



Ajuntament de Sabadell



Diputació  
Barcelona

# DIAGNOSI COMERCIAL DE LA CIUTAT DE SABADELL Informe

Març de 2018

# CONTINGUT DEL TREBALL

1. Reconeixement de l'oferta comercial	1
1.1. L'oferta comercial de Sabadell	2
1.2. Localització de l'oferta comercial	5
1.3. Dinàmica de l'oferta comercial	19
1.4. L'oferta comercial a l'entorn de Sabadell	22
2. Hàbits de compra	24
2.1. Hàbits de compra dels residents	25
2.2. Comparativa amb hàbits del 2006	34
3. El sector comercial vist pels propis comerciants	37
4. El sector comercial segons diferents estudis	39
4.1. El POEC de 2006	40
4.2. Informe sobre el centre de la ciutat (2017)	41
4.3. Informe comercial sobre el Districte 6 (2017)	42
5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell	43
5.1. L'oferta comercial	45
5.2. Associacionisme i dinamització	49
5.3. Política municipal respecte al comerç	50
5.4. El comprador	52
5.5. La competència	54
6. Una visió de propostes estratègiques pel comerç de Sabadell	56
6.1. Propostes del POEC 2006	57
6.2. Propostes pel Centre de la ciutat (2017)	59
6.3. Propostes per a un districte amb comerç (2017)	60
7. Objectius i línies d'actuació estratègica	62
7.1. Objectius de comerç per al futur	63
7.2. Directrius de les futures actuacions	66
7.3. Resum d'actuacions	76
Annex 1. Epígrafs inclosos en les categories de producte	81
Annex 2. Resum de reunions amb representants d'associacions	84

1. Reconeixement de l'oferta comercial
  - 1.1. L'oferta a l'any 2017
  - 1.2. Localització de l'oferta
  - 1.3. Dinàmica de l'oferta comercial 2006-2017
  - 1.4. L'oferta comercial a l'entorn de Sabadell

# 1.1. L'oferta comercial de Sabadell

- L'oferta comercial de la ciutat de Sabadell en data de 2017 es quantifica en 2.415 establiments, que sumen una xifra de 335.764 metres de quadrats de superfície de venda.
- Per especialitats, els establiments i metres quadrats de l'oferta són els que segueixen:

Categoria de producte	Establiments	% establiments	Superfície de venda (m2)*	% superfície de venda
Quotidià alimentari	969	40,1%	69.152	20,6%
Quotidià no alimentari	171	7,1%	13.149	3,9%
Equipament llar	431	17,8%	84.385	25,1%
Equipament persona	414	17,1%	34.119	10,2%
Automoció/carburants	141	5,8%	76.439	22,8%
Cultura i lleure	133	5,5%	11.736	3,5%
Altres**	156	6,5%	46.784	13,9%
<b>TOTAL</b>	<b>2.415</b>	<b>100,0%</b>	<b>335.764</b>	<b>100,0%</b>

\*Estimació a partir de la superfície bruta facilitada per l'Ajuntament de Sabadell i de la superfície de venda del POEC 2006

\*\* Inclou establiments no especialitzats diferents de l'alimentari: El Corte Inglés, basars, especialistes no compresos en altres epígrafs, parades de mercadet, articles de segona mà, establiments de venda per correspondència, etc...

# 1.1. L'oferta comercial de Sabadell

- En la ràtio establiments per 1000 habitants, la ciutat de Sabadell en comptabilitza 11,5, una xifra que queda per sota de la que enregistra el conjunt de Catalunya (13,5), la qual cosa indica que els establiments ubicats a Sabadell són, de mitjana, relativament més grans en termes de superfície.
- La categoria de productes que compta amb més establiments és el quotidià alimentari, amb un 40,1%. Li segueixen amb una mica menys de la meitat d'establiments l'equipament de la llar i l'equipament de la persona.
- En superfície de venda hi ha tres categories que superen els 69.000m<sup>2</sup>, que són automoció, equipament de la llar i el quotidià alimentari.
- La major distància entre el pes dels establiments i el pes de la superfície la trobem en la categoria "Altres", un grup en el que s'hi inclou el gran magatzem El Corte Inglés que aquesta empresa té a Sabadell i que per ell mateix supera els 25.000m<sup>2</sup> de superfície de venda.
- La categoria "Equipament de la persona", suma una superfície de venda de 34.119 metres en els seus 414 establiments existents.
- El conjunt de la superfície comercial de Sabadell equival a una oferta de 1,6 metres quadrats per habitant, una dotació lleugerament inferior a la del conjunt català, on aquesta ràtio assoleix el nivell de 1,8 metres per habitant.
- La dimensió mitjana dels establiments comercials de Sabadell és actualment de 139 metres, per bé que amb diferències importants en funció de la categoria de producte. La més gran la trobem a Automoció, la segona més gran a Altres, pel motiu indicat més amunt, i la tercera més gran és Equipament de la llar, degut a la influència que exerceix l'establiment Ikea ubicat al sector de Sant Pau.

# 1.1. L'oferta comercial de Sabadell

- La categoria de productes amb establiments mitjans més petits és la de Quotidià alimentari, on hi trobem supermercats de dimensió considerable però també on hi ha proliferat molt els petits supermercats de proximitat.
- La taula següent recull la dotació per habitant i la dimensió mitjana dels establiments per categoria de producte:

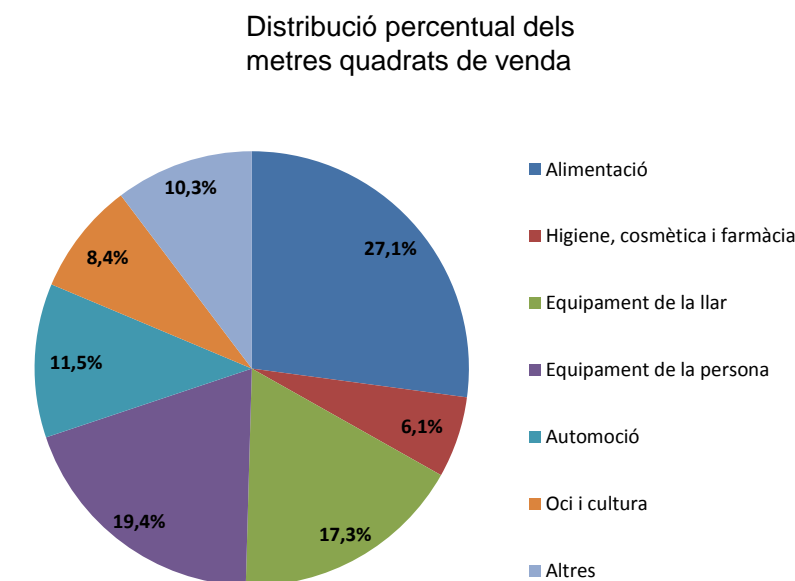
Categoria de producte	M <sup>2</sup> per habitant	Dimensió mitjana (m <sup>2</sup> )
Quotidià alimentari	0,33	71,4
Quotidià no alimentari	0,06	76,9
Equipament llar	0,40	195,8
Equipament persona	0,16	82,4
Automoció/carburants	0,36	542,1
Cultura i lleure	0,06	88,2
Altres	0,22	299,9
<b>TOTAL</b>	<b>1,60</b>	<b>139,0</b>

## 1.2. Localització de l'oferta comercial

- A continuació presentem la distribució de l'oferta per districtes, distingint les categories que hem utilitzat a l'epígraf 1.1. Addicionalment pel Quotidià alimentari n'especifiquem quatre subcategories.
- També es pot observar l'oferta dels establiments en aquestes dues classificacions en els plànols adjunts en document apart d'aquest treball, en els que s'especifiquen els establiments existents amb detall per categories (amb la particularitat que el que aquí és Altres en els plànols es divideix en "basars" i "altres").

### DISTRICTE 1

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	340	24.026
Quotidià no alimentari	69	5.359
Equipament llar	177	15.283
Equipament persona	207	17.203
Automoció/carburants	37	10.163
Cultura i lleure	62	7.418
Altres	66	9.121
<b>TOTAL</b>	<b>958</b>	<b>88.573</b>



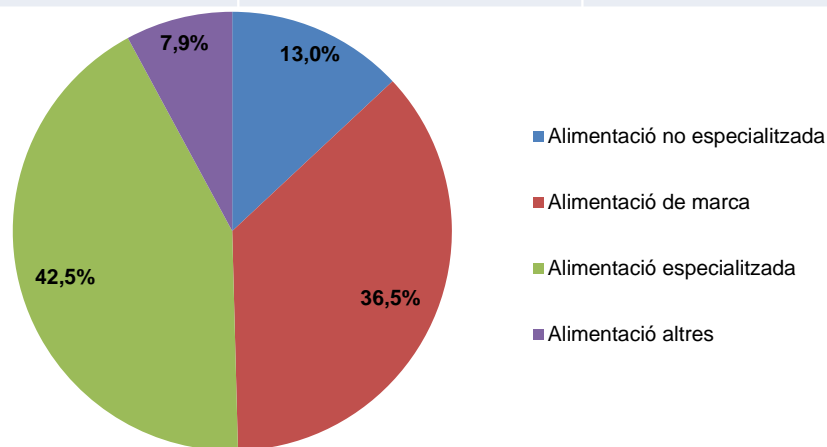
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 1

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	55	3.131
Establiments de marca reconeguda	14	8.781
Alimentació especialitzada	204	10.221
Altres d'alimentació	67	1.893

Distribució percentual dels metres quadrats

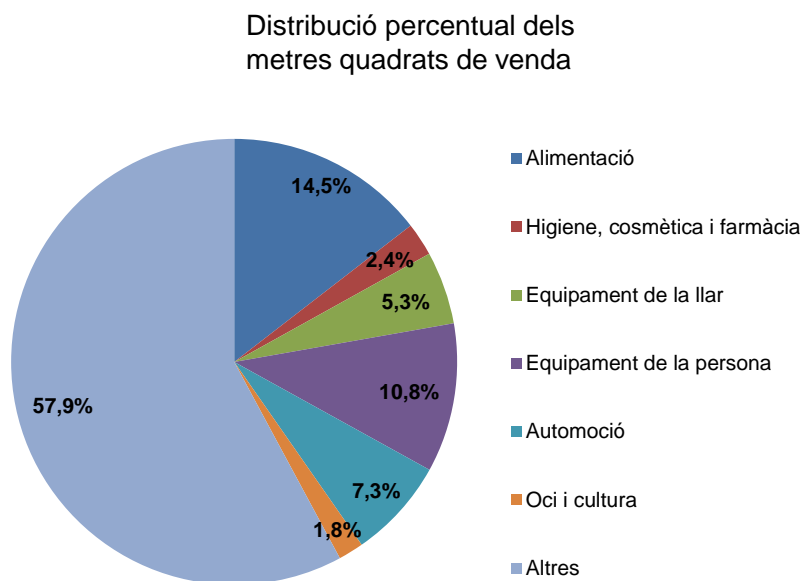




## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 2

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	110	6.749
Quotidià no alimentari	19	1.121
Equipament llar	44	2.447
Equipament persona	45	5.020
Automoció/carburants	11	3.378
Cultura i lleure	18	848
Altres	15	26.870
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>46.434</b>



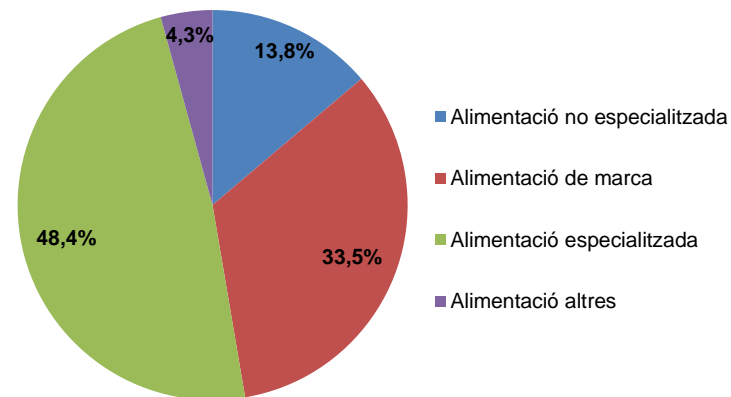
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 2

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	18	931
Establiments de marca reconeguda	6	2.263
Alimentació especialitzada	69	3.264
Altres d'alimentació	17	291

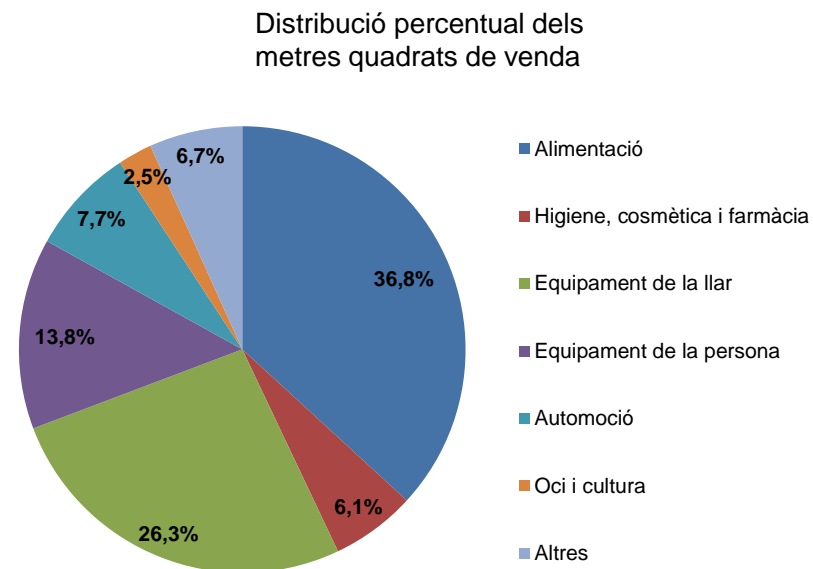
Distribució percentual dels metres quadrats



## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 3

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	161	10.261
Quotidià no alimentari	27	1.711
Equipament llar	64	7.333
Equipament persona	72	3.849
Automoció/carburants	10	2.154
Cultura i lleure	14	690
Altres	18	1.880
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>27.879</b>



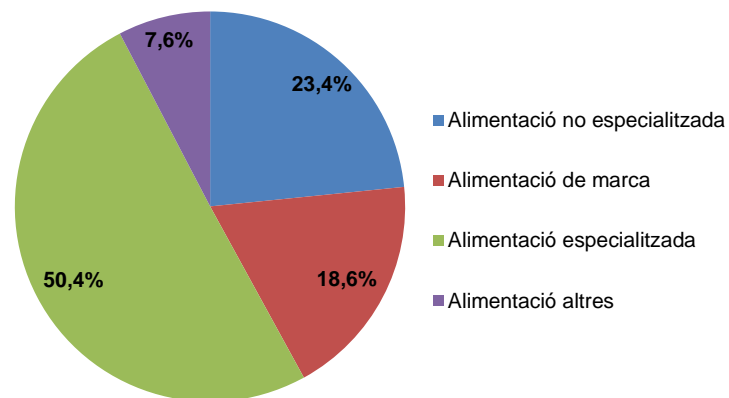
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 3

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	40	2.401
Establiments de marca reconeguda	7	1.910
Alimentació especialitzada	89	5.167
Altres d'alimentació	25	783

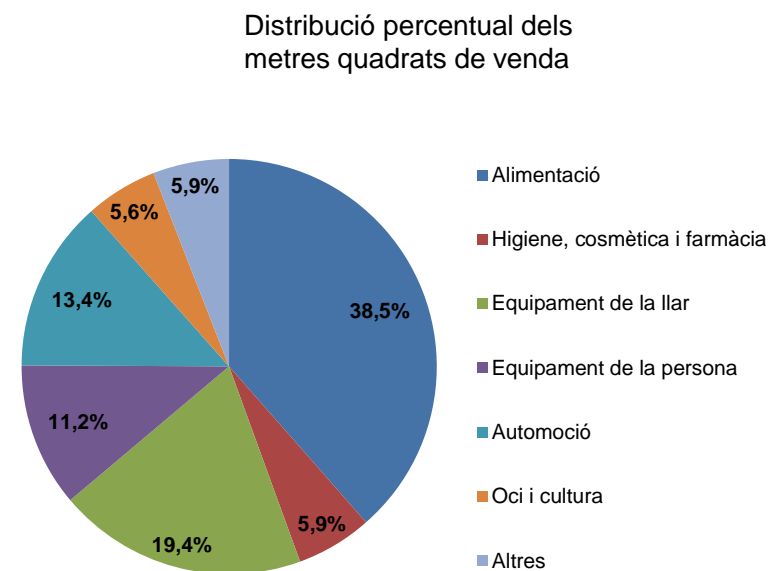
Distribució percentual dels metres quadrats



## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 4

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	135	8.443
Quotidià no alimentari	17	1.299
Equipament llar	49	4.252
Equipament persona	34	2.460
Automoció/carburants	10	2.931
Cultura i lleure	20	1.234
Altres	16	1.298
<b>TOTAL</b>	<b>281</b>	<b>21.917</b>



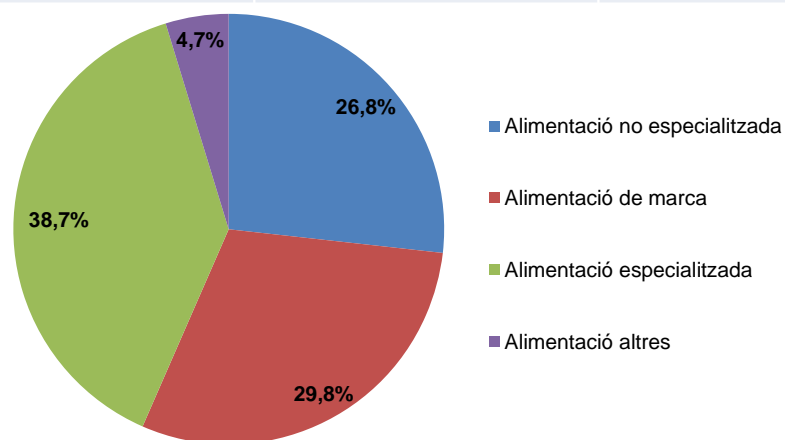
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 4

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	35	2.261
Establiments de marca reconeguda	7	2.515
Alimentació especialitzada	72	3.267
Altres d'alimentació	21	401

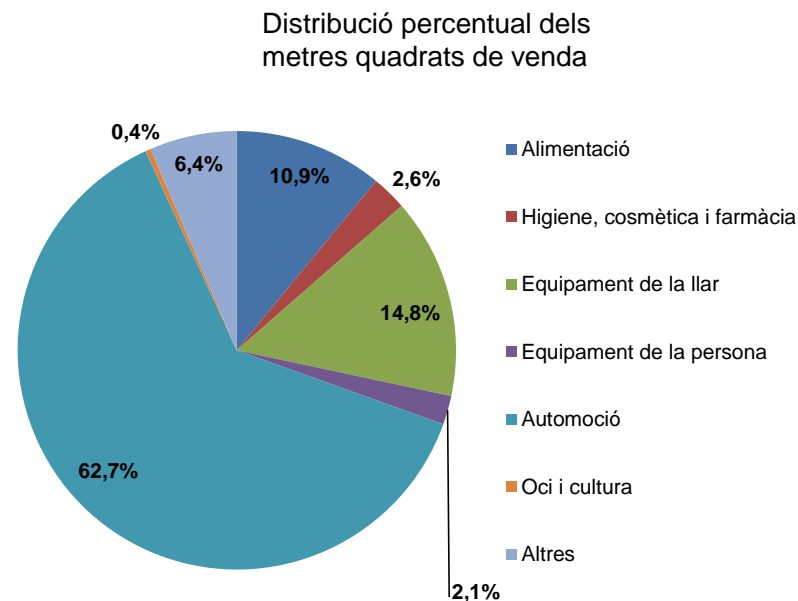
Distribució percentual dels metres quadrats



## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 5

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	66	9.491
Quotidià no alimentari	16	2.256
Equipament llar	42	12.839
Equipament persona	12	1.854
Automoció/carburants	60	54.396
Cultura i lleure	7	345
Altres	21	5.587
<b>TOTAL</b>	<b>224</b>	<b>86.767</b>



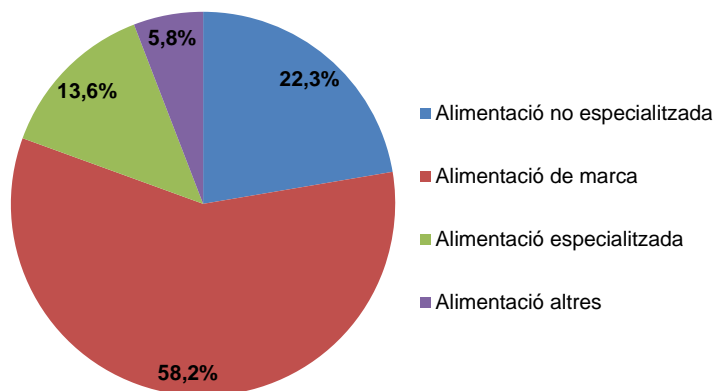
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 5

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	13	2.120
Establiments de marca reconeguda	6	5.524
Alimentació especialitzada	33	1.292
Altres d'alimentació	14	555

Distribució percentual dels metres quadrats

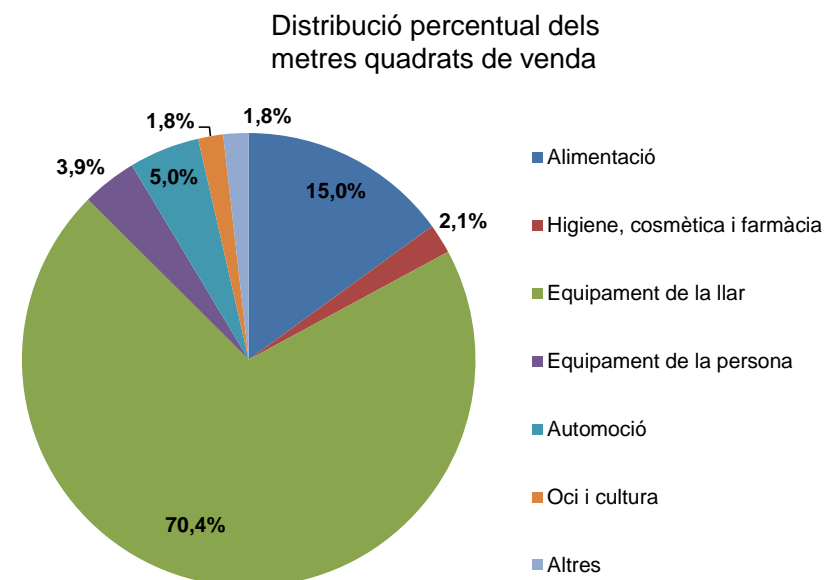




## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 6

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	124	8.731
Quotidià no alimentari	19	1.230
Equipament llar	44	40.998
Equipament persona	39	2.279
Automoció/carburants	11	2.941
Cultura i lleure	10	1.027
Altres	14	1.054
<b>TOTAL</b>	<b>261</b>	<b>58.260</b>



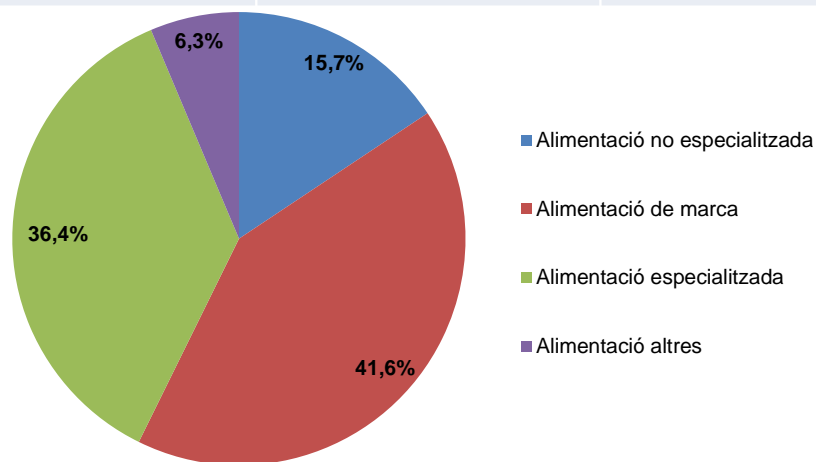
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 6

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	28	1.368
Establiments de marca reconeguda	8	3.633
Alimentació especialitzada	70	3.177
Altres d'alimentació	18	554

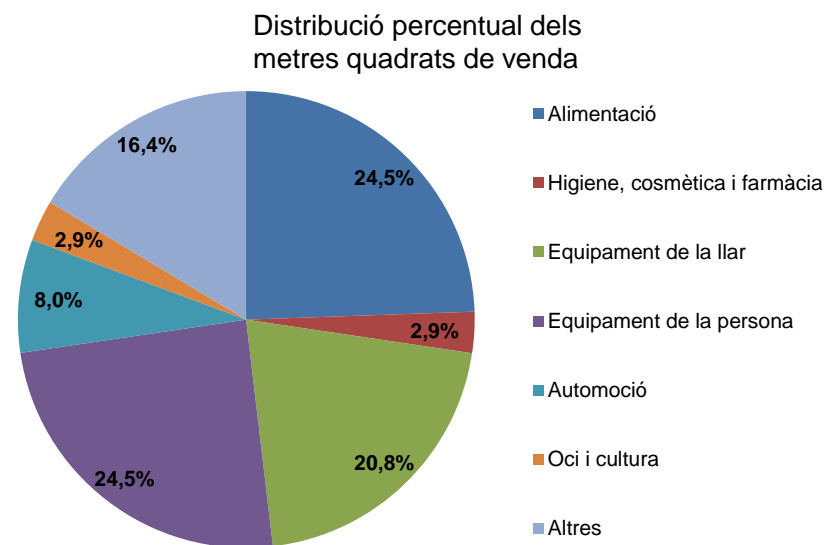
Distribució percentual dels metres quadrats



## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 7

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Quotidià alimentari	33	1.451
Quotidià no alimentari	4	173
Equipament llar	11	1.233
Equipament persona	5	1.455
Automoció/carburants	2	475
Cultura i lleure	2	173
Altres	6	974
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>5.934</b>



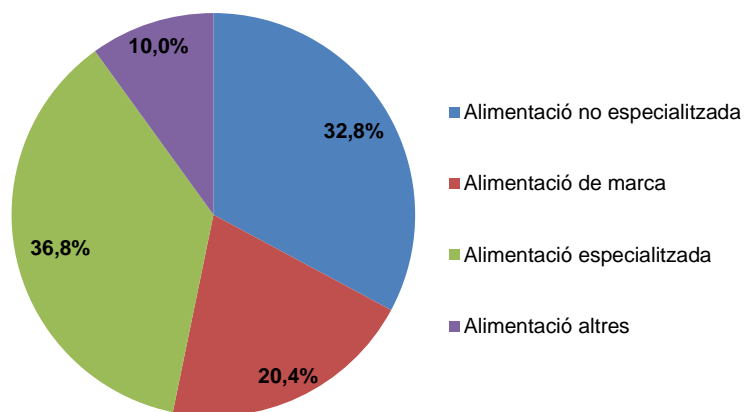
## 1.2. Localització de l'oferta comercial

### DISTRICTE 7

Detall del tipus d'establiment en Quotidià alimentari:

Categoria de producte	Establiments	Superfície de venda (m2)
Alimentació no especialitzada	10	477
Establiments de marca reconeguda	1	296
Alimentació especialitzada	17	534
Altres d'alimentació	5	145

Distribució percentual dels metres quadrats



## 1.3. Dinàmica de l'oferta comercial

- Al 2006, amb motiu de l'elaboració del POEC de la ciutat, es va realitzar un estudi en profunditat del sector comercial de Sabadell que incloïa un detall prou exhaustiu de l'oferta. Per bé que les dades i agrupacions per categories de producte no són exactament les mateixes, sí que és possible efectuar una certa comparativa per veure si s'assenyalen grans tendències.
- A la taula que segueix hi figura la comparativa amb les variacions en nombre d'establiments. Hi destaca la caiguda dels dedicats a l'Equipament de la llar, de Cultura i lleure i d'Equipament de la persona. En canvi, augmenten considerablement en xifres absolutes el Quotidià alimentari, bàsicament degut a la implantació de petits supermercats. També la categoria Altres, per la implantació d'establiments no especialitzats.

Categoria de producte	Variació establiments	
	Nombre	%
Quotidià alimentari	69	8%
Quotidià no alimentari	32	23%
Equipament llar	-94	-18%
Equipament persona	-66	-14%
Automoció/carburants	12	9%
Cultura i lleure	-84	-39%
Altres	38	32%
<b>TOTAL</b>	<b>-93</b>	<b>-4%</b>

## 1.3. Dinàmica de l'oferta comercial

- Amb la dinàmica d'establiments assenyalada, l'estructura d'oferta en establiments comercials de Sabadell ha sofert també una transformació notable en aquests darrers 11 anys considerats.
- Ha guanyat força pes el Quotidià alimentari i el Quotidià no alimentari, fonamentalment per l'obertura d'una gran quantitat de supermercats petits sense marca reconeguda. A la categoria Altres també ha augmentat el pes dels establiments.
- En canvi, disminueix el pes relatiu de la resta, Lleure i cultura, Equipament de la llar i Equipament de la persona.

Categoria de producte	% Establiments	
	2006	2017
Quotidià alimentari	35,9%	40,1%
Quotidià no alimentari	5,5%	7,1%
Equipament llar	20,9%	17,8%
Equipament persona	19,1%	17,1%
Automoció/carburants	5,1%	5,8%
Cultura i lleure	8,7%	5,5%
Altres	4,7%	6,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 1.3. Dinàmica de l'oferta comercial

- Pel que fa a la dimensió mitjana dels establiments ha crescut en aquests anys que van del 2006 al 2017. Per categories de producte és la que s'expressa en la taula.
- Els augments més grans s'han produït a Automoció i carburants, que han doblat la superfície de venda, i a Equipament de la llar, que l'ha augmentat un 37%, en bona part per la implantació d'Ikea, que fa pujar molt la mitjana d'aquesta categoria de producte.

Categoria de producte	Variació de la dimensió mitjana	
	En metres	En %
Quotidià alimentari	-12,2	-15%
Quotidià no alimentari	-25,1	-25%
Equipament llar	53,1	37%
Equipament persona	-2,8	-3%
Automoció/carburants	261,9	93%
Cultura i lleure	-7,5	-8%
Altres	-27,4	-8%
<b>TOTAL</b>	<b>19,1</b>	<b>16%</b>

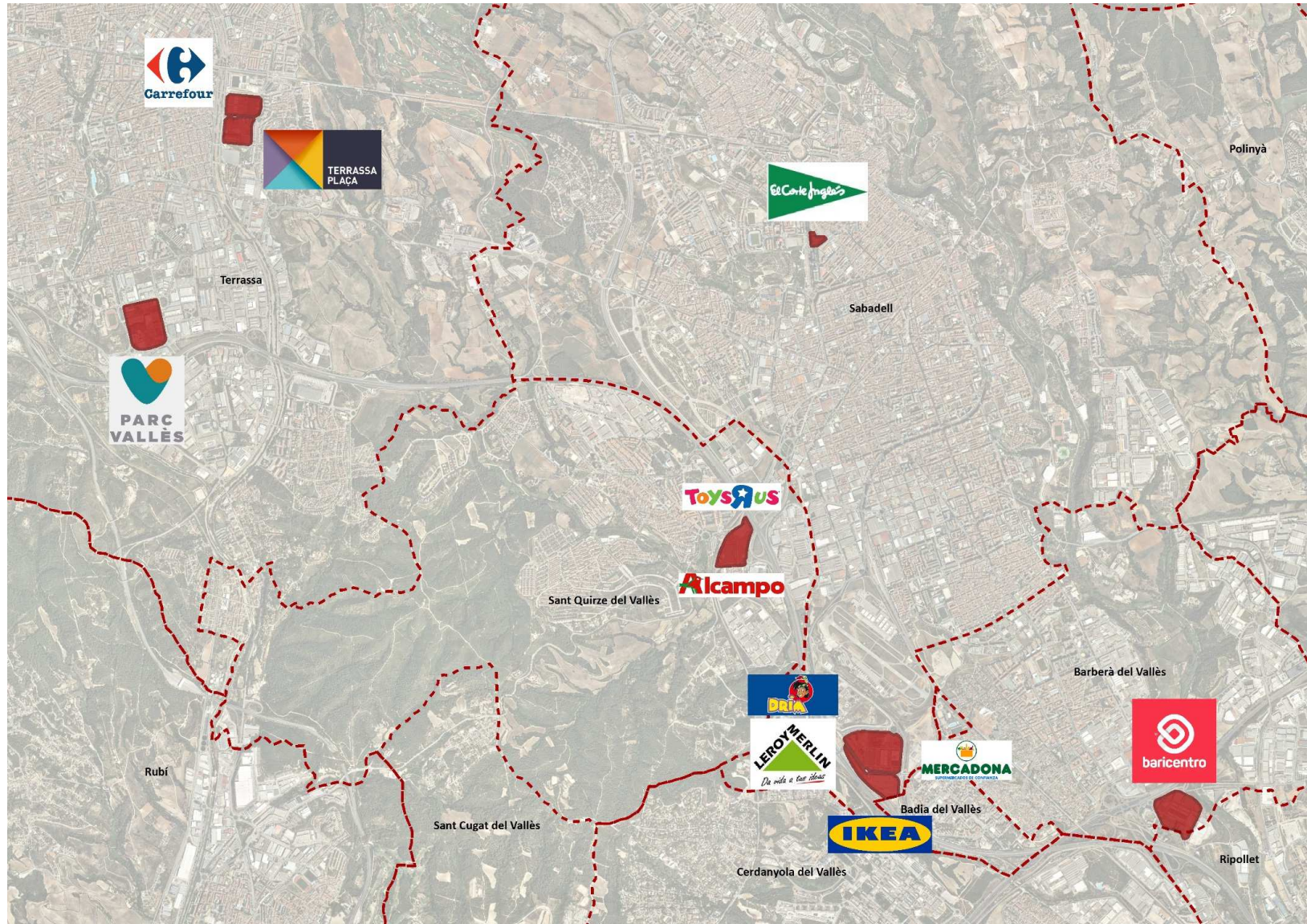
## 1.4. L'oferta comercial a l'entorn de Sabadell

Sabadell està envoltada per un volum d'oferta comercial considerable:

- D'una banda compta amb nombrosos centres comercials molt propers, el que ho està més és el de Sant Quirze del Vallès. Però també els centres Baricentro i els diferents existents al terme municipal de la veïna Terrassa.
- El propi Sabadell té un centre comercial periurbà de la mateixa categoria d'abast supramunicipal que els anteriors, al sector de Sant Pau, amb un Ikea, Leroy Merlin, etcètera.
- Es poden observar aquestes implantacions comercials en el mapa que segueix.
- D'altra banda, a Terrassa hom hi troba una oferta de gran volum, tant en trama urbana com en centres comercials periurbans. Enregistra concretament aquestes xifres globals:
  - 2.626 establiments
  - 12 establiments per 1000 habitants, una ràtio superior a la de Sabadell
  - 387.000m<sup>2</sup> de superfície de venda
  - 1,7 m<sup>2</sup> per habitant, lleugerament superior a la de Sabadell



# 1.4. L'oferta comercial a l'entorn de Sabadell



## 2. Hàbits de compra

2.1. Hàbits de compra dels residents al 2017

2.2. Una comparativa amb hàbits del 2006

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

- Al 2017 s'ha realitzat una enquesta d'hàbits de compra dels habitants de Sabadell, a partir d'una mostra de 1.600 llars.
- Les dades tècniques de l'exercici així com el detall dels resultats es troben recollits en el document "Anàlisi d'hàbits de consum i compra de la província de Barcelona. Municipi de Sabadell", un treball de la Diputació de Barcelona amb explotació de les dades per part de l'empresa "mdk", que data de setembre de 2017.
- En aquest nostre document recollim aquells aspectes que ens han semblat més rellevants, en el benentès que el detall de tota l'explotació de dades es troba en l'informe referenciat.

### **Classe social de les llars enquestades**

- En allò que es pot catalogar com a nivell de renda de les llars de Sabadell es distingeixen 6 trams o categories:
  - Un 9,3% de les llars es cataloguen com de renda alta i mitja alta
  - Un 32,5% pertanyen a la classe mitja
  - Un 58,2%, la majoria de la població s'ubica en un tram de renda mitja baixa o baixa
  - La classe amb més respostes és la Mitja baixa, amb un 41,1% del total

### **Valoració de l'oferta comercial de Sabadell**

- Las famílies de Sabadell valoren amb un 7,45 sobre 10 l'oferta comercial de la ciutat.
- En particular, les llars que millor el valoren són aquelles amb fills menors de 18 anys.
- Les valoracions de l'oferta de Sabadell en funció del districte de residència mostra una considerable homogeneïtat, essent la més alta la del districte 1, on hi ha la major concentració del que s'entén com a comerç de centralitat.

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### **Valoració de l'oferta comercial dels barris**

- La valoració del comerç dels districtes / barris de Sabadell obté una puntuació de 6,6 sobre 10.
- Els dos districtes més ben valorats són l'1 i el 2, aquest darrer engloba l'Eix Macià, amb un establiment singular de capçalera com El Corte Inglés.

### **Valoracions específiques de l'oferta comercial**

- Els cinc aspectes més ben valorats de l'oferta comercial de Sabadell són aquests:
  - Horaris comercials
  - Qualitat o amabilitat de l'entorn
  - Professionalitat dels comerciants
  - Transport públic per a arribar a la zona de comerç
  - La varietat de l'oferta comercial
  - La qualitat de l'oferta comercial.
- Les valoracions que no arriben a la nota de 5 estan relacionades amb el transport privat en automòbil:
  - Disponibilitat d'aparcament en zones comercials
  - Preu de l'aparcament en zones comercials

### **Valoracions comparades amb la resta de la província de Barcelona**

- Sabadell enregistra millors valoracions que el conjunt de la província de Barcelona en aquests aspectes:
  - *Lleugerament millor*: horaris comercials, oferta complementària (restaurants, bars, ...), disponibilitat i preu de l'aparcament, varietat de l'oferta d'oci i professionalitat dels comerciants
  - *Lleugerament pitjor*: preus, qualitat de l'oferta comercial



## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### Freqüències de compra

- Hi ha una marcada diferència entre els productes quotidians i els no quotidians quant a la freqüència de compra. Els quotidians, com era d'esperar, es compren amb freqüència, mentre que els no quotidians es compren de manera més espaiada.
- La major part d'aquesta freqüència es concentra en els períodes que reflecteixen la taula que segueix:

	A diari	2-3 cops per setmana	1 cop per setmana	Cada 15 dies	1 cop al mes	Cada 3-6 mesos	Amb menys freqüència
Alimentació fresca	95% del total de compres						
Resta d'alimentació			83% de les compres				
Quotidià no alimentari				89% de les compres			
Equipament de persona					88% de les compres		
Equipament de la llar							60%

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### Localització de la compra

- El producte quotidià es compra majoritàriament al propi barri.
- El no quotidià es reparteix entre el propi barri i altres barris de Sabadell, cal pensar que majoritàriament als districtes 1 i 2.
- La compra fora del municipi és rellevant en les compres de no quotidià (entre el 19 i el 23%).
- La taula següent recull les respostes dels enquestats a aquesta pregunta que era multiresposta (el que implica que la suma és superior a 100).
- La compra per internet representa ara per ara una porció de la compra molt baixa.
- La pauta que presenta Sabadell és molt semblant a la que presenta el conjunt de la província de Barcelona i el Vallès Occidental.

	Al propi barri	Altres barris	Altres municipis	Per internet
Alimentació fresca	89%	14%	4%	0%
Resta d'alimentació	84%	11%	7%	1%
Quotidià no alimentari	82%	11%	8%	1%
Equipament de la persona	46%	50%	19%	3%
Equipament de la llar	42%	41%	22%	3%
Oci (restauració, llibreries, ...)	47%	42%	23%	4%

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### **Establiments on es compra**

- La tipologia d'establiments on es realitzen les compres de les diferents categories de productes queden recollides en la taula que segueix on s'hi reflecteixen els dos o tres canals de venda més significatius (pregunta multiresposta, per tant el total suma més de 100).

	Botiga/eix comercial	Mercat municipal	Supermercat	Mercadet	Gran magatzem	Altres
Alimentació fresca	53%	30%	49%			
Resta d'alimentació	20%	8%	84%			
Quotidià no alimentari	19%		85%			
Equipament de la persona	84%			14%	10%	
Equipament de la llar	77%			18%	8%	
Oci (restauració, llibreries, ...)	80%					16%

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### Tipus d'establiment quan es compra en un altre barri

- La compra en altres barris es fa en canals diversos (pregunta multiresposta).
- En alimentació fresca se surt del barri en una part considerable per anar al mercat municipal, cal pensar que ve referit al Mercat Central.
- En resta d'alimentació i quotidià no alimentari es va a altres barris per anar al supermercat/hipermercat.
- En equipament de la persona per anar a botigues i eixos comercials, que ha de ser bàsicament el centre de Sabadell i l'Eix Macià.

	Botiga/eix comercial	Mercat municipal	Supermercat/hipermercat	Mercadet	Gran magatzem
Alimentació fresca	25%	54%	39%	5%	
Resta d'alimentació	7%	9%	79%	4%	9%
Quotidià no alimentari	9%		83%	2%	12%
Equipament de la persona	72%		1%	25%	18%
Equipament de la llar	45%		5%	35%	21%
Oci (restauració, llibreries, ...)	75%		1%		7%



## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### Tipus d'establiment quan es compra en un altre municipi

- La compra en altres municipis es fa en canals diversos que figuren en la taula que segueix (pregunta multiresposta).
- En Alimentació fresca se surt del municipi sobretot per anar a supermercat/hipermercat.
- Aquest darrer canal encara és més important en el cas de la Resta de l'alimentació i del Quotidià no alimentari.
- En Equipament de la persona el dominant són les botigues/eixos comercials d'altres municipis.
- En Equipament de la llar són els grans magatzems.

	Botiga/eix comercial	Mercat municipal	Supermercat/hipermercat	Mercadet	Gran magatzem
Alimentació fresca	10%	22%	57%		14%
Resta d'alimentació	3%		73%	2%	27%
Quotidià no alimentari	1%		70%	2%	27%
Equipament de la persona	52%		6%	14%	48%
Equipament de la llar	18%		19%	18%	53%
Oci (restauració, llibreries, ...)*	45%		2%		4%

(\*) El segon i tercer canal més rellevant són Centres comercials (31%) i Altres (24%).

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### Municipis dominants quan es compra en un altre municipi

	Els principals municipis
Alimentació fresca	Sant Quirze (38%), Terrassa (15%) i Barberà del Vallès (14%)
Resta d'alimentació	Sant Quirze (56%), Barberà del Vallès (10%), Terrassa (9%) i Castellar del Vallès (8%)
Quotidià no alimentari	Sant Quirze (50%), Barberà del Vallès (16%) i Terrassa (15%)
Equipament de la persona	Barcelona (65%), Terrassa (8%), Barberà del Vallès (7%) i La Roca del Vallès (5%)
Equipament de la llar	Barcelona (25%), Sant Quirze (16%), Terrassa (16%) i Barberà del Vallès (14%)
Oci (restauració, llibreries, ...)	Barcelona (60%) i Terrassa (19%)

## 2.1. Hàbits de compra dels residents

### **Despesa comercial**

- La despesa mensual en alimentació i productes quotidians és d'una mitjana de 432€ al mes per llar de Sabadell.
- Aquest valor, és molt semblant al que s'enregistra al conjunt de la comarca (441€) i superior al del conjunt de la província de Barcelona (420€).

### **Compra per internet**

- Tal i com ja s'ha indicat, aquest canal de compra encara representa una part petita de les compres de les llars. Únicament és una mica rellevant (3-4% de les compres) en Equipament de la persona, Equipament de la llar i Oci.
- No obstant l'anterior, un 37% de les llars de Sabadell ha fet alguna compra per aquest mitjà en el darrer any.
- Les parelles amb fills que conviuen a la llar són les que hi compren més.
- De fet hi ha una correlació clara entre edat i compra per internet. Durant l'últim any han fet alguna compra, per edats, aquests percentatges dels enquestats:

- De 16 a 34 anys	76%
- De 35 a 49 anys	64%
- De 50 a 64 anys	44%
- De 65 anys o més	10%

## 2.2. Comparativa amb hàbits del 2006

- L'any 2006, en un exercici molt ampli sobre el sector comercial de Sabadell (elaboració del Programa d'Orientació d'Equipaments Comercials) s'hi va incloure el resultat d'una enquesta sobre els hàbits de compra de la població en aquell any.
- Amb una mostra més petita que la que s'ha fet servir al 2017 (enquesta a 800 llars, en comptes de les 1.600 actuals), s'hi van incloure algunes preguntes semblants.
- Anem a veure, en tres preguntes semblants, quins resultats s'obtenen en un any i en l'altre.

### **Valoracions específiques de l'oferta comercial**

- Els cinc aspectes més ben valorats de l'oferta comercial de Sabadell es comparen així:

2006	2017
1. Bon tracte	1. Horaris comercials
2. Varietat de l'oferta comercial	2. Qualitat/amabilitat de l'entorn
3. Qualitat de l'oferta	3. Professionalitat dels comerciants
4. Preu	4. Transport públic per a arribar a la zona de comerç
5. Proximitat	5. Varietat de l'oferta comercial
	6. Qualitat de l'oferta comercial

## 2.2. Comparativa amb hàbits del 2006

### Localització de la compra

- Les dades de l'enquesta relatives al lloc de compra del 2017 són multiresposta. Per a fer-les comparables amb les del 2006 les hem homogeneïtzat, obtenint-se els resultats que figuren en la taula que segueix. En les cel·les hi figura en primer lloc el valor de 2006 i després el de 2017.
- Com es pot observar en quotidià alimentari s'ha reforçat de manera considerable la compra de proximitat, al propi barri, disminuint la compra a altres barris, i sobretot disminuint la compra en altres municipis.
- En equipament de la persona disminueix molt la compra al propi barri, també (encara que menys) la compra a altres barris de Sabadell. I augmenta la compra a altres municipis.
- En equipament de la llar baixa molt la compra al propi barri i a altres municipis, i augmenta molt la compra a altres barris, sens dubte degut a la influència de l'obertura de l'Ikea al districte 6.
- En oci, baixa molt la compra al propi barri, i augmenta, sobretot la compra fora de Sabadell.

	Al propi barri	Altres barris	Altres municipis	Per internet
Alimentació fresca	81%→89%	18%→14%	7→4%	0%
Resta d'alimentació	71%→84%	15%→11%	18%→7%	0%→1%
Quotidià no alimentari	70%→82%	14%→11%	19%→8%	0%→1%
Equipament de la persona	56%→46%	54%→50%	11%→19%	0%==>3%
Equipament de la llar	55%→42%	31%→41%	24%→22%	0→3%
Oci (restauració, llibreries, ...)	65%→47%	38%→42%	15%→23%	0%→4%

## 2.2. Comparativa amb hàbits del 2006

### Municipis dominants quan es compra en un altre municipi

	Els principals municipis el 2017	Primer municipi el 2006
Alimentació fresca	Sant Quirze (38%), Terrassa (15%) i Barberà del Vallès (14%)	Sant Quirze (60%)
Resta d'alimentació	Sant Quirze (56%), Barberà del Vallès (10%), Terrassa (9%) i Castellar del Vallès (8%)	Sant Quirze (70%)
Quotidià no alimentari	Sant Quirze (50%), Barberà del Vallès (16%) i Terrassa (15%)	Sant Quirze (70%)
Equipament de la persona	Barcelona (65%), Terrassa (8%), Barberà del Vallès (7%) i La Roca del Vallès (5%)	Barcelona (44%)
Equipament de la llar	Barcelona (25%), Sant Quirze (16%), Terrassa (16%) i Barberà del Vallès (14%)	Sant Quirze (56%)
Oci (restauració, llibreries, ...)	Barcelona (60%) i Terrassa (19%)	Sant Quirze (44%)

### 3. El sector comercial vist pels propis comerciants

### 3. El sector vist pels propis comerciants

- Amb motiu d'aquest treball hem realitzat reunions d'avaluació de la situació i necessitats que presenta el comerç de la ciutat de Sabadell amb representants d'aquestes associacions de comerciants:
  - Associació de comerciants de Sabadell Comerç Centre
  - Agrupació de comerciants de Via Massagué
  - Associació de Comerç de l'Eixample
  - Associació de comerciants de Sol i Padrís-Sant Oleguer
  - Associació de comerciants de Ca n'Oriach Comerç
  - Associació de comerciants del barri i el mercat de Torre-romeu
- En les reunions, celebrades al llarg de juny i juliol de 2017, s'han recollit les opinions dels participants al voltant dels aspectes que segueixen:
  - Objectius de l'associació
  - Activitats que desenvolupen
  - Valoració de la situació actual de l'oferta comercial al barri o zona
  - Identificació de tendències en l'oferta comercial
  - Abast de l'activitat associativa i tendències
  - Valoració de la política municipal respecte al comerç
  - Propostes per al comerç en l'àmbit estratègic
  - Propostes per al comerç en l'àmbit operatiu
- El conjunt d'opinions recollides les incorporarem en els capítols següents, en especial al 5, relatiu a la diagnosi del sector comercial i també en l'annex.



## 4. El sector comercial segons diferents estudis

4.1. El POEC de 2006

4.2. Informe sobre el Centre de la ciutat (2017)

4.3. Informe comercial sobre el Districte 6 (2017)

## 4.1. El POEC del 2006

- El precedent de més abast que s'ha fet i que coneixem nosaltres de proposta estratègica per al comerç de Sabadell data de l'any 2006, concretament el Pla d'Orientació per als Equipament Comercials (POEC).
- En síntesi, en aquell treball s'establia el model comercial desitjat per a Sabadell es constatava que la ciutat comptava amb un comerç caracteritzat per:
  - un gran volum d'oferta, tal i com correspon a una ciutat del seu nivell de població i amb condició de capitalitat local
  - equilibri en les diferents dimensions conformen l'estructura d'oferta: formats, localització, equipament singulars i barreja comercial
  - presència d'un gran magatzem, que exerceix una gran atracció sobre l'entorn, i d'un mercat municipal, el Central, que és paradigma de mercats de nova concepció
  - absència d'hipermercats,
  - mínima presència de centres comercials,
  - comerç en trama urbana al 100%
- Tot plegat, s'afirmava "conforma un comerç ampli, integrat en ciutat i altament competitiu entre el propi comerç, en benefici del comprador".
- Amb aquesta configuració, l'objectiu que es plantejava el POEC des del punt de vista de l'oferta era consolidar un model comercial vigent prou satisfactori al servei dels sabadellencs i dels forans que visiten habitualment o puntual Sabadell.
- Pel que feia a la demanda, atesa la notable fuga de compra que malgrat tot es produïa cap a altres municipis, particularment a centres comercials, l'objectiu que es plantejava el POEC era augmentar la retenció de compra, és a dir, disminuir la citada fuga.

## 4.2. Informe sobre el Centre de la ciutat, de 2017

- L'Informe sobre el Centre, en el seu apartat de conclusions, indica tres punts crítics:
  1. Es tracta d'un centre que no ha pogut consolidar el seu dinamisme
  2. Amb molta competència d'eixos comercials urbans i periurbans
  3. Amb necessitats d'accessibilitat, senyalització i promoció.
- La descripció literal que se'n fa de la situació en l'apartat de Valoració general és aquesta:
  - "El centre de Sabadell té unes característiques singulars i un gran potencial però cal donar-li el valor i la gestió adequada i necessària.
  - Hi ha uns factors socioeconòmics globals que generen incerteses i riscos derivats de noves tendències del comerç i activitats on line, internet de les coses, futur dels espais comercials i econòmics tradicionals, etc...
  - El centre de Sabadell té com poques ciutats una competència directe intraurbana d'altres eixos i pols d'atracció comercial urbana.
  - Tanmateix, el seu potencial, si es desenvolupa correctament, pot aportar capitalitat territorial, atractivitat i projecció.
  - Al centre hi tenim gairebé 20.000 llocs de treball, el 41% ocupats per residents de fora de Sabadell, 2.586 activitats i més del 31% dels establiments de la ciutat, amb tot el que comporten quant a impactes econòmics directes, indirectes i induïts.
  - L'Eix central Rambla-Via Massagué concentra l'oferta comercial més important i diversificada (242 estab.), seguit per Av. Matadepera (199) i Av. Barberà (138)."

## 4.3. Informe sobre el comerç al Districte 6, de 2017

- Referit a un subcentre comercial com el Districte 6, al 2017 s'ha estudiat el seu comerç. En l'informe s'assenyalen com a principals debilitats de l'oferta comercial aquestes:
  - La meitat de l'oferta és d'alimentació, amb poc equipament de la persona i de la llar
  - Absència de marques locomotores en producte no quotidià
  - Establiments comercials poc atractius i empobriment general de la imatge
  - Discontinuitat de l'oferta comercial
  - Degoteig continu de botigues emblemàtiques del barri
  - Progressiva implantació d'oferta de menor nivell de qualitat
- Pel que fa a l'urbanisme comercial, les principals debilitats que s'identifiquen són:
  - Concentració de l'oferta en un carrer d'alta densitat de trànsit
  - Heterogeneïtat dels diferents elements de l'urbanisme comercial (voreres estretes-voreres amples, mobiliari urbà insuficient, ...)
  - Manca d'aparcament de rotació
  - Neteja millorable
- Respecte a l'associacionisme:
  - Baix nombre d'associats, que no permet plantejar-se objectius i actuacions d'un cert abast
  - Indiferència general dels comerciants enfront de l'associació
  - Degoteig del nombre d'associats
- Finalment, respecte al comprador, les amenaces són aquestes:
  - Baix nivell de renda, població envellida, dificultats perquè creixi en el futur
  - Alta fuga de compra, sobretot cap a Sabadell Centre
  - Canvi d'hàbits de compra de la població jove, que busca coses que no troba al districte (gamma, oci, aparcament, ...)

## 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

- La diagnosi del sector comercial de Sabadell la fem a partir dels elements descrits en els capítols anteriors.
- L'anàlisi la realitzem amb un sistema DAFO, és a dir, distingint quatre aspectes determinants del futur del sector:
  - **Oportunitats**, referent a aspectes o a fets externs, no controlats pels implicats en el sector comercial (botiguers, associació, ajuntament, ...), que poden tenir un impacte positiu sobre el desenvolupament comercial de la ciutat.
  - **Amenaces**, referent a aspectes o fets externs, no controlats pels implicats en el sector comercial (botiguers, associació, ajuntament, ...), que poden tenir un impacte negatiu sobre el desenvolupament comercial de la ciutat.
  - **Fortaleses**, referent a aspectes o atributs positius del sistema comercial de Sabadell, que es poden gestionar internament per part de comerciants, associació i ajuntament de cara a dinamitzar el comerç.
  - **Debilitats**, referent a aspectes o atributs negatius del sistema comercial de la ciutat, que es poden gestionar internament per part dels comerciants, les associacions i l'Ajuntament de Sabadell, de cara a revertir-los o a propiciar que no afectin negativament el dinamisme comercial.
- La diagnosi la presentem en cinc blocs temàtics diferenciats:
  - Oferta comercial
  - Associacionisme i dinamització
  - Política municipal respecte al comerç
  - El comprador de Sabadell
  - La competència

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.1. L'OFERTA COMERCIAL

### Fortaleses

- Estructura **d'oferta comercial diversificada**, amb 2.415 establiments distribuïts en 7 categories de producte i prop de 336.000m<sup>2</sup> de superfície de venda
- Gran nombre d'establiments d'oferta de producte Quotidià (alimentari i no alimentari), que representa el 47,2% del total i el 24,5% de la seva superfície de venda
- Gran volum d'oferta d'Equipament de la llar, amb 431 establiments i 84.400m<sup>2</sup> de superfície
- Presència d'ensenyes amb gran capacitat d'atracció supramunicipal en Equipament de la llar, en particular d'Ikea, l'establiment més gran de Sabadell
- Gran nombre d'establiments d'Equipament de la persona (414) i una superfície de venda de prop superior a 34.000m<sup>2</sup>
- Gran volum d'oferta d'Automoció, amb 141 establiments i uns 76.500m<sup>2</sup>, amb capacitat d'atracció supramunicipal

### Debilitats

- Establiments comercials per 1000 habitants de 11,5 (inferior al 13,5 del conjunt de Catalunya)
- Concentració de l'Equipament de la llar en una ensenya dominant en una ubicació perifèrica de la ciutat, al districte 6, on s'hi troba el 48,6% de la superfície de venda de la ciutat
- Baix volum d'oferta de Cultura i lleure (133 establiments i 11.800m<sup>2</sup>), la categoria amb registres més baixos de tota la ciutat
- Notable volum d'oferta de la categoria "Altres" (no especialitzat com basars, i segona mà, ...), amb 156 establiments
- Reducció del nombre d'establiments comercials en la xifra de 93 en els darrers 11 anys, un 4% menys que els que hi havia al 2006

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.1. L'OFERTA COMERCIAL

### Fortaleses

- Notable concentració d'establiments al districte 1, amb 958, és a dir un 40% del total de la ciutat, el que li confereix capacitat d'atracció de comerç de centralitat
- Concentració de l'Equipament de la persona al Districte 1 (50% dels establiments i de la superfície)
- Estructura d'oferta de Quotidià molt repartida per tots els districtes de la ciutat de Sabadell
- Concentració de l'oferta d'Automoció en el districte 5, amb el 43% dels establiments i el 71% de la superfície, el que li atorga capacitat d'atracció també supramunicipal
- Concentració de l'oferta d'Equipament de la llar al districte 6 (49% del sector a Sabadell), degut sobretot al comerç periurbà del sector de Sant Pau
- Des de 2006 al 2017 ha augmentat la superfície mitjana de venda dels establiments comercials de Sabadell en 19,1 m<sup>2</sup>, un 16% més

### Debilitats

- Des de 2006, pèrdua de pes relatiu dels establiments d'especialitats clàssiques de la ciutat:
  - Equipament de la llar (del 20,9% del total al 17,8%)
  - Equipament de la persona (del 19,1% al 17,1%)
  - Cultura i lleure (del 8,7% al 6,5%)
- Augment del pes relatiu dels establiments de la categoria "Altres", la que (exceptuant El Corte Inglés) atorga menor personalitat a una oferta comercial de ciutat: del 4,7% dels establiments al 2006 i 6,5% al 2017
- Crisi estructural de la majoria de mercats municipals. En són uns clars exponents el de Campoamor i el de Torre-romeu



# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.1. L'OFERTA COMERCIAL

### **Fortaleses**

- La ciutat disposa d'establiments singulars (El Corte Inglés i Ikea, com a més destacables) amb una notable capacitat d'atracció comercial supramunicipal
- L'estructura d'establiments comparada entre 2006 i 2017 mostra un augment del quotidià alimentari (+8%) i no alimentari (+23%) degut a la implantació de petits supermercats
- El comerç de proximitat s'ha desenvolupat en establiments de dimensió moderada i repartits territorialment, amb absència de concentracions tipus hipermercats
- Malgrat els problemes que travessen, els mercats tenen una quota del 30% de les compres en alimentació fresca
- Àmplia presència de mercadets repartits per la ciutat, que complementen l'oferta d'equipament de la persona i de la llar, fonamentalment, de manera descentralitzada i assequible per a moltes llars amb menys recursos

### **Debilitats**

- Progressiva suplantació en la majoria de districtes de comerciants locals per comerciants d'altres procedències, amb dèficits en característiques dels establiments, de producte i d'atenció personal
- Existència de gran nombre de locals buits a tota la ciutat
- El cordó umbilical que lligava el comerç de Sabadell a través d'un gran eix, s'està trencant en zones com ara la Via Massagué
- Els residents valoren malament l'aparcament de les zones comercials

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.1. L'OFERTA COMERCIAL

### **Fortaleses**

- Bona valoració del comerç per part dels residents (7,4 sobre 10)
- La valoració dels residents sobre l'oferta del barri és també prou alta (6,6 sobre 10)
- Els residents valoren sobretot horaris comercials, qualitat/amabilitat de l'entorn, professionalitat dels comerciants, transport públic, varietat i qualitat de l'oferta comercial

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.2. ASSOCIACIONISME I DINAMITZACIÓ

### **Fortaleses**

- Existència de 7 associacions de comerciants que cobreixen la major part dels subcentres existents a la ciutat
- Programació d'activitats al llarg de l'any per part de les associacions, bàsicament orientades a dinamitzar i a fidelitzar els clients
- Alguna associació compta amb gerència professionalitzada

### **Debilitats**

- Pèrdua de pes del comerç local en benefici del comerç forà modern però poc arrelat a la ciutat i poc propici a participar en actuacions comercials col·lectives (cadena de distribució / franquícies)
- Debilitat estructural de les associacions: pèrdua creixent d'associats, dificultat per aconseguir implicar els comerços en les activitats, etcètera
- En alguns barris, la manca d'estructura organitzativa de l'associació és realment gran, se sustenta en una o dues persones
- S'ha reduït el nombre d'associacions des de 2006: n'hi havia 10, i algunes de les existents actualment tenen una activitat baixa
- Falta de professionalitat en la gestió d'algunes associacions degut a la manca de recursos per a pagar un dinamitzador i programar activitats
- Desconnexió de l'associacionisme per part dels nous botiguers amb poc arrelament a la ciutat
- Baix nivell de servei als associats. Es limita bàsicament a promocions concretes

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.3. POLÍTICA MUNICIPAL RESPECTE AL COMERÇ

### Fortaleses

- Existència del Consell de Comerç, un òrgan de participació del sector que dóna una línia directa de comunicació amb l'Ajuntament
- L'Ajuntament, dintre dels recursos que disposa, no ha deixat en cap moment d'assistir les associacions i de tenir una actitud clarament oberta a la participació en cerca de millores
- Disposició d'un considerable cos normatiu amb incidència sobre el comerç (activitats, publicitat en domini públic, neteja pública, paisatge urbà, etc...)
- Modificació del POUM per a l'actualització de l'ordenació dels usos comercials (MPG-79) aprovada a l'any 2010

### Debilitats

- Percepció per part de l'associació més activa de manca de projecte comercial de ciutat per part de l'Ajuntament
- Insuficient control de legalitat del compliment de la normativa pròpia de l'Ajuntament
- Les obres constants al centre de Sabadell hi generen desconcert als usuaris i problemes de mobilitat
- Les obres de millora urbana no es comuniquen adequadament de manera que ajudin a mantenir els clients del comerç detallista
- Aparent baixa integració del comerç en la direcció política de la ciutat, molt dominada per Urbanisme
- Desconeixement al voltant de les intencions de creixement d'oferta en determinats barris / zones de la ciutat
- L'aparcament en algunes zones de la ciutat es considera una assignatura pendent des del punt de vista del comerç

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.3. POLÍTICA MUNICIPAL RESPECTE AL COMERÇ

### Debilitats

- Manca de sensibilitat comercial en la gestió de l'urbanisme i dels serveis públics. Això minva l'atractivitat comercial:
  - En alguns districtes hi ha queixes sobre la seguretat, la il·luminació insuficient, neteja de les zones de contenidors, ocupació de la via pública amb expositors de productes, neteja de façanes, regulació de guals, zones de descàrrega, etc...
  - Absència de polítiques específiques per al problema dels nombrosos locals buits
  - En algun barri (Ca n'Oriac, per exemple) hi ha mancances de senyalització de zona comercial
  - Els carrers amb més establiments d'alguns subcentres comercials troben a faltar una pacificació del trànsit en els seus carrers amb més densitat d'oferta

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.4. EL COMPRADOR

### Oportunitats

- La ciutat és un gran nucli de població (210.000 habitants), i es troba en procés de creixement
- Notable capacitat d'atracció sobre el conjunt de la comarca per diferents motius, de treball, d'accés a serveis, de comerç, etc...
- Important retenció de compra a la pròpia ciutat:
  - En Quotidià: 82-89% al propi barri i 11-14% a altres barris de Sabadell
  - En Equipament de la llar i Equipament de la persona: 42-45% al propi barri i 41-50% en altres barris de Sabadell
  - En Oci: un 47% al propi barri i un 42% en altres barris
- Bona valoració global del comerç per part dels residents tant del comerç de ciutat i com del comerç del barri
- Els residents valoren sobretot horaris comercials, qualitat/amabilitat de l'entorn, professionalitat dels comerciants, transport públic, varietat i qualitat de l'oferta comercial

### Amenaces

- Locals buits que generen discontinuïtat comercial
- Manca de senyalització de zona comercial en algun barri que frena la identificació del comerç i la compra: (Ca'n Oriac)
- Manca d'actuacions de pacificació del trànsit i/o vianalització en carrers comercials de subcentres
- La compra a altres municipis és relativament alta en equipament de la persona (19%), equipament de la llar (22%) i oci (23%)
- La fuga de compra en Quotidià se'n va, sobretot, a Sant Quirze del Vallès
- En Equipament de la persona i en oci, la fuga va sobretot a Barcelona
- En Equipament de la llar la fuga queda molt repartida entre Barcelona, Sant Quirze, Terrassa, Barberà del Vallès i altres.
- Mala valoració de l'aparcament per part dels residents
- Desacceleració del Centre com a nucli d'activitat i d'atractiu comercial

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.4. EL COMPRADOR

### Oportunitats

- Notable penetració dels mercats municipals en producte fresc
- Atracció de la ciutat per a no residents en:
  - Equipament de la llar
  - Automoció
  - Gran magatzem El Corte Inglés
- La ciutat té un nivell de renda familiar disponible per habitant (16.500€) lleugerament superior a la del conjunt de Catalunya
- La comparativa d'hàbits del 2017 amb els del 2006 posa en relleu un augment de la retenció de compra al propi barri en els productes quotidians, de manera que la proximitat sembla tenir valor en aquest tipus de productes
- Generació d'una oferta particular però amb servei col·lectiu per les compres per Internet

### Amenaces

- Discontinuitat d'oferta comercial en algunes zones
- Alta presència de comerç oriental en alguns barris i especialitats (basars, petits supermercats, ...)
- En Equipament de persona la compra fora de Sabadell ha crescut de l'11% al 19% des del 2006 ençà
- En aquesta compra ha guanyat molt de pes la ciutat de Barcelona respecte al 2006
- La compra d'Oci fora de Sabadell encara ha crescut més: del 15% al 23%. En aquest tipus de compra també ha crescut molt el pes de Barcelona respecte a 11 anys enrere

# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.5. LA COMPETÈNCIA

### Oportunitats

- Sabadell compta amb equipaments singulars de gran atractiu supramunicipal com ara una gran superfície de l'ensenyà Ikea, un establiment El Corte Inglés i una concentració important d'establiments del sector de l'automòbil
- La ciutat compta amb un comerç de centralitat amb capacitat d'atracció, no només per a residents, sinó per a visitants
- Sabadell es troba ubicada en un entorn urbà molt integrat demogràficament i econòmicament, gràcies a un ric teixit de sistemes de comunicació
- La ciutat és un referent comercial de municipis més petits del seu entorn, i fins i tot (en equipaments singulars) d'una ciutat gran propera com Terrassa
- Millores contínues en els sistemes de transport públic, faciliten l'accessibilitat al comerç de Sabadell, en particular al seu Centre

### Amenaces

- L'oferta comercial al voltant de Sabadell és molt gran i atractiva:
  - A nivell de ciutats amb comerç de centralitat, com ara Terrassa (amb més m<sup>2</sup> per habitant que Sabadell)
  - A nivell d'equipaments singulars, com ara Baricentro (63.000m<sup>2</sup>) (Barberà del Vallès), el Centre Comercial Alcampo (23.000m<sup>2</sup>) (Sant Quirze del Vallès), el Parc Vallès (amb Caprabo, Mercadona, Mango, Drim, Media Markt, ...) o bé Terrassa Plaça (56.000m<sup>2</sup>)
- L'oferta de Barcelona, relativament aprop de Sabadell i molt ben comunicada, amb comerç i tota mena de serveis, és una amenaça permanent de fuga de compra



# 5. Diagnosi del sector comercial de Sabadell

## 5.5. LA COMPETÈNCIA

### Oportunitats

- La compra per internet i *on line* ofereix possibilitats de cara al futur en les que, a priori, tots els competidors estan posicionats de manera semblant

### Amenaces

- Bona dotació d'aparcament i oferta àmplia (inclòs l'oci) dels centres comercials de l'entorn de la ciutat
- La progressiva consolidació de marques reconegudes via franquícies (entre altres) posa en qüestió el comerç especialista tradicional
- Compra per internet

## 6. Una visió global de les propostes pel comerç de Sabadell

6.1. Propostes del POEC 2006

6.2. Propostes pel Centre de la ciutat (2017)

6.3. Propostes per a un districte amb comerç (2017)

## 6.1. Propostes del POEC 2006

- El POEC de 2006 es va proposar un doble objectiu: consolidar l'oferta comercial i el model vigent, d'una banda, i reduir la fuga de compra.
- El citat treball identificava els objectius més concrets en diferents àmbits.
- En primer lloc en el de la localització del comerç:
  - Consolidar l'eix comercial existent al llarg de la ciutat com una unitat
  - Impulsar alguns subcentres amb dèficits (Onze de Setembre, Prats de Lluçanès, Creu de Barberà, ...)
  - Completar la cobertura de la ciutat amb supermercats en aquelles zones que estaven desateses
- Quan a tipologia de formats, se'n destacava en positiu la riquesa existent i l'absència de grans centres comercials i d'hipermercats, una situació que era desitjable mantenir.
- Pel que fa a equipaments singulars El Corte Inglés es valorava molt positivament, els mercats municipals en general també per bé que es començaven a notar problemes en els de Merinals i Torre-romeu, i pels mercats no sedentaris es plantejava també alguna acció pel dels diumenges a la Zona Hermètica.
- Finalment, respecte a la barreja comercial es fixaven tres objectius:
  - Que l'equipament comercial fos suficient per a satisfer les necessitats dels residents
  - Assegurar un nivell suficient de competència entre els comerciant
  - Havia de servir per a preveure les necessitats d'infraestructures urbanes de suport
- De fet, la composició de l'oferta de Sabadell es considerava molt compensada i semblant a la de Catalunya, i no es detectaven necessitats específiques de relleu en aquest àmbit. En l'únic sector en que s'enregistrava un ínfim dèficit de dotació en metres quadrats per habitant era en Automoció i carburants.
- Tot i l'anterior, es conclouïa que "Sabadell, amb la seva capacitat d'atracció i influència comercial, compta amb unes dotacions en Equipament de la llar, Equipament de la persona, i Lleure i cultura molt semblants a les catalanes, quan per la condició de capitalitat hom hi esperaria una dotació més elevada".

## 6.1. Propostes del POEC del 2006

- Sobre les bases anteriors, el POEC fixava un conjunt d'actuacions per a la consecució dels objectius descrits, les quals s'agrupaven en quatre àmbits:
  - Oferta comercial
  - Ordenació del comerç
  - Urbanisme comercial
  - Dinamització
- En total el POEC concretava 34 actuacions diferents en un format de fitxes en les que es detallava una àmplia bateria d'accions concretes en cada una d'elles.

## 6.2. Propostes pel Centre de la ciutat (2017)

- Els objectius que es plantejava l'estudi sobre situació i perspectives del Centre de la ciutat de Sabadell eren dos:
  - Incrementar la densitat residencial i comercial del centre
  - Incrementar la densitat i continuïtat comercial
- Quant a actuacions concretes, l'estudi proposa, en síntesi, aquestes:
  - Mesures administratives adequades que incentivin la rehabilitació d'habitatges i de locals buits
  - Un sistema de gestió públic-privat per a fomentar la captació d'activitats que dinamitzin l'àrea i els espais buits, acompanyats de regulacions i tramitacions administratives que ajudin i ho agilitzin
  - Resoldre l'ampliació i connexió del pàrquing de la Plaça Dr. Robert-Passeig, amb els seus accessos i senyalització
  - Mesures urbanístiques i administratives i de mobilitat que no creïn incerteses i frens
  - Potenciar la senyalització i comunicació
  - Unes 2.500 places de rotació al nucli central de la ciutat
- L'informe adverteix del risc que el Centre segueixi perdent, com ha fet en els darrers anys, atractivitat, capitalitat i dinamisme econòmic. I en quantifica la reducció de facturació, la minoració previsible dels ingressos per impostos, el nombre d'establiments comercials que hi ha en perill, entre altres aspectes.

## 6.3. Propostes per a un districte amb comerç, de 2017 B A R C E L O N A E C O N O M I A

- En una gran ciutat com Sabadell, amb un eix comercial tan important com el que travessa la ciutat, cal ser realistes al voltant de l'abast dels plantejaments que es poden fer per a un subcentre comercial com el del Districte 6, que és el que s'ha estudiat en aquest any 2017.
- No obstant, reconeixent el perfil de comerç i de potencial de la zona, com tants barris no centrals d'altres ciutats i del propi Sabadell, els objectius que planteja l'estudi són ambiciosos dintre del marc de possibilitats.
- No es pot plantejar aconseguir una centralitat per a atraure comerços que requereixen grans fluxos de vianants, com per exemple succeeix amb les grans ensenyes de franquícies de roba o de perfumeria, atès que es tracta de serveis de centralitat de ciutat o de centres comercials, i el Districte 6 té, a la vora, tant una cosa com l'altre. En aquest context, la localització del barri i la seva accessibilitat condicionen molt l'abordatge de projectes que hagin de descansar en atraure visitants d'altres municipis o de la resta de Sabadell.
- Tampoc no es pot oblidar que el Districte 6 és com si fos una ciutat mitjana de 30.000 habitants que té el seu "centre" de comerç, que té establiments dispersos i que, molt important, s'integra en una ciutat i un entorn de municipis amb un volum d'oferta comercial extraordinàriament ric.
- Realistament, hom es pot plantejar un pla de millora comercial i de dinamització al servei dels residents, i si addicionalment s'aconseguís captació de no residents, seria benvinguda.
- El pla de dinamització comercial del Districte 6 es fixa quatre objectius bàsics:
  - Consolidar l'eix comercial central (carretera de Barcelona, inclosa la plaça de la Creu de Barberà) i l'eix perpendicular (Espronceda i Almogàvers), amb la centralitat que exerceix la plaça de la Creu de Barberà
  - Dinamitzar comercialment la centralitat anterior i, de retruc, el comerç dispers pel districte
  - Augmentar la retenció de despesa en el propi barri, és a dir, reduir la fuga de compra de producte, especialment en les categories de producte no quotidià
  - Augmentar la integració de l'eix comercial del districte al gran eix comercial de la ciutat

## 6.3. Propostes per a un districte amb comerç

- Per a aconseguir aquests objectius es proposaven 16 actuacions bàsiques agrupades en cinc àmbits:
  - Organització comercial
  - Urbanisme comercial
  - Promoció i comunicació
  - Botigues
  - Integració del comerç a la ciutat
- El conjunt d'actuacions es presentaven en l'informe en format de fitxes, en cadascuna de les quals es concretaven un seguit d'accions a dur a terme.

## 7. Objectius i línies d'actuació estratègiques

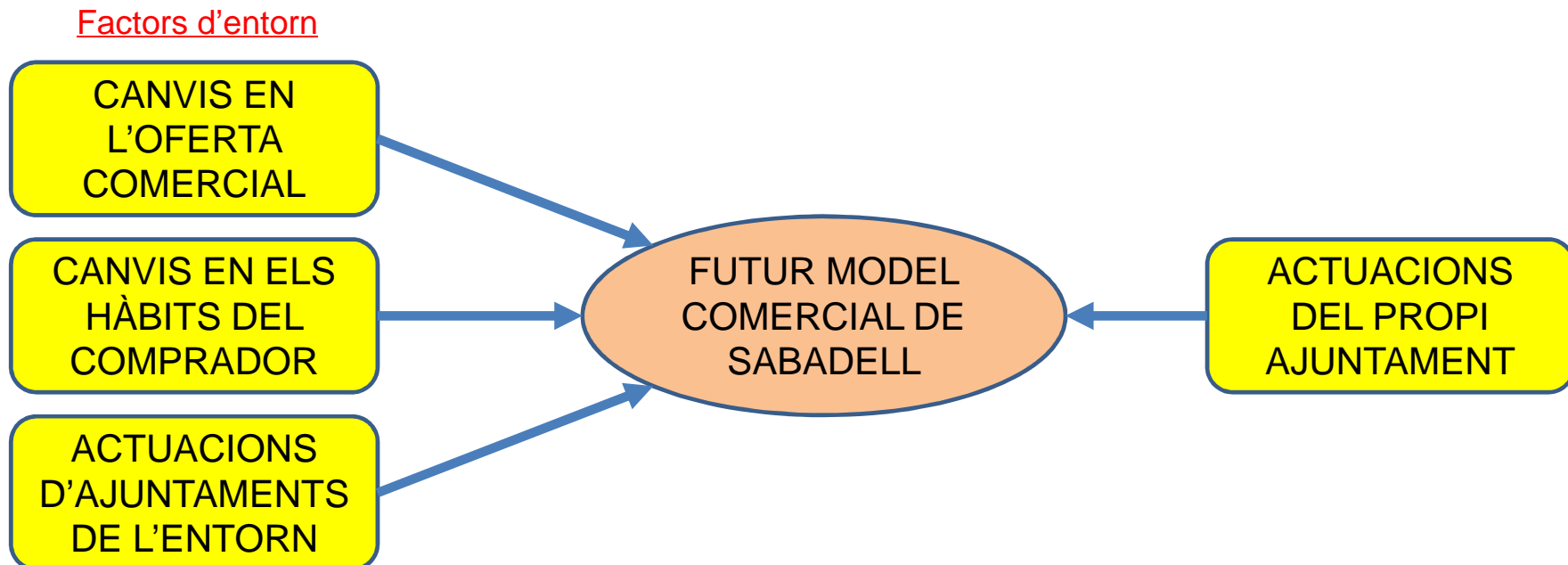
7.1. Objectius de comerç per al futur

7.2. Pla d'actuacions



## 7.1. Objectius de comerç pel futur

- Sabadell té plantejats un conjunt de reptes comercials que es desprenen de quatre grans dinàmiques, tres de les quals fora de control de la pròpia ciutat, i la quarta la que imprimeixi l'Ajuntament al comerç de la ciutat.
- Els factors externs són la mutació permanent del sector en termes d'oferta (productes, formats, requeriments d'establiments, internet, ...), l'evolució dels hàbits de compra i consum de la població, i les actuacions d'ajuntaments veïns que poden modificar l'oferta supramunicipal.
- En aquest entorn l'Ajuntament de Sabadell ha de plantejar-se el model comercial que proposa per al futur.



## 7.1. Objectius de comerç pel futur

- El comerç de Sabadell hauria de ser eminentment **urbà, integrador, complet i estructurador**. És a dir, que fes ciutat, que oferís possibilitats professionals i que formés part de l'estructura de serveis que configura tot conglomerat urbà i en el que el comerç hi juga un paper fonamental.
- En aquest context i tenint presents les característiques comercials actuals de la ciutat, al nostre entendre l'objectiu bàsic que l'Ajuntament ha de plantejar-se de cara al futur és **recuperar la iniciativa comercial urbana, reforçar un teixit molt ric i dinàmic però que es troba amenaçat**.
- Actuant en aquest sentit, reforçarà l'**estructura social de la ciutat**, millorarà el servei als residents (reduint la fuga de compra) i, addicionalment, pot fer **augmentar l'atractiu comercial** de la ciutat per a **visitants**.
- Per a concretar objectius quantificables, proposem fixar-se en el mig i llarg termini (a 4-5 anys vista), els següents objectius específics:
  - **Reduir un 25% la fuga de compra a altres municipis** en productes no quotidians, en benefici del comerç de centralitat
  - **Augmentar l'oferta comercial en dues línies:**
    - **Superfície de venda de la ciutat fins als 400.000m<sup>2</sup>**, el que aproximaria la superfície per habitant a la mitjana catalana, sempre **dintre la trama urbana i no en la periurbana**
    - **Establiments comercials fins a arribar als 2.500** enfront dels 2.415 actuals, particularment en comerç especialitzat en Equipament de la persona, Equipament de la llar i Lleure i cultura. L'existència de molts locals buits a tota la ciutat hi juga a favor.
  - Potenciació del **comerç de proximitat** en els subcentres
  - Impuls del **comerç de centralitat**.
  - Millora de la **qualitat comercial** per la via dels **establiments** i de l'**urbanisme comercial**.

# 7.1. Objectius de comerç pel futur

## MODEL COMERCIAL DE SABADELL

### Objectius

Reducció d'un 25% de la fuga de compra actual

Augment d'oferta (fins 400.000m<sup>2</sup> de superfície i 2.500 establiments) en trama urbana

Potenciació del comerç de proximitat en subcentres

Impuls del comerç de centralitat

Millora de la qualitat d'oferta via establiments i urbanisme comercial

### Pla d'actuació

1. Potenciació del comerç de centralitat

2. Plans de dinamització de subcentres comercials

3. Subcentre comercial de Ca n'Oriac

4. Millores a l'Eixample

5. Millores a la Via Massagué

6. Millores a altres subcentres

7. Potenciació de l'atractiu de l'oferta singular

8. Entorn urbà favorable al comerç

9. Millora del control de legalitat comercial

10. Cens d'establiments comercials

11. Pla de millora dels establiments comercials

12. Asociacionisme

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 1	Potenciació del comerç de centralitat
Objectiu	Reimpulsar el centre com a “Centre Comercial a Cel Obert” de Sabadell.
Descripció	Es proposa recuperar la funció que havia exercit el Centre com a punt de concentració de comerços de producte no quotidià i com a espai de serveis complementaris. Cal redefinir el concepte de Centre i adaptar la centralitat a les circumstàncies actuals i a les tendències que hi ha en curs en matèria d'oferta i d'hàbits.
Actuacions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Creació de l'Oficina del Centre, formada per l'Ajuntament i representants de les activitats que s'hi desenvolupen, entre les quals el comerç <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>2) Definició d'un Pla Integral Comercial pel centre <b>[Prioritat 1]</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Delimitació de la centralitat comercial i de les altres activitats</li> <li>b. Identificació de la funció que li assigna l'ajuntament al comerç de centralitat</li> <li>c. Reconeixement exhaustiu de la seva oferta comercial, dels problemes d'accessibilitat i mobilitat interior, de locals buits, de l'urbanisme comercial per carrers i subzones, ...</li> <li>d. Dintre el Pla incloure-hi un programa de millora urbana del centre: pacificació del trànsit, millores de façanes, creació d'espais de qualitat, millora dels carrers adjacents a les artèries principals, senyalització interior, ... de manera que es propiciï un entorn favorable al desenvolupament comercial i un reforçament de l'atractiu general del centre</li> </ol> </li> <li>3) Resolució del problema que el Centre fa 30 anys que està en obres pràcticament permanents <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>4) Participació de la Regidoria de Comerç en les decisions de l'ajuntament en matèria de mobilitat i aparcament <b>[Prioritat 2]</b></li> </ol>
Responsable	Regidoria de Comerç, Urbanisme i institucions privades afectades.
Calendari	Inici de les actuacions 2018 i seguiment permanent.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 2	Plans de dinamització dels subcentres comercials
Objectiu	Dinamitzar el comerç de proximitat a tota la ciutat.
Descripció	Els subcentres comercials clàssics es troben en un procés de transformació que els orienta, a mig i a llarg termini, a especialitzar-se fonamentalment en comerç de proximitat. En comptes que aquesta transformació es faci de manera espontània, es tracta de guiar-la en la mesura del possible, en una línia semblant al que s'ha proposat en el 2017 per al Districte 6 en l'àmbit comercial.
Accions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Estudis de reconeixement dels subcentres <b>[Prioritat 1]</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Realitzar una anàlisi detallada de l'oferta comercial dels diferents subcentres</li> <li>2) Identificar com els hàbits de consum encaixen amb l'oferta del punt 1 i quines mancances es poden resoldre per part de l'ajuntament</li> <li>3) Efectuar un inventari d'actuacions per part de l'ajuntament específiques per cada subcentre per tal de facilitar desenvolupament del seu comerç de proximitat: control de legalitat, neteja pública, il·luminació, pacificació del trànsit, ...</li> </ol> </li> <li>2) Elaboració d'un Pla de valorització de la funció del comerç de proximitat <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>3) A les fitxes següents s'apunten algunes actuacions concretes sorgides de les reunions de treball mantingudes amb les diferents associacions.</li> </ol>
Responsable	Regidories de Comerç i associacions de comerç afectades.
Calendari	Inici 2018 i seguiment posterior.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 3	Subcentre comercial de Ca n'Oriac
Objectiu	Dinamització del subcentre comercial de Ca n'Oriac.
Descripció	Els subcentres comercials es troben en un procés de transformació que els orienta a llarg termini a especialitzar-se en comerç de proximitat, tot mantenint una certa estructura de comerç de no quotidià, que segueix tenint sentit, però que difícilment tornarà a ser la d'abans. Aplicació específica a Ca n'Oriac.
Accions	<p>1) Identificar el subcentre en termes d'oferta i demanda comercial: <b>[Prioritat 1]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Reconeixement de l'oferta, per sectors, per formats comercials, superfícies brutes, superfícies de venda, qualificació dels establiments, localització per carrers, eixos de concentració d'oferta, transformació de l'oferta en els darrers anys, tendències.</li> <li>b) Anàlisi específica dels hàbits de compra i estudi de fugues</li> <li>c) Valoració de l'urbanisme comercial</li> <li>d) DAFO</li> </ul> <p>2) Definir i aplicar un Pla integral comercial de Ca n'Oriac <b>[Prioritat 1]</b></p> <p>Objectius</p> <p>Actuacions:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Control de manera sistemàtica el control del legalitat del comerç (sanitat, horaris, invasió de la via pública, regularitat contractual, ...)</li> <li>b) Captació per part de l'associació de més associats, entre els quals, els nous botiguers</li> <li>c) Pla d'usos comercial</li> </ul>
	(../..)

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 3	(cont.) Subcentre comercial de Ca n'Oriac
Accions	<ul style="list-style-type: none"> <li>d) Mesures per a minimitzar els locals buits durant molt de temps i exigir unes mínimes condicions estètiques que millorin el paisatge urbà.</li> <li>e) Millorar els accessos a la zona comercial</li> <li>f) Millorar de la senyalització comercial del subcentre</li> <li>g) Facilitar un acord amb el pàrquing privat per tal que ofereixi places de rotació</li> <li>h) Places d'aparcament de rotació en superfície → creació</li> <li>i) Augmentar el control i millorar la regulació de guals, zones de càrrega i descàrrega</li> <li>j) Estudiar la possibilitat de vianalitzar o bé pacificar el trànsit en els carrers amb més densitat comercial. Crear zones de passeig.</li> <li>k) Millora de la seguretat ciutadana</li> <li>l) Millora de la il·luminació</li> <li>m) Millora de la recollida d'escombraries</li> <li>n) Millora de la relació entre l'associació de comerciants i l'associació de veïns</li> </ul> <p>3) Integració en un pla de valorització del comerç de proximitat per a tota la ciutat [Prioritat 3]</p>
Responsable	Regidoria de Comerç i associació de comerç.
Prioritat i calendari	Pla al 2018 i aplicació de mesures en els anys següents.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 4	Milliores a l'Eixample
Objectiu	Introduir millores en l'oferta de l'entorn comercial en de l'Eixample.
Descripció	Iniciatives recollides des de l'Associació que caldria estudiar i eventualment aplicar mesures correctores.
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Millora de la percepció de seguretat ciutadana <b>[Prioritat 1]</b></li><li>2) Millora de l'enllumenat públic, particularment en els carrers de més densitat comercial, amb la finalitat d'augmentar la seva atractivitat i la percepció de seguretat <b>[Prioritat 1]</b></li><li>3) Manteniment de l'arbrat i de la jardineria pública en general <b>[Prioritat 2]</b></li><li>4) Seguretat viària i estudi de pacificació del trànsit <b>[Prioritat 2]</b></li><li>5) Augment de les places d'aparcament de rotació <b>[Prioritat 3]</b></li><li>6) Integració en un pla de valorització de la funció del comerç de proximitat <b>[Prioritat 3]</b></li></ol>
Responsable	Les diferents regidories de l'ajuntament implicades.
Calendari	2018 i següents.



## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 5	Milliores a Via Massagué
Objectiu	Introduir millores en l'oferta de l'entorn comercial de la via Massagué.
Descripció	Iniciatives del sector comercial.
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Formalització de l'associació i contractació d'un dinamitzador, a compartir amb altres associacions <b>[Prioritat 1]</b></li><li>2) Integració del comerç de la Via Massagué en l'associació Sabadell Comerç Centre <b>[Prioritat 2]</b></li><li>3) Estudi de millora de l'urbanisme comercial actual <b>[Prioritat 2]</b></li><li>4) Definició d'un projecte de recoser comercialment el centre amb la Via Zamenhof <b>[Prioritat 3]</b></li></ol>
Responsable	Comerciants i regidories de l'ajuntament implicades.
Calendari	2018 i següents.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 6	Millors a altres subcentres comercials
Objectiu	Introduir millores en l'oferta de l'entorn comercial en diferents zones de Sabadell.
Descripció	Iniciatives per a l'Ajuntament relatives a Sol i Padrís, Torre-Romeu, ...
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Captació de nous socis i consolidació dels existents [Prioritat 1]</li><li>2) Continuació del suport de l'Ajuntament a la dinamització [Prioritat 1]</li><li>3) Integració del comerç dels subcentres indicats en les campanyes de tota la ciutat [Prioritat 2]</li><li>4) Integració en un pla de valorització de la funció del comerç de proximitat [Prioritat 3]</li></ol>
Responsable	Les diferents regidories de l'ajuntament implicades i les associacions de comerciants.
Calendari	2018 i següents.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 7	Potenciació de l'atractiu de l'oferta per a visitants
Objectiu	Potenciar la captació de compradors no residents.
Descripció	<p>Sabadell compta amb quatre nuclis d'oferta molt atractius per a visitants:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El centre (veure actuació 1)</li> <li>- L'Eix Macià (El Corte Inglés)</li> <li>- L'automoció del Districte 5, i</li> <li>- El centre Ikea del sector de Sant Pau</li> </ul> <p>Es tracta de centres amb prou potencial autònom sense necessitat de suport de la política de comerç de l'Ajuntament, però es proposa incardinar-los en l'oferta global de la ciutat.</p>
Accions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Quantificació dels fluxos de visitants, freqüència, finalitat de la visita, despesa comercial, entre altres, per tal de conèixer la realitat de l'atractiu i les línies de millora <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>2) Manteniment de línies de contacte permanent amb els operadors d'aquesta oferta singular <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>3) Identificació i resolució dels dèficits en matèria d'urbanisme comercial <b>[Prioritat 2]</b></li> </ol>
Responsable	Regidoria de Comerç, operadors i altres regidories implicades.
Calendari	Inici 2018 i seguiment anys posteriors.

## 7.2. Pla d'actuacions

<b>Línia d'actuació 8</b>	<b>Entorn urbà favorable al comerç</b>
Objectiu	Augmentar la qualitat de l'espai públic tenint present la perspectiva comercial.
Descripció	El comerç de la ciutat forma part del paisatge urbà. La qualitat dels seus establiments cal que es correspongui també la qualitat de l'espai públic (neteja, mobiliari urbà, vianalització de carrers, pacificació del trànsit, il·luminació, amplada de voreres, façanes dels edificis, estètica dels locals buits, etcètera).
Accions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Creació d'un Observatori de la qualitat de l'entorn urbà del comerç en els eixos de major concentració d'oferta amb aquestes tasques prioritàries <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>2) Identificació de dèficits d'urbanisme comercial per cada un dels districtes que comptin amb oferta, per dues vies: 1) reconeixement dels serveis de l'ajuntament, i 2) detecció de problemes amb el contacte continuat amb representants del comerç de cada zona <b>[Prioritat 1]</b></li> <li>3) Cens semestral de problemàtiques i manteniment actualitzat <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>4) Sistema de seguiment i control de la resolució dels problemes d'urbanisme comercial del punt anterior. Control de compliment dels serveis públics <b>[Prioritat 3]</b></li> <li>5) Participació de la Regidoria de Comerç en les discussions de planificació urbanística i de mobilitat de la ciutat i per barris, per tal d'incorporar la visió del comerç en els debats de l'acció pública municipal <b>[Prioritat 2]</b></li> </ol>
Responsable	Regidoria de Comerç i altres regidories afectades.
Prioritat	Inici 2018 i activitat permanent en els anys següents.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 9	Millora del control de legalitat comercial
Objectiu	Millorar el compliment de la normativa que afecta el comerç, tant la general com la pròpia de Sabadell.
Descripció	El comerç, com la resta d'activitats han de complir la normativa existent que els afecta. La normativa general (normes de consum, de contractació de personal, ...) la seva supervisió correspon a altres institucions. Però hi ha normes pròpies, com ara l'ordenança de publicitat o l'ordenança de l'ocupació de les vies i dels espais públics, que és l'Ajuntament, qui n'ha d'assegurar el seu compliment, posant-hi els recursos que siguin necessaris.
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Reconeixement del compliment de legalitat per part del comerç, començant per aquells carrers i zones amb més densitat d'establiments. <b>[Prioritat 1]</b></li><li>2) Arbitratge de les mesures pertinents per resoldre les irregularitats per part dels implicats <b>[Prioritat 1]</b></li><li>3) Seguiment i control sistemàtic del compliment de la legalitat <b>[Prioritat 2]</b></li></ol>
Responsable	Ajuntament.
Calendari	Inici 2018 i compliment de legalitat complet al 2019.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 10	Cens d'establiments comercials
Objectiu	Millorar el coneixement del teixit comercial de la ciutat.
Descripció	D'acord amb els registres actuals els establiments estan identificats un per un però la immensa majoria només amb superfície bruta. Cal disposar d'un cens que identifiqui, com a mínim, la superfície de venda.
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Cens d'establiments comercials amb dades com la superfície de venda i altres característiques que es considerin rellevants en el marc de la normativa vigent (accessibilitat adaptada, superfície de la zona de caixa, ...) <b>[Prioritat 1]</b></li><li>2) Manteniment anual de la informació del cens <b>[Prioritat 2]</b></li><li>3) Informació sobre els establiments per especialitats al lloc web de l'ajuntament, per potencial al comerç als sabadellencs i als visitants de la ciutat <b>[Prioritat 2]</b></li></ol>
Responsable	Regidoria de Comerç.
Prioritat i calendari	2018 i manteniment anual de la informació.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 11	Pla de millora dels establiments comercials
Objectiu	Millorar la seguretat i la qualitat (exterior i interior) dels establiments comercials que actualment presenten deficiències.
Descripció	Les noves implantacions comercials, especialment en els barris, venen dominades per establiments especialitzats i no especialitzats que disten d'una imatge de qualitat comercial: sense aparadorisme, disposició del producte a la tenda, ordre, neteja, accessibilitat, exposició al carrer, retolació, etc... Addicionalment no sempre compleixen normatives d'accessibilitat, seguretat, ocupació de la via pública, entre altres.
Accions	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Establiment d'una normativa d'usos d'establiments comercials (especialitats, condicions tècniques mínimes dels establiments, distàncies entre establiments en el seu cas, ...) <b>[Prioritat 2]</b></li><li>2) Estudi de la possibilitat d'establir normativa reguladora de locals buits amb la finalitat de millorar la seva ocupabilitat i la seva estètica <b>[Prioritat 1]</b></li><li>3) Aplicació de la normativa per districtes o per zones comercials <b>[Prioritat 2]</b></li></ol>
Responsable	Regidoria de Comerç.
Calendari	Inici 2018. Normatives al 2019.

## 7.2. Pla d'actuacions

Línia d'actuació 12	Associacionisme
Objectiu	Millorar l'atractiu comercial de la ciutat a través de l'acció de l'associacionisme comercial i manteniment permanent de la interlocució amb el sector.
Descripció	Al llarg dels darrers anys l'associacionisme ha disminuït a tota la ciutat i sembla imperatiu recuperar aquesta fórmula de col·laboració, ajustant-la. Sabadell Comerç Centre i els subcentres haurien de compartir objectius i polítiques cada un d'ells en el seu àmbit, però formant part de la gran oferta comercial de Sabadell. Els plans de dinamització individuals de zones i la política municipal en matèria de comerç haurien d'estar guiades no només per reforçar el comerç de cada zona sinó compartir un projecte comercial de ciutat.
Accions	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Programa de captació general de socis, amb el suport de l'Ajuntament <b>[Prioritat 1]</b></li> <li>2) Integració de les associacions geogràficament més properes, com per exemple <b>[Prioritat 2]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sol i Pedrís amb Eixample i Creu de Barberà.</li> <li>- Via Massagué amb Sabadell Comerç Centre</li> </ul> </li> <li>3) Programa de col·laboració entre associacions (dinamitzadors compartits, campanyes compartides, ...) <b>[Prioritat 1]</b></li> <li>4) Creació del lloc web de tot el comerç associat de Sabadell <b>[Prioritat 2]</b></li> <li>5) Presència del comerç associat a les xarxes socials <b>[Prioritat 2]</b></li> </ol>
Responsable	Les associacions de comerciants i Regidoria de Comerç.
Calendari	Inici 2018.



## 7.3. Resum d'actuacions

Línia d'actuació	Curt	Mig	Llarg	Responsables
<b>1. Potenciació del comerç de centralitat</b>				
Creació de l'Oficina del Centre				Ajuntament i institucions privades afectades
Definició d'un Pla Integral Comercial del Centre				Regidoria de Comerç
Resolució del problema de les obres permanents				Regidoria d'Urbanisme
Participació de la Regidoria de Comerç en les decisions de mobilitat				Ajuntament - Associacions de comerciants
<b>2. Plans de dinamització dels subcentres comercials</b>				
Estudis de reconeixement comercial del subcentres				Regidoria de Comerç i associacions de comerç
Pla de valorització del comerç de proximitat				Regidoria de Comerç
<b>3. Subcentre comercial de Ca n'Oriac</b>				
Reconeixement comercial del subcentre				Regidoria de Comerç
Pla Integral Comercial de Ca n'Oriac				Regidoria de Comerç i associació de comerç
Integració en un pla de valorització del comerç de proximitat				Regidoria de Comerç

## 7.3. Resum d'actuacions

Línia d'actuació	Curt	Mig	Llarg	Responsables
<b>4. Millores en l'oferta de l'Eixample</b>				
Millora de la percepció de seguretat ciutadana	■			Ajuntament
Millora de l'enllumenat públic	■			Ajuntament
Millora en el manteniment de l'arbrat		■		Ajuntament
Millora de la seguretat viària i pacificació del trànsit		■		Ajuntament
Augment de places d'aparcament de rotació			■	Ajuntament
Integració en un pla de valorització del comerç de proximitat				Ajuntament
<b>5. Millores a la Via Massagué</b>				
Formalització de l'associació i contractació d'un dinamitzador compartit	■			Comerciants, amb suport de la Regidoria de Comerç
Integració en l'Associació Sabadell Comerç Centre		■		Comerciants, amb suport de la Regidoria de Comerç
Estudi de millora de l'urbanisme comercial		■		Regidoria de Comerç
Definició d'un projecte de recosir el Centre amb Via Zamenhof		■		Regidoria de Comerç
<b>6. Millores a altres subcentres</b>	■	■	■	Associacions i Ajuntament

## 7.3. Resum d'actuacions

Línia d'actuació	Curt	Mig	Llarg	Responsables
<b>7. Potenciació de l'atractiu de l'oferta per visitants</b>				
Quantificació dels fluxos de visitants i dels seus hàbits				Regidoria de Comerç
Manteniment de relació amb els operadors privats d'oferta singular				Regidoria de Comerç i operadors
Identificació de dèficits d'urbanisme comercial				Ajuntament
<b>8. Entorn urbà favorable al comerç en els eixos de major oferta</b>				
Creació d'un observatori de l'entorn urbà del comerç				Ajuntament
Identificació dels dèficits d'urbanisme comercial per subcentres				Regidoria de Comerç i associacions de comerciants
Cens semestral de problemàtiques				Regidoria de Comerç i associacions de comerciants
Seguiment i control de les solucions a les problemàtiques				Ajuntament
Participació de Comerç en la planificació urbanística i de mobilitat				Ajuntament i associacions de comerciants

## 7.3. Resum d'actuacions

Línia d'actuació	Curt	Mig	Llarg	Responsables
<b>9. Millora del control de legalitat comercial</b>				
Reconeixement del grau de compliment de la legalitat actualment				Ajuntament
Arbitratge de mesures de correcció dels complimentes				Ajuntament
Seguiment i control sistemàtic del compliment de legalitat				Ajuntament
<b>10. Cens d'establiments comercials</b>				
Cens inicial				Regidoria de Comerç
Manteniment del cens				Regidoria de Comerç
Integració del cens de per a consulta en el web municipal				Regidoria de Comerç
<b>11. Pla de millora dels establiments comercials</b>				
Establiment de normativa d'usos comercials de baixos				Ajuntament
Estudi de possibilitat d'establir normativa sobre locals buits				Ajuntament
Aplicació de les normatives anteriors en zones comercials prioritàries				Ajuntament

## 7.3. Resum d'actuacions

Línia d'actuació	Curt	Mig	Llarg	Responsables
<b>12. Associacionisme</b>				
Programa de captació general de socis a totes les associacions				Associacions - Regidoria de Comerç
Integració de les associacions petites més properes geogràficament				Associacions, amb el suport de l'ajuntament
Programa de col·laboració entre associacions				Associacions - Regidoria de Comerç
Lloc web del comerç associat de Sabadell				Associacions, amb el suport de l'ajuntament
Impuls de la presència del comerç en les xarxes socials				Associacions - Regidoria de Comerç

# ANNEX 1

Epígrafs inclosos en les categories de producte

# A1. Epígrafs inclosos en les categories de producte

Codi	Categoria	Epígrafs
1	Alimentació	471 - Comerç al detall en establiments no especialitzats
		4711 - Comerç al detall, amb predomini de productes alimentaris, begudes i tabac en establiments no especialitzats
		472 - Comerç al detall de productes alimentaris, begudes i tabac en establiments especialitzats
		4721 - Comerç al detall de fruites i hortalisses en establiments especialitzats
		4722 - Comerç al detall de carn i productes carnis en establiments especialitzats
		4723 - Comerç al detall de peix i marisc en establiments especialitzats
		4724 - Comerç al detall de pa i productes de fleca, confiteria i pastisseria en establiments especialitzats
		4725 - Comerç al detall de begudes en establiments especialitzats
		4726 - Comerç al detall de productes de tabac en establiments especialitzats
		4729 - Comerç al detall d'altres tipus de productes alimentaris en establiments especialitzats
		5621 - Provisió de menjars preparats per a celebracions
		5629 - Altres serveis de menjars
2	Higiene, cosmètica i farmàcia	4773 - Comerç al detall de productes farmacèutics en establiments especialitzats
		4774 - Comerç al detall d'articles mèdics i ortopèdics en establiments especialitzats
		4775 - Comerç al detall de productes cosmètics i higiènic en establiments especialitzats
3	Equipament de la llar	4741 - Comerç al detall d'ordinadors, equips perifèrics i programes informàtics en establiments especialitzats
		4742 - Comerç al detall d'equips de telecomunicacions en establiments especialitzats
		4743 - Comerç al detall d'equips d'àudio i vídeo en establiments especialitzats
		4751 - Comerç al detall de tèxtils en establiments especialitzats
		4752 - Comerç al detall de ferreteria, pintures i vidre en establiments especialitzats
		4753 - Comerç al detall de catifes, moquetes i revestiments de parets i terres en establiments especialitzats
		4754 - Comerç al detall d'electrodomèstics en establiments especialitzats
		4759 - Comerç al detall de mobles, aparells d'il·luminació i d'altres articles d'ús domèstic en establiments especialitzats
		4776 - Comerç al detall de flors, plantes, llavors, fertilitzants, animals de companyia i aliments per a animals domèstics en establiments especialitzats
		4778 - Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats (portes)
		4789 - Comerç al detall d'altres productes en parades de venda i mercats ambulants
6203 - Gestió d'instal·lacions informàtiques		

# A1. Epígrafs inclosos en les categories de producte

Codi	Categoria	Epígrafs
4	Equipament de la persona	4771 - Comerç al detall de peces de vestir en establiments especialitzats
		4772 - Comerç al detall de calçat i articles de cuir en establiments especialitzats
		4777 - Comerç al detall d'articles de rellotgeria i joieria en establiments especialitzats
		4778 - Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats (bijuteria)
5	Automoció	4511 - Venda d'automòbils i vehicles de motor lleuger
		4532 - Comerç al detall de recanvis i accessoris de vehicles de motor
		4540 - Venda, manteniment i reparació de motocicletes, i dels seus recanvis i accessoris
		4730 - Comerç al detall de combustibles per a l'automoció en establiments especialitzats
6	Oci i cultura	4761 - Comerç al detall de llibres en establiments especialitzats
		4762 - Comerç al detall de periòdics i articles de papereria en establiments especialitzats
		4763 - Comerç al detall d'enregistrament de música i vídeo en establiments especialitzats
		4764 - Comerç al detall d'articles d'esport en establiments especialitzats
		4765 - Comerç al detall de jocs i joguines en establiments especialitzats
		4778 - Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats (pirotècnica, bicicletes, etc.)
7	Altres	4719 - Altres tipus de comerç al detall en establiments no especialitzats
		4778 - Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats
		4719 - Altres tipus de comerç al detall en establiments no especialitzats
		475 - Comerç al detall d'altres articles d'ús domèstic en establiments especialitzats
		4778 - Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats
		4782 - Comerç al detall de productes tèxtils, peces de vestir i calçat en parades de venda i mercats ambulants
		4779 - Comerç al detall d'articles de segona mà en establiments especialitzats
		4791 - Comerç al detall per correspondència i per Internet



## ANNEX 2

Resum de reunions amb representants  
d'associacions

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **1. ASSOCIACIÓ SABADELL COMERÇ CENTRE**

#### **OBJECTIUS DE L'ASSOCIACIÓ (segons web)**

- Defensar els interessos del sector comercial del centre de la ciutat.
- Millorar els aspectes urbanístics i d'accessibilitat al centre de Sabadell.
- Informar puntualment les empreses associades de les novetats legislatives.
- Representar el sector davant l'administració.
- Endegar iniciatives per la millora de la competitivitat tant del territori com de les empreses que hi operen.
- Oferir i/o millorar els serveis al client.
- Fomentar l'associacionisme de les empreses, tant el territorial com el sectorial.
- Contribuir a través de la nostra organització a la millora de la ciutat.
- Col·laborar i participar en els projectes de ciutat.
- Defensar el model comercial autòcton del centre de Sabadell.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **ACTIVITATS QUE DESENVOLUPA L'ASSOCIACIÓ**

- Posa èmfasi en la dinamització comercial. Línies d'actuació a nivell de:
  - Urbanisme: és “el cavall de batalla”. Amb tants canvis polítics s’han generat molts conflictes entre l’Ajuntament i el comerç
  - Gestió de l’espai (temes d’infraestructures, ....)
- S’ocupa també de la fiscalitat amb ordenances, creació de sinèrgies entre cultura i l’associació.
- S’ha perdut el sentiment d’identificació entre la població de Sabadell i el Centre, com eix “central”.
- Projecte amb l’Autònoma per fer un registre de visitants a la zona amb comptadors.
- Hi ha en curs un cens de locals oberts/tancats i fan un seguiment de l’oferta. Actualment 1400 amb establiments de restauració.
- Publicacions d’estudis: cada 6 mesos sobre diferents temes com oferta/demanda, fluxos de demanda, reconversió,...
- Accions de dinamització:
  - Campanya d’identitat del Centre “Sabadellencament
  - Campanya a Sabadell, no solament al centre
  - Campanya facebook i web. Es plantegen treballar seriosament en Instagram
  - Pressupost: 250.000€
- Formació.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **SOBRE L'ASSOCIACIÓ**

- Els operadors forans no s'integren a l'associació. Els operadors nous estan desarrelats de Sabadell.
- Van haver de canviar la modalitat de relació entre el comerciant i l'associació, oferint dues opcions de relació:
  - L'associat que paga quota i té avantatges per utilitzar i/o comprar productes/serveis
  - No associat que solament compra els productes/serveis que interessa, com per exemple, la "nit de compres"
- Els serveis no funcionen amb l'associat. És millor treballar a partir d'actuacions de dinamització concretes.

### **SOBRE EL CENTRE**

- No és el punt de referència del comerç per als ciutadans. S'ha perdut el sentiment d'identificació entre la població i la zona Centre.
- Mobilitat: les obres "constants" ocasionen problemes greus de mobilitat. Això ha afectat negativament el desenvolupament econòmic comercial. Amb les obres del metro, per exemple, s'han tancat molts establiments.
- La demanda ha baixat molt, especialment respecte al 2014.
- El comerç al centre és a l'Unitat de Cures Intensives.
- Podria millorar si es fan coses com s'han de fer però no hi ha confiança. Per recuperar el Centre, s'ha de recuperar els valors urbans i els valors físics.
- Locals buits a la zona: 1.319 (abril de 2017)
  - 269 a l'Eix central
  - 291 a la zona peatonal
  - 135 a altres eixos
  - 624 a "Altres"
- Entre 2016 i 2017 els locals buits o tancats oscilen entre el 15% i el 20% dels total de locals.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### POLÍTICA MUNICIPAL

- L'Associació sap abans que l'Àrea de comerç les propostes i temes vius que hi ha en l'àmbit de l'urbanisme de la ciutat.
- Mantenen reunions de treball amb la Policia, Mobilitat i Urbanisme.
- Hi ha projectes pendents a l'Eix Macià, a Sant Pau de Riu Sec (on és l'Ikea) on dels 200.000 m2, 70.000 executats. Ningú sap què es farà amb la resta. Se sap que serà d'ús urbà comercial.
- Pendent un projecte urbanístic de Can Gambús aprop de l'autopista (tram urbà i són 50.000 m2 més; previst que a la façana de l'autopista hi hauran baixos comercials.
- Es desenvoluparà la Zona Hermètica. Sembla que hi haurà canvis d'ús.
- No existeix un model comercial de ciutat, tot depèn del moment i dels polítics (va passar amb IKEA, passarà amb Art Tèxtil, amb Hermètica, l'Estació, ...).
- Fa 30 ans que es fan obres a la zona, fet que produeix una incertesa constant.
- Està previst una altre aparcament amb 250 places. L'idea és unificar la gestió amb l'altre aparcament que té aproximadament 300 places. Amb això, s'arreglaria el tema de sortides de l'aparcament que actualment és un problema.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### PROPOSTES

- Ajuts per a la revitalització del centre, un pla per a recuperar-lo.
- Regular l'ús de l'espai públic.
- Canviar ordenances, per exemple d'ocupació de la via pública.
- Reforçar la Rambla.
- Oferta transversal.
- Més integració i millor qualitat.
- El model de mobilitat va en la línia adequada, però hi ha grans dubtes a l'hora d'aplicar-lo.
- No hi ha un model de centre, caldria abordar aquest tema.
- Cal un pla de mobilitat pacificació, millores de façanes, millora dels carrers adjacents. Es treu el cotxe, per crear espais de qualitat.
- Es pensa més en els residents que en els visitants, i això caldria compatibilitzar-ho.
- Gestió de creixement de la demanda ( zones blaves, peatonalització, regulació aparcaments, senyalització).
- Creació de l'Oficina del Centre, al marge de les conjuntures polítiques, amb les següents funcions:
  - Fer revisió estratègica constantment i corregir l'estratègia
  - Viure la realitat
  - Gestionar el centre com espai de promoció i dinamització
  - Mobilitat
  - Gestió i coordinació d'operadors del centre
- Importància dels horaris escolars, de feina, etc... per a l'activitat comercial.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **2. ASSOCIACIÓ DE COMERÇ DE L'EIXAMPLE**

- És una zona de continuïtat de la rambla, és una zona de pas.
- Comerç de tota la vida.
- Hi ha de tot: alimentació, sabates, roba, joguines, restauració, ...
- Els socis paguen una quota de 10 euros al mes.
- Pressupost són les quotes + subvenció → aprox. 8.000 euros al 2016.
- Socis: uns 60, el 80% és estable i són comerços purs, la resta són comerciants orientals.
- No tenen dinamitzador.
- Tenen un Caprabo, Dia, Mercadona, Sorli Discau.
- Les activitats que realitzen són:
  - II·luminació de Nadal
  - Ambaixador dels Reis
  - Caga Tió
  - Sant Jordi: concurs per edats de poemes, prosa, dibuixos, ... □ premi val descompte 25 euros guanyador + regal participants
  - Contacontes
  - Juny vinil entrada als comerços: premi 500 euros per comprar als comerços de la associació
  - Festa del barri amb l'associació de veïns
  - Fira del Sport
  - Festa de la cervesa al Set / octubre, és una idea
  - Food Track, un projecte
  - Campanya Sabadell regala un cotxe, que no va funcionar

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### 2. ASSOCIACIÓ DE COMERÇ DE L'EIXAMPLE

- El futur:

Relativament optimistes (però mai seran una Rambla)  
Població de renda mitjana  
Població estable  
El territori ha canviat amb la crisi, han fet un pas enrere  
L'alimentació funciona  
Les botigues de roba es canvien al centre  
Joguines: dues botigues importants (poden ser motor)  
El futur serà estable  
Són i seran classe mitjana-mitjana  
Hi ha barreja d'edats (joves i sèniors)  
E-commerce no serà una amenaça

- No s'han entès amb l'Associació de Sabadell Comerç Centre.

- A l'Ajuntament li demanarien:

Seguretat (Okupes)  
Il·luminació nocturna  
Poda arbres  
Seguretat viària / passos zebra / ....  
Zona blava / pàrquing subterrani / zona verda / zona rellotge  
Pacificació viària: reducció trànsit (només bus), horari limitat de circulació, ...



## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **3. AGRUPACIÓ DE COMERCIANTS DE LA VIA MASSAGUÉ**

- És la primera associació de comerciants que es va constituir a Sabadell. Neix als 80s. Va patir una aturada i s'ha recuperat fa 3 anys.
- Afecta uns 40 comerços. En el que va de segle han desaparegut uns 20 comerços de la zona.
- No té dinamitzador.
- La junta són 5-6 però només en treballen dos.
- Els socis aporten diners puntualment per a cada activitat, per exemple Jazz (30 euros).
- No hi ha cultura de comerciant.
- Les activitats que realitzen són:
  - Il·luminació de Nadal (l'ajuntament ajuda)
  - Jazz Festa Major
  - Tallers per a nens
  - Botiga al carrer
- Hi ha locals buits per diferents motius:
  - Eix Macià
  - Mercat Central (bloqueig del trànsit)
  - Peatonalització carrer de Gràcia
  - Obres
  - Voreres estretes
  - Tancament de Correus
  - Els bars no poden posar taules al carrer
  - Jubilacions
  - Locals petits

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **3. AGRUPACIÓ DE COMERCIANTS DE LA VIA MASSAGUÉ**

- El cordó umbilical comercial de Sabadell s'ha trencat, almenys a Via Massagué.
- Manca comerç de proximitat.
- Problemes de mobilitat:
  - Projecte pàrquing
  - Cal vianalitzar el carrer (no bus o reducció, no cotxes en certs horaris, ...)
- Els nous locals l'ocupen els xinesos.
- L'associació no té:
  - Web
  - dinamitzador
  - Logo (caldría revisar el que tenen)
  - pressupost específic
- Molt poques actuacions.
- No connecten amb el barri.
- No hi ha associació de veïns.
- No s'han entès amb l'associació de Sabadell Comerç Centre

FA FALTA UN PROJECTE PROVOCADOR / IL·LUSIONANT PER ALS COMERCIALS I PER AL BARRI.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **4. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE CA N'ORIAN**

- L'associació té 80 associats.
- El cens d'establiments és de:
  - Al districte -> 300 establiments
  - A la zona comercial -> 200 establiments
- La quota dels associats són de:
  - Els de l'Av. Matadepera és de 33,10 euros / mes
  - Els dels carrers adjacents de 16,50 euros / mes
  - Els socis nous 16,50 euros / mes en el primer període
  - Els establiments que volen participar en la "Nit de compres" paguen el 50% durant sis mesos (després es donen de baixa)
- Captar socis és molt difícil.
- El comerç de roba ha desaparegut.
- El pressupost de l'associació per a activitats és de 60.000 euros anuals.
- Dinamització
  - Tenen dinamitzador propi
  - Fonamentalment realitzen accions de "fidelització dels seus clients": concursos de pintura, nit de compres, campanyes de promocions, ...
  - És molt difícil atreure clients d'altres zones
  - El mateix dinamitzador diu que les campanyes són molt repetitives
  - Hi ha associats que tenen percepció que no es beneficien de les activitats de dinamització
  - Necessiten un o més espais per realitzar les seves activitats i que tots es beneficiïn d'elles

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### 4. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE CA N'ORIAN

- Els serveis que presta l'associació als associats són de:
  - informació
  - proveïdors
- Els dissabtes tots tenen obert.
- Manca implicació dels associats. Problemes per captar nous socis.
- L'associació creu que els falten locomotores comercials, però accepten que és molt difícil que se n'hi instal·lin a la seva zona comercial degut a la manca dimensió de negoci i a espais prou grans per a les seves necessitats.
- Problemes amb els establiments:
  - Molts comerciants orientals
  - Són els únics que s'arrisquen a implantar una botiga
  - Els comerciants que es jubilen es transformen en immobiliaris i demanen uns lloguers molt alts. Això provoca que hi hagin locals buits
  - Creuen que hi hauria d'haver un "pla d'usos comercials"
  - Els nous locals l'ocupen els orientals
  - Lloguers cars
  - Hi ha molts locals buits
- Reclamacions dels comerciants en relació amb els comerciants no desitjats:
  - Compliment de les normes
  - Inspecció
  - Horaris
  - Personal canviant

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **4. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE CA N'ORIAN**

#### - Problemes de mobilitat:

No és zona de passeig

Millorar l'accessibilitat a la zona

Manca senyalització de la zona comercial

- El pàrquing privat està ben ubicat, però la concessió administrativa que té li exigeix que tingui pàrquing de rotació (unes 100 places) i utilitza frens per dissuadir el seu ús, cobrament en efectiu, ... tampoc deixa posar publicitat dels comerciants al pàrquing i és difícil fer accions conjuntes en benefici dels comerciants. Incentiva el pupil·latge.
- S'hauria de regular més sobre guals, zones de càrrega i descàrrega, zones de pàrquing de rotació al carrer, ...
- Els treballadors de la banca, botigues, etc ... utilitzen el pàrquing de superfície de lliure accés (sense cobrament).
- Hi podrien haver zones blaves fraccionades entre les zones d'aparcament lliure per no perjudicar els residents.
- Cal vianalitzar carrers (no bus o reducció, no cotxes en certs horaris, ...), fins i tot dissabtes tancar el carrer al trànsit.
- El transport públic hauria de tenir suports per als comerciants:
  - Targeta bus de tarifa reduïda o invitació dels comerciants
  - El tren (nova parada)

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### 4. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE CA N'ORIAN

#### - Reclamacions:

Més seguretat (han vingut ciutadans d'altres barris i ètnies i creen una situació d'inseguretat)

Millorar la il·luminació

Vianalitzar carrers i / o tancar temporalment al trànsit de cotxes

El sistema de recollida d'escombraries genera mala olor i perjudica la imatge de la zona, a més de gravar les taxes dels comerciants

#### - Clients:

Propis del barri

S'estan fent vells

Poden venir de Castellar del Vallès, Matadepera, Terrassa, ....

Els joves del barri se'n van a viure a altres barris, encara que de vegades vénen a comprar al barri dels seus pares

- La relació amb l'associació de veïns és dolenta.

- Poca activació amb els mitjans per atreure clients.

- Es queixen molt de l'Ajuntament, el qual paga el 90% del cost de la il·luminació de Nadal.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **5. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE SOL I PADRÍS**

- S'experimenta una gran reducció de punts de venda de productes no quotidians. Actualment només hi ha:

Roba / tèxtil: 2 botigues

Ferreteria: 1

Perruqueries: 8-10

Clíniques dentals: 2

Tallers mecànics + concessionari SUBARU

Bars com sempre (han passat a mans d'immigrants)

...

- Hi ha un Caprabo i un Dia, pastisseries, carnisseries, peixateria, cansaladeria, ...
- Hi ha cert moviment d'obertura d'establiments.
- Els tancaments són principalment per jubilació, les botigues de sempre no tanquen.
- Hi ha locals buits.
- Els comerciants es queixen però hi ha una població que comprarà sempre aquí per bé que s'envelleix.
- Els clients van a comprar a tots el llocs, Caprabo, Dia, Mercadona, però també es va fora, a Baricentro, Alcampo, ...
- Roba i calçat es compra a Sabadell Centre.
- El comerç tanca els dissabtes a la tarda.
- L'associació té 76 socis i són una barreja de tots. Anteriorment havien arribat a 100 socis.
- La quota són 15 euros al trimestre.
- Els nous comerciants (immigrants) no es mobilitzen per res, viuen al marge de l'associació.

## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **5. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE SOL I PADRÍS**

- Les activitats que realitza l'associació són:

Festes del barri

Xocolatada

Sardinada

Fira medieval

Fideuà

Migas

Cavalcada de Reis

Sant Jordi

...

- A la pràctica l'associació és la dinamitzadora del barri en substitució de l'Associació de Veïns.

- Pressupost:

Il·luminació de Nadal

Accions de dinamització (subvenció del 40%) de 9.000 euros

Recursos de l'Associació de Veïns (subvenció + 1500 euros)

Aproximadament uns 24.000 euros

Obtenen recursos de la publicitat del fullet de les Festes: ½ pàg 50 euros, ¼ pàg. 30 euros

- El futur de l'associació és continuista.

- El futur del comerç és molt dubtós, perquè hi ha una fuga creixent de compra.



## A2. Reunions amb les associacions de comerciants

### **6. ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DEL BARRI I MERCAT DE TORRE-ROMEU**

- El Mercat municipal pràcticament ha desaparegut (hi ha una sola parada), en mans del supermercat Condis.
- Associació:
  - Comerços 35
    - Alimentació 50% dels establiments
    - Supermercats: Condis, Dia, Coviran (orientals)
    - Roba / tèxtil 3
    - Sabates 1
  - Associats: en total 19 (inclou bars)
  - Als nous comerciants els costa associar-se
- Quota dels associats 5 euros al mes.
- El comerç es concentra al carrer Sau.
- Pressupost 6.000 euros anuals.
- Activitats:
  - Sorteig de 25 euros per comprar al barri
  - Llums Nadal (l'ajuntament paga el 80%)
  - Concurs de mascotes
- Clientela d'edat, molts immigrants.
- Amb l'associació de veïns fan una paella durant la festa major.
- El comerç ha disminuït, la gent compra fora del barri, va sobreviuint.
- Comerç de proximitat.
- La relació amb l'Ajuntament és bona (poca subvenció només el 40% del que es gasten).