

# Pla estratègic de comerç 2025-2028

Sant Joan de Vilatorrada



Ajuntament de  
Sant Joan de Vilatorrada

# Índex

---

1. Anàlisi sociodemogràfica
2. Atractivitat del teixit comercial
3. Clima comercial
4. Urbanisme comercial
5. Iniciatives i recursos
6. Entrevistes a agents
7. Conclusions
8. Estratègia i pla d'acció

# 1. Anàlisi sociodemogràfica

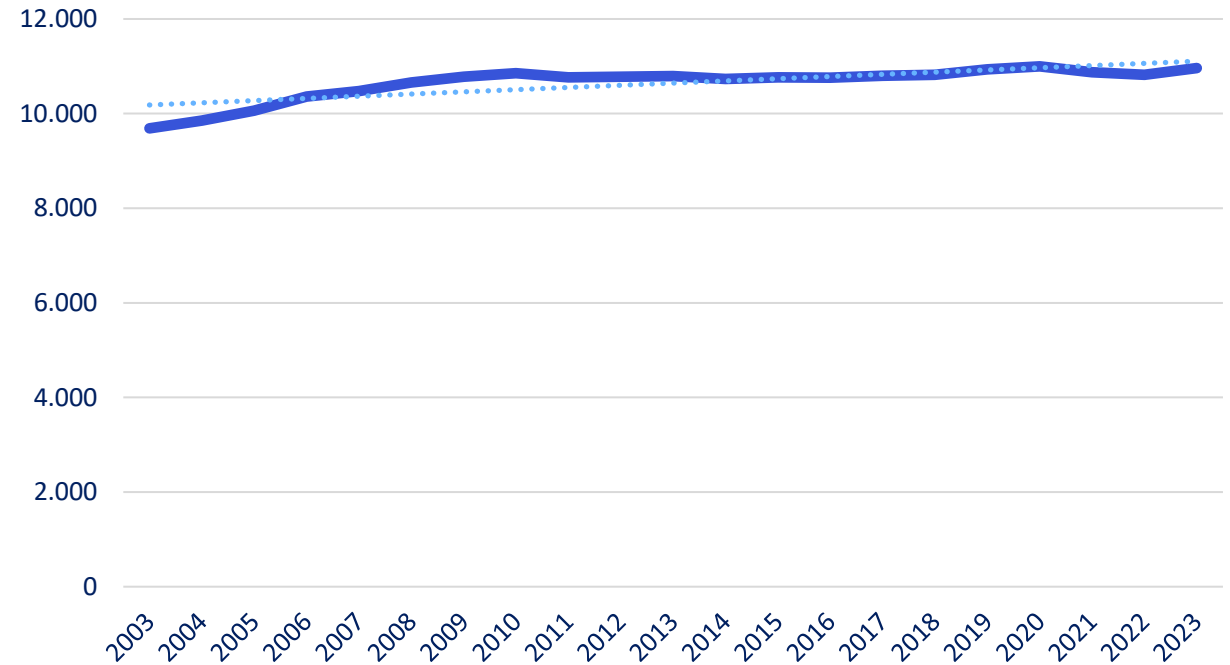


# 1. Anàlisi demogràfica

## Evolució de la població (2013-2023)

La població de Sant Joan de Vilatorrada va passar tenir l'any 2003 9.688 habitants a un total de 10.959 el 2023, suposant un increment de població del 13,1%. Ha sigut en l'última dècada, a partir del 2013, que la població s'ha estancat entre els 10.000 i els 11.000 habitants, i la variació no ha sobrepassat el 2%.

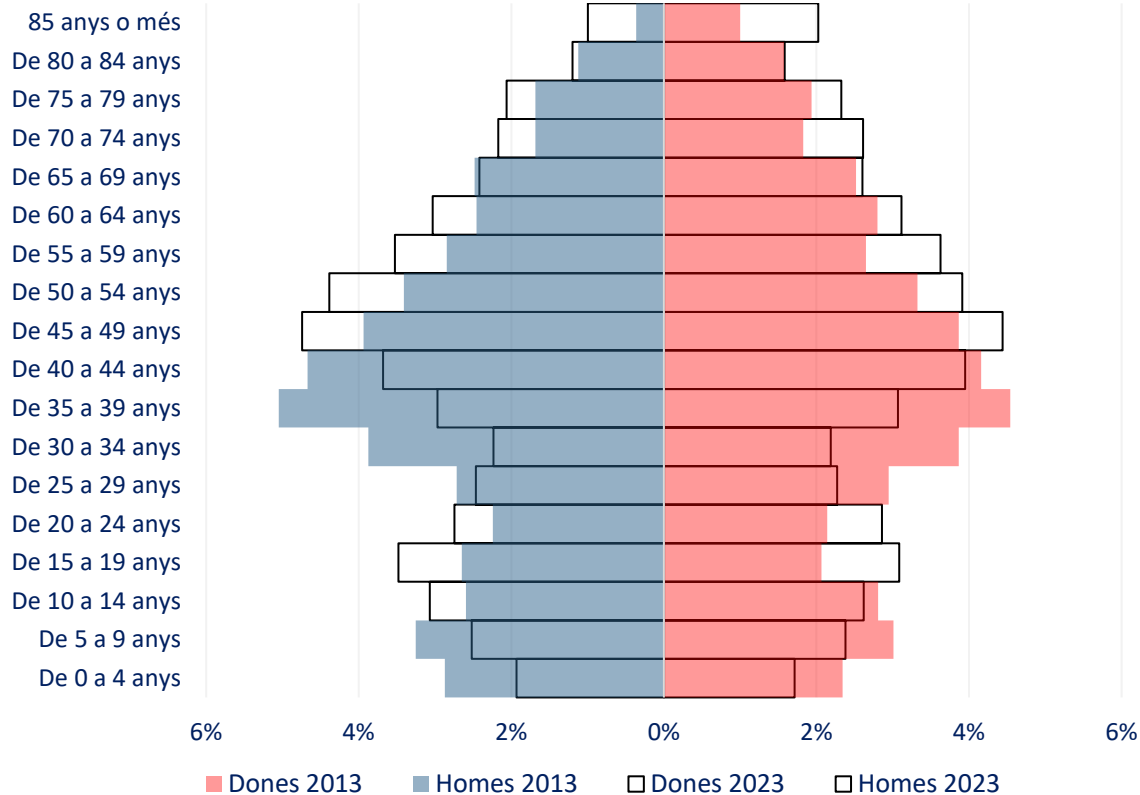
Si es compara amb el global de la comarca, la tendència a l'estancament és molt semblant, pel que el creixement poblacional es va efectuar sobretot en la primera dècada entre el 2003 i el 2013. En el cas de Catalunya, l'evolució difereix una mica, ja que el creixement, tot i frenar-se en la segona dècada del segle XXI, ha seguit mantenint-se amb un increment interanual del 0,5%.



	Sant Joan de Vilatorrada	Bages	Catalunya
<b>Evolució població (2003-2023)</b>	13,1%	13,7%	18,0%

# 1. Anàlisi demogràfica

## Piràmide d'edat i sexe (2013-2023)



L'estacament del nombre d'habitants de Sant Joan ha vingut acompanyat d'un **envelliment de la població prou notori en els últims 10 anys**. Si el gruix de la població es concentrava l'any 2013 entre els 30 i els 55 anys, avui són més els de 40 a 65 anys. Això indica que no hi ha hagut una renovació de la població jove més enllà d'un petit creixement entre els 15 i 25 anys.

En aquest sentit, en aquests moments hi ha més persones de més de 45 anys a Sant Joan de Vilatorrada que de menys de 45. Si no es renova la població jove, es podria anar cap un escenari de sobreenvelliment en els properes dècades.

# 1. Anàlisi demogràfica

## Índex demogràfics. Comparativa (2023)

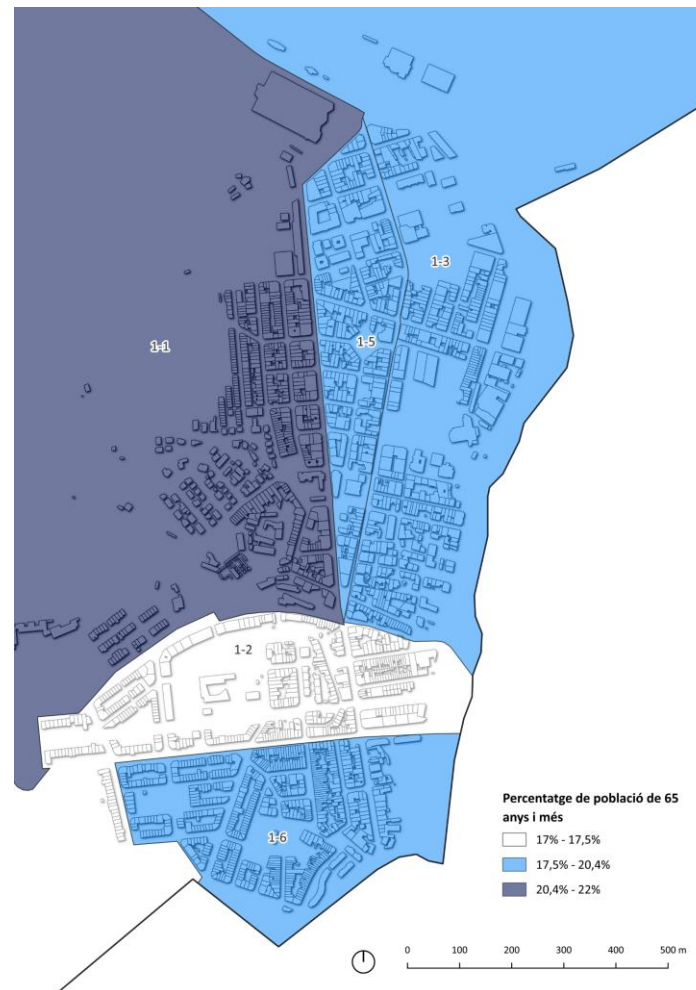
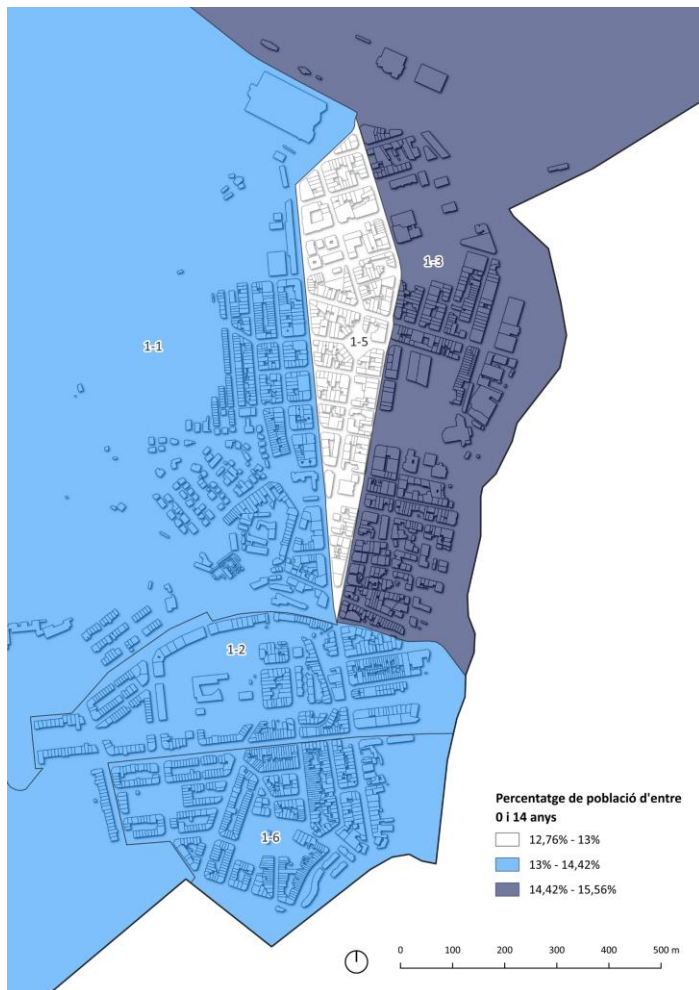
Si es compara l'estructura de la població entre els diferents àmbits territorials, Sant Joan de Vilatorrada té uns indicadors molt similars a la mitjana nacional, els quals mostren un envelliment de la població (indicador per sobre de 120 i major percentatge de població gran que de jove).

No obstant això, els indicadors no són tant contundents com en el cas de la comarca del Bages, que té, per exemple, uns índexs de sobreenvelliment i de dependència global més elevats que Sant Joan i que la mitjana catalana.

	Sant Joan de Vilatorrada	Bages	Catalunya
<b>Població total</b>	10.820	180.873	7.792.611
<b>Percentatge de joves (0-15 anys)</b>	15,9%	16,2%	15,5%
<b>Percentatge de població gran (65 i més)</b>	19,6%	20,4%	19,3%
<b>Índex d'envelliment</b>	123,8	126,1	124,6
<b>Índex de sobreenvelliment</b>	15,2	18,7	17,1
<b>Índex de dependència global</b>	55,0	57,6	53,2

# 1. Anàlisi demogràfica

## Distribució de la població de 0 a 14 anys i de més de 65 anys (2023)

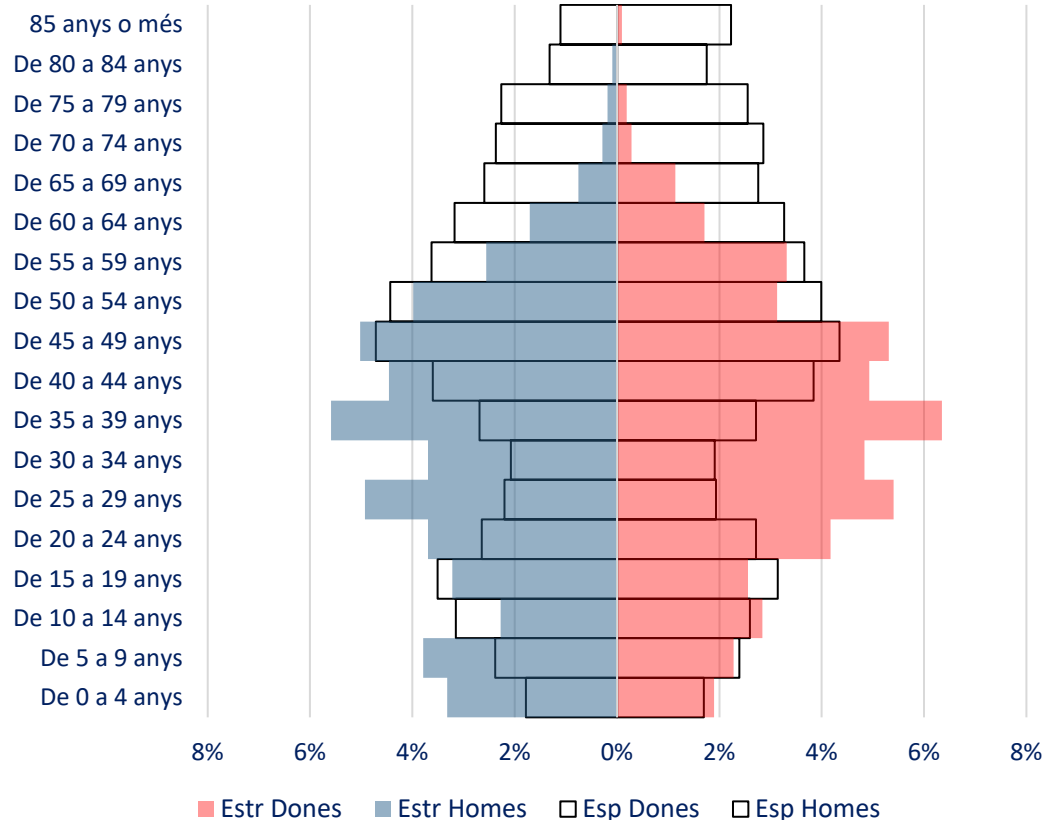


La trama urbana de Sant Joan de Vilatorrada és prou homogènia i concentrada, de manera que la població es reparteix en unes condicions similars per tot el municipi. Aquest és un factor que explica les **poques diferències entre seccions censals pel que fa al percentatge de població jove o envellida**.

No obstant això, sí que s'aprecia que el barri més antic i proper al riu concentra un gruix més important de població jove, és a dir, famílies. De manera contraposada, la zona alta (oest) té més presència de persones d'edat avançada.

# 1. Anàlisi demogràfica

## Nacionalitat (2022)



Nacionalitat	Sant Joan de Vilatorrada	Bages	Catalunya
Espanyola	90,8%	87,3%	83,7%
Estrangera	9,2%	12,7%	16,3%
<b>Procedència migracions</b>			
Resta d'Europa	31,3%	16,6%	23,3%
Àfrica	29,3%	48,4%	25,5%
Resta de la UE	19,8%	5,9%	8,3%
Àsia i Oceania	8,1%	7,2%	14,6%
Amèrica del Sud	6,8%	14,6%	19,5%
Amèrica del Nord i Central	4,7%	7,3%	8,8%

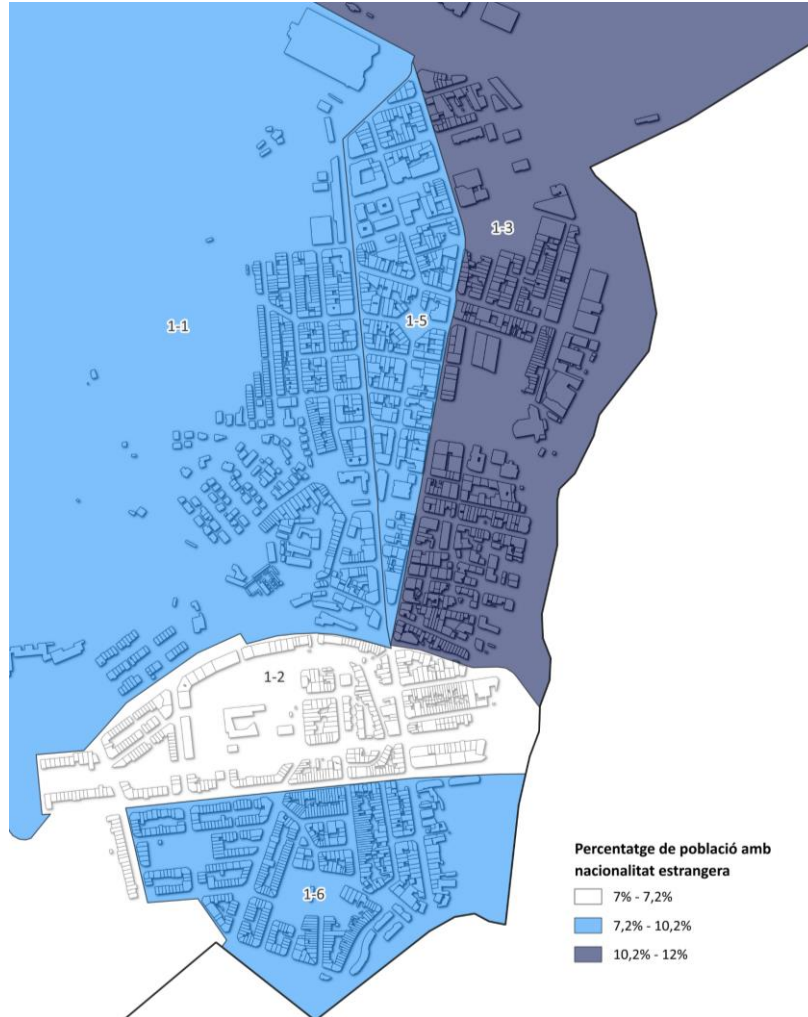
**La població de nacionalitat estrangera es redueix a menys del 10% a Sant Joan de Vilatorrada**, un percentatge menor que el de la comarca i substancialment també per sota del global a Catalunya. De la mateixa manera, la comparativa marca una diferència important perquè a Sant Joan hi resideixen sobretot persones provinents d'Europa (principalment ucraïnesos/es), i en menor mesura d'Àfrica. En el cas del Bages, en canvi, és la població africana qui més pes té. El poble tampoc ha atret tantes persones provinents d'Amèrica del Sud, com és el cas de la comarca o de Catalunya.

A nivell d'edats i sexe, **la població estrangera és clarament més jove que l'espanyola i es concentra de manera prou heterogènia entre el 20 i els 55 anys.**



# 1. Anàlisi demogràfica

## Nacionalitat (2022)



En les diferents seccions censals de Sant Joan de Vilatorrada el percentatge de població estrangera varia entre el un 7% i un 12%. Sense haver-hi grans diferències entre barris, sí que s'aprecia una **població de nacionalitat estrangera més nombrosa a la zona est del municipi, la més antiga**.

Aquest fet reforça la idea que la població estrangera té una estructura d'edats més joves en comparació a la població de nacionalitat espanyola, ja que coincideixen de manera majoritària en una mateixa secció censal.

En aquest sentit, és provable que aquesta secció tingui una dinàmica comercial lleugerament diferent per un perfil de població més marcat (familiar i amb presència de població migrada).

## 2. Anàlisi econòmica

### Renda Familiar Bruta Disponible. Comparativa (2021)

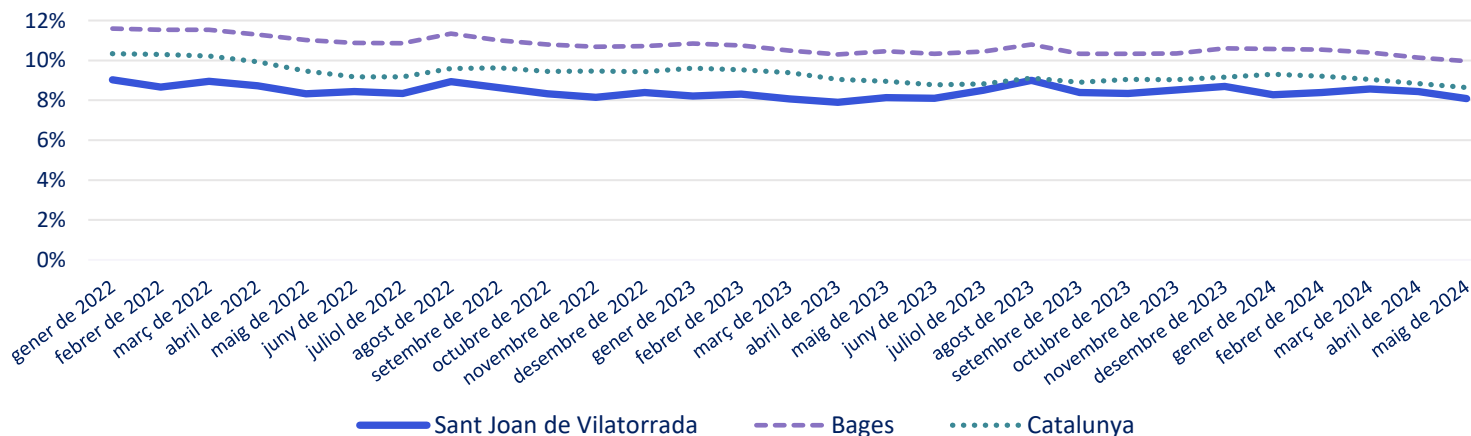
	Sant Joan de Vilatorrada	Bages	Catalunya
<b>RDFB (€)</b>	190.869	3.153.459	142.363.357
<b>RFBD per habitant (€)</b>	17.637	17.465	18.356
<b>RFBD per habitant (índex Catalunya = 100)</b>	96,1	95,1	100,0

La renda familiar disponible per habitant és pràcticament idèntica a la mitjana comarcal, al voltant dels 17.500€. Si s'agafa com a referència Catalunya en un índex 100, en canvi, s'observa com Sant Joan queda gairebé 4 punts per sota.

**En el cas de la renda mitjana neta per persona, Sant Joan de Vilatorrada també s'aproxima a la mitjana catalana, amb (14.061€ per persona per 14.159€, respectivament).**

Font: IDESCAT

### Taxa d'atur registral. Comparativa (2022-2024)



La taxa d'atur registral ha baixat un punt en els últims 2 anys i mig i es situa actualment al 8,1%.

Tot i seguir una tendència semblant de lenta baixada, la mitjana catalana queda lleugerament per sobre del municipi i la taxa comarcal queda 2 punts per sobre, marcant un 10% d'atur.

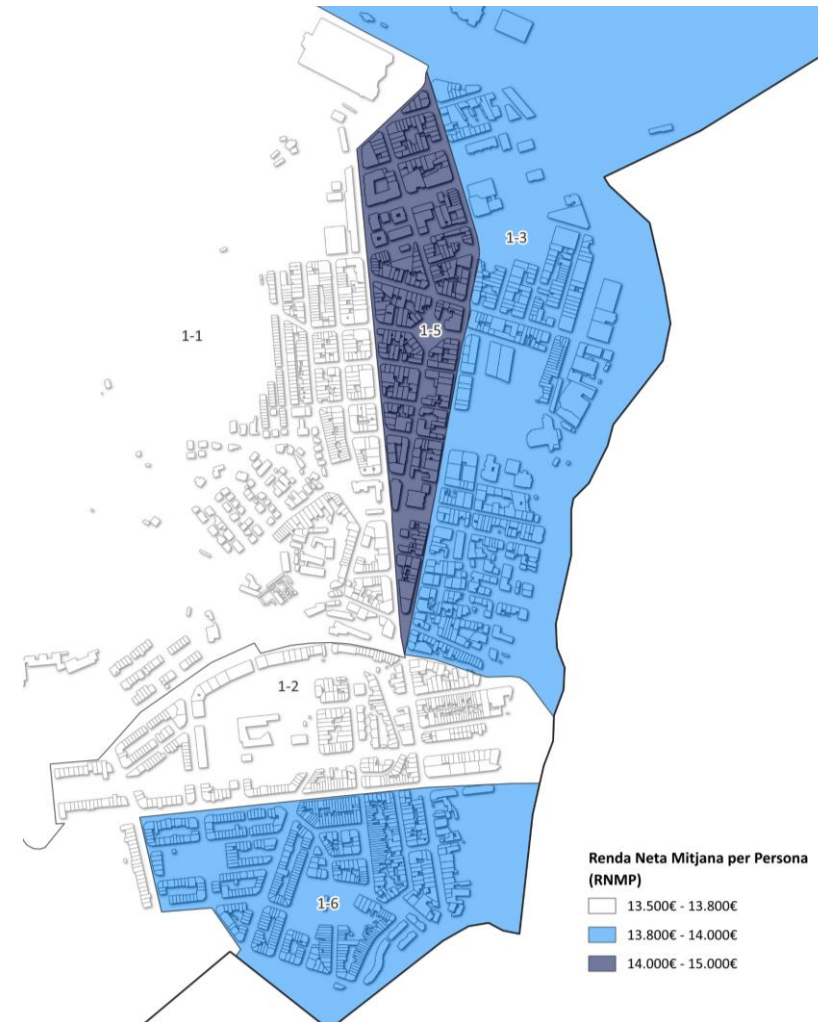
Font: IDESCAT

## 2. Anàlisi econòmica

### Distribució renda neta mitjana (2021)

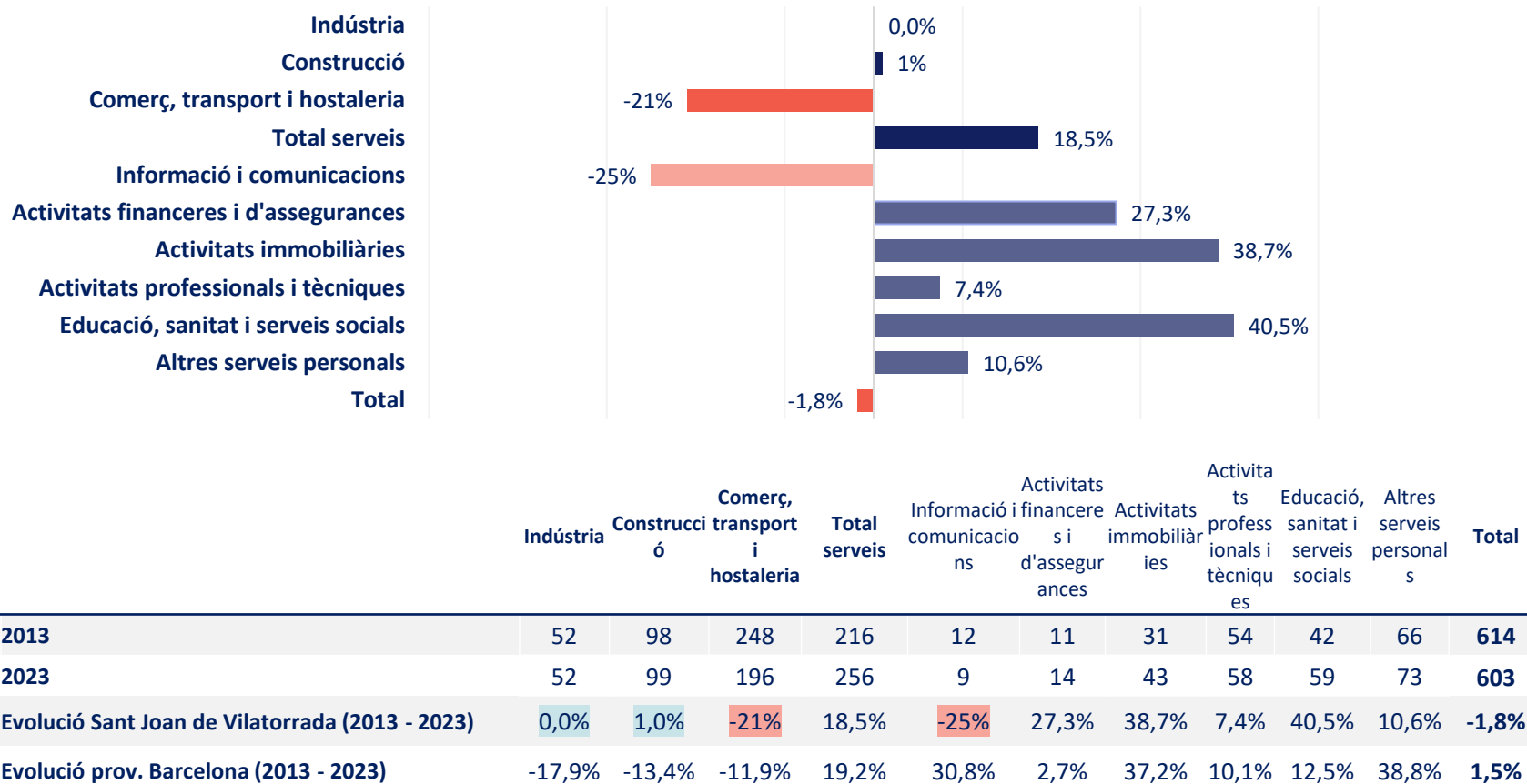
L'indicador de la renda mitjana per persona mostra de la mateixa manera una distribució molt homogènia a tot el municipi de Sant Joan. No hi ha grans diferències entre barris i **no s'identifica un patró clar de segregació en funció del nivell adquisitiu.**

De totes maneres, sembla que les persones amb una renda més elevada es concentren al centre del poble, dins de la trama urbana i eixos comercials. També hi ha una petita relació entre la zona alta (oest) on es concentra la població més envellida amb una renda menys important, segurament per un nivell d'ingressos inferior degut a la inactivitat laboral. No obstant això, la diferència de menys de 2.000€ en el nivell de renda fa pensar que la població és prou homogènia en aquest sentit.



## 2. Anàlisi econòmica

### Evolució del nombre d'empreses segons sectors (2013-2023)



Les activitats econòmiques que més han crescut en els últims 10 anys a Sant Joan de Vilatorrada són els serveis, en detriment del comerç, el transport i l'hostaleria, que mostra una tendència negativa. De fet, el conjunt de serveis han sobrepassat el nombre de comerços al municipi (256 contra 196, respectivament).

Si es compara amb la província de Barcelona, Sant Joan manté els sectors industrial i construcció, però perd de manera més contundent empreses de comerç, transport i hostaleria.

# 3. Anàlisi comercial

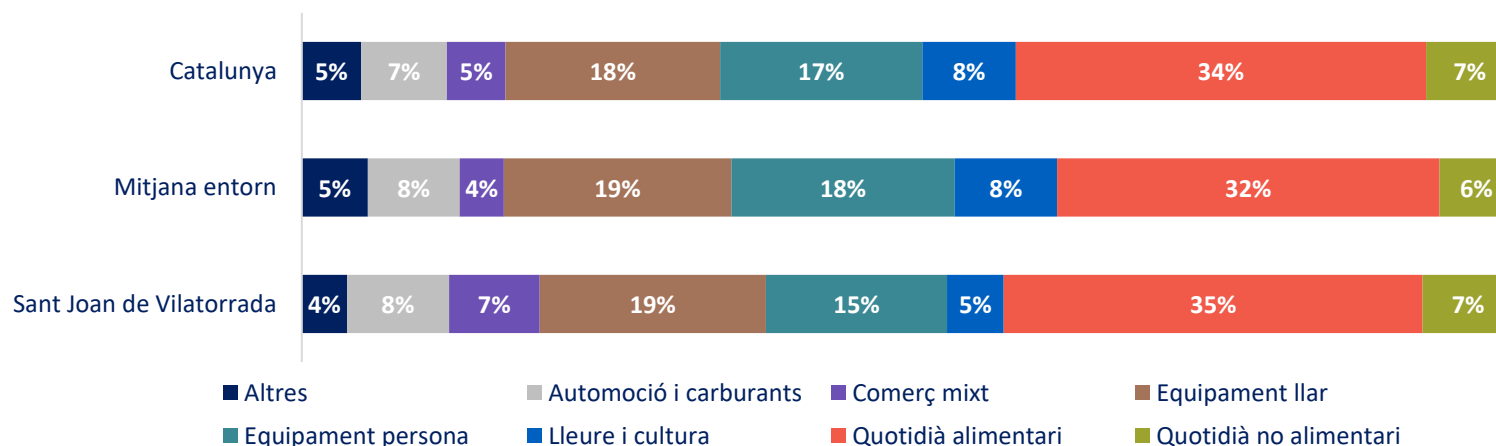
## Indicadors comercials. Comparativa (2023)

	Sant Joan de Vilatorrada	Manresa	Sant Fruitós de Bages	Olesa de Montserrat	Esparreguera	Igualada	Bages	Catalunya
<b>Població</b>	10.820	77.452	9.025	24.272	22.365	40.767	180.873	7.792.611
<b>Densitat comercial (est. / 1.000 hab.)</b>	9,89	13,30	12,96	10,01	9,17	14,94	10,88	11,16
<b>Densitat comercial (m2 / 1.000 hab.)</b>	1.181	2.279	3.863	1.151	1.067	2.421	1.809	1.558
<b>Superfície mitjana per establiment (m2)</b>	119	171	298	115	116	162	166	140

Comparant Sant Joan de Vilatorrada amb poblacions veïnes de major i menor població, aquesta té una **densitat comercial inferior**, més baixa fins i tot que la mitjana comarcal i la nacional. Tant les ciutats de major població de la comarca i entorn (Manresa, Olesa) com pobles menors com Sant Fruitós de Bages mostren una relació de més establiments i més superfície comercial per habitant que la de Sant Joan, només amb l'excepció d'Esparreguera.

Font: CCAM

## Mix comercial. Comparativa (2023)



Tant el poble de Sant Joan com el conjunt de poblacions de l'entorn tenen una **estructura comercial similar a la mitjana catalana, amb una preeminència del sector alimentació, seguit de l'equipament de la llar i la persona** i una petita representació d'altres productes i articles. Certament, Sant Joan mostra un baix nombre d'establiment de lleure i cultura.

Font: CCAM

# 3. Anàlisi comercial

## Balança comercial (2023)

Tenint en compte la renda neta mitjana per persona de Sant Joan de Vilatorrada i la distribució de despesa per aquest nivell de renda, s'observa que els consumidors demanden majoritàriament productes d'alimentació i, en segon lloc, serveis de restauració.

En contraposició, hi ha la mateixa presència de botigues d'**alimentació** que de restaurants i bars, del que s'extreu un **petit dèficit en el primer sector i**, en canvi, **un excés d'oferta de restaurants i bars**.

Els veïns de Sant Joan han de **complementar la despesa en lleure i cultura buscant establiments fora del poble**, d'igual manera que per la compra d'alimentació. Per altra banda, **poden adquirir equipament personal i de la llar dins el mateix municipi**, tenint en compte la despesa que hi dediquen.

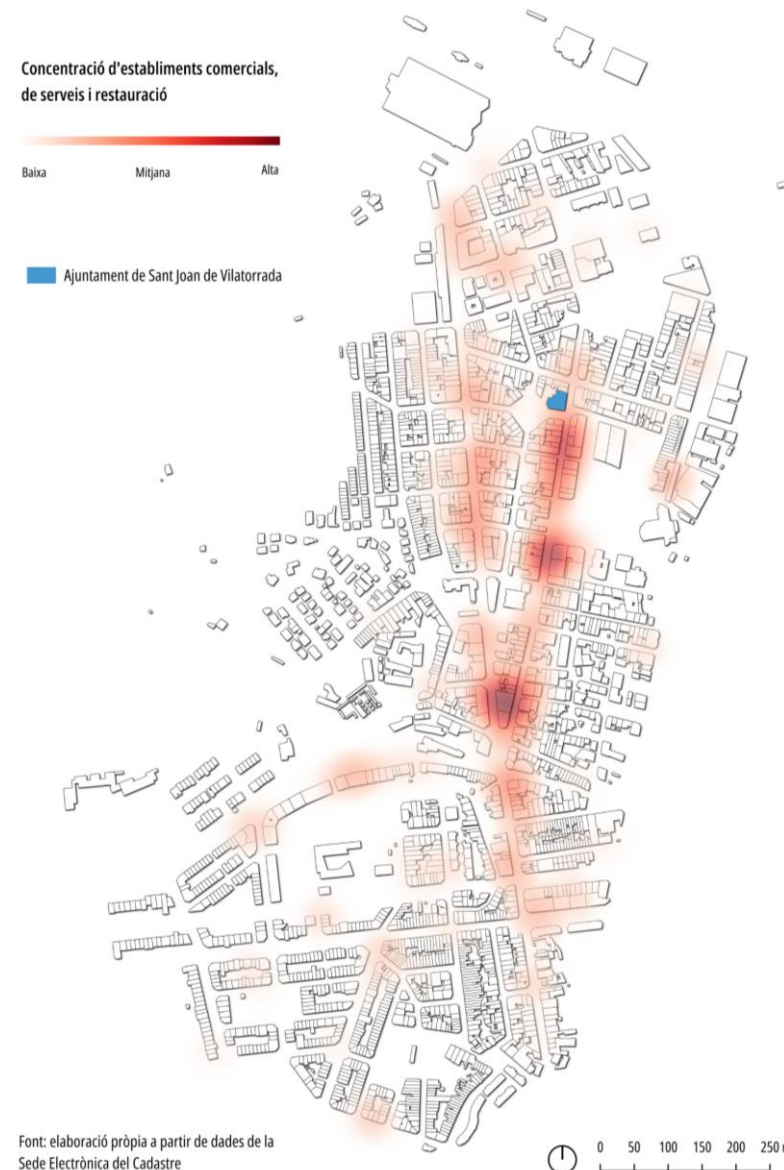
	Despesa mensual a Sant Joan	Pes de la despesa	Presència al municipi	Diferencial
<b>Alimentació</b>	202 €	17,3%	15,2%	-2%
<b>Restauració i hostaleria</b>	122 €	10,4%	15,2%	4,8%
<b>Lleure i cultura</b>	57 €	4,8%	0,8%	-4%
<b>Equipament per a la persona</b>	48 €	4,1%	7%	2,9%
<b>Equipament per a la llar</b>	46 €	3,9%	7,4%	3,5%

# 3. Anàlisi comercial

## Localització del teixit comercial (2024)

Gran part dels establiments de comerç, serveis i restauració del municipi es concentren en dos eixos principals i pràcticament paral·lels, com són l'Avinguda Montserrat i el Carrer Major. Principalment el Carrer Major és el que actualment acull més activitats, i de fet ho és en bona part perquè s'hi ha apostat com a carrer amb prioritat pels vianants, amb més equipaments municipals i elements d'atracció per la mobilitat a peu.

Tot i aquesta centralitat del nucli comercial com a eix vertebrador del municipi, es demostra igualment la homogeneïtat de la trama urbana de Sant Joan perquè també existeixen establiments repartits tant pel barri del carrer Collbaix o Llobet com a la zona nord propera a l'àrea esportiva.



# 3. Anàlisi comercial

## Localització del teixit comercial (2024)

La distribució d'establiments comercial, de serveis i de restaurants és molt heterogènia i es reparteixen de manera prou indistinta per tota la trama urbana, prioritzant com s'ha vist el doble eix comercial central.

No obstant això, es pot apreciar que la majoria de comerços es situen justament al carrer Major i l'Avinguda Montserrat, quan en el cas dels serveis i restaurants estan més estesos per tota l'extensió de la trama urbana i residencial. El mix comercial reflecteix el creixement i pes dels negocis de serveis en detriment dels de comerç, com ja s'ha analitzat.



	Nombre	%
Serveis	125	51,4%
Comerç	79	32,5%
Restauració	39	16,0%



# 3. Anàlisi comercial

## Locomotores i motors d'atracció (2024)

Els **supermercats** són operadors de comerç alimentari que **tenen capacitat d'atraure demanda comercial i també altres activitats de comerç i serveis al seu voltant**. A Sant Joan de Vilatorrada la majoria d'establiments d'aquest tipus també s'han concentrat als eixos principals d'activitat: Carrer Major i Avinguda Montserrat, on sembla retroalimentar-se el comerç. També hi ha altres supermercats una mica més perifèrics que complementen l'oferta a tot el municipi (no tant als barris sud).

Pel que fa altres equipaments com escoles, instituts o centres culturals, aquests tenen una distribució més heterogènia però amb igual tendència a ocupar l'eix central del poble.

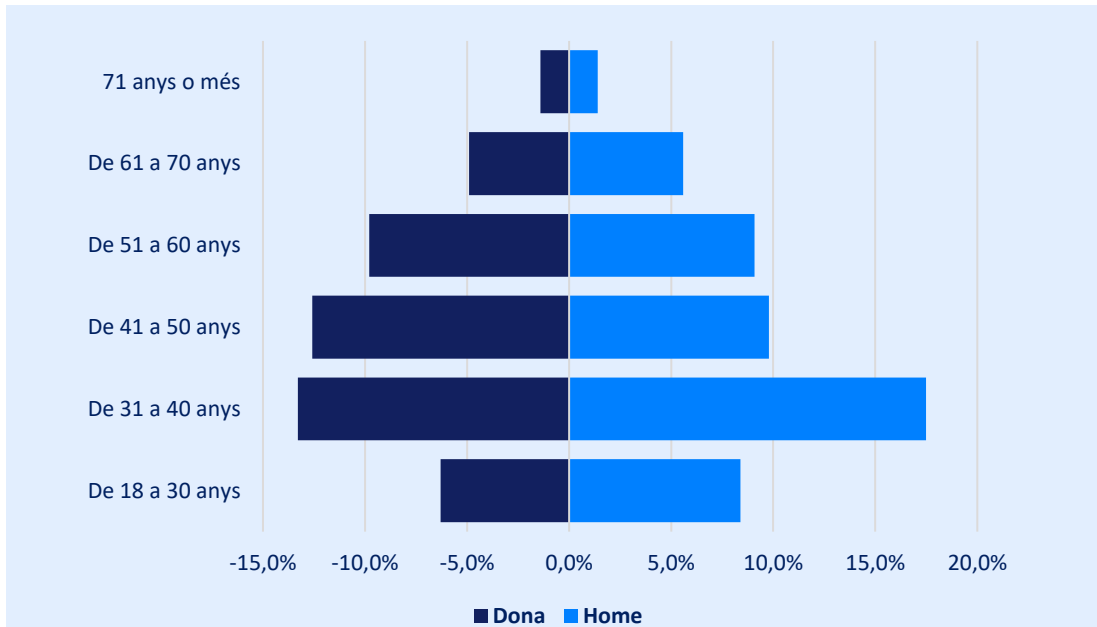


## 2. Atractivitat del teixit comercial



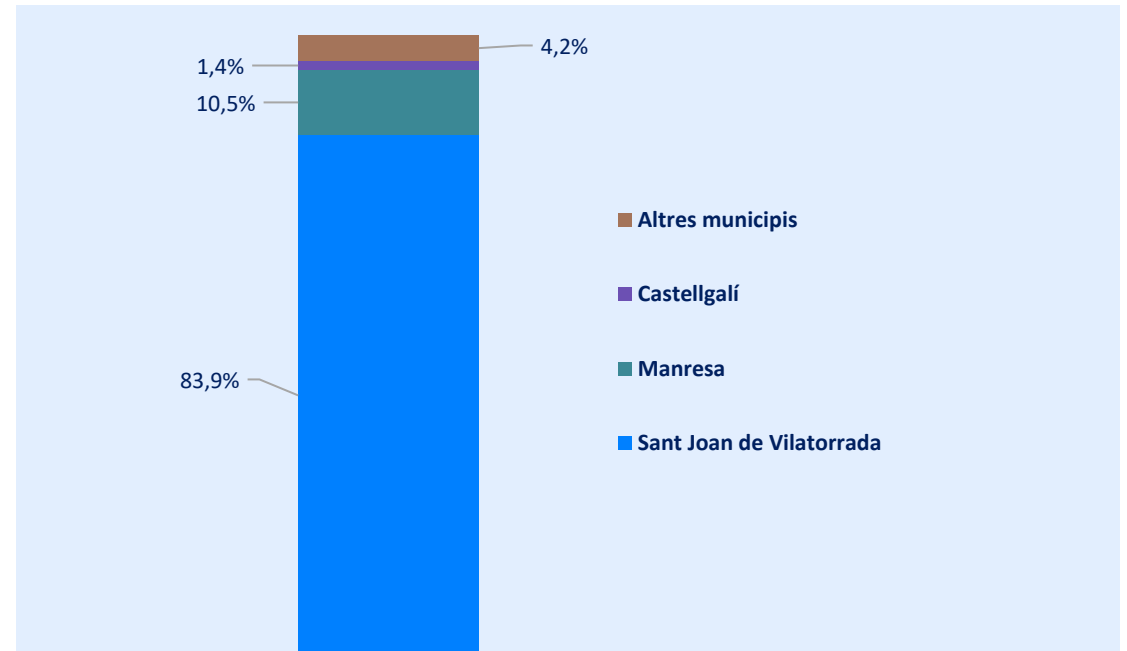
# 2.1 Perfil del comprador/a

## Sexe i edat



La mostra de població enquestada la configuraren un 48,3% de dones i un 51,7% d'homes, concentrats sobretot en les franges a partir dels 50 anys d'edat. En línies generals, cal remarcar la franja d'homes entre 31 a 40 anys, que representa un 17,48% enfront el 13,29% de dones.

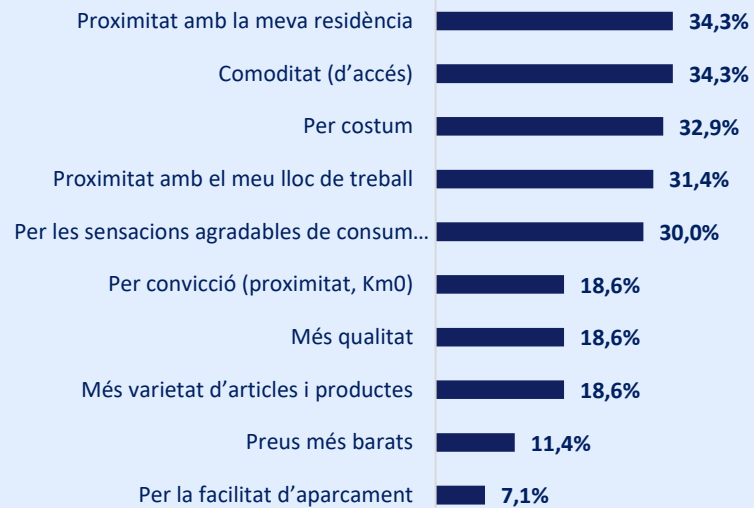
## Residència



La gran majoria de les persones enquestades viuen al mateix nucli de Sant Joan de Vilatorrada, un 83,9%. Per la seva banda, el 10,5% de compradors resideixen a la capital del Bages. Hi ha un pes poc important per la resta de municipis.

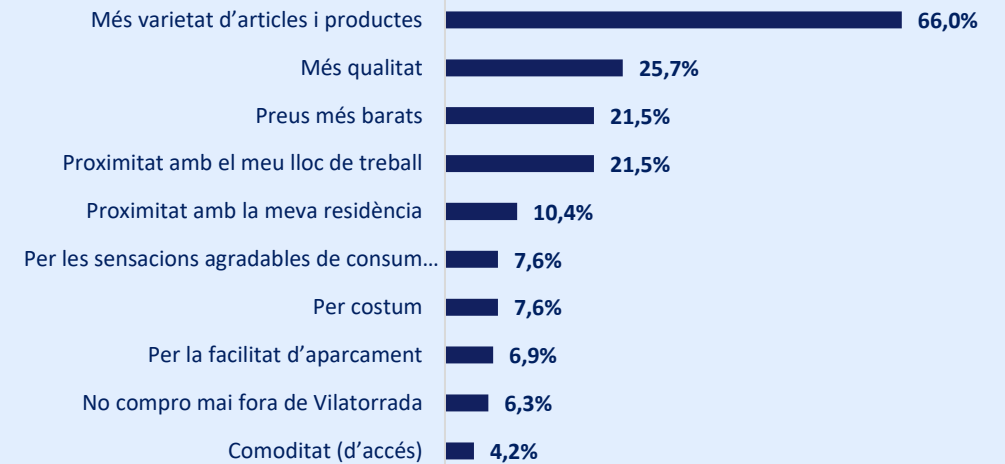
## 2.2 Comportament del comprador/a

### Motius de compra a Sant Joan de Vilatorrada



Les raons de compra a Sant Joan de Vilatorrada són per proximitat de residència, comoditat i per costum. També en destaca l'opció de proximitat al lloc de treball i les sensacions agradables de consum. En contraposició, els preus barats (11,4%) i la facilitat d'aparcament (7,1%) són les raons de compra amb menys pes.

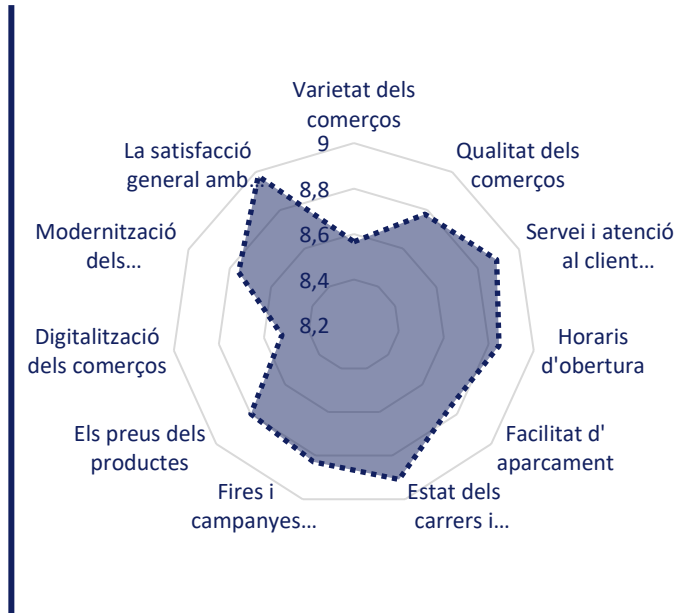
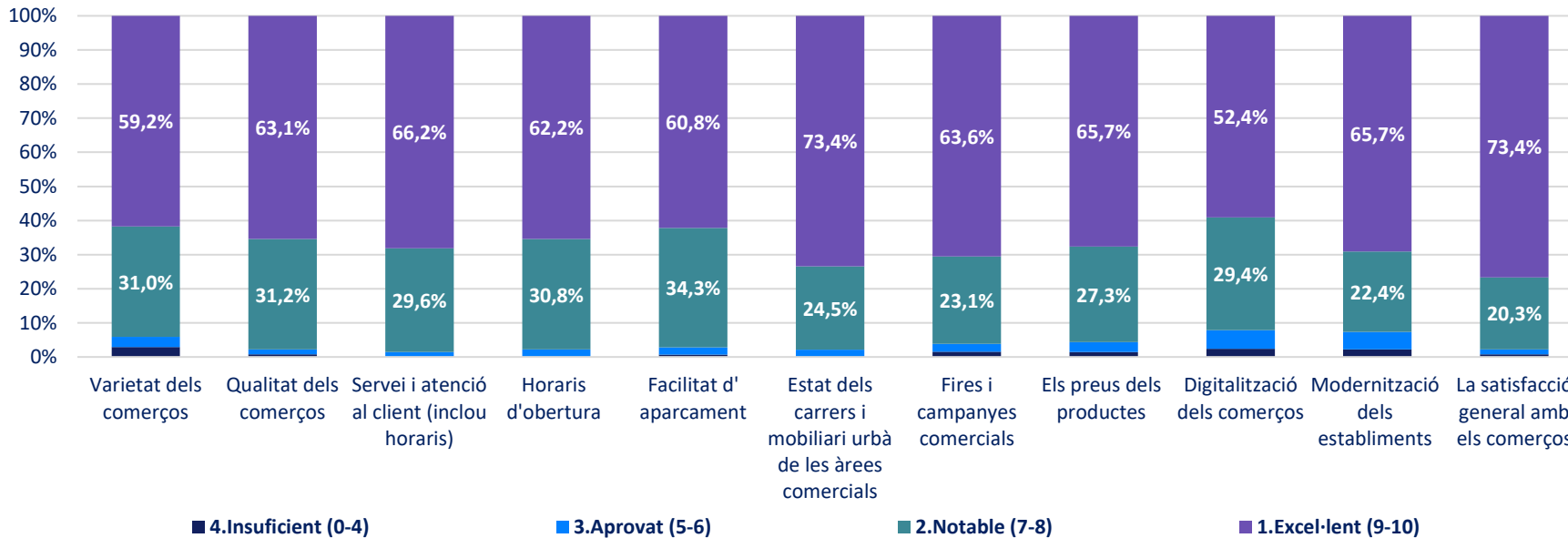
### Motius de compra fora de Sant Joan de Vilatorrada



Pel que fa als motius de compra de fora del municipi, és la varietat d'oferta el que atrau més als compradors, així com la cerca de preus més competitius i de major qualitat. Es descarten altres raons com la proximitat amb la residència o la facilitat d'aparcament o d'accés.

## 2.3 Valoració del comerç i l'entorn

### Elements de satisfacció de les persones enquestades



Els ciutadans de Sant Joan de Vilatorrada mostren en general una opinió molt positiva del seu comerç i de l'entorn comercial de la ciutat. Els elements amb una puntuació de satisfacció més alta són l'estat dels carrers de les àrees comercials, el servei i atenció al client. Més enllà d'aquestes qualitats, s'identifiquen alguns **altres elements que tindrien marge de millora: la varietat dels comerços, la digitalització i les fires i campanyes.**

En general, hi ha una molt bona valoració de la qualitat comercial del municipi, amb una mitjana de 8,74 punts, però també un reclam de millores en els aspectes relacionats amb la varietat dels comerços del municipi i aspectes centrats en la modernització i digitalització del comerç.

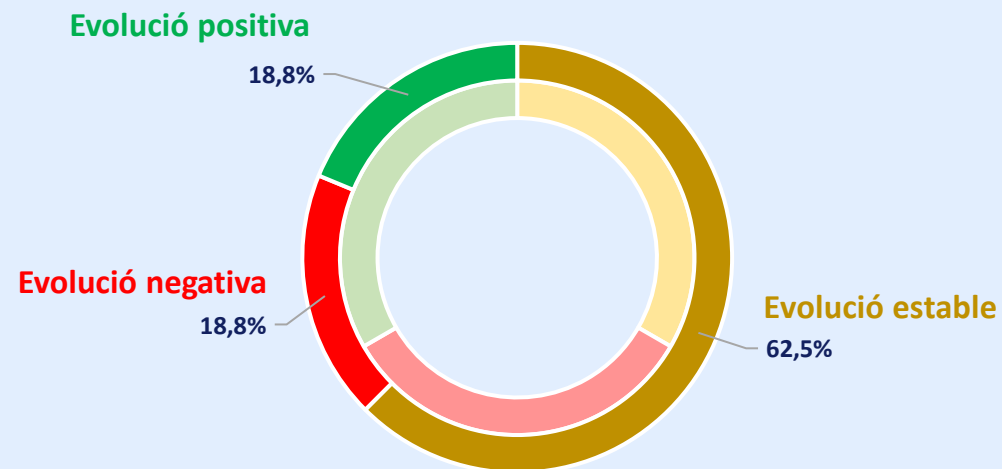
### 3. Clima comercial



# 3.1 Clima empresarial

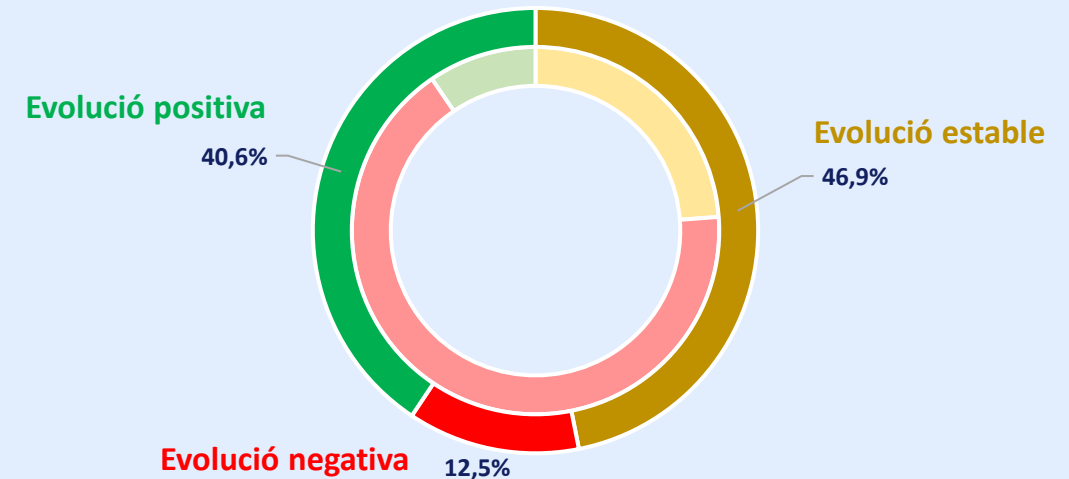
## Xifra de negoci

### Respecte l'any passat



Més del 80% de comerços enquestats han tingut les mateix vendes o fins i tot les han vist incrementades respecte l'any passat. Al 2017, aquest percentatge es trobava entorn el 66%. Es redueix de forma notòria el percentatge de comerços que si afirma haver reduït facturació, passant del 33,7%, del 2017, al 18,8%, el 2024. El clima general indica que hi ha una estabilitat en els negocis.

### Previsió de vendes d'aquest any

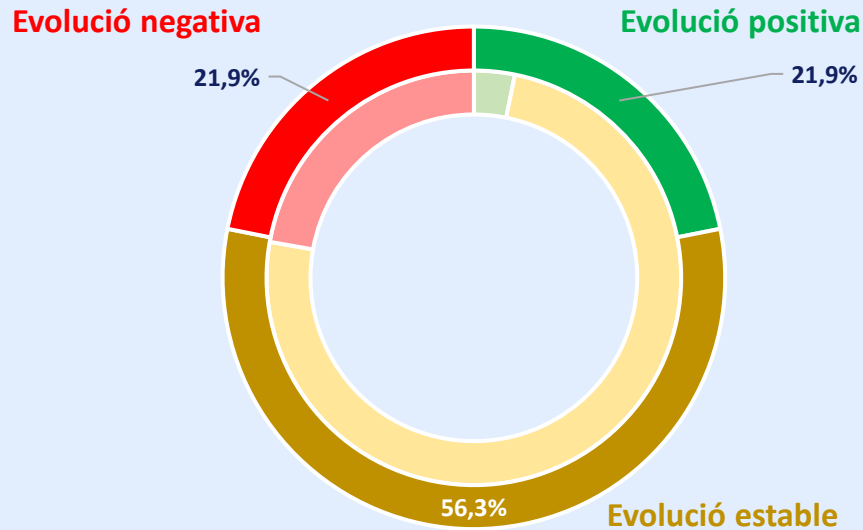


Pel que fa a la previsió de vendes de l'exercici actual, també hi ha una majoria de més del 80% que confia en vendre igual o més. En el 2017, l'evolució negativa superava el 60% i la positiva sols era del 9%. Això representa un canvi important en l'optimisme i la previsió de vendes en els propers mesos.

# 3.1 Clima empresarial

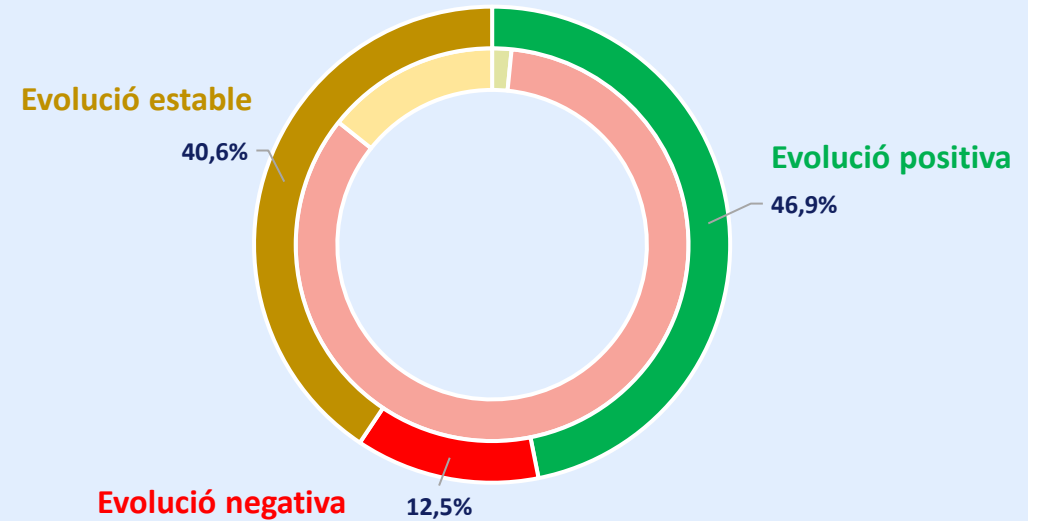
## Nombre de persones ocupades

### Darrer any



Referent al nombre de persones ocupades respecte l'any anterior predomina una evolució estable. Hi ha un retrocés en la estabilitat, ja que al 2017 representava el 75%. Ha crescut l'evolució positiva, 21,9%, atès que al 2017 representava sols el 3%.

### Previsió per aquest proper any



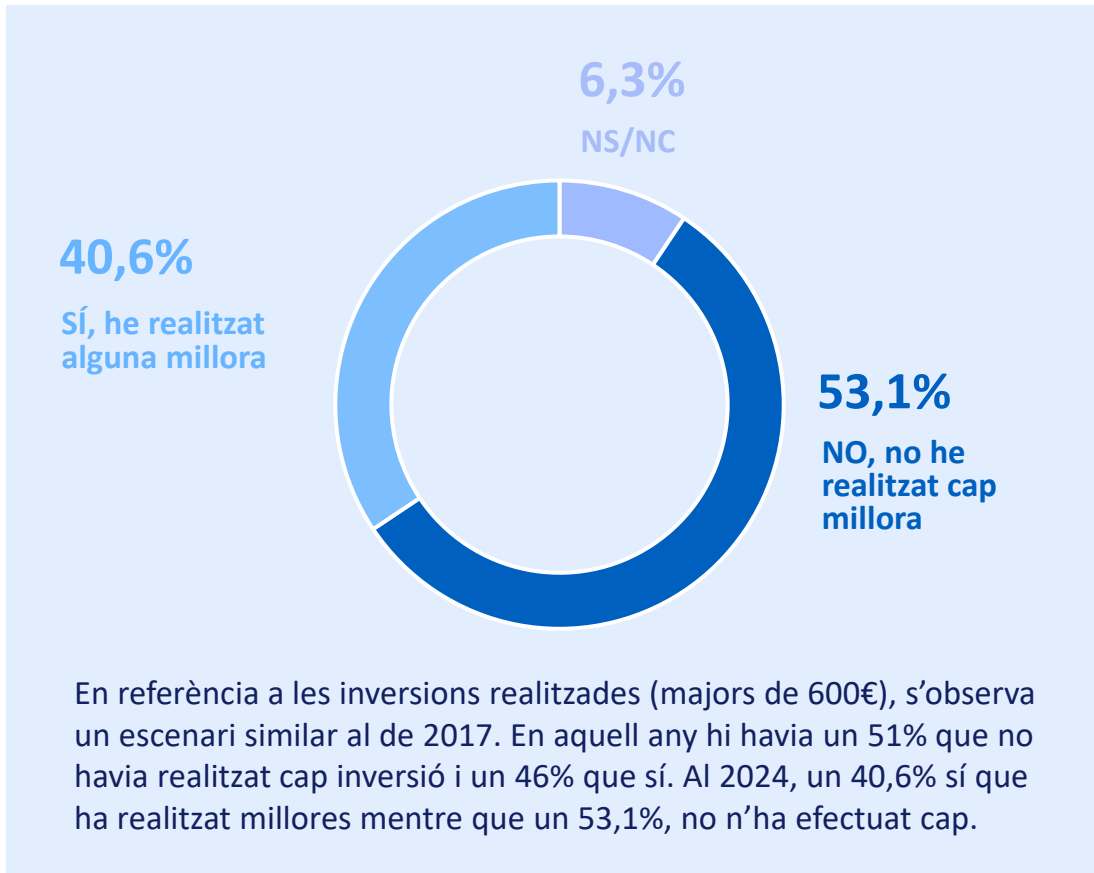
En la previsió per aquest any, hi predomina una evolució positiva pel que fa a les persones ocupades. Aquest creixement també és notori en comparació amb l'any 2017, que tan sols era del 2%. L'evolució negativa al 2017 era del 84% mentre que al 2024 s'ha reduït al 12,5%.



# 3.1 Clima empresarial

## Inversions

### Darrer any



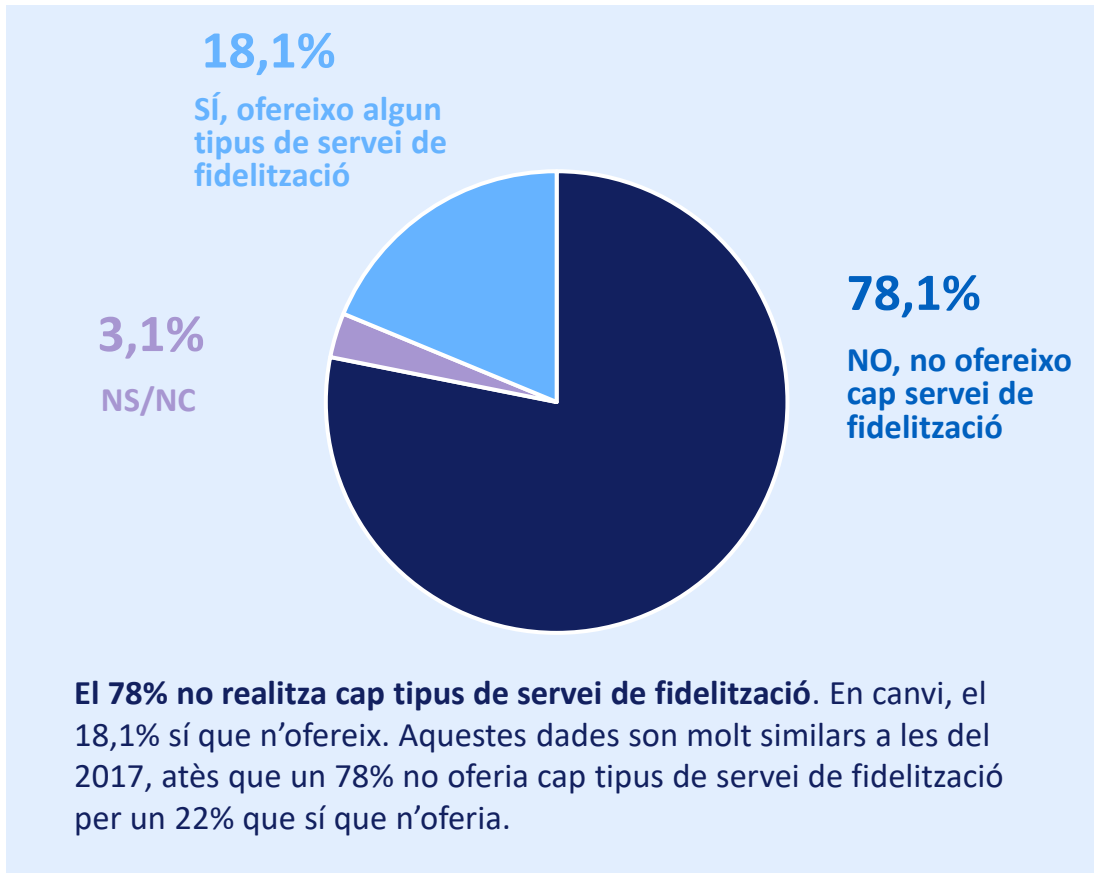
### Previsió per aquest any



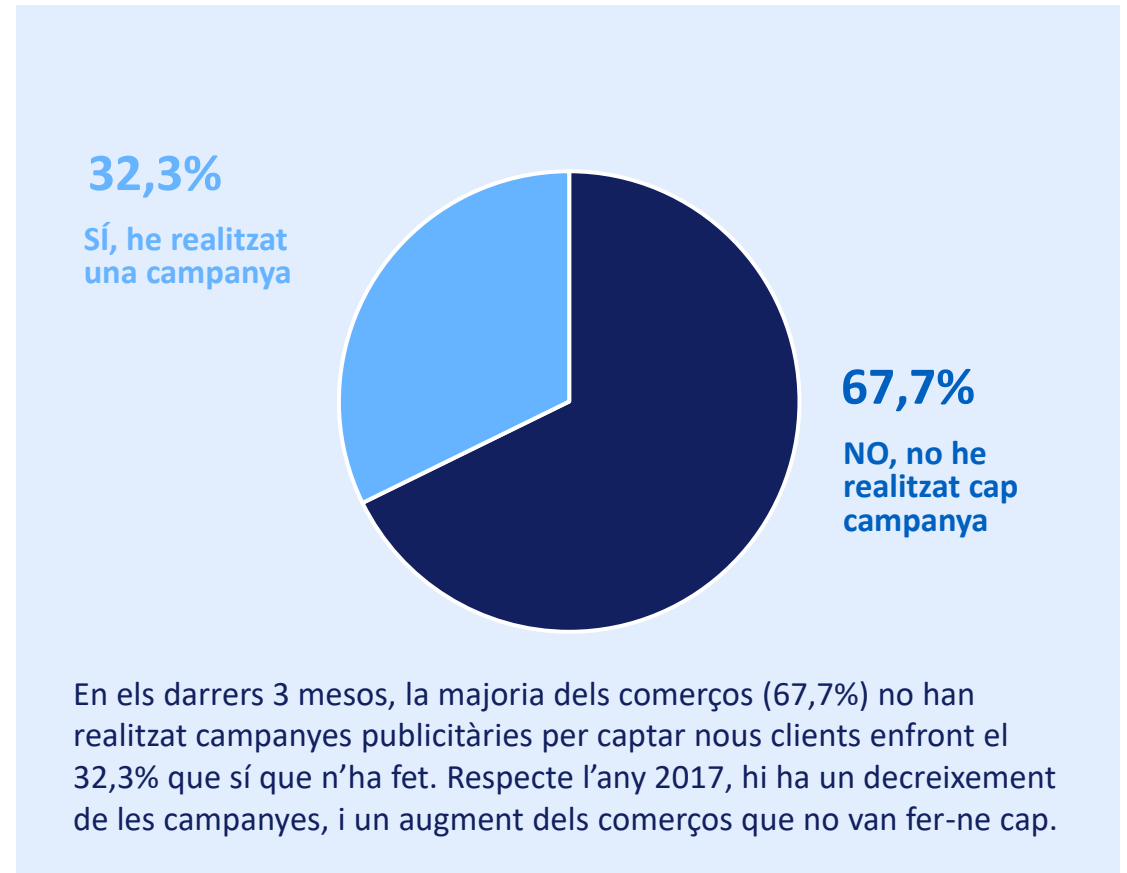
# 3.1 Clima empresarial

## Fidelització i campanyes

S'ofereix algun servei de fidelització pels clients habituals



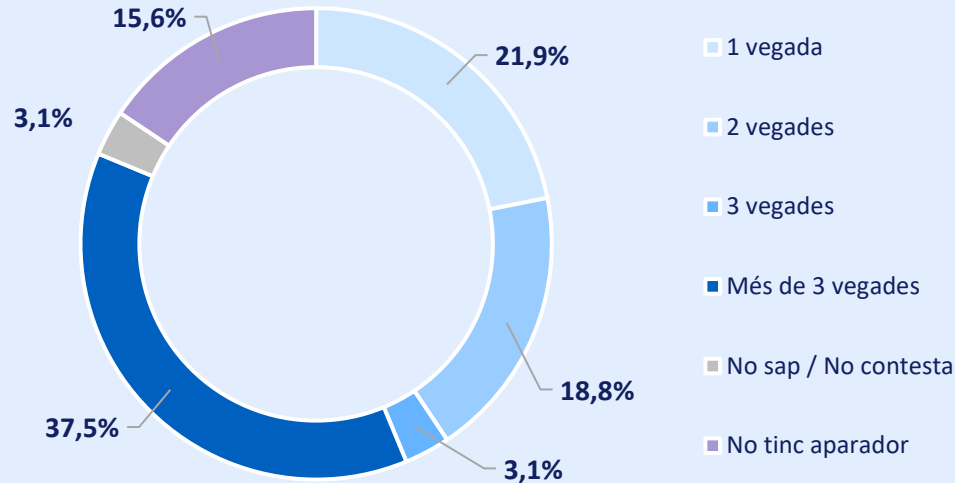
Campanya en els darrers 3 mesos per atraure nous clients



# 3.1 Clima empresarial

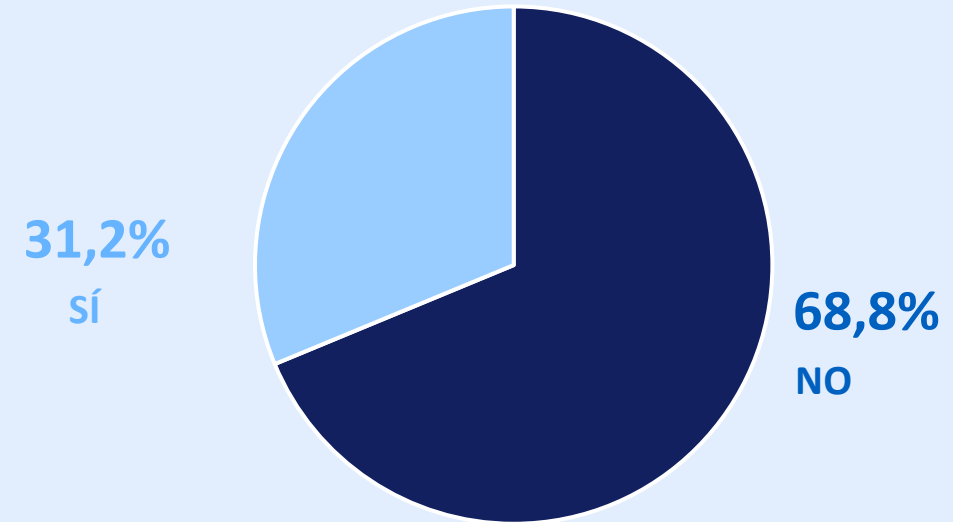
## Aparadors i obertures dissabtes tarda

Quantes vegades s'ha canviat l'exposició del aparador en els últims 2 mesos



Si comparem els **establiments que disposen d'aparador**, el 37,5% han canviat l'exposició més de 3 vegades. Representa un decreixement si ho comparem amb les dades del estudi del 2017 (50%).

Obertura els dissabtes tarda

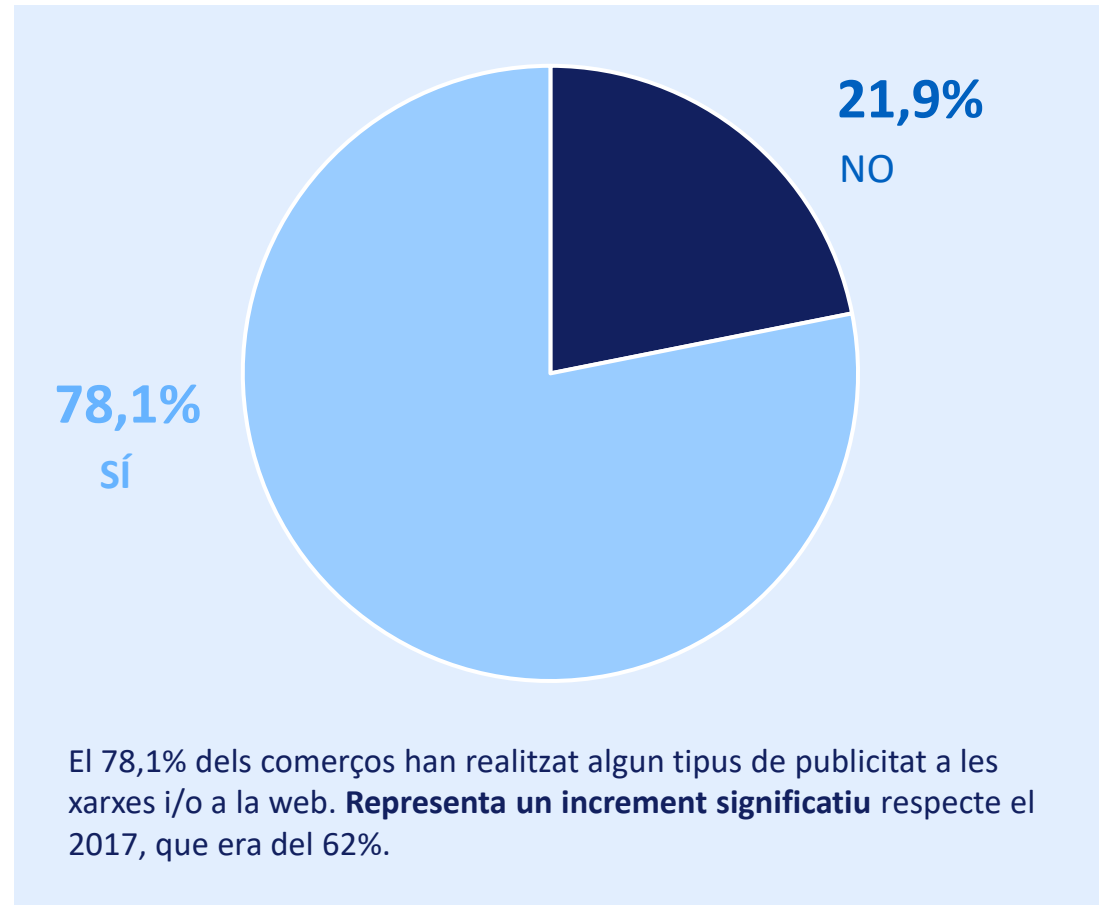


Un 68,8% dels comerços no obre els dissabtes a la tarda. En canvi, un 31,2% sí que ho fan. **Hi ha una tendència positiva en l'obertura**, atès que el 2017 només obrien el 24% dels comerços.

# 3.1 Clima empresarial

## Ús de les xarxes i la web en la publicitat

### Ús per fer algun tipus de publicitat



## 4. Urbanisme comercial



# 4.1 Eix comercial

## Vies urbanes analitzades



### Principals carrers

Carrer Major (Av. Torrent de Canigó - Carrer del Sol)

Carrer Major (Carrer del Sol - Carrer del Pont)

Avinguda Montserrat (Carrer Àngel Guimerà - Av. Torrent de Canigó)

L'anàlisi dels principals carrers que conformen l'eix comercial de Sant Joan de Vilatorrada des d'un punt de vista de l'urbanisme comercial aporta alguns elements a tenir en compte per valorar si l'accés i l'experiència de compra és més o menys positiva, esdevenint un factor més de la qualitat de l'oferta comercial del municipi.

Alguns aspectes a analitzar són la neteja, el mobiliari, les façanes dels edificis, les voreres, el verd urbà, així com el cablejat elèctric o la presència i tipologia d'aparcament, entre d'altres.

## 4.2 Anàlisi urbanístic

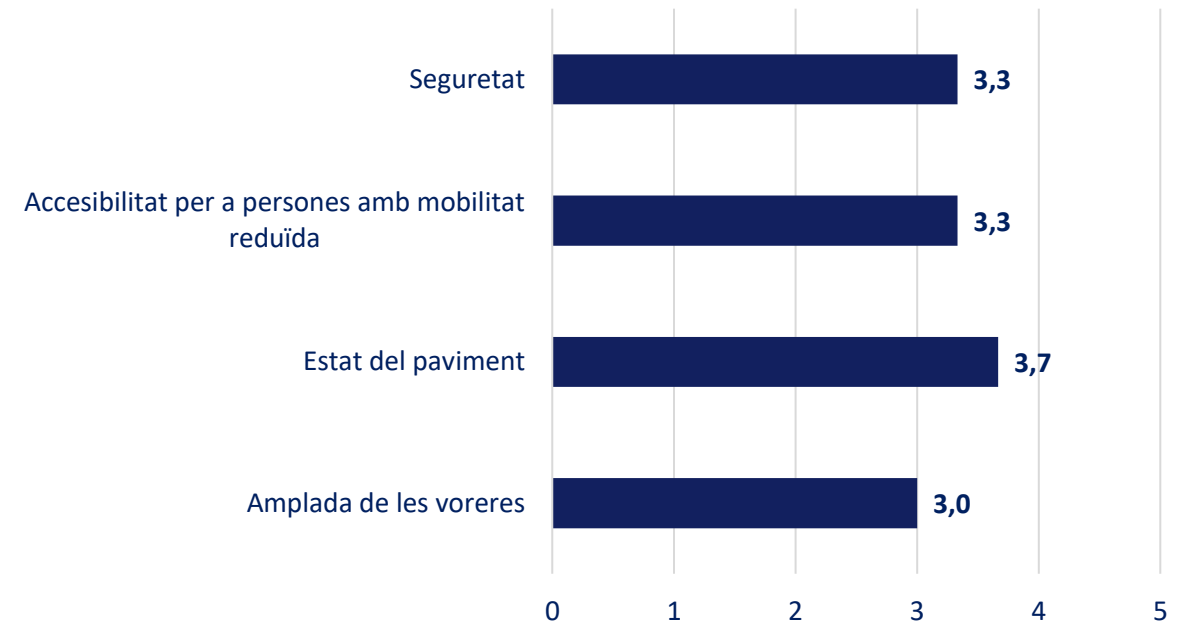
### Estat de la via i de les voreres



*Carrer Major*

Els principals carrers comercials de Sant Joan de Vilatorrada presenten un estat de la via i les voreres correctes. La seguretat i l'accessibilitat per a persones amb mobilitat reduïda són elements que afavoreixen a la comoditat del passeig i el flux de persones a peu, especialment al carrer Major.

Tot i aquesta bona experiència pels ciutadans que es mouen comprant a peu, alguns trams presenten certa dificultat per a persones amb mobilitat reduïda, amb alguns obstacles com les mateixes voreres en els carrers que combinen trànsit a peu i per a vehicles. Aquest és el cas d'algun tram de l'avinguda Montserrat, via que presenta una valoració menys positiva per tots aquests elements.

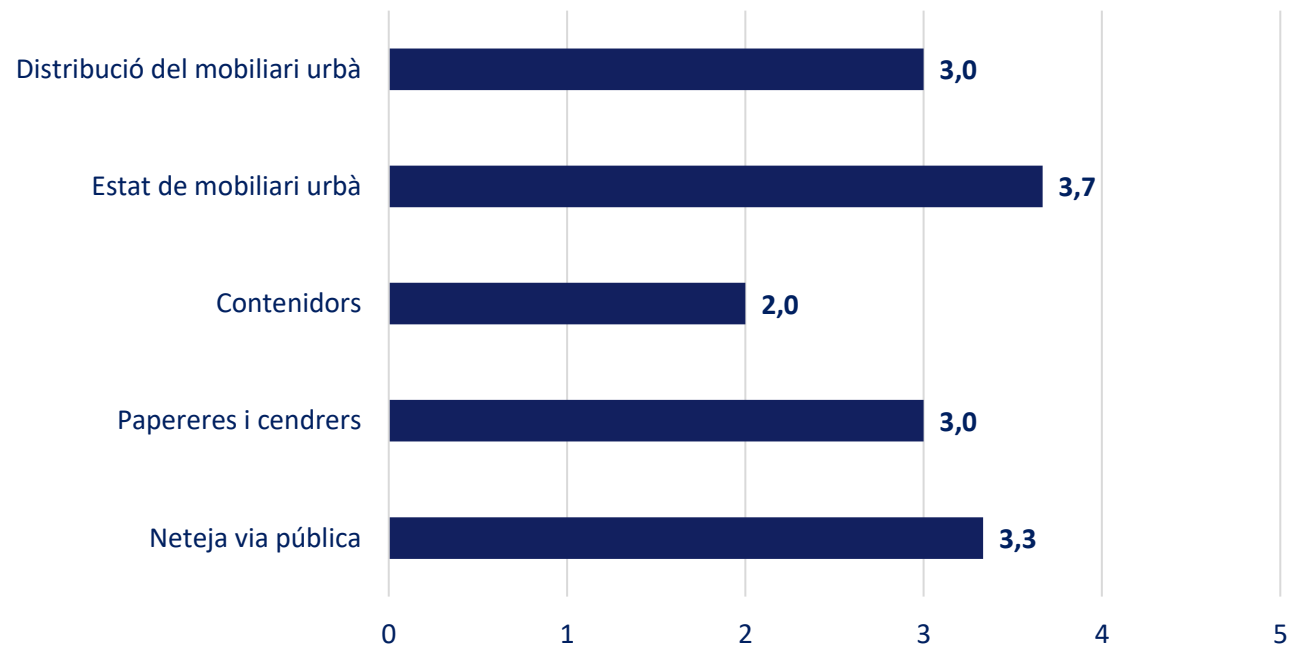


## 4.2 Anàlisi urbanístic

### Neteja i mobiliari urbà



Carrer Puig i Cadafalch



L'apartat de la neteja i el mobiliari urbà, tot i ser correcte i aprovat en la majoria de carrers, té marge de millora en alguns aspectes. D'una banda, l'estat de mobiliari com senyals, bancs i altres elements és bastant correcte, però té una distribució irregular en alguns trams del carrer Major o l'avinguda Montserrat.

D'altra banda, la presència de papereres i contenidors també és irregular. En el cas dels contenidors, més aviat se n'aprecia una mancança, sobretot en carrers com l'avinguda Montserrat. Tot i això, l'aspecte pel que fa la neteja és força correcte en tot l'eix comercial.



## 4.2 Anàlisi urbanístic

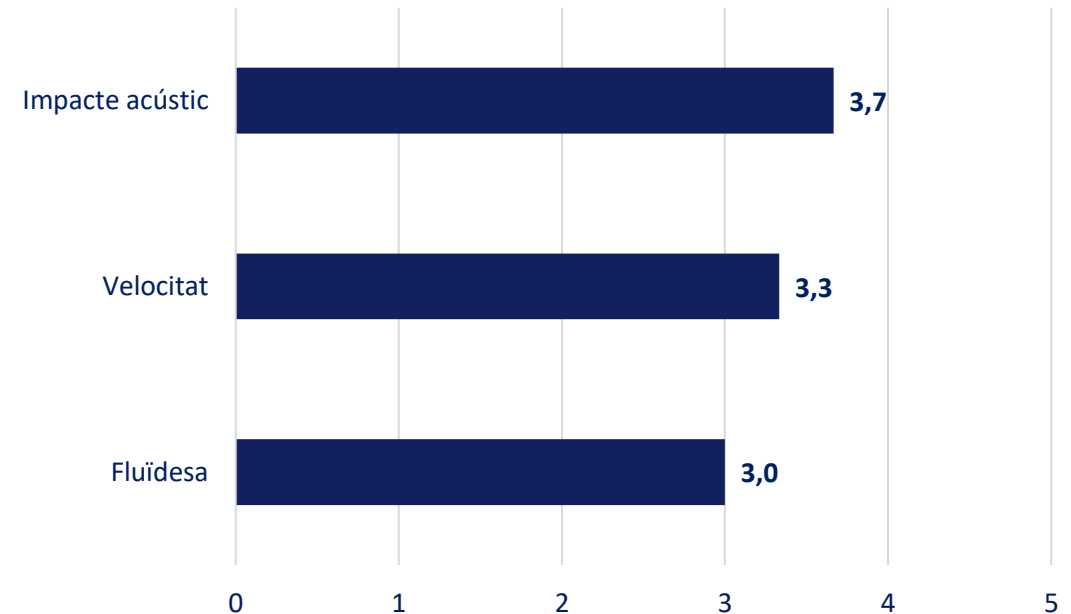
### Trànsit de vehicles i aparcaments



*Carrer Doctor Samsó*

Si es valora la circulació de vehicles, partint de la base que és un element que pot impactar negativament en la seguretat i el passeig de vianants en els carrers comercials, aquest trànsit és a Sant Joan de Vilatorrada un aspecte també correcte però a tenir present. El carrer Major en la major part del seu traçat té una valoració més que correcte en aquest sentit, però per exemple a l'avinguda Montserrat aquest trànsit té un major impacte.

La mitjana d'aparcaments en els carrers analitzats és d'unes 40 places, tots amb zones de càrrega i descàrrega i amb zona blava amb limitació horària i aparcament lliure.

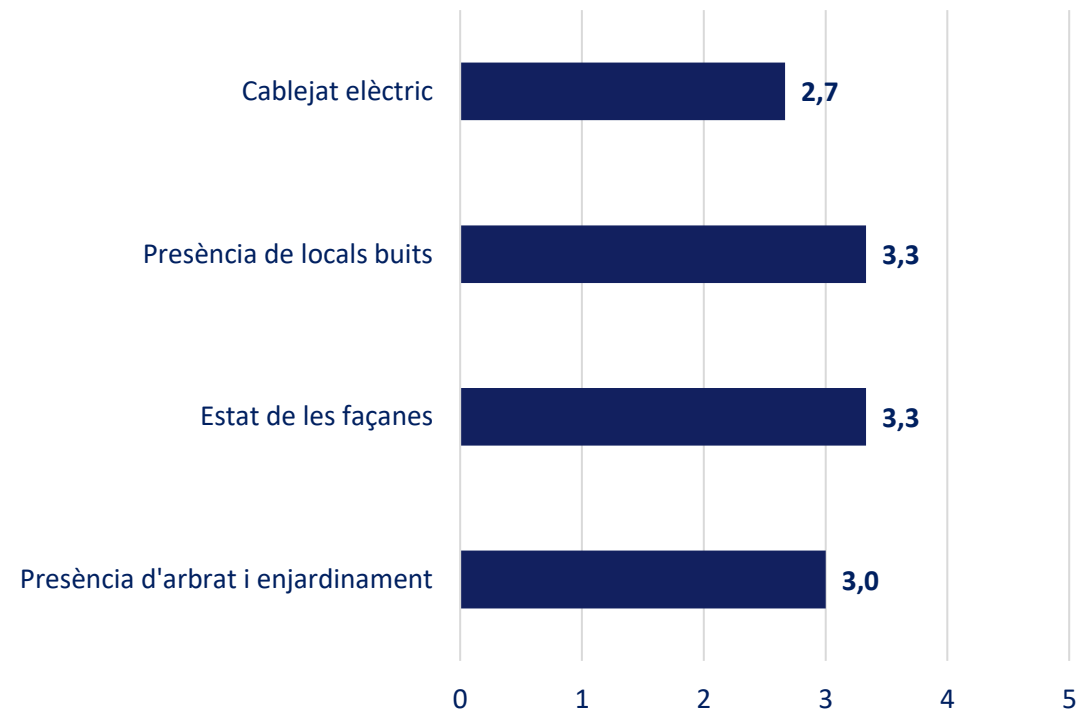


## 4.2 Anàlisi urbanístic

### Altres elements



Carrer Gran



Sant Joan de Vilatorrada presenta una oportunitat de millora referent a aspectes com la presència d'arbrat o d'elements com el cablejat elèctric, especialment a l'avinguda Montserrat. Si bé és cert que el carrer Major presenta un aspecte més agradable i atractiu degut a la presència de jardineres en algun dels seus trams.

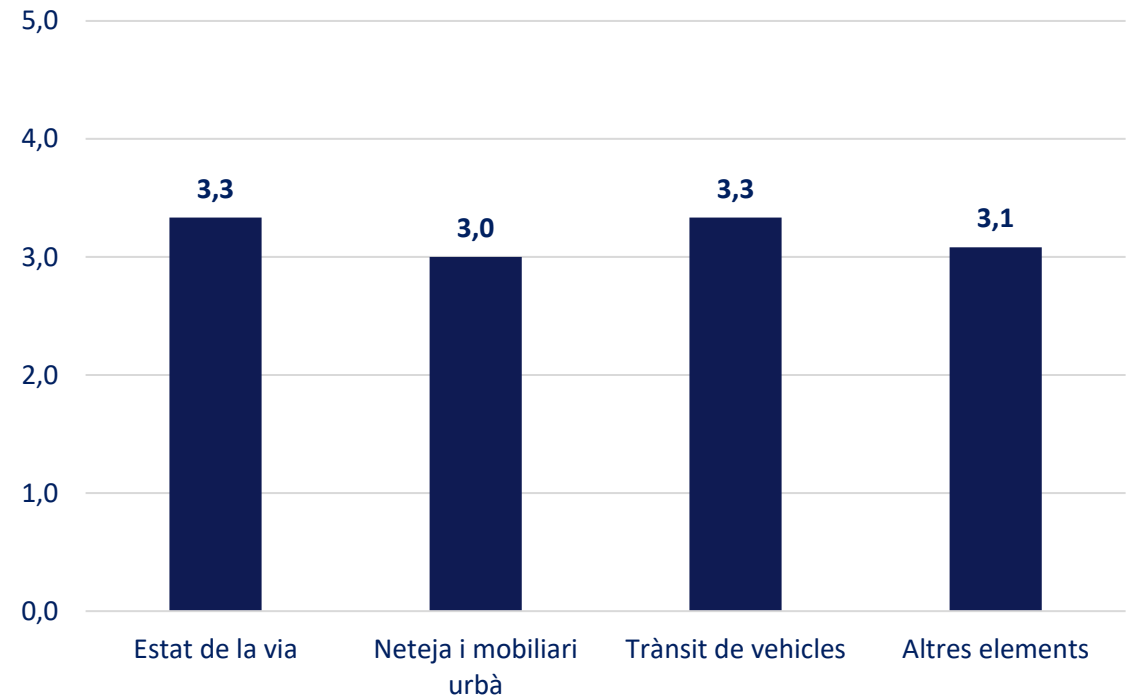
## 4.2 Anàlisi urbanístic

### Síntesi



Plaça Nova

En síntesi, s'observa que Sant Joan de Vilatorrada disposa de **dos eixos comercials amb un urbanisme correcte i a favor del vianant**. El conjunt d'elements analitzats han obtingut una valoració positiva, destacant aquells aspectes relacionats amb l'estat de la via pública i el trànsit. **Caldria millorar sobretot la presència de contenidors, eliminar alguns obstacles i incrementar l'amplada de la vorera a l'avinguda Montserrat** per potenciar encara més l'accés als comerços i establiments.



## 5. Iniciatives i recursos



# 5.1 Iniciatives i serveis locals

## Comerç

Fires i mercats	<b>Fira Fora Estocs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mostra de comerços al carrer</li> <li>Temporada de rebaixes</li> <li>Activitats complementàries</li> </ul>	Promoció “a demanda”
	<b>Fira Embarrats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Homenatge/recreació històrica del patrimoni industrial tèxtil</li> <li>Mercat d’artesanía i mostra de comerç local</li> <li>Disposició de 10 carpes municipals</li> </ul>	Octubre
	<b>Mercat setmanal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mercat dels dijous al centre (Carrer Vilaseca i Josep Rojas)</li> <li>Alimentació i tèxtil</li> <li>Horari: De 7h a 14:30h</li> </ul>	50-60 parades
	<b>Mercat de Nadal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cap de setmana anterior a les festes de Nadal</li> <li>Plaça Major</li> <li>Comerç local, producte artesà, gastronomia, entitats i activitats complementàries</li> </ul>	10-20 parades

# 5.1 Iniciatives i serveis locals

## Empresa i ocupació



Centre d'Iniciatives  
per l'Ocupació  
Cal Gallifa

<p><b>Ocupació</b></p>	<p><b>Orientació laboral i borsa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistes i acompanyament per a la inserció laboral</li> <li>• Borsa de treball a partir de la xarxa local XALOC</li> <li>• Club de feina: materials i infraestructura per a la recerca de feina</li> </ul>
<p><b>Empresa i emprenedoria</b></p>	<p><b>Assessorament a emprenedors</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suport per a l'elaboració del pla d'empresa</li> <li>• Informació sobre ajuts, subvencions i fiscalitat</li> </ul>
	<p><b>Consultoria empresarial</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assessorament a empreses constituïdes</li> <li>• Gestió fiscal i laboral</li> </ul>
	<p><b>Viver d'empreses</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 espais individuals i zona compartida per a professionals i empreses de nova creació</li> <li>• Serveis inclosos per estades de 4 anys i suport tècnic</li> </ul>
<p><b>Formació</b></p>	<p><b>Formació contínua</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de curta durada per a la inserció de persones aturades i inscrites al servei d'ocupació</li> <li>• Formació digital (ofimàtica i eines digitals), prevenció de riscos i per a operaris</li> </ul>

## 5.2 Recursos locals

### Pressupost municipal i organigrama (2023)

Programa	Concepte	Pressupost	€/habitant	% total pressupost
43	Comerç, turisme i PIMES	224.514 €	20,8 €	2,1%
<b>431</b>	<b>Comerç</b>	<b>51.200 €</b>	<b>4,7 €</b>	<b>0,5%</b>
4311	Fires	30.000 €	2,8 €	0,3%
432	Informació i promoció turística	15.450 €	1,6 €	0,1%
433	Desenvolupament empresarial	157.863 €	14,6 €	1,5%

#### Programa 431 Comerç (2022)

**5,3 €/ha**

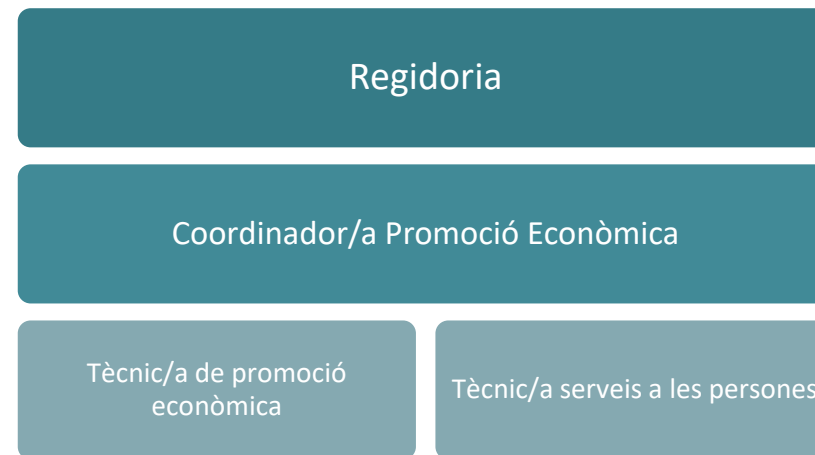
Sant Joan de Vilatorrada

**7,8 €/ha**

Bages

**8,5 €/ha**

Municipis de 10.000 a 20.000 habitants



El pressupost per habitant destinat al **programa de comerç** a Sant Joan de Vilatorrada es va veure **reduït un 11% entre el 2022 i el 2023**. El 2022 l'aportació al comerç va ser inferior a la mitjana de la comarca del Bages i, de manera encara més clara, inferior a la mitjana dels municipis de 10.000 a 20.000 habitants de Catalunya.

Així mateix, el programa o àrea de comerç està gestionada per 1 cap d'àrea compartit amb Promoció Econòmica i 2 tècniques amb funcions diverses.

## 6. Entrevistes a agents







## Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DE SANT JOAN DE VILATORRADA

Alba Simon, Pastisseria Flor de Neu

Dia: 07/08/2024

- Hora: 12h
- Lloc: Entrevista online (Plataforma Zoom)

### Persones assistents

- Alba Simon, comerciant
- Miquel Gómez – Consultoria J3B3

### BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

Tenen una pastisseria des del 1973 que porten els dos germans fills. Van incorporar tota la nova tendència de noves necessitats alimentàries i també destacant el tema de les intoleràncies. Ella creu que hi ha diferències entre els comerços artesans o productors amb només els comercialitzadors. Fa bandera de la qualitat, que ha d'anar acompanyada del preu, també que són negoci de proximitat, donant molt de protagonisme als ingredients. La seva temporada alta és l'hivern perquè treballen producte calòric.

Es marca una diferència amb els comerços que tenen una bona qualitat i presentació, així com la bona atenció al client, que necessita d'ofici i experiència. Tenen alguns treballadors, però són i volen ser petits. Tenen molt en compte l'origen i els procediments alimentaris.

### BLOC II: Context comercial – hàbits de compra (inclou mix comercial, urbanisme, mobilitat, etc.)

- Hi ha un tipus de clients que tenen un perfil d'usuari que no té relació amb el producte i que són passavolants sense tenir en compte moltes coses, que els falta pedagogia. També els passa en la cerca de treballadors, que falta qualitat.
- La capitalitat comercial ha girat cap a Vic, perquè Manresa s'ha deteriorat socialment i econòmicament, per tant no té la sensació que els faci competència. És més, tenen clients de Manresa i del Solsonès (per exemple amb encàrrecs per nadal, un 80% venen de fora del poble).
- En productes alimentaris és fàcil la tria dels supermercat per un producte pràcticament igual amb un preu molt més competitiu.
- Per la roba sí que hi ha fuga de despesa cap a centre comercials, on també hi ha oci (La Roca, la Maquinista, etc.)



- Els dissabtes a la tarda ja tothom tanca a Sant Joan. Les tardes de l'estiu tampoc funcionen. Cal fer accions d'acompanyament i urbanisme per atraure i amabilitzar tot l'eix comercial.
- Cal complementar el servei d'atenció amb les bones condicions laborals. El servei no arriba a tot arreu ni a tots els perfils, perquè tot té un preu.
- L'eix comercial era sempre l'Avinguda Montserrat però ara s'ha anat traslladant al Carrer Major, que és paral·lel. Aquest s'ha "peatonalitzat": és més verd (jardineres), hi ha terrasses, hi ha negocis referents, és més pla, restricció velocitat.

### BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

- Entre els comerços hi ha "bon rollo". Fan servir grups de WhatsApp per comunicacions o alertes internes.
- S'agraeix l'esforç de les últimes juntes de l'associació (ABIC, Associació de Botiguers i Comerciants) però a vegades algunes accions no encaixen amb la diversitat de comerços.
- Creu que l'ajuntament necessiten un interlocutor, però aquest hauria de ser professional i no ser un simple portaveu o un comerciant amb una visió parcial i molta feina a casa.
- Falta trobar el suport de l'Ajuntament d'una manera més pràctica (problemes amb la factura electrònica). També cal gestionar algunes campanyes puntuals com el Halloween o Tot Sants, que es pot desdibuixar. En general, nota molta distància amb l'Ajuntament, no es senten recolzats.

### BLOC IV: Propostes de millora (promoció, associacionisme, canals de venda, ajuts, locals, assessoraments, sinèrgies, etc.)

- Cal una aposta per la qualitat i adaptar-se al que necessita el client. No valen estratègies d'engany. La combinació de l'atenció al client, l'adaptabilitat i també de productes que cobreixin bé aquestes necessitats.
- Faltaria formació de l'ofici bàsic del comerç, com seria aparadorisme, enriquiment, vivències, experiències, anar als sentits. Psicologia del client per segmentar bé el producte i dirigir-se a qui realment valora el producte.
- A nivell de dinamització funciona bé Sant Joan, amb moltes festes i no tant fires comercials. El mercat setmanal es fa els dijous i en els teu cas no té un efecte suma al seu establiment.



## Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DE SANT JOAN DE VILATORRADA

Rosalba, Òptica Alzuria

Dia: 23/08/2024

- Hora: 10h
- Lloc: Entrevista online (Plataforma Zoom)

### Persones assistents

- Rosalba Alzuria, comerciant
- Miquel Gómez – Consultoria J3B3

### BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

L'òptica té 32 anys de vida i té dues persones treballant: col·legiada i auxiliar. Fan teràpies i revisions de proximitat, venda d'ulleres, microscopis, ulleres de sol.

Sempre els ha interessat molt la **part tècnica** més que la comercial, i que de fet és el grau d'**especialització** que busquen, més que no pas la promocions de productes bàsics, i per tant segmenta molt el públic.

S'identifica com a centre sanitari, i pel qual compleixen una sèrie de normatives específiques. Per exemple, per la pandèmia havien d'obrir. El fet de ser un servei especialitzat els permet mantenir-se (més com a servei que com a comerç). L'**atenció sanitària és el punt a favor**.

### BLOC II: Context comercial – hàbits de compra (inclou mix comercial, urbanisme, mobilitat, etc.)

El poble va passar de ser una ciutat dormitori depenent de Manresa (per mobilitat, estudis) amb alguns negocis de mínims i algun supermercat, a dinamitzar-se molt a partir de la demografia i de l'ampliació d'infraestructures i entitats socials, etc. Hi ha va haver un procés d'arrelament, creixement els comerços i varietat d'oferta. Per tant hi ha haver un punt de molt bona salut comercial i cohesió social.



No obstant això, quan va tancar la Pirelli, va canviar la **dinàmica en negatiu** per una baixada del poder adquisitiu. Per tant ha baixat la capacitat de consum, i també per la situació de crisi econòmica.

- Avui en dia els **hàbits de compra són molt canviants**, també afectat per la compra per internet, i hi ha un buit de demanda en la franja de la gent jove i mitjana edat. Aquesta gent sí que estaria provocant una fuga de despesa, també pels hàbits de compra de l'anonimat. Hi ha alguna gent de falç, fonollosa, etc., que havien vingut a comprar al poble, o també algú de Manresa o Santpedor, però Sant Joan no estaria tampoc en una situació de privilegi competitiu. Cal anar a buscar doncs la gent jove per atraure'ls cap el comerç local i els serveis locals.
- El **centre o eix comercial s'ha desplaçat** cap el sud perquè s'ha urbanitzat amb els nous instituts. No té la sensació que el carrer Major sigui molt actiu tampoc.
- Per la cultura de cotxe es genera un **problema d'aparcaments**, que estan saturats pels residents. Es va provar zona vermella amb un rellotge de 1h 30 min, però ha fallat per falta de control. Ara mateix no hi ha una zona clara amb preferència vianants
- També tenen la sensació de que **falta servei de neteja**, un mal ús del mobiliari urbà i de residus. Per tant, caldria incentivar la bona gestió dels residus, voluminosos i pedagogia.

### BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

Ella va ser sòcia fundadora de l'associació de botiguers i va ser-ne tresorera més de 10 anys. Feien reunions setmanals, reunions de junta i bastantes accions: els embarrats, desfilades, sortejos, concursos d'aparadors, joc del parany, formacions amb l'ajuntament, comerç al carrer, fires petites per Sant Antoni, senyalització de comerços, subvencions.

Va arribar un punt que els de la junta es van cansar també alguns socis que no van ajudar (crítiques, queixes, dinàmica negativa). Primer va plegar ella i més tard el president. Hi va haver un intent de relleu però ja no va funcionar.

Les **relacions actuals** es basen en una compartició de clients, el públic és el de sempre. El projecte d'associació era per tot tipus de comerç i serveis, tot i que no era el motiu central.



- Aquests últims anys hi ha la sensació de que amb el sector comercial l'Ajuntament no hi ha tractat, no era una prioritat. Com a molt hi ha hagut algun contacte per subvencions, facturació electrònica que no ha acabat de qualificar.
- Interessa molt que hi hagi **més reunions i espais** i si pot ser una associació doncs millor si es treballa bé i de manera conjunta amb l'ajuntament.

**BLOC IV: Propostes de millora** (promoció, associacionisme, canals de venda, ajuts, locals, assessoraments, sinèrgies, etc.)

- D'entrada, seria necessari fer més reunions amb els comerços, com a mínim trimestrals, amb el lideratge del regidor/a i la tècnica.
- Campanyes des de l'ajuntament de promoció del comerç local, de la qualitat i el servei que representa pel poble.
- Incentiu a la compra pel públic juvenil i atracció de diferents públics.
- Gestió correcta i rotativa dels aparcaments i promocionar el passeig, així com la neteja viària, amabilització.
- Formació en tècniques de venda, digitalització dels negocis i de la gestió de facturació electrònica.



## Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DE SANT JOAN DE VILATORRADA

Patricia Cifuentes, La Dolçor

Dia: 11/11/2024

- Hora: 9:30h
- Lloc: Entrevista online (Plataforma Teams)

### Persones assistents

- Patricia Cifuentes – Comerciant
- Pau Gabara – Consultoria J3B3

### BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

El negoci fa 3 anys i mig que es troba en funcionament. Sorgeix de la idea d'incorporar al municipi una pastisseria americana atès que no n'hi ha cap encara. El que va començar en època de pandèmia com a un negoci informal de venda de pastissos a particulars, s'ha formalitzat en aquest negoci. La filosofia es basa en una pastisseria americana i de rebosteria creativa.

Darrerament, s'ha mutat de local per anar a un de més gran, la qual cosa l'ha permès oferir un servei de degustació més enllà de la venda dels productes de rebosteria. No obstant, especifica que el seu negoci no es tracta d'una cafeteria.

Per tal de guarnir els pastissos que elabora al seu negoci, compra algunes flors a la jardineria del municipi. Ambdós negocis col·laboren de forma recurrent.

### BLOC II: Context comercial – hàbits de compra (inclou mix comercial, urbanisme, mobilitat, etc.)

Explica que les persones de més de 65 anys representen un segment de població important del municipi. Ho relaciona amb el fet que aquestes persones tenen costum de comprar als comerços amb una dilatada trajectòria al municipi i no als negocis que emprenen de nou. En termes de mobilitat, esmenta que el segment de població més jove es desplaça majoritàriament a Manresa o Barcelona per realitzar les seves compres. En aquest sentit, afirma que Sant Joan de Vilatorrada s'erigeix com un poble dormitori. Respecte a aquest fenomen, acaba realitzant la reflexió següent: és difícil que la població de més edat dinamitzi comercialment el municipi.



Referent al mix comercial, afirma que hi ha una bona oferta comercial, amb una gran varietat, la qual cosa permet al ciutadà satisfer les seves necessitats quotidianes. En aquest sentit, al municipi es compta amb supermercats, botigues de roba, sabateries, bars i restaurants (destaca que n'hi ha una gran varietat d'establiments de restauració), pastisseries, forns, carnisseries, tintoreria, acadèmies, etc.

En relació amb aspectes relacionat amb l'urbanisme comercial, expressa que a l'avinguda Montserrat hi passen cada cop menys persones. Ho relaciona amb el fet que han marxat comerços que dotaven de vitalitat aquest eix comercial. Ho exemplifica a partir de dos casos: el tancament de la botiga Ametller Origen i la reubicació al carrer Major de la Carnisseria Lola. Afegeix que té la percepció que la centralitat de la localitat ha virat cap al carrer Major, apuntant com una possible causa la pacificació (reforma de plataforma única) en bona part d'aquest eix viari.

### BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

Explica que quan l'associació es trobava activa realitzava una tasca important en matèria de dinamització comercial, especialment en la promoció i participació a fires i activitats comercials. Com a possibles causes de la dissolució o parada de l'activitat de l'associació al·ludeix que es deuen a que les persones que hi estaven al capdavant es van desgastar al no comptar amb ajuda per part de l'ajuntament i no disposar de prou temps per dedicar-hi esforços. També esmenta que el sector del comerç de Sant Joan de Vilatorrada fa molts anys que no gaudeix de cap ajuda o subvenció.

D'altra banda, expressa que l'ajuntament no promou als nous comerços que s'estableixen al municipi i, que ens molts casos, no la seva activitat acaba al cap d'un o dos anys. En aquest sentit, proposa que hi hagi un acompanyament per part de l'ajuntament més enllà del període d'obertura del negoci en el qual es faciliti una assistència tècnica, així com la promoció de la nova activitat comercial. Adicionalment, també proposa la posada en marxa d'una newsletter o butlletí informatiu mensual o trimestral que promoció l'activitat del teixit comercial local.

Afirma que el teixit comercial es coneix entre si. Tanmateix, afegeix que no hi ha una marca conjunta que englobi al conjunt del comerç del municipi, com sí succeeix a Manresa.

En referència a la fira d'Embarrats, afirma que n'extreu un impacte beneficiós pel que fa al seu comerç. En el seu cas, es va donar a conèixer entre la ciutadania. Des d'aquesta perspectiva, acaba comentant que la responsabilitat de la baixa participació a fires i activitats en l'espai públic és dels comerços i no de l'ajuntament. Falta d'unió del teixit comercial.



**BLOC IV: Propostes de millora** (promoció, associacionisme, canals de venda, ajuts, locals, assessoraments, sinèrgies, etc.)

- Impuls d'estratègies de màrqueting entre el teixit comercial local: targetes de fidelització, si compres a Sant Joan pàrquing gratuït?, descomptes, etc.
- Posada en marxa d'una newsletter o butlletí informatiu mensual o trimestral que promoció l'activitat del teixit comercial local
- Planteja que l'avinguda Montserrat es pugui realitzar una intervenció urbanística similar a la del carrer Major

## 7. Conclusions



## DEBILITATS

# D

La varietat dels comerços, la digitalització i les fires i campanyes com a aspectes a millorar.

Densitat comercial inferior als municipis de l'entorn i la mitjana comarcal i catalana.

El nombre d'activitats comercials i de restauració ha experimentat una davallada del -21% en els últims 10 anys.

Manca de recursos (ajuts, subvencions, convenis) municipals dirigides al sector comerç.

## A AMENACES

Envel·liment de la població prou notori en els últims 10 anys.

Les raons de compra fora del municipi són la varietat d'oferta, així com la cerca de preus més competitius.

En el curs present, tan sols 1 de cada 3 establiments realitzarà una inversió en el seu negoci.

Gairebé el 80% dels establiments no realitza cap servei o campanya de fidelització.

## FORTALESES

# F

Generalment, els eixos comercials principals compten amb un urbanisme correcte i a favor del vianant, aspecte reflectit en la bona valoració de la qualitat i de l'experiència de compra entre la ciutadania.

Establiments comercials, de serveis i restauració es reparteixen de manera prou indistinta per tota la trama urbana, prioritzant el doble eix comercial central.

Les raons de compra dins del municipi són la proximitat de residència, comoditat i per costum.

Estructura comercial similar a la mitjana catalana, amb una preeminència del sector alimentació, seguit de l'equipament de la llar i la persona.

Can Gallifa (CIO) com a referència dels serveis i projectes de suport empresarial i d'emprenedoria.

## O OPORTUNITATS

La demografia del municipi està consolidada i té capacitat per generar demanda, així com fer vida activa (social i econòmica) al poble .

Possibilitat de complementar l'oferta comercial amb el sector del lleure i la cultura.

La baixa densitat de contenidors, la presència d'obstacles i l'amplada de la vorera a l'avinguda Montserrat com a aspectes de millora de l'urbanisme comercial.

Terciarització de l'economia amb un predomini de serveis relacionats amb activitats professionals i tècniques, i activitats personals.

## 8. Estratègia i pla d'acció



## Proposta de valor

Consolidar Sant Joan de Vilatorrada com un municipi amb una oferta comercial variada, reconeguda i de proximitat, on les activitats de promoció i dinamització del comerç es realitzen gràcies a la participació activa del seu teixit comercial i de la concertació publicoprivada.

# Pla estratègic

Consolidar Sant Joan de Vilatorrada com un municipi amb una **oferta comercial variada, reconeguda i de proximitat**, on les activitats de **promoció i dinamització del comerç** es realitzen gràcies a la **participació activa** del seu teixit comercial i de la concertació publicoprivada.

PROPOSTA DE VALOR

**1. OFERTA COMERCIAL CONSOLIDADA I DIVERSIFICADA**

**2. UN TEIXIT COMERCIAL ACTIU**

**3. UN TEIXIT COMERCIAL DINÀMIC I ARRELAT AL MUNICIPI**

**4. ÀREA COMERCIAL ACCESSIBLE I AMABLE**

LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Consolidar una oferta comercial variada i rica que contribueixi a retenir la despesa i oferir una experiència de compra tant fàcil com engrescadora.

Implicar els agents del sector comerç en la presa de decisions relatives a l'activitat econòmica del municipi.

Impulsar accions de dinamització adreçades a estimular socialment i comercialment el municipi i fomentar un sentiment compartit de pertinença.

Consolidar i fer més amable i accessibles els eixos comercials de Sant Joan de Vilatorrada.

OBJECTIUS

**1.1 Programa d'emprenedoria i incentius**

**1.2 Professionalització del teixit comercial**

**1.3 Sinèrgies amb locomotores educatives del territori**

**2.1 Participació activa dels agents**

**2.2 Pla de dinamització comercial renovat i consensuat**

**3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques**

**3.2 Visibilització de l'activitat comercial local**

**3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials**

**4.1 Arranjament de l'Avinguda Montserrat**

**4.2 Aparcaments rotatius**

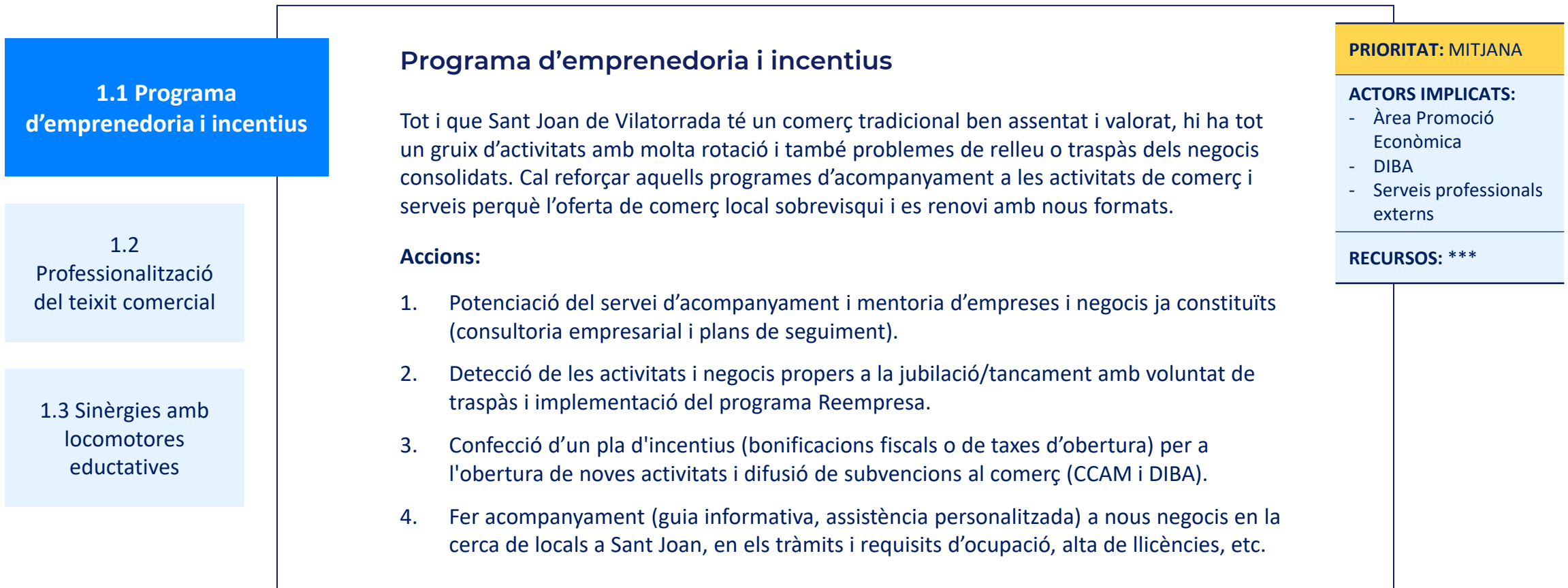
PROJECTES



# Línia estratègica 1 – OFERTA COMERCIAL CONSOLIDADA I DIVERSIFICADA

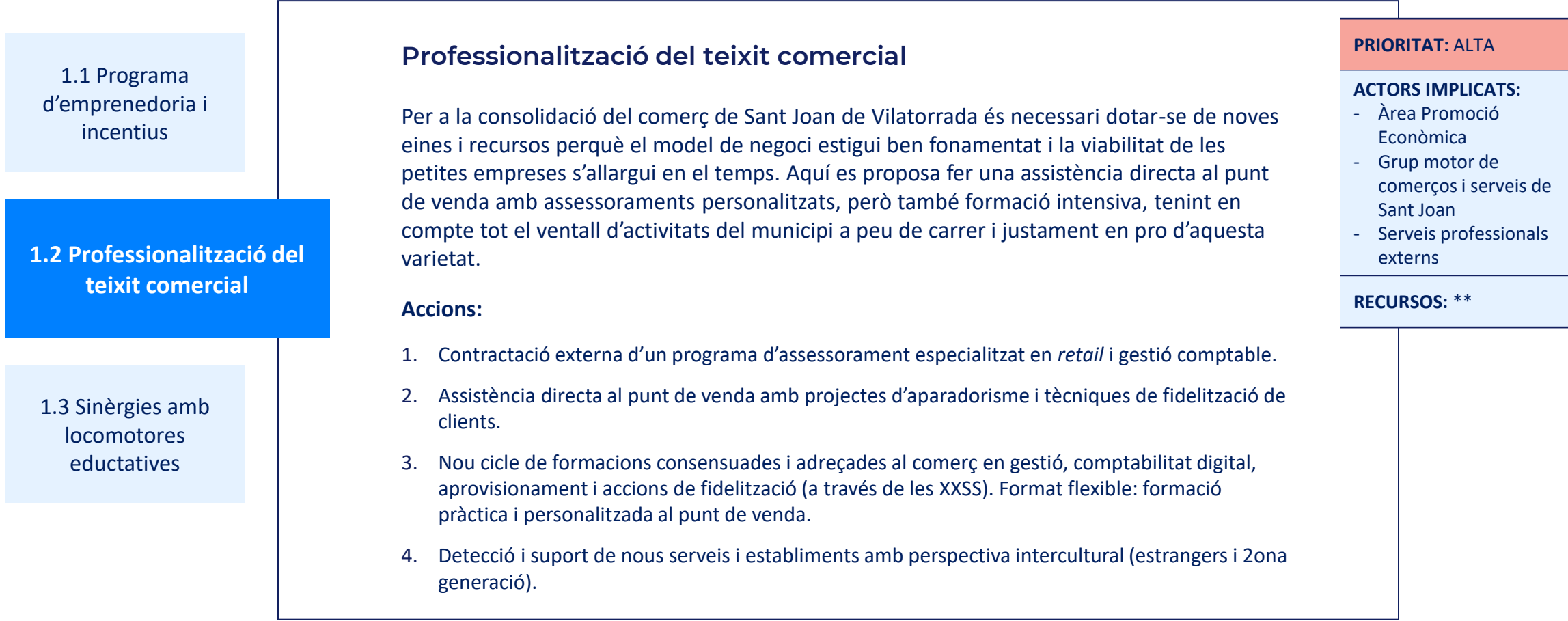
**OBJECTIU:** Consolidar una oferta comercial variada i rica que contribueixi a retenir la despesa i oferir una bona experiència de compra.

**ACTUACIÓ:** 1.1 Programa d'emprenedoria i incentius



# Línia estratègica 1 – OFERTA COMERCIAL CONSOLIDADA I DIVERSIFICADA

<b>OBJECTIU:</b>	Consolidar una oferta comercial variada i rica que contribueixi a retenir la despesa i oferir una bona experiència de compra
<b>ACTUACIÓ:</b>	<b>1.2 Professionalització del teixit comercial</b>



# Línia estratègica 1 – OFERTA COMERCIAL CONSOLIDADA I DIVERSIFICADA

**OBJECTIU:** Consolidar una oferta comercial variada i rica que contribueixi a retenir la despesa i oferir una bona experiència de compra

**ACTUACIÓ:** 1.3 Sinèrgies amb locomotores educatives del territori

1.1 Programa d'emprenedoria i incentius

1.2 Professionalització del teixit comercial

**1.3 Sinèrgies amb locomotores educatives**

## Sinèrgies amb locomotores educatives del territori

La població de Sant Joan està consolidada i té, en la població jove i les famílies, un actiu a favor del consum local. Per atraure aquests grups de població és necessari fomentar la sostenibilitat i la proximitat en el consum. I de la mateixa manera, la vinculació amb el comerç pot venir per la participació directe dels estudiants mitjançant pràctiques i estades, tot potenciant la innovació del establiments i la seva ocupabilitat.

### Accions:

1. Detectar els centres de formació professional de la comarca relacionada amb el comerç, màrqueting i els serveis personals.
2. Servei de prospecció, d'intermediació i seguiment amb els comerços i serveis de Sant Joan de Vilatorrada amb voluntat d'oferir pràctiques laborals a estudiants.
3. Complementació del programa CuEmE amb intercanvis dels instituts amb els comerços locals: visibilitat dels negocis locals i visita al punt de venda.

**PRIORITAT:** MITJANA

### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea de promoció econòmica
- Àrea d'educació
- Departament d'Educació
- Grup motor comerços i serveis de Sant Joan

**RECURSOS:** \*\*\*

## Línia estratègica 2 – TEIXIT COMERCIAL ACTIU

**OBJECTIU:** Implicar els agents del sector comerç en la presa de decisions relatives a l'activitat econòmica del municipi.

**ACTUACIÓ:** 2.1 Programa d'emprenedoria i incentius

### 2.1 Participació activa dels agents

2.2 Pla de dinamització comercial renovat i consensuat

### Participació activa dels agents

L'Associació de Botiguers i Comerciants de Sant Joan de Vilatorrada (ABICSA) ha perdut la centralitat en la dinamització del comerç per la falta de seguiment i lideratge. En aquest punt seria necessari i beneficiós pel teixit comercial local la posada en marxa de nous mecanismes de col·laboració amb l'Ajuntament, renovar noves figures líders amb iniciativa i participar en diferents espais de trobada i canalització de les necessitats del sector.

#### Accions:

1. Consolidació dels canals i espais de comunicació interns entre comerços i serveis (Whatsapp, mails, etc.).
2. Club o fòrum de comerç (plenària): Calendarització de reunions participades per comerços i l'àrea municipal de promoció econòmica.

**PRIORITAT: ALTA**

#### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea Promoció Econòmica
- ABICSA
- Comerços i serveis
- Serveis professionals externs

**RECURSOS: \*\***

## Línia estratègica 2 – TEIXIT COMERCIAL ACTIU

**OBJECTIU:** Implicar els agents del sector comerç en la presa de decisions relatives a l'activitat econòmica del municipi.

**ACTUACIÓ:** 2.2 Pla de dinamització comercial renovat i consensuat

2.1 Participació activa dels agents

2.2 Pla de dinamització comercial renovat i consensuat

### Pla de dinamització comercial renovat i consensuat

Sant Joan de Vilatorrada necessita un pla de dinamització comercial que sigui proposat i governat pels agents representants del comerç i els negocis establerts al municipi en la col·laboració plena de l'Ajuntament. El grau de consens i utilitat dels objectius d'aquest pla dependrà en bona mesura de la capacitat de treball i repartiment de tasques i iniciatives que es faci en la concertació publicoprivada.

#### Accions:

1. Creació d'un grup motor o comissió de seguiment d'activitats de dinamització a l'espai públic amb participació del comerç.
2. Revisió del conveni de col·laboració i cartera de serveis d'ABICSA o nova entitat representativa del comerç amb assistència professional externa.
3. Seguiment de les accions de dinamització dels **actuacions 3.2 i 3.3** a partir d'indicadors i fases d'execució.
4. Participació de l'Associació d'Empresaris dels Polígons de Vinyats en el pla de dinamització i cerca de sinèrgies amb altres entitats socials i culturals.

**PRIORITAT:** MITJANA

#### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea Promoció Econòmica
- ABICSA
- Comerços i serveis
- Associació d'Empresaris dels Polígons

**RECURSOS:** \*

## Línia estratègica 3 – UN TEIXIT COMERCIAL DINÀMIC I ARRELAT AL MUNICIPI

**OBJECTIU:** Impulsar accions de dinamització per estimular comercialment el municipi i fomentar un sentiment de pertinença.

**ACTUACIÓ:** 3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques

### 3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques

3.2 Visibilització de l'activitat comercial local

3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials

### Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques

Cal vincular el comerç local de Sant Joan de Vilatorrada a la proximitat i també a uns estàndards de qualitat. Per això es pot desenvolupar una estratègia de marca lligada a aquells comerços que siguin proactius en l'acreditació de la seva qualitat de servei i valors sostenibles, d'innovació i de col·laboració amb el territori.

#### Accions:

1. Disseny d'un sistema d'acreditació o segell d'estàndards de qualitat per a comerços i serveis de Sant Joan de Vilatorrada (incloent el segell físic).
2. Definició dels criteris o requisits del segell a partir de normes lligades a la qualitat del comerç local (ex: UNE 175001).
3. Contractació d'una empresa o servei extern d'avaluació i assessorament en normes i qualitat comercial pel seguiment i obtenció/renovació del segell.
4. En subvencions municipals adreçades a comerços (**actuació 1.1**), establir uns majors criteris de puntuació a aquells establiments que disposin del segell de qualitat comercial.

**PRIORITAT:** BAIXA

#### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea Promoció Econòmica
- ABICSA o altres
- Serveis professionals externs

**RECURSOS:** \*\*

## Línia estratègica 3 – UN TEIXIT COMERCIAL DINÀMIC I ARRELAT AL MUNICIPI

**OBJECTIU:** Impulsar accions de dinamització per estimular comercialment el municipi i fomentar un sentiment de pertinença.

**ACTUACIÓ:** 3.2 Visibilització de l'activitat comercial local

3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques

**3.2 Visibilització de l'activitat comercial local**

3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials

### Visibilització de l'activitat comercial local

Els comerços i serveis de Sant Joan de Vilatorrada viuen un cert estancament en les seves estratègies d'inversió, comunicació i fidelització de clients. En aquest punt, i més enllà de les accions de formació contínua adreçada al sector, cal crear un circuit local de promoció a internet i també a peu de carrer, on el públic potencial consumidor del comerç s'expandeixi i es renovi.

#### Accions:

1. Potenciar un canal o perfil de promoció dels comerços locals a les xarxes socials, amb una gestió professional o ben dirigida. Vincular-lo també a la marca del **projecte 3.1**.
2. Potenciació de campanyes i nous continguts d'establiments als suports de publicitat exterior de l'Ajuntament (tòtems, mupis, etc.)
3. Campanya específica d'interacció entre establiments de comerç i serveis, participada per institucions (ex: centres educatius) i clients habituals: gimcanes didàctiques, itineraris, "gamificació", etc.
4. Estand o carpa conjunta dels comerços (marca) durant les fires i mercats locals (ex: embarrats) amb una estratègia de promoció i notorietat consensuada.

**PRIORITAT:** ALTA

#### ACTORS IMPLICATS:

- ABICSA o altres
- Comerços i serveis locals
- Àrea de promoció econòmica

**RECURSOS:** \*

## Línia estratègica 3 – UN TEIXIT COMERCIAL DINÀMIC I ARRELAT AL MUNICIPI

**OBJECTIU:** Impulsar accions de dinamització per estimular comercialment el municipi i fomentar un sentiment de pertinença.

**ACTUACIÓ:** 3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials

3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques

3.2 Visibilització de l'activitat comercial local

**3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials**

### 3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials

La interlocució amb l'Ajuntament ha de permetre coordinar les accions de promoció del comerç local de manera consensuada i amb el lideratge dels seus representants. Les activitats firals tenen un impacte positiu en el consum local, però s'han d'acompanyar d'iniciatives atractives per part dels comerços i també d'una posada en valor d'aquelles pràctiques més innovadores.

**Accions:**

1. Consensuar un calendari de fires i campanyes de promoció del comerç i consum local que involucrin la gestió municipal tot potenciant el compromís i la participació del sector.
2. Noves activitats culturals a l'espai públic amb l'obertura conjunta de comerços en dissabte (matí i tarda).
3. Jornada de reconeixements als comerços locals amb ponències temàtiques de consum responsable i bones pràctiques (participació municipis veïns i projecció comarcal).

**PRIORITAT:** MITJANA

**ACTORS IMPLICATS:**

- Grup motor de comerços i serveis de Sant Joan, ABICSA, etc.
- Àrea Promoció Econòmica
- Àrea de cultura

**RECURSOS:** \*\*



## Línia estratègica 4 – ÀREA COMERCIAL ACCESSIBLE I AMABLE

**OBJECTIU:** Consolidar i fer més amable i accessibles els eixos comercials de Sant Joan de Vilatorrada.

**ACTUACIÓ:** 4.1 Arranjament de l’Avinguda Montserrat

### 4.1 Arranjament de l’Avinguda Montserrat

### 4.2 Aparcaments rotatius

### Arranjament de l’Avinguda Montserrat

L’anàlisi de l’urbanisme comercial, així com les impressions dels comerços locals entrevistats, indiquen que l’Avinguda Montserrat té algunes mancances en comparació a l’altre eix comercial, el Carrer Major, sobretot per un major impacte de la circulació de vehicles. Com que aquesta avinguda reuneix encara avui una gran quantitat de comerços i serveis, es veu necessari realitzar alguna actuació per fer més amable i atractiva l’experiència de compra.

#### Accions:

1. Estudi per trams de l’avinguda Montserrat de mobiliari, obstacles, serveis i punts calents de compra i circulació de vianants.
2. Anivellament del tram seleccionat i supressió dels obstacles amb prioritat de mobilitat pels vianants (reducció velocitat permesa pels vehicles de motor)
3. Introducció d’elements vegetals i mobiliari amable (bancs, papereres, aparcaments per bicicletes, etc.).

**PRIORITAT:** BAIXA

#### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea Promoció Econòmica
- Àrea d’urbanisme
- Comerços i serveis

**RECURSOS:** \*\*\*

## Línia estratègica 4 – ÀREA COMERCIAL ACCESSIBLE I AMABLE

**OBJECTIU:** Consolidar i fer més amable i accessibles els eixos comercials de Sant Joan de Vilatorrada.

**ACTUACIÓ:** 4.2 Aparcaments rotatius

4.1 Arranjament de l'Avinguda Montserrat

4.2 Aparcaments rotatius

### Aparcaments rotatius

En les entrevistes als comerços i les sessions de debat del pla s'ha remarcat la necessitat de replantejar el sistema d'estacionament de vehicles al centre de la ciutat, tenint en compte els punts de més concurrència de vianants compradors. Tot i les dificultats de donar continuïtat amb èxit a qualsevol dels sistemes alternatius, l'estacionament limitat és el que genera més consens.

#### Accions:

1. Facilitació d'una petició conjunta de l'associació o grup motor de comerciants per a l'establiment d'una nova Zona d'Estacionament Limitat al centre de Sant Joan de Vilatorrada.
2. Benchmarking i prospecció de sistemes i aplicatius de marcatge i seguiment dels límits horaris permesos (innovació discs horaris).
3. Cerca de recursos i programes d'ocupació per al personal de vigilància del sistema i l'aplicació del règim sancionador.
4. Revisió ordenança municipal, aprovació i campanya de comunicació a la ciutadania i al comerç.

**PRIORITAT:** ALTA

#### ACTORS IMPLICATS:

- Àrea Promoció Econòmica
- Àrea de Seguretat i Mobilitat
- Comerços i serveis

**RECURSOS:** \*\*

# Cronograma

	2025	2026	2027	2028
1.1 Programa d'emprenedoria i incentius				
1.2 Professionalització del teixit comercial				
1.3 Sinèrgies amb locomotores educatives del territori				
2.1 Participació activa dels agents				
2.2 Pla de dinamització comercial renovat i consensuat				
3.1 Marca i certificació de qualitat i bones pràctiques				
3.2 Visibilització de l'activitat comercial local				
3.3 Calendari d'activitats firals i promocions comercials				
4.1 Arranjament de l'Avinguda Montserrat				
4.2 Aparcaments rotatius				



#### **EQUIP REDACTOR**

Jordi Bacaria Martínez. Economista

Pau Gabara Moneo. Geògraf

Albert Alfaro Giró. Geògraf

Miquel Gómez Simon. Sociòleg