Centre de Promoció Econòmica

Ajuntament del Prat de Llobregat

PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DEL PRAT DE LLOBREGAT 2019-2025

Informe final

Institut Cerdà

Diputació Barcelona

Octubre de 2018

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

1. Objectiu i fases del projecte

Objectius de l'estudi

En base a **l'estructura de comerç local actual** del Prat de Llobregat, els seus **reptes** i les **potencialitats** que ofereix l'entorn metropolità, elaborar un nou Pla Estratègic 2019-2025 on es defineixi:

- **el model comercial i**
- **les línies estratègiques a seguir** els propers anys per adequar-s'hi.

Fases del projecte

1 Anàlisi de la situació actual i projecció futura del comerç local al Prat de Llobregat

- Oferta comercial
- Demanda
- El municipi
- Context territorial, urbanístic i normatiu

2 Diagnòstic Estratègic

- Diagnòstic intern: fortaleses i debilitats
- Diagnòstic extern: amenaces i oportunitats

3 Definició del Model Comercial 2025

- Espai Comercial
- Públic Objectiu
- Formats comercials
- Mix comercial
- Equipaments comercials singulars i locomotora
- Gestors del canvi

4 Estratègia 2019-2025

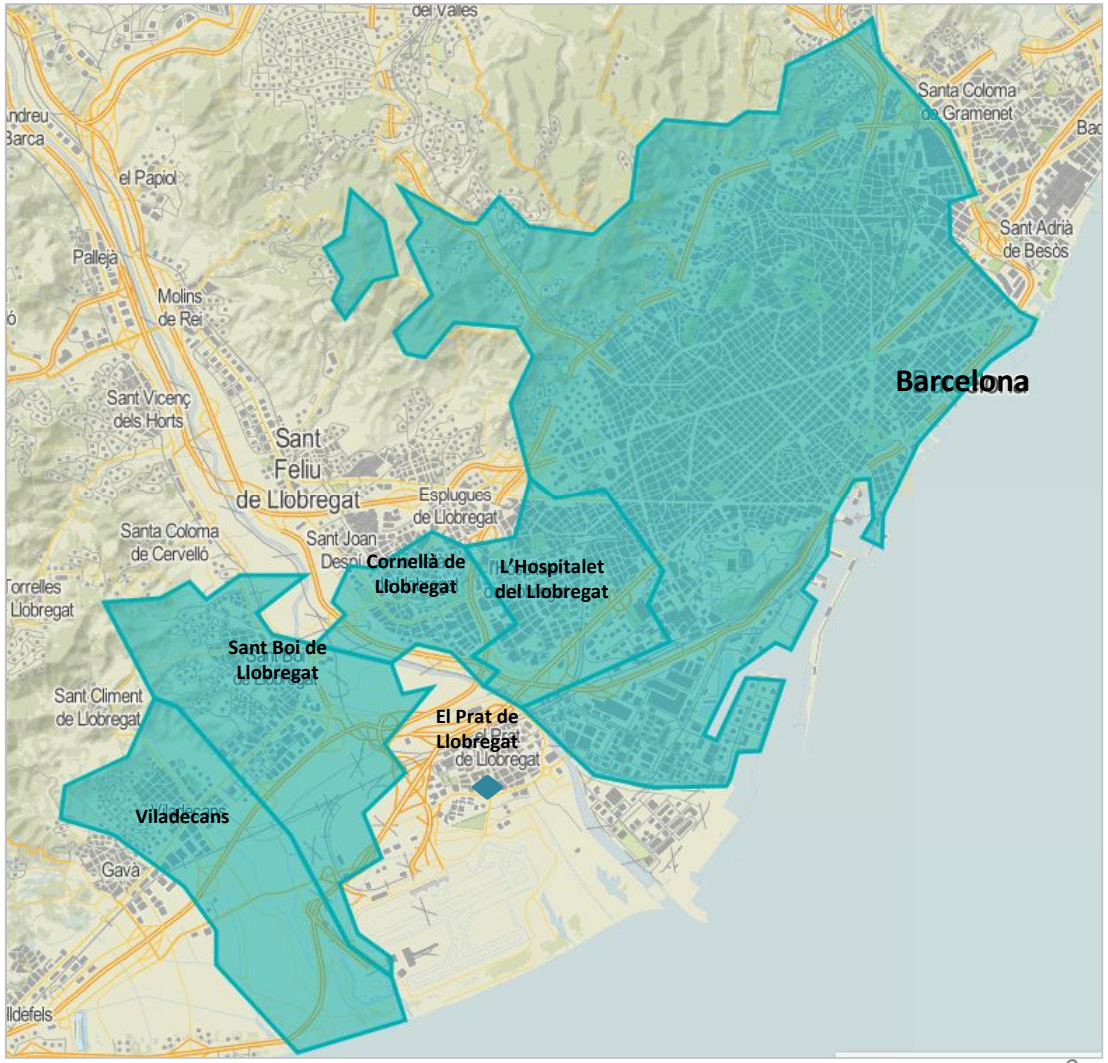
- Objectius estratègics
- Mesures
- Línies d'acció
- Calendari
- Indicadors de seguiment

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
   1. Delimitació geogràfica
   2. Entorn demogràfic
   3. Entorn econòmic
   4. Identificació dels trets diferencials
   5. Eixos comercials i mercats
   6. Elements urbanístics
   7. Identificació dels actors en l'àmbit del comerç
   8. Marc legal
   9. Iniciatives en curs
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

SUPERFÍCIE

- El **Prat de Llobregat** té una superfície de 32,23 Km^2.
- El municipi se situa **dins el Delta del Llobregat** i llinda, amb el propi riu Llobregat, l'estany del Remolar i el front marítim que s'estén al llarg de 8 km.
- Els municipis veïns són:
    - **Barcelona** (Zona Franca),
    - **l'Hospitalet de Llobregat,**
    - **Cornellà de Llobregat**,
    - **Sant Boi de Llobregat** i
    - **Viladecans**.
- El municipi compta amb grans infraestructures col·lectives:
    - **Aeroport Barcelona-el Prat,**
    - **metro L9** i
    - **ZAL**



Font: elaboració pròpia.

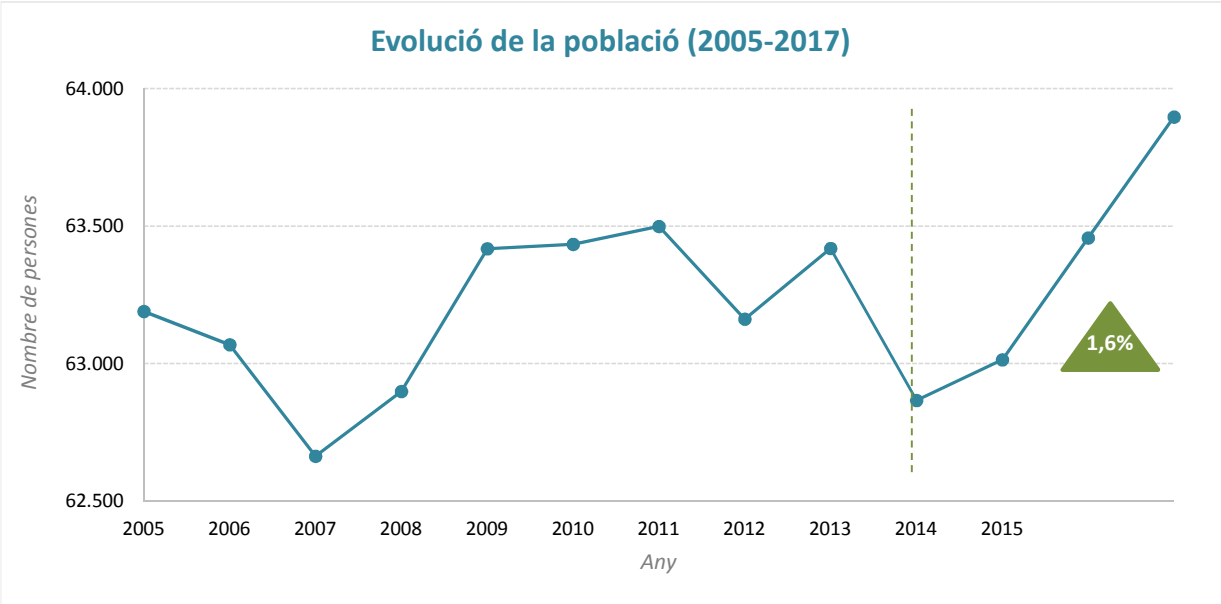
POBLACIÓ

- El nombre d'habitants del Prat de Llobregat, l'any 2017 era de 63.897.
- Al llarg de la darrera dècada **el volum de població del municipi s'ha mantingut estable**, oscil·lant enter els 62.000 i els 64.000 habitants.
- Des del 2014 s'observa una lleugera **tendència de creixement**.

- Cal destacar el **percentatge de població estrangera que acull el municipi**. Al 2017 un 7,56% dels habitants del Prat de Llobregat són immigrants.

  No obstant, aquesta dada s'ha reduït respecte 2010, any en que el volum de nouvinguts es va situar en xifres màximes, un 9,8%.

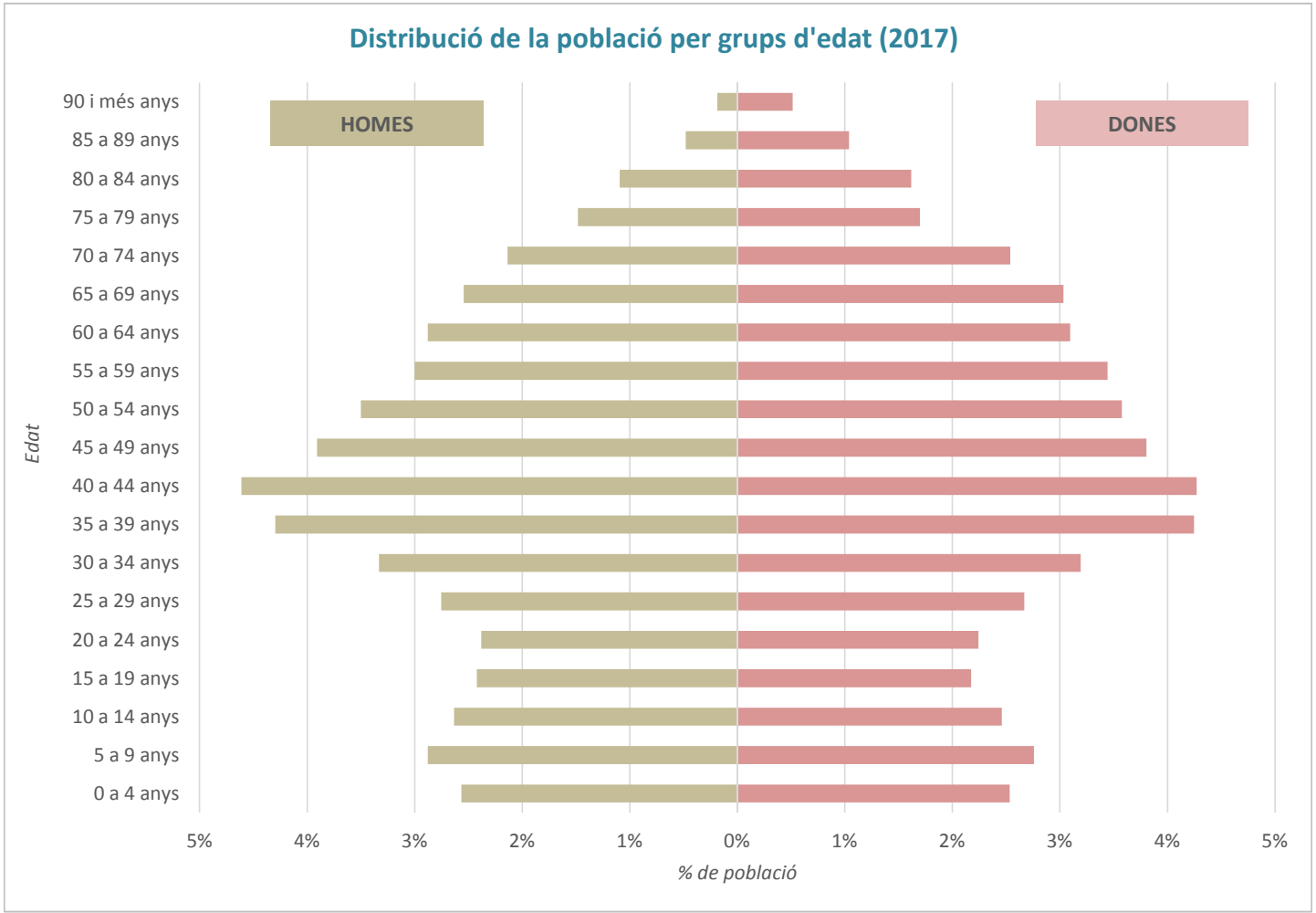
  En aquesta línia, el **saldo migratori** es situava al 2016 en l'1,25. És a dir, la relació entre el nombre de persones immigrades és superior a la de persones emigrades.



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

PIRÀMIDE DEMOGRÀFICA

- L'estructura de gènere de la població al 2017 és del **50,9% de dones i del 49,1% d'homes**, amb el detall per segments d'edat que es pot observar a la piràmide.
- El col·lectiu **de 0 a 20 anys representa el 20,4%** de la població, mentre que els **majors de 65 anys equivalen al 18,3%. El 61,2% restant es concentra en la franja d'entre els 20 i els 64 anys**.



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Ajuntament del Prat de Llobregat.

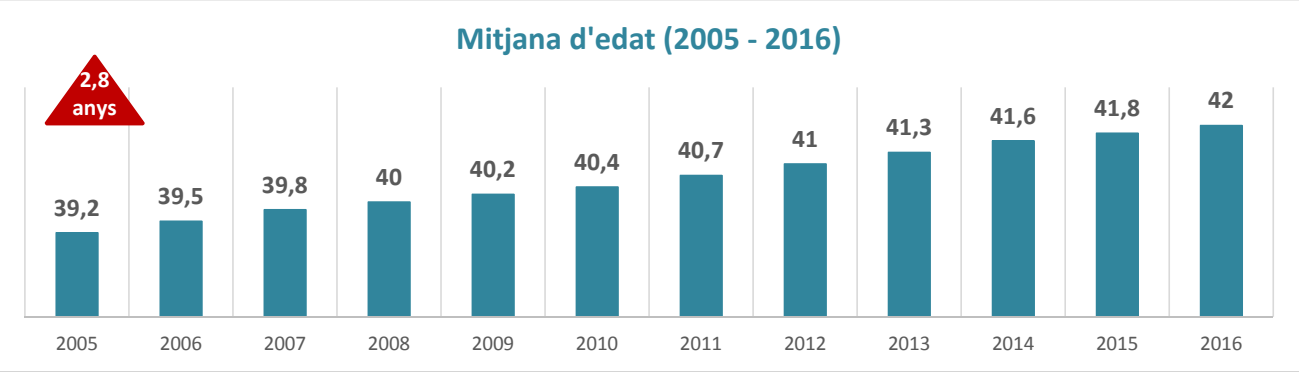
ENVELLIMENT DE LA POBLACIÓ

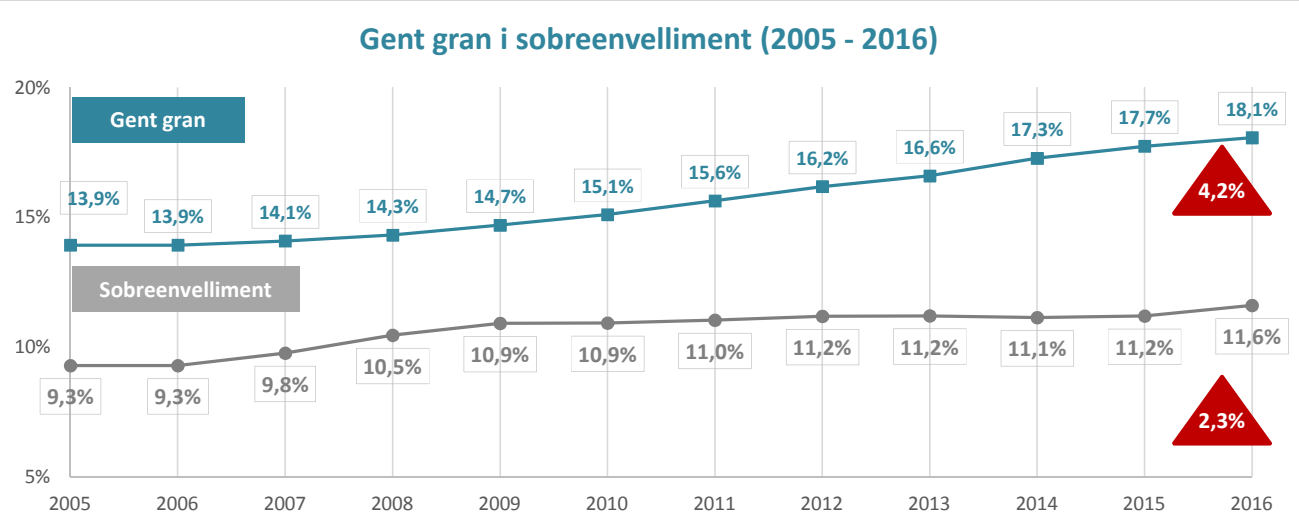
- L'evolució de les dades fa palès **l'envelliment de la població**:

  - La mitjana d'edat al 2016 es situava al voltant dels 42 anys. **La població del Prat de Llobregat ha envellit** respecte 2005, en que la mitjana era de 39,2 anys.

  - El percentatge de **gent gran** amb més de 64 anys **ha crescut**. Al 2016 era de 18%, mentre que al 2005 era del 13,4%.

  - Pel que fa al **sobreenvelliment**, la població de més de 85 anys respecte a la població de més de 65 anys, **s'ha incrementat**. Al 2005 era d'un 9,2% i al 2016 es situava al voltant del 11,6%.





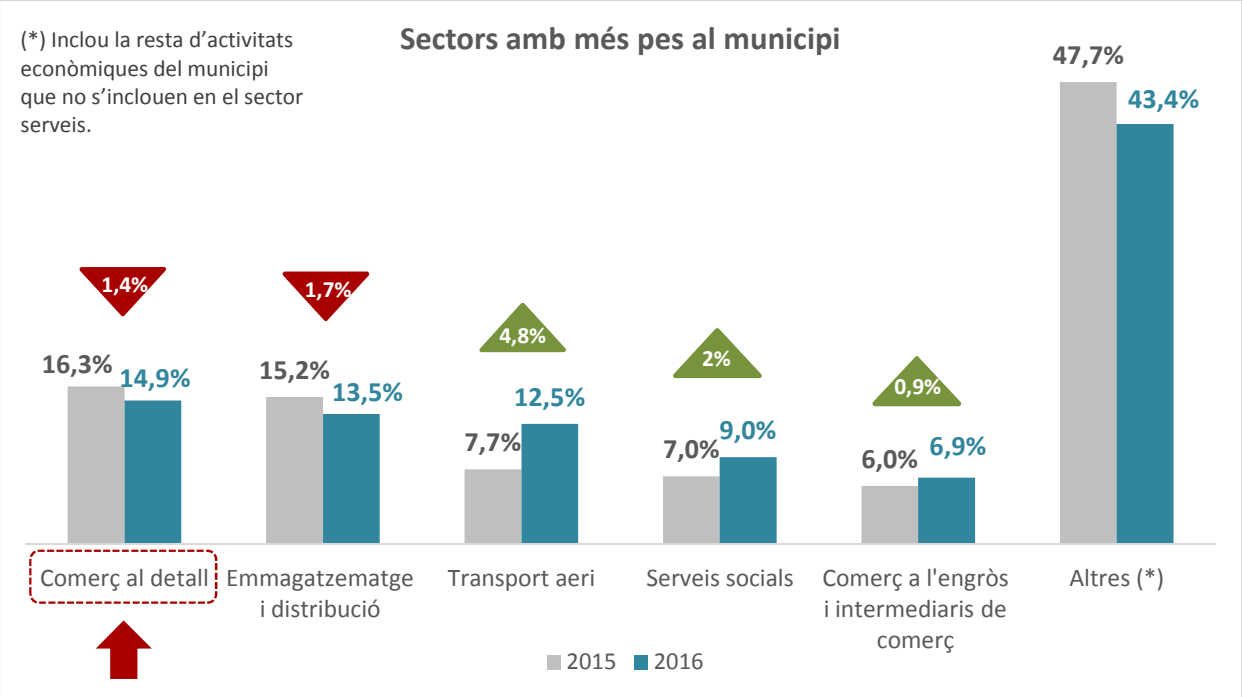
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

ACTIVITATS ECONÒMIQUES PRIORITÀRIES

- **L'ocupació al Prat de Llobregat** és focalitza principalment en **5 sectors**:
  - comerç a l'engròs,
  - comerç al detall,
  - emmagatzematge i distribució,
  - transport aeri, i
  - serveis socials.

- El **comerç al detall** destaca al 2016 com a **principal activitat econòmica generadora d'ocupació del sector serveis en el municipi**, seguida de les activitats d'emmagatzematge i distribució i de les activitats que envolten el sector aeri.

- No obstant això, i respecte de 2015, tant el comerç al detall com les activitats d'emmagatzematge i distribució han patit una lleugera davallada en favor del transport aeri i dels serveis socials.

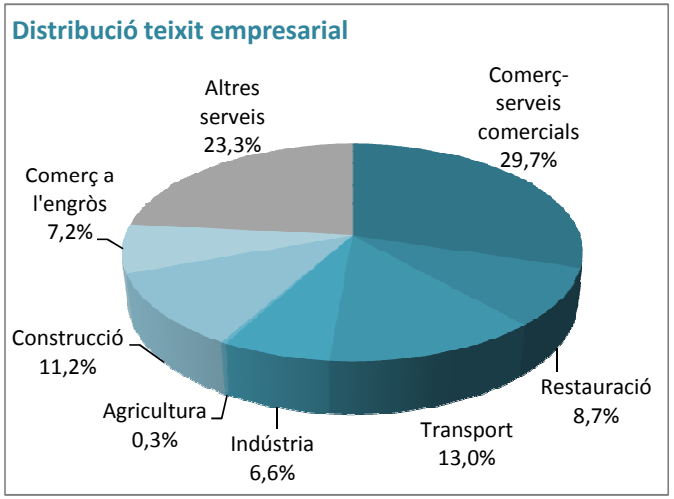


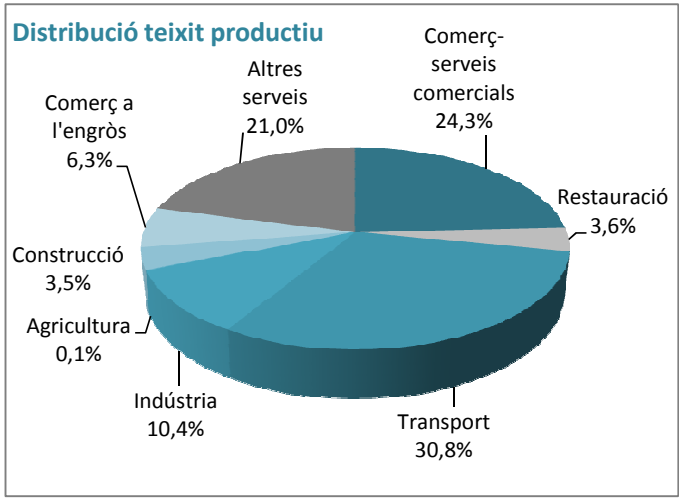
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

El comerç i la restauració són sectors estratègics dins la nostra ciutat, atesa la seva importància com a generadors de riquesa i d'ocupació, com a configuradors de l'espai públic urbà i pel seu paper com a elements cohesionadors de la societat.

DADES DEL SECTOR DEL COMERÇ, SERVEIS COMERCIALS I RESTAURACIÓ. DADES 2017*

- El comerç i la restauració aporten, aproximadament, el 35,2% al PIB de la ciutat: el comerç el 30,9% i la restauració el 4,3%.
- Aquest sectors representen el 38,4% del teixit empresarial del Prat de Llobregat: el 29,7% correspon al sector comercial i el 8,7% a la restauració.
- Pel que fa a l'ocupació, generen el 27,9% dels llocs de treball, amb un creixement acumulat des de l'any 2014 del 12,8%.



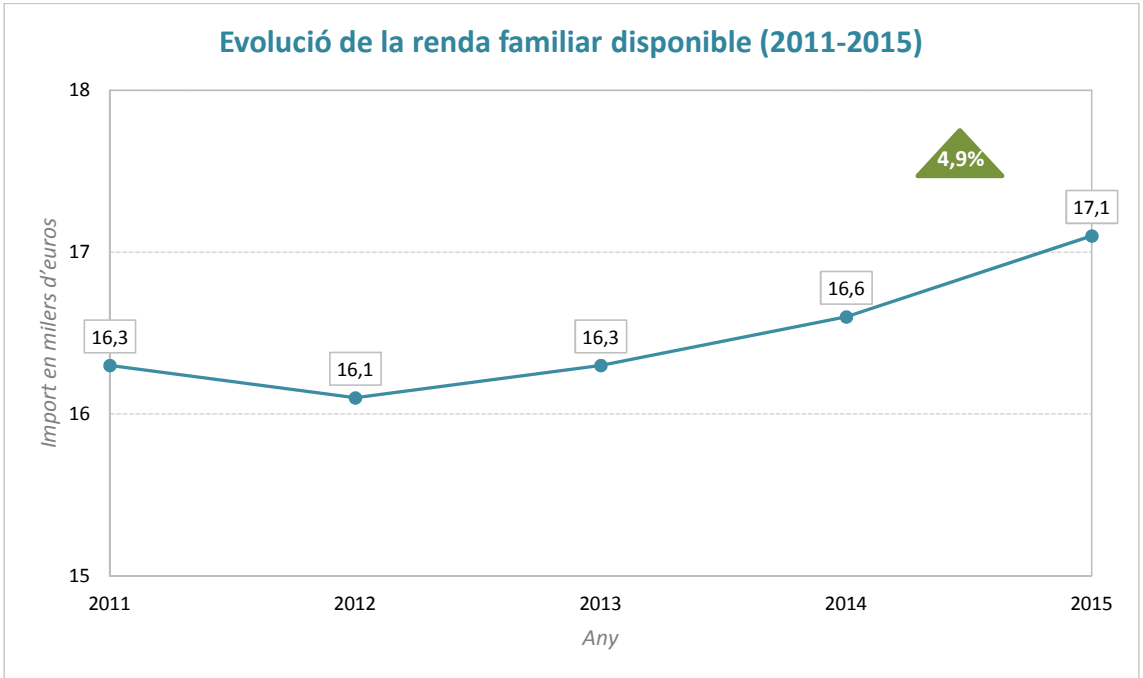


Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori de treball de la Generalitat i Camerdata

* *Les dades del PIB són del darrer any disponible (2015)*

RENDA FAMILIAR DISPONIBLE

- La **renda familiar disponible** dels residents del Prat de Llobregat es situava **al 2015***(*)***, en els 17.100€ per càpita**. A l'any 2011 aquesta xifra es situava en 16.300 € per persona.
- Els **ingressos de que disposen els pratencs per destinar a consum o estalvi s'han incrementat** en un 5% en els darrers anys.
- El **patró de tendència és positiu**, no obstant això l'any 2012 la disponibilitat de renda per a les famílies va patir una lleugera davallada se'n va ressentir i va patir una davallada de l'1,2% aproximadament.
- Després d'això s'ha consolidat un període de constància en les dades i la renda disponible de les famílies ha experimentat un **augment del 6,2%** fins al 2015**.**

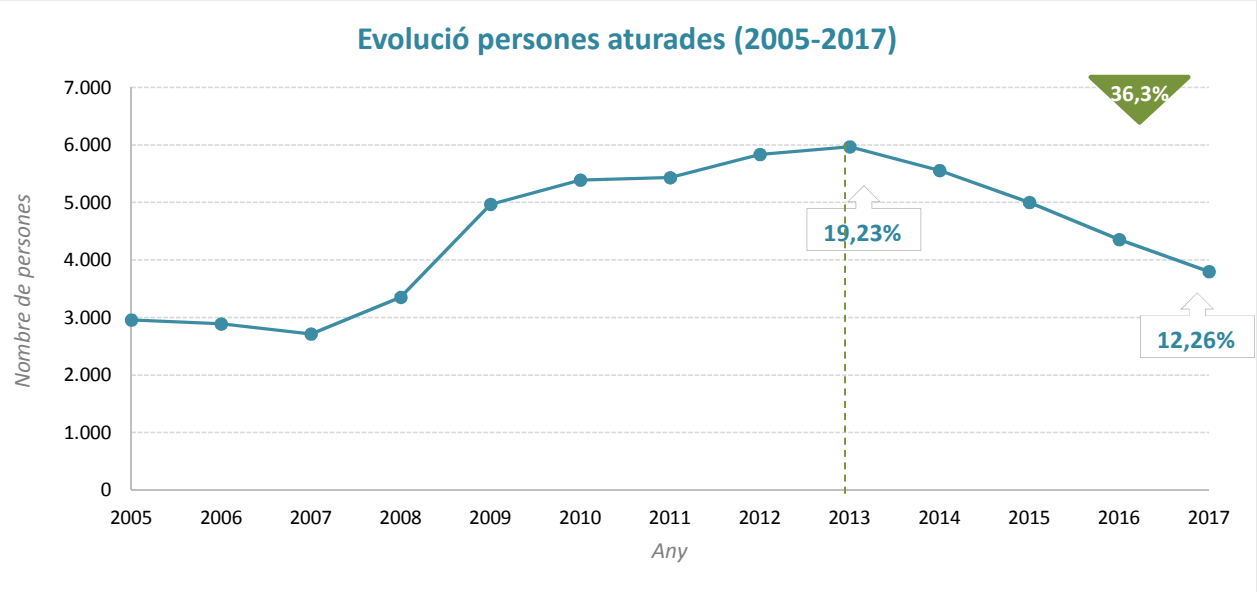


Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

(*) Els registres oficials d'IDESCAT `proporcionen dades fins a 2015.

TAXA D'ATUR

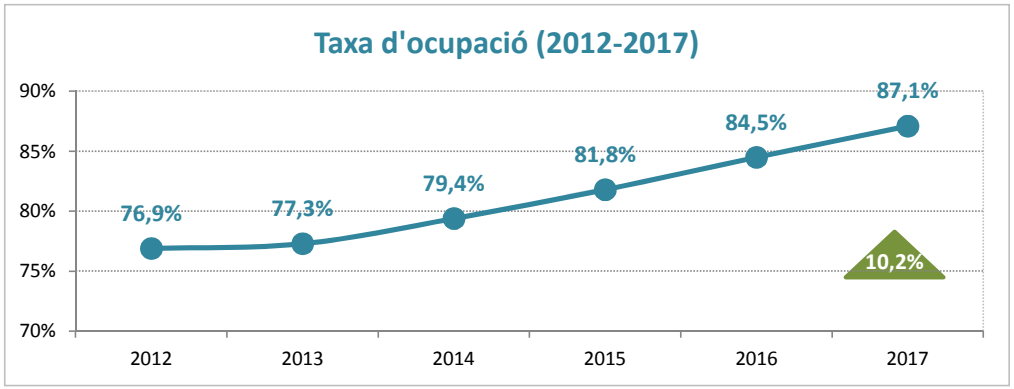
- Pel que fa a **la taxa d'atur, s'ha recuperat en els darrers anys**.
- Al 2017 es registra un índex de 12,26%, gairebé 7 punts percentuals per sota enfront el 19,23% registrat al 2013, any en que l'atur al municipi va tocar màxims.
- En referència al **nombre d'aturats**, des del pic més alt registrat, al 2013, fins a l'actualitat, s'ha **reduït fins a un 36,3%.**



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de la Diputació de Barcelona.

TAXA D'OCUPACIÓ

- En contraposició, però seguint la mateixa tendència, la **taxa d'ocupació**, s'ha vist **incrementada des de 2012 i fins al 2017 en 10 punts percentuals**, ha passat del 76,9% al 87,1%.



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de la Diputació de Barcelona.

- El Prat de Llobregat compta amb trets que el caracteritzen i el diferencien respecte d'altres municipis veïns.
- Aquests **elements que formen part de l'entorn, el patrimoni, la cultura i la gastronomia del municipi esdevenen atractius singulars** promocionats des de l'Ajuntament com a dinamitzadors de l'activitat del municipi, tant turística (estrangera o de proximitat) com dels propis residents del Prat.

ACTIVITATS I EXPERIÈNCIES	ENTORN I ESPAIS	CULTURA I PATRIMONI	GASTRONOMIA
⇨ Proposta d'itineraris	⇨ Miradors i espais naturals	⇨ Nucli urbà	⇨ La carxofa del Prat
⇨ Visites guiades	⇨ La Platja	⇨ Arquitectura	⇨ Pollastre Pota blava
⇨ Oferta esportiva		⇨ Arts	
		⇨ Cultura popular	
		⇨ Agenda gastronòmica	

- Tot seguit s'exposen en major grau de detall les particularitats d'aquests elements diferencials del municipi i que, d'altra banda es consideren susceptibles de generar sinèrgies en l'activitat comercial.

ACTIVITATS I EXPERIÈNCIES: PROPOSTA D'ITINERARIS

Un matí al Delta

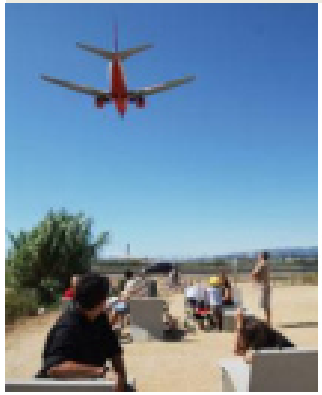
- **La ruta dels Carrabiners**
  - Del Prat Carrabiners a Semàfor
- **El camí de la platja**
  - El Prat: de la vila a la platja
- **El cor del Delta**
  - Del Prat als espais naturals del riu
- **Un tomb pel camp**
  - Del Prat al Parc Agrari
- **En bici fins a la platja del Prat**
  - De Cornellà – Sant Boi a la platja del Prat
- **Una passejada pel litoral del Prat**
  - De la platja del Prat al Remolar-Filipines

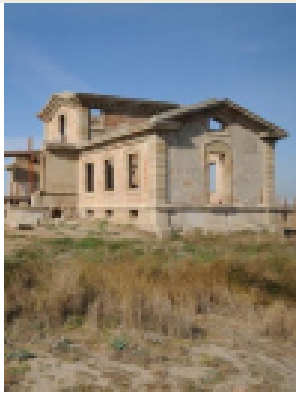
Un dia al Delta

- **Aigua dolça, aigua salada**
  - Del riu a la platja del Prat
- **Del camp al mar**
  - De can Comas a Carrabiners
- **El Prat: la platja i la vila**
  - De la vila a la platja del Prat
- **Del cor del Delta al cor de la vila**
  - Els espais naturals i la vila del Prat
- **Animals marins i ocells al Delta**
  - El CRAM i el Remolar
- **Del mar al cel**
  - La platja i els miradors d'avions

Un cap de setmana al Delta

- **Un cap de setmana en família al Delta**
  - Passeig pel camp, litoral, espais naturals, mirador d'avions, Mercat de Pagès, ruta eixos comercials, visita als establiments singulars del Prat.
- **Un cap de setmana natural al Delta**
  - Espais naturals del rius Cal-Tet i Remolar-Filipines, la Bunyola, miradors, Caserna dels Carrabiners, passeig en bici fins a la platja, CRAM, centre de vela, observatori d'ocells.





ACTIVITATS I EXPERIÈNCIES: VISITES GUIADES

Eat&Walk

- Passejada pels **Espais Naturals del Riu**, on a banda d'aprendre sobre el territori s'ofereix la possibilitat de degustar-ne la gastronomia local.

Eat&Parc

- Visita al **Parc Agrari del Baix Llobregat** com a zona agrícola d'interès estratègic en l'àmbit urbà i com a entorn proveïdor de productes de proximitat i qualitat.
- Visita al **Mercat de Pagès** per poder comprar producte de km 0.

Eat&Ride

- Excursió en bicicleta pels voltants dels **Espais Naturals del Riu, la platja, els edificis d'interès històric i els miradors** amb la opció de de degustar el **pollastre Pota Blava i la Carxofa del Prat**.

ACTIVITATS I EXPERIÈNCIES: OFERTA ESPORTIVA

Altres atractius que ofereix l'entorn del municipi són:

- Centre Municipal de Vela
- Pàdel Barcelona – El Prat
- Acadèmia de tennis Sánchez-Casal

ENTORN I ESPAIS: MIRADORS I ESPAIS NATURALS

El municipi està envoltat per, aproximadament, unes **90 hectàrees d'Espais Naturals**, incloent-hi diversos aiguamolls. Destaquen especialment les següents àrees:

- Mirador de Cal Lluquer
- Aguait de Cal Tet
- Aguait del Sabogal
- Mirador de Cal Malet
- Mirador de la desembocadura
- Mirador de la Bunyola
- Mirador de Cal Tet
- Mirador de Cal Baitas
- Mirador de Cal Bitxot
- Parc del Riu
- Pont de Nelson Mandela

ENTORN I ESPAIS: LA PLATJA

El Prat de Llobregat es caracteritza per la seva **extensa platja** que es divideix en 5 trams:

- Platja del Remolar, protegida.
- Platja de la Roberta, protegida.
- Platja de Can Camins
- Platja naturista.
- Platja de la Ricarda – Ca l'Arana, protegida.

En aquest entorn, en destaquen **espais considerats d'especial interès** com són:

- Caserna de Carrabiners
- El Semàfor
- La Pineda de Can Camins
- Mirador de l'Illa
- Mirador de la Platja
- Fundació CRAM

CULTURA I PATRIMONI: NUCLI URBÀ

El Prat de Llobregat compta dins el nucli urbà amb diversos **edificis històrics, parcs, equipaments culturals i propostes gastronòmiques** diverses que es promocionen com a reclam de la ciutat. En destaquen els següents:

- Teatre Modern – Futur Teatre Artesà
- Mercat Municipal
- La Capsa
- L'Artesà
- Cèntric Espai cultural
- Centre d'Art Torre Muntades
- Centre Cultural Torre Balcells
- Edifici de la Ricarda
- Parc Nou

CULTURA I PATRIMONI: ARQUITECTURA

El Prat de Llobregat compta amb un **catàleg de patrimoni arquitectònic** on s'hi ha identificat més de 60 elements rellevants. Tot seguit es destaquen aquells més representatius:

Arquitectura Pública o Semipública Urbana

- Ajuntament
- Centre l'Artesà
- Escola la Seda
- Mercat Municipal
- Teatre Modern
- Torre Balcells

Arquitectura Pública o Semipública Rural

- Telegrafia
- Casa del Mar

CULTURA I PATRIMONI: ARQUITECTURA

Arquitectura Residencial Rural

- Can Comas
- Torre de la Ricarda
- Casa Gomis

Arquitectura Industrial Urbana

- La Papelera Española

Ambients d'Interès Urbans

- Cases de la Seda

CULTURA I PATRIMONI: ARQUITECTURA

Ruïnes de Valor Arqueològic

- Caserna dels Carrabiners
- Semàfor

Elements d'Interès

- Mural Joan Miró
- Finestrals Gòtics de Can Peixo Vell

Arquitectura Industrial Rural

- Granja de la Ricarda

CULTURA I PATRIMONI: ARTS

ARTS ESCÈNIQUES I MÚSICA

El Prat de Llobregat té una agenda cultural molt activa. Actualment s'hi poden trobar al voltant de **20 activitats mensuals** d'entre les que destaquen: música i concerts, clubs i tallers de lectura, teatre i dansa.

Aquestes activitats es duen a terme en els diversos locals dels que disposa la ciutat:

- Teatre Modern
- Teatre Kaddish
- La Capsa
- Escola Municipal de Música – Centre Cultural Torre Balcells
- Centres Cívics (Jardins de la Pau, Sant Jordi – Ribera Baixa, ...)
- Biblioteca Antonio Martín
- Auditori
- El Pati de l'Artesà
- Centres Culturals

ARTS VISUALS I PLÀSTIQUES

En l'àmbit d'arts visuals i plàstiques, a dia d'avui hi ha al voltant de **10 activitats mensuals** programades**.** En destaquen:

- Projeccions, exposicions i jornades.
- Programa /UNZIP Arts Visuals al Prat.

CULTURA I PATRIMONI: CULTURA POPULAR

CARNAVAL

- Rua de Carnaval
- Concurs de truites i Truitada popular
- Set màscares per set pecats capitals
- Garrotins
- El gegant Galepis

ESTIU

- Festes dels barris (Jardins de la Pau, la Barceloneta, la Granja i les Cases de la Seda)
- Revetlla de Sant Joan
- Aplec de la Sardana
- Festival Flamenco
- Festival de la Poesia
- Cursos, tallers i casals

FESTA MAJOR

- Festa Major en honor a Sant Cosme i Sant Damià (25 de setembre)
  - Música, concerts i balls
  - Trobada de gegants
  - Piromusical
  - Castellers

NADAL

- Campanya de Nadal als comerços
- Pessebres
- Carters reials
- L'home dels nassos
- El tió
- Cavalcada reial

CULTURA I PATRIMONI: AGENDA GASTRONÒMICA

La proposta gastronòmica del Prat es basa en el **producte local**, la carxofa del Prat i el Pota Blava i esdevé un dels principals valors a l'alça del municipi. L'agenda gastronòmica és resultat de la feina feta entre els pagesos del Parc Agrari i els restauradors de la ciutat.

AGENDA

- **Març Gastronòmic**: menús especials amb pollastre Pota Blava i carxofa Prat arreu de la comarca.
- **Escarxofa&Jazz**: maridatge perfecte entre bona música i un arròs amb carxofes.
- **La Carxofada del Prat**: Gastronomia lligada a activitats pels més petits, música, ball, venda de producte fresc i molt més.
- **FiraTapa Carxofa Prat**
- **Mercat de Pagès**: directament del camp al plat
- **Quinto Tapa Pota Blava**: ruta gastronòmica
- **Fira Avícola Raça Prat**: espai amb productes de km 0, i una mostra de comerços i restauradors locals.

GASTRONOMIA: LA CARXOFA DEL PRAT

La carxofa és la verdura més emblemàtica del Prat i de la comarca. Té més de cent anys d'història i és el cultiu predominant al Delta, amb més de 500 hectàrees conreades al Baix Llobregat.

Trets diferencials:

- **Una terra rica en minerals**

El delta del Llobregat és un terreny al·luvial que ha anat acumulant material sedimentari durant molts anys i ha generat unes terres riques en minerals i de gran fertilitat que afavoreixen la bona qualitat de la carxofa.

- **Un microclima protector**

Les muntanyes (Collserola, Montbaix-Montpedrós i el Garraf) i l'acció marina reguladora de la temperatura, fan que tota l'àrea deltaica estigui protegida dels canvis bruscos de temperatura i evitant les gelades.

- **Del camp a la taula**

La major part de la producció de la Carxofa Prat es destina a Mercabarna, per al consum metropolità. La carxofa que s'ha collit al matí, al cap d'unes hores, està a la venda a les parades dels diferents Mercats Municipals.

Gastronomia: El Pota Blava

El Pota Blava és un dels productes emblemàtics del Prat de Llobregat i està reconegut pel segell d'Indicació Geogràfica Protegida. És una de les úniques races d'aus de corral que ha sobreviscut sense patir encreuaments amb altres estirps híbrides.

Trets diferencials:

- **Vistositat del seu plomatge**: d'un viu ros fosc que no arriba al rogenc, amb un to més pujat en el cas del gall, especialment a les plomes del coll i del dors, que són lluentes, com envernissades. La cua és d'un color verd fosc uniforme.
- **Blau pissarra de les potes i dels dits**, d'on prové el malnom pel qual són molt coneguts arreu.
- **Cresta és d'un vermell viu**, ben dentada, amb cinc o sis puntes.
- Destaquen també per la cara i les barballeres, el blanc de les orelletes, els ulls avellana rogenca i el bec fosc.

Particularitats de la criança

La cria del pollastre de raça Prat està perfectament regulada. Han de ser criats a l'aire lliure, en galliners que no poden superar els 8 animals per m^2 i amb una alimentació natural, amb pinsos sense greixos d'origen animal, que continguin un 65 % de cereals com a mínim, sense factors de creixement ni antioxidants artificials.

- En l'àmbit comercial, el Prat de Llobregat compta amb:

5 Eixos Comercials

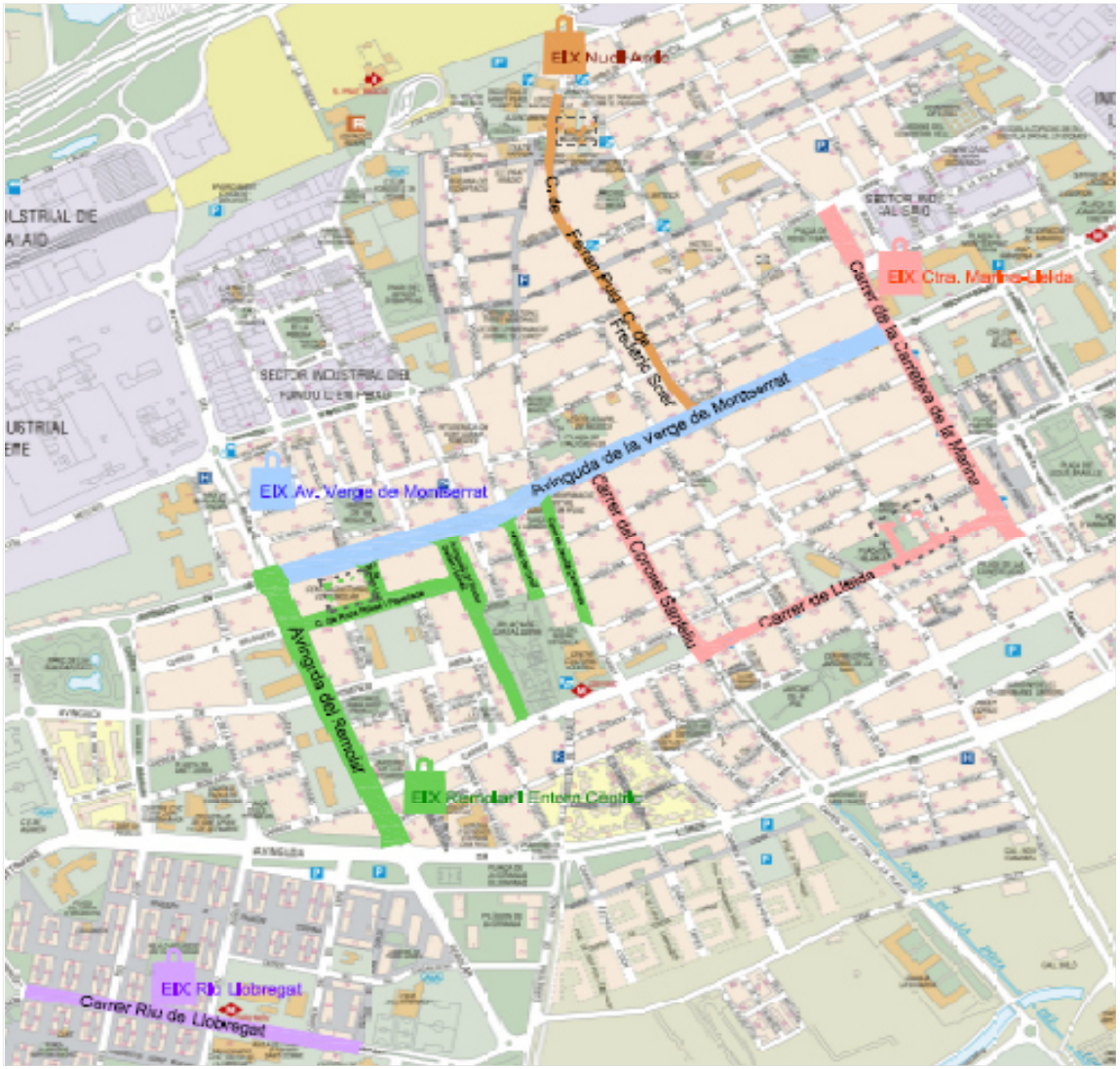
- Eix Verge de Montserrat.
- Eix Remolar i entorn Cèntric.
- Eix Carretera de la Marina-Lleida.
- Eix Nucli Antic.
- Eix Riu Llobregat.

3 Mercats sedentaris

- Mercat Municipal Plaça de la Vila
- Mercat del Remolar
- Mercat de la Plaça Blanes

3 Mercats itinerants

- Mercat de Pagès
- Mercat setmanal del dijous
- Mercat de segona mà



- L'ordenació urbanística del municipi esdevé un element clau per al comerç en tant que, els elements urbanístics condicionen de forma directa o indirecte l'activitat comercial. Qualsevol actuació en aquest àmbit és susceptible d'impactar, positiva o negativament, als comerciants de la zona, de manera que cal minimitzar les incidències i maximitzar les potencialitats existents.
- De les reunions mantingudes amb l'Àrea d'Urbanisme de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, se'n desprenen els projectes urbanístics que han tingut lloc al Prat del Llobregat i que han impactat en el teixit comercial del municipi, per tal de millorar els accessos als vianants i unificar el teixit urbà:
  - ⇨ **Remodelació de la Plaça Catalunya.**
  - ⇨ **Remodelació de la Plaça Blanes.**
  - ⇨ **Remodelació de la Plaça Salvat-Papasseit.**
- Actualment, els principals **reptes urbanístics** que afronta el municipi, i que afecten de forma directa a l'activitat comercial són:
  - ⇨ **Remodelació de l'avinguda Verge de Montserrat.**

    Afectació directa i a curt termini sobre l'activitat comercial de l'Eix.
  - ⇨ **Urbanització de l'Eixample Sud.**

    Creació de nou sostre comercial, potencial per al creixement del nombre d'establiments a mig/llarg termini.

La característica comú a nivell urbanístic i en qualsevol dels projectes que s'han dut i que s'estan duent a terme al Prat del Llobregat és l'aposta per un model concret:

Model de ciutat de grans illes

- Garanteix la **mobilitat del transport públic i privat** entre les illes.
- Una vegada dins d'aquestes illes, la malla de carrers existent **prioritza el vianant en detriment de la circulació de vehicles**.

Altres projectes vigents

- Condicionament de l'estació de tren per l'arribada dels **trens d'alta velocitat i baix cost EVA**.
- **Millora de la riba del riu Llobregat** per fomentar la pràctica de l'esport (ciclisme i *running*).
- Sector **Seda Paperera** (Prat Nord).

- Els elements urbanístics dels plans en curs que condicionen el comerç al Prat de Llobregat són els següents:

Tipologia de carrers
Conversió de carrers en zones de vianants, ampliació i homogeneïtzació de les voreres i la seva continuïtat.

Vies i accessibilitat
Eixamplament de carrers i modificació del sentit de la circulació per facilitar l'accés del transport públic i la càrrega i descàrrega de camions, furgonetes, etc.

Transports
Noves parades de metro i autobús.

Zones d'aparcament públic i privat
Increment del nombre de places d'aparcament de rotació.

Millora de les plantacions i la sostenibilitat en els parcs, jardins i zones verdes

Millora de l'enllumenat públic

Recuperació d'equipaments espina i punts d'interès ciutadà
Remodelació de l'escola de Música, inauguració del Patí de l'Artesà, reobertura del Teatre, recuperació d'un antic edifici industrial com a Centre Cívic Palmira Domenech, etc.

Altres elements de millora del paisatge urbà
Remodelació del mobiliari urbà, nova senyalització informativa, etc.

Desenvolupament urbanístic
Desenvolupament urbanístic ARE (Area Residencial Estratègica) Eixample Sud, sectors Seda-Paperera i futur Prat Nord

L'**objectiu** de les reformes urbanístiques que es duen a terme al Prat de Llobregat és **augmentar el confort i la fluïdesa dels vianants.**

Oportunitats per als comerciants

Font: elaboració pròpia amb dades de l'Ajuntament del Prat de Llobregat.

A nivell urbanístic es concep el **'centre del municipi'** com el **conjunt de tots els eixos comercials**, apostant per la **peatonalitat** dels carrers i els **equipaments espina** com a elements que aporten **continuïtat** a tota la zona.

Cal considerar així mateix, que el Prat de Llobregat és un **municipi amb un terreny pla que facilita el trànsit dels vianants**.

- Al municipi del Prat de Llobregat hi ha diferents **associacions de comerciants** que assumeixen un paper actiu en l'àmbit del comerç.

  En destaquen 3, en els **àmbits del comerç** pròpiament dit, la **restauració** i el **Mercat Municipal**, que actuen amb una **visió global** i centren les seves actuacions a tot el municipi.

  Les 8 **associacions restants**, actuen en l'**àmbit dels seus eixos comercials o carrers**, i en alguns casos es configuren com a **associacions mixtes de veïns i comerciants**.

Associacions al Prat de Llobregat

Principals

- **Associació de Comerciants "Prat Gran Comerç"**
- **Associació Gastronomia i Turisme (AGT)**
- **Associació de Concessionaris del Mercat Municipal**

Per eixos

- **Associació de Comerciants Frederic Soler**
- **Associació de Concessionaris del Mercat Plaça Blanes**
- **Associació de Veïns i Comerciants Ferran Puig**
- **Associació de Comerciants Carretera Marina**
- **Associació de Concessionaris del Mercat del Remolar**
- **Associació de Comerciants Carrer Jaume Casanovas i entorn Cèntric**
- **Associació de Comerciants Carrer Lleida**
- **Associació Nou Futur Sant Cosme**

- A nivell català existeixen així mateix, **altres associacions en l'àmbit del comerç i entitats relacionades** que cal tenir presents.
- Les **Administracions Públiques,** ja sigui en l'àmbit local o més territorial, també compten amb organismes relacionats amb el sector comercial que desenvolupen actuacions transversals i de suport.

Altres associacions i entitats

acie cat
ACIP
ABC cat
pimec
Micro, petita i mitjana empresa de Catalunya
Consell de Gremis de Comerç, Serveis i Turisme
elpratempresarial
Foment del Treball Nacional

Organismes públics que recolzen el comerç

Ajuntament del Prat de Llobregat
Diputació Barcelona
CCAM
ACCIÓ
Generalitat de Catalunya
Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
Consell General de Cambres de Catalunya
agència catalana del consum

- La normativa reguladora del comerç és àmplia i dispersa, no obstant això, es relacionen seguidament les principals disposicions a considerar segons l'àmbit regulador: estatal, autonòmic o local.

Legislació estatal

- Código de Comercio Interior. *(Compendi normatiu).*
- Código de Comercio y legislación complementaria. *(Compendi normatiu).*

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados Servicios.
- Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado.
- Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores.
- Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia.
- Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

Legislació autonòmica

- Llei 3/2014, de 19 de febrer, d'horaris comercials i de mesures per a determinades activitats de promoció.
- Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials.
- Llei 14/2002, de 27 de juny, de les cambres oficials de Comerç, Indústria i Navegació de Catalunya i del Consell General de les Cambres.
- Llei 5/2017, de 28 de març, de mesures fiscals, administratives, financeres i del sector públic i de creació i regulació dels impostos sobre grans establiments comercials, sobre estades en establiments turístics, sobre elements radiotòxics, sobre begudes ensucrades envasades i sobre emissions de diòxid de carboni.
- Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística.
- Decret 73/2002, de 19 de febrer, sobre la indicació de preus dels productes oferts als consumidors i usuaris.
- Llei 3/1993, de l'Estatut del Consumidor.
- Decret 121/2013, de 26 de febrer, pel qual es regulen els fulls oficials de queixa, reclamació i denuncia en les relacions de consum.
- Decret 333/1998, de 24 de desembre, sobre comercialització i venda de pa.
- Llei 18/2017 de l'1 d'agost de Comerç, Serveis i Fires.

Legislació local

- Ordenança de publicitat estàtica.
- Ordenança reguladora de l'ús de la via pública amb la instal·lació de terrasses i vetlladors.
- Reglament del servei del Mercat municipal.
- Oordenança reguladora de la venda no sedentària.
- Reglament d'organització i funcionament del Consell Municipal del Comerç.
- Ordenança Fiscal 24 reguladora de la taxa per la recollida i gestió de residus comercials.
- Decret d'Alcaldia número 6698/2017 de data 2 de novembre de 2017 s'han aprovat les bases específiques reguladores de subvencions als establiments de l'Avinguda de la Verge de Montserrat afectats per les obres d'urbanització, exercicis 2017 i 2018.

Normativa local

Diputació Barcelona | #DibaOberta

Cercador d'Informació i Documentació Oficials (**CIDO**)

eco nomia | Ajuntament del Prat de Llobregat

EMPRESA, COMERÇ I OCUPACIÓ

El comerç del Prat

- El **Programa d'Actuació Municipal (PAM) 2016 – 2019**, recull els principals eixos d'actuació del municipi durant el període indicat. L'eix 3 és el que recull els objectius que, de manera directa o indirecta, afecten a la baula del comerç.

Eix 3: Una ciutat emprenedora.
El Prat de l'ocupació i el dinamisme econòmic.

- Un dels objectius que s'han fixat dins aquest eix identifica un conjunt d'**accions per promoure el comerç de proximitat i el producte local**.

Entre aquestes accions destaquen, per la seva **incidència directa en la millora del teixit comercial del municipi**, les següents:

Acció	Descripció	Estat
• **Elaboració del Pla estratègic de Comerç local, horitzó 2020**	Diagnosi del comerç local per identificar reptes i oportunitats del sector. Establiment d'objectius i mesures per al Pla Estratègic de Comerç 2020 (referent del pla operatiu anual), consensuat amb els comerciants.	*En curs*
• **El Prat, Comerç de qualitat**	Acreditació que dona visibilitat a l'excel·lència comercial de la ciutat i posiciona els comerços adherits com a marca de qualitat diferenciada. Els comerciants acreditats compten amb assessorament especialitzat i formació específica.	✓
• **Suport a la modernització i millora de la imatge comercial**	Línia d'ajuts per donar suport als comerciants acreditats amb la marca 'El Prat, Comerç de qualitat', en el seu repte de millora contínua de la qualitat.	*En curs*
• **Senyalització dels eixos comercials de la ciutat**	Creació de senyalització específica que permeti identificar els carrers comercials del Prat i els seus eixos comercials. L'actuació s'emmarca sota la distinció 'El Prat, comerç a cel obert'.	*En curs*

- Així mateix, el PAM recull el desenvolupant d'altres actuacions que **incideixen de forma transversal en l'àmbit del comerç**:

Acció	Estat
• **Foment de l'activitat econòmica vinculada al turisme**	✓
• **Obertura d'una nova oficina de turisme 'La Porta del Delta' a la platja del Prat**	✓
• **Millora de la capacitat productiva i comercial de la Granja Pota Blava**	✓
• **Adequació d'un recinte firal permanent a l'entorn de la Granja de La Ricarda**	*En curs*
• **Plataforma d'informació i observatori econòmic de les zones d'activitat del municipi**	*En curs*
• **Acords amb associacions d'empresaris i comerciants per al 'tast d'oficis'**	*En curs*
• **Oficina d'Atenció a l'Empresa, com a finestra única empresarial**	*En curs*
• **Ajuts a les PIME locals per a la contractació estable**	✓
• **Pla integral de suport al treball autònom**	✓
• **Ajuts directes a les iniciatives de treballadors autònoms**	✓

- Per la seva banda, l'Ajuntament va definir **el Pla Operatiu de Comerç per a l'exercici 2017 (POC)**. Una estratègia que fixava com a objectiu l'assoliment d'un model de comerç local més competitiu, innovador i consolidat en la trama urbana, que donés resposta a les necessitats de serveis i de consum dels ciutadans i ciutadanes del Prat.
- Aquesta iniciativa recull 5 objectius que s'han desenvolupat a través de diferents actuacions.

OBJECTIUS	OBJECTIUS ESPECÍFICS	ACTUACIONS	ESTAT
OBJECTIU 1: Consolidar, millorar i modernitzar el sector comercial	1.1. Definir el model comerç local	Pla Estratègic de Comerç	*Iniciat al Desembre de 2017*
	1.2. Millorar la capacitació i qualificació professional dels comerciants/tes	Programa formació comerciants:	✓
		*Kit bàsic comunicació pel teu negoci	
		*Vull vendre per Internet	
		*Conèix els requisits legals i fiscals venda online	
		*"Taller aparadorisme Nadal"	
		*"Català per a comerciants"	
		*"Prevenció riscos laborals"	
		*"Manipulador d'aliments"	
		Sessions informatives	
		*"Presentació informe seguretat"	
	1.3. Impulsar la millora i modernització de l'establiment comercial	Acreditació "El Prat, comerç qualitat"	
		Tallers i seminaris:	
		"Trobades "El Prat, comerç de qualitat"	
		Coaching per a comerciants	
		Suport a la consolidació	
	1.4. Donar continuïtat a l'activitat	Assessorament transmissió (CECOT)	
	1.5. Promoure iniciatives comerç	Suport a emprenedors/res en comerç	
		Cost Servei tècnic AODL suport d'assesorament	
		Premis "El Prat empren"	
		*Premi projecte comercial	
OBJECTIU 2: Suport al creixement i consolidació de les assoc. Comerciants	2.1. Enfortir i ampliar teixit associatiu	Benchmarking comerç Zona Delta d'associacionisme comercial	✗

OBJECTIUS	OBJECTIUS ESPECÍFICS	ACTUACIONS	ESTAT
OBJECTIU 3: Millorar la identificació i atractivitat dels eixos comercials	3.1. Promoure i dinamitzar els eixos comercials	Campanya estiu *"Shopping night" Fira Comercial i Gastronòmica (PGC) Suport organització *"Banderoles als eixos comercials" Programes de Dinamització dels eixos Prat Gran Comerç AVC Ferran Puig AC Frederic Soler AC Ctra. Marina AC Jaume Casanovas AC Lleida Suport organització Campanya de Nadal *Banderoles als Eixos *Il·luminació Nadalenca *"Per Nadal, compra al Prat"	✓
	3.2. Promoure i dinamitzar comerç urbà dels municipis de la Zona Delta	Promoció Comerç Delta Urbanshoping	
	3.3. Donar visibilitat comerç	X Concurs Aparadorisme	
OBJECTIU 4: Facilitar sinèrgies sectorial economia urbana	4.1.Comerç i promoció de l'activitat econòmica urbana	Promoció Comerç en Fira Avícola Desfilada de la Moda Estand Consell Comerç	✓
OBJECTIU 5: Consolidar els mercats com a referents en els eixos comercials per a la compra de quotidià alimentari	5.1 Donar visibilitat als mercats com a referents per a la compra de producte fresc i quotidià alimentari en els eixos comercials on s'ubiquen	Dinamització Mercats Despeses dinamització Mercat Municipal *Mercat Municipal *Mercat Plaça Blanes *Mercat Remolar	✓

- Des de l'Ajuntament s'impulsen diverses **iniciatives per donar suport i promocionar l'activitat comercial del municipi**. A continuació es recullen les actuacions que s'estan duent a terme actualment.

- CONSELL MUNICIPAL DE COMERÇ
- SERVEI DE SUPORT AL COMERÇ LOCAL
- FORMACIÓ PER A COMERCIANTS: CURSOS
- DEL MERCAT A LA TAULA
- EL PRAT COMERÇ DE QUALITAT
- SUBVENCIONS DINAMITZACIÓ COMERCIAL

- La particular **situació d'excepcionalitat** que viu actualment l'Eix comercial de l'Avinguda verge de Montserrat amb les obres de remodelació, ha fet considerar per part de l'Ajuntament, actuacions concretes i orientades a reduir els efectes negatius d'aquest procés per als comerciants.

- EXPO ARTVINGUDA
- SUBVENCIONS PER L'AFECTACIÓ DE LES OBRES

Consell Municipal de Comerç

Consell Municipal de Comerç del Prat

- El consell actua com a òrgan d'agrupació dels comerciants del Prat de Llobregat, l'Administració i altres agents que intervenen de forma directa o indirecte en el sector.
- Es tracta d'un òrgan permanent de participació sectorial que té com a finalitats, informar, proposar, consultar i assessorar en el desenvolupament de polítiques i accions orientades a promoure i millorar el comerç urbà.
- Actualment, entre les prioritats del Consell Municipal destaca el disseny consensuat d'actuacions pel desenvolupament del Pla de dinamització del comerç local i la realització d'accions formatives que estimulin aquest sector estratègic, millorant-ne la competitivitat.

Servei de Suport al Comerç Local

EL COMERÇ DEL PRAT, A LES TEVES MANS

- Es tracta d'un servei de dinamització comercial, ofert des de l'Ajuntament, que treballa per promoure el comerç urbà i de proximitat per tal de posicionar-lo com motor econòmic de la ciutat.
- L'objectiu del servei es centra en el suport i l'assessorament tècnic al comerç local sobre aspectes que afecten als comerciants que duen a terme la seva activitat al Prat de Llobregat.

Formació per a Comerciants: Cursos

- L'Ajuntament del Prat de Llobregat ofereix tallers, cursos i seminaris adreçats als comerciants de la ciutat amb l'objectiu de proporcionar-los eines i elements de suport per a la millora de la competitivitat del comerç local.
- Aquests cursos son subvencionats i no tenen cap cost per l'alumnat. S'imparteixen en horari de migdia, per tal que siguin compatibles amb l'horari comercial.
- Actualment s'ofereixen dues propostes als comerciants:
    - **Com elaborar un pla de promoció i difusió del meu negoci?**
    - **Vull vendre per internet**

Del Mercat a la Taula

- L'Ajuntament col·labora de forma directa amb els titulars de les parades del Mercat Municipal del Prat de Llobregat, per tal de donar a conèixer entre la població als paradistes.
- S'incentiva l'aproximació dels consumidors als mercats a través de la proposta i recull de receptes amb productes característics de cada parada: pollastre pota blava, carxofa Prat, bacallà, vedella, porc, ...
- Les receptes i els consells es pengen al portal web de l'Ajuntament i se'n fan vídeos per tal d'aconseguir aproximar el Mercat al ciutadà.

EL PRAT COMERÇ DE QUALITAT

- Es tracta d'un programa d'assessorament que té per objectiu millorar la gestió i la competitivitat del comerç local a partir de la promoció de l'establiment, per tal d'incrementar vendes i reduir costos.
- Aquesta iniciativa permet acreditar la qualitat dels establiments comercials del municipi mitjançant el compliment d'un seguit d'estàndards. El procés d'acreditació inclou una visita presencial de professionals experts a l'establiment que facilita l'intercanvi i consulta de preocupacions i interessos del comerciant. Així mateix, es duu a terme una autodiagnosi que permet detectar les fortaleses, les debilitats, les amenaces i les oportunitats del negoci.
- Alguns dels aspectes que s'avaluen són els següents:
  - Normativa bàsica de consum
  - Normativa de prevenció de riscos laborals
  - Normativa de protecció de dades de caràcter personal
  - Credibilitat / fiabilitat
  - Comprensió de la clientela
  - Revisió de proveïdors
  - Àrea financera
  - Distribució de productes
  - Accessibilitat
  - Instal·lacions
  - Responsabilitat social corporativa
  - Anàlisi de la competència
  - Recursos Humans
  - Tecnologia i comunicacions
  - Màrqueting de l'establiment
  - Posicionament a Internet i vendes online
- Una vegada analitzat el resultat de l'autodiagnosi, s'ofereix un ventall d'accions i propostes de millora. Conjuntament amb els experts, que acompanyaran durant tot el procés, i amb el suport d'una guia de competitivitat, s'establiran les mesures a emprendre per rebre l'acreditació com a comerç de qualitat.
- Des de l'inici del programa hi ha un total de **33 comerços adherits**. En l'epígraf 3.7. relatiu a la 'Qualificació de la oferta' es detalla el perfil d'aquests establiments.

EXPO ARTVINGUDA

- Les obres que s'estan duent a terme a l'avinguda Verge de Montserrat han tingut una repercussió directa sobre els establiments comercials de la zona. És per aquest motiu que l'Ajuntament del municipi ha sol·licitat la col·laboració d'una quinzena d'artistes per tal que exposin una mostra de **murals artístics** sobre les tanques de les obres.
- D'aquesta manera, es minimitza l'impacte visual de les tanques i la maquinària i es transforma el paisatge d'una zona en obres en una mostra d'art a l'aire lliure.
- Així mateix, el pas per l'avinguda es fa més amable per als veïns i s'impulsa **l'activitat comercial**.

SUBVENCIONS PER L'AFECTACIÓ DE LES OBRES

- Per al període 2017 i 2018, i considerant l'afectació que les obres de remodelació de l'avinguda Verge de Montserrat tenen en els comerços que hi operen, l'Ajuntament ha considerat atorgar subvencions als comerciants amb caràcter extraordinari.
- Els beneficiaris han de realitzar una activitat comercial, professional o de serveis amb un establiment obert al públic i considerar-se especialment afectats per les obres d'urbanització en el tram comprés entre la Carretera de la Marina i el Carrer Jaume Casanovas.
- La quantia màxima que s'atorga és de 2.500€, per establiment sol·licitant i per cadascun dels exercicis.

Obertura de convocatòria pública de subvencions als establiments de l'Avinguda de la Verge de Montserrat afectats per les obres d'urbanització, exercici 2018

Data de publicació:07/03/2018

Data d'Actualització:09/03/2018

Expedient:20629/2017

Documents associats a la publicació

- Bases subvenció
- Convocatòria 2018
- Imprès de sol.licitud
- Full de transferència bancària
- Imprès d'acceptació de la subvenció

SUBVENCIONS PER OBRES DE MILLORA DE L'ACCESSIBILITAT A L'ESTABLIMENT COMERCIAL

SUBVENCIONS DINAMITZACIÓ COMERCIAL

VALORACIÓ PER PART DELS COMERCIANTS

- El conjunt d'actuacions descrites tenen una **bona acollida pels comerciants**, no obstant això i d'acord amb els *focus group* i les entrevistes dutes a terme al llarg del treball de camp, es posa de manifest el següent:
    - **L'escassa participació dels comerciants en les actuacions proposades**, especialment en aspectes relacionats amb els cursos o la formació.

      L'amplitud de les temàtiques i/o la poca aplicació pràctica que el col·lectiu de comerciants veu en els cursos que es proposen n'és un dels motius.
    - La **manca d'implicació dels comerciants a l'hora de donar recolzament a accions conjuntes** com les campanyes promocionals o les iniciatives de millora de la qualitat del comerç.

      En aquest cas, la desmotivació i la poca voluntat de diàleg entre els comerciants es fa evident.
    - La necessitat d'acordar un **pla detallat d'actuacions, que compti amb el suport i el lideratge de l'Ajuntament**.

      Els comerciants aposten per una planificació de les accions de dinamització comercial amb caràcter anual i amb atractiu i modernitat suficient per captar i mobilitzar el del màxim nombre de comerciants possible.
    - La **manca de valoració, per part dels comerciants, de les mesures i dels ajuts** que l'Ajuntament ha posat en marxa davant d'una situació d'excepcionalitat com són les obres de l'Avinguda Verge de Montserrat.

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
    1. Consideracions prèvies
    2. Indicadors comercials
    3. Concentració comercial
    4. Teixit comercial
    5. Establiments ensenya
    6. Mercats
    7. Qualificació de l'oferta
    8. Característiques generals del comerç minorista
    9. Identificació de la competència
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

CONSIDERACIONS PRÈVIES

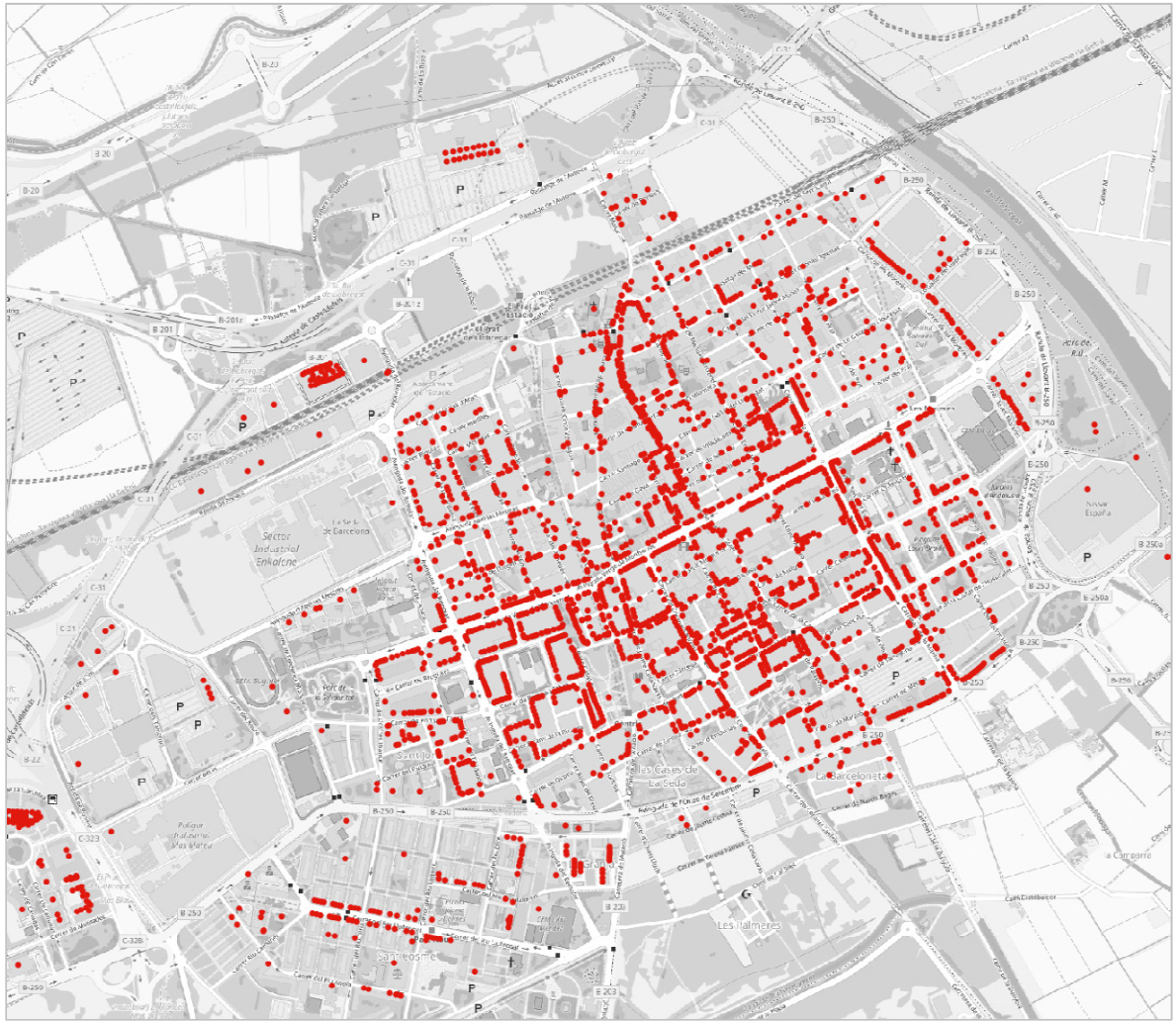
- Per analitzar l'activitat comercial del municipi, **l'Ajuntament del Prat de Llobregat ens ha subministrat una base de dades** amb el total d'establiments comercials identificades per categories, d'acord amb la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE).
- El CNAE és d'aplicació a tot l'Estat espanyol, i és un instrument estadístic de classificació que permet categoritzar les unitats productives (empreses i establiments) en funció del tipus d'activitat que desenvolupen per tal d'obtenir dades que permetin confeccionar estadístiques.
- Catalunya compta amb una eina pròpia al respecte, la Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques (CCAE), que segueix les línies marcades pel CNAE i agrupa les activitats comercials en diferents categories.
- El tractament que en aquest estudi s'ha fet de les dades utilitza **un criteri de classificació propi**, però basat en els codis CNAE i en les agrupacions i epígrafs CCAE.
- S'han emprat un total d'**11 categories** per classificar els establiments comercials del Prat del Llobregat, són les següents:

1) Alimentació
2) Restauració
3) Equipament de la persona
4) Higiene, cosmètica i farmàcia
5) Equipament de la llar
6) Oci i cultura
7) Tecnologia i telecomunicacions
8) Automoció i carburants
9) Serveis administratius
10) Serveis tècnics
11) Altres

- Així mateix, s'han considerat els índex de comerç calculats per al municipi en base a l'Informe ***'EIXOS: Diagnosi de l'ecosistema comercial dels municipis de l'àrea metropolitana de Barcelona'***, de 2017 i encarregat per l'AMB.

- En base a l'anterior, la **valoració de l'oferta comercial** del municipi s'ha estructurat seguint el següent esquema:
  - **Visió de conjunt del municipi**:
    - **Indicadors** del comerç.
    - Localització i **concentració dels comerços**.
    - Anàlisi quantitatiu del **teixit comercial**.
  - **Visió segmentada per cadascun dels 5 eixos comercials**:
    - Localització i **concentració dels comerços**.
    - Anàlisi quantitatiu del **teixit comercial**.
    - Valoració dels **Mercats Municipals**.
    - Identificació de les principals **ensenyes de marca reconeguda**.
  - **Qualitat de l'oferta comercial** del Prat del Llobregat.

    S'han utilitzat les següents eines d'anàlisi:
    - Dades disponibles en relació amb l'acreditació **'Prat Comerç de Qualitat'**.
    - **Inspecció visual dels establiments** ubicats en els carrers amb més concentració comercial del municipi.



Font: AMB.

- El Prat de Llobregat compta amb aproximadament uns **1.500 comerços**, Aproximadament uns **350 dels quals es dediquen a l'hostaleria i la restauració**.
- Els principals **índex d'anàlisi en l'àmbit comercial evidencien una situació positiva** del sector al municipi.

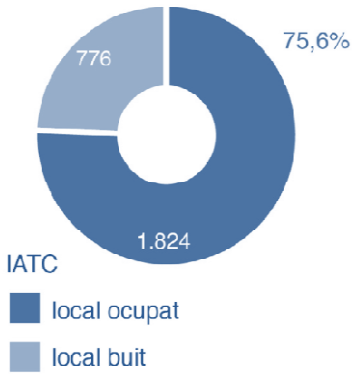
Llindar dels indicadors i posicionament del Prat de Llobregat

- ⇨ Índex d'aprofitament del teixit comercial (IATC)
- ⇨ Índex d'atracció comercial (IAC)
- ⇨ Índex de diversitat alimentària (IDA)
- ⇨ Índex de clonicitat comercial (ICC)
- ⇨ Índex de dotació comercial (IDC)

⇨ Índex d'aprofitament del teixit comercial (IATC)

Es defineix com el percentatge de locals ocupats respecte el total de locals que admeten ús comercial.

Al Prat la ocupació de locals comercials és elevada, supera el 75% i es troba al llindar entre el risc de desertificació i el que es considera **bona ocupació**.

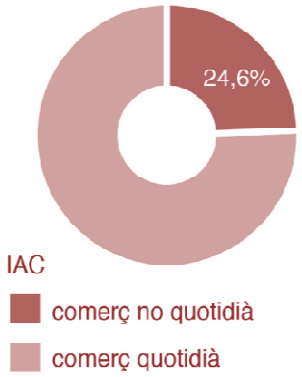


Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial		
	> 80	Bona ocupació
	70-80	Risc de desertificació
	< 70	Desertificació

⇨ Índex d'atracció comercial (IAC)

Es defineix com el percentatge de comerços no quotidians (equipaments per a la persona i llar i cultura i lleure) respecte el total de locals ocupats.

En aquest sentit els valors al municipi són propers al 25%, la qual cosa indica un **comerç de tipologia mixta**.

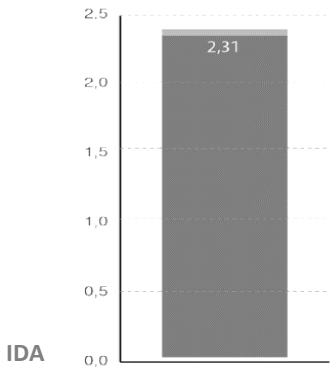


Índex d'Atracció Comercial		
	> 30	Atracció comercial
	20-30	Comerç mixt
	< 20	Comerç de proximitat

⇨ Índex de diversitat alimentària (IDA)

Mesura la quantitat mitja de comerços en les subcategories de comerç quotidià alimentari.

El Prat obté una puntuació de elevada, 2,31, considerant que dins el territori metropolità l'índex màxim es situa en el 2,36.

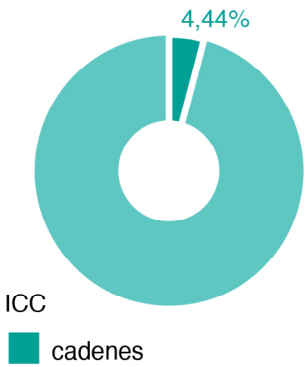


Font: AMB.

⇨ L'índex de clonicitat comercial (ICC)

Es defineix com el percentatge de cadenes i franquícies sobre el total de comerços actius.

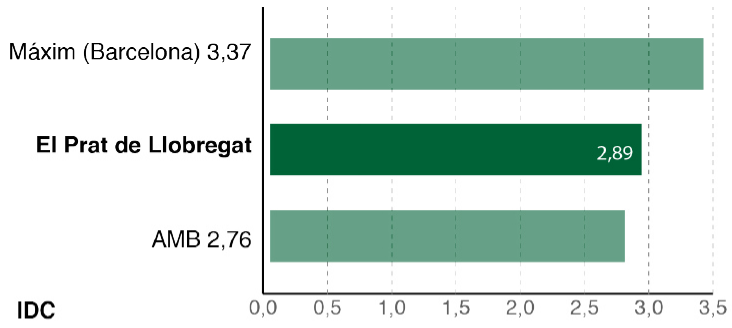
La xifra del 4,44% mostra una escassa presència de cadenes i franquícies al municipi, en favor al predomini del comerç tradicional (95%).



⇨ L'índex dotació comercial (IDC)

Es defineix com nombre d'establiments comercials per cada 100 habitants.

Al Prat, hi ha aproximadament 3 establiments comercials per cada 100 habitants, xifra que correspon amb municipis que són **capitalitat d'una subàrea**.



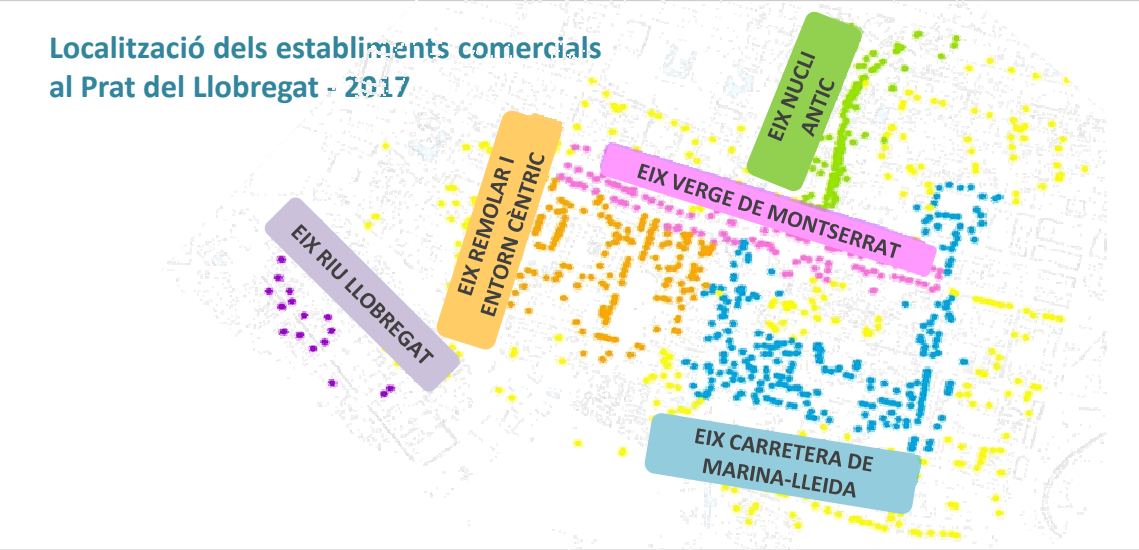
Índex de Dotació Comercial (IDC)	**2,89**
Locals amb ús comercial	1.824
Habitants	63.162

Índex de Dotació Comercial	
> 4	Àrea capital
3-4	Capitalitat sub-àrea
< 3	Àrea dormitori

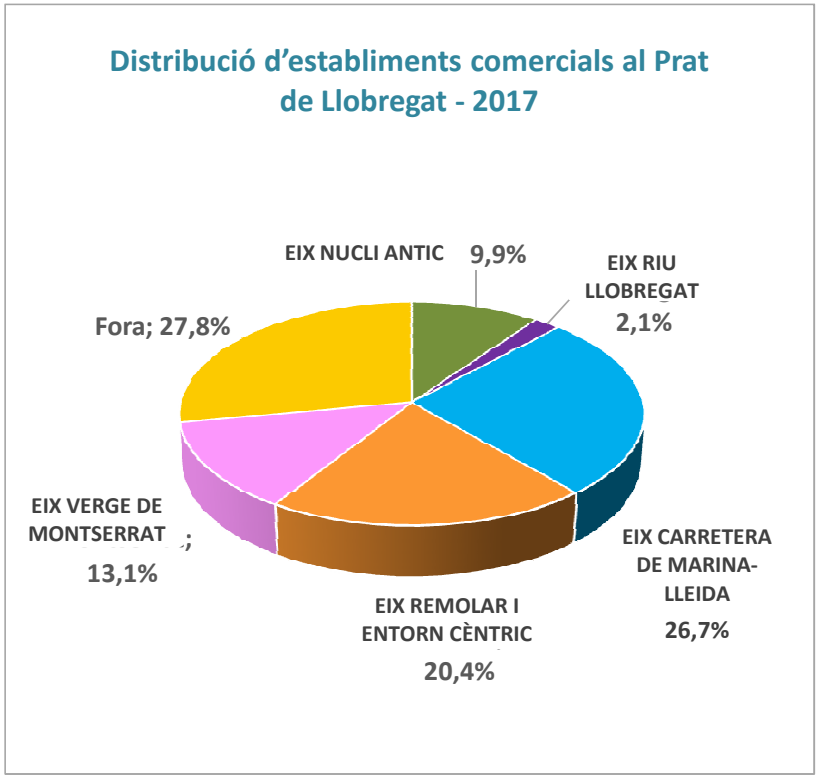
Font: AMB.

CONCENTRACIÓ COMERCIAL– EL PRAT DE LLOBREGAT

- La valoració del comerç al Prat de Llobregat, feta des d'un punt de vista de concentració d'establiments, mostra que més d'una quarta part dels comerços es localitzen fora dels principals eixos comercials.
- Dins dels eixos principals, i fent un anàlisi a gran escala del teixit comercial del Prat de Llobregat, s'observa que els **eixos on es concentra un major volum d'establiments** són:
  - **Marina-Lleida** (26,7%)
  - **Remolar-Cèntric** (20,4%)
  - **Verge Montserrat** (13,1%)
  - L'eix **Nucli Antic** (9,9%) i el de **Llobregat** (2,1%), són els que presenten una menor oferta comercial.



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

CONCENTRACIÓ COMERCIAL: EIX CARRETERA DE LA MARINA - LLEIDA

- Visualment es posa de relleu que l'oferta de comerços a l'eix de Marina – Lleida es concentra principalment en tres zones:
  - la **carretera de Marina**, principalment costat esquerre,
  - al **carrer de Lleida** hi ha una elevada concentració d'establiments. No obstant, a la trama de carrers adjacents els establiments es troben dispersos.
  - l'entorn del **carrer Coronel Santfeliu** i el seu entorn de carrers inclou també comerços dispersos.

- A nivell de concentració comercial**, l'eix Carretera de la Marina-Lleida adopta una forma d'U**, ben delimitada per les tres vies mencionades anteriorment. **Dins la xarxa de carrers que conformen aquesta U és on es concentra l'activitat comercial.**

Localització dels establiments comercials a l'eix Carretera de la Marina-Lleida (2017)

Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

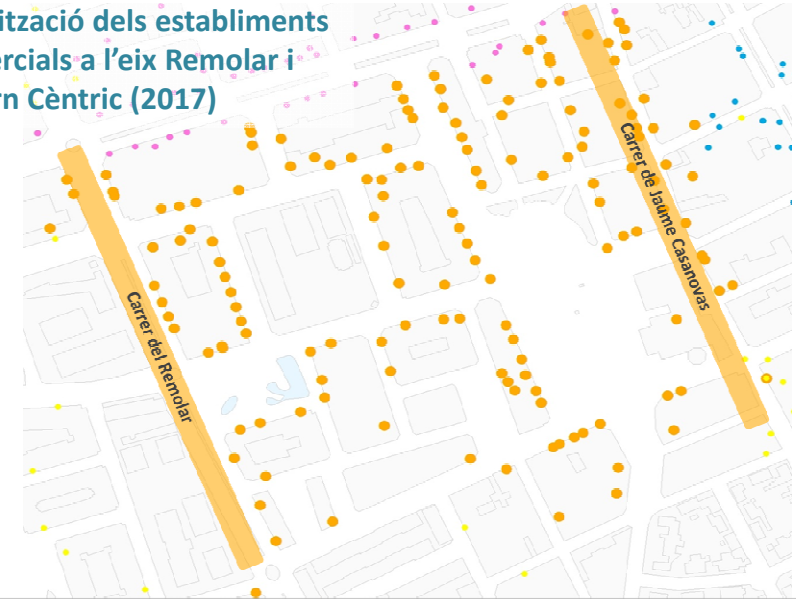
CONCENTRACIÓ COMERCIAL: EIX REMOLAR I ENTORN CÈNTRIC

- L'eix s'emmarca comercialment entre dues vies:
  - el **carrer del Remolar**, i
  - el **carrer de Jaume Casanovas.**

Aquestes 2 vies i l'entorn de Plaça Catalunya i Cèntric concentren la major part dels establiments comercials de l'eix, establint visualment la delimitació de l'àrea d'influència.

La **xarxa de carrers interiors a ambdues vies és on es localitzen els establiments** i ho fan de manera dispersa i distribuïts en l'àrea d'influència.

Localització dels establiments comercials a l'eix Remolar i entorn Cèntric (2017)

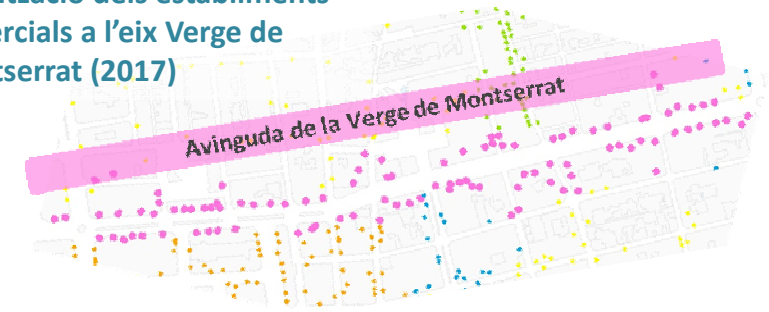


Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

CONCENTRACIÓ COMERCIAL: EIX VERGE DE MONTSERRAT

- L'eix es concentra en la seva totalitat en l'**avinguda de la Verge de Montserrat.**
- Tot i així es pot observar que també hi ha alguns comerços pertanyents a l'eix que es troben en els xamfrans i els carrers immediatament perpendiculars de l'avinguda.

Localització dels establiments comercials a l'eix Verge de Montserrat (2017)



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

CONCENTRACIÓ COMERCIAL: EIX NUCLI ANTIC

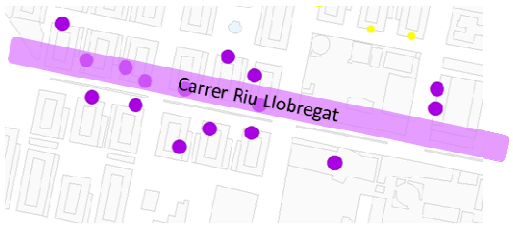
- A l'eix Nucli Antic **la concentració d'establiments traça una línia de continuïtat** al llarg de tres vies:
  - El **carrer Frederic Soler**,
  - El **carrer Ferran Puig**, i
  - El **carrer Major**.
- S'observa una certa dispersió de comerços en els carrers més pròxims a aquestes vies, els immediatament paral·lels o perpendiculars.

Localització dels establiments comercials a l'eix Nucli Antic (2017)

Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

CONCENTRACIÓ COMERCIAL: EIX RIU LLOBREGAT

Localització dels establiments comercials a l'eix Riu Llobregat (2017)



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

- L'eix Riu Llobregat és el que **menor nombre de comerços** presenta, compta amb un total de 30 establiments.
- La concentració en quant a localització es centra **al llarg del carrer del Llobregat**. Si bé, no només aquesta via esdevé punt de referència comercial a l'eix, altres vies immediatament properes també són considerades pels comerciants.

TEIXIT COMERCIAL– EL PRAT DE LLOBREGAT

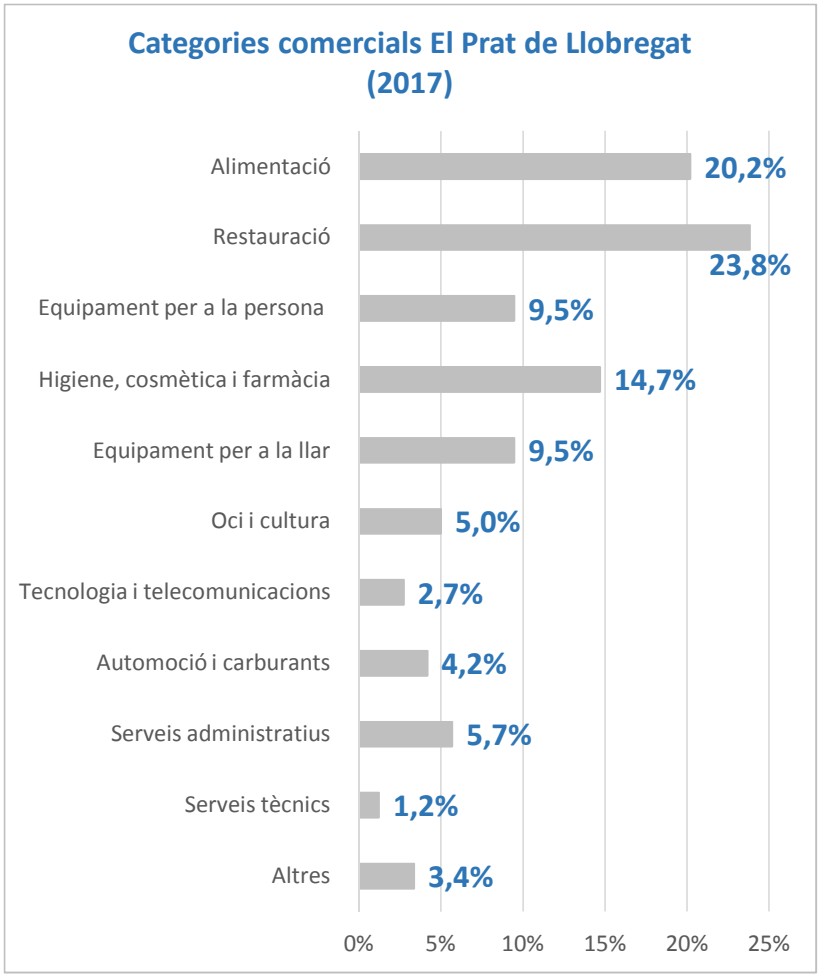
- Pel que fa a les **tipologies de comerç,** s'observa que aquelles amb **major predomini al municipi** són:
  - **Restauració** (23,8%)
  - **Alimentació** (20,2%)
  - **Higiene, cosmética i farmacia** (14,7%)

En detall, en l'àmbit de la restauració el major pes el tenen els **bars i cafeteries** que representen el 16%, seguits dels **restaurants** que representen el 6,5%.

Dins els comerços detallistes d'alimentació, predominen els **establiments generalistes** no especialitzats amb un 5,5%, seguits dels **forns de pa i pastisseries** amb un 3,7% i les **carnisseries** amb un 3,2%.

Entre els establiments que ofereixen productes d'higiene, cosmètica i farmàcia, en destaquen les **perruqueries** que representen el 10%.

Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	294
Restauració	347
Equipament per a la persona	138
Higiene, cosmètica i farmàcia	214
Equipament per a la llar	138
Oci i cultura	73
Tecnologia i telecomunicacions	40
Automoció i carburants	61
Serveis administratius	83
Serveis tècnics	18
Altres	49
TOTAL	**1.454**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

(*) A la base de dades hi consta un recull de 1.455 establiments comercials, no obstant 405 d'aquests queden fora dels 5 eixos comercials considerats a l'estudi. L'anàlisi que segueix s'ha dut a terme amb aquells comerços ubicats dins els límits dels eixos, que són un total de 1.050 establiments.

TEIXIT COMERCIAL PER EIXOS - EIX CARRETERA DE LA MARINA-LLEIDA

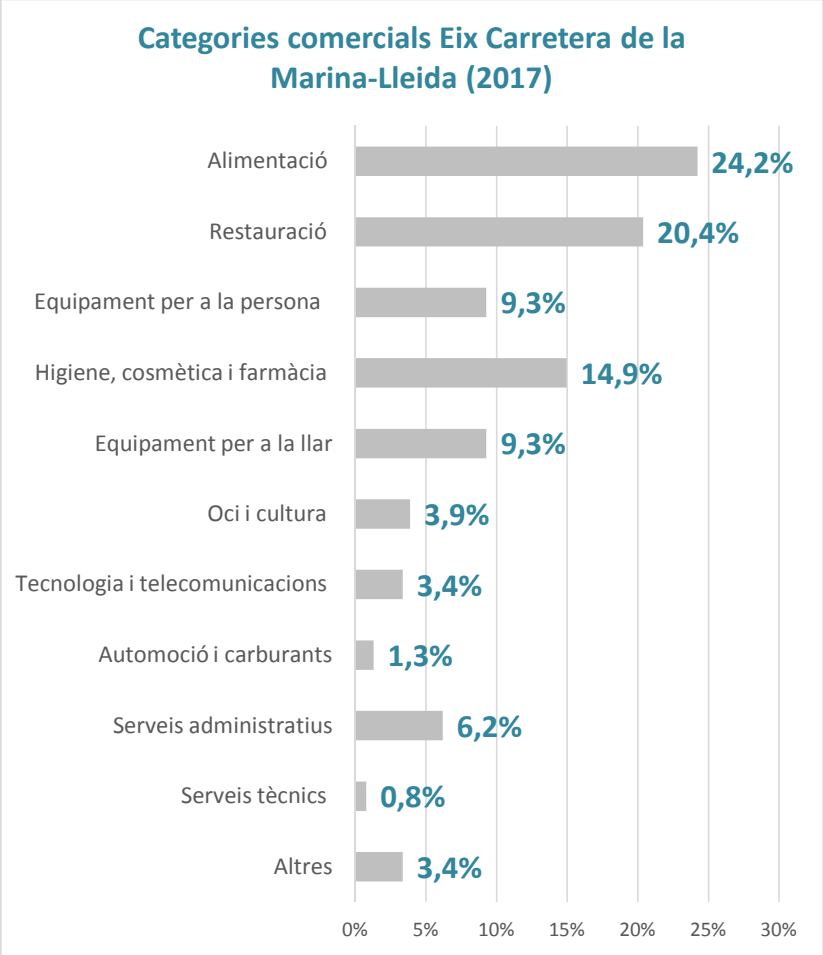
- A **l'eix Carretera de la Marina-Lleida** la tendència en quant a predomini de tipologies tampoc canvia:
  - **Alimentació** (24,2%)
  - **Restauració** (20,4%)
  - **Higiene, cosmètica i farmacia** (14,9%)

En comerç alimentari, els **establiments generalistes, tant especialitzats** (4,6%) **com no** (7%) **i les peixateries** (3,1%), són les subcategories amb major representativitat de l'eix comercial.

En restauració, els **bars i cafeteries** representen el 15% i els **restaurants** el 4,6%.

Les **perruqueries** també predominen en aquest eix, amb un 10,8%.

Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	94
Restauració	79
Equipament per a la persona	36
Higiene, cosmètica i farmàcia	58
Equipament per a la llar	36
Oci i cultura	15
Tecnologia i telecomunicacions	13
Automoció i carburants	5
Serveis administratius	24
Serveis tècnics	3
Altres	13
TOTAL	**388**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

TEIXIT COMERCIAL PER EIXOS - EIX REMOLAR I ENTORN CÈNTRIC

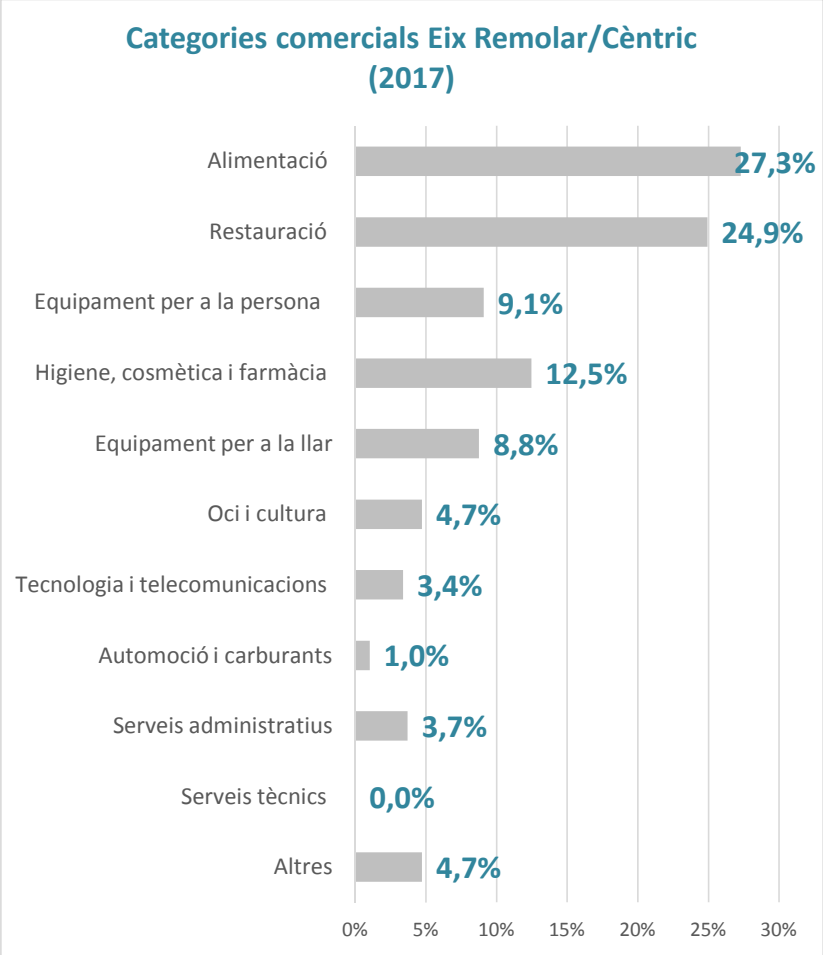
- L'oferta comercial **l'eix Remolar-Cèntric**, s'observa que les **tipologies de comerç amb major predomini** són:
  - **Alimentació** (27,3%)
  - **Restauració** (24,9%)
  - **Higiene, cosmètica i farmacia** (12,5%)

Entre els comerços detallistes d'alimentació, predominen les **carnisseries** (8,4%), els **establiments generalistes** especialitzats amb un 5,7%, seguits dels **forns de pa** amb un 4%.

En la restauració el major pes el tenen els **bars i cafeteries** que representen el 17,8%, seguits dels **restaurants** que representen el 5,1%.

Les **perruqueries** tornen a ser les predominants entre els establiments que ofereixen productes d'higiene, representen l'10,8%.

Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	81
Restauració	74
Equipament per a la persona	27
Higiene, cosmètica i farmàcia	37
Equipament per a la llar	26
Oci i cultura	14
Tecnologia i telecomunicacions	10
Automoció i carburants	3
Serveis administratius	11
Serveis tècnics	0
Altres	14
TOTAL	**297**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

TEIXIT COMERCIAL PER EIXOS - EIX VERGE MONTSERRAT

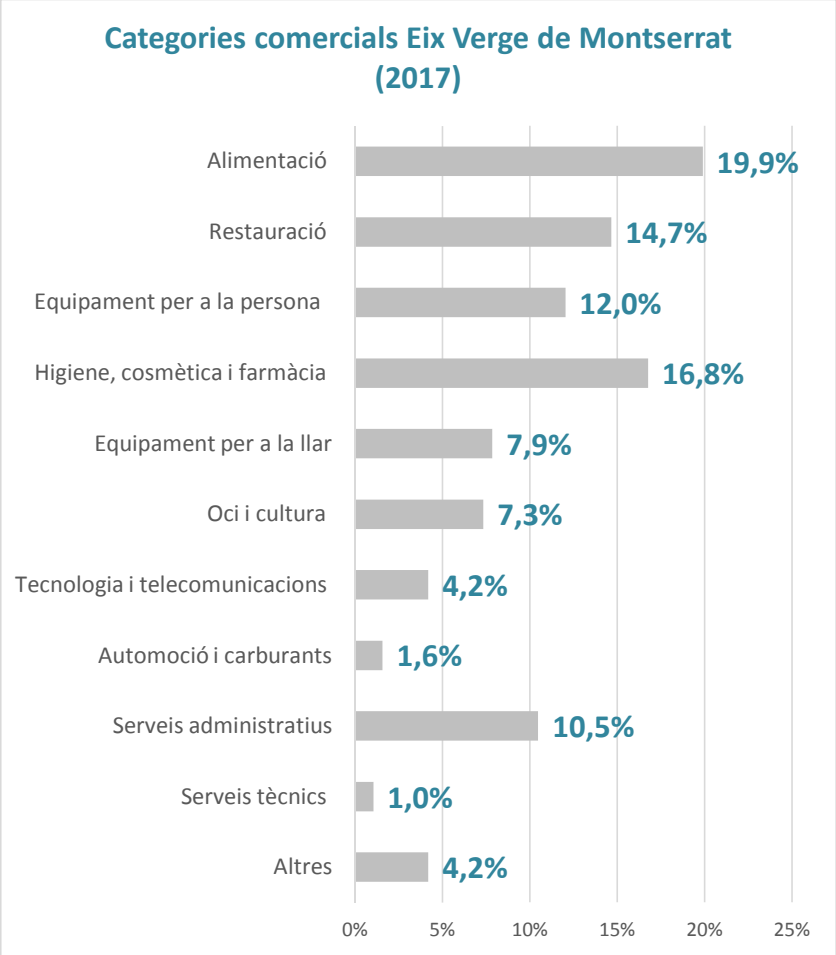
- A **l'eix Verge Montserrat** el predomini de **tipologies de comerç** és:
  - **Alimentació** (19,9%)
  - **Restauració** (14,7%)
  - **Higiene, cosmètica i farmacia** (16,8%)

Els **bars i cafeteries** representen el 9,4%, dels establiments dedicats a restauració, mentre que els **restaurants** són només el 4,7%.

En comerç alimentari, predominen els **establiments no especialitzats i les fleques** amb un 4,2% de quota cada categoria, seguit de les **carnisseries** (3,1%).

En l'àmbit d'higiene, les **perruqueries** són els comerços amb major predomini a l'eix, amb un 10,8% de presència.

Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	38
Restauració	28
Equipament per a la persona	23
Higiene, cosmètica i farmàcia	32
Equipament per a la llar	15
Oci i cultura	14
Tecnologia i telecomunicacions	8
Automoció i carburants	3
Serveis administratius	20
Serveis tècnics	2
Altres	8
TOTAL	**191**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

TEIXIT COMERCIAL PER EIXOS - EIX NUCLI ANTIC

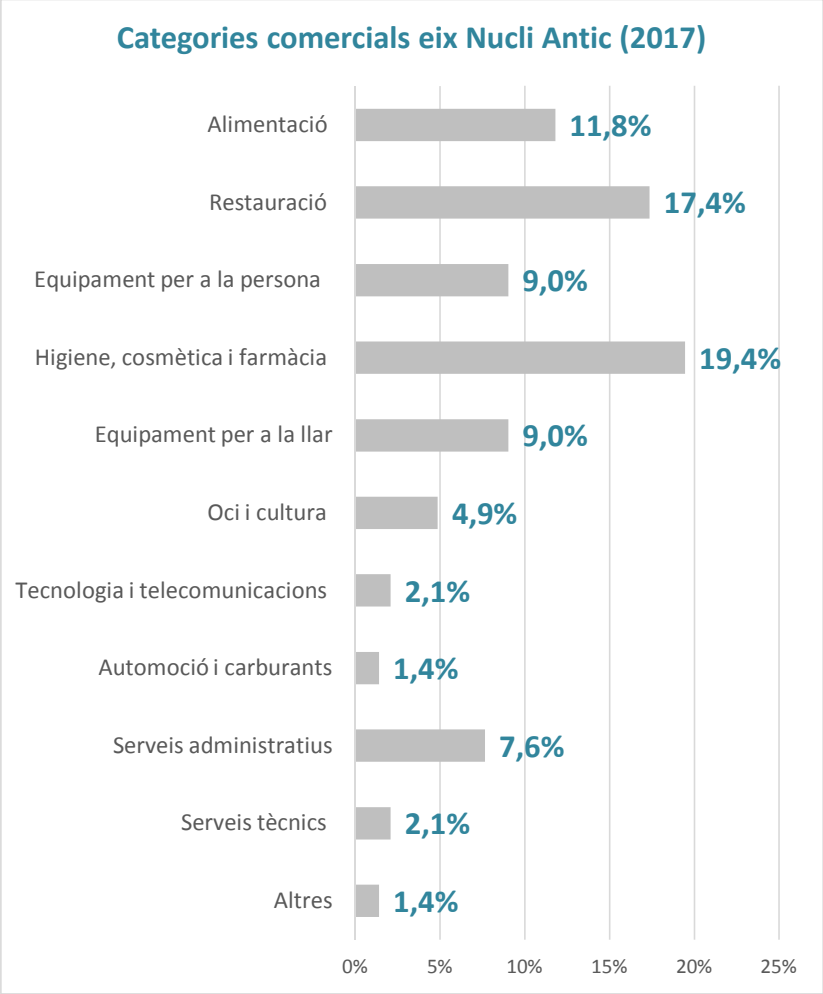
- L'oferta comercial de **l'eix Nucli Antic** és similar a la del conjunt del municipi, pel que fa a **tipologies de comerç predominants**:
  - **Higiene, cosmètica i farmacia** (19,4%)
  - **Restauració** (17,4%)
  - **Alimentació** (11,8%)

Les **perruqueries** destaquen amb un 12,5% entre els establiments que ofereixen **productes d'higiene, cosmètica i farmàcia.**

En restauració els **bars i cafeteries** suposen el 8,3%, dels establiments a l'eix, en mateixa proporció que els **restaurants**.

Entre els comerços detallistes d'alimentació, predominen en parts iguals els **establiments generalistes** no especialitzats i les fleques, amb un 3% cadascun.

Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	17
Restauració	25
Equipament per a la persona	33
Higiene, cosmètica i farmàcia	28
Equipament per a la llar	13
Oci i cultura	7
Tecnologia i telecomunicacions	3
Automoció i carburants	2
Serveis administratius	11
Serveis tècnics	3
Altres	2
TOTAL	**144**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

TEIXIT COMERCIAL PER EIXOS - EIX RIU LLOBREGAT

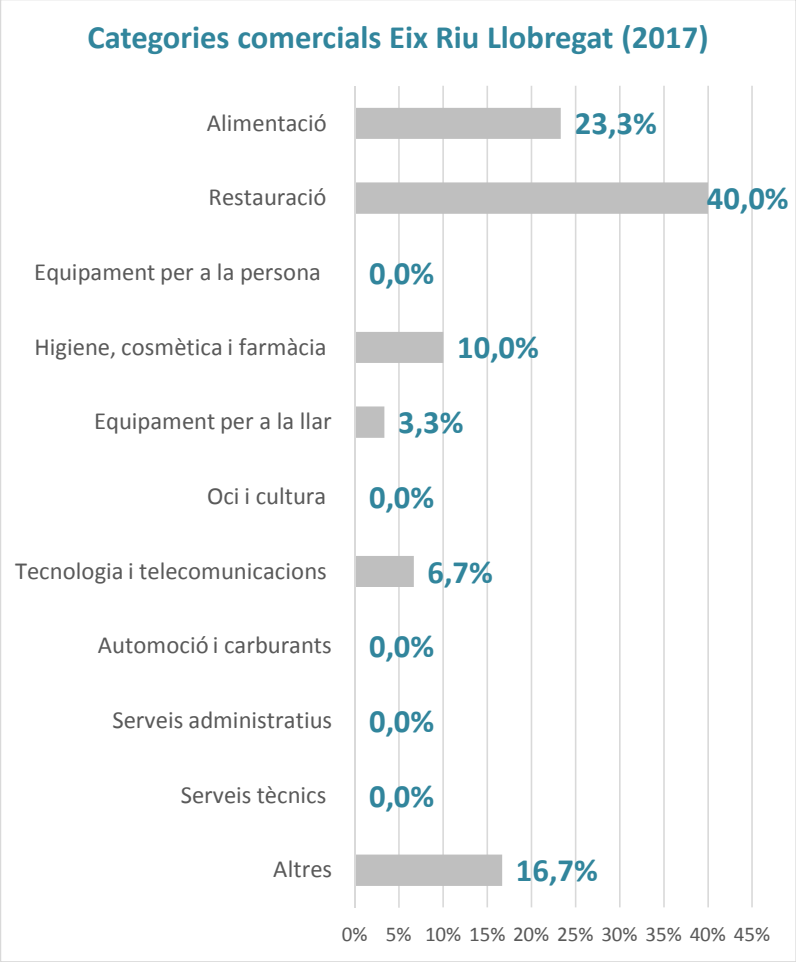
- També a **l'eix Riu Llobregat**, s'observa que les **tipologies de comerç amb major predomini** són:
  - **Restauració** (40%)
  - **Alimentació** (23,3%)
  - **Altres** (16,7%)

Els **bars i cafeteries** representen el 36,7%, dels establiments dedicats a restauració, mentre que els **restaurants** són només el 3,3%.

En comerç alimentari, els **establiments generalistes, tant especialitzats com no, i les botigues de pa** es reparteixen la representativitat que es situa al voltant del 6,7% per cada subcategoria.

En la categoria d'altres, el 13,3% del total d'establiment són **establiments no especialitzats**.

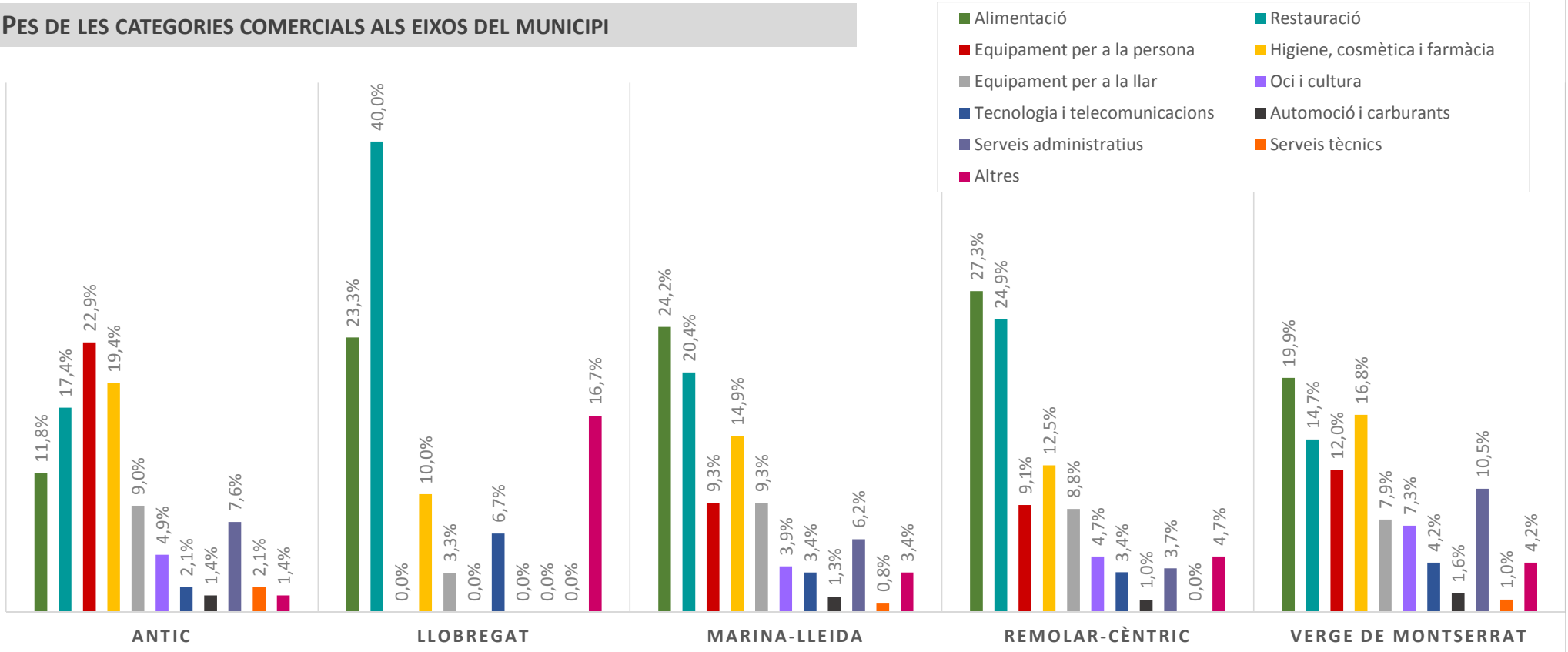
Categoria comercial	*nº d'establiments*
Alimentació	7
Restauració	12
Equipament per a la persona	0
Higiene, cosmètica i farmàcia	3
Equipament per a la llar	1
Oci i cultura	0
Tecnologia i telecomunicacions	2
Automoció i carburants	0
Serveis administratius	0
Serveis tècnics	0
Altres	5
TOTAL	**30**



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

A continuació i a títol de resum, s'indica la **tipologia de comerços predominants en cadascun dels eixos** del municipi.

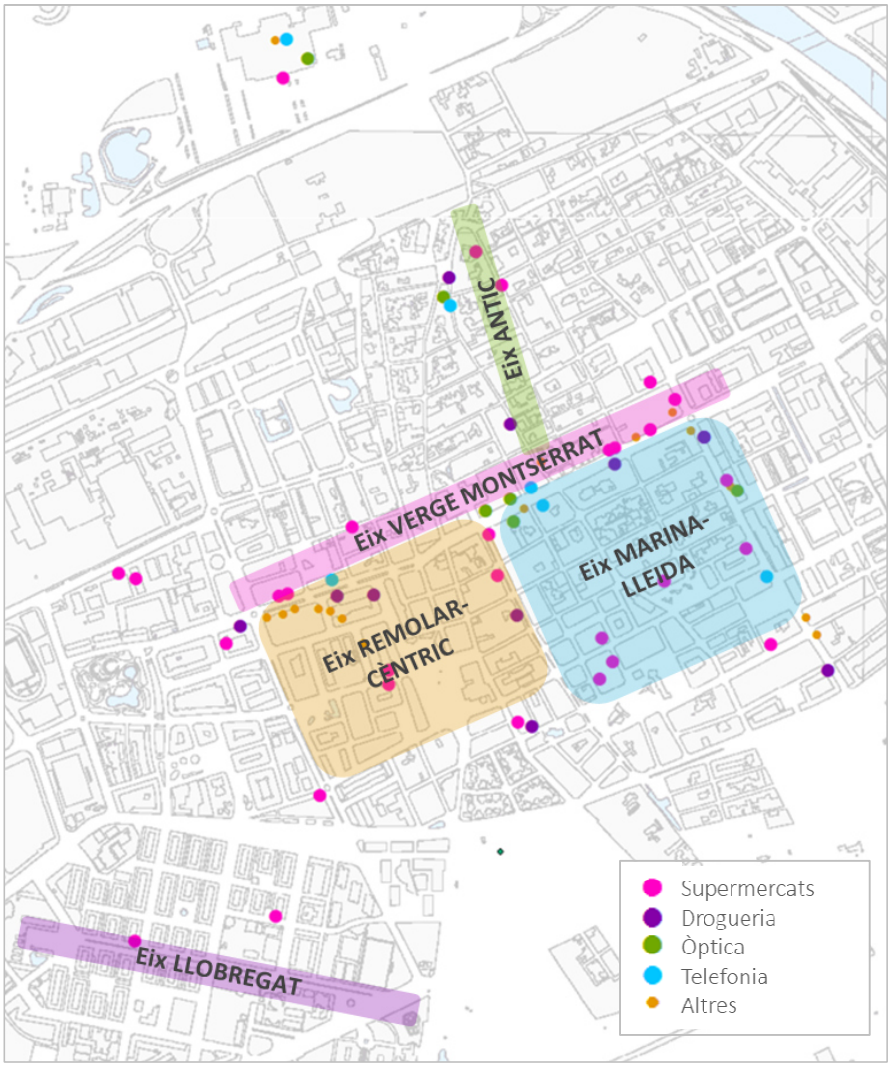
PES DE LES CATEGORIES COMERCIALS ALS EIXOS DEL MUNICIPI



MARQUES ENSENYA

- En el mapa es recullen les diferents **ensenyes de marca reconeguda** que operen al Prat de Llobregat.
- La presència d'aquest tipus de marques al municipi **destaca especialment en les categories de supermercats, drogueria, òptica i operadors de telefonia**.
- Els **supermercats** esdevenen els establiments amb una **major presència** en tots els eixos comercials. Les ensenyes que hi ha presents són les següents:

- La seva localització destaca en les **vies amb major concentració de comerç tradicional**, Avinguda Verge de Montserrat i carrer Lleida. No obstant això, també són presents a la xarxa de carrers secundaris dels diferents eixos.

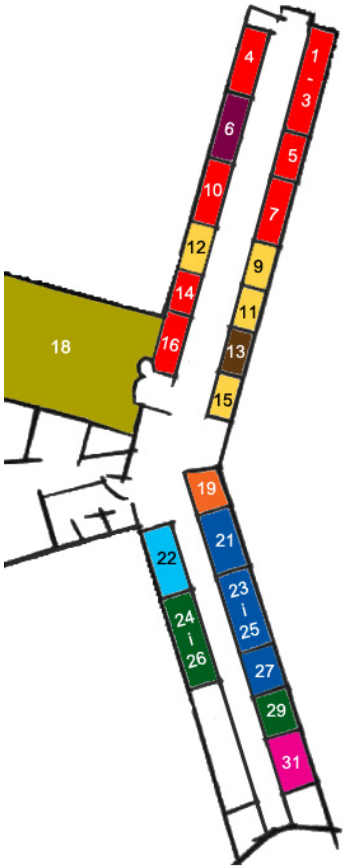


Font: elaboració pròpia.

MERCATS

MERCAT MUNICIPAL DE LA PLAÇA DE LA VILA

- El Mercat Municipal del Prat de Llobregat s'ubica a l'eix Nucli Antic, dins un edifici històric exponent del noucentisme català.
- Actualment compta amb 21 paradistes. La tipologia de negoci predominant és l'alimentació: forn, fruita i verdura, carnisseria, aviram i peixateria. No obstant, hi ha també una parada de confecció, una de drogueria i perfumeria i un restaurant/bar.
- Del total d'espais disponibles dins el recinte n'hi 19 d'ocupats.
- Es tracta d'un **mercat actiu pel que fa a campanyes promocionals organitzades pels paradistes**, en destaquen celebracions com el Nadal, Sant Jordi, carnestoltes, etc.
- Actualment s'està valorant la **possible remodelació** a llarg termini de l'equipament per tal de fer-lo més atractiu.



MERCATS

- A banda del Mercat Municipal, el Prat compta amb dos Mercats més, el del Remolar i el de Plaça Blanes.
- Es tracta de **dos Mercats de caire privat**, localitzats l'un a l'eix del Remolar i entornCèntric i l'altre a l'eix de Marina, que funcionen com a **elements de tracció i dinamització del barri**.
- En ambdós casos, les **instal·lacions han estat reformades** i a dia d'avui, ofereixen un espai modern i funcional per a paradistes i clients.
- No obstant l'anterior, són equipaments que **travessen dificultats i l''elevat nombre de parades buides n'és un indicatiu.** En ambdós casos, els espais desocupats superen el 50%.

MERCAT DEL REMOLAR

- Compta mb un total de 43 espais, dels quals n'hi ha 23 d'ocupats, amb parades que ofereixen principalment productes d'alimentació fresca.
- Els paradistes són actius pel que fa a la organització d'esdeveniments com *showcookings*, degustacions de productes, etc. i, així mateix, es promocionen a través de les xarxes socials.

MERCAT DE LA PLAÇA BLANES

- Compta mb un total de 40 espais, dels quals n'hi ha 11 d'ocupats, amb parades que ofereixen principalment productes d'alimentació fresca.
- El Mercat promociona els seus productes i dona visibilitat a les seves parades mitjançant esdeveniments variats, campanyes i promocions puntuals.

MERCATS

- Addicionalment als Mercats tradicionals, el municipi celebra cada setmana **tres mercats no sedentaris**.

MERCAT DE PAGÈS

- Mercat que cada dissabte al matí s'instal·la a la Plaça de Pau Casals, a l'eix Verge Montserrat.
- L'oferta és principalment de productes frescos de la comarca i dels productors del Parc Agrari. Fruites i verdures de proximitat, i també de ecològiques, totes amb el segell de qualitat Producte FRESC del Parc.
- El nombre de paradistes és d'aproximadament 10.

MERCAT SETMANAL DE DIJOUS

- El mercat setmanal al Prat del Llobregat, o el 'mercadillo', compta amb aproximadament unes 270 parades.
- Es situa a la Ronda Sud, al barri de Sant Cosme i es celebra cada dijous.
- Es tracta d'un format de mercat no sedentari que omple els espais i les vies públiques habilitades.

MERCAT DE SEGONA MÀ

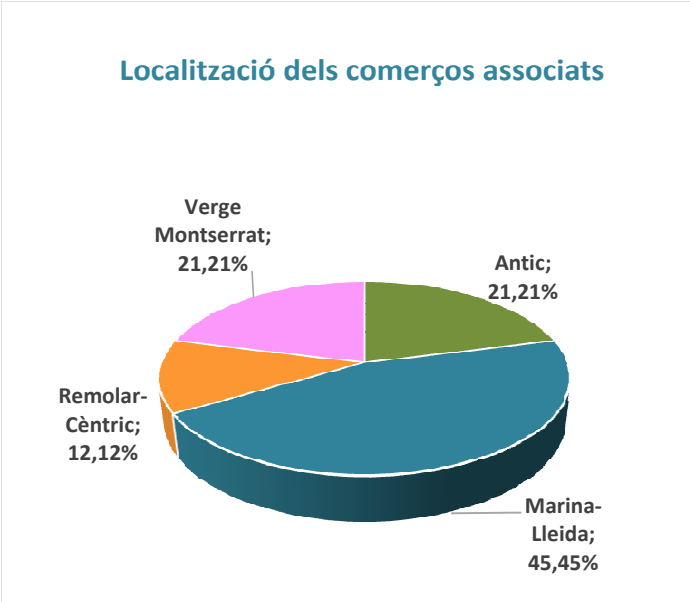
- Aquest mercat compta amb unes 100 parades.
- Té una periodicitat de celebració mensual, el primer diumenge del mes als Jardins del Cementiri Vell.
- Es tracta d'un mercat d'intercanvi i venda d'objectes de segona mà que es fa amb l'objectiu d'allargar la vida dels productes i generar menys residus.

QUALIFICACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL

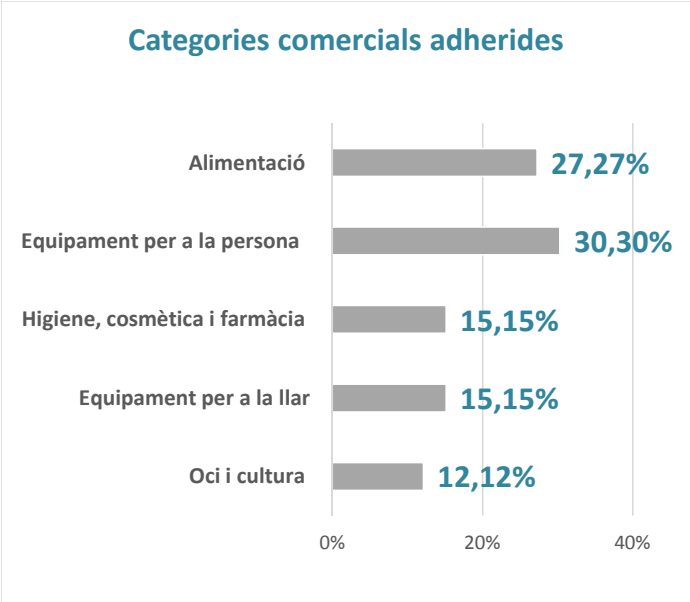
- Un dels elements distintius de la qualitat comercial al Prat de Llobregat és la participació dels establiments en el programa 'Prat Comerç de Qualitat'. Aquest programa, al que ja s'ha fet referència en l'epígraf 2.9. del present informe relatiu a les iniciatives engegades per l'Ajuntament, compta amb un total de 33 establiments adherits.

- De tots els establiments que fins al moment participen del distintiu, el major nombre desenvolupen la seva activitat a l'**eix Carretera de la Marina-Lleida** (45,45%). Seguits dels eixos de **Verge de Montserrat i Antic** (21,21%). L'eix de Remolar-Cèntric és el que té un menor nombre de comerciants adherits al segell. Així mateix, destaca el fet que **cap comerç de l'eix Riu Llobregat** té representació en el programa.

- Pel que fa a categories de comerços, els que més interès mostren per formar part del distintiu són els **comerços d'equipament per a la persona** (30,30%), seguits dels d'**alimentació** (27,27%).
- Els segueixen, els establiments dedicats a higiene, cosmètica i farmàcia i equipament per a la llar (15,15% ambdós) i oci i cultura (12,12%).
- Destaca la **manca de representació dels col·lectius de restauració**.



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.



Font: elaboració pròpia amb dades extretes del registre CNAE.

QUALIFICACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL

- Addicionalment, s'ha dut a terme un treball de camp d'observació dels establiments localitzats en els carrers amb major concentració comercial de cadascun dels eixos del municipi. Amb aquest exercici es pretén avaluar, a través de l'aspecte extern dels comerços, la seva capacitat d'atracció de públic i, en darrer terme, la qualitat de l'oferta.
- Els elements objecte de valoració són:
  - ⇨ Aspecte general dels establiments, aparadors i retolació.
  - ⇨ Invasió d'espais públics.
  - ⇨ Estat dels edificis, les façanes i locals buits.

ASPECTE GENERAL DELS ESTABLIMENTS, APARADORS I RETOLACIÓ

- Pel que fa als establiments adherits a 'Prat Comerç de Qualitat' o a les principals associacions de comerciants del municipi, utilitzen distintius d'acreditació als aparadors o elements aeris que en faciliten la identificació.
- Existeix una gran **heterogeneïtat** pel que fa a l'aspecte dels locals comercials, dels aparadors i els rètols, tant identificatius del negoci com informatius dels productes i/o serveis oferts.

- En general es tracta d'elements que cada comerciant personalitza en funció de la identitat del negoci i del públic objectiu al qual s'adreça.
  - S'observen comerços que inverteixen un gran esforç en cuidar l'estètica dels aparadors, la retolació exterior i interior i en crear un ambient proper i acollidor per al client.
  - Altres comerços, més orientats a preus i promocions, mostren aparadors amb més cartells i elements de publicitat i espais més plens de productes i informació.

INVASIÓ D'ESPAIS PÚBLICS

- La invasió de les voreres i/o dels espais públics és freqüent especialment en determinades tipologies de comerços com són els alimentaris (fruiteries, queviures, etc.) i/o els establiments de restauració (restaurants i bars).
- Predominen els cartells informatius de preus o de serveis i l'exhibició de productes com ara la fruita i la verdura.

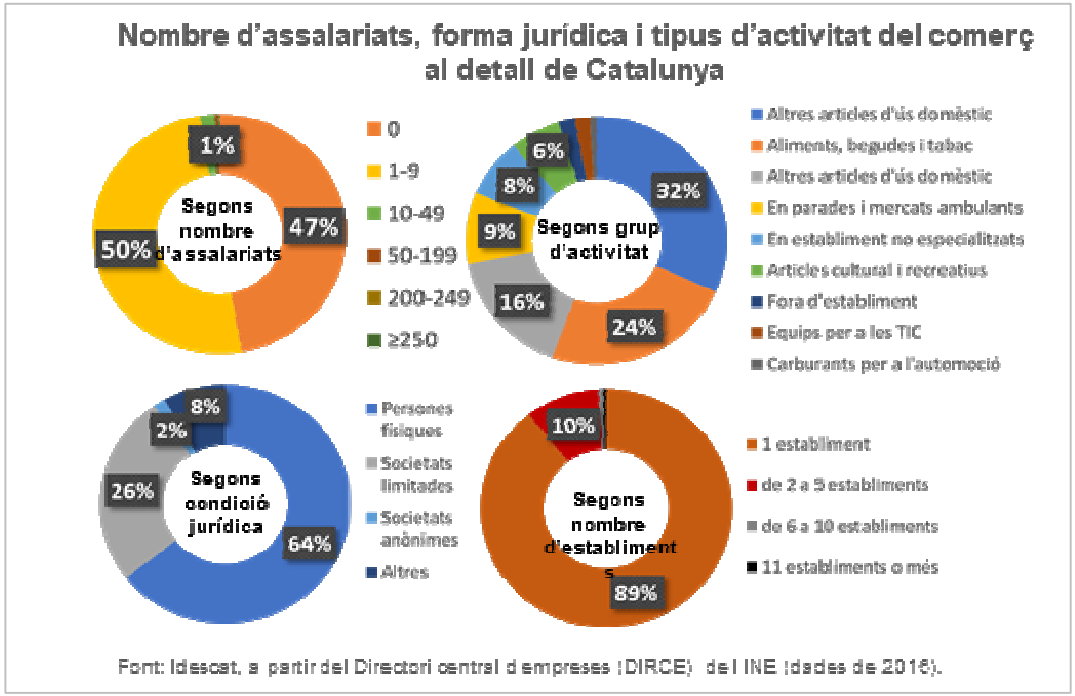
ESTAT DELS EDIFICIS, LES FAÇANES I LOCALS BUITS

- En alguns casos, es denota la manca de manteniment dels locals i de la retolació.
- S'observen forces edificis en mal estat i façanes descuidades, principalment en aquelles zones dels eixos amb menor concentració comercial.
- En els diferents eixos hi ha locals buits. En molts d'ells es denota una important manca de manteniment i pel que fa a la informació relativa a la disponibilitat del local, no és atractiva.

DIMENSIÓ DELS NEGOCIS

El sector del **comerç al detall** a Catalunya està **basat en la petita empresa**.

- Una part important dels comerços al detall de Catalunya o bé **no disposen d'assalariats** (47%) o bé disposen d'entre 1 i 9 treballadors (50%).
- La gran majoria estan formades per **autònoms** (el 64%), seguit de societats limitades (26%). Al Prat del Llobregat al 2014 el volum de comerços regentats per autònoms era del 81%, mentre que les societats limitades representaven el 10%.
- El **grup d'activitat més nombrós**, és el dels **comerços alimentaris**, que suposa un 24% sobre el total.
- La major part d'empreses de comerç al detall té únicament **un sol establiment** (gairebé el 90%). En el cas del Prat del Llobregat al 2014, aquesta xifra era del 80%.



Font: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) del INE (dades de 2016).

Al Prat de Llobregat les característiques dels comerços mantenen una línia similar a la del conjunt de Catalunya (*).

Cal remarcar així mateix que, en els darrers anys, l'impacte de la crisi econòmica ha propiciat el tancament de moltes de les botigues tradicionals que operaven al municipi.

(*) D'acord amb les entrevistes i el *focus group* realitzats i prenent com a referència les dades recollides a l'Informe de resultats quantitatiu i qualitatiu del comerç i la restauració del Prat del Llobregat de desembre de 2014, elaborat per Prisma Urbà.

PREU DELS ESTABLIMENTS COMERCIALS AL PRAT DE LLOBREGAT

Entre 2016 i 2017 s'ha produït un **increment de preus dels establiments comercials**.

- A nivell català, els **preus de l'oferta de lloguer dels locals comercials** han augmentat un 4%, fins a 9,83€/m2 mensuals. Al Prat del Llobregat els preus es situen en els **7,86€/m2 mensuals** per al 2017.
- Pel que fa a la rotació mitjana del sostre de lloguer dins l'AMB és del 43%, posicionant-se **el Prat de Llobregat com un dels municipis amb major dinamisme entre l'oferta de locals comercials i el seu lloguer**.
- En aquesta mateixa línia els **preus de venda dels locals comercials** han incrementat a Catalunya un 1%, fins assolir els 1.458€/m2. Al Prat de Llobregat l'import de venda dels locals es troba al 2017 en els **1.295€/m2**.

PERFIL DELS COMERCIANTS AL PRAT DE LLOBREGAT(*)

A banda dels trets característics que presenta el comerç en general, el perfil dels comerciants del municipi quant a professionalització del col·lectiu es defineix en base als següents aspectes:

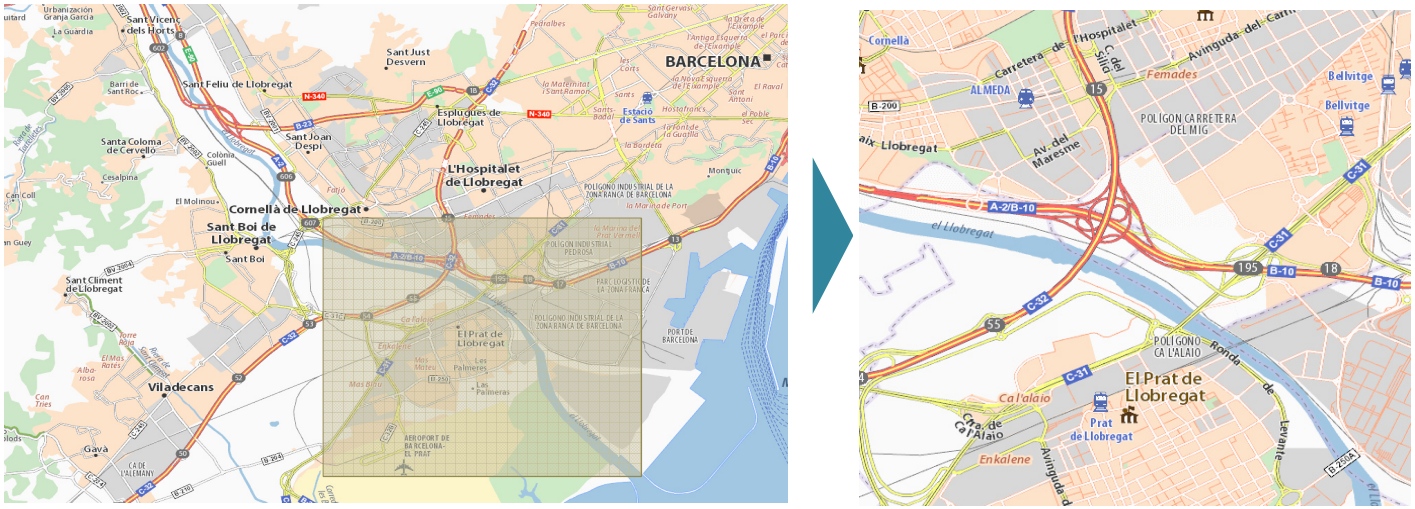
- Les **persones que regenten els establiments comercials tenen una edat mitja de 45 anys,** un perfil generacional alineat amb l'edat mitja de la població (42 anys).
- El **nivell d'estudis escàs**, el 45% dels comerciants no tenia finalitzats els estudis primaris al 2014, i el 25% addicional comptava únicament amb estudis primaris.
- La majoria de comerciants tenen **experiència en el sector comercial**, no obstant **són pocs els que compten amb formació específica en gestió del negoci, màrqueting, noves tecnologies** o aspectes que puguin influir en el desenvolupament futur dels establiments i la seva adaptació a les noves necessitats dels compradors.
- Pel que fa al col·lectiu immigrant, **al 2013 el 12,6% dels establiments estaven regentats per persones immigrades**. El col·lectiu xinès era llavors el més representatiu, assolint el 5,7% dels establiments. Per categories, el comerç mixt, l'alimentació i l'equipament de la persona són les tipologies d'establiment amb major presència immigrada.

(*) D'acord amb les entrevistes i el *focus group* realitzats i prenent com a referència les dades recollides a l'Informe de resultats quantitatiu i qualitatiu del comerç i la restauració del Prat de Llobregat de desembre de 2014, elaborat per Prisma Urbà.
La taxa d'estrangeria al Prat era al 2014 era del 7,8 %, inferior a la mitjana catalana segons dades del Pla Local de Ciutadania 2015-2020.

COMPETÈNCIA

- En l'àmbit de la competència, els factors de mobilitat i connectivitat condicionen el trànsit i els fluxes comercials impacten directament a la competitivitat del comerç del Prat del Llobregat.
- En concret la **xarxa viària i la línia 9 del metro.**
- D'una banda, són **elements susceptibles d'atraure una major afluència de persones al municipi** i, per tant, de generar un major potencial de venda i noves oportunitats per als comerciants del municipi.
- No obstant això, també són **elements que apropen al ciutadà pratenc a eixos i centres comercials d'altres municipis** veïns que compten amb una major oferta comercial de marques, restauració i lleure. Per tant, tenen capacitat per desviar el trànsit i el volum de vendes del municipi cap a altres emplaçaments.

PRINCIPALS VIES DE COMUNICACIÓ: A-2, B-10, C-31 I C-32



LÍNIA 9 DEL METRO

Font: elaboració pròpia.

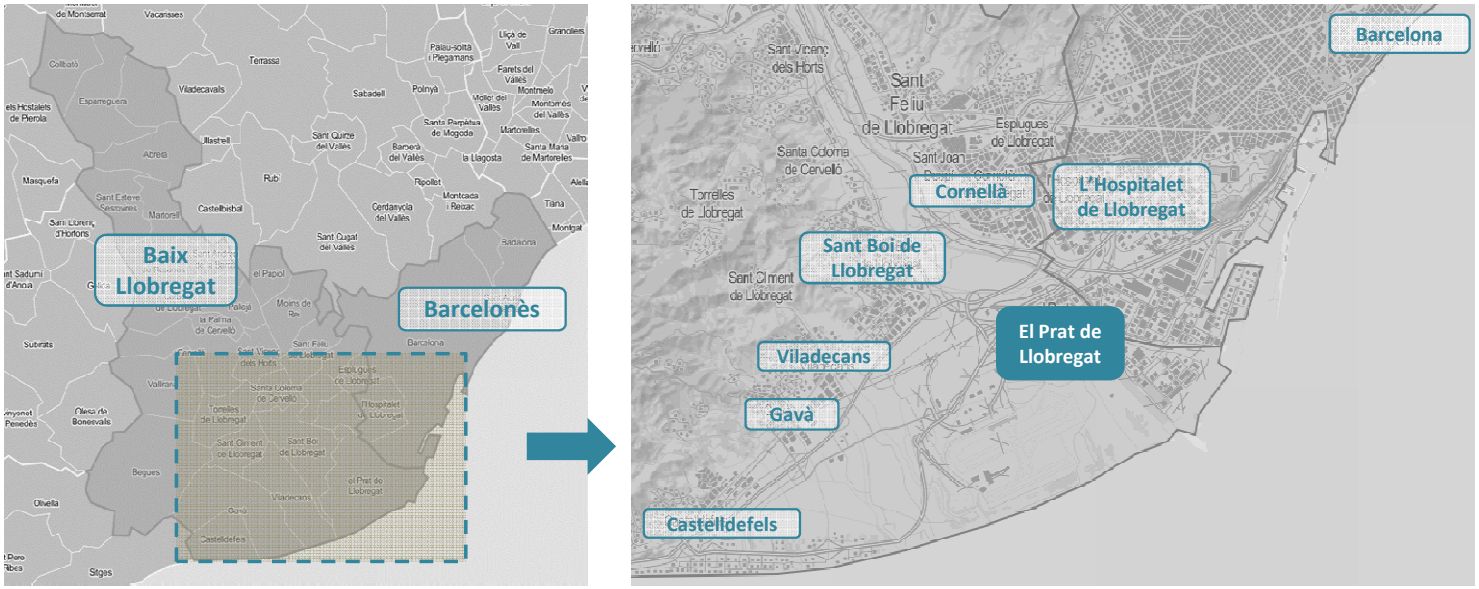
- Els **principals centres d'atracció comercial,** fora del municipi, per als residents del Prat de Llobregat i, per tant, competència directa per als eixos comercials del municipi, són els **comerços dels municipis veïns i els centres comercials**.

Comerços dels municipis veïns

- Tot i que la valoració que es fa del comerç del Prat de Llobregat és positiva, **l'oferta i els eixos comercials** dels **municipis veïns són també atractius per als consumidors**.

- L'Enquesta d'hàbits de consum i compra (2017) elaborada per la Diputació de Barcelona, posa de manifest que poblacions properes, com l'Hospitalet de Llobregat, Cornellà, Sant Boi, Viladecans, Gavà, Castelldefels i Barcelona, esdevenen **bones alternatives de compra per als consumidors, que valoren la seva oferta comercial amb puntuacions superiors al 7** (sobre 10 – el Prat obté un 7,42).

Municipis competència del Prat del Llobregat



Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

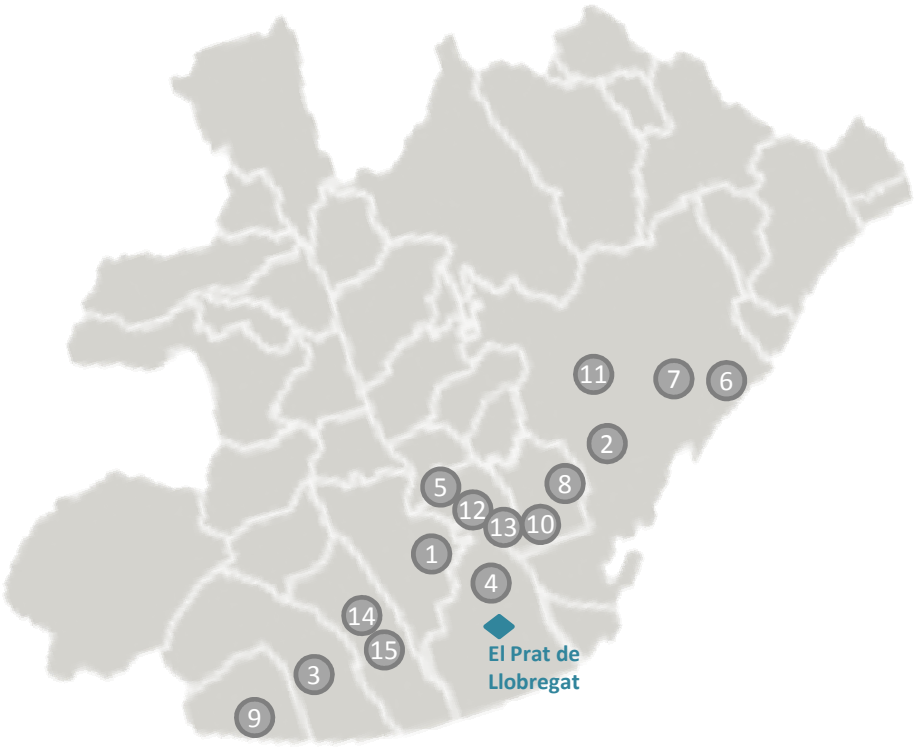
Centres Comercials

- A l'entorn del Prat de Llobregat, hi ha un nombre elevat de grans centres comercials amb superfícies superiors als 25.000m^2.
- Destaquen especialment per la proximitat en quant a distància, o per la facilitat d'accés i desplaçament, els següents:
    - **Centre comercial Ànec Blau**
    - **Centre comercial Barnasud**
    - **Centre comercial Splau**
- Així mateix, i d'acord amb l'índex d'atracció i pèrdues(*), els pratencs solen visitar i fer les seves compres als centres comercials de **l'Hospitalet de Llobregat i Barcelona** principalment.

  Ambdós municipis ofereixen una àmplia varietat de grans superfícies comercials amb una bona xarxa d'accessos i comunicacions.

1. Alcampo Sant Boi	6. Diagonal Mar	11. L'Illa Diagonal
2. Arenas	7. Glòries	12. Llobregat Centre
3. BarnaSud	8. Gran Via 2	13. Splau
4. Carrefour el Prat	9. Ànec Blau	14. The Style Outlets
5. Corte Inglés Cornellà	10. La Farga	15. Vilamarina

Centres comercials a l'àrea metropolitana amb superfície comercial superior als 25.000m^2



Font: elaboració pròpia.

QUÈ OFEREIXEN ELS CENTRES COMERCIALS ALS CONSUMIDORS?

ACCESSIBILITAT

- Facilitat d'accés a través de les principals vies de comunicació.
- Aparcament gratuït, sota coberta i de gran capacitat.
- Connexió amb el centre urbà mitjançant línies d'autobús.

AMBIENT

- Edificis climatitzats amb bona temperatura ambient tot l'any.
- Adequació paisatgística dels espais interns i externs.

OFERTA

- Varietat comercial en quant hostaleria, oci i moda entorn a un hipermercat o diferents cadenes de supermercats.
- Ampli horari comercial (obren fins tard i no tanquen al migdia).
- Serveis addicionals per a famílies, nens, mascotes, etc.

GARANTIA

- Grans operadors líders de mercat que aporten la seguretat i la fiabilitat de marca.
- Oferta de preus més atractius, qualitat elevada i política de vendes estandarditzada.
- Campanyes promocionals i de fidelització comuns.

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
    1. Consideracions prèvies
    2. Perfil dels enquestats
    3. Valoració de l'oferta comercial
    4. Hàbits de compra
    5. Productes ecològics i de proximitat
    6. Compres on-line
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

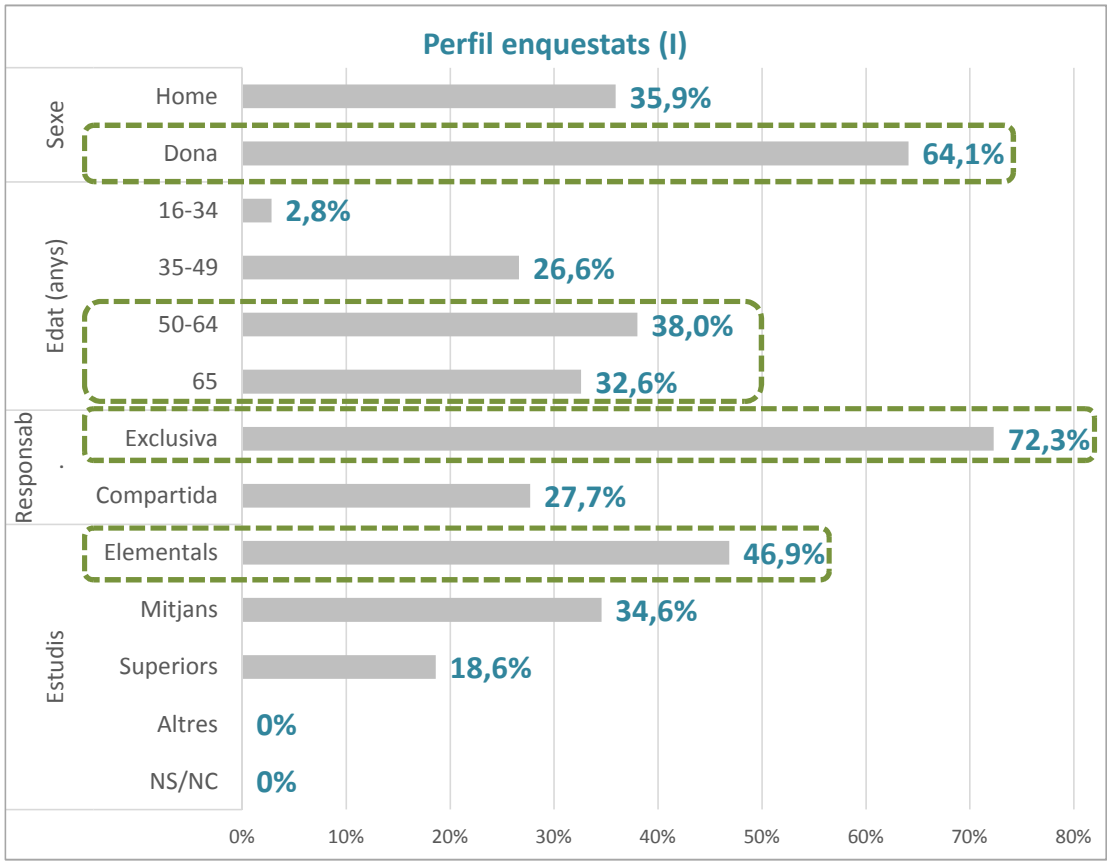
CONSIDERACIONS PRÈVIES

- Per dur a terme l'anàlisi de la demanda al Prat de Llobregat, **la Diputació de Barcelona ens ha facilitat les dades de l'Enquesta d'hàbits de consum i compra (2017)** de la demarcació de Barcelona segmentades per municipis. De manera que s'ha pogut extreure informació individualitzada per al municipi del Prat.
- El contingut de la informació facilitada es basa en una enquesta telefònica realitzada als responsables de compra d'unes 8.000 llars (a tota la província de Barcelona) i una **mostra de 71 a la localitat del Prat de Llobregat**.
- Al llarg del següent capítol s'identifiquen les particularitats més significatives de la demanda local al Prat de Llobregat, seguint els grans blocs tractats a l'anàlisi de resultat de l'enquesta:
    - Els **perfils de les llars i dels consumidors** participants.
    - La **valoració de l'oferta comercial** al municipi.
    - Les seves **preferències quant al lloc on es realitza la compra** de les diferents tipologies de producte (al barri de residència o en un altre, al propi municipi o fora d'aquest, etc.).
    - Els hàbits pel que fa a **freqüència de compra, els horaris o la despesa**.
    - Les motivacions de la compra respecte als **productes ecològics i de proximitat**.
    - La **compra *on-line***.

PERFIL DE LA MOSTRA

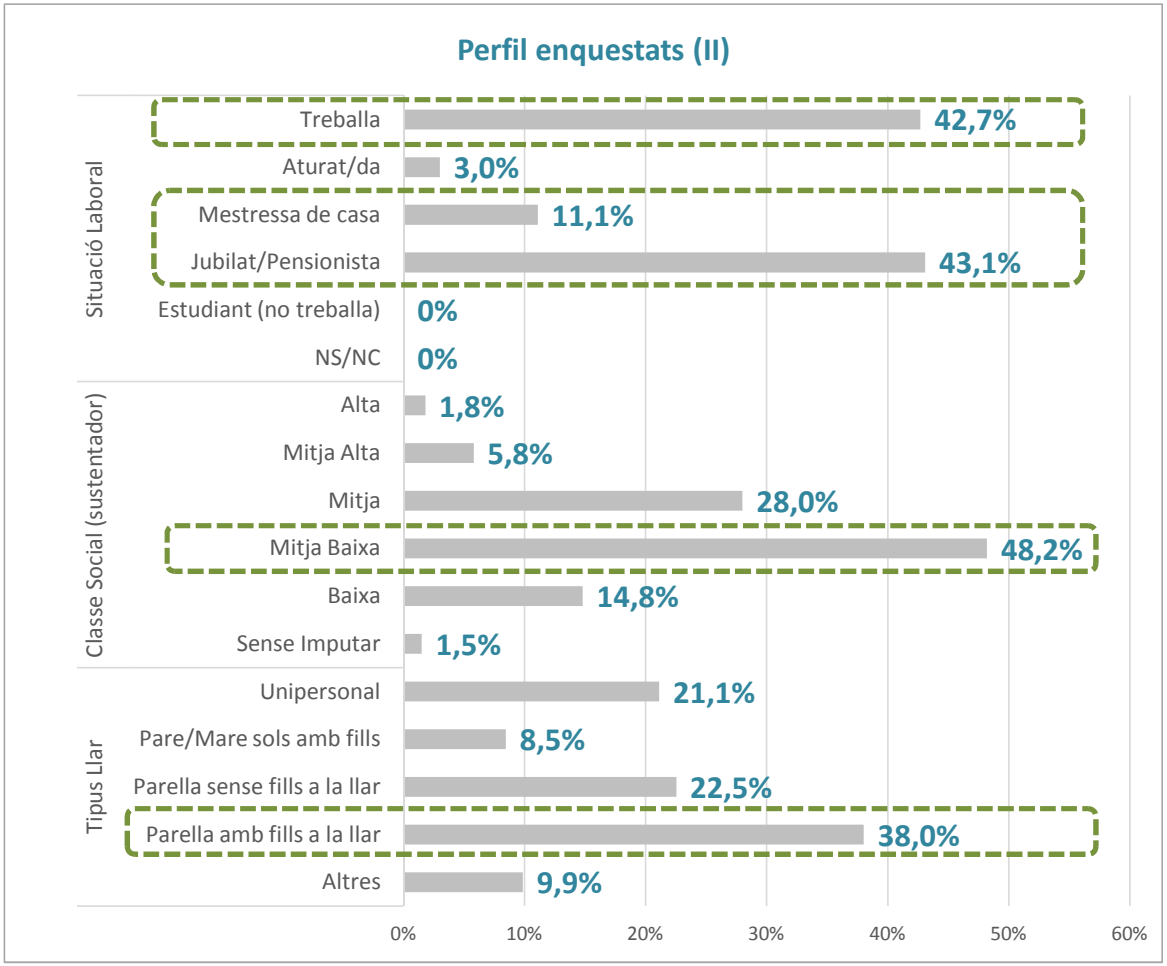
- La mostra de pratencs a la que s'ha enquestat és representativa del conjunt de residents al municipi, d'acord amb les dades analitzades en l'epígraf 2.2. relatiu a l'Entorn demogràfic, del present informe. Els principals trets són els que es destaquen tot seguit:

  - Del total dels **71 entrevistats** residents al Prat del Llobregat, predomina el col·lectiu femení, amb un 64,1% de **dones.**
  - Cal considerar que més del 70% dels perfils entrevistats són **majors de 50 anys.** Aspecte que guarda coherència amb les dades de la piràmide demogràfica del municipi.
  - Així mateix, el 72% dels qui han respost l'enquesta, són els **responsables de fer les compres** per a la llar.
  - Pel que fa a nivell d'estudis, gairebé la **meitat compten amb formació elemental.** Mentre que un 18,6% té estudis superiors.



Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

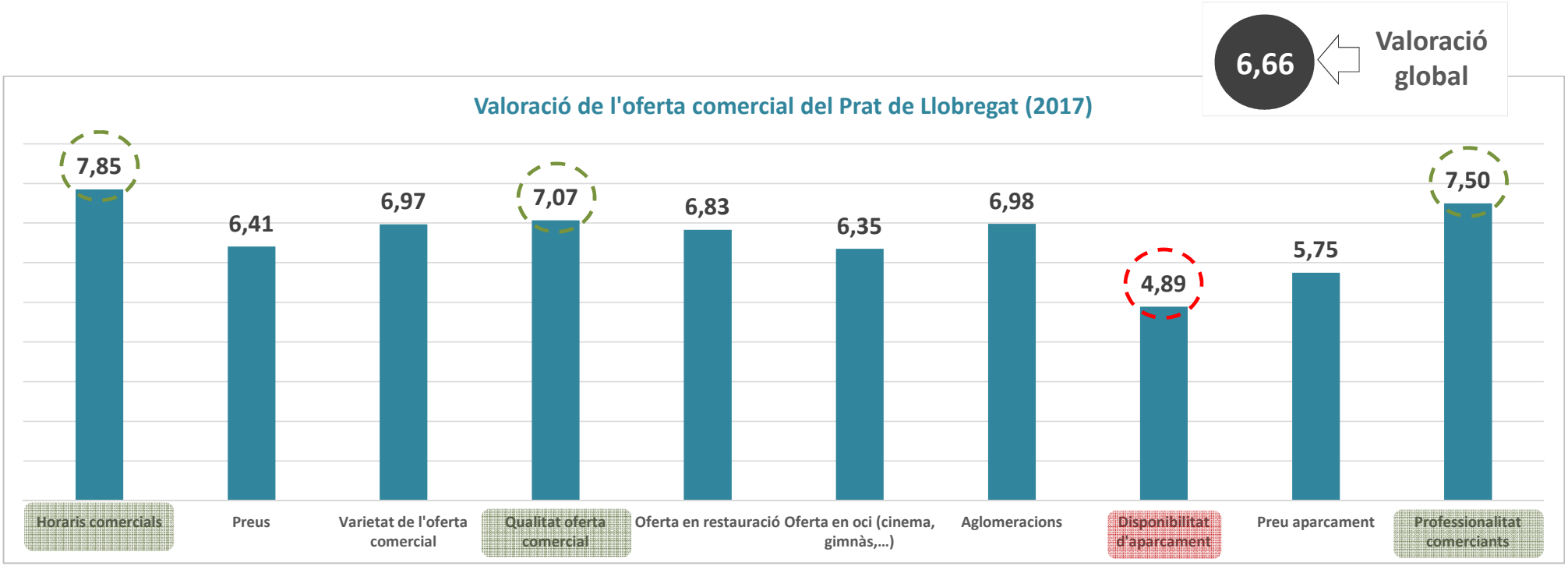
- De la mostra, el **42,7% tenen una situació laboral activa**, mentre que el **43,1% són jubilats, pensionistes o mestresses de casa**. El 3% són a l'atur, una taxa menor que la mitja del municipi (12%).
- Davant la consideració de la classe social a la que pertanyen els entrevistats, predomina la impressió general de pertinença a grups de **classe mitja, mitja-baixa i baixa.**
- Pel que fa a l'estructura de les llars entrevistades, predominen **les parelles amb fills a la llar** (38%), seguit de les **parelles sense fills** (22,5%) i les **llars unipersonals** (21%).



Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

VALORACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL

- Els enquestats consideren que els majors **avantatges** de comprar al Prat de Llobregat són els **horaris comercials**, la **professionalitat dels comerciants** i la **qualitat de l'oferta**.
- Per contra, el que més els hi **manca** és la **disponibilitat d'aparcament**.

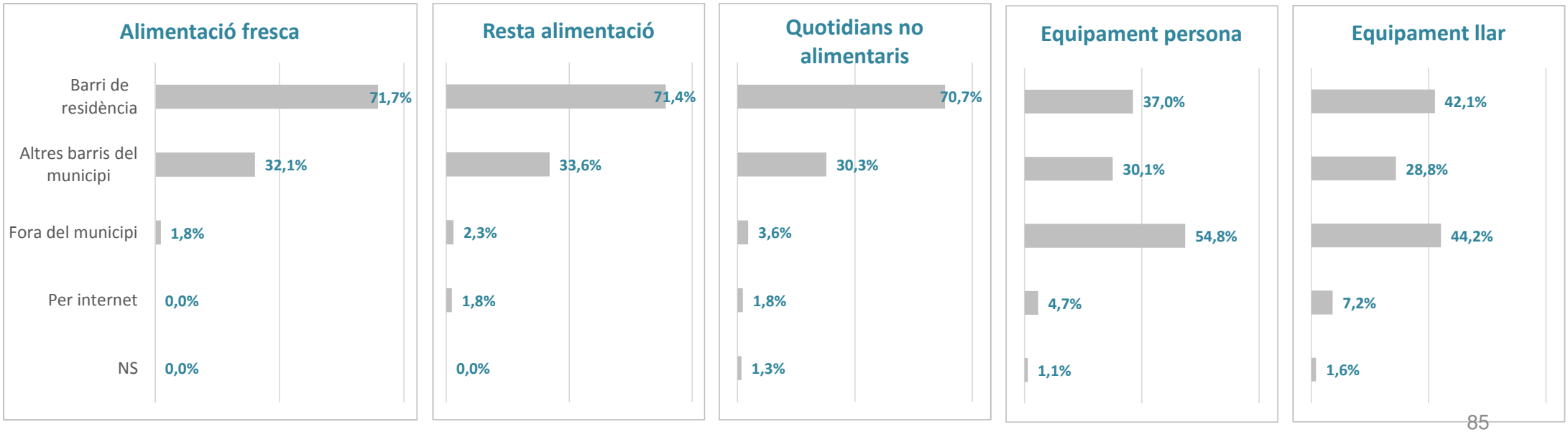


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE LES COMPRES

- Aproximadament el **70%** dels pratencs enquestats compren al seu propi **barri de residència** els **productes quotidians** (alimentació fresca, resta alimentació i quotidians no alimentaris).
- Al voltant del **30%** es desplacen a **altres barris** del Prat de Llobregat a fer tot tipus de compres.
- Pràcticament ningú compra productes quotidians fora del Prat (<5%), però els residents sí que es desplacen fora del municipi per comprar productes d'**equipament de la persona** (54,8%) **o de la llar** (44,2%).
- Pel que fa a compres per **internet**, són molt minoritàries, sent el percentatge més elevat en **equipament per la llar** (7,2%).

LOCALITZACIÓ DE LES COMPRES PER CATEGORIES

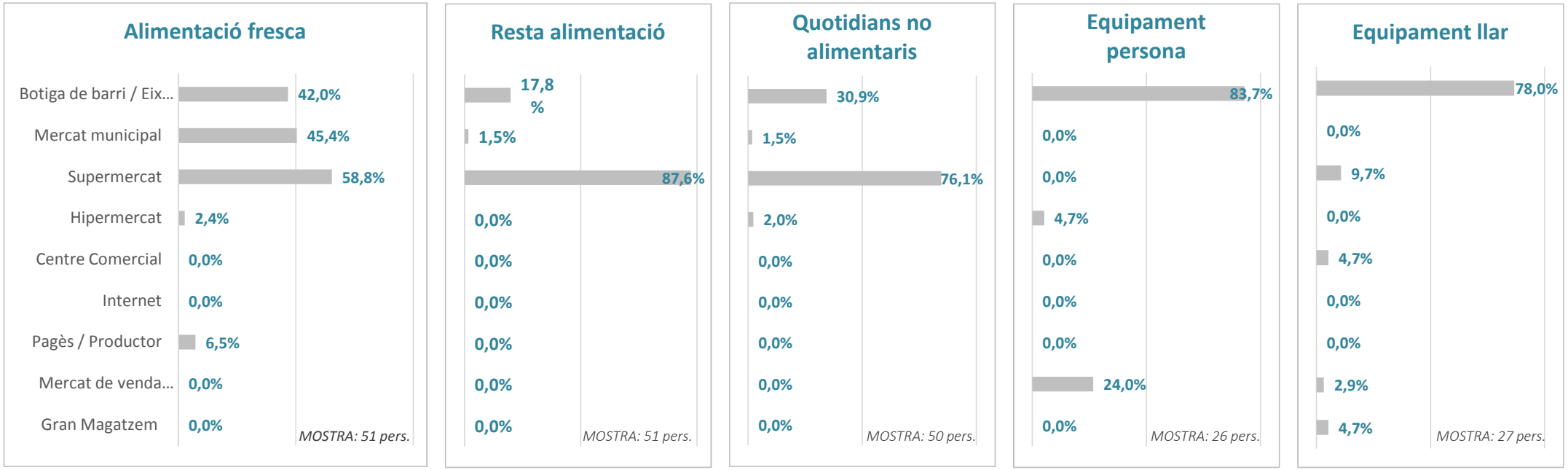


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 63 pers.

HÀBITS DE COMPRA: BARRI DE RESIDÈNCIA

- Els hàbits de compra **dins el propi barri** són força diversos. La compra **d'alimentació fresca** es concentra en el **supermercat** (58,8%), en el **Mercat Municipal** (45,4%) i en les **botigues de barri/eix comercial** (42%). En canvi la **resta d'alimentació** i els productes **quotidians no alimentaris** es concentren sobretot als **supermercats** (87,6% i 76,1% respectivament).
- Tant **l'equipament de la persona com de la llar** es compren principalment a les **botigues de barri/eix comercial** (83,7% i 78%). Cal destacar que a més, un 24% dels enquestats va a **mercats no sedentaris** a comprar productes d'**equipament de la persona**.

ESTABLIMENT -DEL BARRI DE RESIDÈNCIA- ON ES REALITZA LA COMPRA PER CATEGORIES

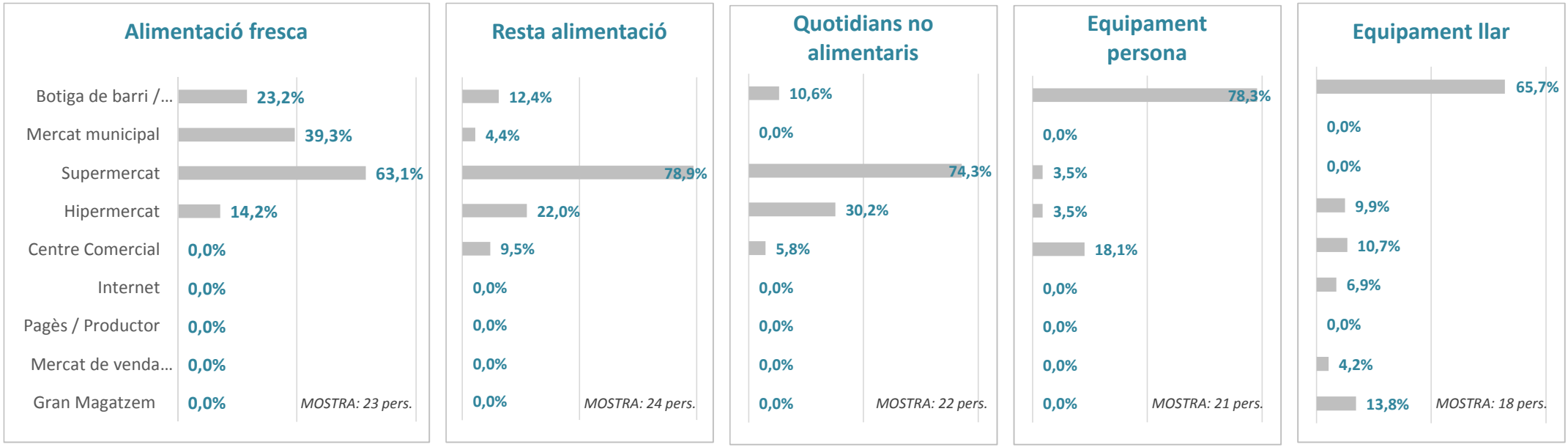


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

HÀBITS DE COMPRA: ALTRES BARRIS

- La **compra fora del propi barri de residència** és prioritària en productes d'**alimentació fresca**, un tipus de compra que es fa sobretot als **supermercats** (63,1%), **Mercats Municipals** (39,3%) i **botigues de barri** (23,2%).
- Pel que fa a la **resta d'alimentació** i per als productes **quotidians no alimentaris** que els pratencs compren fora del barri, trien anar a **supermercats** (78,9% i 74,3%) i a **hipermercats** (22% i 30,2%).
- Tant l'**equipament de la persona** com l'**equipament de la llar** es fan majoritàriament a **botigues d'altres barris o eixos comercials** (78,3% i 65,7%).

ESTABLIMENT -FORA DEL BARRI DE RESIDÈNCIA- ON ES REALITZA LA COMPRA PER CATEGORIES

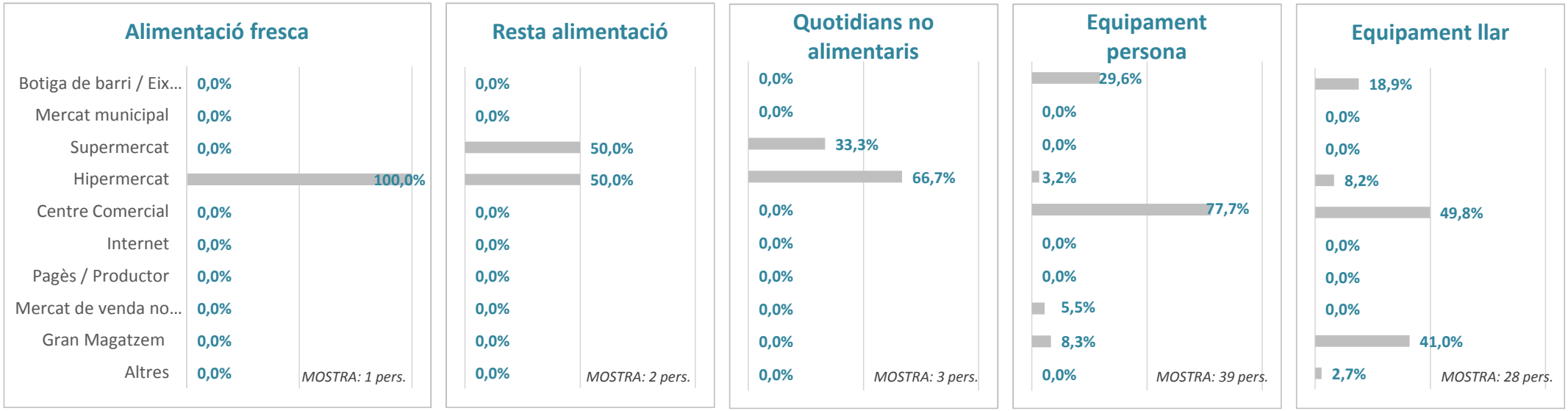


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

HÀBITS DE COMPRA: ALTRES MUNICIPIS

- Són poques les persones que es desplacen **fora del municipi** per comprar productes quotidians, i les que ho fan és per anar a **un supermercat o hipermercat**.
- En quant a **l'equipament de la persona**, la preferència és el **centre comercial** (77,7%) o a la **botiga de barri/eix comercial** (29,6%) **fora del municipi.**
- Pel que fa a l'**equipament de la llar**, també destaquen els **centres comercials** (49,8%), **grans magatzems** (41%) i **botigues de barri/eixos comercials d'altres municipis** (18,9%).

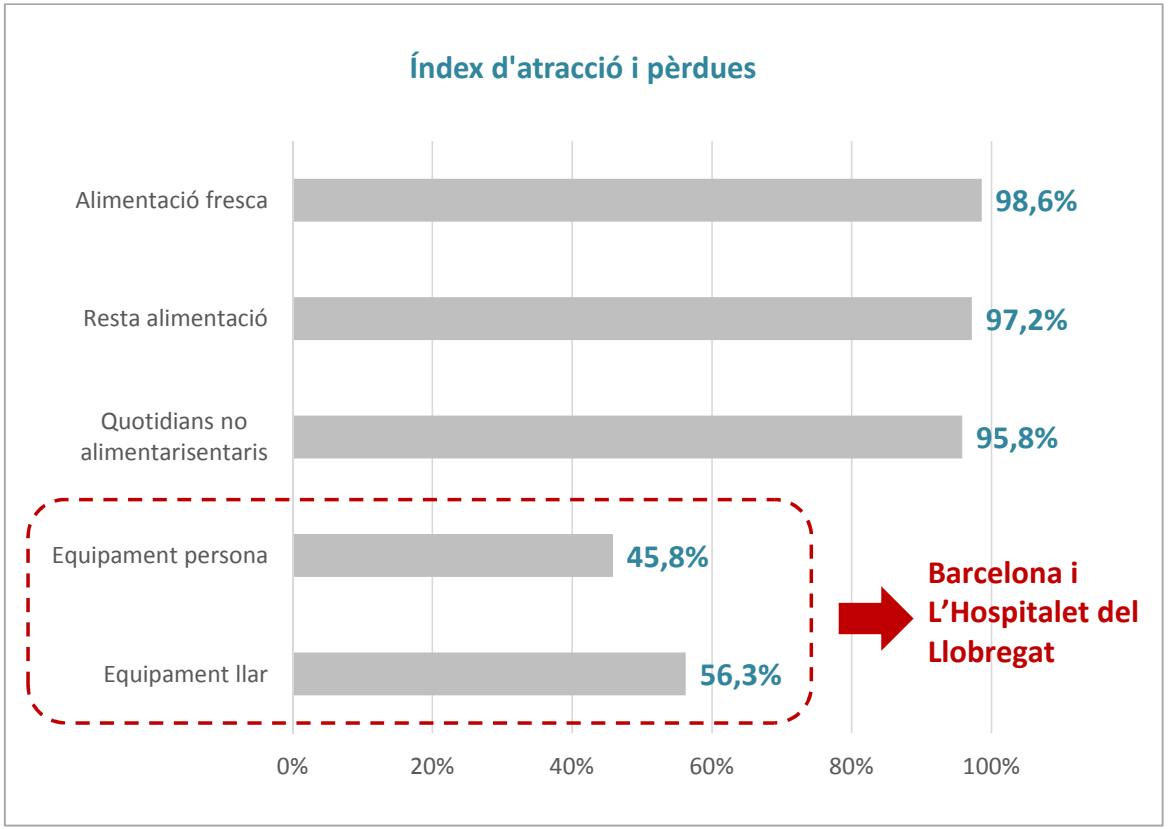
ESTABLIMENT -FORA DEL MUNICIPI- ON ES REALITZA LA COMPRA PER CATEGORIES



Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

HÀBITS DE COMPRA: ATRACCIÓ I PÈRDUES

- La compra de **productes frescos, alimentació en general i altres productes quotidians no alimentaris, és captiva al municipi**. Els índexs per a les tres tipologies de productes superen el 95%.
- En canvi, **no passa el mateix en productes d'equipament de la persona i de la llar**, amb uns índex inferiors al 60%.
- En aquest darrer cas, es posa de manifest que aquest tipus de compres es fan a **Barcelona** o bé a **l'Hospitalet de Llobregat**, municipis limítrofes més grans i amb major oferta comercial.

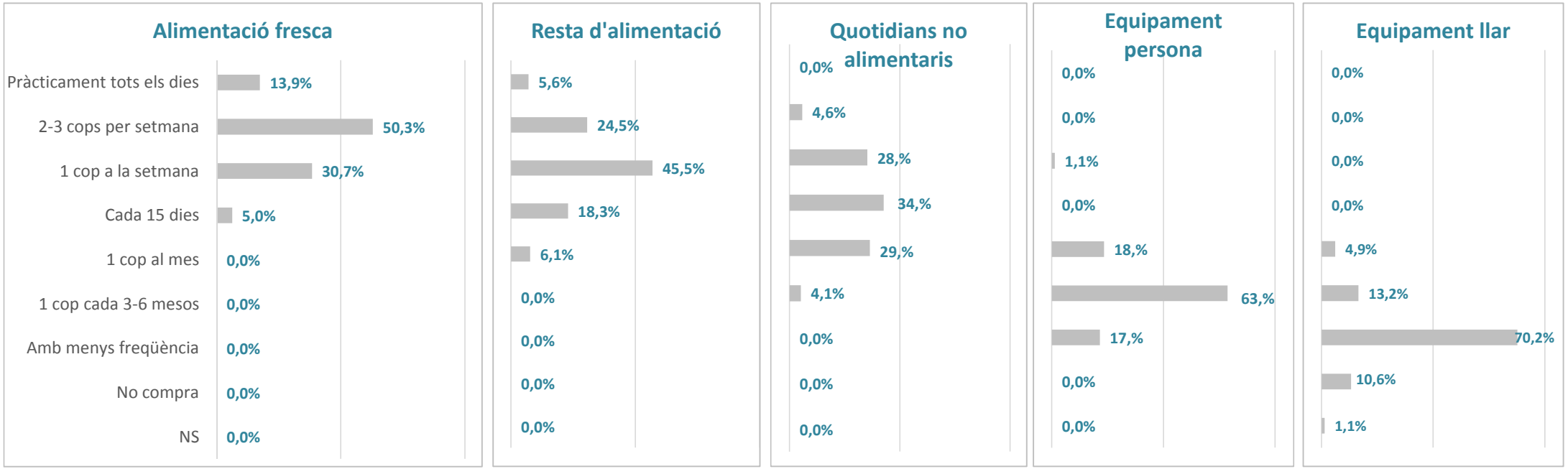


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

HÀBITS DE COMPRA: FREQÜÈNCIA

- Els **productes frescos i l'alimentació** són els que mostren una major freqüència d'aprovisionament per part dels consumidors**, un cop per setmana com a mínim**.
- A l'altre extrem, els productes **d'equipament per a la llar**, que solen comprar-se amb **freqüència anual**.

FREQÜÈNCIA DE LA COMPRA PER CATEGORIES

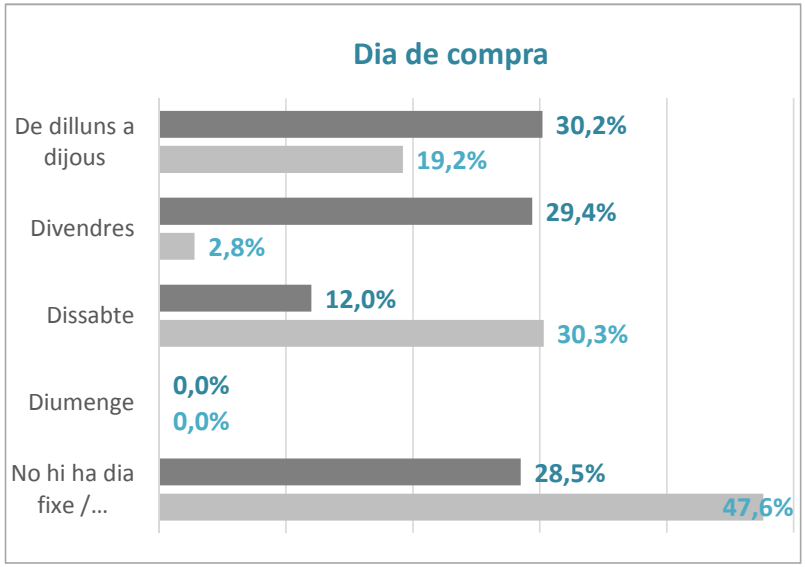


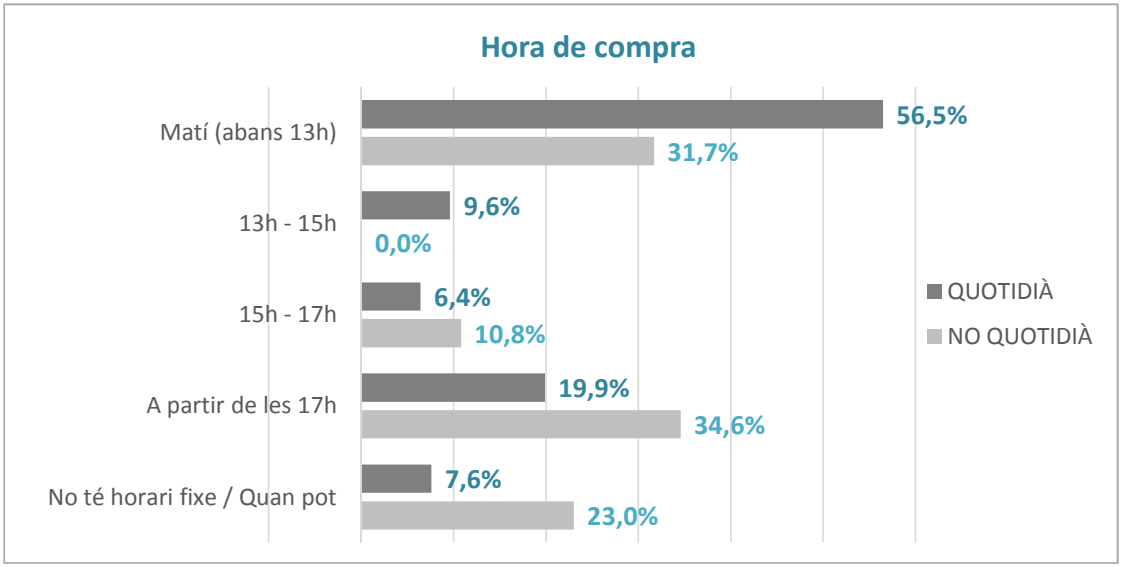
Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

HÀBITS DE COMPRA: HORARIS

- L'hàbit de compra de **producte quotidià** és principalment els **dies feiners** (59,6%), encara que un 28,5% no tenen cap dia fixe o li és indiferent. Per la compra de **producte no quotidià**, la majoria dels enquestats **no tenen cap dia fixe o els hi és indiferent** (47,6%), seguits del 30,3% que hi solen anar els **dissabtes**. El 21% hi va algun dels **dies feiners.**

- L'horari prioritari per la compra de **productes quotidians** és als **matins**, fins les 13h (56,5%), seguit de les **tardes** a partir de les 17h (19,9%). Són pocs els enquestats que fan la compra al migdia, entre les 13h i les 17h. Respecte als hàbits de compra dels **productes no quotidians**, un 34,6% hi va **a partir de les 17h**, seguit del 31,7% que hi van **abans de les 13h**. Són també pocs els enquestats que hi van al migdia.

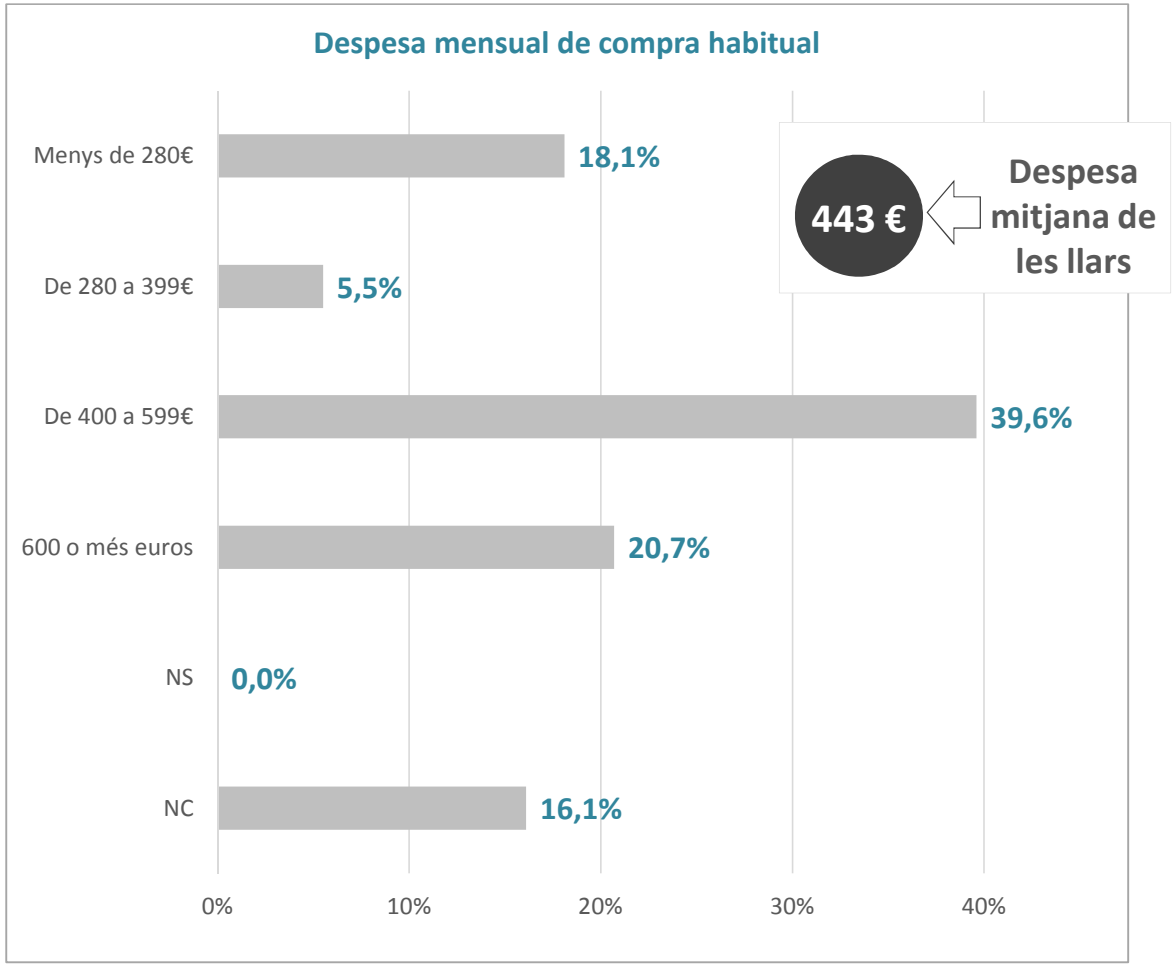




Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

HÀBITS DE COMPRA: DESPESA MENSUAL

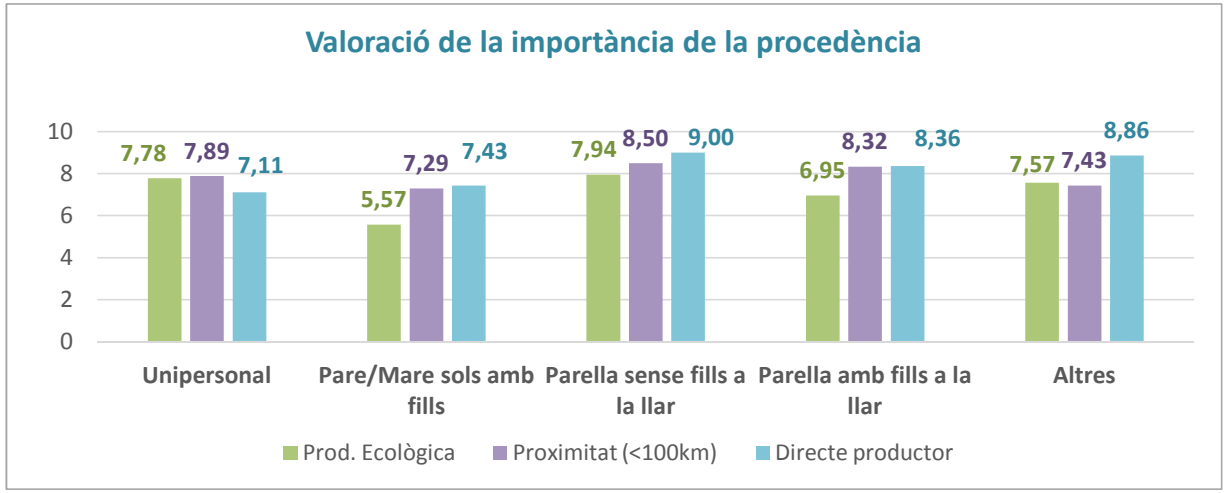
- Pel que fa a la **despesa mensual de les llars** del municipi destinada a la **compra habitual**:
  - aproximadament el 40% dels enquestats hi destinen entre **400 i 599€** (39,6%),
  - seguit dels que gasten **més de 600€** (20,7%) i
  - dels que gasten **menys de 280€** (18,1%).
- Això situa la despesa **mitjana** mensual de les llars en **443 €**.
- No obstant això, cal tenir en compte que una part significativa de la mostra ha preferit **no contestar** a aquesta pregunta (16,1%).

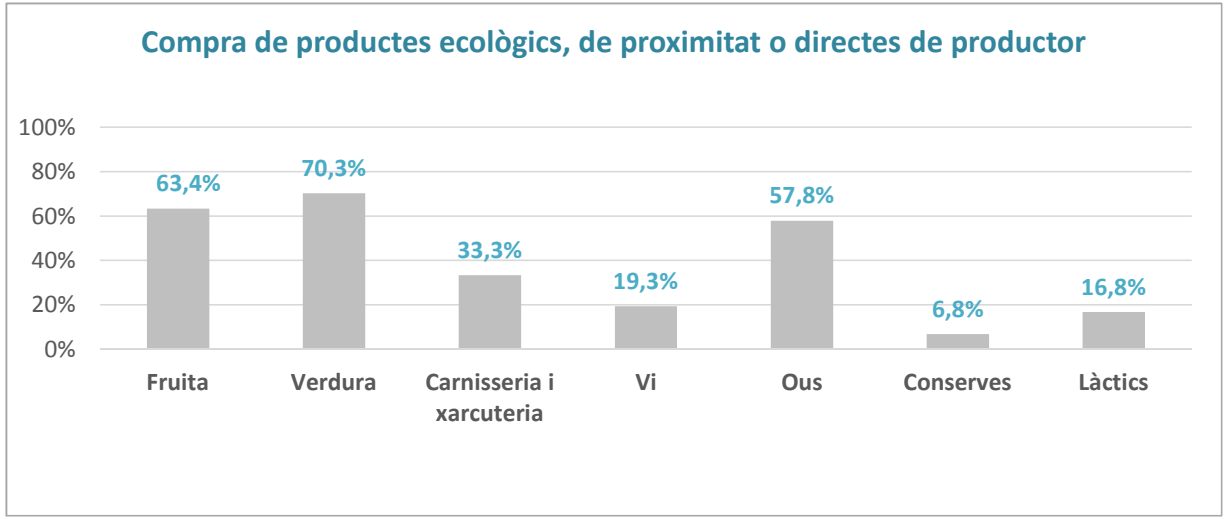


Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

Producte Ecològic i de Proximitat

- Les llars que donen **més importància** als productes ecològics, de proximitat i directes de pagès són les constituïdes per **parelles sense fills a la llar**.
- En canvi, els que hi posen **menys atenció** són les **llars unipersonals.**
- Les llars valoren que els productes siguin **directes de pagès o productor**.
- La compra **ecològica, de proximitat o directa a productor** predomina en la **verdura** (70,3%), la **fruita** (63,4%) i els **ous** (57,8%).

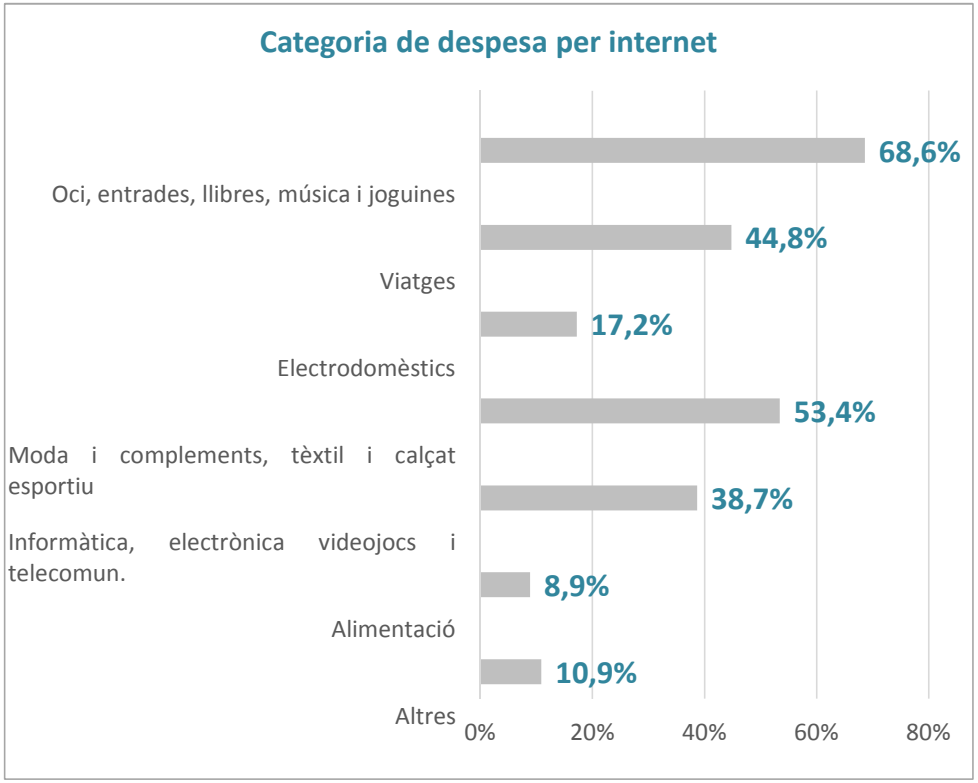




Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 71 pers.

COMPRA PER INTERNET

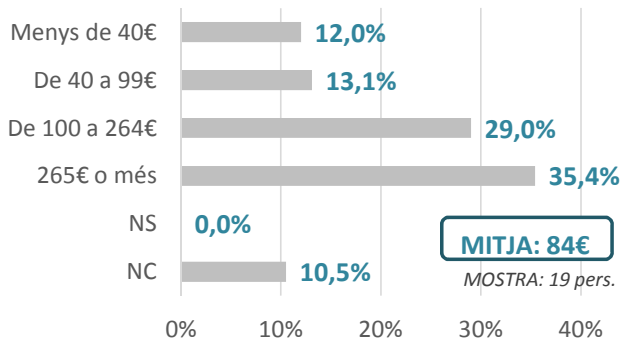
- De tots els enquestats, **el 39,7%** ha realitzat **alguna compra per internet** durant el darrer any.
- Les **categories** en les que s'han realitzat **més compres *on-line*** son:
  - **Oci, entrades, llibres, música i joguines** (68,6%)
  - **Moda i complements, tèxtil i calçat esportiu** (53,4%)
  - **Viatges** (44,8%)
  - **Informàtica, electrònica, videojocs i telecomunicacions** (38,7%).
- Pel que fa a la despesa en compres per internet, varia en funció de la categoria de productes adquirits.
- En qualsevol cas, cal tenir present **l'escassa representativitat de la mostra** a l'hora de valorar els resultats.



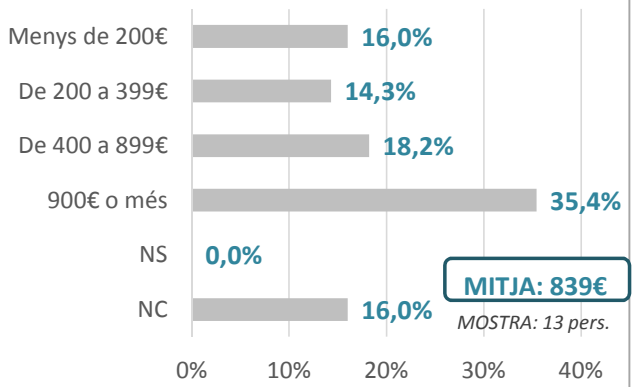
Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona. MOSTRA: 28 pers.

Compra per Internet

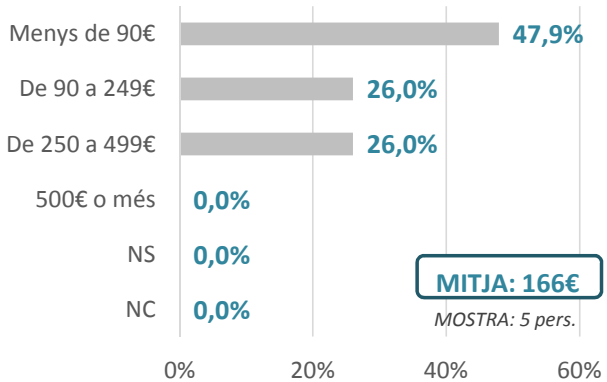
Despesa en oci, entrades, llibres, música i joguines



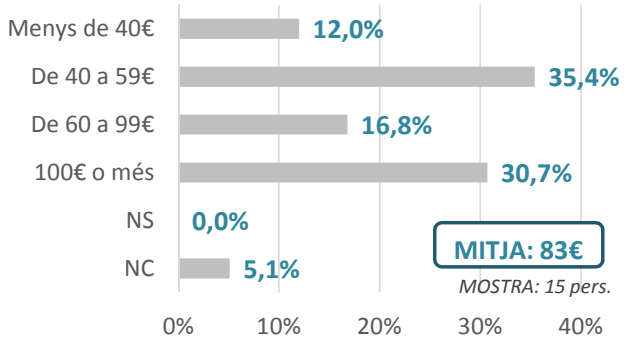
Despesa en viatges



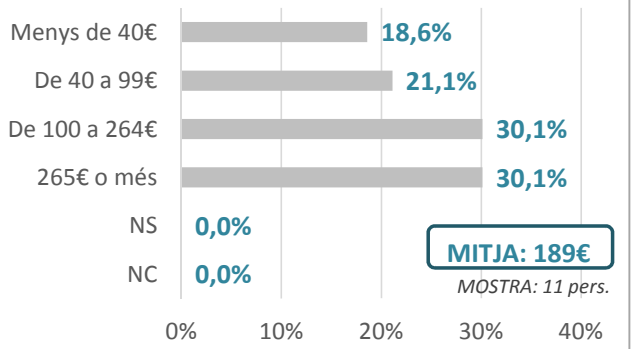
Despesa en electrodomèstics



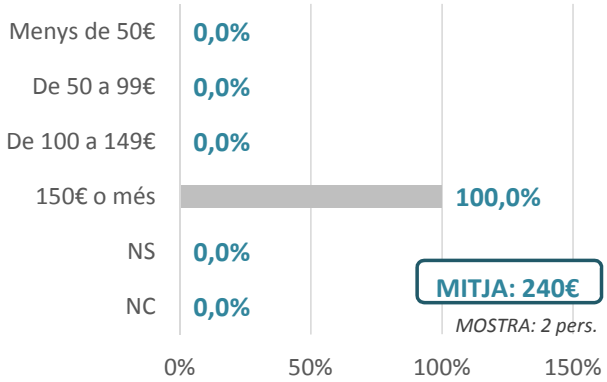
Despesa en Moda i complements, tèxtil i calçat esportiu



Despesa en informàtica, electrònica, videojocs i telecomunicacions



Despesa en alimentació



Font: elaboració pròpia a partir de dades cedides per la Diputació de Barcelona.

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
    1. Tendències en el comerç urbà
    2. Reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

A nivell global, les **tendències més destacades en el sector comercial** (*) són:

Retorn al comerç al detall tradicional

Les vendes especialitzades en petits establiments comercials augmentaran progressivament. El consumidor busca una atenció i un espai singulars, valora els detalls i el tracte personalitzat.

Personalització de productes i serveis

Les noves tecnologies facilitaran la participació del consumidor en la cadena de valor del producte o servei. El client serà part activa en el desenvolupament i es prioritzarà la personalització dels productes i les experiències de compra.

Prioritat per a l'experiència de compra

El consumidor valora cada vegada més l'experiència que viu durant el procés de compra i els servei postvenda. L'acompanyament del client al llarg d'aquest procés determinarà l'èxit del comerç al detall.

Varietat vs quantitat

La necessitat de noves experiències per part del consumidor farà que la venda en quant a quantitat de producte esdevingui menor, afavorint però una major diversitat i varietat de referències.

Evolució dels centres comercials

Els centres comercials evolucionaran per agrupar diverses botigues en un únic espai homogeni que fomenti l'experiència i la integració de l'usuari.

Consolidació de les grans superfícies comercials

Els grans espais comercials (*big box*) reduiran l'oferta de marques exposades, mantenint tan sols aquelles amb presencia internacional.

Nous formats comercials

Aparició de noves formules comercials, formats com els *pop-up stores*, les botigues virtuals o les associacions de detallistes amb serveis, i d'altres que sorgiran durant els pròxims anys.

Font: Total retail 2017, PWC.

- En un entorn més proper, l'***Informe Sectorial de l'Economia Catalana: Sector Comerç***, de març de 2018, elaborat per l'Institut Cerdà en col·laboració amb l'AMB, mostra un una anàlisi detallada de les principals tendències del sector comercial en el marc de l'economia metropolitana.
- L'estudi posa de relleu la importància dels **actors que operen en la cadena de subministrament** donada la transversalitat i afectació que qualsevol de les seves actuacions té sobre el comerç. Considerant la cadena, es plantegen els següents **reptes**.

DISTRIBUCIÓ

- EVOLUCIÓ DE LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT
- CREIXEMENT EXPONENCIAL DELS MARKETPLACE
- INNOVACIÓ EN LOGÍSTICA – ROBOTITZACIÓ DEL SECTOR

CONSUMIDOR

- CONSUMIDOR OMNICANAL – CONNECTIVITAT UBIQUA
- CONSUMIDOR RESPONSABLE, INFORMAT I CONSCIENT
- PRODUCTE INDIVIDUALITZAT - CONSUMIDOR COM A MARCA PERSONAL

COMERÇ

- PROMOCIÓ DE LA QUALITAT, TRANSPARÈNCIA I SOSTENIBILITAT
- TRANSFORMACIÓ DIGITAL DEL PETIT COMERÇ - COMERCIANT COM A APP DELS COMPRADORS MODERNS
- MULTICANALITAT EN EL PETIT COMERÇ – GESTIÓ DE CANALS
- CONEIXEMENT DEL CONSUMIDOR + GESTIÓ DE DADES = EXPLOTACIÓ PER A LA PRESA DE DECISIONS
- NOUS FORMATS I CANALS COMERCIALS – RETAILITZACIÓ, RETAILTAINMENT, IN-STORE EXPERIENCE
- FACTORS DE MOBILITAT I PROXIMITAT DE L'OFERTA COMERCIAL PEL CONSUMIDOR
- RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA EN EL COMERÇ

En les següents pàgines s'identifiquen els elements que caracteritzen els reptes de cada baula de la cadena.

Consumidor

Les **noves tecnologies, la digitalització i la globalització** han incrementat la **complexitat del mercat,** fent aparèixer **nous elements que modifiquen els hàbits i les preferències dels consumidors.**

- La **disponibilitat d'informació** a l'abast del consumidor és àmplia i immediata.
- La **connectivitat 24h** i la **omnicanalitat** acceleren la fluïdesa en l'experiència de compra del consumidor.
- L'***e-commerce*** aporta més possibilitats d'elecció per al consumidor a través d'una oferta comercial pràcticament il·limitada.
- L'**experiència en el procés de compra** adquireix una major rellevància per part del client, així com també la **preferència per un producte o servei personalitzat**. Es valora l'atenció al detall, la novetat i la creativitat.
- Els **canvis en els perfils** dels consumidors mostren una major sensibilització per aspectes relacionats amb **el medi ambient i la sostenibilitat o l'alimentació saludable, natural i pròxima,** entre d'altres.

El **comprador** esdevé **multifacètic i exigent**, tant amb els productes com en el servei que rep per part del botiguer i **la seva fidelitat a les empreses i a les marques disminueix**.

Àmbits d'evolució del comerç

Comerç

Davant d'un **entorn canviant**, el petit comerç ha d'integrar en el seu funcionament diari les noves preferències i demandes dels consumidors, **adaptant-se a les característiques especifiques de cada client**.

- Els **canals de venda es multipliquen** (webs, xarxes socials, App's, etc) i ofereixen oportunitats per interactuar amb els consumidors. La gestió multicanal esdevé una eina de captació, fidelització i relació quotidiana amb el client, un aliat per al botiguer. Però també suposa competir amb les botigues online (e-commerce).
- Apareixen noves exigències quant a **experiència i informació a les botigues físiques**, que justifiquin l'esforç de desplaçament del ciutadà, que pot replicar el procés de compra des de casa, 24h/7d.
- La **gestió de dades** esdevé un element crític, ja que comptar amb informació sobre el ciutadà/consumidor aporta un major coneixement del perfil de client i una posició més avantatjosa.

Oportunitats a considerar

- ⇨ **Intel·ligència artificial** (chatbots, tecnologia de reconeixement facial, reconeixement d'imatges, robòtica i molts altres recursos tecnològics).
- ⇨ **Integració digital** a partir de la creació de models operatius, menys centrats en la botiga i més focalitzats en crear experiències de compra per als clients.

- En l'àmbit alimentari, la gran **expansió de les cadenes de supermercats capta una gran part de les compres quotidianes** que fins ara es feien en petits establiments comercials.
- El segment de comerç alimentari (fruiteries i botigues de queviures), però també en el cas d'altres tipus de comerços, es troba **regentat per immigrants**, amb la major dificultat d'integració que això significa. Segons un estudi presentat per Mercabarna(*) al 2015, un 52 % dels propietaris de les petites botigues de queviures de barri són propietat d'un comerciant d'origen estranger i el 40 % de la fruiteries també pertanyen a aquest col·lectiu.

ELEMENTS DE COMPETITIVITAT DEL COMERÇ

La **digitalització**, la **personalització** i la **proximitat** lligades a la **rapidesa** en la seva capacitat de donar resposta, són ara mateix els tres elements que aporten competitivitat al petit comerç. A la pràctica aquests elements de competitivitat es tradueixen en els següents aspectes:

ELS COMERÇOS QUE PROMOGUIN LA QUALITAT DEL PRODUCTE, LA TRANSPARÈNCIA I LA SOSTENIBILITAT PROSPERARAN

ELS COMERCIANTS QUE OFEREIXIN EXPERIÈNCIES ÚNIQUES A LA SEVA BOTIGA INCREMENTARAN EL SEU VALOR AFEGIT

ELS MINORISTES QUE ADOPTIN SOLUCIONS DE PAGAMENT MÒBIL MILLORARAN EL SEU POSICIONAMENT

EN GENERAL, LES BOTIGUES PETITES ESTARAN MÉS BEN POSICIONADES QUE LES BOTIGUES GRANS

LA PERSONALITZACIÓ SERÀ CADA VEGADA MÉS IMPORTANT PER ALS CONSUMIDORS

L'ENVIAMENT DEL PRODUCTE AL MATEIX DIA SERÀ CADA VEGADA UN COMPONENT MÉS BEN VALORAT PEL CONSUMIDOR

ELS COMERÇOS QUE CONTINUÏN INVERTINT EN SOLUCIONS OMNICANAL INCREMENTARAN I AMPLIARAN EL SEU VENTALL DE CLIENTS

ELS COMERÇOS QUE MILLOR S'ADAPTIN AL "RETAILTAINMENT" (RETAIL+ENTERTAINMENT) ACONSEGUIRAN ATRAURE UN MAJOR NOMBRE DE CONSUMIDORS

LES DADES ESDEVINDRAN UN DELS COMPONENTS MÉS IMPORTANTS EN L'ÈXIT COMERCIAL

LES BOTIGUES ESPECIALITZADES SERAN MÉS PRODUCTIVES QUE ELS GRANS MAGATZEMS

ELS COMERCIANTS TENDIRAN A CONVERTIR-SE EN APLICACIONS (APPS) I SERVEIS PER SATISFER LES NECESSITATS DELS CLIENTS MODERNS

EL PETIT COMERÇ I LA TECNOLOGIA ESDEVINDRAN ENCARA MÉS INSEPARABLES

Distribució

En el sector comercial, la baula de **la distribució es veu implicada de forma directa en qualsevol canvi i/o adaptació** que, tant productors/fabricants o comerciants minoristes, duguin a terme **per satisfer les necessitats dels consumidors**.

- La major sofisticació en l'experiència de compra, la cerca de la conveniència i la immediatesa per part del consumidor final, així com el creixement del canal internet i l'augment de les botigues especialitzades amb més valor afegit han fet **emergir i desenvolupar nous canals de distribució**.
- La distribució a les grans ciutats és complicada, d'una banda apareixen les dificultats per fer arribar el producte d'última milla al consumidor final (saturació de trànsit, espais logístics, etc.) i de l'altre la preocupació creixent per el medi ambient, incentiva la cerca de **nous modes de transport més sostenibles, la optimització de les rutes i la definició de polítiques d'ordenació urbana** i gestió d'espais d'estacionament, etc.

Aliats per al petit comerç: el Marketplace

Hi ha cinc avantatges pel petit comerç que fan atractiu operar a través dels *Marketplace:*

1. És molt rendible. Poden carregar comandes a preus molt baixos només per actuar simplement com a portals.
2. Aporta un coneixement del comportament de les comandes que pot proporcionar ingressos addicionals.
3. Protegeixen el comerciant dels riscos associats a la propietat de l'estoc.
4. Els compradors tenen menys probabilitats de no estar satisfets. Alhora construeix lleialtat i visites repetides.
5. Faciliten l'accés a nous mercats regionals.

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

En base a l'anàlisi de situació, s'han identificat 6 àrees de diagnòstic en les que es conclou el següent:

Crisi econòmica	1	L'entorn estructural del municipi i l'evolució demogràfica han estat un condicionant clau per l'estancament del teixit comercial
Teixit urbà	2	Manca de continuïtat urbanística entre els eixos comercial i elements que entorpeixen el flux de vianants
Oferta comercial	3	L'oferta comercial al prat de Llobregat és competitiva quant a tipus de productes, però no quant a espai físic de venda (estil i modernització). L'excés de comerç quotidià deixa de banda l'experiència de compra i la capacitat d'atracció
Perfil dels comerciants i associacionisme	4	Les carències professionals i en la qualificació dels comerciants, així com la falta de cohesió entre ells i entre les associacions limita el creixement del sector
Iniciatives Administració pública	5	L'Ajuntament ha fet una aposta ferma per la reactivació comercial del municipi, no obstant això, cal acotar les actuacions i orientar-les a les necessitats reals dels comerciants i als desajustaments existents
Singularitats	6	Els elements singulars i els trets característics del municipi generen oportunitats per potenciar el teixit comercial

1 L'ENTORN ESTRUCTURAL DEL MUNICIPI I L'EVOLUCIÓ DEMOGRÀFICA HAN ESTAT UN CONDICIONANT CLAU PER L'ESTANCAMENT DEL TEIXIT COMERCIAL

1. La situació de crisi econòmica viscuda al llarg dels darrers anys ha tingut un impacte directe en el comerç del Prat de Llobregat.

a) Moltes **botigues tradicionals** del municipi **han tancat** i les que han estat capaces de superar els moments més crítics de la crisi, n'han **quedat afectades**.

2. La continuïtat dels negocis es veu condicionada pels costos d'estructura dels establiments.

a) Actualment es denota una **recuperació dels principals indicadors econòmics** -la taxa d'ocupació del municipi ha crescut (87% d'ocupats al 2017), la desocupació s'ha reduït (un 12% de persones sense feina al 2017) i la renda familiar ha incrementat- i, en conseqüència, **una millora del consum.**

b) L'increment dels preus dels locals comercials -ja sigui el lloguer o la compra i, especialment a les zones més comercials, als carrers principals dels eixos. -, **influeix directament en els costos d'estructura dels negocis.**

2. L'envelliment de la població fa que el perfil del comprador sigui majoritàriament adult, major de 50 anys.

a) L'edat mitja al Prat de Llobregat es situa al voltant dels 42 anys i més d'un 18% dels pratencs superen els 65 anys.

b) Els **ciutadans del Prat de Llobregat són compradors captius**, principalment pel que fa al producte quotidià.

2 MANCA DE CONTINUÏTAT URBANÍSTICA ENTRE ELS EIXOS COMERCIAL I ELEMENTS QUE ENTORPEIXEN EL FLUX DE VIANANTS

1. Els 5 eixos comercials del municipi no mostren continuïtat urbanística, s'observen irregularitats i discontinuïtat comercial.

a) Els **establiments** solen concentrar-se en **carrers d'alta densitat de trànsit**.

b) Hi ha una **quantitat significativa de locals buits** en els carrers secundaris que conformen l'eix, i fins i tot, en el propi carrer central.

No obstant això, a través dels equipaments i els serveis del municipi (mercats, biblioteques, escoles, etc.) i també mitjançant les remodelacions i millores urbanístiques que es duen a terme a les diferents vies (ampliació de les voreres, espais per a vianants, etc.), **es preveu traçar una línia de connexió i continuïtat urbanística entre els 5 eixos**, donant-los així una major cohesió entre ells i fent més atractiu el flux de circulació de vianants d'un eix a l'altre.

2. Quant a infraestructures, destaquen algunes mancances per facilitar l'accés dels compradors a les botigues.

a) Manca d'espais **d'aparcament**, que dificulten l'accés en vehicle privat a les zones comercials.

b) La **dificultat d'accés per als proveïdors** (càrrega i descàrrega) i el **transport urbà** (autobús, metro, etc.) a determinades vies (xarxes de carrers estretes i vies d'un sol sentit) són també aspectes que no afavoreixen la circulació per alguns carrers.

c) L'enllumenat d'algunes vies és **deficient**.

d) Les voreres, als 5 eixos, **són poc adequades al flux de circulació dels vianants** (estretes o en mal estat, presència de pilones, etc.).

3 L'OFERTA COMERCIAL AL PRAT DE LLOBREGAT ÉS COMPETITIVA QUANT A TIPUS DE PRODUCTES, PERÒ NO QUANT A ESPAI FÍSIC DE VENDA (ESTIL I MODERNITZACIÓ). L'EXCÉS DE COMERÇ QUOTIDIÀ DEIXA DE BANDA L'EXPERIÈNCIA DE COMPRA I LA CAPACITAT D'ATRACCIÓ

1. L'oferta comercial al Prat del Llobregat és àmplia, hi ha un elevat volum de botigues i el comerç tradicional n'és el principal exponent.

a) El **comerç** és el sector econòmic de serveis amb **major pes en quant a ocupació al municipi** (un 15% al 2017).

b) L'aprofitament dels espais comercials disponibles es situa al voltant del 75%. **Per cada resident hi ha 3 establiments comercials**.

c) La **clonicitat dels establiments és molt baixa**, del 4,5%.

d) El **teixit comercial no es concentra en un únic eix**, es troba repartit en 5 eixos comercials. Els principals quant a concentració d'establiments són: Marina-Lleida, que agrupa el 26,7% de l'oferta comercial, Remolar-Cèntric amb un 20% i Verge de Montserrat amb el 13%.

2. La tipologia de comerç, per a tots els eixos, és mixta(*) amb una oferta àmplia i diversificada que inclou, tant productes i serveis quotidians com no quotidians. No obstant això, manquen varietat d'estils i modernització dels establiments.

a) Predomina el **comerç tradicional, de producte fresc i quotidià** (restauració, alimentació, higiene i cosmètica) que representa el 75% del total d'establiments comercials.

En alimentació, la varietat de l'oferta amb productes de proximitat (procedents molts d'ells del Parc Agrari del baix Llobregat) i de qualitat, esdevenen un potent atractiu de compra. No obstant això, no es denota una focalització excessiva dels comerciants en prioritzar i posar en valor els elements singulars i autòctons que aporten aquest tipus de productes

b) El comerç de **productes i serveis no quotidians** (equipament per a la persona i per a la llar) **té una capacitat d'atracció més reduïda**, representant el 25% restant de l'oferta comercial del municipi.

(*) D'acord amb l'Informe *'EIXOS: Diagnosi de l'ecosistema comercial dels municipis de l'àrea metropolitana de Barcelona'*, de 2017, encarregat per l'AMB.

b) Els **establiments d'ensenyes comercials reconegudes destaquen en les categories de producte quotidià** (supermercats, drogueria, alimentació, etc.) i, encara que esdevenen **punts de forta competència per a molts comerços tradicionals**, aporten un atractiu important a l'eix en el que s'instal·len, exercint de **dinamitzadors** de la resta de comerços de l'entorn.

En **producte no quotidià** es fa palesa una **absència total de marques locomotores**.

b) Els **Mercats sedentaris**, tot i que també es conceben com a elements dinamitzadors del teixit comercial més proper, no tenen el mateix poder d'atracció que altres tipus de comerços. **L'elevat nombre de parades tancades** en alguns d'ells (Remolar i Plaça Blanes), **no contribueixen a donar una imatge d'oferta comercial complerta** capaç d'incentivar la demanda.

c) Els **mercats no sedentaris complementen l'oferta comercial** del municipi i generen un flux d'activitat comercial puntual a la zona on es celebren.

d) **En cap dels eixos destaca l'existència de botigues emblemàtiques** que puguin generar poder d'atracció. Ja no queden comerços històrics i de renom per a la ciutat al llarg dels anys.

No obstant això, cal mencionar la **rellevància que adquireixen determinats espais del municipi** -equipaments culturals i d'oci, especialment- **així com els establiments de restauració que s'hi ubiquen**, que es converteixen en pols d'atracció i dinamització dels comerços de l'entorn (Cèntric i Artesà).

3. L'oferta comercial del municipi és ben valorada pels seus residents, especialment en destaquen la qualitat dels productes i serveis. Però es denota una imatge d'empobriment i des actualització general del teixit comercial en els darrers anys.

a) **Alguns establiments presenten aparadors poc atractius i amb retolacions i façanes en mal** estat que no afavoreixen la imatge de la resta d'establiments ni del conjunt de l'oferta comercial.

b) Així mateix, el **tancament de petits comerços** als diferents eixos (especialment Antic i Marina-Lleida) ha estat continua i la percepció generalitzada és que aquests establiments han estat **substituïts per una oferta comercial de menor nivell de qualitat**.

c) Els **col·lectius més joves del municipi no troben un atractiu comercial destacable en comerç no quotidià**, aspecte que no contribueix a dinamitzar el sector.

4. Les comoditats que ofereixen els municipis veïns quant a accessibilitat als seus eixos i l'ampli ventall comercial del que disposen esdevenen condicionants per a la fuga de residents i, per tant competència directa per als comerços del Prat de Llobregat.

a) Els **supermercats i els hipermercats de les localitats properes** són el reclam per complementar la compra de **productes frescos i quotidians**.

b) Per als **productes no quotidians**, en canvi, els **eixos comercials d'altres poblacions** veïnes esdevenen el focus d'oferta i atractiu comercial.

5. El comerç del Prat de Llobregat no s'ha adaptat al canvi d'hàbits de consum i de compra entre la població.

a) La **manca de modernització dels espais físics**, l'estètica d'alguns aparadors, la retolació exterior, els cartells i els elements publicitaris, entre d'altres, **no contribueixen a afavorir les demandes de qualitat personalització de la oferta**, per part del consumidor.

b) La **promoció de la compra on-line o la interacció de comerciants i compradors a través de les noves tecnologies** (apps i aplicacions diverses) **no són iniciatives que tinguin gran acollida** entre els botiguers.

6. Existeixen algunes externalitats, derivades dels nous formats comercials, que amenacen al comerç tradicional.

a) Les **grans cadenes i alguns establiments d'ensenyes locomotora no mostren implicació amb el comerç local** o els eixos comercials. Per aquests agents les iniciatives dels col·lectius de comerciants que els envolten no són prioritat, cosa que complica la unitat i presa de decisions en alguns eixos.

b) En la **venda on-line,** la tributació i el pagament dels impostos per part del comerç que realitza la transacció no reverteix al municipi, no obstant això, els **residus generats en el punt d'entrega**, el Prat del Llobregat, sí que **són assumits pels comerciants del municipi**.

4 LES CARÈNCIES PROFESSIONALS I EN LA QUALIFICACIÓ DELS COMERCIANTS, AIXÍ COM LA FALTA DE COHESIÓ ENTRE ELLS I ENTRE LES ASSOCIACIONS LIMITA EL CREIXEMENT DEL SECTOR

1. **El gran nombre i l'atomització d'Associacions de comerciants existents al municipi dificulta el lideratge i la unanimitat en la configuració i necessitats del futur comercial al Prat de Llobregat.**
   a) El Prat de Llobregat compta amb un total d'11 Associacions comercials. Tres d'elles agrupen els comerciants de tot el municipi i la resta centren la seva activitat en un eix en concret.
   b) Les **actuacions dutes a terme són discontinues, parcialitzades i tenen poca força**. Cadascuna de les Associacions organitza i gestiona les seves pròpies iniciatives, d'abast limitat, i els programes o activitats conjunts són escassos.
   c) La **diversitat d'interlocutors dins el col·lectiu de comerciants complica la presa de decisions**. La manca de comunicació entre elles es fa palesa i la duplicitat d'activitats i el desaprofitament de les possibles sinèrgies és evident.

2. **La manca d'una gestió professionalitzada en les Associacions més petites esdevé un condicionant per la fortalesa i empenta de les actuacions que emprenen**. La necessitat de dedicar el temps suficient en els contactes, la gestió d'esdeveniments, etc. és un factor rellevant que condueix a:
   a) Manca d'implicació suficient en la gestió de la pròpia Associació i del col·lectiu d'associats.
   b) Manca d'interès en possibles col·laboracions amb tercers.
   c) Manca d'implicació en les activitats promocionals del municipi (producte local, proximitat, etc.).
   d) Indiferència dels comerciants per ser membres de les Associacions i disminució del nombre d'afiliats.

3. **Altres aspectes que condicionen l'associacionisme** i que redueixen la seva capacitat financera són els següents:
   a) La negativa de les grans cadenes i les marques ensenya a formar part de les Associacions.
   b) Els comerços que sense ser socis s'aprofiten de les iniciatives de dinamització que duen a terme les Associacions.
   c) La **manca d'integració del col·lectiu immigrant** en l'associacionisme.

4. **L'experiència comercial dels botiguers és elevada, no obstant això, la seva qualificació és baixa.**
   a) La majoria de comerciants **tenen experiència en el sector comercial.**
   b) Són **pocs els botiguers que compten amb formació específica en gestió del negoci, màrqueting, noves tecnologies** o aspectes que puguin contribuir en el desenvolupament futur dels establiments i la seva adaptació a les noves necessitats dels compradors.
   c) Al 2014, el **70% dels comerciants** del Prat del Llobregat disposava únicament **d'estudis estudis primaris**.

5 L'AJUNTAMENT HA FET UNA APOSTA FERMA PER LA REACTIVACIÓ COMERCIAL DEL MUNICIPI, NO OBSTANT AIXÒ, CAL ACOTAR LES ACTUACIONS I ORIENTAR-LES A LES NECESSITATS REALS DELS COMERCIANTS I ALS DESAJUSTAMENTS EXISTENTS

1. **L'Ajuntament del Prat de Llobregat ofereix al col·lectiu de comerciants una gran varietat de programes que tenen per objectiu donar-los suport en diferents àmbits del negoci.**
   a) La **manca de participació per part dels comerciants** dificulta la visualització d'uns resultats eficients pel que fa a l'aplicació pràctica de les accions.
   b) Els comerciants consideren que les actuacions de suport proposades són, en alguns casos (com per exemple la formació), **massa genèriques i àmplies.**

2. **Les campanyes promocionals que s'incentiven des de l'Ajuntament requereixen d'una major planificació que permeti integrar el màxim nombre de comerciants.**
   a) Els comerciants detecten una **manca de planificació de les accions a emprendre** i perceben que **les campanyes i les promocions no sempre s'alineen amb les necessitats reals dels eixos comercials.**
   b) No obstant això, cal remarcar **l'escassa participació del col·lectiu de comerciants a les reunions tècniques del Consell Municipal de Comerç, així com la poca coordinació entre les Associacions**.

3. **Algunes de les actuacions que s'han dut a terme, que a més a més, van més enllà del que podria considerar-se necessari** (bonificacions als comerciants en les zones d'obres), **no es valoren suficient per part dels comerciants i és necessari posar en valor aquests aspectes.**

6 ELS ELEMENTS SINGULARS I ELS TRETS CARACTERÍSTICS DEL MUNICIPI GENEREN OPORTUNITATS PER POTENCIAR EL TEIXIT COMERCIAL

1. **El Prat de Llobregat compta amb una varietat elevada de trets diferencials** que exerceixen de pol dinamitzador de l'activitat turística.
   a) Entorns i espais naturals com el Delta, la platja o el Parc Agrari del Baix Llobregat.
   b) Elements relacionats amb la cultura com el teatre municipal l'Artesà o l'espai cultural Cèntric.
   c) Propostes gastronòmiques que inclouen productes locals com el gall de pota blava o la carxofa del Prat.

   Aquests elements singulars però, **es troben dispersos en el municipi** i no sempre es localitzen propers als eixos comercials. No obstant això, poden esdevenir atractius potencials i distintius per al comerç del Prat.

2. **Altres característiques i fets interessants que poden contribuir a la dinamització del comerç són les següents:**
   a) El Prat de Llobregat és un **municipi amb un terreny pla i ampli on es prioritza al vianant per davant de la circulació rodada**.
   b) L'arribada **del trens d'alta velocitat i baix cost EVA** a l'estació intermodal del municipi.
   c) La **millora de l'accessibilitat a l'entorn del riu Llobregat** que està duent a terme l'Àrea Metropolitana de Barcelona per fomentar la pràctica de l'esport.

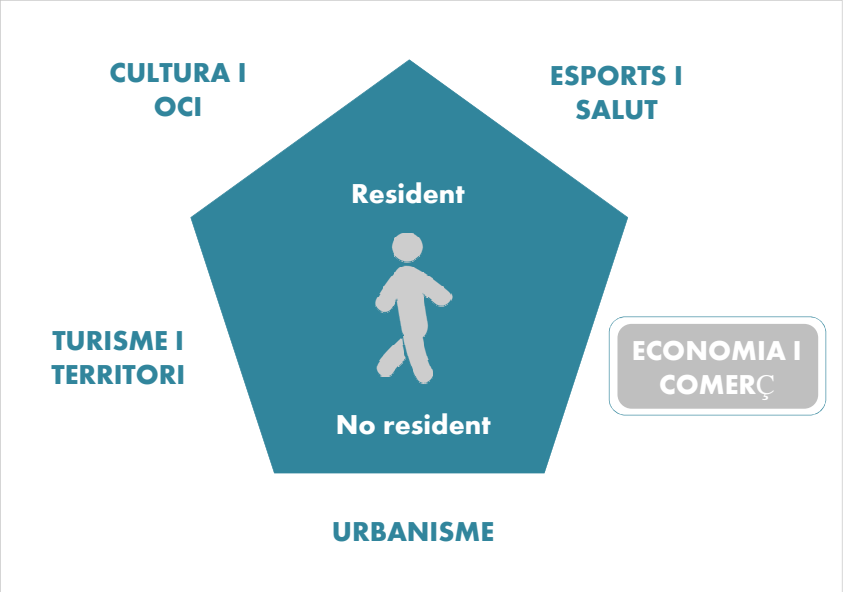
Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
    1. Visió del municipi del Prat de Llobregat
    2. Visió comercial del Prat de Llobregat
    3. Objectius del model Comercial
8. Estratègia 2019-2025

Visió del Prat de Llobregat

- El ***'Pacte local per a l'ocupació i l'activitat econòmica del Prat de Llobregat 2018-2026'***, aprovat al maig de 2018 **estableix el model de ciutat que l'Ajuntament es planteja a futur**.

Un model de ciutat per viure i treballar → Un referent de vida urbana del segle XXI



- En aquest model, el **ciutadà**, resident o no, esdevé el **centre d'atenció.**
- Per fer realitat aquesta visió és necessària la **interacció** i l'aprofitament de sinèrgies entre els **diferents àmbits d'actuació i àrees d'activitat del municipi**.
- Així mateix, i sota aquest marc comú, **a nivell comercial, cal desplegar una estratègia alineada amb el model de ciutat** que permeti assolir les fites previstes.

Model Comercial del Prat de Llobregat

La qualitat en producte, espai de venda i en serveis oferts pel comerç i la restauració ha de ser el reclam del municipi.

Aprofitar la diferenciació d'alguns elements característics del Prat del Llobregat, en serà clau.

- La **qualitat – tant de l'oferta de producte, com de l'espai de venda i de l'assessorament rebut per part del comerciant-** és l'objectiu prioritari del model comercial i els element clau entorn els quals s'han de prendre les decisions.
- Una **oferta comercial** que aprofiti els **trets característics*** dels productes, espais i serveis del Prat de Llobregat, permet comptar amb una **major diferenciació** respecte altres municipis i potenciar el concepte de qualitat. Addicionalment, una **restauració atractiva quant a varietat i orientada a la proximitat** contribuirà a definir un **entorn d'oci** on l'**experiència** per al comprador/consumidor afavoreixi:
    - Aferrar el **sentit de pertinença dels pratencs** al municipi.
    - Generar un **poder d'atracció** suficient per captar l'atenció dels **no residents**.

(*) En parlar de trets característics de productes, espais i serveis, fem referència per exemple a la carxofa del Prat, el gall Pota Blava, o espais com l'Artesà o el Cèntric.

Model Comercial del Prat del Llobregat

Amb **caràcter propi**, que accentuï els seus trets característics

De **qualitat**, tant de l'oferta de producte, com de l'establiment i de l'assessorament que dona el comerciant al client.

Actual i atractiu per a tothom, tant per al comprador (resident i no resident) com per al comerciant

EL COMERÇ AL PRAT DE LLOBREGAT

Basat en **negocis sostenibles econòmicament** al llarg del temps

Experiencial, que combina l'oferta per la compra quotidiana amb espais i establiments adreçats al lleure i convida a la vida al carrer

Cohesionat, en el qual la relació entre els actors és fluïda i hi ha implicació per part del comerciant en l'assoliment d'objectius

Integrat urbanísticament, en el qual els diferents eixos tenen continuïtat

Objectius del model comercial

1. Afavorir la **continuïtat urbanística entre els eixos comercials** per consolidar una **imatge de municipi atractiu, agradable i còmode per a la mobilitat del vianant**.

2. Millorar la **qualitat i el valor percebut de l'oferta** dels comerços del municipi **per atraure a residents de totes les edats**.

3. Incrementar **l'atractiu de l'oferta comercial i de la restauració**, especialment **pels no residents** (persones treballadores i turistes).

4. Millorar la **cohesió i la implicació entre els comerciants** del municipi.

5. Incrementar la **solidesa dels negocis.**

6. Augmentar la **implicació del sector** i la seva capacitat de concertació i col·laboració.

Índex

1. Objectiu i fases del projecte
2. Caracterització del municipi
3. Oferta: Anàlisi del comerç del municipi
4. Demanda: Anàlisi de les compres dels pratencs
5. Tendències i reptes en el comerç urbà
6. Diagnòstic
7. Definició del Model Comercial
8. Estratègia 2019-2025
    1. Estratègia
    2. Priorització de les línies d'actuació

8. Estratègia 2019-2025

8.1. Estratègia

Considerant el model de comerç que la ciutat projecta per al futur i els objectius definits, es proposa la següent estratègia per a la seva consecució:

	OBJECTIU	ESTRATÈGIA
1.	Afavorir la continuïtat urbanística entre els eixos comercials per consolidar una imatge de municipi atractiu, agradable i còmode per a la mobilitat del vianant.	**1.** Identificar un element tractor com a punt central als principals eixos comercials del municipi. **2.** Establir una continuïtat visual entre els principals eixos d'activitat comercial del municipi.
2.	Millorar la qualitat i el valor percebut de l'oferta dels comerços del municipi per atraure a residents de totes les edats.	**1.** Potenciar el comerç urbà de proximitat. **2.** Potenciar la tradició gastronòmica del municipi. **3.** Actualitzar els establiments. **4.** Potenciar el comerç on-line. **5.** Definir directrius homogènies en matèria de qualitat. **6.** Afavorir l'establiment de comerços d'ensenyes reconegudes que actuïn com a reclam.
3.	Incrementar l'atractiu de l'oferta comercial i de la restauració, especialment per als no residents (persones treballadores i turistes).	**1.** Posar en valor el comerç urbà i la restauració establint vincles amb altres àrees d'activitat relacionades amb el lleure (turisme, cultura, etc.).
4.	Millorar la cohesió i la implicació entre els comerciants del municipi.	**1.** Unificar i enfortir les Associacions. **2.** Professionalitzar les Associacions.
5.	Incrementar la solidesa dels negocis	**1.** Promoure una major professionalització dels comerciants. **2.** Dissenyar eines-vehícle per donar suport i acompanyament per als comerciants.
6.	Augmentar la implicació del sector i la seva capacitat de concertació i col·laboració.	1. Revisar el funcionament del Consell Municipal de Comerç del Prat per millorar la concertació público-privada. **2.** Cercar pactes i aliances en l'àmbit comercial amb altres municipis del Baix Llobregat.

La priorització de les actuacions a desenvolupar, considerant l'esforç requerit per cadascuna d'elles, seria la següent:

Sensibilització, formació i planificació

- **Comunicació** de les accions del **Pla Estratègic.**
- **Revalorització** i enfortiment de les **Associacions**.
- **Planificació d'actuacions per a la dinamització** dels eixos (equipaments, marques, imatge i altres elements tractors.

A 2019

Dinamització, atracció i visualització

- Concreció i **desenvolupament del pla d'acció** de les actuacions planificades (actualització dels comerços, Pla d'equipaments clau i espais reclam, ocupació de locals buits i/o trasllats, etc.).
- Disseny i **promoció d'una imatge atractiva** i de conjunt per al municipi.
- **Difusió i potenciació de l'activitat comercial** del municipi, de les bones pràctiques i els estàndards de qualitat dels comerços i dels equipaments, marques i elements tractors detectats.

B 2020-2022

Posicionament extern i avaluació

- Implementació de les **mesures d'atractivitat externa** del municipi per a l'atracció de públic no resident (el Prat del Llobregat com a destinació especialitzada, possibles rutes gastronòmiques, posicionament del municipi dins el comerç del Baix Llobregat, etc.).
- **Revisió de les actuacions** dutes a terme i **avaluació** del compliment del Pla Estratègic.

C 2022-2025

Sensibilització dels comerciants (requeriments de qualitat, comunicació de les actuacions dutes a terme per l'Ajuntament fins al moment, etc.).

Formació i suport als comerciants (Espai d'atenció i suport al comerciant).

Comunicació i avaluació d'accions

Institut Cerdà

www.icerda.org

@InstitutCerdà InstitutCerdà

Numància 185 08034 Barcelona Tel 932802323 Fax 932801166 Diego de León, 30 28006 Madrid Tel 915 639 572