al tancament de botigues per falta de relleu generacional o per la situació econòmica actual. De totes maneres, sembla que en aquest any 2019 hi ha hagut alguna obertura més que s'ha incorporat a l'associació.



#### 4. Elements a destacar

Evolució habitants: La tendència en l'evolució dels habitants de Corbera de Llobregat ha anat, en els dos últims anys, clarament a l'alça. Ha augmentat en 475 persones fins a un total de 14.643 habitants, que representen el 3,5 % més.

Evolució nombre de comerços: De l'any 2016 al 2017 els comerços van augmentar un 7%, en canvi, del 2017 al 2018 els comerços van disminuir en 5 establiments.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda total en m<sup>2</sup> dels establiments comercials de Corbera de Llobregat és de 11.043 m<sup>2</sup>. Respecte als darrers anys, ha augmentat en un 17 %.

Evolució densitat comercial: En l'actualitat la densitat comercial del municipi és de 754 m<sup>2</sup>/1.000 habitants, un 130% menys que la mitjana de l'Àrea Metropolitana. Aquesta diferència tan gran respecte a la mitjana de l'AMB és deguda principalment al fet que en aquesta població hi ha més de 30 urbanitzacions i l'eix comercial està concentrat en el nucli urbà.

Centres comercials dins i fora del municipi: Corbera disposa d'un CAPRABO ubicat al límit de la Trama Urbana Consolidada. En el seu dia va suposar el

tancament d'algunes botigues d'alimentació dins del municipi, però actualment i tenint en compte els actuals 15.507 habitants de Corbera, resulta una oferta raonable.

D'altra banda, la proximitat d'un gran nombre de centres comercials al Baix Llobregat i la falta d'oferta del municipi fan que una gran majoria dels habitants de Corbera opti per fer la compra fora i això afecta negativament el conjunt dels establiments comercials. També comporta que els dissabtes a la tarda la majoria de botigues estiguin tancades, fet que s'intenta pal·liar des de l'Associació i Ajuntament amb actuacions per incentivar l'obertura dels locals en aquella franja, sense haver obtingut, fins ara, gaire èxit.

Mercat municipal: Corbera no té Mercat Municipal però sí un mercat no sedentari, que es desenvolupa cada dissabte amb unes 10 parades i està ubicat dins de l'Eix Comercial CÈNTRIC. El mercat ajuda a dinamitzar la resta de botigues.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament de Corbera de Llobregat i l'ACOPA van posar en marxa actuacions de dinamització i transformació de la zona comercial de Corbera de Llobregat d'acord amb els criteris del departament de desenvolupament econòmic, que es resumeixen en aquest tres punts:

- La delimitació de l'àrea objecte de les actuacions de dinamització i transformació de la zona comercial, susceptible de portar una política comercial conjunta a tots els establiments que en ella s'integrin, i que haurà de configurar-se com una concentració d'oferta significativa, tant des del punt de vista quantitatiu com qualitatiu.
- La definició d'instruments de cohesió i sensibilització al col·lectiu de comerciants i altres agents implicats, per tal d'assumir la necessitat d'integrar-se en l'execució de les actuacions de dinamització i transformació de la zona comercial de Corbera de Llobregat.
- Els objectius de les actuacions de dinamització i transformació de la zona comercial es concentren en el manteniment d'accions generals de dinamització comercial i estimulació del teixit empresarial local.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Es contemplen principalment els següents elements comuns per al conjunt de municipis del Baix Llobregat:

- Manca d'establiments potents dins dels eixos que facin de motor comercial (Bancs, Ajuntaments, Centre Cívic, gimnasos...)
- El tancament d'un comerç important i arrelat afecta molt negativament la zona.
- La falta de rotació d'aparcament i/o zona habilitada per aparcar incideix molt negativament a l'hora de decidir anar a la zona a comprar.
- La falta d'oferta comercial i/o d'oci incentiva la fuga de compres als centres comercials propers dins del Baix Llobregat.
- Les compres per internet afecten negativament, sobretot, el sector de l'equipament a la persona i a la llar, que disminueixen l'obertura de negocis d'aquests tipus.
- L'alt preu dels subministraments i els impostos ofeguen el petit comerciant i no fa atractiu obrir nous negocis.
- La manca de relleu generacional fa que es tanquin comerços emblemàtics dels municipis.
- Manca del prestigi del sector comercial que no fa atractiva l'obertura de negocis per part de la gent jove.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Des d'una perspectiva global, s'han analitzat diverses propostes de millora de la problemàtica desertització comercial del municipi:

- Realitzar actuacions per incentivar l'obertura dels establiments comercials els dissabtes a la tarda.
- Atorgar subvencions i/o incentivar l'obertura d'establiments en el sector on manqui oferta.



- Potenciar la idea que el turisme, la cultura i el comerç han d'anar de la mà. Des del consistori cal fomentar aquesta sinergia per tal d'optimitzar recursos perquè tots els sectors en surtin beneficiats.
- Ampliar de places d'aparcament a Corbera Alta.
- Fomentar el comerç de proximitat, sostenible i el consum responsable.
- Atorgar subvencions per a ocupació de locals buits i per a reforma de locals.
- S'ha de buscar la fórmula perquè les més de 25.000 persones que visiten el Pessebre Vivent es quedin a Corbera: coordinació turisme-comerç amb activitats que es complementin; oferta *packs* amb operadores; desestacionalitzar el Pessebre, buscant activitats relacionades amb aquest en altres dates.

## ➤ MUNICIPI DE PALLEJÀ

### 1. Context

Pallejà és un municipi de la comarca del Baix Llobregat que forma part de l'Àrea Metropolitana. Es troba a només 19 quilòmetres de Barcelona, una distància que li permet tenir els avantatges de la proximitat d'una gran ciutat i al mateix temps gaudir d'un entorn natural marcat pel riu Llobregat i la serralada litoral.

Delimita amb les poblacions de Castellbisbal, Corbera de Llobregat, la Palma de Cervelló, Sant Vicenç dels Horts, Molins de Rei i el Papiol. Actualment es troba dividit en tres barris: el nucli urbà, la Magina i Fontpineda, un sector residencial situat a l'oest del municipi. El transport públic -amb autobusos i FGC-, i l'accés per carretera a l'autovia A2 fan de Pallejà un poble ben comunicat amb el seu entorn.

Un important teixit associatiu i la participació ciutadana en la vida social, cultural i esportiva del municipi caracteritzen aquest poble que disposa també d'un important patrimoni: des d'edificis emblemàtics com el castell o la Molinada a paratges naturals com el massís de les Planes o la font de les Rovires.

### 2. Observació comercial

Inicialment el carrer amb més concentració comercial va ser el carrer Sant Isidre. Actualment tot i que encara hi queda algun comerç, els principals eixos comercials s'han desplaçat cap a la zona del Mercat Municipal, renovat l'any 2014 i que ha servit com a principal motor econòmic. Aquest fet ha millorat l'obertura de locals nous als carrers del voltant en detriment del carrer Sant Isidre on en l'actualitat s'aprecia una considerable desertització de locals.

Podríem diferenciar tres zones comercials:

#### *Carrer J. Molins Parera/Mercat Municipal*

En aquesta zona es concentra la majoria d'establiments comercials perquè és on hi ha el Mercat Municipal que fa de zona de pas per accedir al Mercadona. Majoritàriament hi ha establiments del sector de l'alimentació concentrats sobretot al carrer Església i carrer J. Molins Parera. Tot i que en aquest últim

darrerament hi s'han tancat alguns comerços, no s'aprecia gaire desertització de locals.

### *Av Generalitat/Prat de la Riba*

En aquesta zona es concentren majoritàriament establiments del sector de serveis. En l'actualitat, amb l'ampliació del BonÀrea, ha augmentat l'afluència de clients a la zona, de manera que s'hi concentren la majoria d'establiments en detriment de la resta de l'avinguda, on es nota considerablement la desertització de locals.

### *Av. 11 de setembre - zona esportiva*

En aquesta zona hi ha majoritàriament establiments del sector restauració, tot i que gràcies a una nova promoció immobiliària amb locals comercials als baixos han augmentat els locals comercials i han obert altres propostes comercials.



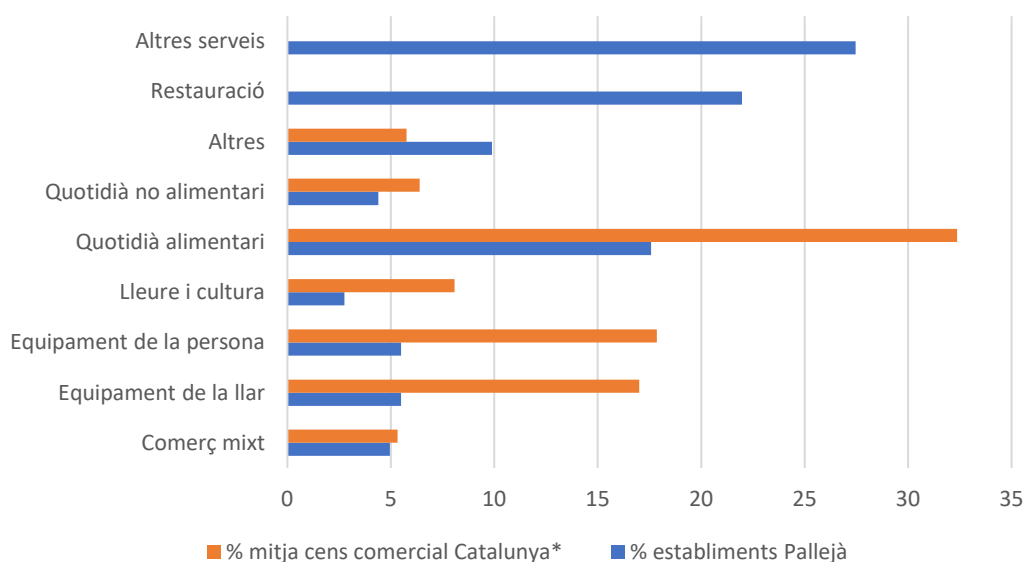
Com s'aprecia en la gràfica, la zona de l'Av. Generalitat/Prat de la Riba és on s'aprecia més quantitat de locals buits, concentrats principalment als extrems de la localitat i als carrers confrontats. La renovació del Mercat Municipal l'any

2014 amb la incorporació d'un Mercadona a l'interior va fer que els locals comercials s'apleguessin en els carrers més propers.

| <b>PALLEJÀ</b>                             |                          | <b>TOTAL</b>        |
|--|--------------------------|---------------------|
| <b>ZONA</b>                                | <b>Locals Comercials</b> | <b>Locals buits</b> |
| Carrer J. Molins Parera - Mercat Municipal | 35                       | 7                   |
| Av. Generalitat/Prat de la Riba            | 84                       | 29                  |
| Rambla Pau Casals - Zona esportiva         | 63                       | 13                  |
| <b>TOTALS</b>                              | <b>182</b>               | <b>49</b>           |

Tant a la zona del Mercat Municipal com a la del carrer 11 de setembre gairebé no s'aprecien locals buits, ja que és una zona molt transitada i amb equipaments públics i on hi ha ubicat el Bon Preu, que és un motor comercial important al municipi.

**% Establiments comercials per sector**



Pel que fa a la rotació mitjana dels establiments comercials a Pallejà, és d'uns 6 mesos. Cal destacar que en els darrers anys, si s'ha tancat un comerç el proper establiment que ha obert era del sector de serveis i/o comerç regentat per nousvinguts.

### 3. Associacionisme

En els darrers anys hi ha hagut un gran descens en el nombre d'associats, ja que el Mercat Municipal va crear una associació pròpia que va deixar d'estar vinculada a l'Associació de Comerciants. Això va suposar la baixa d'una desena d'establiments comercials. En l'actualitat el nombre d'associats està estancat però la previsió a curt termini és que baixi considerablement a causa, principalment, de la falta de relleu generacional.

### 4. Elements a destacar

Evolució habitants: La tendència en l'evolució dels habitants de Pallejà ha anat, en els dos últims anys, mínimament a l'alça. Augmentant en 70 persones fins a un total de 11.486 habitants, que representa el 0,85 % més.

Evolució nombre de comerços: De l'any 2016 al 2017 els comerços van augmentar un 7%, en canvi, del 2017 al 2018 van disminuir en 3 establiments.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda total en m<sup>2</sup> dels establiments comercials de Pallejà és de 13.017 m<sup>2</sup>. Respecte als darrers anys ha augmentat en un 4 %.

Evolució densitat comercial: En l'actualitat la densitat comercial del municipi és de 1.133 m<sup>2</sup>/1.000 habitants, un 36% menys sobre la mitjana de l'Àrea Metropolitana.

Centres comercials dins i fora del municipi: Pallejà disposa de grans supermercats: Bon Preu, Mercadona i un gran Bon Àrea. No fa gaire que s'ha obert un gran basar xinès de més de 150 m<sup>2</sup>. Aquest últim afecta molt negativament el petit comerç que no es dedica al sector de l'alimentació i ha influït considerablement en el tancament de botigues, alhora que ha estat un fre a l'obertura de noves activitats.

Per altra banda, la proximitat d'un gran nombre de centres comercials al Baix Llobregat i la falta d'oferta del municipi fa que una gran majoria dels habitants del municipi opti per fer la compra fora, i això afecta negativament el conjunt dels establiments comercials. També afecta en el fet que els dissabtes a la tarda la majoria de botigues estiguin tancades, cosa que s'intenta pal·liar des de

l'Associació i Ajuntament amb actuacions per incentivar l'obertura dels locals en aquella franja, sense obtenir, fins ara, gaire èxit.

Mercat municipal: Pallejà compta amb un Mercat Municipal fundat l'any 1986. L'any 2014 se'n va fer una important renovació gràcies a l'obertura d'un gran Mercadona en el seu espai. Compta amb 10 parades en l'interior destinades al sector de l'alimentació i 8 de serveis complementaris. Disposa de 196 places d'aparcament. Dins del Mercat l'ocupació de parades és total. L'activitat comercial es concentra majoritàriament divendres i dissabtes al matí

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament de Pallejà ofereix un suport de servei de suport a empreses i comerços amb l'objectiu de donar una atenció propera i personalitzada a les activitats econòmiques del municipi. Alguns exemples del servei de suport:

- S'organitzen accions per millorar i afavorir la competitivitat de les empreses, el comerç i el mercat.
- Es duen a terme accions adreçades a facilitar les gestions de les empreses, comerços i mercat amb l'Ajuntament, tant a nivell de tràmits com d'informació i assessorament, tant el de la fase de creació com el de consolidació i creixement.
- S'organitzen ponències i seminaris sobre actualitat empresarial.
- Es proporciona Informació i difusió sobre novetats legals, assessorament lingüístic a través del Servei de Català municipal.
- Suport a les fires locals.
- Directori d'empreses i comerços.
- Suport a les accions de dinamització comercial.
- Cessió d'espais per a entrevista i formació.
- Trobades empresarials: Networking, Cafès & Jobs.
- Informació d'ajuts i subvencions, i suport per tramitar-los.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Es contemplen principalment els següents elements comuns per al conjunt de municipis del Baix Llobregat:

- La falta d'oferta comercial i/o d'oci incentiva la fuga de compres als centres comercials propers dins del Baix Llobregat.
- Les compres per internet afecten negativament, sobretot, els sectors de l'equipament a la persona i a la llar, que disminueixen l'obertura de negocis d'aquests tipus.
- L'alt preu dels subministraments i els impostos ofeguen el petit comerciant i no fa atractiu obrir nous negocis.
- El preu del lloguer d'establiments comercials és molt elevat amb una mitjana de 900 €, fet que no ho fa atractiu per als emprenedors.
- Manca de prestigi del sector comercial que no fa atractiu l'obertura de negocis per part de la gent jove.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Des d'una perspectiva global, s'han analitzat diverses propostes de millora a la problemàtica desertització comercial del municipi:

- Realitzar actuacions per incentivar l'obertura dels establiments comercials els dissabtes a la tarda
- Atorgar subvencions i/o incentivar l'obertura d'establiments en el sector on manqui l'oferta.
- Potenciar la idea que el turisme, la cultura i el comerç han d'anar de la mà. Des del consistori cal fomentar aquesta sinergia per tal d'optimitzar recursos perquè tots els sectors en surtin beneficiats.
- Fomentar el comerç de proximitat, sostenible i el consum responsable.
- Agilitzar i facilitar els tràmits que s'han de fer a l'Ajuntament per a l'obertura de noves activitats.
- Negociar amb el propietari el preu dels lloguers, adequat segons el que cobren als pobles del voltant.
- Impulsar que les activitats culturals, d'oci, així com les decoracions nadalenques siguin visibles a la zona comercial.

## ➤ MUNICIPI DE SANT VICENÇ DELS HORTS

### 1. Context

El municipi de Sant Vicenç dels Horts es troba situat a la riba dreta del riu Llobregat, que a l'est el separa de Molins de Rei i Sant Feliu de Llobregat. Limita a l'oest amb les muntanyes de la serralada Litoral; al sud, amb la muntanya de Sant Antoni, que fa de frontera amb Torrelles de Llobregat i Santa Coloma de Cervelló, i al nord, amb la riera de Cervelló i el poble de Pallejà.

La major part del nucli urbà i de la seva població està ubicada en una franja allargada paral·lela al curs del riu Llobregat. Per la seva extensió, no té definit un sol eix comercial potent.

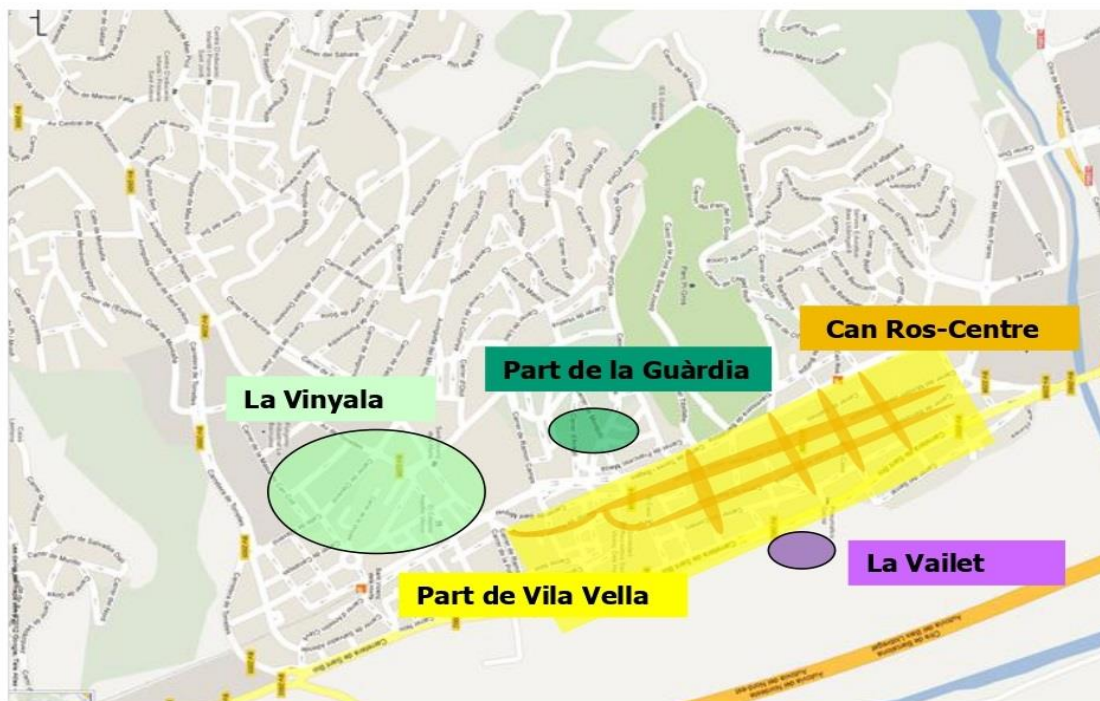
L'eix més central de la ciutat, on la concentració de comerç és més elevada, s'ha dividit en dues zones que s'han anomenat: Can Ros-Centre i part de Vila Vella. La zona de Can Ros, a partir de l'obertura d'una superfície comercial mitjana (Condis), va anar evolucionant en el carrer Mossèn Jacint Verdaguer, on actualment hi ha la major concentració de comerç del municipi. El Mercat de Sant Vicenç, actualment tancat i d'aproximadament 1.000 m<sup>2</sup> de superfície i dues plantes, és una oportunitat desaprovechada en plena zona comercial. No hi ha acord entre els propietaris per engegar cap projecte. La part de Vila Vella era on inicialment hi havia la major concentració de comerç i ha anat evolucionant amb els anys convertint-se en una zona pràcticament de serveis.

Respecte a la zona de la Vinyala, queden poques botigues obertes al barri, molts comerços de tota la vida han tancat. Des que va tancar l'entitat financera que hi havia i que generava moviment de gent, ha disminuït clientela i s'han produït tancaments de locals. Un altre factor important per a l'estat actual d'aquesta zona és l'obertura d'un gran Mercadona i un Aldi molt a prop.

La Vailet, en els seus inicis es va crear com a Mercat Municipal. Es van definir diferents espais diferenciats per sectors: gran supermercat, alimentació, equipament a la persona i la llar i finalment zona de restauració i oci. Actualment, per la falta de professionalització en la gestió i pel tancament de les botigues a causa de la crisi, s'ha convertit bàsicament en oferta de restauració i oci.



L'atractiu de centres comercials molt potents i propers a Sant Vicenç dels Horts i la proximitat i bona accessibilitat a Barcelona ha provocat un gran tancament de locals, sobretot a la zona de Vila Vella, on es percep més clarament la desertització comercial.



## 2. Observació comercial

| SANT VICENÇ DELS HORTS |                   |              |
|------------------------|-------------------|--------------|
| ZONA                   | Locals Comercials | Locals buits |
| Can Ros                | 208               | 68           |
| Vila Vella             | 68                | 37           |
| La Vinyala             | 50                | 43           |
| C.C. La Vailet         | 30                | 6            |
| La Guardia             | 5                 | 4            |
| <b>TOTALS</b>          | <b>361</b>        | <b>158</b>   |

Can Ros-Centre té censats un total de 144 botigues (majoritàriament als c. Mossèn J. Verdaguer i Barcelona), 30 serveis comercials i 34 establiments de

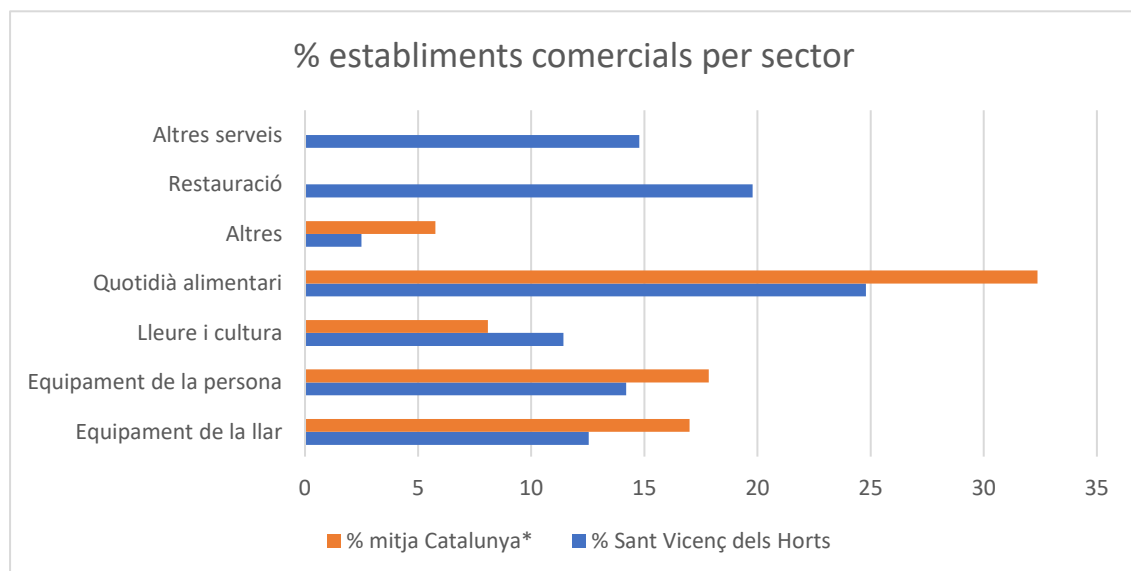
restauració. Com a punt negatiu cal assenyalar el nombre elevat de locals tancats, majoritàriament al carrer Barcelona. Amb un total de 68, s'aprecia bastant nivell de locals buits en aquesta zona.

**Vila Vella** té censats 31 botigues, 14 serveis comercials, 23 de restauració i 37 locals tancats. Els comerços es troben dispersos per la ctra. de Sant Boi i els diferents carrers que conformen la zona, és per això que no es nota tant el nivell de locals buits.

**La Vinyala** té censats 38 botigues, 5 serveis comercials, 7 establiments de restauració i 43 locals tancats. El Mercat de Llobregat ha tingut una davallada important de tancament de parades, cosa que en transmet una imatge desoladora. Igual que la resta de botigues de la zona que han quedat molt disperses dins del barri.

**C.C. la Vailet:** el centre comercial té censats 20 botigues, 3 serveis comercials, 7 de restauració i 6 locals tancats (majoritàriament en la part comercial). Actualment té més funció de zona d'oci que no comercial.

**La Guàrdia:** No es pot considerar una zona comercial, però com que queda distanciada de la resta del municipi té una funció de barri i l'hem considerat com a tal.



Disposa de 5 establiments comercials, majoritàriament restauració, i compta amb 4 locals buits.

Pel que fa a la rotació mitjana dels establiments comercials de Sant Vicenç dels Horts, depèn molt de la zona comercial a què es faci referència. Aproximadament la mitjana d' un any. Cal destacar que en els darrers anys, quan ha tancat un comerç, el proper establiment que ha obert ha estat un establiment comercial del sector de serveis i/o comerços amb titularitat de nouvinguts, especialment alimentació (pakistanesos) i basars i restauració (xinesos) que és la tendència actual i que devalua la qualitat i la imatge de la zona comercial.

Cal destacar que en l'actualitat, més del 50% dels establiments pertanyen al sector de serveis.

### **3. Associacionisme**

En els darrers anys hi ha hagut un descens en el nombre d'associats, degut, sobretot, al tancament de botigues per falta de relleu generacional o per la situació econòmica actual.

### **4. Elements a destacar**

Evolució habitants: De l'any 2016 al 2017 l'evolució de la població del municipi de Sant Vicenç dels Horts ha estat pràcticament nul·la, va augmentar en 21 persones.

Del 2017 al 2018, l'evolució ha estat negativa amb una disminució de 81 persones.

Evolució nombre de comerços: De l'any 2016 al 2017, els comerços van augmentar un 8%, en canvi, del 2017 al 2018 van disminuir en 2 establiments.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: La superfície de venda total en m<sup>2</sup> dels establiments comercials de Sant Vicenç dels Horts és de 42.485. Respecte als darrers anys ha augmentat en un 4%.

Evolució densitat comercial: En l'actualitat la densitat comercial del municipi és de 1.523 m<sup>2</sup>/1.000 habitants, un 15% menys sobre la mitja de l'Àrea Metropolitana.

Centres comercials dins i fora del municipi: Sant Vicenç no té cap centre comercial dins del municipi però a la part de la Vailet disposa d'un Caprabo i a la Ctra. de Torrelles (part nord de la Vinyala), un Mercadona i un Aldi.

Mercat municipal: Dins de la zona comercial de Can Ros hi ha un Mercat Municipal que fa més de 10 anys que està tancat i que afecta negativament la imatge del conjunt de l'eix comercial.

Dins de la zona comercial de la Vinyala hi ha el Mercat del Llobregat, que malauradament en els darrers anys han tancat les poques parades d'alimentació que tenia. Actualment queden dues parades d'alimentació i un restaurant.

Cal mencionar el mercat no sedentari denominat "el jueves" i que es fa setmanalment els dijous. És un motor que atrau un tipus de clientela i que dinamitza el comerç local.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament de Sant Vicenç dels Horts va presentar la campanya 'Fes Vida. Fes Vila'. Aquesta campanya de dinamització vol revitalitzar el teixit comercial amb diversos elements, com ara mobiliari urbà, banderoles, jardineres i pintura viària de colors.

El consistori va considerar que el centre del municipi, Vila Vella, era la zona amb un major potencial per relacionar-se, comprar, menjar i fer altres activitats. Per aconseguir aquest objectiu era necessari fer més amable l'entorn urbà, revitalitzar el teixit comercial i augmentar el flux de vianants/consumidors, creant un pol d'atracció relacional que convidi a la ciutadania a passejar, comprar i gaudir d'activitats lúdiques de manera tranquil·la i agradable.

Aquestes propostes de millora es fan arran de dos estudis realitzats per la Diputació de Barcelona els anys 2016 i 2017, sobre les possibilitats de disminució del flux de vehicles a motor i les possibilitats de dinamització comercial de Vila Vella. Sobre aquesta base, des del departament de Promoció Econòmica, es van impulsar l'execució d'un conjunt d'accions per la revitalització del teixit comercial i dels serveis d'aquest àmbit.

El projecte es va estructurar en tres eixos:

- Millora de l'entorn urbanístic , amb la instal·lació de mobiliari urbà modern, jardineres i pintura viària de colors.
- Difusió d'una imatge moderna per promocionar el comerç local: nou logotip i banderins indicadors de l'àmbit comercial de Vila Vella, tant als suports verticals instal·lats a tal efecte com als fanals dels carrers més comercials.
- Instal·lació de vinils amb il·lustracions als locals buits en lloguer o venda per tal d'estimular l'obertura de nous negocis.

#### **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Es contemplen principalment els següents elements comuns per al conjunt de municipis del Baix Llobregat:

- Manca d'establiments potents, dins dels eixos, que facin de motor comercial (Bancs, Ajuntaments, Centre Cívic, gimnàs...)
- El tancament d'un comerç important i arrelat afecta molt negativament la zona.
- La falta de rotació d'aparcament i/o zona habilitada per aparcar incideix molt negativament a l'hora de decidir anar a la zona a comprar.
- La falta d'oferta comercial i/o d'oci incentiva la fuga de compres als centres comercials propers del Baix Llobregat.
- Les compres per internet afecten negativament, sobretot els sectors de l'equipament a la persona i a la llar, que disminueixen l'obertura de negocis d'aquests tipus.
- L'alt preu dels subministraments i els impostos ofeguen el petit comerciant i no fa atractiu obrir nous negocis.
- La manca de relleu generacional fa que es tanquin comerços emblemàtics dels municipis.
- La manca del prestigi del sector comercial no fa atractiva l'obertura de negocis per part de la gent jove.

- La manca de finançament i les barreres administratives s'han convertit en un obstacle perquè els emprenedors s'animin a obrir un negoci.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Des d'una perspectiva global, s'han analitzat diverses propostes de millora per a la problemàtica desertització comercial del municipi:

- Reobrir el Mercat situat al carrer Barcelona, ja sigui com a mercat pròpiament o bé per a altres activitats comercials que generin negoci i dinamitzin el conjunt de l'eix comercial.
- Impulsar polítiques específiques per incentivar l'obertura d'establiments comercials a la zona de la Vinyala i Vila Vella. En aquesta última en els darrers mesos s'hi està iniciant la pacificació dels carrers més importants. Tenint en compte que a la zona hi ha molt poc comerç, desconexim quin impacte pot tenir, ja que la majoria dels establiments comercials que hi ha són del sector serveis.
- Reestructurar i renovar la zona comercial de la Vailet, d'acord amb les tendències actuals. La gestió d'aquest espai no ha estat la més adequada per dinamitzar amb èxit la zona.
- Adoptar una millora continuada de l'espai urbà: arranament de carrers, mobiliari urbà, així com l'enllumenat i manteniment i neteja de carrers.
- Ampliar les places d'aparcament, sobretot a la zona de Can Ros i específicament al carrer Jacint Verdaguer.
- Turisme, cultura i comerç han d'anar de la mà. Des del consistori, cal fomentar aquesta sinergia per tal d'optimitzar recursos perquè tots els sectors en surtin beneficiats.
- Fomentar el comerç de proximitat, sostenible i el consum responsable.
- Promoure accions per reduir la despesa corrent: estalvi energètic; el cànon d'aigua per als comerços no hauria de ser el mateix que el de la indústria.
- Atorgar subvencions per ocupar locals buits i potenciar l'obertura de nous negocis.

## ❖ VALLÈS OCCIDENTAL

### ➤ MUNICIPI DE SANT LLORENÇ SAVALL

#### 1. Context

Presenta un nucli de població ben definit i amb estructura d'edificació compacta al centre de la població, amb presència de comerç, serveis i restauració, però sense cap definició de trama urbana consolidada, ja que està sota el llindar de població marcada per la llei per tenir definida aquesta figura de planejament.

#### 2. Observació comercial

El comerç existent no s'agrupa de manera contigua en un carrer comercial, sinó que ho fa de forma dispersa dins el nucli de la població. El carrer Nou és l'únic carrer amb veritable vocació comercial. Sant Llorenç Savall és un municipi turístic que pot obrir en festius.

Al municipi hi ha censats 19 establiments amb una mitjana de 50 m<sup>2</sup> per establiment. El planejament urbanístic restringeix el desenvolupament comercial en zones residencials a locals de més de 100 m<sup>2</sup> de superfície. La majoria d'establiments se situen al nucli antic, i fan una funció de comerç de proximitat. El comerç més gran del municipi ocupa una superfície de 204 m<sup>2</sup>.

Les xifres dels darrers 3 anys a Sant Llorenç ens mostren un municipi estable quant a nombre de població i activitat comercial, tot i detectar-se una tendència lleugerament a la baixa.

| Sant Llorenç Savall           | 2016  | 2017  | 2018  |
|-------------------------------|-------|-------|-------|
| Població                      | 2.375 | 2.361 | 2.371 |
| Establiments                  | 23    | 20    | 20    |
| Superfície                    | 2.070 | 2.076 | 2.067 |
| Densitat m <sup>2</sup> /hab. | 0,871 | 0,879 | 0,871 |

| Sant Llorenç Savall | 2016   | 2017   | 2018  |
|---------------------|--------|--------|-------|
| Població            | 100,0% | 99,4%  | 99,8% |
| Establiments        | 100,0% | 87,0%  | 87,0% |
| Superfície          | 100,0% | 100,3% | 99,9% |

### 3. Associacionisme

Anys enrere havia tingut una associació de comerciants, fundada l'any 1997, però actualment està pràcticament desapareguda, atesa la manca de massa crítica i l'escassa política comercial que s'ha desenvolupat.

### 4. Elements a destacar

Els establiments per activitat són majoritàriament de quotidià, amb 12 establiments (9 d'alimentari i 3 de no alimentari), seguit per equipament de la llar (4) i equipament de la persona (2).

A Sant Llorenç no hi ha centres comercials a l'entorn i tampoc disposa de Mercat Municipal. El nombre d'establiments i la seva vocació de proximitat i servei als habitants expliquen l'estabilitat de l'oferta. En tractar-se d'un municipi en ple parc natural i amb accessos per carretera de corbes fa que el grau de contenció sigui prou elevat.

### 5. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats

Quant a propostes de millora cal estar atents, ja que es tracta d'un municipi sense TUC i amb zones industrials amb compatibilitat d'ús comercial que podrien suposar entre 620 (en escenari de baix creixement i 3.075 m<sup>2</sup> de nou sostre comercial en un escenari de creixement alt) i, per tant, seria "fàcil" la implantació d'una petita o mitjana superfície comercial de quotidià alimentari, fet que provocaria la desestabilització de l'oferta comercial existent en la trama urbana, ja de per si prou feble.



## ➤ MUNICIPI DE SENTMENAT

### 1. Context

Situat entre la Riera de Caldes i el Riu Ripoll, Sentmenat és un municipi molt industrialitzat amb diferents zones d'ús d'activitat econòmica inserides en una població de 8.818 habitants. És un dels municipis de la comarca que més s'ha expandit amb el desenvolupament de diferents zones residencials, així com en zones d'equipaments. A nivell comercial no hi ha una presència clara d'eixos comercials a excepció d'algun tram del passeig d'Anselm Clavé. La TUC del municipi cobreix la zona del centre urbà però no les urbanitzacions residencials de Can Canyameres i Pedra-Santa.

### 2. Observació comercial

Al municipi hi ha censats 114 establiments comercials, dels quals el 63%, 72, estan dins la TUC i 40 fora de la TUC.

Les xifres dels darrers tres anys ens mostren un municipi amb un ritme de creixement de població interessant acompanyat del creixement de l'activitat comercial.

| Sentmenat                     | 2016   | 2017   | 2018   |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| Població                      | 8.700  | 8.818  | 8.957  |
| Establiments                  | 86     | 94     | 99     |
| Superfície                    | 10.138 | 15.514 | 15.871 |
| Densitat m <sup>2</sup> /hab. | 1,165  | 1,759  | 1,771  |

| Sentmenat    | 2016   | 2017   | 2018   |
|--------------|--------|--------|--------|
| Població     | 100,0% | 101,4% | 103,0% |
| Establiments | 100,0% | 109,3% | 115,1% |
| Superfície   | 100,0% | 153,0% | 156,5% |

Els establiments per activitat són majoritàriament de quotidià amb 47 establiments amb 7.671 m<sup>2</sup> que representen el 48% de la superfície (40 d'alimentari amb 6.878 m<sup>2</sup> i 7 de no alimentari amb 793 m<sup>2</sup>), seguit per equipament de la llar, 16, i equipament de la persona, 11. Destaca automoció i carburants amb 18 establiments, que sumen un total de 6.301 m<sup>2</sup> i representen el 39% de la superfície de venda, la majoria (6.083) situat fora la TUC. Aquest fenomen d'automoció i carburants s'explicaria pel caràcter industrial del municipi, amb una forta presència de polígons industrials de molta activitat i ocupació.

### **3. Associacionisme**

Sentmenat compta amb una associació de comerciants força representativa amb una seixantena d'empreses associades que treballa amb l'objectiu de potenciar el desenvolupament de l'activitat comercial i de millorar la difusió i promoció de la seva oferta. Una de les seves activitats principals durant l'any és la Fira del Cargol, una fira multisectorial del comerç del municipi amb una forta tradició i una alta participació de comerços i també de visitants. Durant l'any també organitzen fora estocs i les activitats pròpies del calendari comercial.

### **4. Elements a destacar**

Sentmenat no disposa de centres comercials al municipi, i tampoc de Mercat Municipal. La major fuga comercial es produeix principalment cap a Sabadell, així com cap als municipis que capten la seva despesa comercialitzable, com Caldes i Castellar.

### **5. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Quant a propostes de millora, cal donar més suport a l'Associació de Comerciants i impulsar polítiques per afavorir nova oferta comercial en trama urbana, facilitant els processos administratius i promovent polítiques d'incentius a l'activitat comercial en trama urbana. A partir de l'estudi fet per la Taula de Comerç del Consell Comarcal del Vallès Occidental, no es preveu cap zona de

desenvolupament comercial dins de les zones d'activitat econòmica, mixta o residencial, però sí que es preveu, en cas de creixement de la demanda, un augment de metres comercials en un escenari baix de 2.653 m<sup>2</sup>, 5.306 m<sup>2</sup> en un escenari mitjà i de 9.433 m<sup>2</sup> en un escenari d'alta demanda. Aquest creixement potencial justificaria, com s'ha comentat, una sèrie de polítiques actives per concentrar l'escenari de creixement, cas que es produís, en la trama urbana.

## ➤ MUNICIPI DE PALAU-SOLITÀ I PLEGAMANS

### 1. Context

El municipi de Palau-solità i Plegamans compta amb 14.626 habitants i està situat a la riera de Caldes, al límit est de la comarca del Vallès Occidental. És un municipi amb molta extensió i amb molta dispersió de les àrees urbanitzades, amb una forta implantació i tradició industrial. En aquest sentit cal destacar que no existeix una continuïtat en trama urbana residencial.

Des del punt de vista comercial no existeix un centre que funcioni com a únic pol de serveis i d'activitat comercial, tot i que el principal gruix de l'activitat comercial es concentra a la carretera de Barcelona i, pròxima a aquesta, una tímida zona de vianants també dona cabuda a activitats comercials i de serveis.

### 2. Observació comercial

La mitjana de superfície dels establiments comercials del municipi és de 67m<sup>2</sup>.

Les xifres dels darrers tres anys ens mostren un municipi molt estable des del punt de vista del padró i, a excepció d'algun creixement comercial el 2017, també molt estable des del punt de vista de l'oferta comercial.

| Palau-solità i Plegamans      | 2016   | 2017   | 2018   |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| Població                      | 14.494 | 14.626 | 14.636 |
| Establiments                  | 191    | 207    | 207    |
| Superfície                    | 21.849 | 27.773 | 28.345 |
| Densitat m <sup>2</sup> /hab. | 1,507  | 1,898  | 1,936  |

| Palau-solità i Plegamans | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------|------|------|------|
|--------------------------|------|------|------|

|                     |        |        |        |
|---------------------|--------|--------|--------|
| <b>Població</b>     | 100,0% | 100,9% | 101,0% |
| <b>Establiments</b> | 100,0% | 108,4% | 108,4% |
| <b>Superfície</b>   | 100,0% | 127,1% | 129,7% |

L'activitat comercial presenta un bon mix, on el quotidià alimentari és el més representat (51 establiments), seguit d'equipament de la llar (50), lleure i cultura (32) i equipament de la persona (29). Dels municipis analitzats també és el que presenta una major densitat de m<sup>2</sup> comercials per nombre d'habitants, per tant, entre el mix comercial i la dotació és un municipi que té una bona contenció del consum atenent a la seva dimensió i la proximitat i influència de Granollers, Mollet i Sabadell.

### 3. Associacionisme

L'Associació de comerciants de Palau compta amb una llarga tradició i és molt activa, a més d'estar professionalitzada. Aplega una centena d'establiments i treballa amb l'objectiu de potenciar el desenvolupament de l'activitat comercial i de millorar la difusió i promoció de la seva oferta entre els conciutadans, atès que el terme és molt gran i disseminat. Una de les seves activitats principals durant l'any és la Fira comercial (COMERÇ FEST), una fira multisectorial del comerç del municipi amb una forta tradició i que és l'aparador per excel·lència del comerç local. Durant l'any també organitzen fora estocs i una important campanya de Nadal. Fan també formació i les activitats pròpies de promoció del calendari comercial.

### 4. Elements a destacar

A partir de l'estudi fet per la Taula de Comerç del Consell Comarcal del Vallès Occidental es preveu, en cas de creixement de la demanda, un augment de metres comercials en un escenari baix de 13.159 m<sup>2</sup>, 33.915 m<sup>2</sup> en un escenari mitjà i de 67.831m<sup>2</sup> en un escenari improbable d'alta demanda.

## 5. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats

En aquest sentit, com a proposta de millora caldria treballar amb l'oferta d'aparcament de rotació (tot i que està força resolt) per facilitar la permeabilitat i estada del resident dels nuclis allunyats del centre; a més caldria afavorir la concentració de l'oferta i millorar urbanísticament la "carretera". Finalment caldrà estar atents, en cas d'augment de la despesa comercialitzable de les famílies i/o d'un augment de la demanda de consum, a aconseguir que l'oferta que la pretengui satisfer s'implanti a la trama urbana i s'afegeixi, així, a la concentració comercial actual en el nucli antic (carretera i zona de vianants).

## ❖ VALLÈS ORIENTAL

### ➤ MUNICIPI DE SANTA EULÀLIA DE RONÇANA

#### 1. Context

Santa Eulàlia té una extensió de 14,2 km<sup>2</sup> i es troba a l'extrem occidental de la comarca del Vallès Oriental, a la conca del riu Tenes, al curs mitjà d'aquest afluent del Besòs. Els turons, les valls i les petites planes són elements que caracteritzen la nostra geografia. Santa Eulàlia disposa també d'altres accidents geogràfics relacionats amb indrets del poble: hi trobem fondalades profundes i estretes com les de Can Maset, Can Just o Sant Simplicí; serres i planes; però, sobretot, destaquen els torrents -se'n poden comptar fins a deu-, com ara el torrent del rector, el de l'Areny o el de Can Font. Tots ells porten les seves aigües al riu Tenes, que corre longitudinalment per la part oriental del poble.

Santa Eulàlia no ha tingut mai un nucli urbà que permetés la seva localització, la seva silueta no es pot distingir des de lluny i no hi ha una única carretera que hi porti. Des d'antic la població ha viscut dispersa, escampada entre les planes, les serres i els torrents. Les velles masies aïllades recollien i protegien els homes i les dones que hi vivien. Durant centenars d'anys, les persones es van identificar primer respecte a la casa d'on eren fills, i després respecte a la parròquia on celebraven els actes més importants de la seva vida. La seva identificació amb estructures més impersonals era força difícil, tot i que també existien.

L'any 1958 es va iniciar un procés urbanitzador i transformador que encara continua avui. Si bé és cert que abans dels seixanta ja existien uns petits nuclis urbans, o si més no unes agrupacions de cases, que van permetre l'aparició dels barris tradicionals de Santa Eulàlia entorn del Rieral, la Sagrera, Sant Cristòfol, el Serrat, la Serra, la Vall o el Bonaire, i si bé també és cert que les primeres cases residencials es van aixecar als anys trenta, quan algunes famílies barcelonines es van enamorar d'aquests paratges, la veritable transformació del nostre municipi va esdevenir fa prop de quaranta anys. Durant un període d'eufòria econòmica i sense el més mínim control, Santa Eulàlia va començar a esdevenir allò que avui és. Es va iniciar la construcció de torres i xalets a prop del riu Tenes i poc després van començar a aparèixer les primeres urbanitzacions, com Sant Isidre o Can Sabater.

Els nous habitants del poble havien de fer algun sacrifici, ja que les urbanitzacions no disposaven de la infraestructura necessària (sense asfalt als carrers, sense enllumenat públic o sense serveis de neteja). Tot i això el ritme de transformació va ser trepidant. Algunes xifres ens poden ajudar a comprendre la magnitud dels canvis que s'estaven esdevenint: entre el 1960 i el 1970 es van arribar a vendre més de 2.000 parcel·les, i en poc temps es van instal·lar més de 20 urbanitzacions al poble que, cal recordar-ho, no arriba als 14 km<sup>2</sup>.

## 2. Observació comercial

*Nivell apreciatiu de desertització comercial.*

S'aprecien alguns locals buits, a la carretera de Barcelona i carrers transversals. En aquests últims és on es fa més palès (Pg. Francesc Macià). Actualment, la carretera concentra el gruix de comerç al municipi i és la via que connecta el municipi amb Caldes de Montbui, l'Ametlla del Vallès, Granollers o Lliçà de Munt, i és per tant molt transitada. Hi ha aparcament de superfície, de rotació amb disc horari, cosa que facilita la mobilitat en vehicle privat des d'altres municipis.

*Identificació d'eixos comercials del municipi.*



L'eix principal és actualment la ctra. de Barcelona, amb comerços a les dues bandes de la via. L'altre nucli és el casc antic, ubicat a la part més elevada del municipi i a uns 2 km de distància de la ctra. de Barcelona. Aquest nucli ha anat deixant pas a la ctra. de Barcelona en importància comercial. Al casc antic



predominen els serveis. Als carrers transversals de la carretera de Barcelona i al carrer paral·lel a la ctra. Pg. Francesc Macià també trobem comerç.

### 3. Associacionisme

Ronçana Comerç Actiu és una associació activa amb una junta implicada i consolidada i amb un nivell d'activitat considerable. Disposen de professional a temps parcial. El seu nombre de socis és estable, al voltant d'uns 80 establiments (inclou serveis i restauració, que suposen un 70% del total de socis). La dificultat en la seva gestió rau en el fet que els dos nuclis del municipi, carretera de Barcelona i casc antic, estan a uns 2 km de distància i són buits de trama urbana, per la qual cosa es genera una discontinuïtat comercial insalvable. Excepte 4 o 5 establiments, els socis de l'entitat es troben a la carretera.

### 4. Elements a destacar

El comerç del municipi no mostra preocupació pels locals buits.

A continuació, s'insereixen fotos d'alguns dels locals buits que s'han trobat:

*Nucli antic:*



*Ctra. de Barcelona:*



*Pg. Francesc Macià:*



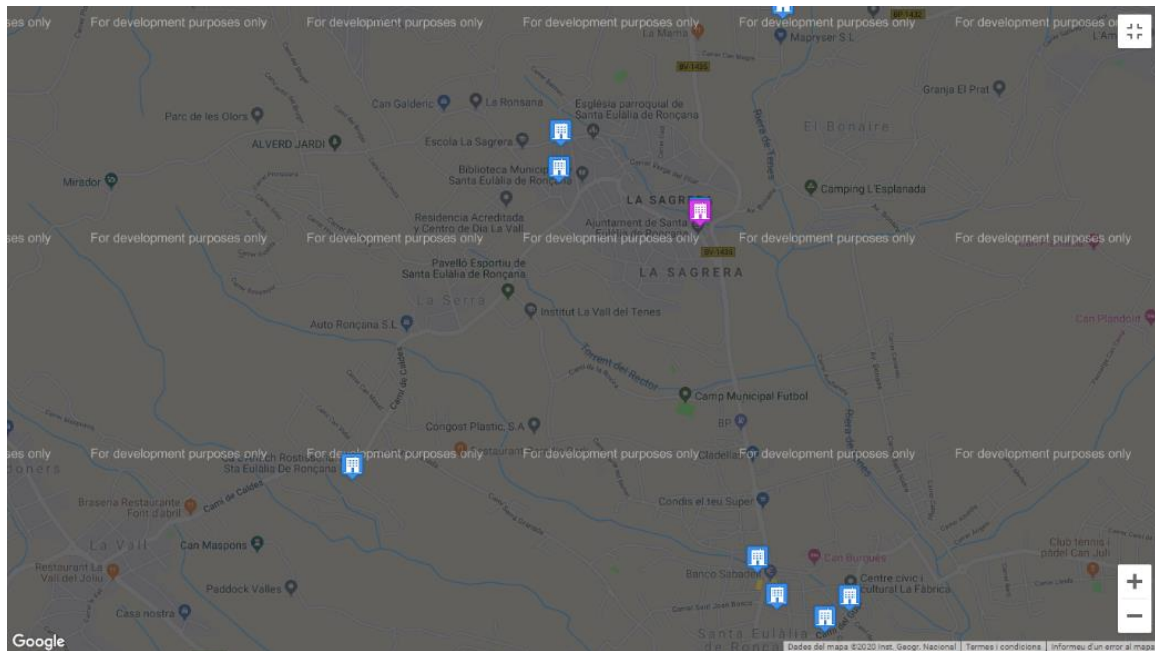
Pel que fa a la rotació comercial, segons el consistori sí que es percep rotació comercial, sobretot al sector de la restauració, però també al comerç. Segons expliquen, hi ha un degoteig de trasllats de comerços situats a prop de la carretera cap a la mateixa carretera quan algun establiment es queda buit. És per aquest motiu, afirmen, que carrers com el Passeig Francesc Macià tenen tendència a desertitzar-se, i l'activitat comercial es concentra a la carretera de Barcelona, on hi ha més trànsit de persones.

### *Dades dels establiments comercials al municipi*

Del web de l'Ajuntament extraïem la següent informació sobre les activitats econòmiques al municipi. De la classificació establerta, costa disgregar comerç de restauració i servei, però *grosso modo* podríem dir que el comerç estaria entre 50-55 establiments.



Hi ha 9 locals buits, segons dades del web de l'Ajuntament. Malgrat indicar any 2015 (és quan es va començar a portar el control), segons Promoció Econòmica són dades que es van actualitzant de forma periòdica.



Evolució nombre d'habitants: La població 2019 ha augmentat, i és de 7.288 habitants, en comparació a la població el 2018, que era de 7.192 hab.

Evolució nombre de comerços: Segons dades de la Generalitat, el 2018 hi havia 53 comerços. Veient la classificació d'activitats econòmiques al web de l'ajuntament, encara que no es pot concretar amb exactitud, es pot considerar que la xifra actual deu estar al voltant dels 55 comerços.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: No es disposa d'aquesta dada. Al 2018, 6.572 m<sup>2</sup>, segons dades de l'últim cens de la Generalitat.

Evolució densitat comercial: No es disposa d'aquesta dada. El 2018, 7,37, segons dades de l'últim cens de la Generalitat.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: No hi ha centres comercials a l'entorn. Dins de la TUC hi ha el supermercat Condis. Les superfícies mitjanes tipus Mercadona, etc., es troben fora del terme municipal analitzat.

Presència de mercats municipals. Efecte sobre el comerç del municipi: a Sta. Eulàlia no hi ha Mercat municipal. Sí que se celebra un mercat de venda no sedentària els dissabtes, a la zona de la ctra. de Barcelona.

Nombre de parades: 20

Funciona com a element dinamitzador? No, l'Ajuntament va realitzar un estudi a càrrec de la Diputació de Barcelona per valorar la reubicació del Mercat, així com la possible acció conjunta de Mercat i comerç.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament no disposa de plans de dinamització comercial. Confien la tasca de dinamització en Ronçana Comerç Actiu, entitat amb la qual col·laboren de manera fluida.

Enguany tenen previst, gràcies a un conveni a tres bandes entre Ronçana Comerç Actiu, Diputació i Ajuntament, subvencionar l'entitat amb 5 mil euros destinats a estructura (2.500 euros cada entitat).

## ➤ MUNICIPI DE CALDES DE MONTBUI

### 1. Context

Caldes de Montbui és una vila que, a poc més de 25 km de Barcelona, gira des de temps remots entorn de l'aigua calenta. Té el privilegi de ser el primer poble termal de Catalunya i de posseir les termes romanes més ben conservades de la península Ibèrica. Aquest atractiu es completa amb altres al·licients que fan de la vila termal un centre turístic, cultural, esportiu i natural. Disposa d'una bona situació geogràfica, un clima suau i unes aigües que brollen a 74°C de temperatura, una de les més elevades d'Europa. Aquestes estadístiques han configurat la vida d'aquesta població de 15.536 habitants segons el cens de l'any 2005.

El centre del nucli antic està situat a la plaça de la Font del Lleó, seu de l'Ajuntament, les termes romanes i la Font del Lleó. La plaça comparteix protagonisme amb la Plaça de l'Àngel, situada entre el carrer Major i el de Pi i Margall, on realment està situat el cor comercial i social de la població.

Caldes de Montbui està situat a la comarca del Vallès Oriental, al límit amb el Vallès Occidental. Creix en part sobre la plana i en part sobre la serralada septentrional que tanca la comarca vers el nord (el pic del Vent o de Sant Sebastià, i el Farell, de 805 m). És travessat, de nord a sud, per la riera de Caldes, que envolta la població i conflueix amb diversitat de torrenteres. Però, sens dubte, el més destacat de la seva hidrologia són els seus afloraments d'aigües minerals i termals, condicionats per les fractures i plegaments propis de la seva geologia particular. Amb presència econòmica dels tres sectors de producció segueix progressant, però, la tendència general cap a la terciarització professional i un abandonament sistemàtic del treball agrícola. No és aliena a aquesta inversió econòmica la revitalització de la funció balneària i, consegüentment, també turística de la vila.

Dos eixos de comunicació principals travessen el terme municipal, en el sentit dels quatre punts cardinals: nord del Vallès amb Mollet-Barcelona, i Granollers amb Sabadell-Terrassa. A més, el mateix nucli urbà de Caldes està situat en l'encreuament de les vies de comunicació entre Mollet-Centelles i Terrassa-

Granollers. Té també una important empresa de transport de viatgers (companyia Sagalés), gràcies a aquesta ubicació privilegiada com a enllaç de camins, i a les seves històriques empreses de diligències que voltaven per tota la comarca. Tanmateix, com que resta al marge, com a ciutat, dels grans eixos viaris-econòmics que han donat el gran auge industrial de tota la zona del Vallès, i malgrat el seu creixement constant, no ha patit el gran impacte demogràfic i industrial d'altres nuclis de la zona; s'ha mantingut com una població mitjana i amb poca influència sobre els municipis veïns.

El topònim del municipi, Caldes de Montbui, dona fe de l'establiment romà de les termes, com ha estat freqüent a Catalunya: Caldes de Malavella, Caldes de Boí o Caldes d'Estrac en són alguns dels exemples. L'existència d'aquest element termal és un dels millors indicis de la importància de la romanització a casa nostra. Caldes va formar part de la sotsvegueria del Vallès i de la vegueria de Barcelona fins al 1716. Entre els anys 1716 i 1833, Caldes estigué integrat en el corregiment de Mataró, i en crear-se la divisió provincial del 1833 passà a formar part de la província de Barcelona.

## 2. Observació comercial

### *Nivell apreciatiu de desertització comercial*

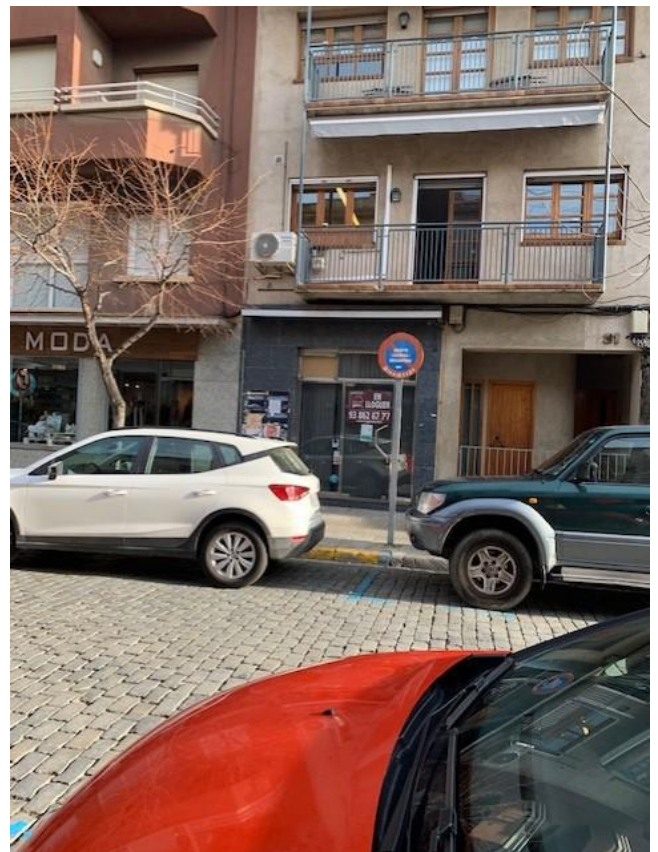
S'aprecien locals buits a tots els carrers del municipi, també a l'eix principal de més densitat comercial que és Pi i Margall. Els dos eixos que més evidencien aquesta situació són el C/Major i el C/Forn, tots dos situats al nucli antic.

Les següents fotos documenten els locals que s'han trobat buits en la visita del dia 14/12:

### *Av. Pi i Margall*

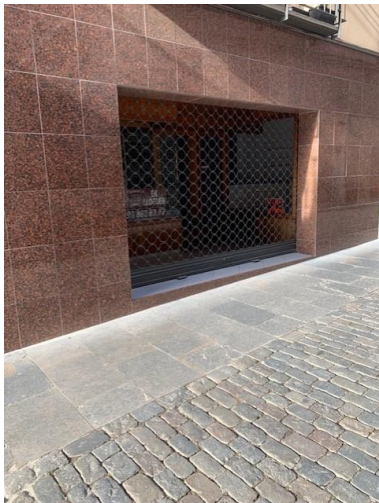


C/ Major





*C/Forn*



*Pl. Font del Lleó*



*C/Font i Boet*



*Pl. de Moreu*



*C/Montserrat*



*Identificació d'eixos comercials del municipi*

- Av. Pi i Margall.
- C/Montserrat (transversal de Pi i Margall).
- C/Fontcuberta.
- C/Forn.
- C/Major (continuació de Pi i Margall).



### 3. Associacionisme

Al municipi existeixen dues entitats de comerç que conformen el teixit associatiu comercial del municipi, una és la Unió de Comerciants i Industrials de Caldes (UCIC) i l'altre l'Associació de Veïns i Comerciants del Casc Antic de Caldes de Montbui.

A les dues associacions hi ha un descens d'establiments comercials adherits. UCIC té 130 establiments comercials, sobre tot situats a l'av. Pi i Margall, i al c/Montserrat i Fontcuberta.

Pel que fa l'Associació de Veïns i Comerciants del Casc Antic de Caldes de Montbui, no es disposa de dades sobre el nombre de socis, però també és una xifra en descens.

### 4. Elements a destacar

Rotació comercial dels establiments: Pi i Margall té una rotació comercial mitjana, segons la UCIC. En canvi, els locals del nucli antic pateixen una desocupació de més llarga durada.

Dades establiments comercials al municipi (actius vs. buits): Segons dades de l'ajuntament, el comerç al detall és de 207 comerços. Dades sobre locals buits, no se'n disposa. Però per la visita al municipi, s'estima que podrien ser al voltant de 35 locals buits.

Evolució nombre d'habitants: Segons cens de la Generalitat, el 2018: 17.449. El 2019, Idescat: 17.554.

Evolució nombre de comerços: Segons cens de la Generalitat, el 2018: 245. El 2019, segons Ajuntament: 207

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: Segons cens de la Generalitat, el 2018: 33.952. El 2019: no es disposa de dades, però per correspondència amb el descens de nombre de comerços, l'estimació hauria de ser a la baixa.

Evolució densitat comercial: Segons cens de la Generalitat, el 2018: 14,04. El 2019: no es disposa de dades, però es fa la mateixa reflexió que al punt anterior.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: No hi ha centres comercials. Però sí que hi ha establiments de superfície mitjana com Mercadona, Dia i Condis Express (TUC) i al principi de Pi i Margall, es troben agrupats: Caprabo, la Sirena, Ametller Origen i BonÀrea.

Presència de mercats municipals: No hi ha Mercat Municipal a Caldes. Sí que hi ha mercat de venda no sedentària, que es fa en dimarts a la zona del centre. Segons les associacions, actuen com a motor de dinamització.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

L'Ajuntament de Caldes de Montbui és molt actiu donant molt suport al comerç del municipi, tant a través de les associacions com de manera directa o actuant via Regidoria de Turisme.

L'any 2019, l'Ajuntament ha creat una Taula de Comerç que va ser impulsada per PIMEComerç, en què els comerciants han treballat sobre les prioritats del comerç de proximitat. Des del consistori estan impulsant les accions resultants del treball de la taula, com és la marca de comerç o el projecte d'un *market place* municipal.

Destina recursos econòmics via subvenció només a la UCIC, ja que el casc antic depèn de la Regidoria de Cultura, donat que aplega tant veïns com comerciants.

La Regidoria de Desenvolupament Econòmic està formada per la regidora, la cap d'àrea i una tècnic d'emprenedoria i empresa.

## ➤ MUNICIPI DE CARDEDEU

### 1. Context

El municipi, que té una extensió de 12,89 km<sup>2</sup>, està emplaçat en plena depressió prelitoral, entre la serralada litoral i el massís del Montseny. És travessat per la riera de Vallfornès, coneguda més popularment com a riera de Cànoves, afluent del Mogent que, alhora, és afluent del Besòs. El punt més elevat del municipi està situat al nord-oest del terme, prop de l'ermita de Sant Hilari (310 m), mentre que el més baix és al sud, a la vall del riu Mogent (155 m); l'altitud mitjana de la vila és, doncs, de 198 m sobre el nivell del mar. La longitud màxima és, de nord a sud, de 6,3 km i, d'est a oest, de 3,7 km.

El terme municipal limita, al nord, amb Cànoves i Samalús i, a un punt conegut com la Pedra Foradada, amb Sant Pere de Vilamajor; a llevant, amb Sant Antoni de Vilamajor a través del veïnat de Sant Julià d'Alfou; al sud-est, amb Llinars del Vallès; al sud-oest, amb la Roca del Vallès (veïnats de Santa Agnès de Malanyanes, el Castell de Bell-lloc i el Manso de Vilalba); i al nord-oest, amb les Franqueses del Vallès a través dels veïnats de Marata i Corró d'Amunt.

Distant 9 km de la capital de comarca, Granollers, i 38 km de Barcelona, Cardedeu és un poble molt accessible perquè compta amb un gran nombre de vies de comunicació, com ara l'autopista AP-7 (sortida 12, Cardedeu - la Roca), la carretera comarcal C-251 que travessa el nucli urbà, la C-35 (variant de Cardedeu i Llinars del Vallès), i les carreteres locals a Cànoves, Dosrius i la Roca del Vallès. La vila també és zona de pas de la via ferroviària Barcelona - Portbou, s'hi aturen combois de la línia R2 Nord de Rodalies cada deu minuts al matí i cada mitja hora la resta del dia.

El paisatge circumdant, tot i que actualment es troba força urbanitzat, encara conserva les característiques pròpies de la plana vallesana amb una zona, coneguda com el Rial, a l'est de la riera, dominada per conreus cerealistes i explotacions ramaderes; a ponent, el terreny, de característiques argiloses, és més elevat i el paisatge és dominat per valls suaus i petits turons que configuren un mosaic de camps i retalls de bosc mediterrani; al sud, on predomina un paisatge densament urbanitzat, hi ha el polígon industrial Sud, la carena del parc de la Serreta, la vall del riu Mogent i l'autopista AP-7.

## 2. Observació comercial

### *Nivell apreciatiu de desertització comercial*

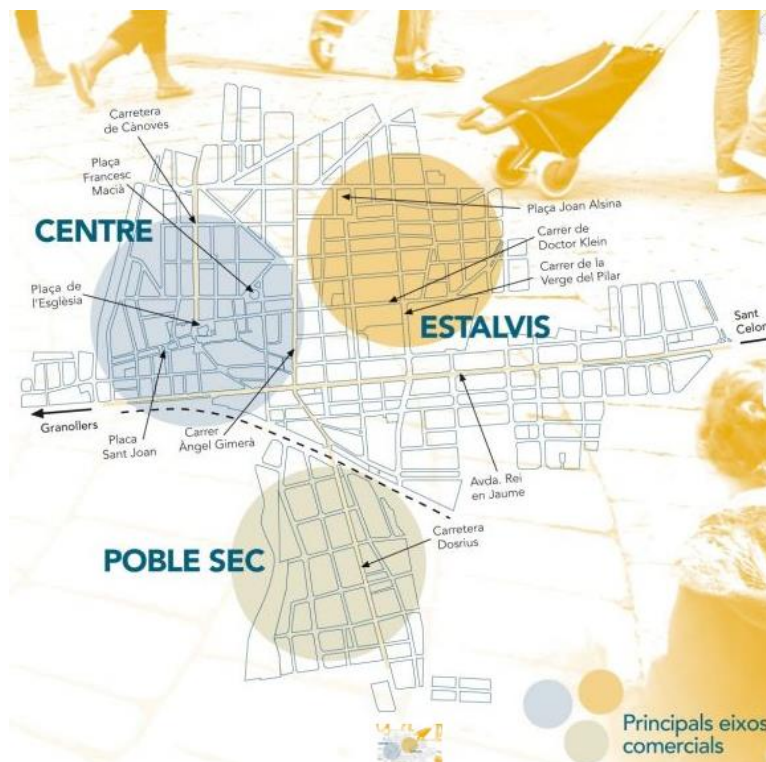
Es detecten alguns locals buits a pràcticament tots els eixos comercials del municipi, però on s'aprecia un inici de desertització és a la carretera, Av. del Rei en Jaume, un carrer on tradicionalment s'ubicaven els establiments de serveis.

### *Identificació d'eixos comercials del municipi*

En conversa amb associació i ajuntament, s'identifiquen com a eixos principals del municipi:

- Nucli antic-C/Dr. Klein
- Pl. Joan Alsina
- C/Verge del Pilar
- Ctra. Dosrius-Av. Àngel Guimerà
- Av. del Rei en Jaume

A continuació, incloem un mapa per zones comercials amb els que es consideren els eixos comercials principals del municipi:



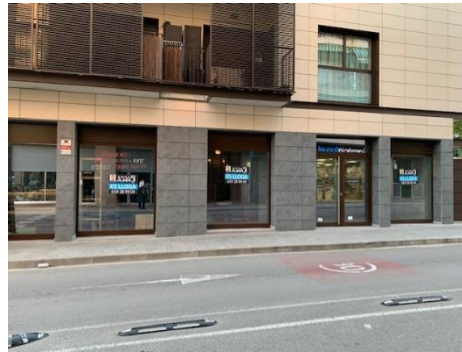
*Percepció del comerç de municipi*

El comerç del municipi té la percepció de que hi ha locals tancats a totes les zones comercials. S'han pres algunes fotografies que il·lustren aquesta percepció:

*C/Verge del Pilar i carrerons transversals:*



Local Viajes Tejedor, tancat.



*Av. del Rei en Jaume*







*Pl. Joan Alsina*



*Pl. Francesc Macià*



## Centre



Pel que fa a la rotació comercial, actualment, segons la Xarxa, és baixa. Els tancaments que es produeixen es deuen bàsicament a jubilacions. Són pocs els comerços que tanquen al cap de poc d'obrir.

*Dades establiments comercials al municipi (actius vs. buits):*

L'Ajuntament de Cardedeu ens informa que el 2019 la Diputació de Barcelona ha estat treballant en l'estudi de les activitats econòmiques a Cardedeu, però no tenen encara l'informe disponible.

Els consten unes 300 activitats econòmiques actives però no disposen, a hores d'ara, del cens de locals buits. Es calcula que aproximadament el 40% d'aquestes activitats són de serveis o restauració.

No es disposa de cens de locals buits.

### 3. Associacionisme

Els socis de la Xarxa Comerç Cardedeu han estat en constant augment. És una entitat creada fa 3 anys, partint de zero, ja que l'anterior associació va cessar en la seva activitat. En l'actualitat tenen 70 socis i una gestió professionalitzada.

Els socis de la Xarxa estan ubicats en un 60% al centre, un 30% al carrer Verge del Pilar, a la zona d'Estalvis, i en un 10% a Poble Sec (ctra. Dosrius).

Els seus socis són fonamentalment del comerç (70%).

### 4. Elements a destacar

Evolució nombre d'habitants: La població s'ha incrementat el 2019, arribant a la xifra de 18.357 habitants en comparació als 18.165 hab., segons dades del cens de la Generalitat (2018).

Evolució nombre de comerços: No es disposa d'una dada fiable. Segons les dades de la Generalitat, el 2018 hi havia 241 comerços. L'Ajuntament ha preferit no pronunciar-se en aquest sentit, ja que no té els resultats de l'informe realitzat el 2019. Observant la gran quantitat de comerços tancats a l'avinguda del Rei en Jaume, eix d'alta densitat en locals comercials, la tendència d'ocupació de locals no és esperançadora, si bé és cert que al carrer Verge del Pilar s'estan construint nous edificis amb baixos comercials. És a dir, la tendència és que el carrer Verge del Pilar es converteixi en el principal eix comercial del municipi en detriment de l'avinguda del Rei en Jaume, que apunta a la desertització. D'aquesta manera, es podria establir que els dos nuclis principals són actualment el centre (sense un clar eix vertebrador) i Estalvis, on el carrer Verge del Pilar seria l'eix vertebrador amb claredat.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: Pel que fa al nombre de m<sup>2</sup>, no es disposa de dades el 2019. Les dades del cens de comerç de la Generalitat són de 33.476 m<sup>2</sup> el 2018 i 34.645 el 2017.

Evolució densitat comercial: No es disposa de dada actualitzada. Darrera estimació a càrrec de la Generalitat: 13,27 el 2018.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: Cardedeu està a 4,2 km de la Roca Village i a 18 km del Mataró Parc.

### *Presència de mercats municipals. Efecte sobre el comerç del municipi*

El mercat municipal de Cardedeu està situat a la ctra. de Cànoves, zona comercial del centre. Va ser inaugurat el 1982 i remodelat l'any 2010, reduint el número de parades. A dia d'avui, el mercat té 14 parades interiors de les quals n'hi ha 8 d'ocupades, més 6 parades exteriors, ocupades al 100%. També hi ha un bar, que actualment es troba tancat. Des que es va renovar, segons informa l'Ajuntament, està funcionant millor, només hi ha 3 tardes que tanca (dilluns, dimarts i dijous) i els dissabtes se celebra el mercat de pagès al voltant del mercat municipal, fet que està generant força atracció i és positiu per al comerç de la ciutat.

Hi ha també un mercat de venda no sedentària que no està funcionant bé, ja que es fa el dilluns, que no és un bon dia de venda de producte fresc. Actualment hi ha 69 parades (tendència a la baixa).

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament vehicula la gestió del comerç a través de la seva oficina CSETC. L'àrea de comerç està formada per la tècnica de comerç i pel regidor de comerç. Segons l'associació, l'Ajuntament està destinant recursos a potenciar Cardedeu com un municipi ecològic, sobretot pel que fa a l'alimentació (agrobotigues). El 2019, l'ajuntament ha subvencionat la Xarxa Comerç Cardedeu amb 12 mil euros per a actuacions de dinamització i pel que fa a estructura, a través d'un conveni a tres bandes amb la Diputació i la mateixa Xarxa.

No hi ha un pla de dinamització comercial al municipi. Hi ha indicis que l'Ajuntament vol licitar el treball de dinamització, per la qual cosa la seva gestió no necessàriament recauria en l'associació de comerciants. Però encara no és segur que prenguin aquesta determinació.

## ❖ MARESME

### ➤ MUNICIPI DE CABRILS

#### 1. Context

Cabrils és un municipi de la comarca del Maresme. Se situa entre els municipis de Vilassar de Mar, Vilassar de Dalt, Òrrius, Argentona i Cabrera de Mar, i a uns deu quilòmetres de Mataró, capital de la comarca. Cabrils està envoltat pels turons d'en Cirers i de Montcabrer, entre abundants pinedes i alzinars. Hi predomina la funció residencial amb una quantitat considerable d'urbanitzacions.

#### 2. Observació comercial

A Cabrils no s'aprecia desertització comercial. Es detecten en els dos eixos principals 3 locals buits que es detallaran a sota.

S'identifiquen dos eixos que representen les dues àrees de concentració de l'activitat comercial del municipi:

##### *C/Emilià Carles (zona centre)*

Carrer pacificat amb locals comercials a les dues bandes del carrer, amb oferta basada en equipament de la persona, alimentació, cafeteria, estanc i serveis a la persona.



### *Zona "Cabriils 2"*

Conformada per dos trams en forma de "L" de la Ctra. de Vilassar de Dalt i el C/Sta. Elena. Oferta: equipament de la persona, llibreria, serveis, supermercat i mobles/decoració.



### *Percepció del comerç del municipi*

La percepció del comerç del municipi sobre desertització és pràcticament nul·la. Sí que mostren una certa preocupació per la concentració, en els mateixos propietaris nous, d'alguns locals (3 al carrer Emilià Carles: un basar-fruiteria, un minisupermercat i un forn de pa-cafeteria i un minisupermercat a la ctra. de Vilassar de Dalt).

### *Rotació comercial dels establiments*

Bastantes botigues de Cabriils són històriques. La part positiva és que "aguanten". La negativa és que són resistents al canvi, a excepció d'alguns casos com Sellès, botiga d'alimentació que ha informatitzat la gestió, que ha creat una targeta de fidelització, etc.

No hi ha a penes rotació comercial, el teixit es mostra sòlid.



*Botiga Sellès*

*Dades d'establiments comercials al municipi*

Aproximadament hi ha 70 locals comercials a Cabriels, dels quals 22 són comerç i aproximadament 15 són restaurants i bars. La resta són serveis: farmàcies, assessories, motor, perruqueria i estètica i altres.

Es té constància de 3 locals buits, dos al carrer Emilià Carles (contigus) i un al carrer Sta. Elena, que ha tancat recentment i que estava ocupat per una peixateria.



*C/Emilià Carles (centre)*







*C/Sta. Elena (Cabrils 2)*

### 3. Associacionisme

L'associació ha patit una decrement de socis. Ara mateix són 15 els establiments associats i l'entitat, Nou Comerç Cabrils, està actualment en procés de regeneració. A primers d'any tenen una reunió prevista amb la nova regidora del consistori per estudiar la possibilitat de reprendre l'activitat. El problema amb què es troben a l'associació és la manca d'implicació dels comerços associats i també les dificultats en la gestió per part de la junta. Sí que afirmen tenir suport de l'Ajuntament.

### 4. Elements a destacar

Evolució nombre d'habitants: Segons la darrera dada (web Ajuntament) el cens el 2019 és de 7.439 habitants, enfront la dada de 7.348 habitants que apareix al cens de la Generalitat (2018).

Evolució nombre de comerços: Segons dades facilitades per l'Ajuntament, el comerç és estable. El nombre de locals comercials és baix i està pràcticament ocupat al 100%. S'inclou un planell amb ubicació i cens dels establiments comercials de Cabrils:



- |  |                               |                               |
|--|-------------------------------|-------------------------------|
| 1 Carnisseria Xarcuteria Sellés            | 18 Basar                      | 36 Espai vinctes              |
| 2 L'Estudi                                 | 19 Servei Reparació Colomer   | 37 Finques Dorca              |
| 3 Antic Esports Cabrials                   | 20 Carpi Pizza                | 38 Servei Estació Cabrials    |
| 4 El Molí de Cabrials                      | 21 Atica Agua                 | 39 Servirapid Cabrials        |
| 5 Casa Barba                               | 22 Integrosalus               | 40 Administració Loteria 1    |
| 6 Glam Group                               | 23 Forn Vias Ca la Rosi       | 41 El Racó del Peix           |
| 7 Denis Perruquers                         | 24 Piscines Pool & Services   | 42 Fruiteria Asís             |
| 8 Estanc Cabrials                          | 25 Centre Veterinari Cabrials | 43 Farmàcia Cabrials 2        |
| 9 Interiorisme, paisatgisme i arquitectura | 26 Rosisseria A l'est 9       | 44 Nou Cabrials Veterinaris   |
| 10 Cèlia                                   | 27 Ròtulos Cabrials           | 45 Autocool La Riera          |
| 11 Fruiteria Cabrials                      | 28 Onlyone Finques            | 46 Supermercat Cabrials       |
| 12 Supermercat Cabrials                    | 29 Farmàcia Mena              | 47 ZOÉ                        |
| 13 Peix Rectoret                           | 30 Aula Espiral               | 48 Best Maresme               |
| 14 Clínica Dental Figuerasala              | 31 Finquesva                  | 49 Llibreria-Papereria De Pas |
| 15 Perruqueria Volum                       | 32 La botiga de l'Hostal      | 50 Piscines Bonmar            |
| 16 Larchmont Language Center               | 33 Amèlia Patchwork           | 51 Santa Glòria               |
| 17 Motor Cabrials                          | 34 joieria JF                 | 52 Sorti Discu                |
|  | 35 Anna Estètica              |                               |



www.cabrials.cat

# GUIA COMERCIAL DE CABRILS *Fem poble!*

AJUNTAMENT DE CABRILS

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: Pel que fa al nombre de m<sup>2</sup>, no es disposa de dades. L'última actualització de la Generalitat és del 2018: 40.681.

Evolució densitat comercial: No es disposa de dada actualitzada. Darrera estimació a càrrec de la Generalitat: 22,17.

Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC: Els centres comercials més propers són el de Marina Port Premià i el del Mataró Parc, aquest últim és el de major atracció a tota la comarca.

Des de l'Ajuntament, però, fan referència al perjudici que ha ocasionat el Mercadona de Vilassar de Mar, fora de la TUC, a les botigues d'alimentació del municipi.

Presència de mercats municipals: El municipi no disposa de Mercat Municipal. Els dimarts se celebra el mercat de marxants, però a hores d'ara es plantegen modificar el dia per intentar atreure més persones, de manera que resultin també més atractius com a destinació per als marxants. El mercat de venda no

sedentària té actualment dues parades: una d'alimentació i una altra de cadires de palla i s'ubica al carrer Emilià Carles.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament disposa d'una partida anual el 2019 de 17.000 euros per a accions pròpies. Té dues partides a part: una per a Nou Comerç Cabrils de 10.000 euros i una altra del mateix import per a l'associació de restauració del municipi. En el cas de l'associació de comerciants, enguany no l'han sol·licitat. Segons l'associació de comerciants, la meitat de la partida de subvenció municipal l'han destinat en anys anteriors a pagar els gestors de la web i també documentació, visites a socis, etc.

## ➤ MUNICIPI DE PREMIÀ DE MAR

### 1. Context

Premià de Mar és una vila i municipi de la comarca del Maresme. Se situa al litoral de la comarca, entre el Masnou, Vilassar de Mar i Premià de Dalt, a uns vint quilòmetres al nord de la ciutat de Barcelona. Està inscrit a l'Associació de Municipis per la Independència.

L'economia premianenca actual es basa en tres elements: la floricultura, la indústria (construcció i tèxtil) i el sector serveis. La Gran Via de Lluís Companys constitueix l'eix bàsic al voltant del qual gira l'activitat comercial de la localitat. En aquesta via s'hi troba el mercat de Sant Joan i una gran quantitat de botigues, bars i comerços.

Els dijous té lloc el mercat setmanal.

### 2. Observació comercial

En reunió amb una representant de l'Ajuntament (Sra. Carme Bastida) i amb membres de la junta directiva de CAP i la seva dinamitzadora, tots coincideixen a afirmar que la desertització comercial es comença a fer evident de manera incipient a la Gran Via (principal eix comercial). S'inclouen fotos:





Sobretot, la desertització s'aprecia de forma important al C/Jacint Verdaguer, entre els carrers Dr. Fleming i Plaça. Deu haver-hi uns 30 locals en aquest tram i uns 12 de tancats. Consideren que el tancament per trasllat (a la Gran Via) de l'Àrea de Guissona va provocar un efecte dominó amb el consegüent tancament de botigues. Incloem fotos preses amb data 11/12:

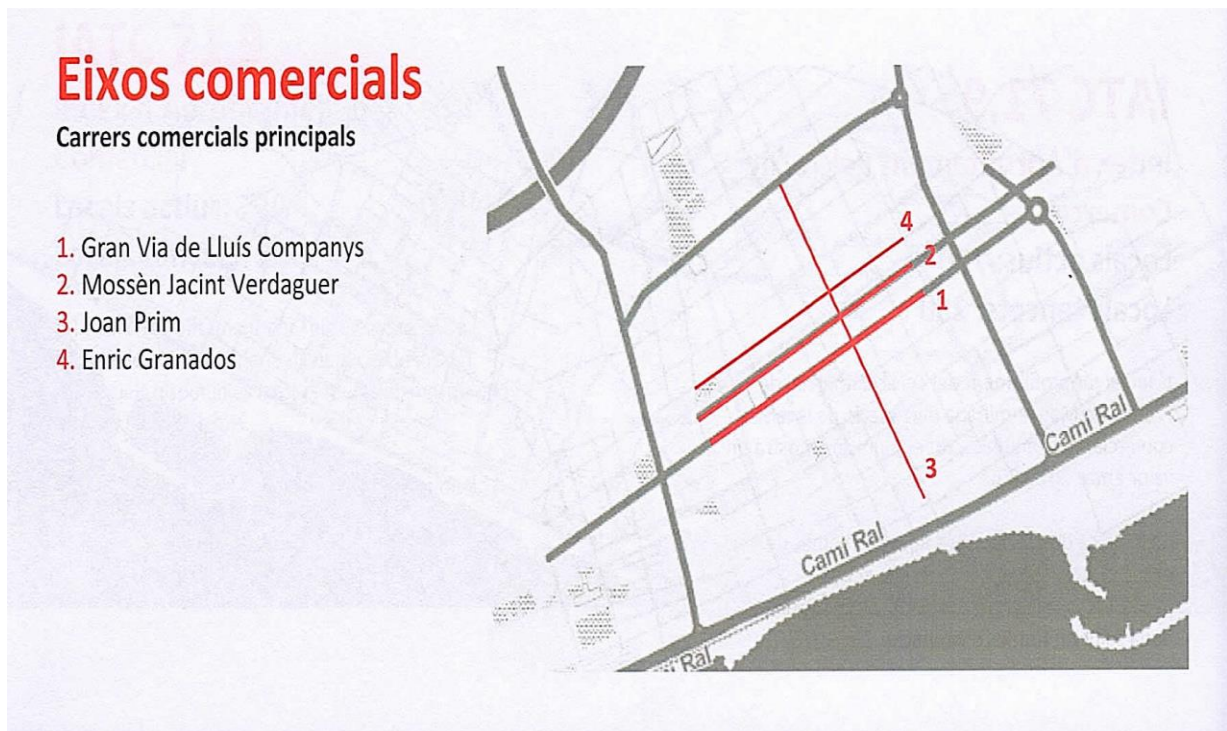




### *Identificació d'eixos comercials del municipi*

Els principals carrers comercials són:

- Gran Via de Lluís Companys (eix principal)
- Mossèn Jacint Verdaguer
- Joan Prim
- Enric Granados



### 3. Associacionisme

La tendència de la qual ens informa Comerços Associats de Premià és a la baixa. L'acumulat des de l'any 2006 fins al 2018 és de 25 botigues menys.

### 4. Elements a destacar

La percepció dels comerciants sobre la desertització és que estan augmentant el nombre dels locals buits. Una de les raons: falta de relleu generacional. Però més enllà de pensar en què ocasiona els tancaments de les activitats econòmiques, el teixit comercial està preocupat pel tipus de comerç que està ocupant aquests locals que queden buits.

Alguns carrers com Elisenda de Montcada, Joan Prim o el del Pilar (molt deteriorat) eren carrers secundaris comercialment però aportaven qualitat i prestigi al comerç premianenc. Amb els tancaments que s'han produït als carrers esmentats hi ha més oferta de locals buits, i s'ha produït un descens en el preu del lloguer, per la qual cosa resulten més atractius per a comerços de baixa qualitat. Alguns d'aquests establiments són regentats per nouvinguts (exemple: carnisseries halal) però d'altres ho són per nadius que abans estaven emplaçats en carrers no tan potents comercialment i, per tant, més econòmics, en la part

geogràfica més alta del municipi. En les següents comparatives s'aprecia l'augment de la desertització en els eixos principals:

## IATC 72

### Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial

Locals actius: 720

Locals tancats: 280

| 2019                    | IATC  |
|-------------------------|-------|
| Gran Via Lluís Companys | 92,57 |
| Mossèn Jacint Verdaguer | 71,95 |
| Enric Granados          | 77,97 |
| Joan Prim               | 65,22 |

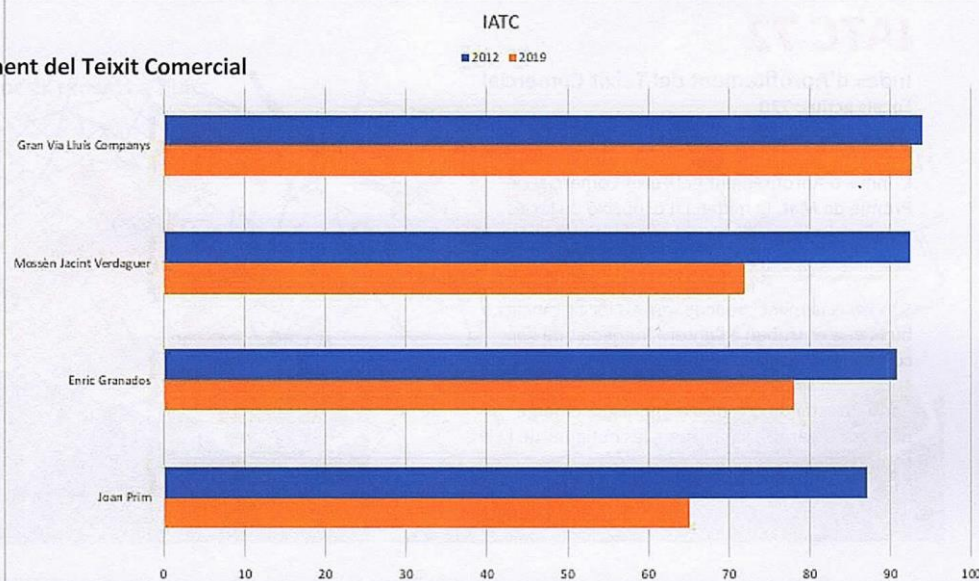
| 2012                    | IATC  |
|-------------------------|-------|
| Gran Via Lluís Companys | 94,02 |
| Mossèn Jacint Verdaguer | 92,42 |
| Enric Granados          | 90,74 |
| Joan Prim               | 87,18 |

## IATC 72

### Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial

Locals actius: 720

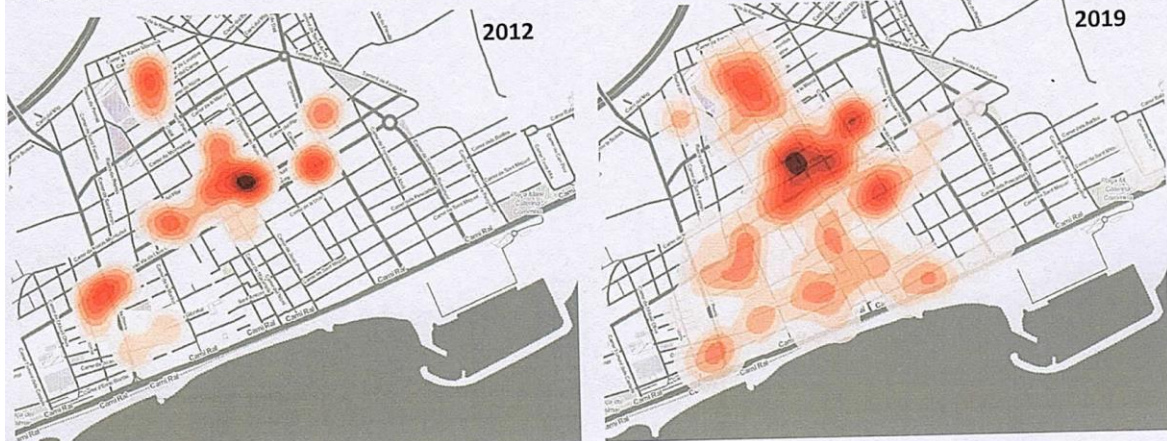
Locals tancats: 280





## IATC

Mapa històric de locals tancats o buits.



Rotació comercial dels establiments: Elevada rotació comercial. S'obren nous comerços però romanen poc temps oberts. Consideren que una de les raons per aquesta precarietat comercial és que són negocis que basen la seva política comercial en preus baixos vinculats a baixa qualitat. Sobre els locals desocupats de llarga durada, consideren que les raons poden ser d'ubicació (poc atractiva) o per ser locals grans amb lloguers alts (aquest seria el cas de la Gran Via).

*Dades d'establiments comercials al municipi (actius vs. buits):*

Actius: 720, dels quals 314 són comerç, 294 són serveis i 112 corresponen a hosteleria.

Tancats: 280/1.000 locals comercials. Suposen un 28% del total de locals i se situen per sobre del límit que marca la desertització, que és del 20% de locals buits:

## Composició Comercial

Nombre d'establiments per secció censal i activitat comercial.

| Districte            | Secció | Població | quot       | pers      | llar      | cult      | serv       | host       | tran      | altr      | localb     | total        |
|----------------------|--------|----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|------------|--------------|
|                      |        |          |            |           |           |           |            |            |           |           | 11         | 41           |
| 1                    | 1      | 2.347    | 5          | 2         | 1         | 3         | 13         | 5          | 1         |           |            | 41           |
| 1                    | 2      | 2.139    | 7          | 2         | 7         | 1         | 31         | 15         | 3         | 9         | 35         | 110          |
| 1                    | 3      | 2.518    | 37         | 11        | 6         | 1         | 26         | 5          | 1         | 1         | 13         | 101          |
| 2                    | 1      | 1.988    | 11         | 18        | 3         | 6         | 33         | 16         | 1         | 10        | 40         | 153          |
| 2                    | 2      | 2.327    | 18         | 23        | 16        | 2         | 41         | 13         | 3         | 3         | 46         | 167          |
| 2                    | 3      | 1.753    | 13         | 4         | 6         | 2         | 31         | 9          | 1         |           | 33         | 99           |
| 2                    | 4      | 1.965    | 1          |           | 1         |           | 9          | 3          |           | 1         | 23         | 38           |
| 3                    | 1      | 1.563    | 3          | 2         | 2         | 1         | 27         | 7          |           | 7         | 18         | 67           |
| 3                    | 2      | 1.607    | 6          | 1         | 6         | 2         | 18         | 8          |           |           | 20         | 61           |
| 3                    | 3      | 1.331    | 4          | 2         | 3         | 1         | 11         | 6          |           | 1         | 25         | 53           |
| 3                    | 4      | 1.705    | 2          | 1         |           |           | 12         | 3          |           | 1         | 6          | 25           |
| 3                    | 5      | 1.416    | 0          | 0         | 0         | 0         | 0          | 0          | 0         | 0         | 0          | 0,00         |
| 3                    | 6      | 1.420    | 3          | 1         |           | 1         | 5          | 6          |           |           | 4          | 20           |
| 3                    | 7      | 1.425    | 4          | 1         | 1         | 1         | 10         | 4          | 1         | 1         | 4          | 27           |
| 3                    | 8      | 1.165    | 1          | 1         |           |           | 2          | 8          | 1         |           |            | 13           |
| 3                    | 9      | 1.402    | 4          | 5         |           |           | 5          | 4          |           | 2         | 2          | 22           |
| <b>Premià de Mar</b> |        |          | <b>119</b> | <b>74</b> | <b>52</b> | <b>21</b> | <b>294</b> | <b>112</b> | <b>12</b> | <b>36</b> | <b>280</b> | <b>1.000</b> |

Anàlisi de les dades contingudes en el cens comercial de la Generalitat.

Evolució nombre d'habitants: Les últimes dades de l'IDESCAT són del 2018 i indiquen una població de 28.071 habitants, que és coincident amb la dada del cens de la Generalitat del mateix any.

Evolució nombre de comerços: Segons les dades de la Generalitat, el nombre de comerços és de 381 versus la dada facilitada per l'Ajuntament de Premià de Mar (informe d'Eixos, 2019) que és de 314 comerços.

Evolució nombre de m<sup>2</sup> de superfície de venda: No es disposa d'aquesta dada actualitzada. Darrera dada, obtinguda del cens de la Generalitat: 35.352 m<sup>2</sup>.

Evolució densitat comercial: La densitat comercial registrada per la Generalitat l'any 2018 és de 13,57.

Segons dades de l'informe elaborat per Eixos, l'índex de dotació comercial és de 2,44 establiments per cada 100 habitants; no ho fa a partir dels m<sup>2</sup> que és com està calculada la densitat al cens de la Generalitat. El designen (a l'informe d'Eixos) com un "servei de ciutat residencial".

### Presència de centres comercials a l'entorn, dins i fora de la TUC.

Marina Port Premià: inaugurat al 2018. L'oferta inicial era d'aproximadament 50 locals amb mides que van des de 50 m<sup>2</sup> fins a 1.300 m<sup>2</sup>. L'ocupació, segons comprovació a la pàgina web, és del 50%.



Segons el comerç de proximitat del municipi, l'obertura d'aquest centre comercial fora de la TUC no ha afectat negativament el trànsit de persones.

Mataró Parc: situat a uns 15 km de Premià de Mar. Un dels destins principals de compres de la zona.

La Roca Village: situat a uns 20 km. Exerceix influència sobre tot el Maresme.

Presència de mercats municipals: Situat en ple centre, el Mercat Municipal de St. Joan té entrada per la Gran Via i pel C/Jacint Verdaguer, dos dels eixos principals del municipi. El mercat disposa de 52 "números" dels quals estan ocupats 39, amb 29 parades. Hi romanen lliures/tancats 13 números.

En reunió amb l'Ajuntament i amb l'associació de comerciants, consideren que el Mercat té una infraestructura antiquada i que no transmet la idea de producte de proximitat, de km 0. Són conscients que el Mercat necessita una reforma integral per poder actuar de motor de dinamització del comerç del municipi.

El consistori ens informa que té previst dur a terme accions de millora, via reformes.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

L'Ajuntament sí que té política de dinamització comercial

Destina recursos econòmics i humans (àrea tècnica) a la promoció del comerç del municipi amb dues grans accions o campanyes com són el Shopping Night (Nit en Blau) o la campanya de Nadal. L'altra gran partida pressupostària es destina al suport directe a l'associació de comerciants.

Enguany la xifra d'aquestes tres partides que inclouen també l'estudi realitzat per "Eixos" (despesa extraordinària) és d'aproximadament 90.000 euros, import en què no estan comptabilitzades altres partides més petites destinades a accions al llarg de l'any.

## ➤ MUNICIPI DE CALELLA

### 1. Context

Calella és coneguda com la capital turística de la costa del Maresme, es caracteritza per ser una ciutat cosmopolita i alegre amb un clima típic del Mediterrani. A 50 km de Barcelona i de Girona, la seva situació geogràfica, així com les vies de comunicació, esdevenen un factor clau per a la realització de tota classe d'excursions i activitats. Aquest fet la converteix en una destinació turística ideal.

La configuració de la seva trama urbana, amb una gran zona de vianants i comercial, així com la disposició de 15 places, espais verds agradables i una gran oferta d'allotjament (amb prop de 14.000 places en hotels, apartaments i càmpings), fan de Calella una de les destinacions turístiques més importants del país. La ciutat de Calella acull anualment uns 250.000 turistes, que provenen d'Europa, principalment britànics i alemanys.



## 2. Observació comercial

Segons dades de la Generalitat, l'any 2016 a Calella hi havia 401 activitats de comerç i, segons el cens de l'Ajuntament de finals del 2016, la xifra és de 471. Sobre la superfície de venda, la dada més actualitzada (2018) es correspon a la que ofereix la Generalitat de Catalunya: 40.681 m<sup>2</sup>.

Els carrers de Calella amb més densitat comercial són:

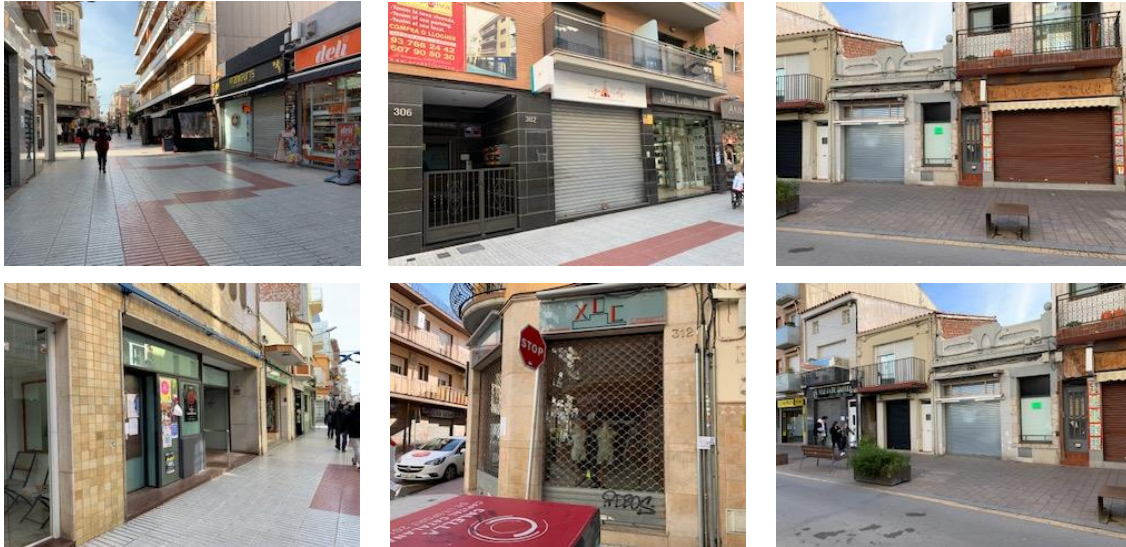
- C/Església
- C/St. Josep
- C/St. Joan
- C/St. Pere
- C/Bruguera
- C/Mates i Rodés
- C/Amadeu
- El C/Església funciona com a motor de la resta de carrers esmentats, que són vies transversals al principal eix comercial.

Aquests carrers són molt estables a nivell comercial, a excepció d'uns trams en concret.

En reunió amb l'àrea tècnica de comerç de l'Ajuntament de Calella, ens van comunicar que la seva preocupació per la desertització se situa a l'extrem nord del c/Església, entre els carrers Indústria i Riera de Frares. El c/Església és el principal eix del municipi amb una elevada densitat comercial, tot i que en el tram esmentat s'estan produint tancaments en el que es podria considerar un lleu efecte dominó. El carrer Església és paral·lel a mar, parteix de la Pl. de l'Ajuntament i troba el seu final a l'Av. Rierany dels Frares (zona nord del municipi).

En visita posterior a l'eix, sí que es detecta aquesta desertització incipient com demostren aquestes imatges preses en ocasió de l'informe:

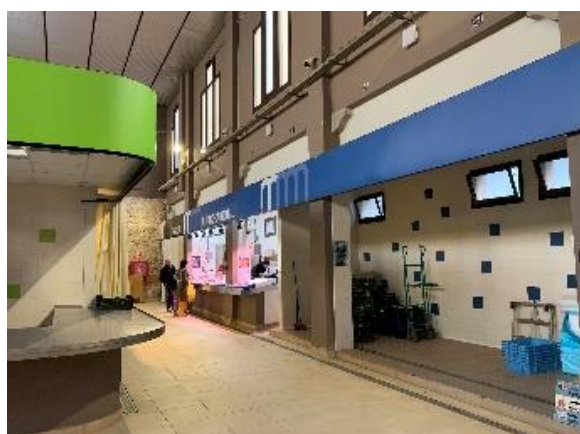
Un altre carrer que preocupa el consistori és el c/Jovara, paral·lel al c/Església.



A aquesta carrer hi havia implantacions comercials vinculades amb l'oci: bars musicals i discoteques. Però es van començar a produir tancaments i a hores d'ara no hi ha comerç. S'han realitzat diferents actuacions per intentar dinamitzar-lo, entre altres: un concurs de grafitis, decoració amb flors, un recorregut amb contes infantils als fanals o un parc infantil. Malgrat aquestes actuacions, no s'ha aconseguit l'obertura de locals amb activitat econòmica. Aquestes imatges demostren la desertització:



El Mercat Municipal pateix també la desertització. Té només tres parades actives i un bar, motiu pel qual no està en disposició d'actuar com a motor de dinamització comercial:



### 3. Associacionisme

A nivell associatiu, Calella Centre Comercial afirma que han patit un descens en el nombre de socis; actualment són uns 155 establiments associats. L'associació ha realitzat enguany el seu relleu generacional i la nova junta està treballant en nous serveis de cara al 2020, amb l'objectiu de recuperar massa associativa.

### 4. Elements a destacar

En la reunió amb l'Ajuntament, es recullen dades de l'últim cens sobre establiments comercials al municipi, de l'any 2016, publicats a inicis del 2017.



L'ajuntament considera que les xifres no han variat de forma substancial en dos anys. S'annexa el quadre resum de l'informe esmentat:

#### 4. Principals resultats del cens d'activitats comercials i de serveis

En total s'han inventariat un total de **1.613** locals, els quals es presenten desglossats per la tipologia més genèrica del cens (comerç, servei, local buit i no reconegut).

Con la herramienta Editar PD texto e imágenes en archivos

Editar ahora No volver a

| TIPUS DE LOCAL | Nº DE LOCALS | PERCENTATGE EN L'ÀMBIT |
|----------------|--------------|------------------------|
| Comerç         | 471          | 29,20 %                |
| Servei         | 579          | 35,90 %                |
| Local buit     | 469          | 29,08 %                |
| No reconegut   | 94           | 5,83 %                 |
| <b>Total</b>   | <b>1.613</b> | <b>100 %</b>           |

Font: Lavoia

Segons la classificació d'activitats comercials i de serveis de la Gerència de Serveis de Comerç de la Diputació de Barcelona, els resultats objecte del present del cens queden de la següent manera:

| CATEGORIA GENÈRICA | CATEGORIA DETALLADA                            | NÚMERO | PERCENTATGE A LA CATEGORIA GENÈRICA |
|--------------------|--|--------|-------------------------------------|
| COMERÇOS           | Alimentació                                    | 136    | 8,43%                               |
|                    | Perfumeria i neteja                            | 14     | 0,87%                               |
|                    | Farmàcia i altres                              | 15     | 0,93%                               |
|                    | Moda i complements                             | 155    | 9,61%                               |
|                    | Mobles, decoració, bricolatge i electrònica    | 51     | 3,16%                               |
|                    | Lleure i cultura                               | 34     | 2,11%                               |
|                    | Comerç multisectorial                          | 38     | 2,36%                               |
|                    | Altres: informàtica, telefonia, maquinària,... | 20     | 1,24%                               |

Respecte a la dada que apareix a l'informe sobre els locals buits, l'ajuntament ens informa que estan també comptabilitzats els locals que no tenen ús comercial, per tant és una dada que pot desdibuixar l'anàlisi.

L'Ajuntament de Calella disposa al seu web d'un servei de locals buits. Els que apareixen, 39, estan buits a data d'aquest informe, però no apareixen la totalitat dels locals buits.

Pel que fa a la rotació comercial, segons l'Ajuntament, molts dels locals desocupats de llarga durada coincideixen en el fet que l'import de lloguer és molt alt i es detecta que els propietaris prefereixen tenir el local tancat abans que llogar-lo sota el preu que fixen de partida. També hi ha casos de locals que tenen molta rotació, es a dir, que s'inicien activitats econòmiques però tanquen entre els 6-12 mesos després d'haver-les iniciat. Consideren que aquests casos coincideixen amb el sector moda de marca. El pla d'usos de l'ajuntament no contempla l'obligatorietat ni l'incentiu de l'ocupació dels locals que estiguin buits. L'Ajuntament creu convenient convocar una reunió amb els propietaris dels locals buits per exposar la situació, donada la preocupació que genera en el sector i en el consistori la desertització comercial.

No hi ha centres comercials al municipi, el més proper és el Mataró Park. Sí que n'hi ha a la trama urbana: Aldi, Mercadona, Caprabo, Dia, Bonpreu i Consum.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

L'Ajuntament ha destinat enguany 110 mil euros a la dinamització comercial, entre aquestes: actuacions i activitats de promoció i dinamització comercial, jornades de formació, gestió i tramitació de subvencions en diferents administracions públiques, il·luminació de Nadal, suport a l'associació de comerciants, web i xarxes socials (de Calella Centre Comercial).

## ➤ PARÀMETRES COMUNS I PROPOSTES DE MILLORA PER AL MARESME I EL VALLÈS ORIENTAL

A continuació, es detallen els paràmetres comuns que s'identifiquen en els municipis de la comarca del Maresme i del Vallès Oriental desertitzats comercialment, i es plantegen diferents propostes de millora per intentar revertir la situació.

### • Desertització en el carrer paral·lel immediat a l'eix principal

C/Jovara de Calella i Pg. Francesc Macià de Sta. Eulàlia de Ronçana i C/Jacint Verdaguer de Premià.

Les raons que han reportat els municipis per argumentar el nombre més o menys alt de locals buits en el carrer paral·lel immediat a l'eix principal no són les mateixes. Però és destacable que, amb la proximitat geogràfica esmentada, un carrer comenci a buidar-se i que quan els seus comerços es traslladen ho facin en favor de l'eix principal.

### • Desertització als extrems dels eixos principals

C/Església de Calella, Av. Pi i Margall-C/Major de Caldes de Montbui. A la part nord del C/Església, principal eix comercial de Calella, i al final de l'Av. Pi i Margall, eix de major densitat comercial de Caldes amb quasi el 50% de comerç del municipi, quan ja s'anomena C/Major, s'aprecia un cert efecte dominó que en el cas de Calella s'ha constatat que preocupa l'ajuntament.

#### - *Millora (aplicable a punts 1 i 2), antecedent:*

El poder elevat d'atracció de les primeres artèries comercials té un efecte fagocitador de les artèries transversals o paral·leles i fins i tot dels extrems d'aquests eixos principals.

#### - *Propostes:*

- ✓ Senyalitzar els eixos principals que mostren/adrecin als carrers transversals o paral·lels comercials.

- ✓ Dinamitzar aquestes zones de forma específica i diferenciada dels principals carrers: campanyes de fidelització exclusives d'aquests carrer, petites mostres artesanes, mercats de venda no sedentària, si no de tot, almenys en part.
- ✓ Els preus d'aquests locals seran més baixos perquè tenen menys demanda. Valorar la possibilitat d'establir "clústers" de productes en funció de la necessitat del municipi, per exemple: botigues eco, joves emprenedors/dissenyadors de comerç del territori, etc.

- **Augment dels serveis en detriment del comerç al detall**

Nucli antic de Sta. Eulàlia de Ronçana, Av. del Rei en Jaume de Cardedeu, C/Pi i Margall-C/Major de Caldes de Montbui.

- *Millora antecedent:*

Considerem que l'experiència de compra comença amb la mobilitat, amb la facilitat d'aparcament i de mobilitat per als vianants. Els tres punts esmentats tenen entrebancs en aquest sentit: al nucli antic de Sta. Eulàlia no hi ha facilitat d'aparcament i no queda unit de forma natural a la carretera; l'av. del Rei en Jaume és una carretera amb molt de trànsit i no és atractiu caminar per les seves voreres, i el C/Major perd l'aparcament de superfície que sí que té el seu connector, Pi i Margall, i a més, fa un pendent lleu.

- *Proposta:*

- ✓ Realitzar treballs d'urbanisme per beneficiar el comerç del municipi.

- **Nuclis antics que perden força**

A Sta. Eulàlia el nucli antic ha perdut l'atractiu comercial en benefici de la Ctra. de Barcelona. A Cardedeu, tot apunta que l'Av. Verge del Pilar -zona Eixample- guanya força respecte a la zona de casc antic, encara que aquest manté protagonisme. Caldes seria un cas intermedi, on ja es detecten molts locals buits però no al nivell de Sta. Eulàlia, i on seria el moment de treballar per reequilibrar zones comercials. A Premià de Mar el nucli antic ja no és un referent comercialment parlant, és un municipi on la Gran Via ha acaparat bona part de

la densitat comercial del municipi. Cabrils i Calella sí que mantenen un cert equilibri comercial entre zones.

- *Millora antecedent:*

El casc antic de la ciutat inclou el patrimoni històric d'aquesta.

- *Proposta:*

- ✓ -Potenciar aquest patrimoni, vinculant comerç i cultura amb rutes turisticoculturals i promocions específiques comercials.
- ✓ -Promocionar l'ocupació d'aquests locals amb activitats de caràcter artesà, producte de proximitat i joves dissenyadors de moda locals. El caràcter del que és "antic" propi del nucli urbà casa bé amb aquests tipus d'activitat comercial.

• **Els mercats municipals de venda sedentària no actuen de motor de dinamització**

Tenen mercat: Premià, Calella i Cardedeu. En cap dels tres casos actua com a motor de dinamització, malgrat tenir una bona situació geogràfica. En el cas de Cardedeu, porten uns anys intentant reactivar-ho i, des de fa un temps, els dissabtes organitzen un mercat de verdures pròxim, fet que sembla que està millorant l'afluència de persones. Els altres tres municipis tenen mercat de venda no sedentària. Només en el cas de Caldes asseguren que actua com a motor de dinamització. A Cardedeu ho fan els dilluns i no funciona bé i a Sta. Eulàlia (dissabtes), tampoc. Cabrils és un mercat (dimarts) que ha anat a menys i tampoc funciona com a motor del comerç. Tots tres consistoris es plantegen revisar aquests mercats.

- *Millora antecedent:*

Els ajuntaments han de valorar, dins dels seus plans estratègics, el paper dels mercats tant de venda sedentària com no sedentària. En alguns casos, necessiten remodelacions que impliquen solucions complexes amb renovacions de llicències, reduccions, ampliacions, canvis d'ubicació (no sedentari) i tot això implica, al seu torn, una inversió important en recursos humans i econòmics.

- *Proposta*

- ✓ En cas que els mercats estiguin modernitzats → Dinamització. Un cop al trimestre, per exemple, les nits de divendres fer nits de tapes al mercat per promocionar-lo, per establir relacions personals entre clients i paradistes, per generar hàbit de visita al mercat.
- ✓ En cas que no estiguin renovats → Fer partícips els actors del municipi, tant paradistes com comerç, associacions de comerç, Diputació, Ajuntament, etc., per decidir de forma consensuada quin mercat es necessita al municipi.

• **Associacions professionalitzades. Socis**

Tots els municipis tenen associació. Excepte en el cas de Cabriels, estan més o menys professionalitzades i tenen un bon nivell d'activitat.

En relació amb el nombre de socis, la tendència és a la baixa i es detecta poca implicació dels socis. Excepte a Sta. Eulàlia i Cardedeu, que es mantenen estables.

• **Locals desocupats de llarga durada**

Segons s'ha exposat en alguns casos com Premià de Mar o Calella, una de les raons per la desocupació de locals buits durant molt de temps són els preus elevats de lloguer. Coincideix el fet que el/la propietari/ària no tenen necessitat de llogar-lo i, per tant, no estan disposats a baixar el preu inicial.

- *Millora antecedent*

Els locals de llarga durada desocupats deterioren sovint la imatge del comerç del municipi, no només per la discontinuïtat que generen sinó pel deteriorament que pateixen molts aparadors i façanes que estan buides.

- *Proposta:*

- ✓ Vinils per simular activitat comercial. Subvencionar des de l'ajuntament, amb un cert grau d'obligatorietat, que tots els locals buits que portin més d'un any desocupats i que formen part de l'oferta immobiliària,

hagin de col·locar un vinil al vidre simulant la o les activitats comercials que funcionarien bé en aquell local. Per fer-ho, seria necessari disposar d'un estudi previ de quines són les activitats comercials que podrien funcionar. També haurien de mantenir nets, i si pot ser il·luminats, els vidres i la façana que els pertoca, si més no de dijous a dissabte.

- ✓ Reunions d'ajuntament, immobiliàries i possibles inversors de comerç en taules rotatives de treball. D'aquesta manera es posa en contacte possibles propietaris i llogaters. També mantenir un cens de locals buits; pocs ajuntaments el tenen actualitzat.

## ❖ GIRONA

### ➤ MUNICIPI DE LLAGOSTERA

#### 1. Context

Llagostera es troba situat a l'extrem meridional de la comarca del Gironès. El seu terme municipal, el més gran de la comarca (76 km<sup>2</sup>), limita amb els municipis de Santa Cristina d'Aro, Caldes de Malavella, Tossa de Mar i Cassà de la Selva. El 70% de la població viu al nucli urbà, al voltant de l'Església de Sant Feliu de Llagostera que s'alça en un turó, mentre que l'altre 30% viu disseminat en deu veïnats i set urbanitzacions. La seva situació estratègica l'ha convertit en terra de pas i de connexió de l'interior amb la Costa Brava. A Llagostera s'hi pot arribar per les carreteres C-65, de Girona a Sant Feliu de Guíxols, per la GI-674 de Caldes de Malavella o per la C-35 de Tossa i Vidreres, via que enllaça amb l'autopista AP-7.



Llagostera ofereix la tranquil·litat i la bellesa d'un entorn natural entre els espais protegits de les Gavarres i el Massís de Cadiretes. És la porta d'entrada a la Costa Brava. Enclavada estratègicament al sud de la comarca del Gironès, es troba a només 20 km de Girona i a 15 km de les millors platges. Segons dades de l'IDESCAT, l'any 2018 tenia 8.297 habitants, la major part residents al nucli urbà.

El servei de promoció econòmica de l'Ajuntament de Llagostera està fent una clara aposta en benefici del creixement econòmic del municipi i darrerament ha encarregat diversos estudis per tal d'elaborar un pla estratègic a desenvolupar en els propers anys (sectors comercial, turístic i empresarial i industrial), amb l'objectiu de potenciar el creixement econòmic sostenible del municipi per



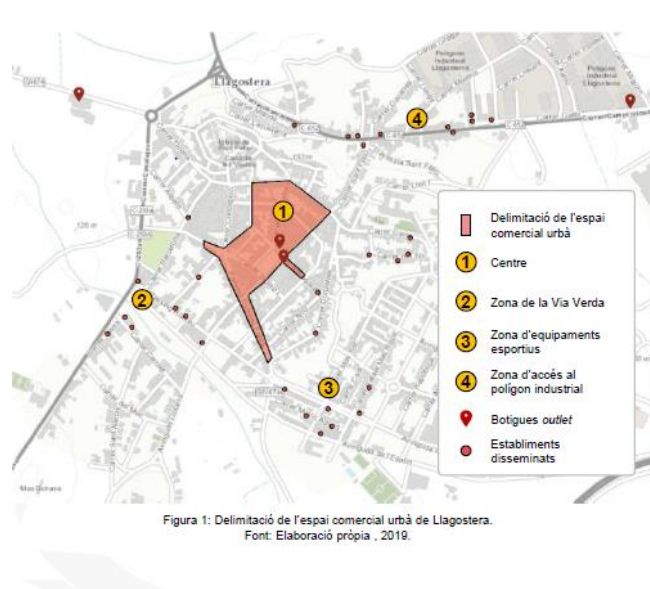
atendre les necessitats de la població. Amb aquesta finalitat, es treballa en diverses actuacions encaminades a millorar les condicions d'ocupació dels ciutadans i ciutadanes, el desenvolupament i la competitivitat empresarial, el suport als emprenedors, als treballadors i treballadores autònomes i el reforç al comerç local.

## 2. Observació comercial

Hem delimitat l'anàlisi de les dades al centre urbà de la vila seguint les pautes que es defineixen a l'estudi "Pla per a l'enfortiment de l'activitat comercial i turística de Llagostera", realitzat fa poc temps per l'empresa Focalizza per encàrrec de l'Ajuntament.

Segons aquest estudi, els carrers més comercials de Llagostera són els següents:

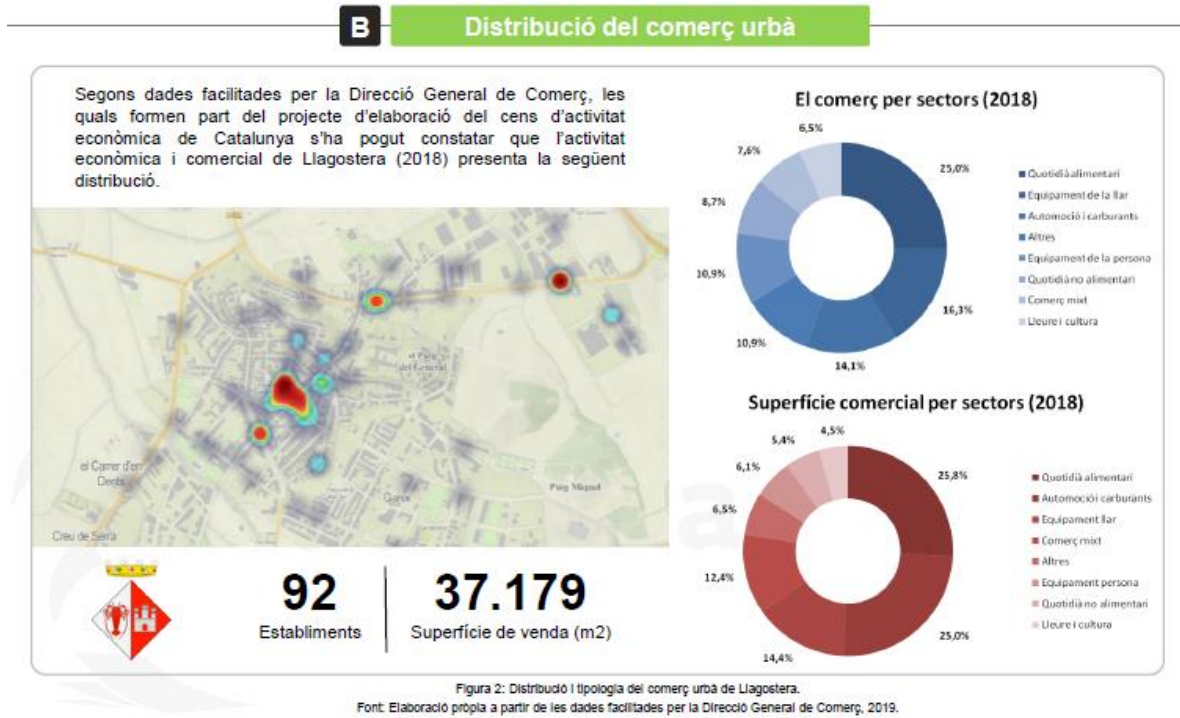
- Plaça Catalunya.
- Carrer dels Almogàvers.
- Carrer de Jaume I.
- Carrer d'Àngel Guimerà.
- Carrer dels Consellers.
- Carrer Joan Maragall.
- Passeig Pompeu Fabra



Segons les dades que es recullen en aquest estudi, Llagostera comptaria amb un mix comercial equilibrat quant a oferta però la seva distribució dispersa i amb una gran presència d'habitatges entre locals n'impedeix la definició d'eixos comercials clars i que generin una atractivitat important.

En aquests moments s'està treballant en un projecte de geolocalització dels comerços i dels locals buits que permetrà disposar d'una radiografia clara i actualitzada del teixit comercial del municipi, però una observació sobre el terreny fa dubtar que les dades que s'inclouen en el cens d'establiments

comercials de la Generalitat (que exclou els serveis personals) s'ajustin a la realitat actual del centre de Llagostera.



| Municipi   | Població 2017 | Població 2018       | Est_16 | Est_20_17 | Est_201_8 | SV_16 | SV_201_7 | SV_2018 | Dens_c om_16 | Dens_c om_17 | Dens_co m_sup_1 7 (m2 / 1.000) | Superfície mitjana_1 7 | Dens_co m_18 |       |       |
|------------|---------------|---------------------|--------|-----------|-----------|-------|----------|---------|--------------|--------------|--------------------------------|------------------------|--------------|-------|-------|
| Llagostera | Gironès       | Comarques Gironines | 8.229  | 8.297     | 97        | 96    | 92       | 14.824  | 13.524       | 13.751       | 11,73                          | 11,67                  | 1.643        | 140,9 | 11,09 |

El mercat setmanal se celebra els dijous al Passeig de Pompeu Fabra i compta amb una vintena de parades. Comerciants i ajuntament coincideixen a afirmar que un mercat més professionalitzat i amb una imatge acurada podria ser un revulsiu important per a la revitalització d'aquest carrer que, malgrat que tradicionalment s'inclou en els carrers comercials del centre, també és un dels que compta amb més locals buits.

Fora del nucli urbà comercial central es pot trobar un supermercat Consum, un Bon Preu i un megastore xinès.

En línies generals, tal com reflecteix l'estudi en el qual hem basat bona part de les dades per a aquest informe, l'espai comercial urbà de Llagostera es

caracteritza per un nombre considerable de locals buits i per una gran presència d'habitatges particulars entre establiments que impedeixen la creació d'un espai amb continuïtat comercial.



### 3. Associacionisme

La Unió de Botiguers de Llagostera és l'entitat que agrupa la major part d'establiments de la vila. Actualment compta amb uns 55 associats de diversos sectors. L'entitat creada l'any 1980 ha passat per diferents etapes, amb alts i baixos com moltes altres associacions, però en els darrers quatre anys ha incrementat notablement el seu dinamisme amb un programa d'actuacions anual complet i vinculat a altres esdeveniments del municipi que enriqueixen i enforteixen el teixit comercial.

Actualment estan treballant projectes importants conjuntament amb l'àrea de promoció econòmica de l'ajuntament i es mostren il·lusionats i optimistes davant de nous reptes que se'ls plantegen. Treballen colze a colze amb l'àrea de promoció econòmica de l'ajuntament.

### 4. Elements a destacar

Un dels trets diferencials en el sector comercial de Llagostera és el pol d'atracció dels outlets existents al municipi. Fons de l'ajuntament ens manifesten un gran creixement en dinamisme comercial fruit de la presència d'un elevat nombre

d'outlets, algun d'ells de prestigi reconegut, que s'han doblat en nombre en poc temps i, en alguns casos, sorgits de l'emprenedoria llagosterenca, fet que n'incrementa el valor.

Llevat de dos grans centres outlet als afores del municipi, la resta es troben ubicats al centre urbà comercial, principalment a la Plaça Catalunya, el punt de la vila més dinàmic.

Es fa difícil valorar en quina mesura aquesta irrupció de nous formats de comerç al detall beneficia o perjudica el comerç local, però des de l'ajuntament s'està treballant per encaixar-lo i convertir-lo en una oportunitat.

Segons l'estudi elaborat, aquests outlets generen uns hàbits repetitius que consoliden compres provinents d'altres municipis de la demarcació i també de l'àrea de Barcelona. Segons les enquestes realitzades a persones no residents, un 78% havien vingut a Llagostera per a la compra als outlets.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

Comerciants i ajuntament coincideixen en la importància que tindrà l'urbanisme en el bon desenvolupament de l'activitat comercial al municipi. Els actuals enfocaments en la gestió dels centres urbans com a llocs de centralitat comercial, destí de compres i d'oci, així com una nova visió estratègica de les ciutats encaminada a la construcció de la seva pròpia identitat i considerant el comerç com un "aliat" en el procés de transformació i adaptació als nous temps, genera un nou debat a l'entorn de la recerca d'un equilibri negoci-oci-residència.

L'oferta comercial existent ha anat canviant al llarg dels darrers anys. El centre ha deixat de ser l'única àrea comercial i, a més a més, la tendència demogràfica ha derivat en un deteriorament del parc d'habitatges i de locals que impedeix garantir una certa qualitat de l'entorn sense cap mena d'actuació prèvia.

Conscients de la situació i amb molt bon criteri, Ajuntament, Universitat de Girona i Unió de Botiguers han engegat un projecte amb l'objectiu de definir quin és el paper que ha de jugar l'urbanisme actual per crear una zona comercial i/o impulsar el turisme alhora que s'identifiquen els trets d'identitat singulars que permetin crear una marca sostenible i genuïna que identifiqui el comerç local. El

projecte “Botigues pròximes, Llagostera autèntica” aborda la dinamització comercial des d’una perspectiva arquitectònica i urbanística, aportant una visió transversal de la qüestió comercial. implica

la perspectiva del turisme verd en la concepció de ciutat per a viure, caminar i comprar, i busca generar una imatge de marca del comerç arrelada al territori, que respongui a les característiques del paisatge urbà i rural de Llagostera.

Finalitzat el treball, s’han trobat propostes que individualment o bé combinades tenen un abast de llarg termini en l’estructura del paisatge comercial del municipi, fent-lo singular i atractiu, amb un posicionament diferenciat basat en la natura, la proximitat, la qualitat i el concepte slow de poble amb visió estratègica i de modernitat. Un full de ruta a tenir en compte per a pal·liar i millorar els efectes de la desertització comercial del centre urbà a llarg termini.

#### **6. S’observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Ajuntament i comerciants coincideixen a afirmar que les causes d’aquesta desertització venen de lluny, segurament coincidiran amb el que està passant a altres municipis del territori: l’actual situació de crisi, la manca de relleu generacional al comerç, l’increment de les taxes i l’impacte ocasionat per la variant de Llagostera que ha tret tot el trànsit de pas des de Girona cap a la Costa Brava. Anteriorment la carretera que travessava el municipi era un eix comercial important; actualment no queden establiments oberts.

Esmenten també la gran dificultat d’obrir nous locals en els carrers considerats més comercials del centre urbà. Excepte a la Plaça Catalunya, si un local tanca a la resta de carrers costa que se n’obri un de nou. Creuen també que Llagostera s’ha anat convertint en municipi dormitori, ja que molts dels seus habitants treballen fora del poble i això també es podria considerar una de les causes de la davallada del teixit comercial.

Amb tot, des de l’ajuntament es posa èmfasi en el “poc atractiu per a la passejada” causat en part per la manca d’aplicació de mesures urbanístiques que tinguessin en compte el comerç. Per aquest motiu han iniciat l’exhaustiu treball conjunt amb la Universitat de Girona que s’ha esmentat anteriorment.



Imatge de la Plaça Catalunya, principal zona comercial de Llagostera; no hi ha local buits.

## 7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats

Finalitzada aquesta petita anàlisi poques coses podem afegir als projectes estratègics que s'estan iniciant en aquest moment a Llagostera. Sí que volem posar en valor i destacar la voluntat de col·laboració entre les institucions i el sector privat, en benefici del comerç i del municipi en general, amb un treball transversal que es realitza des de diferents àmbits complementaris i fonamentals per a aconseguir els objectius plantejats. Urbanisme, promoció, cultura, patrimoni, costums, oci, lleure i esport, gastronomia i productes locals i medi natural són conceptes que hem pogut trobar en la perspectiva futura del comerç llagosterenc, i això és una gran fita.

En un moment com l'actual en què pren molta importància com es gestiona un territori comercial per a oferir una experiència completa (compres, visites, passeig, restauració, etc.), plantejaments globals com el que s'està iniciant a Llagostera, malgrat que no siguin processos ràpids d'executar han de facilitar l'assoliment dels objectius plantejats.

El projecte "Pla per a l'enfortiment de l'activitat comercial i turística de Llagostera" presentat recentment planeja un ambiciós pla de treball per als propers cinc anys. Com a aportació complementària a aquest projecte i des del criteri de proximitat i coneixement de l'entorn, la nostra voluntat és reforçar la necessitat de treballar tots aquests punts "des de dins i des de baix" per aconseguir la plena implicació dels actors principals.

**Des del territori**, partint de la seva realitat comercial, urbana, empresarial, turística, d'infraestructures, etc., la tipologia d'actius i el capital humà (empreses,

persones, etc.) amb les seves fortaleses i debilitats, i contextualitzat en el model socioeconòmic del municipi.

**Amb el territori**, on tot el procés es realitzi conjuntament amb els agents socials i econòmics de l'entorn més immediat.

**Per al territori**, de forma que maximitzin el retorn sobre el propi territori i s'ajustin al màxim a la realitat del seu entorn a fi d'obtenir els resultats esperats.

**Gestionar el territori per potenciar l'experiència de visita**, amb l'objectiu de preservar, enfortir i potenciar la singularitat, diferenciació i riquesa vivencial durant la visita per tal d'esdevenir un pol d'atracció de compradors. Qualsevol centre urbà amb voluntat d'èxit comercial necessita, tenint en compte les necessitats del consumidor actual, recrear un determinat tipus d'iniciatives dinamitzadores que ajudin a configurar una atmosfera motivadora i un ambient atractiu on l'oci complementi el fet d'anar de compres.

**Desenvolupar i comunicar nous valors complementaris a la compra**, amb l'objectiu de generar vincles "emocionals", més enllà del producte, per posar en valor un model comercial urbà que formi part del procés de decisió de compra del nou comprador. En aquest nou escenari, les ciutats que tindran més èxit en el futur seran les que aconseguixin un equilibri intel·ligent entre la competitivitat econòmica, la cohesió social i la sostenibilitat ambiental.

El canvi en l'escala de valors de les preferències dels consumidors que s'està produint en els darrers anys fa evolucionar el sector del comerç:

- Comprar allà on vulgui i en el moment que vulgui
- Mínim temps per a l'adquisició del producte (el temps és or)
- Capacitat d'adaptació del producte, servei, atenció, comunicació, etc.

Continuar fent allò que fèiem fa uns quants anys sense aplicar cap canvi no ens permetrà seguir vius en aquest viatge. Però si som capaços d'aplicar i comunicar la qualitat, la transparència i la sostenibilitat, alhora que creem experiències personalitzades de compra podem aprofitar un dels canvis més notables en els consumidors que té a veure amb el pas cap a un consum menys impulsiu i més reflexiu. En aquest sentit, els consumidors passen de definir-se per la quantitat de coses que posseeixen a fer-ho per la qualitat de les seves pertinences,

l'estatus que aporten i les experiències que suposa adquirir-les. En els propers anys caldrà tenir molt en compte conceptes molt relacionats amb: consum conscient i responsable, comerç verd i de proximitat i/o retorn i arrelament social del comerç de proximitat.

**L'impuls a esdeveniments culturals, comercials i turístics** i la creació de sinergies entre sectors que ens ajudin a millorar la qualitat de la visita poden ser un bon revulsiu per a la millora del comerç local.

**Formació i transformació digital del comerç**, amb l'objectiu d'apropar les noves tecnologies al teixit comercial de Llagostera i facilitar-li el camí vers l'adaptació als nous entorns digitals, l'omnicanalitat i la multicanalitat.

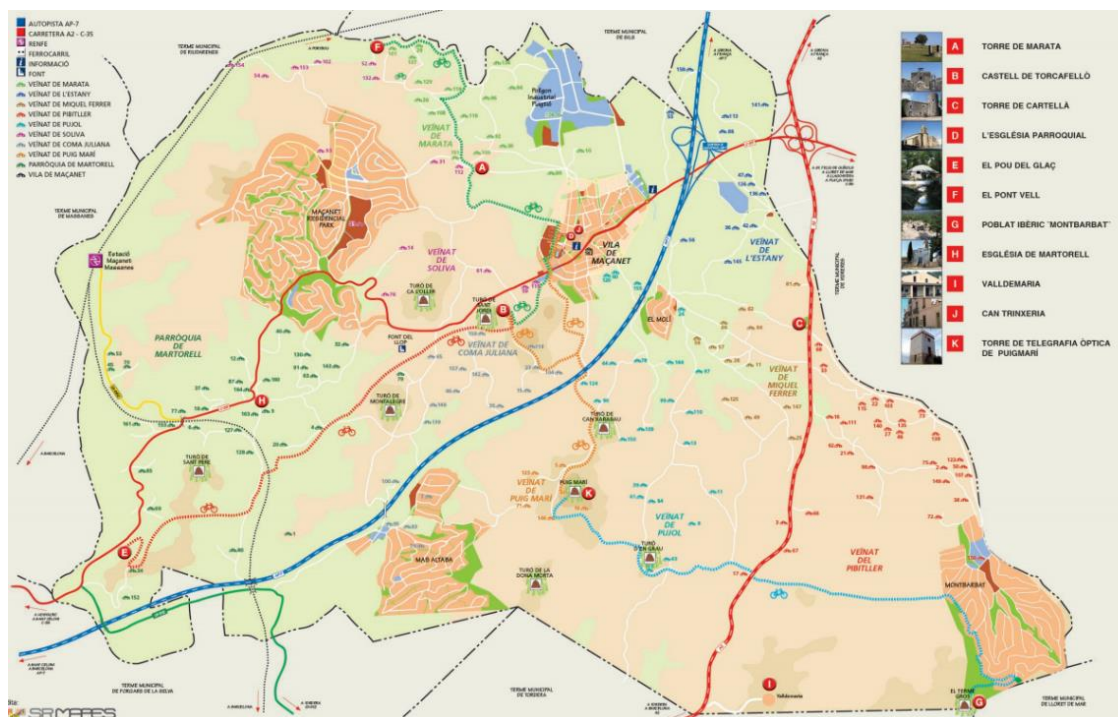
No voldríem finalitzar aquest informe sense esmentar una acció que s'ha plantejat des de l'àrea tècnica de promoció econòmica per a la recuperació de locals buits, que he considerat molt original i ha generat el meu interès. "Tasta l'experiència comercial" pretén fomentar l'obertura de nous locals enfocant-la a l'emprenedoria local i vinculant ajuntament, propietaris de locals i emprenedors, una mena de renting de locals per permetre "tastar" l'acció comercial amb condicions especials abans de decidir-ne la continuïtat. Espero poder-ne seguir el seu desenvolupament.



## ➤ MUNICIPI DE MAÇANET DE LA SELVA

### 1. Context

Maçanet de la Selva té 45,21 km<sup>2</sup> d'extensió i es troba al sector meridional de la comarca de la Selva, ja al límit del Maresme. Limita amb els termes municipals de Sils i Riudarenes al nord; Massanes a l'oest i Fogars de Tordera, Tordera i Lloret de mar al sud, mentre que Vidreres és a l'est. El poble es divideix en vuit veïnats: Comajuliana, l'Estanya, Marata, Miquel Ferrer, Pibitller, Puig Marí, Pujol i Soliva, i comprèn també la parròquia de Martorell. La vila està comunicada per l'autopista A-7, la carretera Nacional II, la C-251, i per la línia ferroviària a l'estació de Maçanet-Massanes.



Segons dades de l'IDESCAT, l'any 2018, comptava amb una població de 6.919 habitants, però Maçanet té diverses urbanitzacions en el seu terme municipal amb segones residències. La població, a partir de Sant Joan es multiplica considerablement i pot arribar a acostar-se als 25.000 habitants.

Maçanet de la Selva va obtenir la condició de municipi turístic l'any 2006. Malgrat tot, no hem aconseguit trobar la delimitació de la Trama Urbana

Consolidada del municipi, ja que no figura en el Registre de Planejament Urbanístic de Catalunya.

Malauradament, disposem de poques dades actualitzades en termes de quantitat i de qualitat per poder avaluar la realitat comercial del municipi perquè no existeix una base de dades unificada i expressament creada per a aquesta finalitat i les dades existents són diferents quant a paràmetres o sectors d'anàlisi. Per aquest motiu i malgrat haver consultat les dades tant del cens d'establiments comercials de la Generalitat com del portal Xifra de la Diputació de Girona i altres bases de dades, a més a més de parlar amb comerciants i amb l'ajuntament, no podem afirmar que les dades que es donen a continuació s'ajustin 100% a la realitat actual.

## 2. Observació comercial

Hem delimitat l'anàlisi de les dades al centre urbà de la vila, exclouent-ne els polígons perifèrics i les urbanitzacions, on majoritàriament podem trobar bars o restaurants, per tal de poder centrar l'informe en la desertització que ha sofert en els darrers anys el municipi i intentar valorar-ne els motius. Per obtenir les dades que es veuran a continuació hem parlat amb comerciants locals i amb la regidoria de promoció econòmica del municipi.

Considerem que els carrers comercials de Maçanet són els següents:

- Plaça de l'Església
- C/Salvador Espriu
- Av. Catalunya
- C/Montseny
- C/Fira
- C/Dolors



Sectors i subsectors d'activitat inclosos:

| Sector                   | Subsector Activitat  |
|--------------------------|--|
| Quotidià alimentari      | Aviram / Bodega / Carnisseria / Supermercats/ Comestibles / Congelats / Dolços i pastissos / Forn de pa / Fruites i verdures / Peix i marisc / Queviures / Xarcuteria / Plats preparats  |
| Quotidià alimentari      | no Perfumeria/ Estanc/ Farmàcies   |
| Equipament de la llar    | Electrodomèstics / Ferreteria / Llar / Decoració i mobiliari / Flors i plantes / Drogueria   |
| Equipament de la persona | Articles esportius / Articles per a nens / Joieria, rellotgeria i bijuteria/ Merceria i llenceria / Òptica / Roba i complements / Sabateria  |
| Lleure i cultura         | Fotografia / Jocs i atraccions / Papereria, llibreria i copisteria / Audiovisual   |
| Automoció i carburants   | Comerç al detall d'accessoris i recanvis per a vehicles / Comerç al detall de carburants i olis per a vehicles / Comerç al detall de cobertes, bandes i cambres d'aire / Comerç al detall de vehicles terrestres (cotxes, camions, etc.),... |
| Altres                   | Altres establiments comercials   |

En l'actualitat hem comptabilitzat un total de 33 establiments comercials (segons els sectors esmentats a l'inici de l'informe), alguns dels quals no es troben ubicats en els carrers considerats més comercials:

**Alimentació: 12** - supermercats barri (3), carnisseries (2), fleques-pastisseria (5), bodega (1) i plats preparats (1)

Quotidià no alimentari: 4 - estanc (1) i farmàcies (3)

Equipament de la llar: 4 - ferreteria (1), drogueria (2), flors (1)

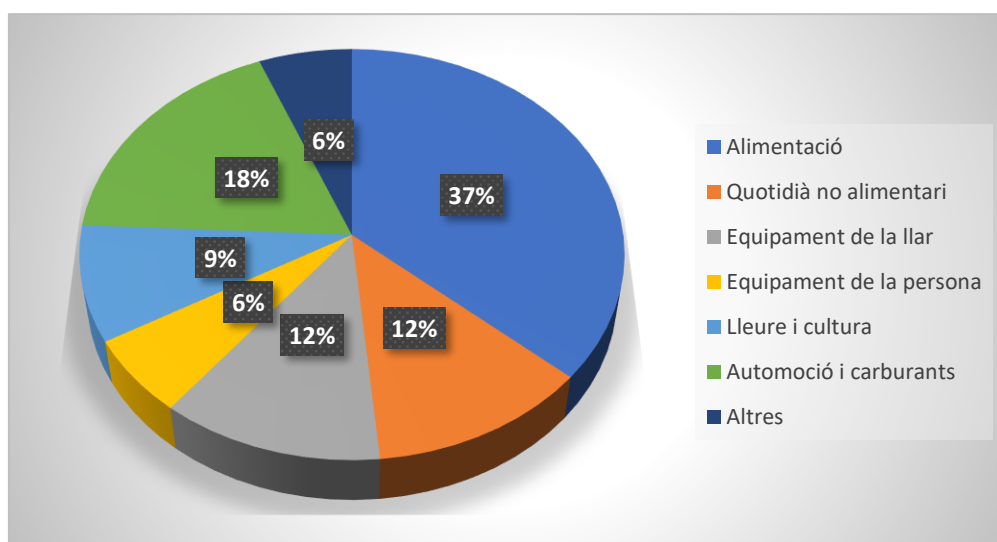
Equipament de la persona: 2 - joieria-rellotgeria, merceria

Lleure i cultura: 3 - papereria, armeria i espai bicicletes

Automoció i carburants: 6 - tallers mecànics i concessionaris, botigues motos

Altres: 2 - basar multipreu i botiga veterinària

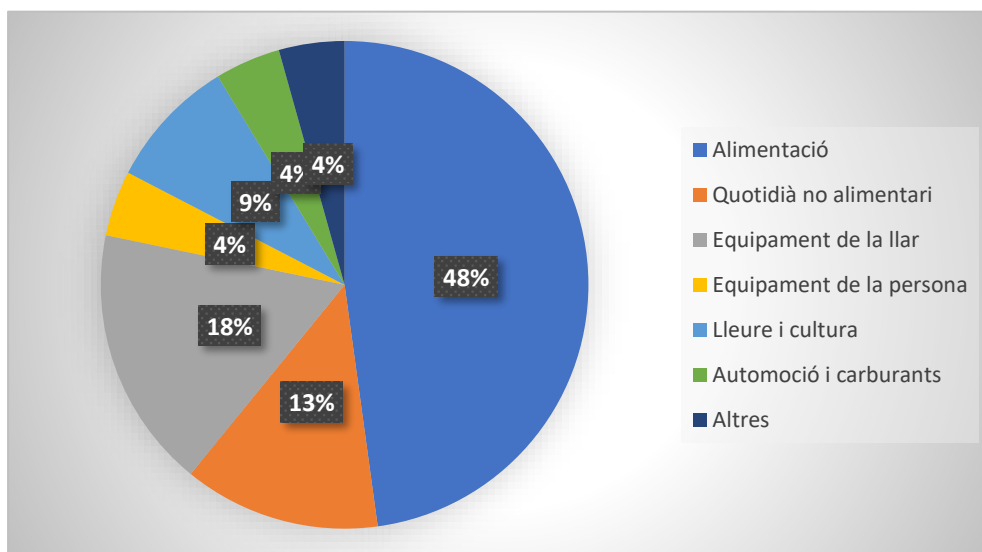
| SECTOR                   | NOMBRE ESTABLIMENTS | PERCENTATGE |
|--------------------------|---------------------|-------------|
| Alimentació              | 12                  | 36,37%      |
| Quotidià no alimentari   | 4                   | 12,12%      |
| Equipament de la llar    | 4                   | 12,12%      |
| Equipament de la persona | 2                   | 6,06%       |
| Lleure i cultura         | 3                   | 9,09%       |
| Automoció i carburants   | 6                   | 18,18%      |
| Altres                   | 2                   | 6,06%       |
| <b>Total</b>             | <b>33</b>           | <b>100%</b> |



El sector d'activitat que predomina a Maçanet de la Selva és el d'alimentació, seguit del d'automoció i carburants, però és especialment preocupant el reduït nombre d'establiments existents. Si ho limitem als carrers considerats comercials, el gràfic canvia considerablement.

Descomptant els establiments que no estan situats en els carrers considerats comercials, el total es redueix a **23 establiments comercials repartits en 6 carrers**.

| SECTOR                   | NOMBRE ESTABLIMENTS | PERCENTATGE |
|--------------------------|---------------------|-------------|
| Alimentació              | 11                  | 47,84%      |
| Quotidià no alimentari   | 3                   | 13,04%      |
| Equipament de la llar    | 4                   | 17,39%      |
| Equipament de la persona | 1                   | 4,34%       |
| Lleure i cultura         | 2                   | 8,71%       |
| Automoció i carburants   | 1                   | 4,34%       |
| Altres                   | 1                   | 4,34%       |
| <b>Total</b>             | <b>23</b>           | <b>100%</b> |



El mercat setmanal se celebra els dimecres al matí i compta amb 17 parades, i cal destacar que hi ha un supermercat Bon Preu al polígon dels afores.

Amb tot, és important anotar que Preocupa especialment que un municipi de 7.000 habitants i que compta amb un polígon industrial amb empreses que han experimentat creixements diversos en els darrers anys, es trobi en aquesta situació pel que fa al sector comercial.

### **3. Associacionisme**

La Unió de Comerciants de Maçanet ha passat per diferents etapes, actualment no està activa amb continuïtat, no es passen quotes i es desenvolupen molt poques actuacions a l'any.

Des de l'ajuntament s'ha intentat en diverses ocasions recuperar un nombre d'establiments amb ganes de liderar novament aquesta entitat i promoure accions que posin en valor el comerç existent, alhora que serveixin de locomotora per a possibles nous establiments.

Fins l'any 2009 el nombre de socis de la Unió de Comerciants es mantenia al voltant dels 45 associats i van arribar al seu màxim entre els anys 2010-2011 quan van decidir obrir l'entitat també als serveis, i es van acostar als 60 associats.

Malgrat que l'inici de la davallada en nombre de comerços al municipi es comença a notar el 2009, la incorporació de serveis i les accions conjuntes a la comarca sota el paraigua de la Federació de Comerç de la Selva van permetre mantenir un programa de dinamització anual fins fa un parell o tres d'anys.

### **4. Elements a destacar**

Segons dades de la notificació de l'Ajuntament, l'any 2005 Maçanet comptava amb un nombre total d'habitatges al municipi de 3.161 i 2.576 habitatges a les urbanitzacions, dels quals s'estimava que un 75% eren de 2a residència (1.972). La tendència ha estat a la disminució del nombre d'habitatges secundaris i el reforçament del gruix d'habitatges principals. Segons dades de l'IDESCAT, el 2011 el nombre d'habitatges secundaris a Maçanet era de 737.

Amb aquestes dades i, segons ens expliquen els comerciants, en el moment de la sol·licitud de declaració de municipi turístic, l'associació de comerciants local va donar el seu vistiplau per tal de poder mantenir el volum de vendes en festius arran de l'augment de la demanda de la població desplaçada al municipi, que llavors era considerable, i ajudava a mantenir vius els comerços. De llavors ençà, han canviat moltes coses i la situació actual és completament adversa.

Contràriament al que ha passat en el nombre d'habitants que s'ha anat incrementant notablement i ha arribat a assolir una població estable al voltant dels 7.000 habitants, el nombre de comerços actius ha sofert una clara davallada, que comença l'any 2008/2009, arribant a una situació límit durant els darrers dos anys. Hi ha clares mancances en l'oferta i no hi ha ni un sol carrer que es pugui considerar comercial.



### Locals buits

Amb les dades observades és fàcil preveure que la quantitat de locals buits al municipi és molt elevada. L'ajuntament no disposa de dades de locals buits però ens posa l'exemple del carrer Dolors, considerat des de sempre un dels més comercials, en el qual només queden dos establiments oberts. Segons l'ajuntament aquesta situació es podria agreujar en cas que no puguin evitar que es materialitzi la sol·licitud d'ampliació de superfície de venda que han rebut des del Bon Preu situat al polígon i la sol·licitud d'implantació d'un gran basar xinès

que també està interessat a obrir un establiment al polígon, just a tocar del Bon Preu.

Analitzant les dades del cens comercial de la Generalitat, coincideixen plenament pel que fa a l'evolució de la població però són notablement diferents pel que fa al nombre d'establiments comercials. Tant els comerciants com l'ajuntament ens han manifestat que, descomptant els serveis, mai hi ha hagut més de 50 establiments a Maçanet.

| Municipi            | Població 2017 | Població 2018 | Est_16 | Est_2017 | Est_2018 | SV_16  | SV_2017 | SV_2018 | Dens_com_16 | Dens_com_17 | Dens_com_sup_17 (m2/1.000) | Superfície mitjana_17 | Dens_com_18 |
|---------------------|---------------|---------------|--------|----------|----------|--------|---------|---------|-------------|-------------|----------------------------|-----------------------|-------------|
| Maçanet de la Selva | 6.822         | 6.919         | 54     | 56       | 53       | 12.683 | 11.032  | 11.644  | 7,92        | 8,21        | 1,617                      | 197,0                 | 7,66        |

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

L'actual equip de govern està intentant ordenar i actualitzar tot allò que afecta i envolta el sector comercial. Des de la revisió de les normatives i ordenances, la delimitació de la TUC o la designació de municipi turístic (que no es va renovar en el seu moment), fins a l'impuls de noves polítiques de suport i ajut al sector. Amb tot, la manca de recursos econòmics i tècnics dificulta les actuacions.

Maçanet de la Selva va sol·licitar la declaració de municipi turístic, amb el vistiplau dels comerciants locals, en un moment en què la llei limitava l'obertura de segons quins establiments en diumenges i festius, fet que, donades les característiques de la localitat i la forta demanda de servei que generava l'existència de nombroses segones residències que augmentaven notablement la població desplaçada a Maçanet, causava un greu perjudici per al comerç local.

La proposta i, posteriorment, la resolució deixava palesa una clara intenció de protecció del comerç tradicional del nucli urbà de Maçanet, exclouent la possibilitat que mitjanes i grans superfícies que s'implantessin en àrees perifèriques es beneficiessin també d'aquesta excepcionalitat.

## 6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?



Ajuntament i comerciants coincideixen a afirmar que les causes d'aquesta davallada tan important en nombre d'establiments comercials ha vingut donada per un cúmul de circumstàncies: l'actual situació de crisi, l'elevat preu dels lloguers dels locals més cèntrics, la millora de les comunicacions per carretera, la davallada en nombre de segones residències i el baix poder adquisitiu dels nous habitants arribats al municipi des d'algunes zones perifèriques de l'entorn de Barcelona.

Els comerciants hi afegixen també l'increment d'impostos i la manca d'iniciatives per part de l'ajuntament per impulsar accions de millora en planificació i senyalització comercial, entre d'altres. El que ells anomenen "efecte autopista": el fet que molts dels treballadors van instal·lar-se al municipi i les seves dones van obrir establiments comercials que a poc a poc han anat perdent sentit i s'han anat tancant, i la vianalització de la Plaça de l'Església també es podrien considerar causes externes de la situació actual. Destaquen que altres municipis no massa llunyans i amb un nombre molt similar d'habitants no s'estan desertitzant sinó que estan mantenint i millorant un dinamisme comercial envejable.

Des de l'ajuntament ens manifesten no saber trobar una fórmula que motivi els comerciants a tornar a treballar plegats i fer ressorgir la Unió de Botiguers, però també la manca d'idees i recursos per implantar polítiques d'incentivació a l'obertura de nous locals, per exemple.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Considerem que qualsevol projecte d'elaboració d'un pla de millora del teixit comercial de Maçanet s'hauria de construir:

**Des del territori**, partint de la seva realitat comercial, urbana, empresarial, turística, d'infraestructures, etc., la tipologia d'actius i el capital humà (empreses, persones, etc.) amb les seves forteses i debilitats, i contextualitzat en el model socioeconòmic del municipi.

**Amb el territori**, on tot el procés es realitzi conjuntament amb els agents socials i econòmics de l'entorn més immediat.

**Per al territori**, de forma que maximitzin el retorn sobre el propi territori i s'ajustin al màxim a la realitat del seu entorn per afavorir els resultats esperats.

El comerç està experimentant un dels canvis més profunds de les darreres dècades, fonamentalment per la transformació del sector i alhora de la societat. El sector viu la irrupció del canal online però el comerç físic segueix essent el canal majoritari de compra i tots els estudis i previsions situen el canal físic en uns molt bons percentatges, per als propers anys com a mínim. És a dir, seguirà essent un canal de compra principal. Ara bé, això no vol dir que el comerç físic no s'hagi de transformar i adaptar de forma immediata a un nou entorn social i d'hàbits del consumidor. La compra física ja no es basa en el producte, sinó en l'experiència de la visita, si una persona es desplaça per comprar cal oferir-li alguna cosa més que el producte en si mateix. La visita t'ha de compensar, si no ja ho pots comprar per internet.

En aquest context, pren molta importància com es gestiona un territori comercial per a oferir una experiència completa (compres, visites, passeig, restauració, etc.). Efectivament, un dels aspectes que es constata és que el nou comprador busca zones de compra que li ofereixin experiències satisfactòries, i cada cop és menys fidel a un lloc determinat.

Addicionalment, ha aparegut amb força el concepte de consum conscient i responsable, especialment entre els més joves. Es tracta de formes de consum en què, més enllà del producte, la decisió també està influenciada per les polítiques de responsabilitat social de la marca/comerç, la sostenibilitat, la salut i la proximitat (en el cas d'alimentació), la qualitat, etc.

Partint d'aquestes premisses fora bo preparar un pla de treball enfocat en tres aspectes centrals bàsics i prioritaris:



## **Gestionar el territori per potenciar l'experiència de visita**

L'objectiu és preservar, enfortir i potenciar la singularitat, diferenciació i riquesa vivencial durant la visita per tal d'esdevenir un pol d'atracció de compradors. Qualsevol centre urbà amb voluntat d'èxit comercial requereix, tenint en compte les necessitats del consumidor actual, recrear un determinat tipus d'iniciatives dinamitzadores que ajudin a configurar una atmosfera motivadora i un ambient atractiu en què l'oci complementi el fet d'anar de compres.

Sota aquest repte apareixen un conjunt de propostes i instruments prioritaris encaminats a l'objectiu:

- Delimitació de l'espai comercial urbà amb una major concentració comercial, la seva oferta i concentració comercial, així com la imatge, l'urbanisme comercial: accessibilitat a peu, o en vehicles motoritzats, senyalització comercial, places i espais verds, aparcament... són aspectes que cal tenir presents per a poder definir les mesures d'enfortiment i desenvolupament futur de qualsevol àrea que es vulgui considerar comercial. Prioritzar qualsevol mesura del pla de mobilitat, accessibilitat i adaptació de l'àrea delimitada per tal de potenciar-la com un espai còmode i atractiu per als consumidors alhora que s'enriqueix la combinació de lleure i l'experiència de compra.
- Seguir treballant per promoure l'associacionisme.
- Promoure i impulsar la presència de productes de proximitat i artesans en el comerç.
- Iniciar una projecte i un procés de reflexió al voltant de com promoure l'ocupació de locals buits en planta baixa amb activitats que millorin l'entorn, la qualitat i l'experiència de la visita.
- Redacció d'un pla d'incentivació de noves activitats.
- Modernització i reactivació del mercat setmanal.

## **Desenvolupar i comunicar nous valors complementaris a la compra**

L'objectiu és generar vincles "emocionals", més enllà del producte, per posar en valor un model comercial urbà que formi part del procés de decisió de compra

del nou comprador. En aquest nou escenari, les ciutats que tindran més èxit en el futur seran les que aconseguixin un equilibri intel·ligent entre la competitivitat econòmica, la cohesió social i la sostenibilitat ambiental.

El canvi, l'escala de valors de les preferències dels consumidors que s'està produint en els darrers anys fa evolucionar el sector del comerç:

- Comprar allà on vulgui i en el moment que vulgui
- Mínim temps per a l'adquisició del producte (el temps és or)
- Capacitat d'adaptació del producte, servei, atenció, comunicació, etc.

Continuar fent allò que fèiem fa uns quants anys sense aplicar cap canvi no ens permetrà seguir *vius* en aquest viatge. Però si som capaços d'aplicar i comunicar la qualitat, la transparència i la sostenibilitat alhora que creem experiències personalitzades de compra podrem aprofitar un dels canvis més notables en els consumidors que té a veure amb el pas cap a un consum menys impulsiu i més reflexiu. En aquest sentit, els consumidors passen de definir-se per la quantitat de coses que posseeixen a fer-ho per la qualitat de les seves pertinences, l'estatus que aporten i les experiències que suposa adquirir-les. En els propers anys caldrà tenir molt en compte conceptes molt relacionats amb: consum conscient i responsable, comerç verd i de proximitat i/o retorn i arrelament social del comerç de proximitat

L'impuls a esdeveniments culturals, comercials i turístics i la creació de sinergies entre sectors que ens ajudin a millorar la qualitat de la visita poden ser un bon revulsiu per a la millora del comerç local.

### **Formació i transformació digital del comerç**

La inversió en noves tecnologies s'està generalitzant en el comerç de Catalunya, si bé el grau de penetració de les diferents tecnologies és molt desigual depenent del sector i de la mida de l'empresa. L'objectiu d'aquest apartat és facilitar al comerç l'adaptació als entorns digitals, l'omnicanalitat i la multicanalitat:

- Anàlisi de la maduresa digital i la implantació d'eines digitals
- Formació, com a element prioritari d'adaptació

- Impuls a noves formes de comunicar-se amb el comprador/visitant

Per aconseguir una recuperació funcional del centre urbà de Maçanet s'ha d'entendre que el que realment importa no són els immobles sinó els usos als quals es destinen sense necessitat que això suposi un trencament total amb la realitat existent fruit de les accions passades. I, en aquesta línia, qualsevol mesura que s'empregui s'ha de realitzar en estreta col·laboració de tots els agents, públics i privats, articulant mecanismes que permetin l'execució de les accions respectant l'equilibri dels diferents interessos en joc i utilitzant estratègies integrals d'intervenció.

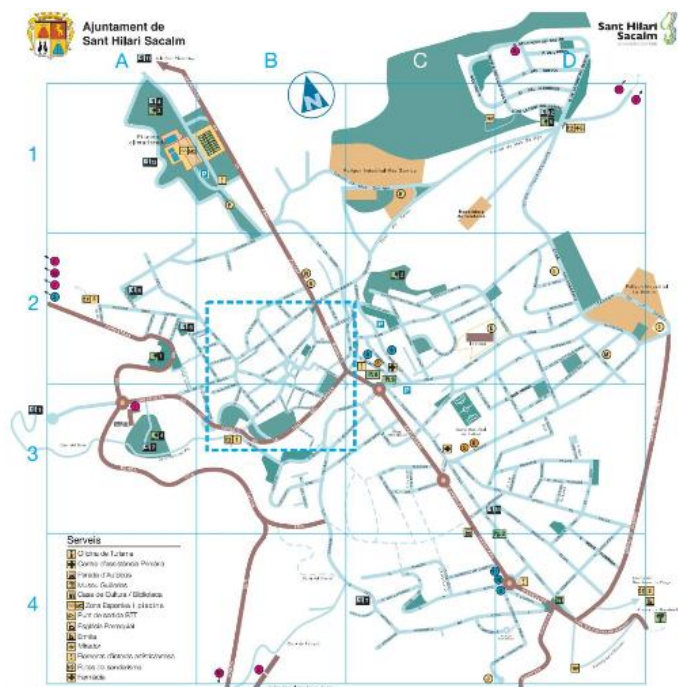


## ➤ MUNICIPI DE SANT HILARI SACALM

### 1. Context

Sant Hilari Sacalm és un municipi de la comarca de la Selva. Limita al nord-est amb els municipis d'Osor i Susqueda, a l'est amb Santa Coloma de Farners, al sud amb Arbúcies, a l'oest amb els d'Espinelves i Vilanova de Sau i al nord amb Rupit i Pruit (els tres últims pertanyents a la comarca d'Osona). Tradicionalment sempre se li ha dit capital de les Guillerries en tractar-se de la principal població d'aquesta comarca natural. És també anomenada "La Vila de les 100 fonts", ja que en el seu terme municipal hi ha comptabilitzades més d'un centenar de fonts, entre les quals es troba la font Font Vella.

El terme comprèn la vila de Sant Hilari Sacalm, cap de municipi i la urbanització de Cal Sastre. També en formen part les antigues parròquies de Querós, Santa Margarida de Vallors i Mansolí. Hi arriba la carretera procedent de Vic per Sant Julià de Vilatorrada i Sant Sadurní d'Osormort i la de Viladrau i Espinelves pel coll de Ravell, que s'uneixen al pla de les Arenes. També hi mena una carretera procedent d'Arbúcies, per on s'accedeix a l'N-II i l'AP-7 de Barcelona a la Jonquera i, ja dins el terme, a la carretera C-25 (Eix Transversal), que en travessa, en part soterrada, l'extrem sud.



Segons dades de l'IDESCAT, l'any 2018, comptava amb una població de 5591 habitants.

L'aigua té un paper fonamental en el desenvolupament de la vila. Des del segle XVIII esdevé el motor econòmic de Sant Hilari : en primer lloc, s'aprofiten les propietats mineromedicinals d'algunes aigües com les de la Font Picant, que atrauen famílies senceres

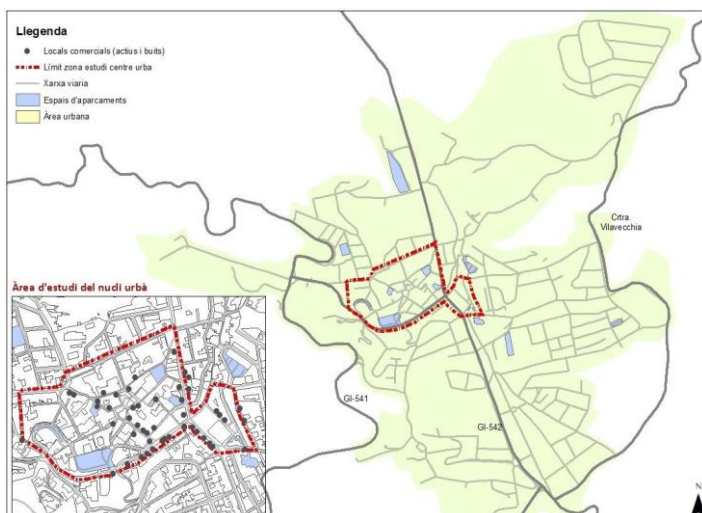
d'estiuejants i, per altra banda, se'n fa una potència industrial embotelladora –

és el cas de la Font Vella, convertint-se, així, en un dels sectors econòmics més importants i que generen més llocs de treball al municipi.

L'Ajuntament de Sant Hilari considera que el desenvolupament de l'activitat comercial en el centre urbà és fonamental per a donar vitalitat i qualitat de vida a les persones que hi resideixen, així com per enfortir el seu sentit de pertinença cap al barri o la població. L'existència de comerç i serveis estimula el moviment de persones i, per tant, el desenvolupament d'altres activitats econòmiques i també de caire social i cultural, i fins i tot turístiques, que s'alimenten mútuament aconseguint un efecte multiplicador. Per aquest motiu va encarregar un estudi com a base de l'estratègia a seguir en els propers anys. Aquest estudi, realitzat per l'empresa Audifilm Consulting i presentat recentment, ens serveix de base per elaborar aquest informe: Dinamització comercial per a l'ocupació dels locals buits del nucli urbà de Sant Hilari Sacalm.

## 2. Observació Comercial

Segons dades obtingudes de l'estudi abans esmentat, el nucli urbà de Sant Hilari Sacalm està format per un conjunt de carrers que plegats constitueixen una àrea propera a les 10 hectàrees (0,1 km<sup>2</sup>). L'entramat no és singular en tant que presenta unes característiques molt similars a la de molts nuclis urbans de poblacions on s'ha volgut donar una especial importància i rellevància a aquests espais i al protagonisme dels seus ciutadans. El resultat d'aquesta voluntat de poble és un centre urbà constituït majoritàriament per carrers i places de calçada única amb prioritat i pensats pels vianants.



Al conjunt del municipi, i segons la pàgina web de l'Ajuntament del Sant Hilari Sacalm, hi ha un total de 111 activitats comercials i de serveis.

| TIPOLOGIA                                   | DESCRIPCIÓ  |
|---|---|
| <b>Comerç<br/>quotidià<br/>alimentari</b>   | Aviram, bodega, carnisseria, centres comercials i supermercats, comestibles, congelats, dolços i pastissos, forn de pa, fruites i verdures, mercat municipal, peix i marisc, queviures, xarcuteria, etc   |
| <b>Serveis<br/>comercials</b>               | Agència de viatges, arranjament de roba i sabates i claus, banca i serveis financers, centre educatiu privat, consultori, estètica i bellesa, gimnàs i acadèmia, immobiliària, instal·lacions i subministraments, locutori, loteries i apostes de l'Estat, mascotes, oficina de correus i missatgeria, perruqueria, serveis de neteja, serveis professionals, telefonia, tintoreria, etc. |
| <b>Equipaments<br/>per a la<br/>persona</b> | Articles esportius, articles per a nens, joieria, rellotgeria i bijuteria, merceria i llenceria, òptica, perfumeria i drogueria, roba i complements, etc.   |
| <b>Equipaments<br/>per a la llar</b>        | Basar, electrodomèstics, ferreteria, llar, decoració i mobiliari, materials de construcció, etc.  |
| <b>Cultura i lleure</b>                     | Art i col·lecció, audiovisual, cinema i teatre, fotografia, jocs i atraccions, papereria, llibreria i copisteria, etc.  |
| <b>Hostaleria i<br/>restauració</b>         | Bar de copes i discoteca, bar de tapes, cafeteria i granja, hotels i similars, menjar ràpid, restaurant, etc.   |
| <b>Farmàcies i<br/>centres de<br/>salut</b> | Farmàcies, centres mèdics privats, ortopèdies, etc.   |
| <b>Servei vehicle<br/>privat</b>            | Aparcament, autoescola, auto-rentat, benzinera, concessionari, lloguer de vehicles, etc.  |
| <b>Indústria i<br/>empresa</b>              | Activitats primàries, comerç a l'engròs, minoristes, electrònica, energia i aigua, enginyers, fabricants, medi ambient, química, tallers industrials, sistemes de seguretat, etc.   |
| <b>Enginyers TIC</b>                        | Centre R+D, desenvolupament software, consultors, telecomunicacions, comunicació, serveis a internet, etc.  |

Seguint en la mateixa direcció que l'estudi encarregat per l'ajuntament hem delimitat l'àrea d'aquest informe als carrers del nucli històric i els adjacents, considerats més comercials en l'actualitat. No disposem d'una classificació definida per sectors però ens diuen que el sector majoritari és l'alimentació

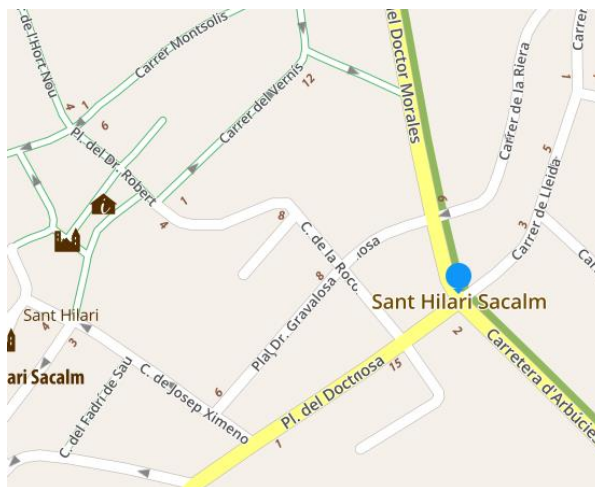


seguida dels serveis personals i/o restauració (sectors exclosos en la classificació del cens comercial de la Generalitat).

Entrant en la comparativa d'aquestes dades amb les del cens comercial de la Generalitat, coincideixen plenament pel que fa a l'evolució de la població però són notablement diferents pel que fa al nombre d'establiments comercials. Si de la classificació de l'ajuntament n'excloem les activitats de serveis, segons ens expliquen els propis comerciants locals, la xifra d'establiments comercials no s'acosta gens als 71 que s'hi comptabilitzen.

|                    |       |                     |       |       |    |    |    |       |       |       |       |       |       |       |       |
|--------------------|-------|---------------------|-------|-------|----|----|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Sant Hilari Sacalm | Selva | Comarques Gironines | 5.578 | 5.531 | 80 | 77 | 71 | 7.660 | 9.706 | 9.630 | 14,36 | 13,80 | 1.740 | 126,1 | 12,70 |
|--------------------|-------|---------------------|-------|-------|----|----|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|

La xifra real d'establiments comercials a Sant Hilari estaria situada al voltant dels 50 comerços, majoritàriament ubicats fora de l'àrea que delimita el centre històric tradicional. Hem pogut contrastar que actualment els carrers on es troba la major concentració comercial són:



- Crt. d'Arbúcies
- Carrer Doctor Morales
- Carrer de Josep Ximeno
- Plaça Gravalosa

Com es pot veure en el plànol aquests carrers es situen a l'entorn dels accessos al centre històric. Els comerciants afirmen que anys enrere al centre històric de Sant Hilari era ple de comerç, on no hi havia una botiga hi havia un restaurant, poc a poc el centre ha anat quedant desert i els establiments s'han traslladat a altres zones del municipi tal com es reflecteix en el document final de l'estudi encarregat per l'Ajuntament: a grans trets, la dinàmica que s'ha esdevingut en l'activitat dels locals comercials i dels serveis ha sigut la de desplaçar-se de les zones cèntriques del nucli històric (proximitats de l'Església) cap a les

proximitats de les places del Doctor Gravalosa i Moragues. Això ha generat que molts dels locals buits i sense activitat es concentrin precisament en aquests carrers més propers al centre, generant nous espais de centralitat de l'activitat.

Malgrat tot Sant Hilari encara disposa d'una oferta comercial diversificada. La sensació dels comerciants és que no són un dels pobles amb menys comerç de l'entorn. Si que es troba a faltar oferta en moda i complements, un dels sectors que més tancaments ha patit, i que alguns productes ja no es poden trobar al poble. Amb tot, l'oferta en producte alimentari de proximitat amb una qualitat extraordinària compensa les mancances en altres productes.

### **3. Associacionisme**

Sant Hilari compta amb una associació de comerciants molt activa i dinàmica que, des de fa uns quants anys, ha unit esforços amb el sector turístic treballant conjuntament un extens programa de dinamització comercial molt vinculat al territori i al seu entorn natural. La vila de les 100 fonts, capital de les Guïlleries, gaudeix d'un entorn natural envejable i el seu atractiu turístic es vincula a l'aigua, la natura i el benestar. El sector de serveis vinculats a la restauració, hoteleria, esports de lleure i natura, cases rurals, benestar, etc., representen un alt valor afegit pel conjunt dels sectors econòmics locals per la seva elevada capacitat de crida de visitants.

Actualment formen part de l'associació 60 associats d'ambdós sectors representant un 80% del total del municipi que han sumat esforços per un projecte comú capaç de crear una experiència completa pels visitants i turistes del municipi però també un servei complet pels seus habitants treballant plegats per a cohesionar i enfortir el teixit comercial i per a promocionar el petit comerç local.

### **4. Elements a destacar**

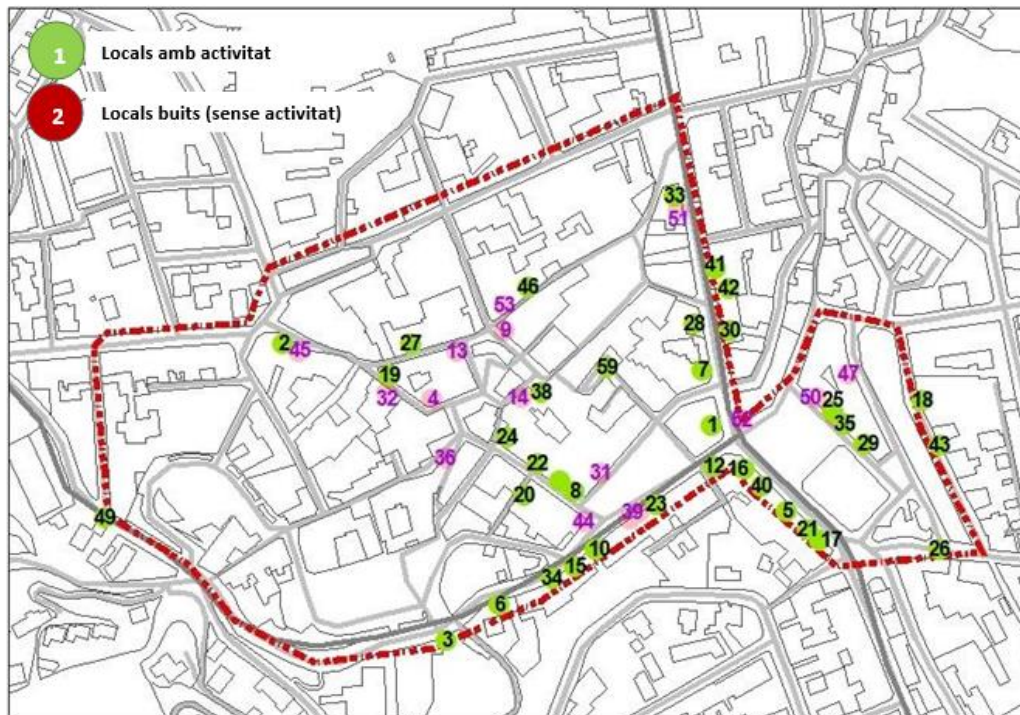
En els darrers anys s'ha obert un establiment Bon Preu a l'entrada del poble per la carretera d'Arbúcies i es poden trobar dos "megastore" xineses, una al costat

del Bon Preu i l'altra en una zona més cèntrica. El mercat setmanal es celebra en diumenge a la Plaça de l'Ajuntament i té unes 25 parades.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

L'estudi elaborat per l'ajuntament dona moltes dades de com ha afectat la desertització comercial al municipi. Del total de 111 activitats comercials i de serveis que es comptabilitzen a l'àrea de l'estudi, prop del 34% d'aquestes es troben en l'àrea delimitada com a nucli urbà, concretament 37 activitats i en aquesta mateixa àrea hi trobem 17 locals buits. Si ampliem l'estudi a les àrees més properes al nucli urbà tradicional el nombre de locals buits creix fins als 36.

Mapa 2. Locals comercials del nucli urbà amb i sense activitat.



Ajuntament i comerciants consideren que la gestió dels locals buits s'ha de convertir en una oportunitat per regenerar i dinamitzar l'espai del nucli urbà per tal de millorar-ne la configuració actual deguda als canvis importants dels darrers anys. Fruit de l'estudi s'ha elaborat un catàleg/cens de locals buits existents en el centre urbà i a les zones més properes així com l'anàlisi de les característiques principals de cada local de cares a les possibilitats

d'implantació que ofereixen i les necessitats d'actuacions que requereixen per ser adaptats a noves activitats.

El treball s'ha completat amb una diagnosi i una proposta d'actuacions a desenvolupar segons prioritats i possibilitats de cada zona/local.

#### **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Segons es reflecteix en la justificació de motius a l'inici del cas, des de l'ajuntament es considera que és una responsabilitat col·lectiva de tots els agents que hi intervenen la realització d'actuacions que contribueixin al bon desenvolupament de l'activitat comercial del municipi.

Ens diuen que, malgrat s'han realitzat diverses actuacions per intentar augmentar els atractius locals aquestes accions no han generat un efecte positiu en el desenvolupament de les activitats comercials del centre urbà i assenyalen un punt d'inflexió com a generador de l'inici del canvi la construcció, l'any 1997, de la connexió de l'Eix Transversal amb el municipi, fet que el connectava a una via ràpida arteria de territori. Afegeixen que aquest canvi s'accentua quan al 2013 s'acaben les obres de desdoblament de la via obrint-se el municipi molt més cap a l'exterior i a la possibilitat de rebre més visitants però que, alhora, aquesta millora en les comunicacions amb Girona o Vic fa que cada vegada més veïns del municipi es desplacin a les capitals per anar a comprar determinats productes i grans compres.

Els comerciants també coincideixen en assenyalar aquest fet com a una de les causes principals de la fuga de clients i, en conseqüència, tancament de comerços. Abans de les millores en les comunicacions, Sant Hilari era com una mena d'illa amb tots els serveis necessaris perquè no era fàcil desplaçar-se fora del municipi.

Des de l'ajuntament es va considerar que una de les causes de la poca aflluència de visitants i, per tant, de la disminució de la vida social al centre urbà era el poc interès que generava i en els darrers anys es van realitzar actuacions notables per la millora i dinamització de l'espai. Una d'aquestes actuacions va ser la peatonalització del centre urbà juntament amb la millora de la dotació d'aparcament proper i a l'establiment de mesures per facilitar la renovació dels

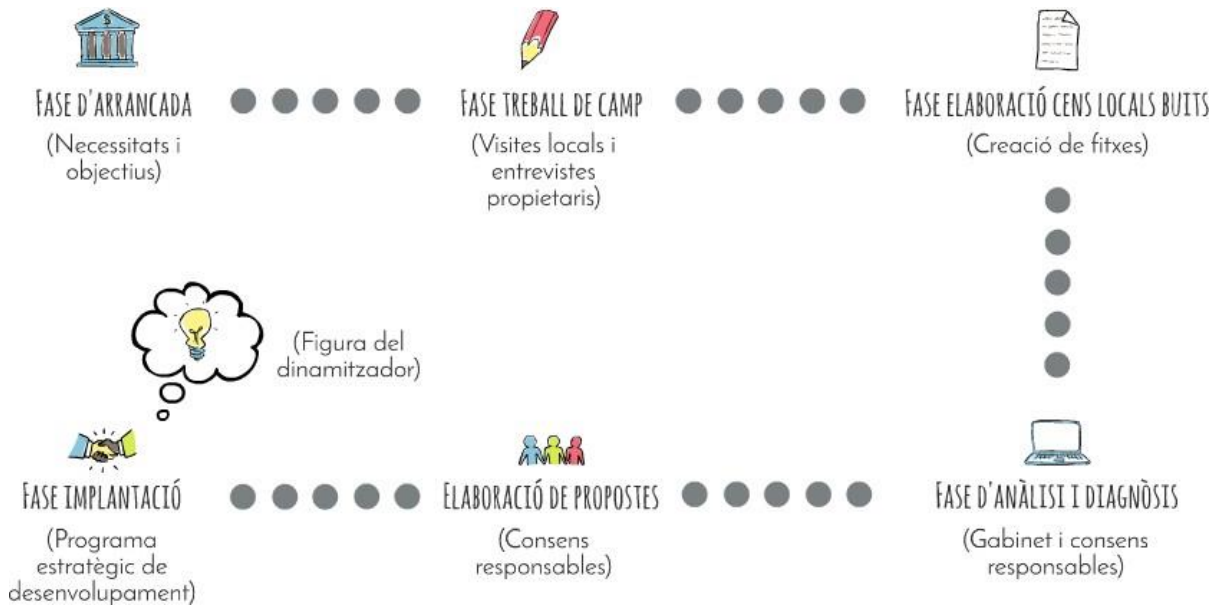
vehicles. És precisament en aquest punt on hi ha discrepàncies entre els responsables municipals i els comerciants, des de l'ajuntament es veu com un incentiu a l'activitat comercial però els comerciants afirmen que és tot el contrari, que ha estat perjudicial pel comerç: la gent es movia en cotxe pel centre i ara no pot; malgrat el que diuen els nostres representants polítics, la gent va en cotxe; no som un Granollers o un Girona, els compradors són majoritàriament gent del poble i volen arribar en cotxe a la botiga, ja sigui per comoditat o per poc temps, van a comprar no a passejar...

Ajuntament i comerciants si que coincideixen en esmentar que tot plegat s'ha vist agreujat en els últims anys per una situació de crisi econòmica als que s'han sumat canvis significatius dels models comercials, amb una proliferació molt gran de la cultura de compra per internet, així com l'èxit de les grans superfícies i centres comercials que s'ubiquen a relativa poca distància de Sant Hilari Sacalm i que, en el seu conjunt, posen en perill el comerç de proximitat tradicional.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats**

Finalitzat aquest petit anàlisi poques coses podem afegir als projectes estratègics que s'estan iniciant en aquest moment a Sant Hilari. Si que volem posar en valor i destacar la voluntat de col·laboració entre les institucions i el sector privat, en benefici del comerç i del municipi en general, amb un treball transversal que es realitza des de diferents àmbits complementaris i fonamentals per a aconseguir els objectius plantejats mitjançant un projecte participatiu que inclou des del primer moment els comerciants però també els veïns propietaris dels locals susceptibles d'activitat comercial. Aquest gran consens pot generar beneficis importants a curt i llarg termini.

En un moment com l'actual en que pren molta importància com es gestiona un territori comercial per a oferir una experiència completa (compres, visites, passeig, restauració, etc.), plantejaments globals com el que el que s'està realitzant a Sant Hilari, són un exemple més per destacar una acció amb moltes possibilitats d'èxit.



El projecte Dinamització comercial per a l'ocupació dels locals buits del nucli urbà de Sant Hilari Sacalm presenta un pla d'actuacions agrupades en sis grans àmbits, algunes d'elles són més tradicionals mentre altres són més novetats en vista de les característiques singulars de l'espai, això sí, totes elles contemplen múltiples possibilitats que hauran de ser explorades amb els actors implicats i els comerciants el valoren molt positivament.

Com a aportació complementària a aquest projecte i des del criteri de proximitat i coneixement de l'entorn, només apuntar la necessitat de treballar també altres punts complementaris a l'actuació per a la disminució de locals buits al centre urbà "des de dins i des de baix", tal com sempre s'ha apostat des de l'associació de comerciants local:

**Des del territori**, partint de la seva realitat comercial, urbana, empresarial, turística, infraestructures, etc., la tipologia d'actius i capital humà (empreses, persones, etc.) amb les seves fortaleses i debilitats, i contextualitzat en el model socioeconòmic del municipi.

**Amb el territori**, on tot el procés es realitzi conjuntament amb els agents socials i econòmics de l'entorn més immediat.

**Per al territori**, de forma que maximitzin el retorn sobre el propi territori i s'ajusti al màxim a la realitat del seu entorn per tal que faciliti els resultats esperats.



### **Gestionar el territori per potenciar l'experiència de visita**

L'objectiu és preservar, enfortir i potenciar la singularitat, diferenciació i riquesa vivencial durant la visita per tal d'esdevenir un pol d'atracció de compradors. Qualsevol centre urbà amb voluntat d'èxit comercial necessita, tenint en compte les necessitats del consumidor actual, recrear un determinat tipus d'iniciatives dinamitzadores que ajudin a configurar una atmosfera motivadora i un ambient atractiu on l'oci complementi el fet d'anar de compres.

Sota aquest repte apareixen un conjunt de propostes i instruments prioritaris encaminats a l'objectiu:

- Delimitació de l'espai comercial urbà amb major concentració comercial, la seva oferta i concentració comercial, així com la imatge, l'urbanisme comercial: accessibilitat a peu, o en vehicles motoritzats, senyalització comercial, places i espais verds, aparcament...són aspectes que cal tenir presents per a poder definir les mesures d'enfortiment i desenvolupament futur de qualsevol àrea que es vulgui considerar comercial. Prioritzar qualsevol mesura del pla de mobilitat, accessibilitat i adaptació de l'àrea delimitada per tal de potenciar-la com un espai còmode i atractiu pels consumidors alhora que s'enriqueix la combinació de lleure i l'experiència de compra.
- Seguir treballant en promoure l'associacionisme.
- Promoure i impulsar la presència de productes de proximitat i artesans en el comerç.
- Redacció d'un pla d'incentivació de noves activitats
- Modernització i reactivació del mercat setmanal

### **Desenvolupar i comunicar nous valors complementaris a la compra**

L'objectiu és generar vincles "emocionals", més enllà del producte, per posar en valor un model comercial urbà que formi part del procés de decisió de compra del nou comprador. En aquest nou escenari, les ciutats que tindran més èxit en el futur seran les que aconseguixin un equilibri intel·ligent entre la competitivitat econòmica, la cohesió social i la sostenibilitat ambiental.

El canvi en l'escala de valors de les preferències dels consumidors que s'està produint en els darrers anys, fa evolucionar el sector del comerç:

- Comprar allà on vulgui i en el moment que vulgui
- Mínim temps per a l'adquisició del producte (el temps és or)
- Capacitat d'adaptació del producte, servei, atenció, comunicació, etc.

Continuar fent allò que fèiem fa uns quants anys sense aplicar cap canvi no ens permetrà seguir vius en aquest viatge. Però si som capaços d'aplicar i comunicar la qualitat, la transparència i la sostenibilitat alhora que creem experiències personalitzades de compra podem aprofitar un dels canvis més notables en els consumidors que té a veure amb el pas cap a un consum menys impulsiu i més reflexiu. En aquest sentit, els consumidors deixen de definir-se per la quantitat de coses que posseeixen, sinó per la qualitat de les seves possessions, l'estatus que aporten i les experiències que suposa adquirir-les. En els propers anys caldrà tenir molt en compte conceptes molt relacionats amb: consum conscient i responsable, comerç verd i de proximitat i/o retorn i arrelament social del comerç de proximitat

L'impuls a esdeveniments culturals, comercials i turístics i la creació de sinèrgies entre sectors que ens ajudin a millorar la qualitat de la visita poden ser un bon revulsiu per a la millora del comerç local.

### **Formació i transformació digital del comerç**

La inversió en noves tecnologies s'està generalitzant en el comerç de Catalunya si bé el grau de penetració de les diferents tecnologies és molt desigual depenent del sector i de la mida de l'empresa. L'objectiu d'aquest apartat és facilitar al comerç l'adaptació als entorns digitals, la omnicanalitat i la multicanalitat:



- Anàlisi de la maduresa digital i la implantació de eines digitals
- Formació, com element prioritari d'adaptació
- Impuls a noves formes de comunicar-se amb el comprador / visitant

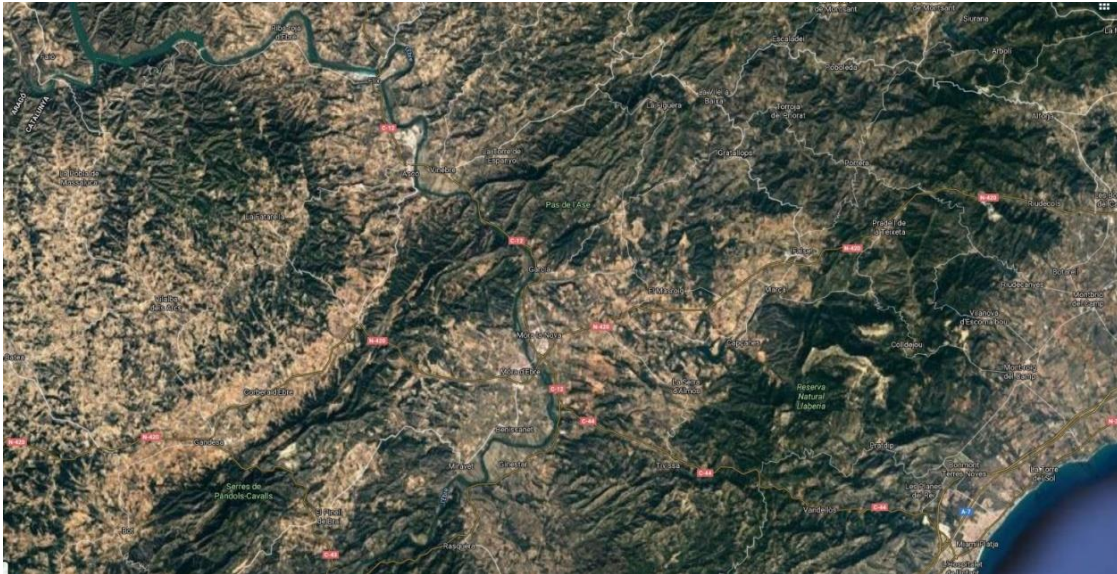


## ❖ TERRES DE L'EBRE

### ➤ MUNICIPI DE MÓRA D'EBRE

#### 1. Context

Móra d'Ebre és la capital de la comarca de la Ribera d'Ebre i exerceix encara, malgrat el context actual, una marcada capitalitat comercial sobre la comarca de la Ribera d'Ebre i les comarques veïnes del Priorat i la Terra Alta.



El seu municipi té una superfície de 48 km<sup>2</sup>, està situat a la riba dreta del riu Ebre, entre el pas de l'Ase i el de Barrufemes, al centre de l'anomenada cubeta de Móra.

Móra d'Ebre està directament comunicada amb Reus-Tarragona i Aragó mitjançant la N420, amb Lleida i Tortosa-Amposta mitjançant la C12 i la C12B, i amb la costa i l'A7-AP7 (a l'Hospitalet de l'Infant) a través de la C44; això fa que tingui a 15 minuts a la rodona 50.000 habitants i a 45 minuts, prop de 1.000.000 habitants.

És una cruïlla enoturística entre el Priorat i la Terra Alta, i també del flux que com a actiu turístic genera el riu Ebre en diverses rutes a peu o bicicleta, l'observació d'ocells i rutes en piragua, així com els espais de la Batalla de l'Ebre.

En l'àmbit local es pot gaudir, entre moltes altres coses, d'una sorprenent ruta pel nucli antic, l'espectacular ruta pel balcó del riu Ebre (carrer Major de Móra d'Ebre), la Festa Major a finals d'agost amb la seva coneguda festa del riu i la recentment



Una singularitat no massa coneguda és els dos equipaments privats dels amants del motor que hi ha. Per una banda, un circuit de motos i cotxes que sovint és utilitzat per a l'entrenament d'equips internacionals, i, per l'altra, un circuit de karts que ha sigut bressol de campions mundials de F1. De les activitats d'aquests equipaments se'n beneficien els establiments de restauració de la població.

Prenent com a referència les dades de l'Idescat, la població es manté estable amb una lleu recuperació els darrers anys (2017, 5.625 habitants; 2018, 5.642 habitants i 2019, 5.690 habitants), després que cap a l'any 2010 havia superat els 6.000 habitants.

## 2. Observació comercial

El comerç de Móra d'Ebre de sempre havia sigut la referència a les comarques de la seva àrea d'influència (Terra Alta, Ribera d'Ebre i Priorat, incloent-hi poblacions del Baix Camp com Vandellòs) i era habitual que els comerços més competitius i amb més assortiment tinguessin clients de tota aquesta àrea. Aquesta atracció comercial s'ha consolidat amb l'obertura fa 30 anys de l'hospital que té la mateixa àrea d'influència.

Els establiments han anat desapareixent del nucli antic, i ara mateix són testimonials, desplaçant-se cap a la plaça de Dalt i quatre cantons.

Actualment, per les jubilacions i tancaments, hi ha una nova migració d'establiments cap a l'Avinguda de les Comarques Catalanes.



En els darrers 20 anys s'ha considerat que majoritàriament l'activitat comercial se centra al recorregut que dibuixa els carrers Antoni Asens, carrer Dr. Peris, carrer Bonaire i l'Avinguda de les Comarques Catalanes.

D'acord amb les dades que es desprenen del cens d'establiments comercials de Catalunya (CECC), el nombre d'establiments està pujant lleument (2016, 99 establiments; 2017, 100 establiments, i 2018, 102 establiments); entre els anys 2016 i 2018 ha experimentat una pujada del 3,03%. Aquesta dada es contradiu clarament amb les altes i baixes que s'observen els darrers anys i que està experimentant globalment una clara baixada.

Pel que fa a la superfície de venda, a partir de les mateixes dades (CCEC) es visualitza una disminució considerable de la superfície de venda (2016, 20.275 m<sup>2</sup>; 2017, 19.132 m<sup>2</sup>; 2018, 17.547 m<sup>2</sup>) que entre els anys 2016 i el 2018 acumula una baixada del 13,45 % de la superfície de venda.

Al seu torn, la variable de la densitat comercial, expressada en establiments comercials per cada 1.000 habitants, experimenta una lleu pujada (2016, 17,76; 2017, 17,78, i 2018, 18,08), que entre els anys 2016 i 2018 es concreta en un 1,80% d'increment de densitat comercial.

### **3. Associacionisme**

La Unió de Botiguers de Móra d'Ebre es crea l'any 1999 per fer front, conjuntament, als problemes que sorgeixen als botiguers de la població. L'objectiu és donar vida a la població com a espai lúdic i comercial, a més d'oferir un servei de proximitat al client.

En el teixit d'associacions comercials de Terres de l'Ebre, per la seva solera, antiguitat i potència havia sigut l'associació de referència de les 3 comarques que estableixen la seva àrea comercial potencial.

Actualment té prop de 60 socis, està en un procés d'estabilització, després de bastants anys de pèrdua de socis (havien estat entorn de 100 socis), pressupost i activitat. Realitza accions de promoció i sensibilització envers el comerç local.

#### 4. Elements a destacar

El mercat setmanal, que se celebra els divendres, sempre ha estat motiu addicional de visita d'habitants de les poblacions veïnes, donada l'atracció comercial de Móra d'Ebre, habitual sobre el seu entorn.

Va ser traslladat d'ubicació fa uns 4 anys per establir-se en un espai polivalent que es va adequar expressament, després d'un període no pas curt de temps d'estudi i plantejament de diverses opcions. Es troba adossat a la trama urbana, i n'és una continuació.

En el si del comerç local sempre ha estat viu el debat de sobre l'efecte del mercat setmanal en les seves facturacions. Hi ha molta diversitat d'opinions i percepcions en funció de cada sector d'activitat i la seva ubicació dins de la població.

Tot i així, hi ha cert consens que coincideix a considerar que les activitats properes al mercat en surten beneficiades en detriment de les que es fan més lluny, així com els establiments tèxtils i de fruita/verdura també se senten perjudicats.

#### Presència de supermercats al perímetre de la TUC



Hi ha 2 establiments. Un Mercadona que es va obrir l'any 2011 amb una superfície de 1.650 m<sup>2</sup> i un Spar d'uns 800 m<sup>2</sup> (que fins no fa gaire era Suma i feia uns 400 m<sup>2</sup>).

L'efecte de la situació d'aquests 2 comerços importants en superfície i capacitat d'influència sobre les dinàmiques de consum és important i comporta que hi hagi fluxos de consum que no arribin a entrar a la població.

La nova implantació del Mercadona en aquesta ubicació va ser fruit d'una moderada sensibilitat vers la conveniència d'ubicar-lo en un punt nuclear del teixit comercial per part de l'equip de govern que hi havia a l'ajuntament en aquell moment, donat que hi havia i hi ha locals disponibles que compleixen els requisits necessaris.

## **5. Política de dinamització comercial del municipi**

La política de dinamització comercial directa és discreta i consta de 3.500 € anuals que es destinen a la Unió de Botiguers de Móra d'Ebre. A banda d'això, també posa a disposició la brigada municipal i carpes per a les activitats que se sol·licitin.

No seria adequat passar per alt les importants inversions dutes a terme en la millora de l'espai urbà, mitjançant la renovació de l'asfalt de carrers i voreres, així com en mobiliari urbà i zones verdes que fan més agradable i atractiva la visita al municipi i als seus comerços.

## **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

El fenomen de la desertització comercial s'observa en més d'un centenar de locals buits que transmeten una sensació, igual que està passant a moltes altres poblacions de Catalunya, de carrers morts i desoladors.

Els locals buits es distribueixen bastant homogèniament als diferents carrers comercials, que amb aquest fet estan deixant d'esdevenir comercials per convertir-se en successions de locals buits.

Es podrien distribuir en 3 grups: els que han tancat recentment per jubilació i cessament de negoci o la recent agrupació bancària, els que han anat tancant al llarg dels 10 anys de crisi que està patint el sector del comerç, i els locals que porten més de 15 anys tancats.

Els locals dels dos primers grups, els que han tancat en els darrers 3 anys i els que han tancat entre els darrers 4 i 10 anys, es poden reobrir fàcilment amb lleus accions de renovació/actualització.

Pel que fa al darrer grup, els que porten més de 15 anys tancats són de complicada reobertura, donat l'abast de les actuacions de renovació/actualització que cal dur a terme.

Si analitzem les causes del tancament, veiem que gran part dels tancaments de locals són deguts al fet que han iniciat la seva activitat en una època de lloguers alts i no han pogut resistir la crisi amb aquests lloguers ni han tingut temps de generar fortalesa suficient com per a afrontar les 2 circumstàncies negatives.

Un altre grup important d'establiments que han hagut de tancar ha sigut per la jubilació dels seus titulars sense haver aconseguit un relleu generacional, bé familiar o mitjançant traspàs.

Entre els comerços que segueixen oberts s'observa que hi ha un nombre important de comerços els titulars dels quals es jubilaran en menys de 10 anys i que de moment no han aconseguit trobar un relleu generacional.



També s'observa una part relativament petita que estan fent un relleu generacional a fills amb estudis universitaris i que després d'experimentar les minses retribucions a Barcelona i de veure fins a quin és cara la vida en aquesta ciutat, han decidit actualitzar el negoci per a fer-lo més atractiu i competitiu.

A banda, també s'ha observat un nombre no molt elevat d'establiments que, malgrat haver iniciat la seva activitat en els moments més durs de la crisi, amb una adequació constant de l'oferta i una comunicació molt activa, són negocis dinàmics i podrien ser tinguts en compte com a casos d'èxit, dignes de ser imitats per la resta de comerços.



## 7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats

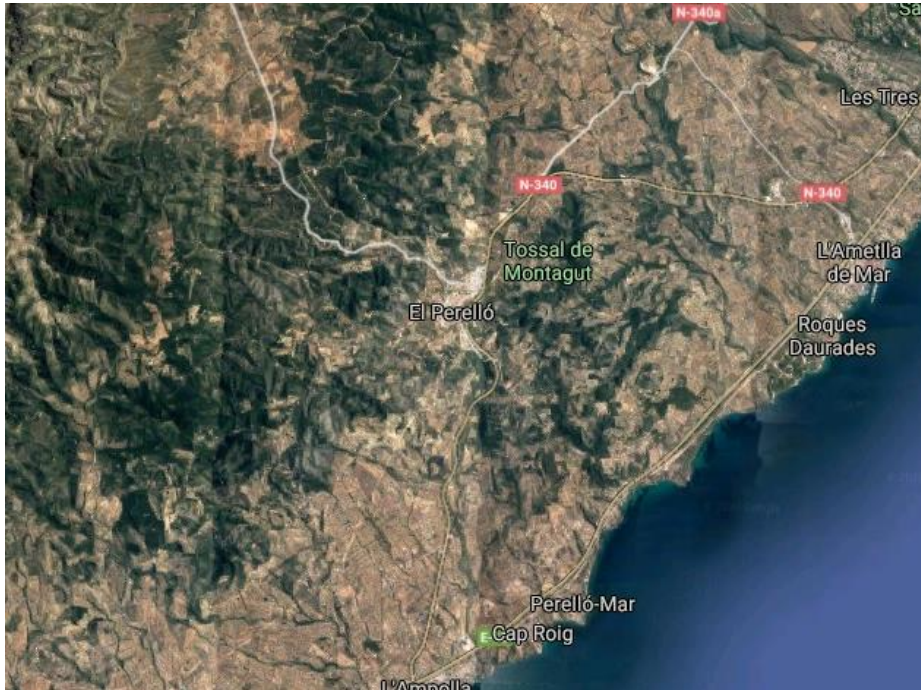
Amb l'objectiu de millorar la dinamització i el teixit del municipi, es poden desenvolupar les següents accions:

- Prèvia conversa amb els propietaris dels locals, oferir els més atractius i viables als propietaris de negocis de les poblacions i comarques veïnes.
- Accions de motivació i foment de les bones pràctiques i actituds dels casos d'èxit que s'observen.
- Formació en digitalització dels comerços.
- Fomentar els beneficis de l'economia circular com a avantatge competitiu del petit comerç de proximitat.
- Continuar la millora de l'espai urbà i els accessos a la població, especialment pel camí de les hortes.

## ➤ MUNICIPI DEL PERELLÓ

### 1. Context

El Perelló, municipi del Baix Ebre, conegut per ser el principal productor de mel de Catalunya, és una població molt emprenedora amb un fort component comercial i turístic.



El seu municipi té una superfície de 100,70 km<sup>2</sup> i es troba en una zona de transició entre la Ribera d'Ebre i la costa.

El Perelló està comunicat amb les poblacions costaneres properes (l'Ametlla de Mar i l'Ampolla) mitjançant la N340 i amb l'interior a través de la TV3022; es troba a la comarca del Baix Ebre a 142 metres d'altitud i està situat a una distància propera a les grans capitals: Tortosa (30 km), Tarragona (60 km), Barcelona (152 km).

Prenent com a referència les dades de l'Idescat, la població es manté estable amb una lleu disminució els darrers anys (2017, 2.884 habitants; 2018, 2.863 habitants i 2019, 2.770 habitants), i s'observa una disminució del 3,95% entre l'any 2017 i el 2019.

La costa perellonenca s'estén al llarg d'uns 4 km (des del Barranc de Perales fins al Pont de l'Àlia), per on passa el GR 92 o sender del Mediterrani (de la frontera

francesa a Gibraltar i Tarifa), que va des de l'Ametlla de Mar, passant pel Perelló fins a arribar a l'Ampolla.

És un dels llocs més naturals i menys explotat de la costa catalana, i el recorregut, ple de paisatges naturals espectaculars. La costa és molt diversa, es poden trobar platges de pedra fina, com Santa Llúcia, Morro de Gos, Cala Buena i el Pont de l'Àlia; de sorra com Cala Moros i també les típiques cales rocoses de la zona, com el Llosar de Caballé, l'Adolç del Mé i la de Garretes.

Totes aquestes platges i caletes es caracteritzen per la seva tranquil·litat, la seva bellesa natural i les seves aigües cristal·lines. La platja de Santa Llúcia, junt amb la de Morro de Gos és una de les més grans del terme municipal. El passeig marítim que voreja permet caminar entre els pins i atzavares fins a arribar a una zona rocosa on es pot practicar la pesca. Aquesta platja compta amb tots els serveis indispensables.

A la platja del Pont de l'Àlia hi predominen els còdols, les pedres bastes i rocalloses que li atorguen un punt de salvatgia. Per a aquells que prefereixen les cales més tranquil·les, poden anar a Cala Buena o Cala Moros.

En l'àmbit local es pot gaudir, entre moltes altres coses, de les pintures rupestres de Cabrafeixet, la Via Augusta, els pous i mines d'aigua, la torres de les guàrdies, el molí de vent, l'ermita de Sant Cristòfol i el monument del Coll de les Forques.

Pel que fa a les festes i tradicions locals, convé destacar les festes majors de Sant Antoni, Carnestoltes, Firabril, les catifes de Corpus, la festa de Sant Cristòfol i les festes de la platja de Santa Llúcia.

L'economia del Perelló, arran de la segregació del terme municipal de l'Ampolla ha perdut una part del sector turístic, cosa que ha fet revifar l'interès pel sector primari (agricultura i ramaderia). Pel que fa a l'agricultura, dominen les oliveres i els ametllers.

La Cooperativa Agrícola de Sant Isidre, fundada l'any 1957, elabora uns olis (pur i verge, en quatre trulls) i vins (blanc, negre, rosat, macabeu, selecte, moscatell i vermut) de qualitat.

El Perelló és considerada la capital catalana de la mel. És tradicional la dedicació a l'apicultura, com ho demostra l'existència de la Cooperativa Apícola Tarragonina amb seu en aquesta població.

Respecte a la ramaderia, hi ha un predomini de l'aviram i la cria de conills, mentre que l'oví i el porcí són més secundaris.

*Firabril* és un important esdeveniment al calendari perellonenc, la fira de la mel i l'oli, que en els darrers anys s'ha convertit en una de les fires multisectorials més importants de les Terres de l'Ebre on es promocionen els serveis, els comerços i productes típics del nostre territori. Es realitza entorn del pavelló firal i voltants.

L'activitat industrial és representada per petits tallers mecànics, constructores i indústries de materials de construcció i de transports, i el comerç hi és força diversificat. La creació d'un polígon industrial als afores de la població permet de donar sortida a aquestes activitats.

## **2. Observació comercial**

El comerç del Perelló ha estat de sempre una de les activitats de referència de l'economia local, cosa que s'aprecia a primer cop d'ull quan es passeja per la població.

El carrer Lluís Companys sempre s'ha considerat l'eix al llarg del qual s'ha desenvolupat l'activitat comercial, que s'ha estès també cap als carrers adjacents, en una varietat de sectors i formats.

Es pot observar com els darrers anys s'ha anat desplaçant la major densitat comercial de la zona que va de l'ajuntament al Molí de Vent (que havia predominat anys enrere) cap a la zona que va de l'ajuntament cap l'església (que es va concentrant actualment).

Per a entendre la peculiaritat i l'especial dinamisme d'aquesta població és important tenir en compte les relacions i els lligams dels seus habitants amb les poblacions veïnes de Rasquera, l'Ampolla i l'Ametlla de Mar. A això també s'hi suma que l'activitat del poble està enfocada de cara enfora per haver estat sempre a tocar una via de comunicació com era antigament la Via Augusta i des de fa molts anys la N340. Tampoc es poden perdre de vista les impressionants

cales que hi ha al municipi. Aquesta proximitat del poble al mar (5 km) atorga al Perelló un component turístic.



D'acord amb les dades que es desprenen del cens d'establiments comercials de Catalunya (CECC), el nombre d'establiments té un comportament desigual, i disminueix lleument després d'haver pujat tímidament (2016, 50 establiments; 2017, 52 establiments, i 2018, 48 establiments); entre els anys 2016 i 2018 pateix una baixada del 4,00%.

Pel que fa a la superfície de venda, sobre la base de les mateixes dades (CCEC) es visualitza una disminució considerable de la superfície de venda (2016, 3.005

m<sup>2</sup>; 2017, 3.938 m<sup>2</sup>, i 2018, 3.515 m<sup>2</sup>) que entre els anys 2016 i el 2018 acumula una pujada global del 16,64% de la superfície de venda.

Al seu torn, la variable de la densitat comercial, expressada en establiments comercials per cada 1.000 habitants, experimenta una lleu pujada (2016, 17,22; 2017, 18,03, i 2018, 16,77) que entre els anys 2016 i 2018 es concreta en un 2,61% de decreixement de densitat comercial.

### **3. Associacionisme**

L'Associació de Comerciants i Empresaris del Perelló es crea l'any 2000 per a promocionar el comerç de proximitat de la població i dinamitzar-lo aprofitant el flux de persones que hi ha a la zona donada la seva proximitat a la costa i a les poblacions de l'Ampolla i l'Ametlla de Mar.

Els primers 12 anys l'entitat la componen entorn de 40 establiments, fins a un moment en què la nova junta escollida llavors decideix donar-li una forta empenta que va suposar un increment de l'activitat i la seva ambició, així com del nombre d'associats, que se situa entorn dels 75-80.

Actualment, a banda de les campanyes més habituals en altres associacions de comerciants, promou la *Shopping-night* - festa romana i la rovellonada, la festa de les tapes dels bolets del Perelló.

### **4. Elements a destacar**

El mercat setmanal, que se celebra els dissabtes, sempre ha estat motiu addicional de visita d'habitants de les poblacions veïnes donada l'habitual atracció comercial del Perelló sobre el seu entorn.

En el si del comerç local sempre ha estat viu el debat sobre l'efecte del mercat setmanal en les seves facturacions. Hi ha molta diversitat d'opinions i percepcions en funció de cada sector d'activitat i la seva ubicació dins de la població.

Tot i així, es percep una actitud global positiva ja que només és un dia a la setmana i que atrau persones de les poblacions veïnes.

D'altra banda, hi ha cert consens que coincideix a considerar que les activitats properes al mercat en surten beneficiades en detriment de les que es fan més lluny, així com els establiments tèxtils i de fruita/verdura també se senten perjudicats.



Hi ha 1 supermercat, un Spar que es troba desplaçat respecte a la zona de més densitat comercial, va obrir fa anys i compta amb una superfície d'uns 600 m<sup>2</sup>.

L'efecte de la situació d'aquest establiment important en superfície i capacitat d'influència sobre les dinàmiques de consum és important, encara que en el cas d'aquesta població no perjudica excessivament el comerç local, havent ajudat a evitar fugues fins que l'any 2014 es va obrir un Mercadona a l'Ametlla de Mar, fet que va accentuar considerablement les fuites.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

La política de dinamització comercial directa és discreta i es redueix a posar a disposició la brigada municipal i carpes per a les activitats que se sol·licitin des de l'Associació de Comerciants i Empresaris del Perelló.

No seria adequat passar per alt les inversions dutes a terme en la millora de l'espai urbà, mitjançant la renovació de l'asfalt de carrers i voreres, així com del

mobiliari urbà i zones verdes que fan més agradable i atractiva la visita al municipi i als seus comerços.

#### **6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?**

Pel que fa al fenomen de la desertització comercial al Perelló, s'observa un nombre testimonial de locals buits, cosa que dona una sensació molt diferent al que està passant a moltes altres poblacions de Catalunya. El visitant s'emporta una percepció de l'activitat comercial molt dinàmica tenint en compte que no arriba als 3.000 habitants de població.

Els locals buits que han tancat darrerament són pocs i fa relativament poc que han deixat d'estar actius. A més, la seva reobertura és relativament fàcil i requereix poca inversió.

També es pot observar que alguns locals que porten més de 15 anys tancats són de complicada reobertura, donat l'abast de les actuacions de renovació/actualització que caldria dur a terme.

Si analitzem les causes del tancament, veiem que gran part dels tancaments de locals són deguts al fet que han iniciat la seva activitat en una època de lloguers alts i no han pogut resistir la crisi amb aquests lloguers ni han tingut temps de generar fortalesa suficient com per a afrontar les 2 circumstàncies negatives.

Un altre grup important d'establiments que han hagut de tancar ha sigut per la jubilació dels seus titulars sense haver aconseguit un relleu generacional, bé familiar o mitjançant traspàs.

Entre els comerços que segueixen oberts s'observa que hi ha un nombre important de comerços els titulars dels quals es jubilaran en menys de 10 anys i que de moment no han aconseguit trobar un relleu generacional.





També s'observa una part relativament petita que estan fent un relleu generacional a fills amb estudis universitaris i que després d'experimentar les minses retribucions a Barcelona i de veure fins a quin és cara la vida en aquesta ciutat, han decidit actualitzar el negoci per a fer-lo més atractiu i competitiu.

A banda, també s'ha observat un nombre no molt elevat d'establiments que, malgrat haver iniciat la seva activitat en els moments més durs de la crisi, amb una adequació constant de l'oferta i una comunicació molt activa, són negocis dinàmics i podrien ser tinguts en compte com a casos d'èxit, dignes de ser imitats per la resta de comerços.

## **7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats.**

Amb l'objectiu de millorar la dinamització i el teixit del municipi, es poden desenvolupar les següents accions:

- Prèvia conversa amb els propietaris dels locals, oferir els més atractius i viables als propietaris negocis de les poblacions i comarques veïnes.
- Accions de motivació i foment de les bones pràctiques i actituds dels casos d'èxit que s'observen.
- Formació en digitalització dels comerços
- Fomentar els beneficis de l'economia circular com a avantatge competitiu del petit comerç de proximitat.
- Continuar la millora de l'espai urbà i els accessos a la població, especialment pel camí de les hortes.

## ➤ MUNICIPI D'AMPOSTA

### 1. Context

Amposta compta amb el terme municipal més gran de la comarca del Montsià, de la qual n'és la capital. Inclou les poblacions de Balada i Poble Nou del Delta i les urbanitzacions Eucaliptus i Favaret.



El seu municipi té una superfície de 138,30 km<sup>2</sup>, està situat al marge dret del riu Ebre, al punt en què conflueixen la línia costanera i el delta de l'Ebre.

Prenent com a referència les dades de l'Idescat, la població es manté estable amb una lleu recuperació els darrers anys (2017, 20.572 habitants; 2018, 20.606 habitants, i 2019, 20.738 habitants), després que l'any 2013 havia arribat als 21.511 habitants.

Amposta està directament comunicada amb Reus-Tarragona i la Comunitat Valenciana mitjançant la N340 i l'A7-AP7, amb Tortosa, Móra d'Ebre i Lleida mitjançant la C12, important eix vertebrador de les Terres de l'Ebre.

És cruïlla turística entre el Delta de l'Ebre i la resta de les Terres de l'Ebre, i també del flux que com a actiu turístic genera el riu Ebre en diverses rutes a peu o bicicleta, sector que les darreres dècades ha experimentat un especial desenvolupament.

En l'àmbit local es pot gaudir visitant la torre de la Carrova, el museu de les Terres de l'Ebre, el Mercat Municipal d'Amposta, el castell d'Amposta, diverses cases modernistes i el majestuós pont penjant d'Amposta.

## 2. Observació comercial

El comerç d'Ampostà de sempre ha sigut un pol important de la comarca del Montsià conjuntament amb Sant Carles de la Ràpita, encara que els darrers anys ha perdut força a causa de la perllongada crisi.

Analitzant el teixit comercial, s'observa clarament un eix dominant que se situa entorn de l'avinguda de la Ràpita, encara que també hi ha comerç dispers per tota la població. Aquest eix destaca pel seu dinamisme, una alta rotació de comerços i noves apertures. Això és afavorit per les jubilacions i tancaments, fet que té com a conseqüència que no hi hagi pràcticament locals buits.

També es pot percebre que els establiments han anat desapareixent, els darrers anys, del nucli antic, de l'entorn del mercat i dels carrers adjacents.



D'acord amb les dades que es desprenen del cens d'establiments comercials de Catalunya (CECC), el nombre d'establiments està pujant lleument (2016, 385

establiments; 2017, 389 establiments, i 2018, 398 establiments), i representa el 3,38%.

Pel que fa a la superfície de venda, a partir de les mateixes dades (CCEC) es visualitza un augment considerable de la superfície de venda (2016, 61.448 m<sup>2</sup>; 2017, 67.413 m<sup>2</sup>, 2018, 72.415 m<sup>2</sup>) que entre els anys 2016 i 2018 acumula una pujada del 17,85% del total.

Al seu torn, la variable de la densitat comercial, expressada en establiments comercials per cada 1.000 habitants, experimenta una lleu pujada (2016, 18,64; 2017, 18,91, i 2018, 19,31) que entre els anys 2016 i 2018 es concreta en un 3,59% d'increment de densitat comercial.

### **3. Associacionisme**

La Federació de Comerç d'Amposta va ser fundada el 28 de gener de 1981 sota el nom d'Unió de Botiguers d'Amposta. Set anys després, el 10 de juny de 1988, es canvien el nom i el logotip de l'entitat pel de Federació de Comerç d'Amposta.

Després de bastants anys sent una de les entitats comercials de referència de Terres de l'Ebre, amb uns 150 establiments associats, actualment, després de diverses circumstàncies, canvis de junta i la crisi econòmica actual, està formada per uns 90 associats que fan diverses campanyes de dinamització comercial al llarg de l'any.

### **4. Elements a destacar**

#### **El mercat municipal**

Edifici civil de planta rectangular, amb una superfície de 1.550 m<sup>2</sup>, compost per la gran nau del mercat pròpiament dita i dos cossos longitudinals tot el llarg dels dos murs laterals.

L'edifici ocupa tota un illa completa situada entre l'Avinguda Alcalde Palau, la Plaça Berenguer IV i l'Avinguda Santa Bàrbara. La nau central té uns 20 metres d'alçada i teulada a dues aigües, mentre que els cossos dels costats tenen 3,5 i

7 metres d'altura, i teulades inclinades. La part superior tant de les façanes principal i posterior com dels murs laterals, presenta un seguit de finestrals rectangulars. Mentre que a les capçaleres trobem, a més, una porta i dos grans finestrals arquejats, i el coronament dels dos vessants de la teulada, de línies corbes esglaonades. A la façana principal hi ha la porta central amb escala d'accés, amb arc de mig punt (quasi inici de ferradura).



Obra de l'arquitecte F. Ubach i Trullàs, construïda a la zona de la Fàbrica, el Mercat Municipal d'Amposta va ser inaugurat el febrer de 1947 i des d'aleshores ha patit set remodelacions. Una d'aquestes, la més important, dels anys 1990, el va modernitzar completament amb un conjunt de millores entre les quals destaquen la instal·lació de portes automàtiques, el servei d'aire condicionat, o la introducció d'equipaments d'acer inoxidable. També destaca en el conjunt d'actuacions que en aquells moments es realitzaren la substitució dels vidres llisos existents fins llavors en els finestrals, per un seguit de vitralls realitzats amb la tècnica de l'emplomat i amb uns esplèndids i interessants colors, realitzats per Bronson Shaw (artista d'origen anglès resident a Tortosa), que representen la fauna, la flora i el conreu de l'arròs del Delta de l'Ebre.

Actualment hi desenvolupen la seva activitat unes 22 parades de diversos sectors, de les quals aproximadament la meitat estan organitzades en una associació. S'està treballant perquè a curt termini totes puguin pertànyer a l'associació, ja que sembla que és voluntat de totes les parades que així sigui.

Desenvolupen bastants activitats de dinamització amb certa periodicitat al llarg de l'any de la mà de l'ajuntament, ens amb el qual tenen una bona relació.

## El mercat setmanal

El mercat setmanal, que se celebra els dimarts, sempre ha estat motiu addicional de visita d'habitants de les poblacions veïnes donada l'habitual atracció comercial d'Ampostà sobre el seu entorn.

Es desenvolupa en l'àmbit que es troba entre la plaça Berenguer IV i el carrer Ramon Salas, i entre el carrer Palau i Quer i la carretera Simpàtica, s'acostumen a aplegar fins a unes 160 parades.

En el si del comerç local sempre ha estat viu el debat sobre l'efecte del mercat setmanal en les seves facturacions. Hi ha molta diversitat d'opinions i percepcions en funció de cada sector d'activitat i la seva ubicació dins de la població.

Tot i així, hi ha cert consens que coincideix a considerar que les activitats properes al mercat en surten beneficiades en detriment de les que es fan més lluny, així com els establiments tèxtils i de fruita/verdura també se senten perjudicats.



## Presència de supermercats al perímetre de la TUC

A la zona sud hi ha 6 establiments: Lidl, Aldi, Mercadona, Dia, Eroski i Caprabo.

L'efecte d'aquests grans establiments, a diferència del que s'observa a altres poblacions, no impedeix l'entrada dels fluxos de persones a l'interior de la ciutat i aparentment no perjudica el teixit de comerç petit de proximitat d'Amposta.



Durant l'any 2020 és previst que la cadena valenciana Family Cash faci una inversió de 3 milions d'euros i reobri l'establiment que durant uns anys havia ocupat Carrefour.

## 5. Política de dinamització comercial del municipi

La política de dinamització comercial directa és bastant potent, havent passat els darrers anys dels 40.000 € anuals a l'entorn dels 150.000 € anuals actuals que es destinen principalment a subvencions (50.000 €), campanyes de dinamització, la posada en marxa d'un *market place* i l'establiment de convenis amb entitats i associacions.

No seria adequat passar per alt les importants inversions dutes a terme en la millora de l'espai urbà mitjançant la renovació de l'asfalt de carrers i voreres, així com del mobiliari urbà i zones verdes que fan més agradable i atractiva la visita al municipi i als seus comerços.

## 6. S'observen paràmetres comuns en els municipis desertitzats comercialment?

El fenomen de la desertització comercial afecta notablement Amposta cosa que dona, igual que està passant a moltes altres poblacions de Catalunya, una percepció de carrers morts i desoladors.

Els locals buits es distribueixen, llevat d'un cas excepcional, bastant homogèniament als diferents carrers comercials, que amb aquest fet estan deixant d'esdevenir comercials per convertir-se en successions de locals buits.

L'eix comercial principal, l'avinguda de la Ràpita, és el cas excepcional a la ciutat, donat que s'hi poden trobar molt pocs locals buits i té una continuïtat bastant bona.

Com a contraposició d'aquesta excepció, hi ha una zona molt propera, formada pel triangle que dibuixen els carrers que envolten el mercat municipal on són generalitzats els locals buits. A aquesta situació preocupant s'hi afegeix el condicionant que els lloguers són alts des de fa bastants anys i no s'aprecien símptomes que puguin disminuir a curt o mitjà termini.

A la resta de la població s'observa una homogènia afectació de locals buits que fa anys que han deixat de tenir activitat.

Els locals buits es podrien distribuir en 3 grups: els que han tancat recentment per jubilació i cessament de negoci o la recent agrupació bancària, els que han



anat tancant al llarg dels 10 anys de crisi que està patint el sector del comerç, i els locals que porten més de 15 anys tancats.

Els locals dels dos primers grups, els que han tancat els darrers 3 anys i els que han tancat en els darrers 4 i 10 anys, es poden reobrir fàcilment amb lleus accions de renovació/actualització.

Pel que fa al darrer grups, els que porten més de 15 anys tancats són de complicada reobertura, donat l'abast de les actuacions de renovació/actualització que cal dur a terme.

Si analitzem les causes del tancament, veiem que gran part dels tancaments de locals són deguts al fet que han iniciat la seva activitat en una època de lloguers alts i no han pogut resistir la crisi amb aquests lloguers ni han tingut temps de generar fortalesa suficient com per a afrontar les 2 circumstàncies negatives.

Un altre grup important d'establiments que han hagut de tancar ha sigut per la jubilació dels seus titulars sense haver aconseguit un relleu generacional, bé familiar o mitjançant traspàs.

Entre els comerços que segueixen oberts s'observa que hi ha un nombre important de comerços els titulars dels quals es jubilaran en menys de 10 anys i que de moment no han aconseguit trobar un relleu generacional.

També s'observa una part relativament petita que estan fent un relleu generacional a fills amb estudis universitaris i que després d'experimentar les minses retribucions a Barcelona i de veure fins a quin és cara la vida en aquesta ciutat, han decidit actualitzar el negoci per a fer-lo més atractiu i competitiu.

A banda, també s'ha observat un nombre no molt elevat d'establiments que, malgrat haver iniciat la seva activitat en els moments més durs de la crisi, amb una adequació constant de l'oferta i una comunicació molt activa, són negocis dinàmics i podrien ser tinguts en compte com a casos d'èxit, dignes de ser imitats per la resta de comerços.

## 7. Realització de propostes de millora en funció dels aspectes analitzats.

Amb l'objectiu de millorar la dinamització i el teixit del municipi, es poden desenvolupar les següents accions:

- Prèvia conversa amb els propietaris dels locals, oferir els més atractius i viables als propietaris negocis de les poblacions i comarques veïnes.
- Accions de motivació i foment de les bones pràctiques i actituds dels casos d'èxit que s'observen.
- Formació en digitalització dels comerços
- Fomentar els beneficis de l'economia circular com a avantatge competitiu del petit comerç de proximitat.
- Continuar la millora de l'espai urbà i els accessos a la població, especialment pel camí de les hortes.



Amb la col·laboració de:

