

SANT SADURNÍ D'ANOIA

ESTUDI DEL TEIXIT COMERCIAL

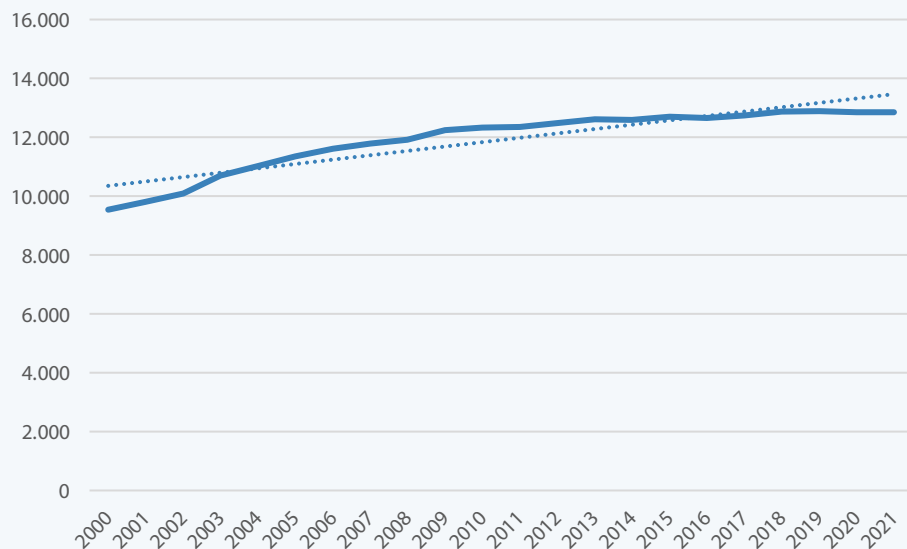
Índex

1. Anàlisi socioeconòmica	3
2. Oferta	19
3. Urbanisme comercial	35
4. Enquesta al teixit comercial	43
5. L'APEU	80
6. Viabilitat	87
7. Estratègia	114
8. Annexes	120

1 Anàlisi socioeconòmica

1.1 Anàlisi demogràfica

Evolució de la població. Sant Sadurní d'Anoia (2000-2021)



L'any 2021, la població a Sant Sadurní d'Anoia és de 12.840 habitants. És el segon municipi del territori amb més població, concentrant el 11,7% dels residents a la comarca.

Des de l'any 2000 fins al 2021 s'ha registrat un augment del 34,6%, un creixement superior a la mitjana provincial i catalana.

Tanmateix, els darrers 5 anys, el nombre d'habitants s'ha estancat: des del 2015 fins al 2020, la població ha crescut en un 1,2%.

Una altra característica de l'evolució de la població és la disminució de la taxa de natalitat alhora que augmenta la taxa de mortalitat des de 2016.

Augment de la població 2000-2021 (%)

Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Barcelona	Catalunya
34,6%	41,2%	18,1%	24,2%

Font: IDESCAT i INE

1.1 Anàlisi demogràfica

Piràmide de població. Sant Sadurní d'Anoia (comparativa 2011-2021)

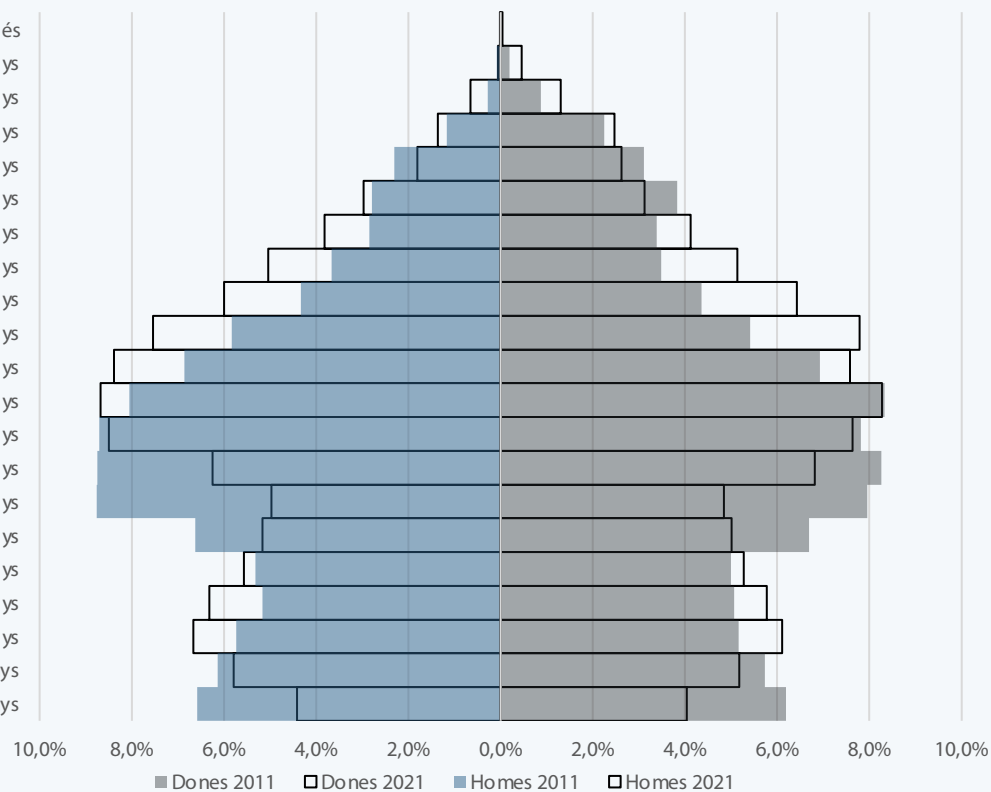
En termes generals, els grups d'edat que han augmentat en la darrera dècada és la població major de 45 anys.

Les franges més joves d'edat han disminuït (especialment les de 0 a 4 anys), tot i que els grups entre 10 i 19 anys han augmentat.

La ciutadania entre 20 i 24 anys es manté quasi inalterada. Una pèrdua important de població es troba des dels 25 als 39 anys, una franja crítica en termes de població activa.

L'augment de població major de 45 anys suposa una oportunitat per al teixit comercial: en termes generals, a més edat, més poder adquisitiu disponible. Aquest factor, combinat amb els hàbits de compra que els diferencien de la població jove, té un impacte positiu per al comerç local.

100 anys o més
De 95 a 99 anys
De 90 a 94 anys
De 85 a 89 anys
De 80 a 84 anys
De 75 a 79 anys
De 70 a 74 anys
De 65 a 69 anys
De 60 a 64 anys
De 55 a 59 anys
De 50 a 54 anys
De 45 a 49 anys
De 40 a 44 anys
De 35 a 39 anys
De 30 a 34 anys
De 25 a 29 anys
De 20 a 24 anys
De 15 a 19 anys
De 10 a 14 anys
De 5 a 9 anys
De 0 a 4 anys



Font: IDESCAT

1.1 Anàlisi demogràfica

Índexs demogràfics. Comparativa (2020)

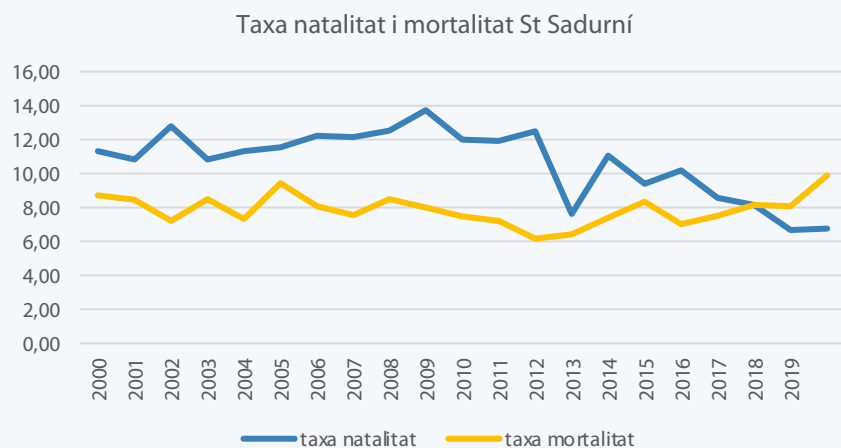
	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Catalunya
Població	12.841	109.606	7.780.479
Índex de població infantil	16,6%	16,8%	15,0%
Taxa de natalitat	6,8‰	7,5‰	7,5‰
Índex de població envellida	17,3%	17,6%	18,9%
Índex d'envelliment	103,7%	105,3%	126%
Índex de sobreenvelliment	18,7%	17,2%	17,0%
Taxa de mortalitat	9,9‰	9,8‰	10,3‰
Índex de dependència global	51,3%	52,4%	51,2%

Tot i que el municipi té l'índex d'envelliment més baix de les comparatives territorials, alhora presenta una taxa de natalitat inferior a la mitjana comarcal i catalana.

Durant el període 2000-2020, l'evolució de les taxes de natalitat i mortalitat han mostrat tendències invertides. A l'any 2018 es va arribar a un punt d'inflexió, on la taxa de mortalitat va superar la de natalitat.

Si la tendència d'aquests indicadors continua, es preveu que tingui efectes a l'índex de població infantil (reduint-lo) i sobre els índex d'envelliment i sobreenvelliment (augmentant-los).

Aquesta repercussió afectarà igualment a l'índex de dependència global: la càrrega socioeconòmica per a la població activa serà cada vegada més gran.



Font: IDESCAT

1.1 Anàlisi demogràfica

Procedència de la població segons nacionalitat. Comparativa (2021)

	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Catalunya
Nacionalitat			
Espanyola	91,2%	89,1%	83,9%
Estrangera	8,8%	10,9%	16,1%
Procedència migracions			
UE	12,6%	14,4%	22,8%
Resta Europa	8,6%	6,4%	8,2%
Àfrica	51,1%	49,9%	26,0%
Amèrica	19,2%	22,2%	28,1
Àsia i Oceania	8,5%	7,1%	14,9%

La població de Sant Sadurní d'Anoia presenta una taxa d'estrangeria inferior a les mitjanes comarcal i catalana.

Dintre de la població estrangera, predomina la d'origen africà. Concretament, el Marroc és el principal país d'origen (543 persones), seguit de lluny de Geòrgia (63), Romania (58), Pakistan (48) i Colòmbia (38).

En termes comparatius, la població africana al municipi duplica la mitjana catalana, mentre s'inverteix la proporció amb la provinent d'Àsia i Oceania. Les proporcions comarcals d'estrangers s'assimilen a les locals.

Pel que fa a població provinent d'Amèrica, el principal gruix prové d'Amèrica del Sud, Central i Carib.

Font: IDESCAT

1.2 Anàlisi econòmica

Renda Familiar Bruta Disponible. Comparativa (2018)

	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Catalunya
RFDB (milers d'euros)	226.605	1.777.436	133.679.103
RFDB per habitant (milers d'euros)	17,6	16,5	17,6
RFDB per habitant (Índex Catalunya = 100)	100,0	93,3	100,0

Font: IDESCAT

La Renda Familiar Bruta Disponible (RFBD) té un nivell equiparable a la mitjana catalana.

Aquesta RFBD situa als habitants, de mitjana, amb un poder adquisitiu lleugerament superior al conjunt comarcal.

Taxa d'atur registral. Comparativa (2020)

	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Catalunya
Atur registral	9,0%	12,2%	13,1%

Al setembre de 2020, segons Idescat, la taxa d'atur és de 4,1 punts inferior a la taxa catalana.

Això permet assenyalar que la pandèmia no ha incidit de manera tan negativa al mercat de treball comparat amb altres àmbits territorials.

Font: IDESCAT i Observatori del Treball i Model Productiu

1.2 Anàlisi econòmica

Renda neta mitja per persona per secció censal. Sant Sadurní d'Anoia (2019)



La **renda mitjana neta anual per persona** al 2019 presenta diferències segons la secció censal del municipi.

La diferència més gran es troba entre la secció més apartada del nucli (12.167,38 €/persona) i la que limita amb l'estació de tren (16.439,30 e/persona).

Això suposa una diferència anual mitjana de 4.271,92 euros (més de 350 euros al mes).

Font: Atlas de distribución de la renta de los hogares (INE)

1.2 Anàlisi econòmica

Valor Afegit Brut (VAB). Comparativa (2020)

	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Catalunya
Agricultura	0,3%	0,9%	1,0%
Indústria	38,8%	38,4%	19,3%
Construcció	4,3%	6,1%	5,3%
Serveis	56,6%	54,6%	74,4%

Font: IDESCAT

Sant Sadurní d'Anoia, en la mateixa línia que el conjunt de la comarca, es caracteritza per tenir un valor afegit brut de la indústria molt per sobre de la mitjana catalana (quasi el doble).

Aquesta dada, junt amb el nombre d'empreses per sectors, indica una elevada productivitat i contribució al PIB local per part de la indústria.

Nombre d'empreses per sectors. Sant Sadurní d'Anoia (2021)

	Indústria	Construcció	Comerç, transport i hostaleria	Informació i comunicacions	Activitats financeres i d'assegurances	Activitats immobiliàries	Activitats professionals i tècniques	Educació, sanitat i serveis socials	Altres serveis personals
Sant Sadurní	12,6%	11,7%	32,5%	2,1%	2,6%	7,5%	13,5%	8,3%	9,2%

El conjunt d'activitats dedicades al comerç, el transport i l'hostaleria representen el 32,5% del total d'empreses. Del total de les 864 empreses del municipi segons el DIRCE, 281 pertanyen a aquest grup. Les empreses de la indústria i aquelles que duen a terme activitats professionals i tècniques, conformen els sectors amb més presència al municipi.

Font: Directorio Central de Empresas, INE

1.3 Relació amb l'entorn

Situació geogràfica de Sant Sadurní d'Anoia



Font: Open Street Map

El municipi es situa al nord-est de la comarca de l'Alt Penedès.

Sant Sadurní d'Anoia es troba en un entorn rural. Tot i així, la zona disposa de bones infraestructures.

La mobilitat dintre de la comarca es veu facilitada per una xarxa de carreteres comarcals.

Les carreteres intracomarcals faciliten el desplaçament de la mà d'obra dels diferents municipis cap als PAE.

1.3 Relació amb l'entorn

Transport i connexions

La xarxa de connexions a Sant Sadurní d'Anoia és variada. L'oferta de transport es divideix en:

Tren

La línia R4 de rodalies connecta el municipi amb Barcelona, en un trajecte d'uns 50 minuts.

Bus

- Urbà: Existeixen dues línies urbanes (L1 i L2).
- Interurbà: l'oferta de mobilitat en bus permet a la ciutadania connectar amb ciutats de les rodalies i amb Barcelona.

Carreteres

Les vies més importants amb connexió a Sant Sadurní d'Anoia són:

- AP-7: El municipi es troba en una situació equidistant a l'eix Tarragona-Barcelona. La recent supressió de peatges ha fet augmentar el trànsit en aquesta via.
- C-15: Un altre eix, el que connecta les comarques Garraf-Alt Penedès-Anoia, permet un trànsit més fluït entre les capitals de comarca, així com les poblacions de les rodalies.



Estació de tren Sant Sadurní d'Anoia. Font: *Eix Diari*



AP-7 Sant Sadurní d'Anoia. Font: *web Diari Ara*

1.4 Turisme

Allotjaments turístics a Sant Sadurní d'Anoia

Allotjaments

Sant Sadurní d'Anoia és el 6è municipi de la comarca en nombre de places d'hotels, amb quasi un 6% de l'oferta territorial. Tanmateix, a nivell de Catalunya baixa al 289è municipi en oferta hotelera.

Altres

Tot i que Idescat només enregistra hotels, càmpings i turisme rural, al municipi existeixen altres allotjaments com apartaments, alguns gestionats per particulars.

Adicionalment, el municipi forma part de la xarxa RV* Penedès Sites & Vineyards, formada per 12 àrees en diferents municipis de l'Alt Penedès. Aquesta àrea està oberta tot l'any i ofereix diferents serveis com zona de pícnic, buidatge d'aigües i càrrega d'aigua potable.

Font: IDESCAT i Penedès Turisme. *RV: Recreational Vehicles (vehicles recreatius autocaravanes, campers, furgonetes).

Allotjaments turístics	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Pes sobre la comarca (%)	Catalunya
Hotels	3	24	12,5%	3.083
Places d'hotels	44	748	5,9%	318.954
Càmpings	0	0		351
Places de càmpings	0	0		262.346
Turisme rural	0	94		2.514
Places de turisme rural	0	768		20.190

Política de Turisme Sostenible

L'Oficina de Turisme de Sant Sadurní d'Anoia ha obtingut per quarta vegada el distintiu **Biosphere**. Aquest certificat ha estat creat a partir dels estàndards del Instituto de Turismo Responsable.

Biosphere és considerada una certificació internacional i voluntària, basada en els principis del desenvolupament sostenible, amb criteris i requisits relatius a tres esferes de la sostenibilitat: ambiental, cultural i social.

Alguns dels beneficis d'aquesta certificació són l'augment de qualitat turística, l'augment de la confiança del visitant potencial, preservació i gestió dels valors naturals i paisatgístics, protecció del patrimoni i diversitat cultural i millora de la qualitat de vida de la comunitat local, entre d'altres.

1.4 Turisme

Atractius culturals

Festa de la Fil·loxera

El 7 i 8 de setembre a Sant Sadurní d'Anoia es celebra la Festa de la Fil·loxera. Aquesta festa, considerada festa popular d'interès cultural, va tenir la seva primera dedicació l'any 1982.

Es creu que l'insecte va arribar a França amb uns ceps procedents de Califòrnia. Els ceps americans eren quasi immunes, però els ceps europeus van començar a morir a causa de la plaga, fet que va provocar una crisi econòmica i social a finals del s.XIX a Europa. A Sant Sadurní va provocar la pèrdua de la gran majoria de collites i una migració cap a poblacions fabrils o Amèrica del Sud. Aquesta crisi econòmica va ser aprofitada pels propietaris de les terres per revisar els contractes d'arrendament amb els pagesos.

La solució va ser arrancar els ceps malalts i plantar de nous, empeltant arrels americanes amb varietats de raïm locals. L'ús de maquinària al camp va facilitar aquesta tasca, i es van emprar nous mètodes de conreu i tractament de malalties. Això va suposar una progressiva recuperació econòmica, i l'aposta de determinades caves per les espumoses va assentar les bases del model productiu actual de Sant Sadurní d'Anoia.

En aquesta festa existeixen diferents elements del cercavila, com són el Ball de pagesos, les fil·loxeretes, els ceps, els Set Savis de Grècia, els timbalers, l'orquestra i la versió infantil de la festa. En acabar, la festa culmina amb una ruixada de cava entre el públic per celebrar la victòria sobre la plaga

Font: festadelaflloxera.cat



Festa de la Fil·loxera. Font: web *Biblioteca Virtual DiBa*.



Ball dels pagesos. Font: *Patrimoni festiu de Catalunya*

1.4 Turisme

Atractius culturals

Cavatast

A principis d'octubre s'organitza el Cavatast, una mostra de caves i gastronomia. Dintre de les activitats programades, la fira acull activitats com degustacions, conferències, tallers, visites guiades, mostra de plaques de cava o activitats infantils. D'aquesta manera, és un esdeveniment apte per a tota la família, i que enregistra la seva primera edició l'any 1997.

Les parades/stands situades al carrer, acullen diferents empreses del sector del cava, la restauració, xarcuteria i pastisseries de la regió, productes artesans i artístics. Addicionalment, diferents caves acullen al seu recinte activitats programades al Cavatast, de manera que la implicació i suport de la població i el teixit productiu es consolida any rere any.

Segons Maria Rosell, ex-tinent d'alcalde i ex-regidora de Turisme de l'ajuntament, l'any 2017 es xifraven els visitants en 35.000 persones, i amb un pressupost de 300.000 euros, el retorn per cada euro invertit va ser de 12 euros: això implica un retorn total de 3,6 milions d'euros.

El perfil del visitant del Cavatast no es limita a l'àmbit comarcal, sinó que acudeix públic de Barcelona i de la resta de l'àrea metropolitana. D'aquesta manera es consolida l'enoturisme local i comarcal.

L'organització del Cavatast s'ha adaptat a la situació de la pandèmia, de manera en lloc de fer el format de parades tradicionals, han estat els jardins de les caves el lloc on s'han fet les sessions de tastos i degustacions.

Font: [eixdiari.cat](#), [santsadurni.cat](#)



Stands del Cavatast. Font: *el gourmet català*



Freixenet al Cavatast. Font:

1.4 Turisme

Atractius culturals

Cava Centre – CIC La Fassina de Can Guineu

Cava Centre és el Centre d'Interpretació del Cava, que explica la història del cava i de Sant Sadurní d'Anoia.

Està ubicat en una destil·leria construïda l'any 1814, i té uns 1.200 m² destinats a conèixer el món del cava. Dins de l'oferta, ofereix tant visites guiades com experiències audiovisuals, això com combinacions de tiquets amb altres centres d'interpretació de la regió. D'aquesta manera, les persones que visiten Sant Sadurní d'Anoia poden conèixer tant el cava com la cultura i el patrimoni de la vila.

Un altre aspecte que treballa el Cava Centre és la col·laboració amb les caves del municipi, com poden ser Freixenet o Vilarnau, i amb altres empreses de la restauració com Cal Blay o la reposteria (la xocolatera Simón Coll). Aquesta via permet explotar l'atractiu turístic de les caves, que suposen la pedra angular de l'enoturisme del municipi.

Enoturisme

El producte estrella del municipi és el cava, i algunes de les caves que ofereixen serveis de tast i visites guiades tenen el valor afegit d'oferir servei de restaurant un valor arquitectònic que les diferencia de la resta de caves.

Alguns exemples són les caves Codorniu, que tenen la signatura de l'arquitecte Josep Puig i Cadafalch, o les caves Freixenet, que han suposat una icona a nivell de cava i de publicitat. Existeixen altres cellers importants a Sant Sadurní d'Anoia com són Juvé&Camps, Recaredo, Gramona o Vilarnau entre d'altres, de manera que el visitant té un ampli ventall per escollir.

Font: web Ajuntament Sant Sadurní d'Anoia, catalunya.com



Visitants al CIC La Fassina. Font: La Fura



Caves Codorniu. Font: Viquipèdia

1.4 Turisme

Atractius culturals

Camins del Cava

L'Associació d'Elaboradors del Cava (AECAVA), ajuntaments de la zona i Diputació de Barcelona donen accés de la informació dels camins del Penedès a través d'una aplicació web, i s'està aplicant a Sant Sadurní d'Anoia.

D'aquesta manera, es combina l'enoturisme amb el senderisme i ciclisme, per tal de que els visitants tinguin tota la informació disponible: horaris dels cellers, botigues, restaurants, allotjaments, pàrquings, museus i altres punts d'interès.

Un altre objectiu d'aquesta plataforma és reduir l'ús dels vehicles mentre el visitant decideix la seva pròpia ruta (alternant vies urbanes i interurbanes), de manera que es contribueix a un turisme sostenible.

El cava a Sant Sadurní d'Anoia

Aquesta indústria genera al mateix temps diferents oportunitats econòmiques com és l'enoturisme, de manera que es posiciona com una activitat tractora. Dins d'aquest producte, existeixen diferents segells, com és la Denominació d'Origen (D. O.) Cava, D. O. Penedès i Marca de Garantia Corpinnat.

Dins de la D.O. Cava, Sant Sadurní d'Anoia és el principal productor de les empreses certificades, representant el 24,7% dels 205 elaboradors. Segons l'informe¹ de dades econòmiques de l'any 2021, el mercat exterior del cava es posiciona amb un pes preponderant dins de les vendes (71%), tot i que el mercat intern mostra un augment de més del 19%

Font: *Associació d'Elaboradors del Cava (AECAVA), D.O. Penedès, D. O. Cava* (<https://bit.ly/3wZvSvq>)¹ i *Corpinnat.com*



Ciclistes. Font: AECAVA



Mapa Camins del Cava. Font: Camins del Cava

1.4 Turisme

Indústria del cava

El cava a Sant Sadurní d'Anoia

Aquest informe destaca l'augment de la demanda de productes de la DO Cava ecològics, sostenibles i de llargues criances, al mateix temps que el Cava Rosat té cada cop més acceptació per part del consumidor final.

El sector del cava també ha demostrat la seva resiliència a la crisi derivada de la pandèmia de la Covid-19, de manera que l'any 2021 ja es van superar les xifres d'embotellament, amb un rècord històric de 252.931 milers d'ampolles.

Una altra marca que fa referència al cava és la Marca de Garantia Corpinnat. Aquesta marca es caracteritza per recollir els vins escumosos de la regió del Penedès, tot seguint el mètode tradicional. La sostenibilitat, el compromís amb el medi ambient i el territori fan d'aquesta marca un tret diferenciador.

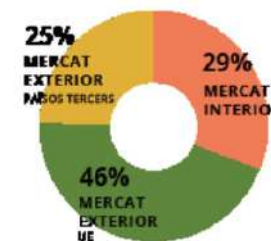
Dels 11 cellers que componen Corpinnat, 2 es troben a Sant Sadurní d'Anoia: Gramona i Recaredo. Els cellers han de seguir uns criteris establerts tal com indica el Reglament d'ús de la marca Corpinnat² i el Perfil Econòmic i Social 2021³. Els requisits estableixen que les vinyes han de ser certificades com a ecològiques, una verema manual, elaboració dins de la propietat, llargues criances (mínim de 18 mesos), treballar amb les varietats històriques, que les vinyes siguin de propietat i establir contractes de llarga durada amb els viticultors (mínim 3 anys), a més a més d'establir un preu mínim garantit del raïm de 0,70 €/Kg al 2021 i seguir unes normes d'etiquetatge.

Aquesta marca va comercialitzar al 2020 1,7 milions d'ampolles, facturant 16,8 M d'€, i generant 223 llocs de treball. El cost mitjà d'una ampolla és de 17 €, i el 19,8% de la producció s'exporta a 55 països de tots els continents, principalment Europa.

Font: D. O. Cava (<https://bit.ly/3wZvSvq>)¹ i Corpinnat.com (<https://bit.ly/3t6HQ3T>)², (<https://bit.ly/3PQyjaW>)³

5. El Cava al món

5.1 VENDES AL MERCAT INTERIOR I MERCAT EXTERIOR



Estructura de vendes. Font: Informe dades econòmiques 2021 DO Cava¹

Mapa de municipis

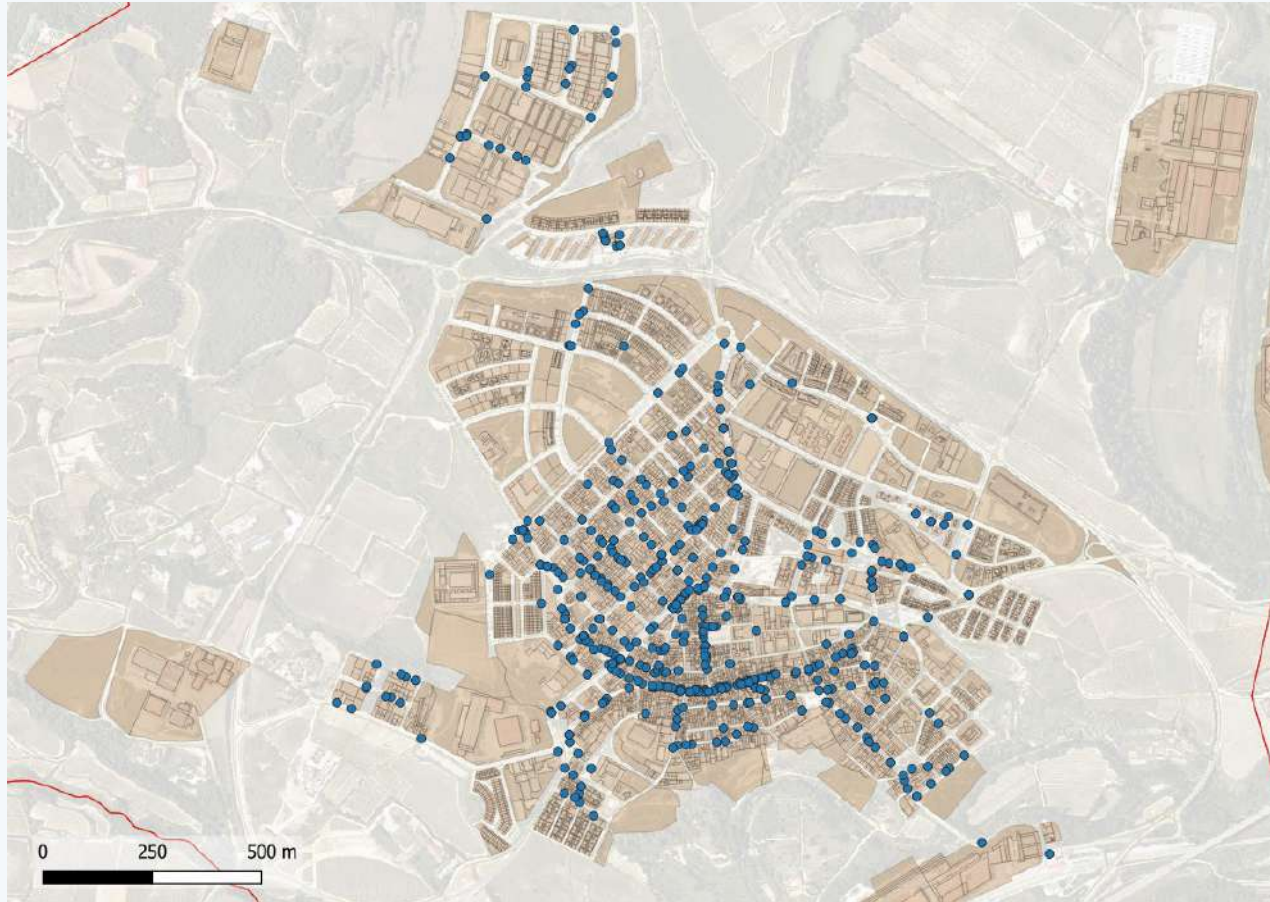


Delimitació Corpinnat. Font: Corpinnat.com

2 Oferta

2.1 Teixit comercial

Teixit d'establiments de comerç i serveis. Sant Sadurní d'Anoia (2022)



Font: cens d'activitats Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia

Segons les dades proporcionades per l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i contrastades amb el treball de camp efectuat, a la localitat hi ha **540 activitats comercials i de serveis**.

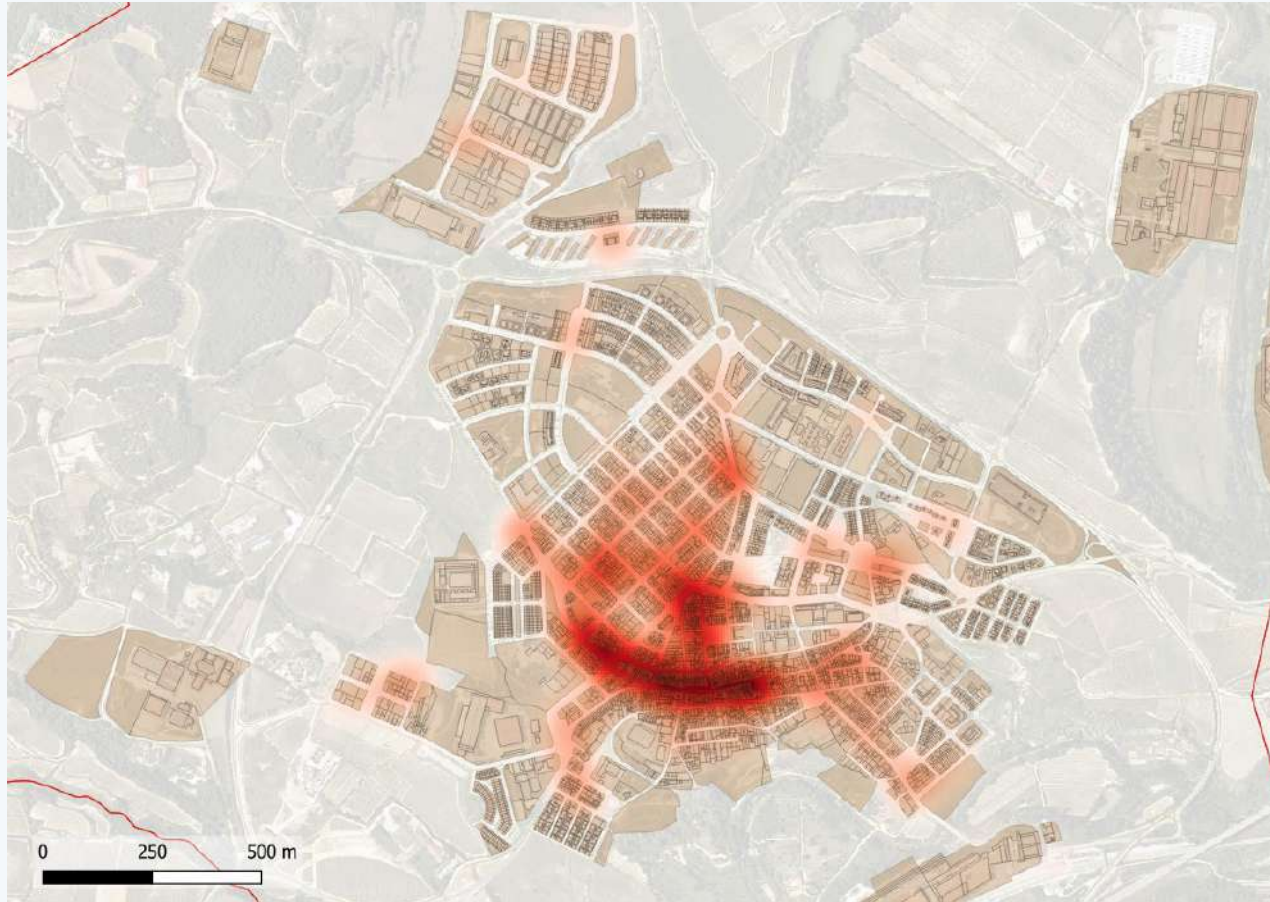
El teixit comercial es concentra especialment a la zona del nucli històric. La zona de l'Eixample també presenta un elevat nombre d'establiments, però amb una densitat inferior.

Teixit de comerç i serveis

Establiments	540
--------------	-----

2.1 Teixit comercial

Mapa de calor de la concentració d'establiments de comerç i serveis. Sant Sadurní d'Anoia (2022)



La zona que presenta major concentració dels establiments comercials i de serveis es troben al centre històric, concretament als carrers Raval, Doctor Escayola, Rambla de la Generalitat, Montserrat.

Adicionalment, també es detecten punts de concentració, tot i que en menor intensitat, a la part de l'eixample, com ara la Plaça Pau Casals, els carrers Mallorca, Barcelona i Tarragona.

Font: cens d'activitats Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia

2.2 Empreses elaboradores de cava

El cava al nucli del municipi



Font: elaboració pròpia a partir del cens d'empreses elaboradores de cava de l'Ajuntament

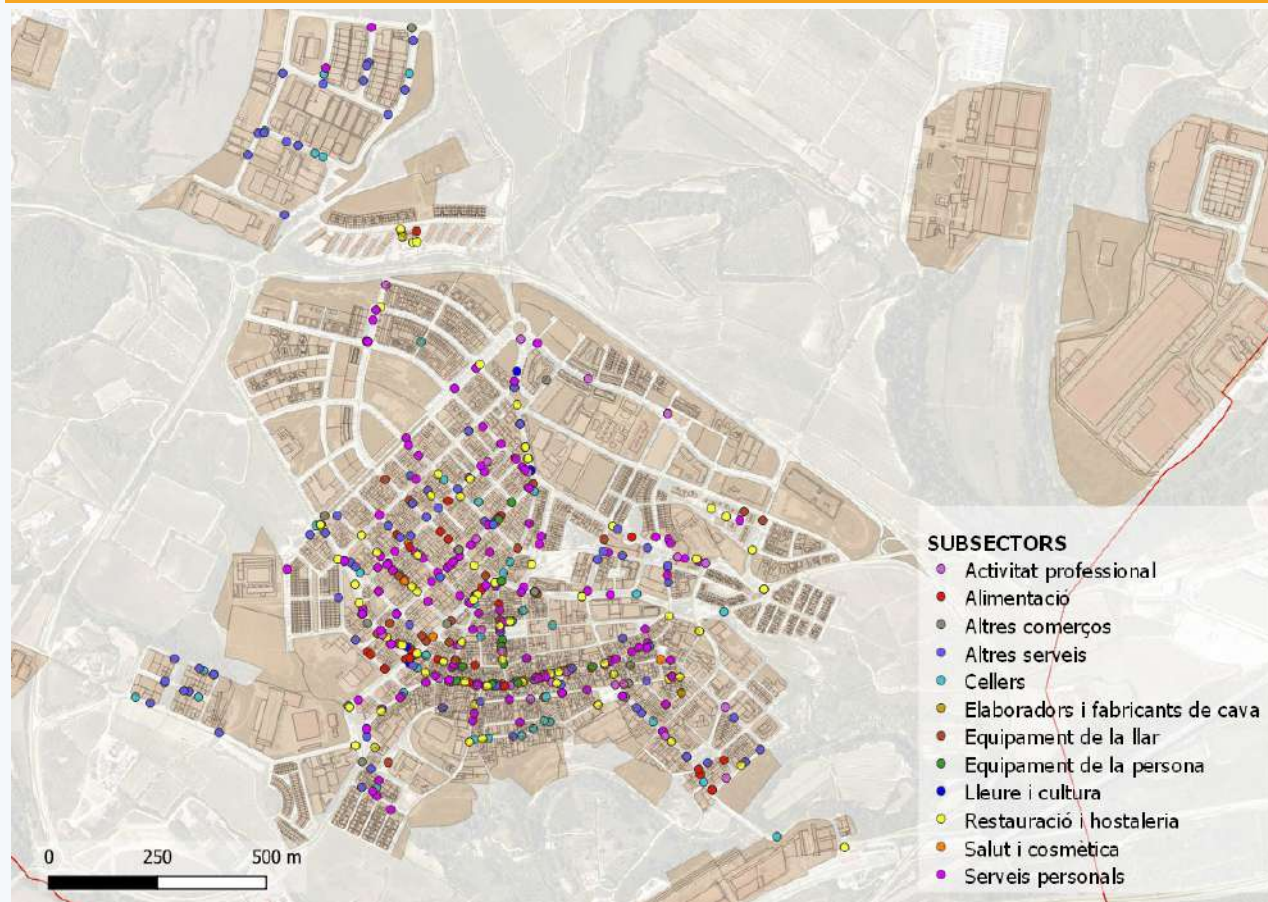
Al mapa s'assenyalen amb un indicador groc els cellers dins de la trama urbana.

Aquest tipus d'establiments es caracteritzen per disposar de grans superfícies, tot i que només computarien els m² destinats a venda.

El pes de la indústria del cava pot esdevenir decisiva a l'hora de la votació de la constitució de l'APEU. Posar en comú les necessitats i interessos de comerços i cellers del centre és una estratègia per aconseguir la major quantitat de vots favorables.

2.3 Comerç

Subsectors dels establiments de comerç i serveis. Sant Sadurní d'Anoia (2022)



Font: cens d'activitats Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia

L'anàlisi de la distribució dels establiments segons subsector ens indica, d'entrada, una distribució amb algunes particularitats.

Els serveis personals i la restauració i hostaleria són els subsector amb més presència al nucli, seguit d'equipament a la llar i alimentació.

Els cellers, característics del municipi, també ocupen part del teixit urbà, mentre que altres serveis es troben tant al centre com a l'Eixample i afores del territori.

2.4 Distribució del comerç

Indicadors comercials. Comparativa (2019)

	Sant Sadurní d'Anoia	Alt Penedès	Vegueria
Superfície de venda (m²)	16.546	174.880	708.855
Densitat comercial (est. / 1.000 hab.)	10,09	11,20	11,42
Densitat comercial (m² / 1.000 hab.)	1.284	1.613,12	1.461,48
Superfície mitjana per establiment (m²)	127	143,93	128,02

Les dades del Cens d'Establiments Comercials del CCAM indiquen que la localitat disposa d'una densitat comercial baixa en relació a les dades comarcals i del conjunt de la vegueria Penedès.

En termes generals, el municipi disposa de menys densitat comercial i superfície per establiment.

Percentatge de la despesa mensual per càpita per subsectors. Catalunya (2020)

Concepte	Percentatge	Despesa (€)
Aliments i begudes no alcohòliques	16,5%	242,00
Begudes alcohòliques i tabac	1,5%	22,00
Vestit i calçat	3,5%	51,33
Habitatge, aigua, electricitat, gas i altres combustibles	38,1%	558,80
Mobles, articles de la llar i articles per a al manteniment corrent de la llar	4,1%	60,13
Sanitat	3,5%	51,33
Transport	9,5%	139,33
Comunicacions	3,6%	52,80
Oci i cultura	3,9%	57,20
Ensenyament	2,0%	29,33
Hotels i restaurants	5,6%	82,13
Altres serveis	8,2%	120,27

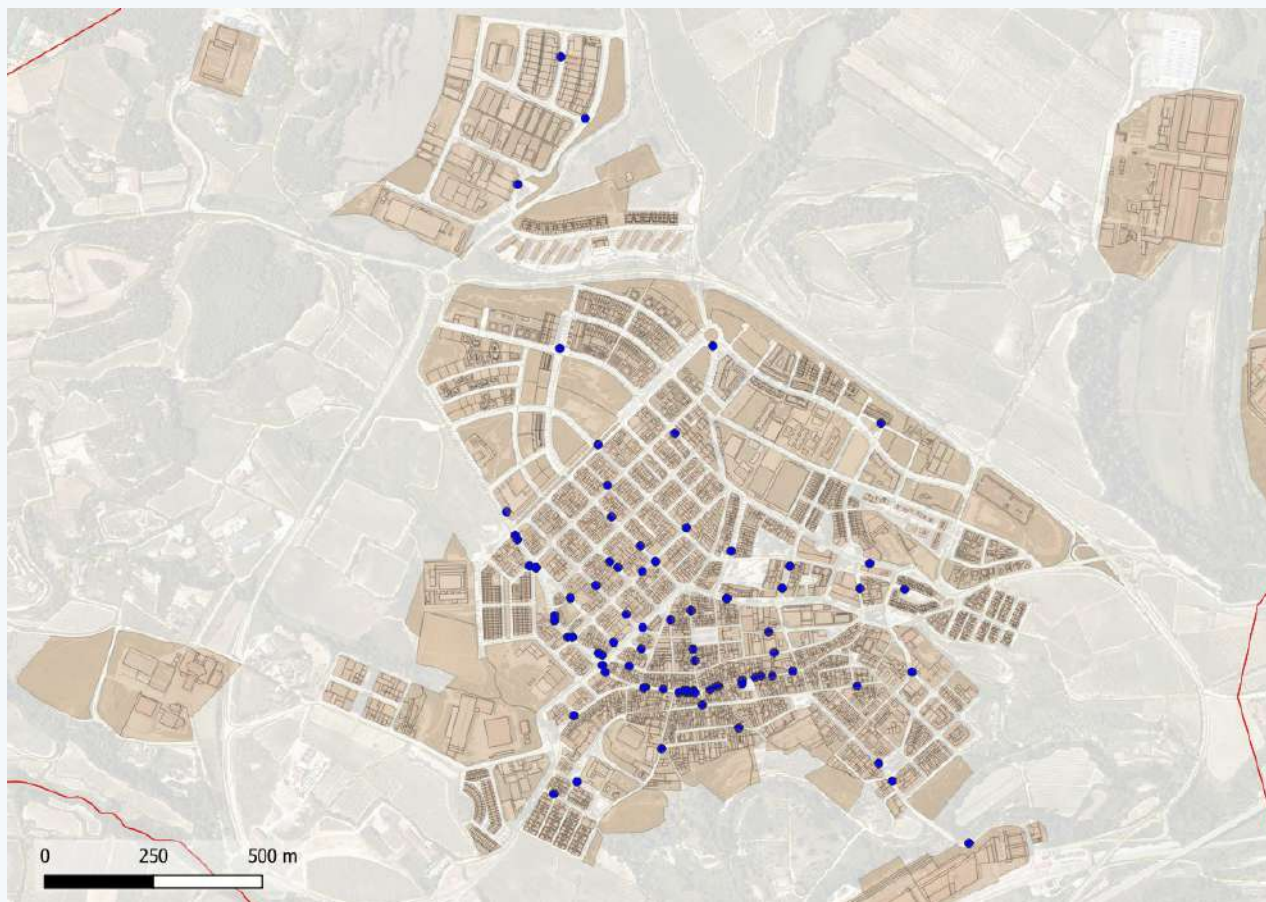
Segons l'Enquesta de Pressupostos Familiars de l'INE a Catalunya les famílies dediquen els següents percentatges en despeses familiars a al mes.

Alhora, tenint en compte la Renda Familiar Bruta Disponible es pot inferir en quina és la despesa mensual per càpita en cada concepte.

Font: Encuesta de Presupuestos Familiares (INE) i IDESCAT

2.5 Comerços associats

Ubicació dels comerços associats



Establiments

L'any 1984 es va fundar l'associació de botiguers de Sant Sadurn d'Anoia, i al 2010 es va convertir un SOM Sant Sadurní. Aquesta entitat persegueix diferents objectius, com la millora de la qualitat i competitivitat del teixit empresarial, defensar els interessos dels sectors representats, potenciar compres dins del municipi i fidelitzar i captar clients.

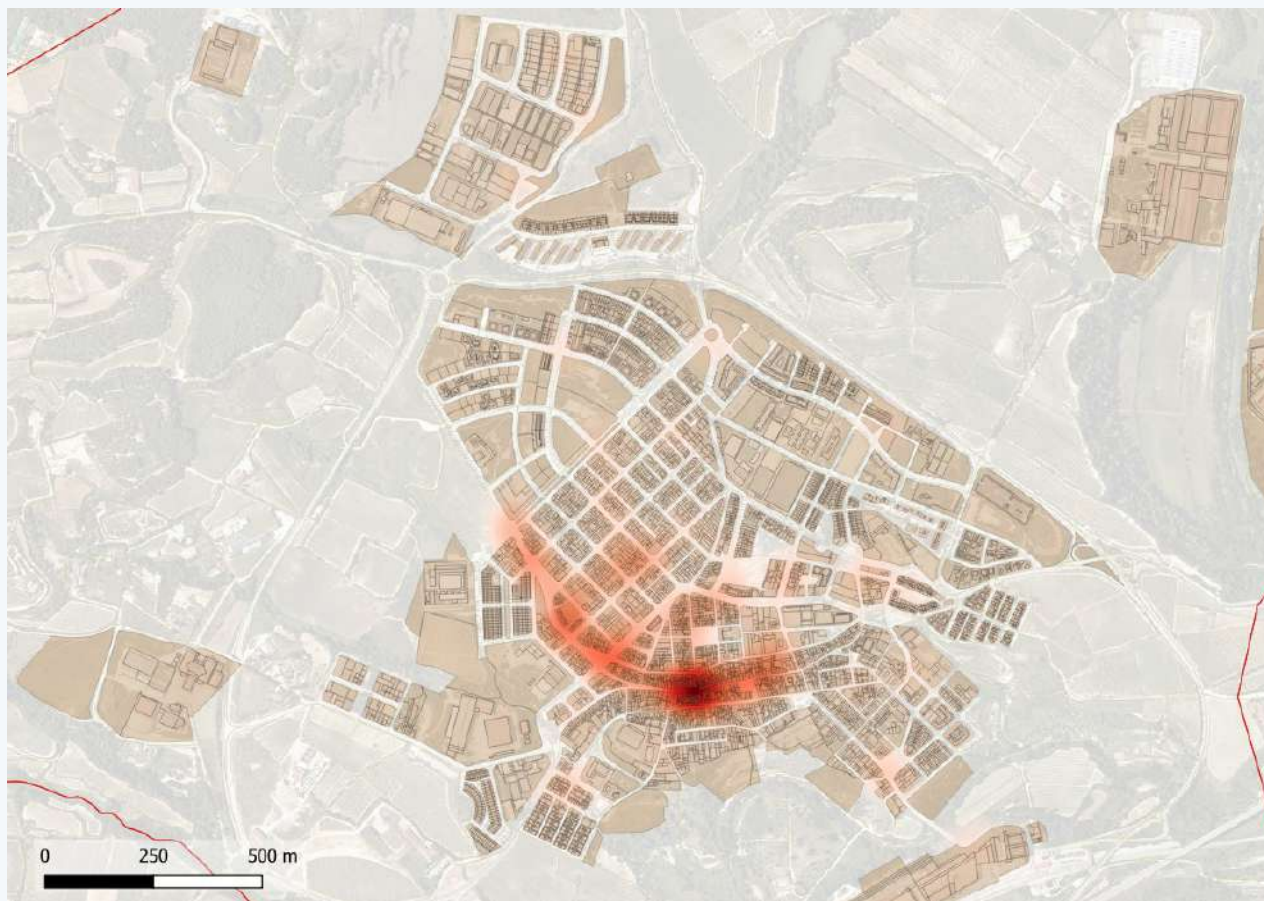
Actualment SOM Sant Sadurní està formada per 87 establiments, de manera que menys del 30% de les empreses estan associades a l'entitat.

La majoria dels associats es concentren a l'eix comercial: carrers Dr. Escayola, Raval i Montserrat. Una altra zona que concentra aquests establiments és la delimitada per la Rambla de la Generalitat, carrer de Sant Quintí, d'Alacant i Barcelona.

Font: elaboració pròpia a partir del cens de comerços associats de l'Ajuntament

2.5 Comerços associats

Mapa de calor de la ubicació dels comerços associats



Font: elaboració pròpia a partir del cens de comerços associats de l'Ajuntament

Establiments

Aquesta concentració dels establiments associats en una zona determinada facilita que les zones on estan ubicats tinguin major repercussió de les accions de dinamització realitzades.

Tanmateix, una excessiva concentració, dificulta el retorn de l'activitat a altres negocis que es troben a zones com l'Eixample, de manera que alguns establiments, al llarg del temps, han deixat de formar part de SOM Sant Sadurní.

Aquest factor, junt amb el import de la quota, dificulta l'augment d'associats.

2.6 Locals buits

Ubicació dels locals buits



Font: elaboració pròpia a partir del cens de locals buits de l'Ajuntament

Locals buits

Als principals carrers comercials (Doctor Escayola, Montserrat i Raval), es detecten un total de 27 locals buits, essent el carrer Montserrat el que presenta un nombre més elevat (11).

Aquest fet té unes conseqüències que incideixen en l'impacte visual de l'àrea comercial. Addicionalment, en el procés d'elaboració de l'APEU, els propietaris d'aquests locals són qui tenen el dret de vot, de manera que s'haurien d'alinear els interessos de propietaris i comerciants.

Al 2016, SOM Sant Sadurní i l'Ajuntament van dur a terme el projecte "Estic lliure. Ocupa'm", dirigit a aprofitar aquests locals buits com aparadors temporals i atractius. Anunciats com espais disponibles, l'objectiu últim és augmentar l'activitat comercial.

2.7 Mercat de dijous

Mercat de dijous



Mercat setmanal

El mercat setmanal del dijous té un horari de 8:00h a 14:00h, i les 56 parades es distribueixen per l'eix comercial: plaça de l'Ajuntament, carrer Raval, Doctor Escayola, Anselm Clavé, Montserrat i plaça 1er Homenatge a la Vellella.

Les parades ofereixen productes alimentaris (fruita i verdura, olives i pesca salada, pollastre a l'ast, fruits secs, xarcuteria) i no alimentaris (flors i planter, alimentació de mascotes, roba i complements, sabateria, parament de la llar, tèxtil de la llar i decoració).

Durant la pandèmia, per tal de reduir el temps al mercat, diversos paradistes van oferir servei de comanda prèvia i/o servei a domicili.

L'estudi de mercats setmanals a Sant Sadurn d'Anoia recull la satisfacció dels paradistes amb la clientela fidel. Aquest perfil de client fidel majoritari és el d'una dona major de 65 anys del propi municipi (tot i que venen persones d'altres poblacions com Torrelavit o Gelida). Els principals motius de fidelitat són la proximitat, el preu i la qualitat dels productes, el que repercuteix en que el 69,4% va cada setmana al mercat. La proximitat és un factor clau, ja que en un 80,9% acudeixen a peu al mercat.

Els aspectes a millorar del mercat de dijous és la distribució dispersa, així com l'entramat poc estètic, que combinat amb el nombre de locals buits, juga en contra de la promoció de la circulació de vianants al carrer i l'atracció de clients.

Font: web Ajuntament de Sant Sadurn d'Anoia i Estudi de modernització dels mercats setmanals no sedentaris a Sant Sadurn d'Anoia

2.8 Mercat de dissabte

Mercat de dissabte



Mercat setmanal

El mercat setmanal del dissabte està operatiu entre 8:00h i 14:00h, i les 37 parades es distribueixen per l'eix comercial: plaça de l'Ajuntament, carrer Raval, Doctor Escayola, Anselm Clavé, Montserrat i plaça 1er Homenatge a la Vellella.

Les parades ofereixen productes alimentaris (fruita i verdura, olives i pesca salada, pollastre a l'ast, fruits secs, xarcuteria i xurreria) i no alimentaris (flors i planter, alimentació de mascotes, roba i complements, sabateria, drogueria ecològica, parament de la llar i decoració).

Durant la pandèmia, per tal de reduir el temps al mercat, diversos paradistes van oferir servei de comanda prèvia i/o servei a domicili.

L'estudi de mercats setmanals a Sant Sadurní d'Anoia i des del propi Ajuntament es posa èmfasi en la competència que té el mercat del dissabte amb el que s'organitza paral·lelament a Vilafranca del Penedès, a més del mercat de diumenge a Santa Margarida i els Monjos.

Això provoca que la proximitat, que continua essent el principal motiu pel que s'acudeix al mercat (25,5% dels enquestats), ja no es diferencia del segon motiu, que és oci i lleure (17,9%). Tanmateix, el percentatge de gent que assisteix cada setmana al mercat del dissabte (75%) és més elevat que el dijous.

Font: web Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i Estudi de modernització dels mercats setmanals no sedentaris a Sant Sadurní d'Anoia

2.9 Recursos i iniciatives

Recursos

Local Friday

L'Ajuntament i l'associació SOM Sant Sadurní realitza un esdeveniment en el context del Black Friday. Per tal d'atraure públic, s'organitza el Local Friday del 15 al 27 de novembre. En aquest període, les compres realitzades al mercat i botigues associades sortegen 4 premis amb lots de productes i una targeta regal SOM Sant Sadurní per valor de 50 euros.

La participació es pot fer per diferents vies: amb la targeta de fidelització o emplenant butlletes al mercat, l'oficina de SOM Sant Sadurní o a la Fassina de Can Guineu. L'últim dia a les 14:00h es fa el sorteig de les persones guanyadores.

Existeix tant ambientació musical per diferenciar-se d'altres esdeveniments de botigues al carrer, així com una activitat infantil (L'hora del conte) per captar públic familiar.

Per Nadal, compra local

Per fomentar les compres locals en la campanya de Nadal, de l'1 de desembre del 2021 fins al 7 de gener de 2022.

En aquesta campanya realitzen diferents sortejos amb la targeta SOM Sant Sadurní: 5 targetes regals de 250 euros cadascuna, retorn de les compres fetes fins a un valor total de 1.000 euros i 25 targetes regals de 20, incloent els comerços no associats. També es fan servir les xarxes socials per implicar a la ciutadania amb un concurs de fotografia amb els llums de nadal.

L'ambientació al carrer es duu a terme amb actuacions itinerants i carros musicals, a més d'organitzar esdeveniments com el Tió popular SOM, xocolatades, tallers i facepainting.

Font: Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i SOM Sant Sadurní



2.9 Recursos i iniciatives

SOM Sant Sadurní

Associació de comerciants

L'associació empresarial SOM Sant Sadurní té el seu origen al 1984, amb el nom de la Unió de Botiguers de Sant Sadurní d'Anoia, tot i que amb el temps, per tal de incloure més sectors, al 2010 va evolucionar a la forma actual de SOM Sant Sadurní, on a més de comerç, engloba indústria i serveis. Actualment es financia amb una quota de 45 €/mes per soci (87 membres) i subvencions de diferents fonts (Ajuntament, Diputació de Barcelona o Generalitat de Catalunya)

Des de la perspectiva de l'entitat, el municipi presenta diverses fortaleses. En primer lloc, la proximitat a Barcelona estimula el creixement de la població, de manera que augmenta la potencial clientela. Tanmateix, aquest aspecte s'ha de capitalitzar a nivell comercial i urbanístic per tal de que tingui un impacte positiu al comerç local.

En segon lloc, el sector industrial aporta estabilitat a Sant Sadurní d'Anoia, de manera que si bé augments explosius tenen escassa notorietat, proporciona seguretat davant les grans davallades dels cicles econòmics.

Una tercera fortalesa és la targeta de fidelització, que ja disposa de 15 anys d'antiguitat, un senyal de l'acceptació i utilitat que té tant per part del comerç com de la ciutadania (existeixen al voltant de 5.500 targetes actives). Aquest sistema de fidelització retorna l'1% a la persona usuària de la targeta, de manera que es crea un actiu circulant per gastar a Sant Sadurní, estimulando el comerç local.

D'altra banda, diferents membres de la Junta exposen dificultats que es troba el comerç, com ara la falta de grans operadors (el que motiva el desplaçament de ciutadania a altres poblacions); l'elevat nombre de locals buits; els alts preus de lloguer i la falta de sensibilització dels propietaris dels locals per tal d'ocupar-los (tot i que la majoria de propietaris són del municipi).

Font: web SOM Sant Sadurní i entrevista amb la Junta



2.9 Recursos i iniciatives

SOM Sant Sadurní

Associació de comerciants

Segons l'associació, gairebé només la Junta ha sentit a parlar de les APEU i els negocis en general desconeixen què és. Tot i així, consideren que si es tingués el coneixement d'aquesta eina en el teixit comercial, els establiments estarien oberts a impulsar el projecte.

De cara a una aprovació de l'APEU, la Junta té diferents preocupacions, com ara garantir la continuïtat de l'associació i el hàndicap de l'existència de propietaris amb diversos locals buits, de manera que la importància de presentar el projecte de l'APEU de manera correcta serà fonamental.

Des de SOM Sant Sadurní també consideren altres aspectes a tenir en compte a l'hora de dinamitzar el comerç, com ara retenir la gent jove, que tendeix a marxar a altres poblacions dels voltants per fer compres, treballar amb incentius positius i negatius per als propietaris de locals buits (per tal de facilitar la seva ocupació), implicar al sector de cava i realitzar una feina transversal des de l'Ajuntament, de manera que es coordinin diferents departaments (comerç, promoció econòmica, urbanisme i joventut).

Altres aspectes a millorar, i que estan relacionats la implementació i èxit de l'APEU és la dificultat existent a l'hora de dur a terme les ordenances comercials i la falta de il·luminació, especialment en aquells carrers con el nombre de locals buits és més elevat. Aquest fet projecta una imatge dels carrers que dificulta a la ciutadania estar en un entorn agradable i acaba perjudicant al nivell de vendes dels comerciants.



Font: web Entrem, Mas Albornà i entrevista amb la Junta

2.9 Recursos i iniciatives

Ajuntament



La liquidació del pressupost del 2020 va ser de 15,5 M d'€ aproximadament, dels quals més d'1,15 M d'€ es van destinar a actuacions de caràcter econòmic.

En aquesta àrea, les polítiques que més despesa representen són "Comerç, turisme i petites i mitjanes empreses", on 0,9 M d'€ es destinen a programes de informació i promoció turística i comerç.

A més a més d'aquesta política de despesa, també es duen a terme altres actuacions de caràcter econòmic, orientades a la millora de la societat de la informació.

Font: portal de Transparència Ajuntament Sant Sadurní d'Anoia

2.9 Recursos i iniciatives

Ajuntament

Programes

432 - Informació i promoció turística
94,92%

431
-

Programa	Import	Per persona
431 - Comerç	0,0M €	3,38 €
432 - Informació i promoció turística	0,8M €	63,15 €
Total	0,9M €	66,53 €

Subprogrames

4313 - Comerç ambulant
100,0%

Subprograma	Import	Per persona
4313 - Comerç ambulant	0,0M €	3,38 €
Total	0,0M €	3,38 €

La despesa en comerç ambulant es pot deduir via despesa per persona i amb la població de l'any 2020, de manera que el resultat d'aquesta partida és de 43.402,58 €.

Destaca la diferència de recursos destinats al comerç ambulant i a la informació i promoció turística, de igual manera que entre les àrees de despesa inicials, les actuacions de caràcter econòmic només representen un 7,42% del pressupost.

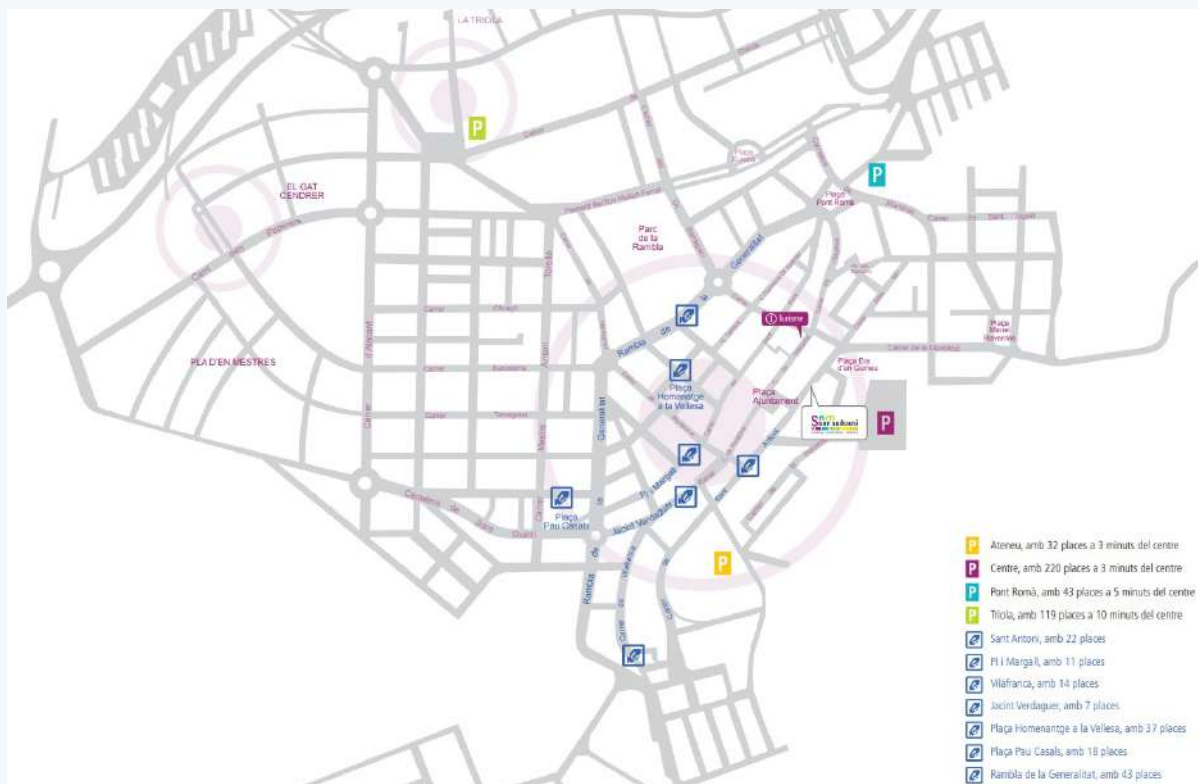
Incrementar el pressupost d'aquesta àrea permetria un potencial augment de marge de maniobra per a les accions de promoció i dinamització per part del consistori.

Font: web Entrem, Mas Albornà i entrevista amb la Junta

3 Urbanisme comercial

3.1 Aparcament disponible

Places d'aparcament



Font: SOM Sant Sadurn i Ajuntament de Sant Sadurn d'Anoia

Aparcament

Per tal de facilitar l'experiència de compra, el municipi disposa de diferents zona per estacionar el vehicle a prop de l'eix comercial.

Alguns dels carrers tenen plataforma única, de manera que la pacificació del trànsit esdevé un tret característic del centre.

La zona blava permet una major rotació d'aparcament a la zona del centre comercial, segons l'associació de comerciants. Per aquesta raó, des de SOM Sant Sadurn es va facilitar una targeta d'aparcament de 30 minuts gratuïts als clients.

En el moment de l'anàlisi, les zones blaves estaven exemptes de pagament. A partir de l'1 d'abril el disc horari distribuït als domicilis facilita 90 minuts d'aparcament gratuït a la zona blava.

3.2 Urbanisme comercial

Vies urbanes analitzades



Carrer Raval
Carrer Doctor Escayola
Plaça de l'Ajuntament
Carrer de l'Hospital
Carrer Mossèn Jacint Verdaguer
Carretera de Sant Quintí
Plaça Pau Casals
Carrer de Josep Anselm Clavé
Plaça del 1er Homenatge a la vellesa
Carrer de Montserrat
Rambla de la Generalitat
Carrer de Barcelona
Carrer del Mestre Antoni Torelló
Carrer Tinent Coronel Sagués
Carrer de Girona
Carrer de Tarragona

L'urbanisme esdevé un factor influent a l'hora d'afavorir el trànsit dels vianants, que al seu torn contribueix a l'augment del consum i la dinamització del teixit comercial.

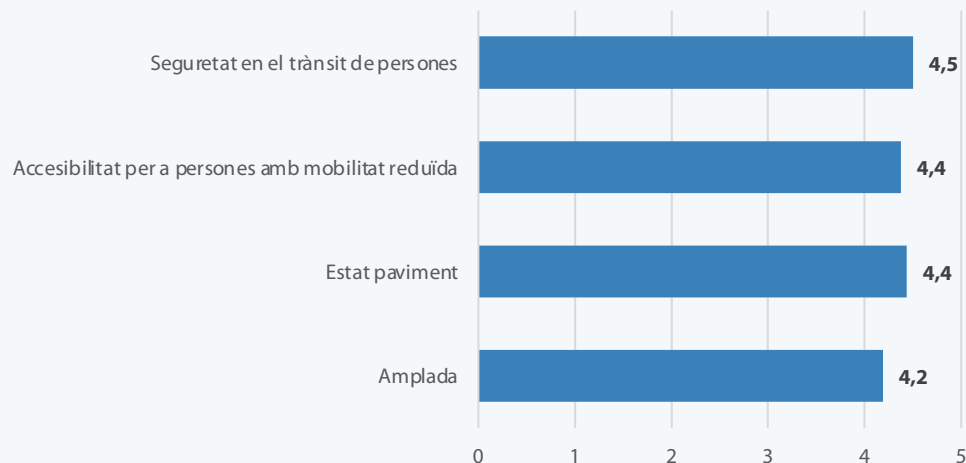
Així doncs, s'ha realitzat un anàlisi per determinar l'estat urbanístic de diferents vies urbanes amb presència comercial al municipi, atenent a la delimitació de l'APEU. S'ha tingut en compte diferents aspectes, com la facilitat en el trànsit de vianants, la neteja, el mobiliari, les façanes o la presència de locals buits, entre d'altres.

Els ítems analitzats es valoren en una escala del 0 al 5, on 0 és un mal estat i 5 un bon estat.

Font: *Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia*

3.2 Urbanisme comercial

Anàlisi de l'estat de la via urbana i les voreres



L'estat de la via urbana i les voreres de les vies comercials són elements clau que faciliten la comoditat en el passeig i afavoreixen el flux de moviment de les persones.

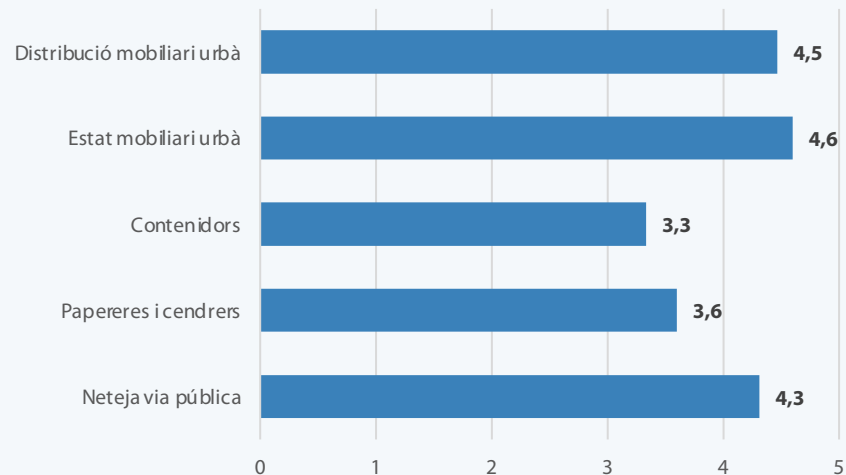
La valoració mitjana dintre d'aquest apartat és d'un 4,4 sobre 5. És una valoració elevada que denota un assoliment dels estàndards amb petites diferències en alguns subapartats.

Es valora que la gran majoria de carrers comercials tenen plataforma única o accessibilitat per a persones de mobilitat reduïda (PMR). Aquesta solució en combinació amb l'estat del paviment i la quantitat de vehicles (i la seva velocitat) que circulen, afavoreixen la seguretat del trànsit de persones.

Font: qüestionari d'urbanisme realitzat per J3B3 Economics

3.2 Urbanisme comercial

Anàlisi de l'estat de la neteja i mobiliari urbà



La neteja incideix directament sobre la imatge de les vies comercials. Alhora, l'estat i la disposició del mobiliari urbà són elements que conviden al passeig agradable i la interacció amb l'entorn.

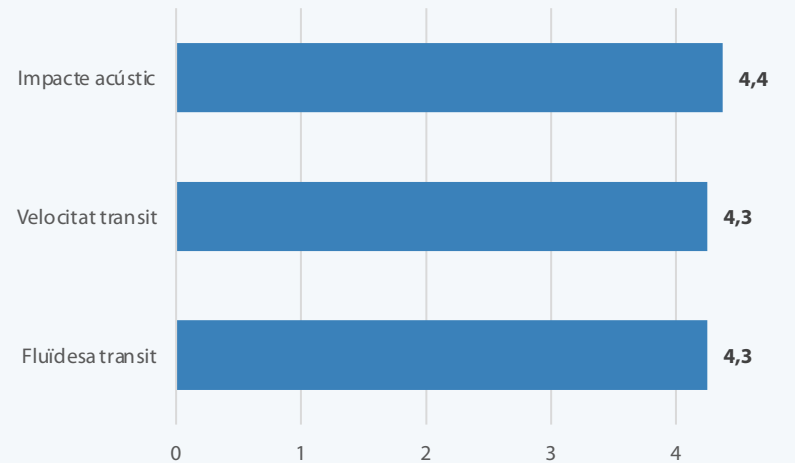
Pel que fa a la distribució de mobiliari urbà i el seu estat, es valora positivament.

L'anàlisi conclou amb una neteja adequada, però amb una distribució de contenidors i papereres que caldria reforçar (obtenen les puntuacions més baixes).

Font: qüestionari d'urbanisme realitzat per J3B3 Economics

3.2 Urbanisme comercial

Anàlisi de trànsit de vehicles



Un elevat trànsit de vehicles pot tenir un impacte negatiu en les vies comercials. Per això, cal disposar de vies urbanes agradables que facilitin el passeig dels vianants en el procés de compra.

De les vies urbanes analitzades en destaca l'impacte acústic, la velocitat i la fluïdesa del trànsit de vehicles. Com més elevada és la valoració, menys soroll, velocitat i densitat de vehicles es detecta als carrers.

En el moment de l'anàlisi, els vehicles circulen a baixa velocitat, el que repercuteix a nivell acústic.

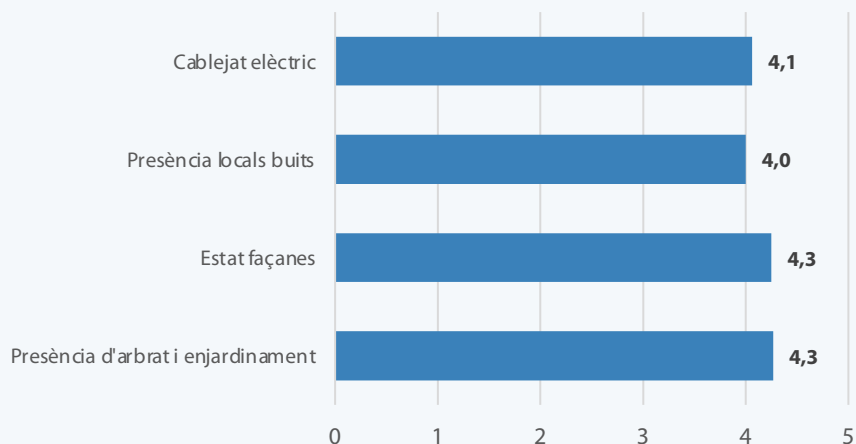
Font: : qüestionari d'urbanisme realitzat per J3B3 Economics, Ajuntament de Sant Sadurní i fotocasa.com

3.2 Urbanisme comercial

Anàlisi de cablejat elèctric, locals buits, façanes i arbrat i enjardinament



Font: qüestionari d'urbanisme realitzat per J3B3 Economics

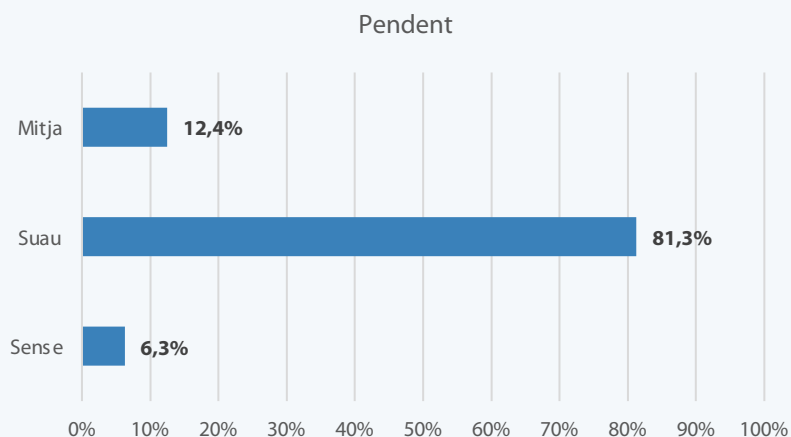


També s'han inspeccionat diferents elements visuals que contribueixen a fer més agradable l'entorn comercial. En aquest sentit, s'ha analitzat la presència de locals buits, l'estat de les façanes i la presència d'arbrat o enjardinament. En general, es tracta d'aspectes valorats de manera positiva, tot i que la presència de locals buits és un aspecte a tractar per a la constitució de l'APEU.

Tret de casos puntuals, les façanes es troben en bon estat i fins i tot es detecta una amb jardí vertical. El cablejat elèctric a la zona comercial té marge de millora. L'arbrat es concentra places i carrers comercials, acompanyat de petites jardineres.

3.2 Urbanisme comercial

Anàlisi d'altres factors

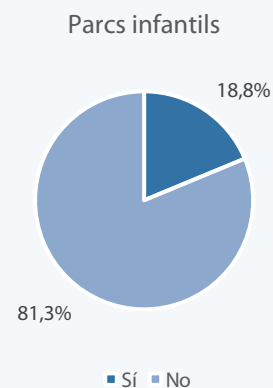
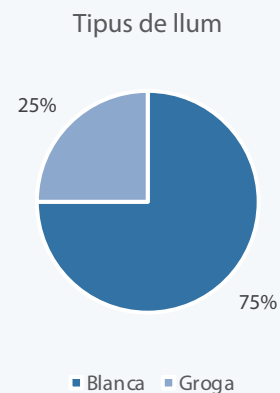


Altres aspectes analitzats són el nivell de pendent, tipus de llum i presència de parcs infantils.

Els carrers amb pendent suau (i sense), faciliten el trànsit a les vies comercials. En aquest cas, només un 12,4% presenta una pendent mitja.

El tipus de llum blanca és la que predomina als carrers (75%) tot i que diferents estudis¹ demostren contraindicacions per a la salut, ecosistemes nocturns i la contaminació lumínica.

A la zona comercial, però, menys del 20% dels carrers disposen d'instal·lacions infantils.



1: [MCC-Spain Study](#), [Comité Español de Iluminación](#) i [Monthly Notices of the Royal Astronomical Society](#) (vol. 467)

Font: qüestionari d'urbanisme realitzat per J3B3 Economics

4 Enquesta al teixit comercial

4.1 Fitxa tècnica

Fitxa tècnica del qüestionari. Disseny mostral

Fitxa tècnica

Els resultats s'han obtingut a través del treball de camp realitzat per un equip d'enquestadors.

El total de resultats ha estat de $n=63$, que per una població definida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$) suposa un marge d'error del $\pm 12,4\%$.

A l'hora de realitzar les enquestes, es va procurar de obtenir representativitat del màxim d'activitats i de diferents zones de l'àrea urbana.

Univers	Teixit comercial de Sant Sadurní d'Anoia
Dimensió de la mostra	63 establiments
Error de la mostra	$\pm 12,4\%$ per una població coneguda, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$).
Dates del qüestionari	Del 10/05/2022 al 13/05/2022
Selecció de la mostra	La mostra es va obtenir enquestant als comerços dels principals carrers comercials i d'altres adjacents.

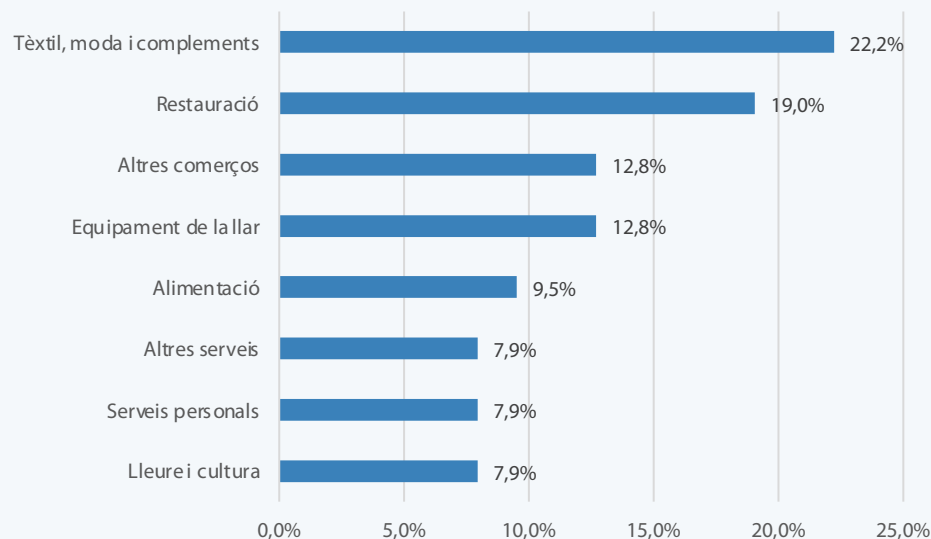
4.1 Fitxa tècnica

Fitxa tècnica del qüestionari. Disseny mostral

Mostra

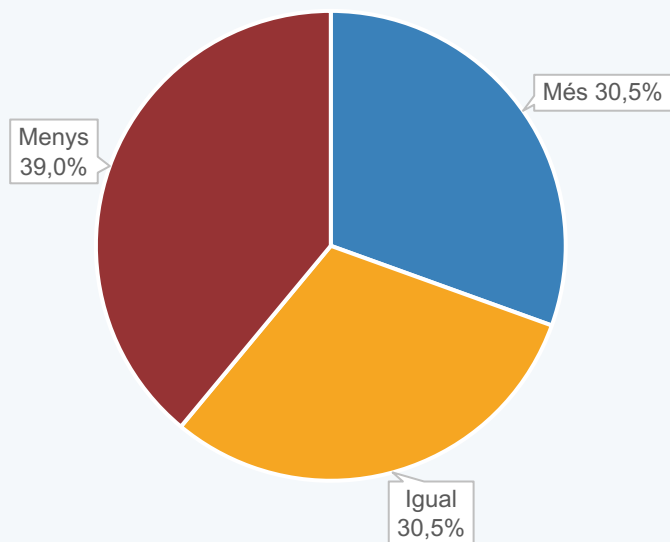
La representativitat del teixit comercial de la localitat es distribueix amb una presència de tèxtil, moda i complements (22,2%), seguit del sector de la restauració (19,0%).

Dels sectors amb menys presència, s'ha obtingut una mostra tal que mostrés de manera suficient el lleure i cultura, serveis personals, altres serveis i alimentació.



4.2 Comparativa facturació

En aquest any en curs, està venent més/igual/menys en relació al mateix període del 2021?



Evolució de la facturació

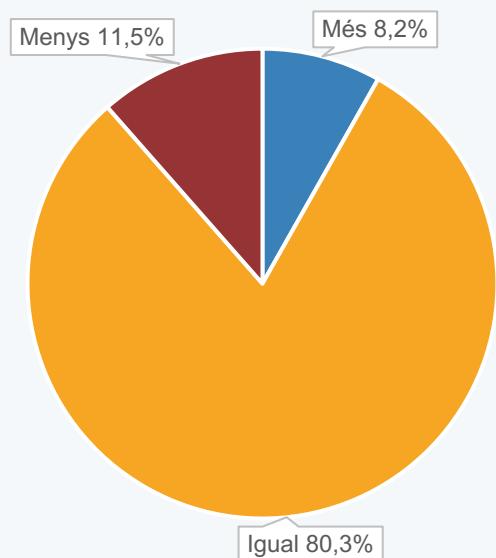
Els efectes econòmics que ha tingut la pandèmia, junt amb les restriccions de mobilitat i diferents mesures sanitàries, van afectar al volum de facturació dels establiments.

Tot i que un 39% ha facturat menys que el mateix període del 2021, la majoria dels establiments (61%) ha mantingut o superat el volum de vendes.

Els establiments que han augmentat la facturació ho han fet amb un 22,5% de mitjana, i la disminució en general és del 20,8%.

4.3 Comparativa treballadors

En relació al nombre de treballadors, en sou més/igual/menys que el 2021?



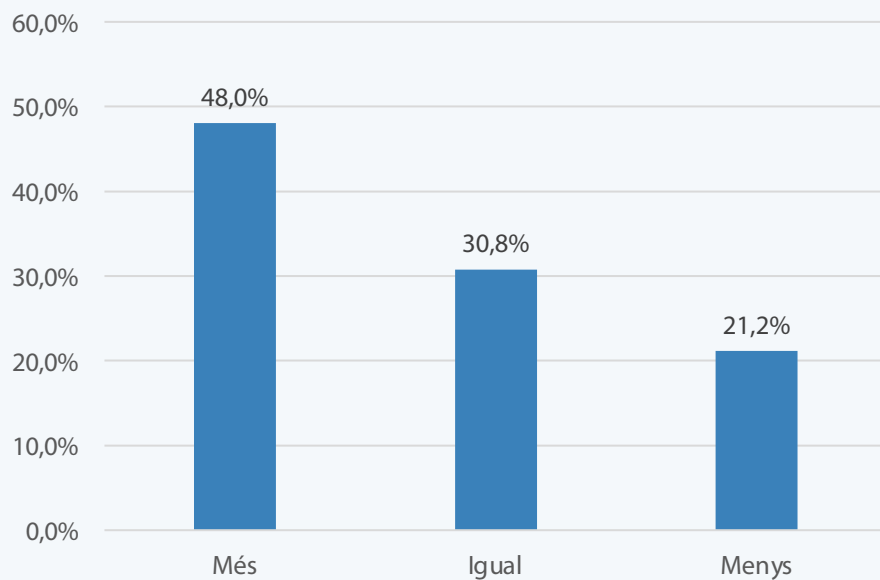
Evolució de la plantilla

Més de tres quartes parts dels establiments (80,3%) mantenen el seu nombre de treballadors, tot i que només un 30,5% van facturar més que el mateix període al 2021.

Només un 11,5% ha disminuït el personal, i un 8,2% ha contractat més mà d'obra. Per tant, un 88,5% dels comerços mantenen o han augmentat la plantilla, del que es deriva un compromís amb el comerç per l'ocupació.

4.4 Previsió de vendes

Preveu que el que queda d'any vendrà més/igual/menys que l'any 2021?



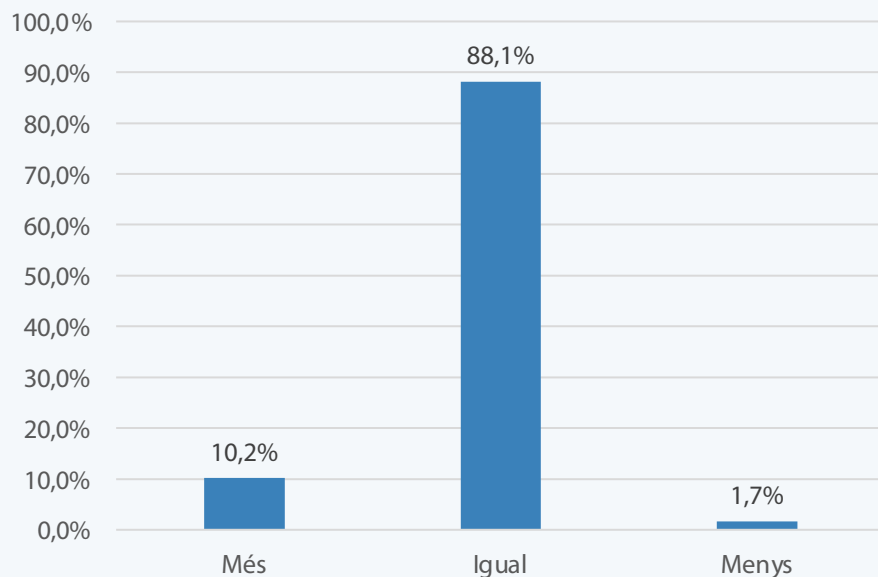
Perspectiva de vendes

Pel que fa a la previsió de vendes, el 78,8% té una visió optimista: el 30,8% preveuen mantenir el nivell de facturació, i el 48,0% augmentar-la gràcies, entre altres motius, a l'aixecament de restriccions i l'entrada del bon temps.

Tanmateix, un 21,2% consideren que vendran menys que l'any 2021. Les previsions d'augment es situen al voltant del 17,9%, mentre que les de menys vendes tenen una mitjana del 20,3%.

4.5 Previsió de contractació

Preveu que el que queda d'any contractarà més/igual/menys treballadors que l'any 2021?



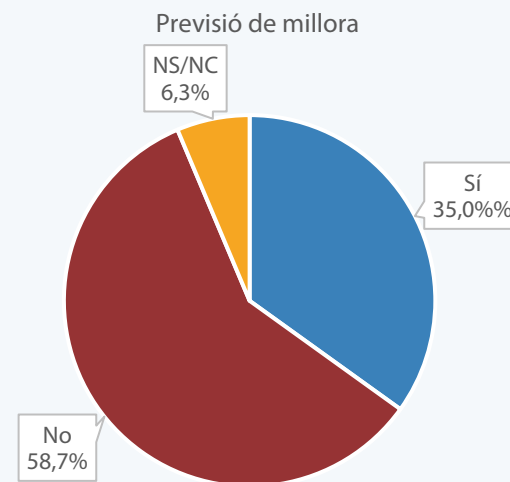
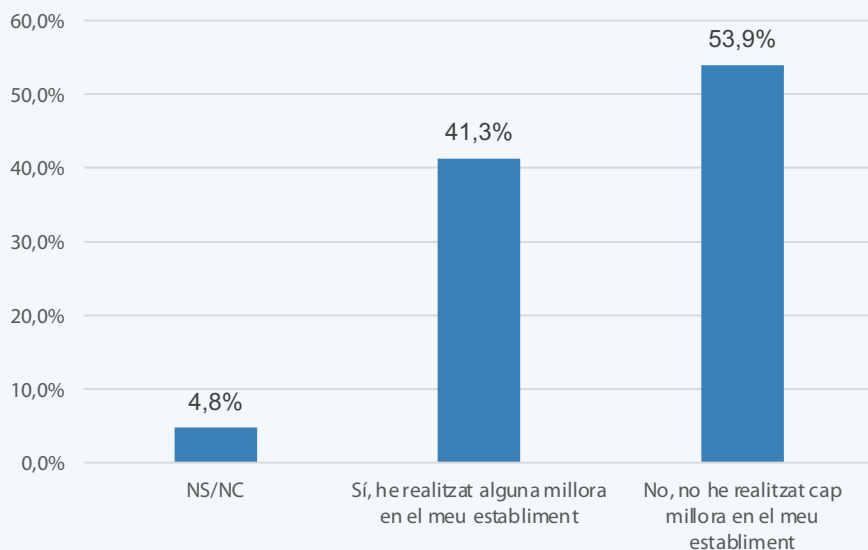
Perspectiva de contractació

El 88,1% dels comerços preveuen mantenir el nombre actual de treballadors i, addicionalment, un 10,2% preveuen ampliar la plantilla, encara que sigui amb contractes temporals.

Només un 1,7% acabaran l'exercici 2022 amb un nombre d'empleats inferior al 2021.

4.6 Millores a l'establiment

En els darrers dotze mesos heu realitzat alguna inversió de més de 600 € de millora en el vostre establiment?



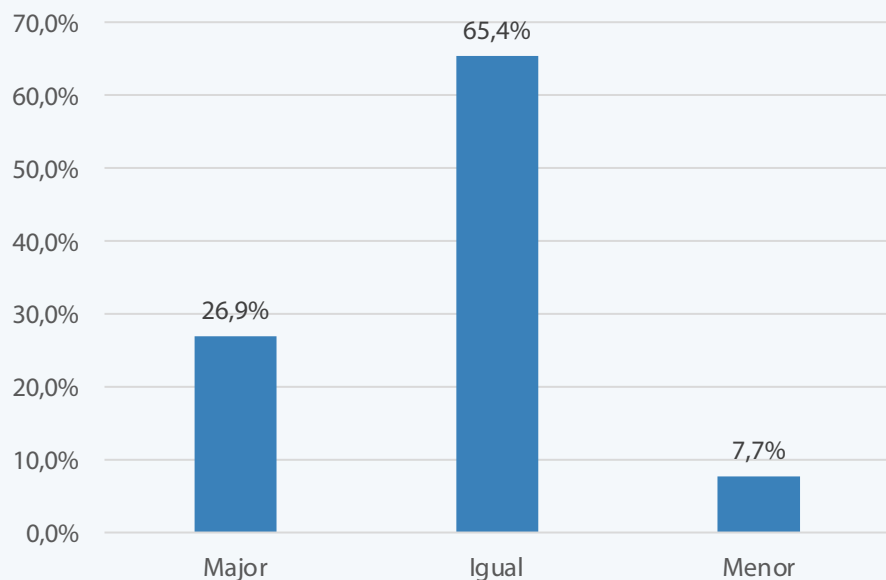
Millora de l'establiment

La reinversió al negoci té una presència considerable al teixit comercial: si bé el 41,3% han realitzat millores per sobre dels 600 € en els últims dotze mesos, fins a un 35% afirmen que tenen previst fer una millora d'aquest import el que queda d'any.

D'altra banda, el 53,9% van realitzar una inversió d'aquest import fa més de 12 mesos i del que queda d'any, el 58,7% esperaran a fer-la més endavant.

4.7 Endeutament

La seva situació d'endeutament del negoci és igual, major o menor que abans de la Covid-19?



Evolució de l'endeutament

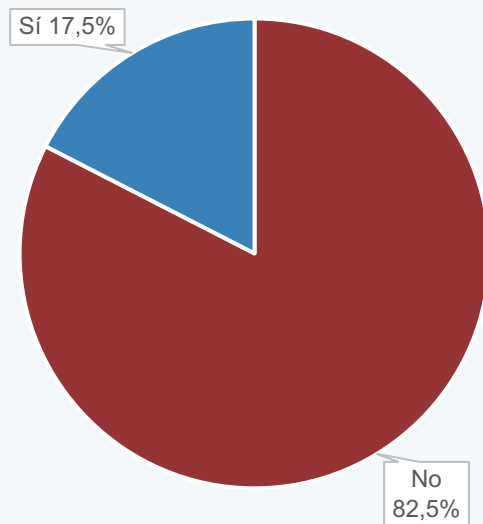
La situació d'endeutament al municipi té diferents escenaris. El principal, és el dels negocis que mantenen un nivell d'endeutament igual que abans de la pandèmia (65,4%).

En segon lloc, una quarta part (26,9%) presenta majors nivells d'endeutament, ja que va ser una eina per a fer front a les dificultats econòmiques.

Només un 7,7% té un endeutament inferior, gràcies al règim de propietat del local i/o al sector d'activitat (considerats de primera necessitat).

4.8 Coneixement de les APEU

Ha sentit a parlar de les APEU (Àrees de Promoció Econòmica Urbana)?



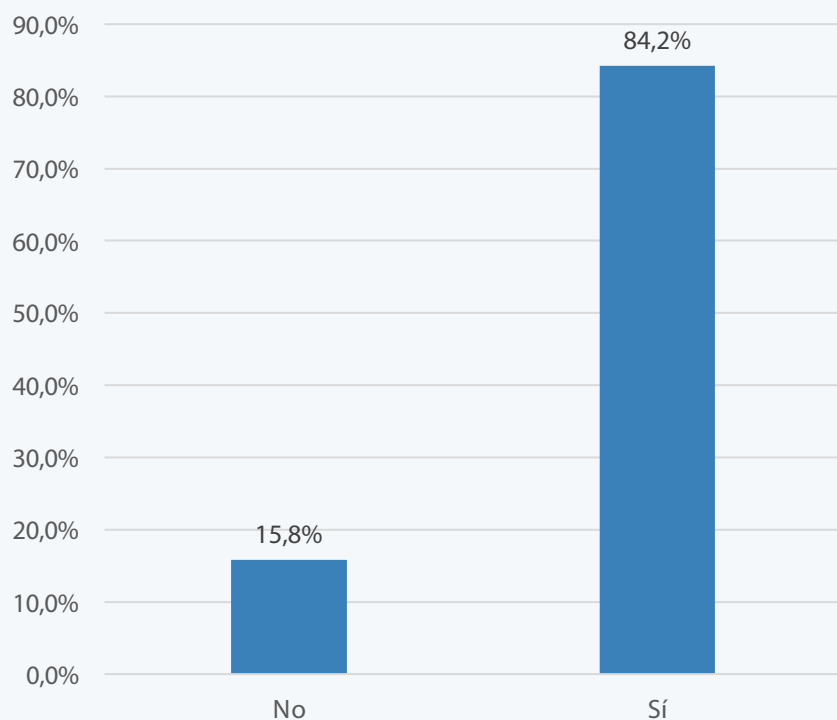
Coneixement de les APEU

Tot i que existeix coneixement de les APEU dintre del teixit comercial, només representa el 17,5%.

La gran majoria (82,5%) desconeixen el concepte i la seva definició i funcions

4.9 Utilitat de les APEU

Considera que una APEU pot ser un instrument d'utilitat a Sant Sadurní d'Anoia?



L'APEU com a instrument

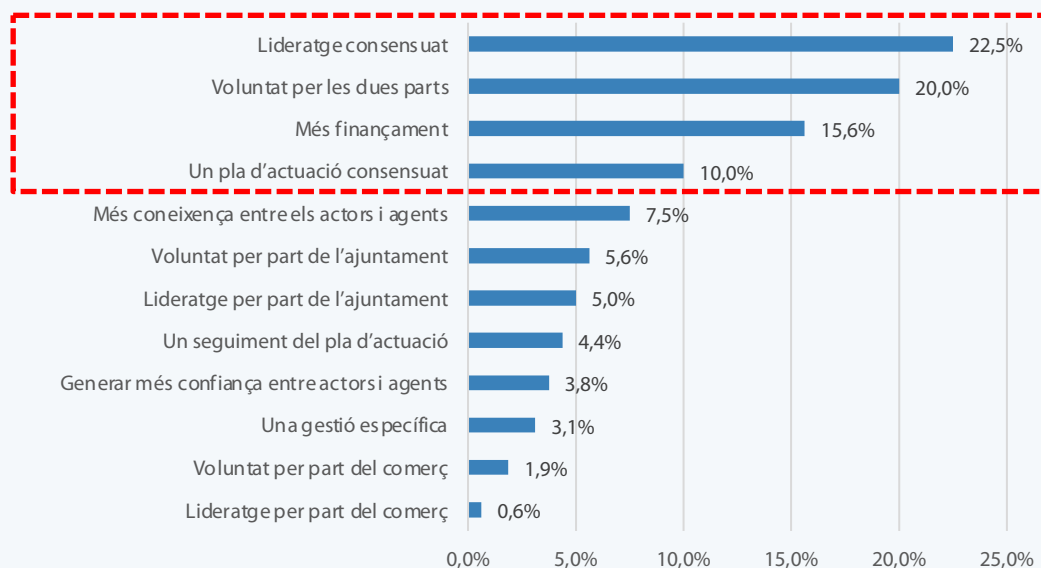
Després de la pregunta anterior, la persona enquestadora va realitzar una definició de les APEU i les seves funcions.

Tot seguit, quan es va preguntar sobre la idoneïtat de implementar una APEU al municipi, el 84,2% va respondre afirmativament i un 15,8% de manera negativa.

Es detecta una gran acceptació de l'APEU com a eina per impulsar l'activitat econòmica al municipi per part del comerç.

4.10 Col·laboració públic-privada

Quins elements són necessaris pel bon funcionament de la col·laboració públic-privada? (màxim 3 respostes).



Sector públic i privat

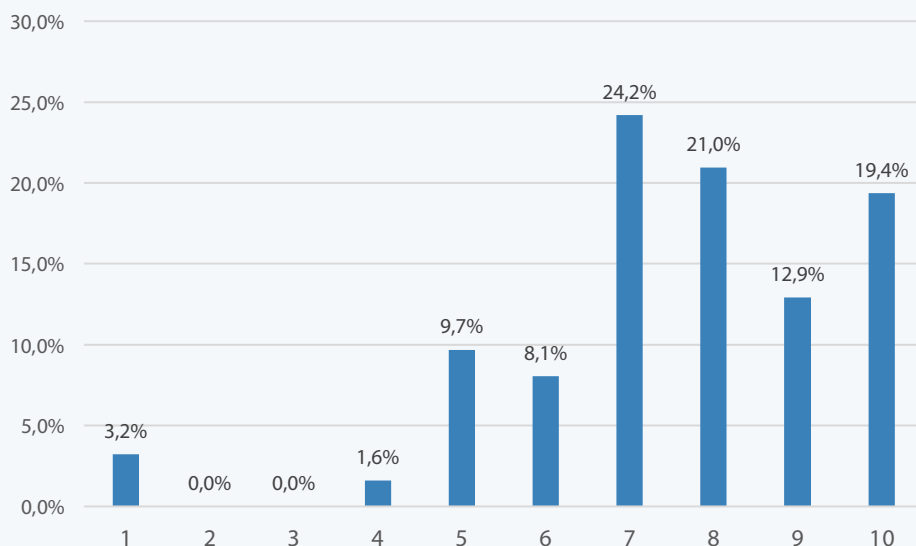
Segons el comerç local, l'èxit per a una bona col·laboració entre empreses i administració pública necessita, principalment, de:

- Lideratge consensuat
- Voluntat per les dues parts
- Més finançament
- Un pla d'acció consensuat

De les respostes es detecta una bona predisposició per part del sector comercial local.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), organitzar esdeveniments i activitats de dinamització?



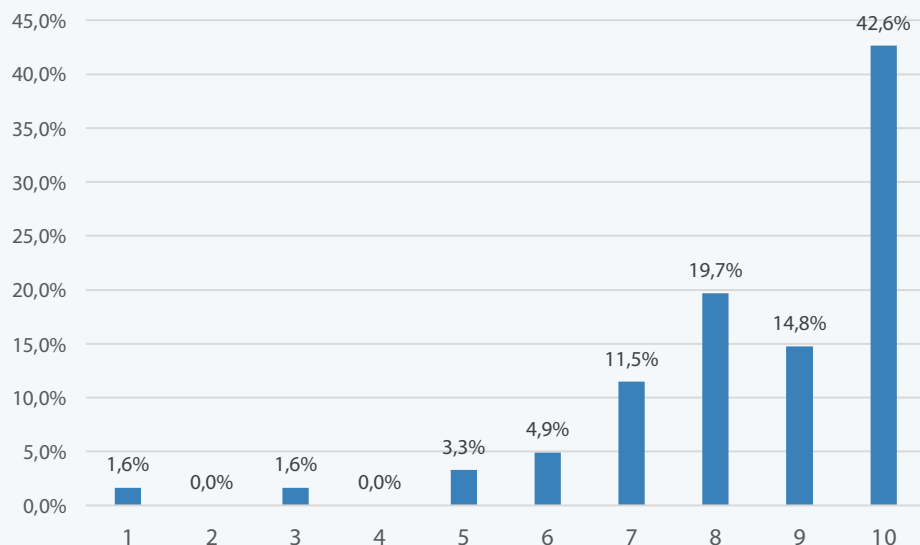
Esdeveniments i dinamització

Més de tres quartes parts dels comerços (77,4%), valoren de manera prioritària, és a dir, entre el 7 i el 10, el grau de prioritats que requereix organitzar esdeveniments i activitats de dinamització.

En termes generals, la valoració mitjana d'aquest ítem és de 7,5 sobre 10

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), captar noves inversions i reduir el nombre de locals buits?



Inversions i locals buits

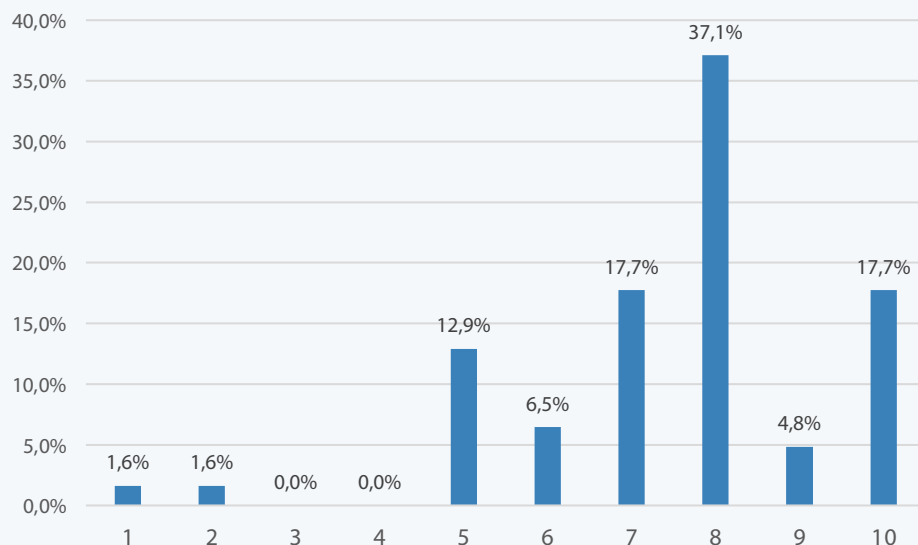
La necessitat de captar noves inversions i reduir el nombre de locals buits està considerada com la major prioritat pel comerç local.

Destaca l'elevat nombre de puntuació màxima (és a dir, un 10) que ha obtingut un 42,6% dels vots. En general, la valoració mitjana d'aquest ítem és de 8,5 sobre 10.

Per part dels establiments, es posa especial èmfasi en els locals buits de l'eix comercial.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), participar en activitats vinculades amb la comunitat?



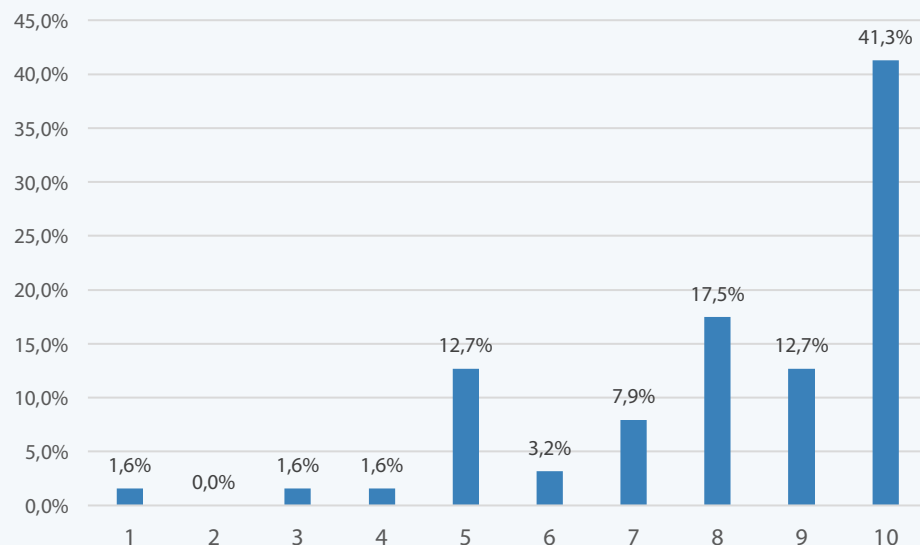
Comerç i comunitat

El vincle amb la comunitat és un aspecte que el comerç local té present, per tal de fidelitzar clientela.

En termes generals, la valoració mitjana d'aquest ítem és de 7,5 sobre 10, de manera que es posiciona com una prioritat secundària.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), millorar la neteja dels carrers?



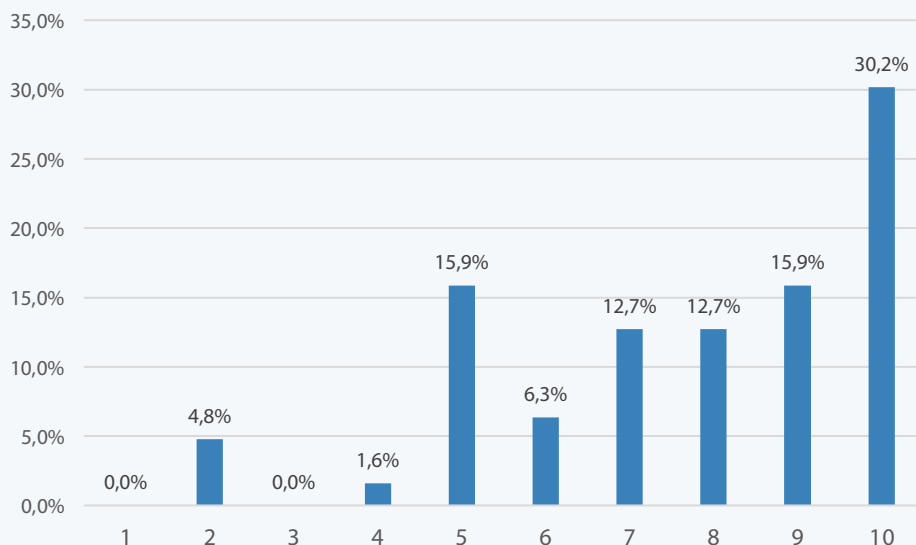
Neteja

La neteja dels carrers és una de les dimensions més valorades pels establiments, situant-se com la segona prioritat a destinar esforços.

Al igual que amb la captació d'inversions i reducció de locals buits, una gran part (41,3%) puntua amb un 10 la necessitat de millorar la neteja. La valoració mitjana d'aquest ítem és de 8,2 sobre 10

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), millorar la senyalització i accessibilitat?



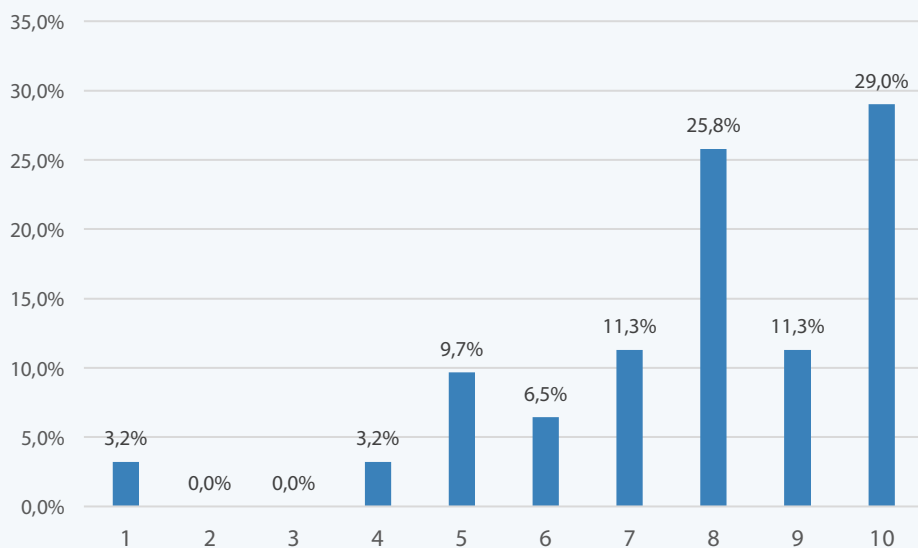
Senyalització i accessibilitat

Un 46,1% dels comerços determina com a molt prioritari (9 i 10) millorar senyalització i accessibilitat.

La valoració mitjana és de 7,7 sobre 10. Millores que van suggerir alguns establiments va ser, entre d'altres, la senyalització dels aparcaments.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), millorar la decoració i imatge dels carrers?



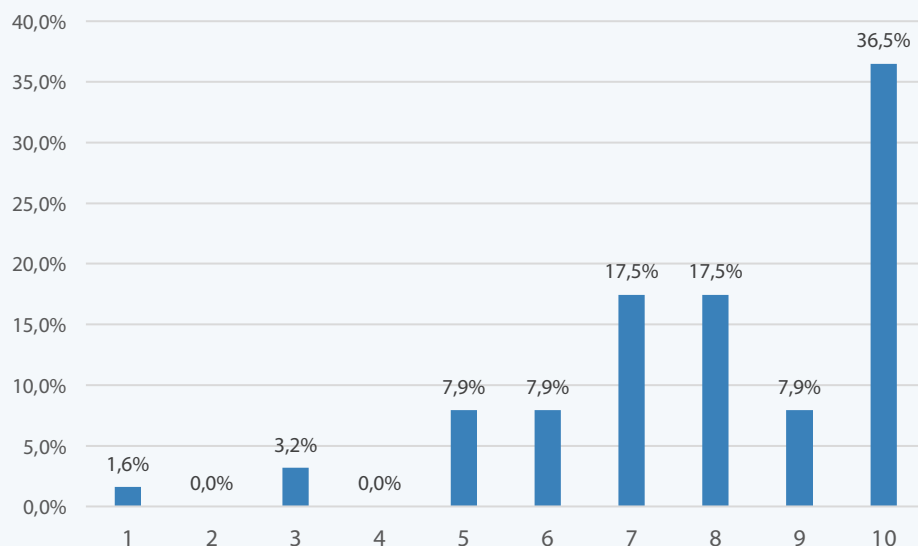
Decoració i imatge dels carrers

A més de reduir el nombre de locals buits, un altre factor per estimular el trànsit de públic als carrers és la decoració i imatge dels carrers per fer més agradables les compres.

En termes generals, la valoració mitjana d'aquest ítem és de 7,8 sobre 10, on dos tercers parts (66,1%) van ponderar amb una nota entre 8 i 10.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), millorar la il·luminació dels carrers?



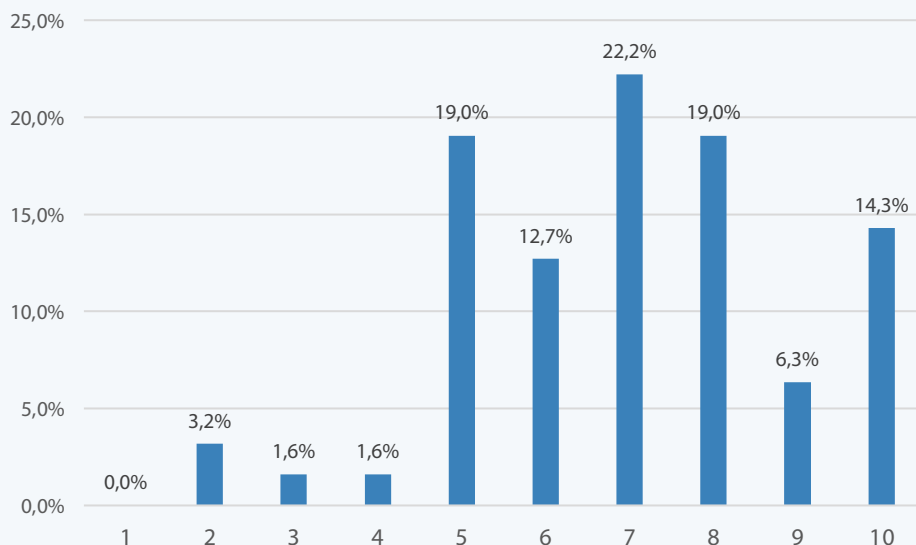
Il·luminació pública

El tercer gran aspecte que detecta el teixit comercial és millorar la il·luminació dels carrers. Segons les fonts, en determinades zones es detecta poca llum, fet que s'agreuja en èpoques d'hivern on les hores amb llum natural són menors.

Es valora, de mitjana, amb un 8,0 sobre 10 la necessitat de millorar la il·luminació als carrers. Els establiments consideren que un millor enllumenat públic convida a estar més als carrers i la sensació de seguretat.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), fer accions de formació?



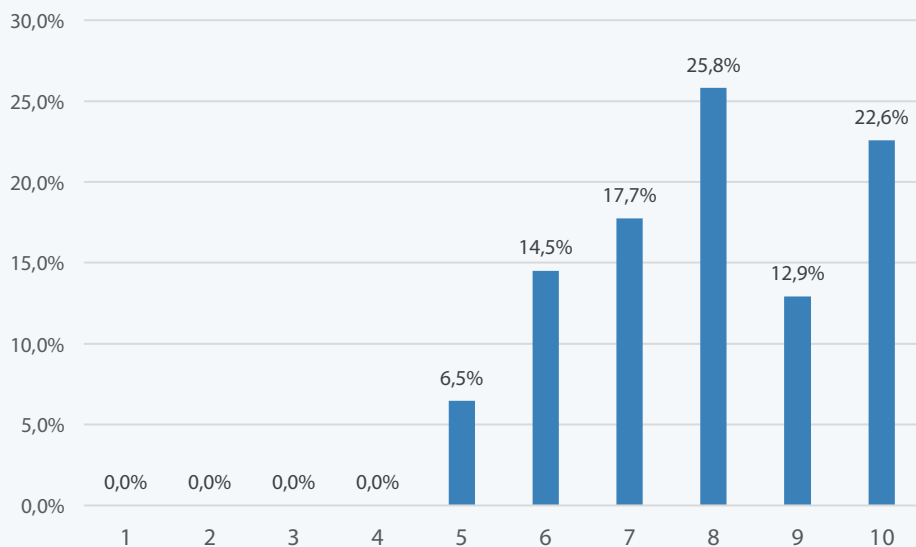
Formació

La consideració de la formació com a prioritat té una puntuació més dispersa dins de l'escala de valoració, un dels motius pels que esdevingui l'última prioritat pel comerç.

En termes generals, la valoració mitjana de la formació és de 7,0 sobre 10. L'argument que més s'exposa és que amb l'experiència acumulada, ja tenen prou coneixement.

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), millorar la qualitat del comerç en conjunt?



Millora del comerç

L'única categoria que ha obtingut puntuacions positives (del 5 al 10), és la millora de la qualitat del comerç en conjunt.

En termes generals, la valoració mitjana d'aquest ítem és de 7,9 sobre 10

4.11 Prioritats i necessitats

Resum de prioritats

Necessitat	Mitjana
Captar noves inversions i reduir el nombre de locals buits	8,5
Millorar la neteja dels carrers	8,2
Millorar la il·luminació dels carrers	8,0
Millorar la qualitat del comerç en conjunt	7,9
Millorar la decoració i imatge dels carrers	7,8
Millorar la senyalització i accessibilitat	7,7
Organitzar esdeveniments i activitats de dinamització	7,5
Participar en activitats vinculades amb la comunitat	7,5
Fer accions de formació	7,0

Resum

Un cop analitzats els diferents ítems, el comerç li dona més prioritats a:

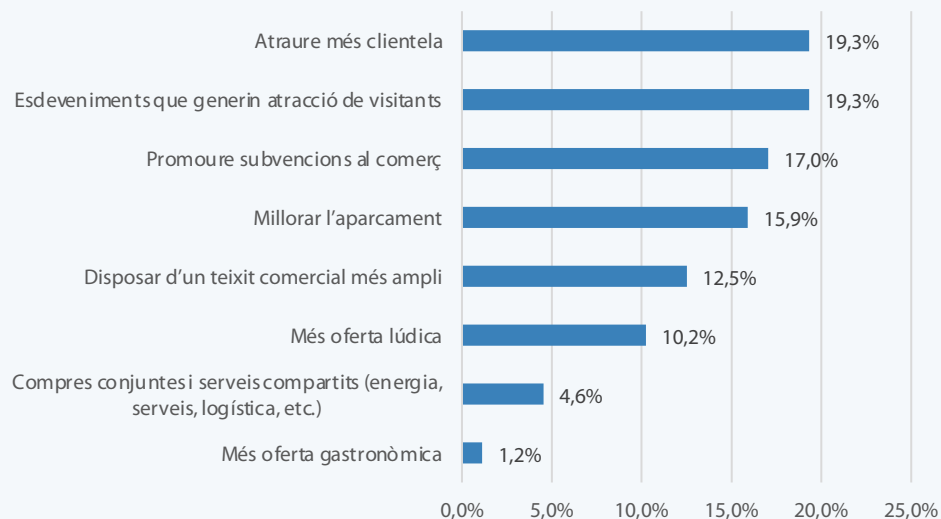
- Captar noves inversions i reduir el nombre de locals buits
- Millorar la neteja dels carrers
- Millorar la il·luminació dels carrers

Altres prioritats que han manifestats els establiments són:

- Augmentar la vigilància policial
- Reactivar la zona blava
- Fomentar el turisme i trànsit de persones
- Fomentar un diàleg sense intermediaris
- Realitzar un butlletí mensual per donar visibilitat al poble

4.11 Prioritats i necessitats

En general, què penses que necessita el comerç local? (màxim 4 respostes).



Necessitats del comerç local

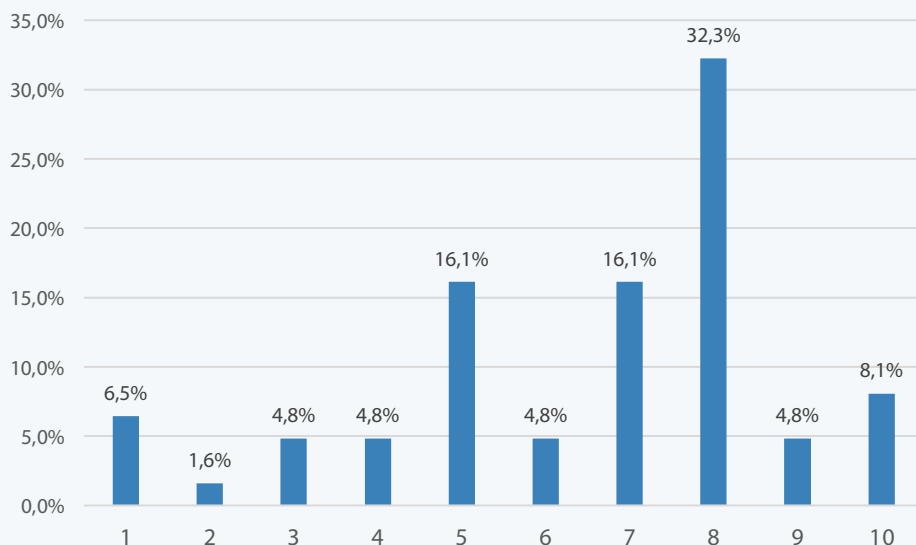
Des del punt de vista dels comerciants, la principal prioritats és l'atracció de persones (38,6%), ja sigui a través d'esdeveniments o amb altres campanyes per atraure clientela.

El segon bloc de necessitats fa referència a les subvencions al comerç (17,0%) i a la millora de l'aparcament (15,9%).

El consens per part del comerç és que ja es disposa d'una oferta gastronòmica àmplia, de manera que es valora major oferta lúdica per atraure un públic més ampli (familiar, de parelles, etc.)

4.11 Prioritats i necessitats

Com valora, de l'1 (gens prioritari) al 10 (molt prioritari), la necessitat de les accions de dinamització que es realitzen actualment?



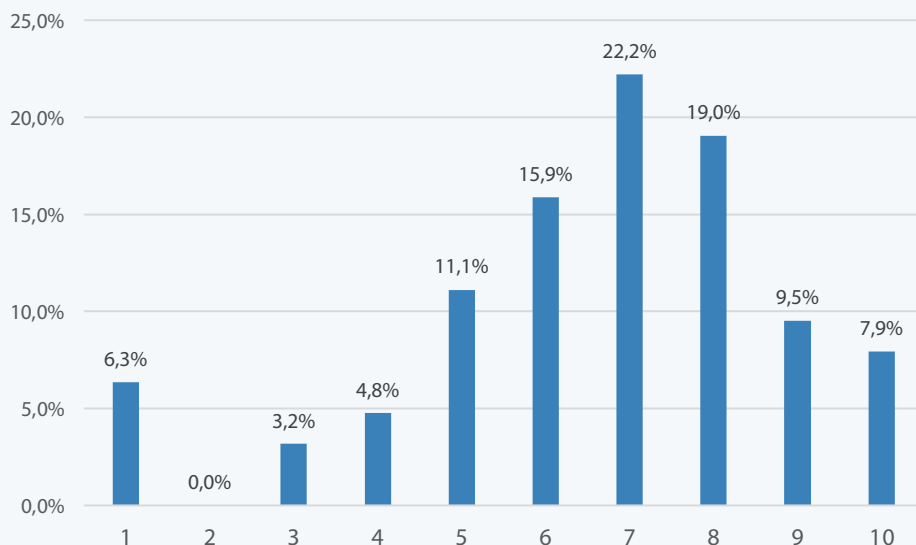
Accions de dinamització actuals

En el moment de realitzar l'enquesta, les valoracions van ser de tot tipus, tot i que la nota amb que es va puntuar més sovint va ser un 8 (32,4%).

Tot i així, a l'hora de fer la mitjana, la necessitat de les accions de dinamització realitzades actualment es valoren amb un 6,5 sobre 10, de manera que té una satisfacció general però amb un marge de millora ampli.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), l'urbanisme de la zona on s'ubica el seu negoci?



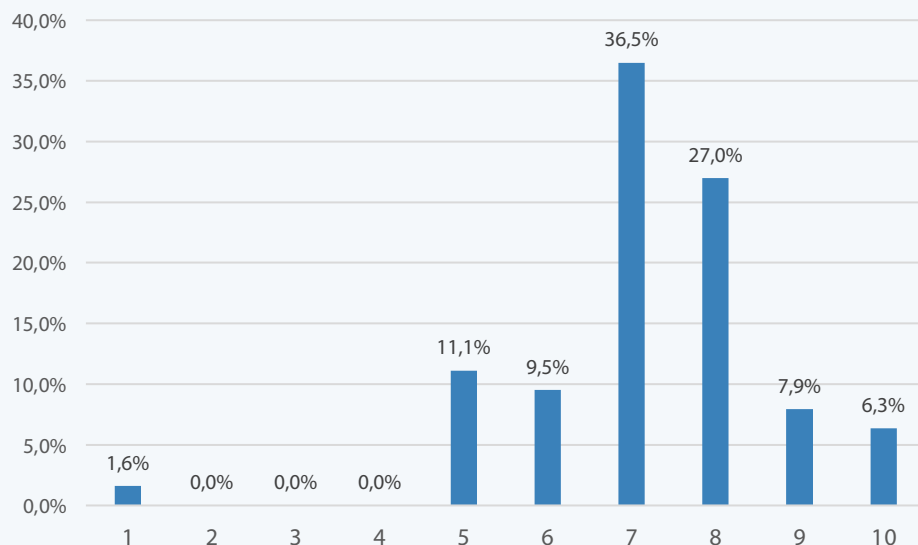
Urbanisme on s'ubica el negoci

A l'apartat anterior, es va analitzar l'urbanisme dels principals carrers comercials. Encara que presenta un bon disseny de cara a vianants (poc pendent, segur, amb presència d'arbrat i mobiliari, etc.), la percepció del comerç difereix.

La satisfacció mitjana de l'urbanisme on s'ubica l'establiment té una qualificació d'aprovat (6,6 sobre 10), tot i que presenta marge de millora.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), la qualitat en general dels altres establiments?



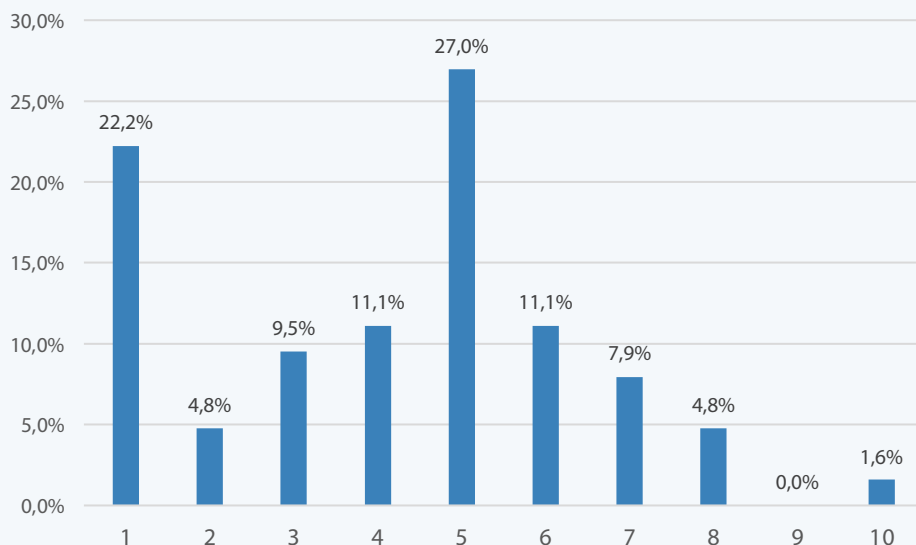
Qualitat general dels altres establiments

La valoració que fan els comerços de la resta de negocis és positiva: 7,2 sobre 10.

És la dimensió que es valora de manera més elevada, tot i que consideren que encara es podria millorar més.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), l'aparcament disponible a la zona?



Aparcament

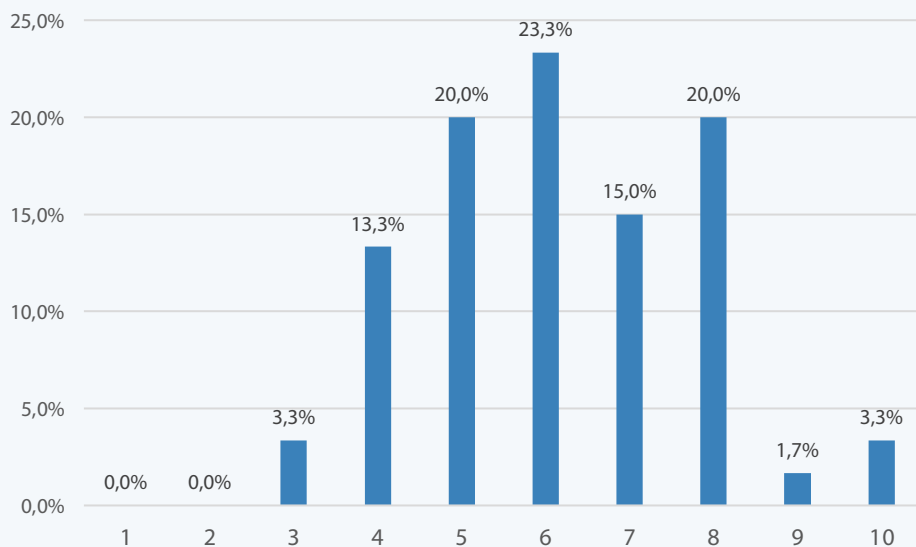
L'aparcament suspèn pel que fa a la satisfacció, amb una nota mitjana de 4,2.

Aquest factor es deu principalment a que l'àrea de l'eix comercial és zona de vianants, amb impossibilitat d'aparcament al mateix carrer.

Una altra crítica per part del comerç és la dificultat per a descarregar mercaderies dels vehicles sense incórrer en una sanció.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), la xifra de vendes del seu negoci?



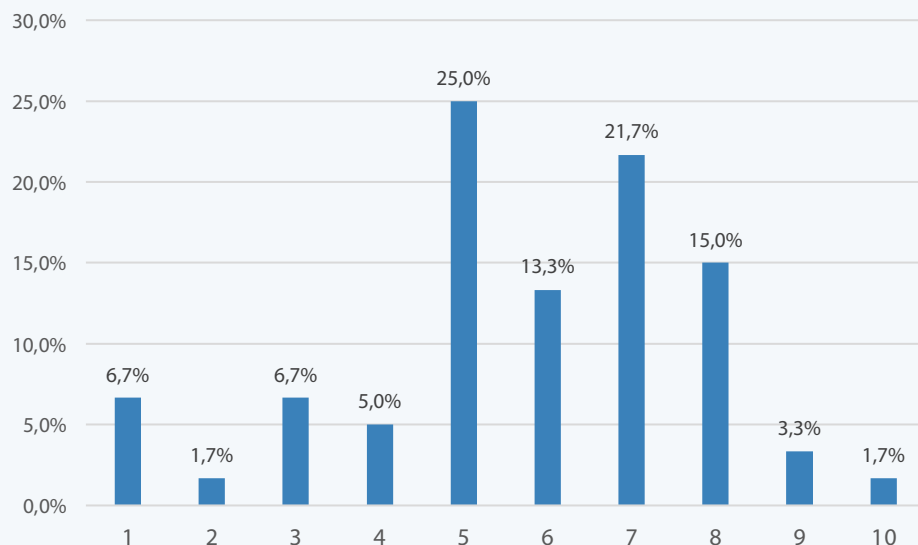
Facturació

A l'hora de valorar com de satisfets estan amb la xifra de vendes, es van tenir en compte diferents conseqüències de la pandèmia com els confinaments, restricció de la mobilitat i ERTO de la població.

El resultat global és d'una puntuació de 6,2.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), les accions de promoció i dinamització proposades per l'Ajuntament i l'associació?



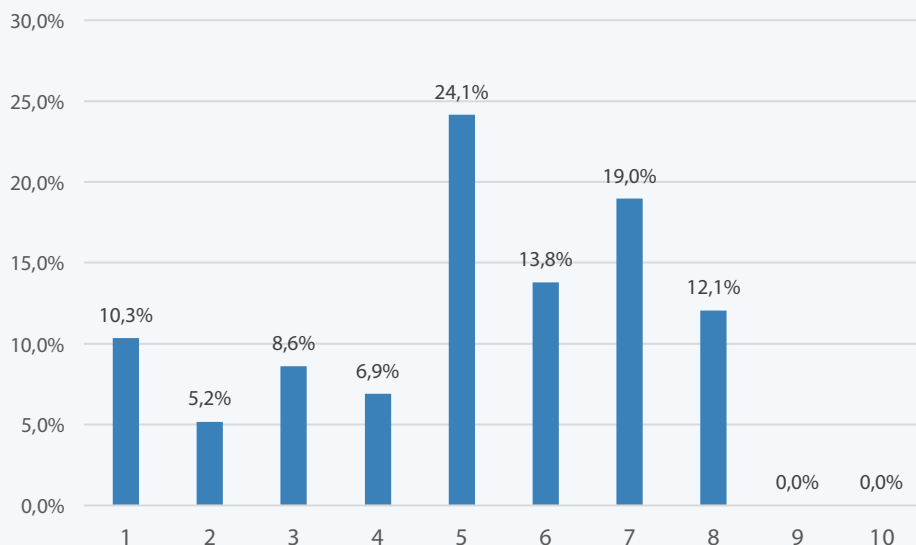
Accions de promoció i dinamització

El comerç valora de manera suficient les accions de promoció i dinamització amb un 5,7 sobre 10.

Per tal de que pugui augmentar la satisfacció en aquest àmbit, per part del comerç es demana més publicitat i comunicació de les accions i una major implicació per part de l'Ajuntament.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), les accions de formació proposades per l'Ajuntament i l'associació?



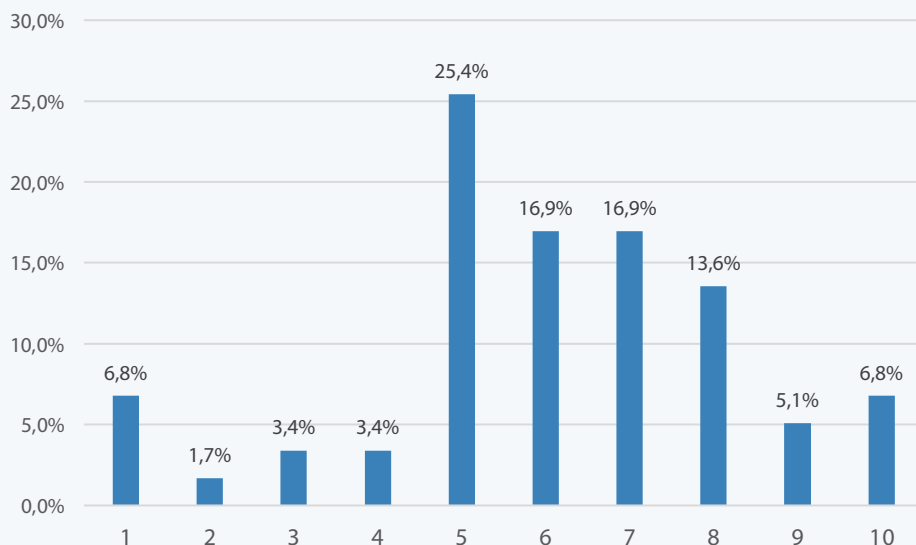
Accions de formació

La satisfacció amb les accions de formació proposades per part d'ambdues parts té una valoració mitjana de 5,1.

Algunes de les observacions que fa el comerç per tal de millorar en aquest terreny és la falta d'oferta de formació, l'horari quan es realitza i augmentar la difusió de les campanyes formatives.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), les accions de dinamització actuals?



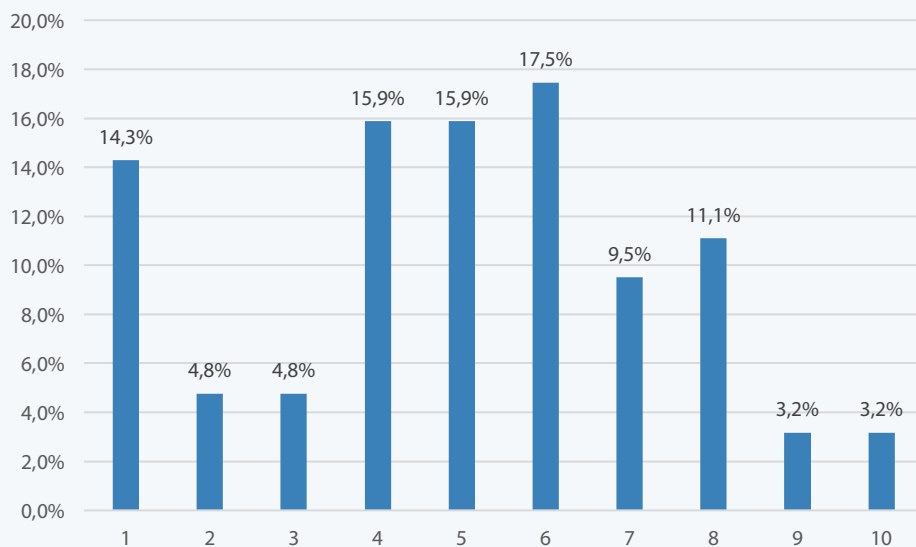
Accions de dinamització actuals

Les accions de dinamització actuals tenen una aprovació general d'un 6,0.

Tanmateix, alguns establiments expliquen que segons la zona del municipi, veuen una falta de aportació d'aquestes accions.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), la neteja de l'espai públic?



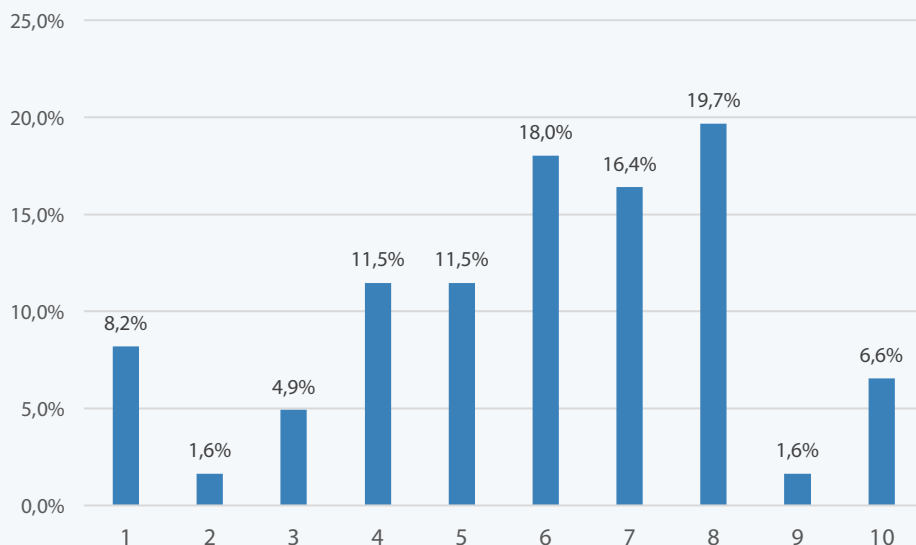
Neteja de l'espai públic

La neteja està valorada amb una mitjana de 5,0. Alguns dels criteris que fan que aquesta puntuació tingui un marge tan ample de millora és la falta de papereres, grafitis a les parets i façanes i restes d'animals.

Tot i així, també es reconeix que la ciutadania té part de responsabilitat en mantenir la neteja pública.

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), la seguretat?



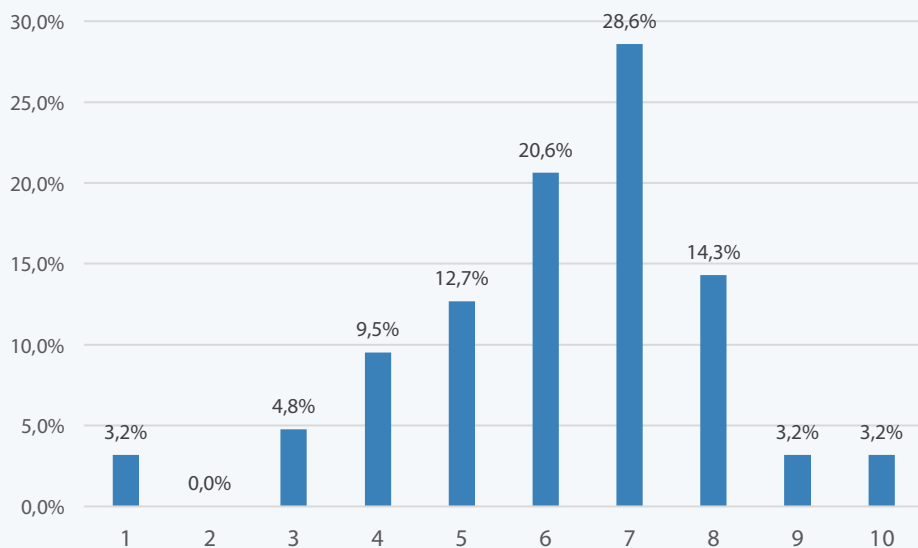
Seguretat

La satisfacció del comerç amb la seguretat és d'un 5,9 sobre 10. Alguns dels elements que impedeixen que la nota sigui més elevada, segons les fonts, són l'existència d'algunes baralles o la poca presència policial.

Adicionalment, la poca il·luminació també juga un paper a l'hora de contribuir a la sensació de seguretat (estava valorada amb un 8 com a prioritat).

4.12 Satisfacció

Com valora, de l'1 (gens satisfactori) al 10 (molt satisfactori), la satisfacció general amb el teixit comercial del municipi?



Satisfacció general amb el teixit comercial local

La satisfacció general amb el teixit comercial és positiva, amb una valoració mitjana de 6,2.

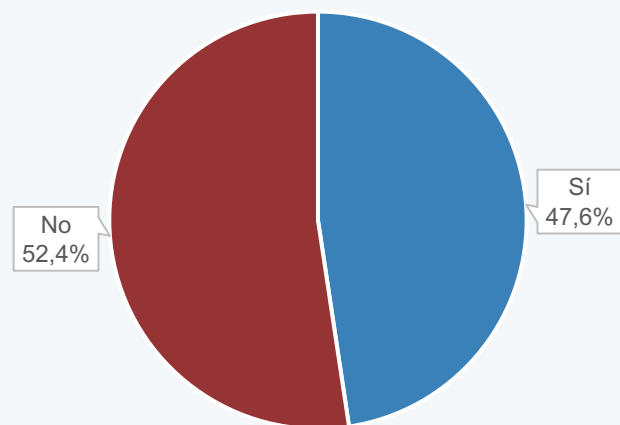
Tot i així, existeixen diferents àmbits que fan variar la satisfacció general, com la ubicació del negoci o l'aparcament.

Un 17,5% valoren aquest ítem entre 1 i 4, mentre que el 82,5% restant aproven la satisfacció general.

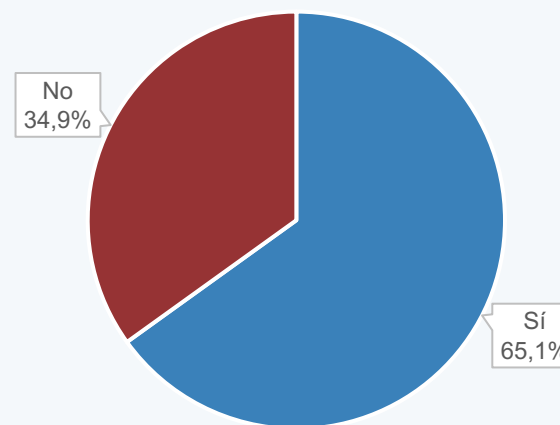
4.13 Associacionisme

Associació i implicació en accions de dinamització

Està associat a SOM Sant Sadurní?



S'implica en les accions de dinamització que es realitzen actualment?



Associacionisme

Més de la meitat dels establiments formen part de l'associació de comerciants SOM Sant Sadurní, tot i que altres comerços que en el moment de l'enquesta estaven fora de l'entitat, participen en diferents accions de dinamització (65,1%).

Es detecta per tant, un abast de l'associació amb marge de maniobra per captar més adherits. Aquest grau d'implicació de comerços, independentment de que formin part de SOM Sant Sadurní, presenta un element clau per poder presentar de manera positiva el projecte de l'APEU.

4.14 Resum

Resum de satisfacció

Satisfacció	Mitjana
D1. Urbanisme de la zona on s'ubica el negoci	6,6
D2. Qualitat general dels altres establiments	7,2
D3. Aparcament disponible	4,2
D4. Xifra de vendes del negoci	6,2
D5. Accions de promoció i dinamització	5,7
D6. Accions de formació	5,1
D7. Accions de dinamització actuals	6
D8. Neteja de l'espai públic	5
D9. Seguretat	5,9
D10. Satisfacció general amb el teixit comercial local	6,2

Resum

Els establiments enquestats van ser preguntats per diferents aspectes en relació al comerç local. Tot i que la gran majoria de valoracions van tenir un aprovat pel que fa a la satisfacció (excepte l'aparcament), només la qualitat en general dels altres establiments va superar el 7.

Alguns elements que s'extreuen són:

- La qualificació de les accions proposades per ajuntament i associació pot indicar una necessitat d'innovació
- Es valora de manera més positiva la resta de negocis que quan s'inclou l'establiment, de manera que la neteja de la zona on s'ubica el negoci i la facturació tendeixen a valorar a la baixa la satisfacció general del teixit comercial

4.14 Resum

Correlació entre variables

```
Pearson correlations:
```

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
D1	1.0000	0.4435	0.2280	0.2926	0.2426	0.1263	0.2242	0.6478	0.4545	0.4636
D2	0.4435	1.0000	0.0625	0.3368	0.2930	0.1748	0.3320	0.3117	0.3053	0.6386
D3	0.2280	0.0625	1.0000	0.1945	0.3035	0.3067	0.2815	0.3383	0.2292	0.3291
D4	0.2926	0.3368	0.1945	1.0000	0.1107	0.1219	0.0303	0.3466	0.3440	0.4963
D5	0.2426	0.2930	0.3035	0.1107	1.0000	0.6268	0.7846	0.2797	0.1987	0.3855
D6	0.1263	0.1748	0.3067	0.1219	0.6268	1.0000	0.6288	0.0375	0.1669	0.2027
D7	0.2242	0.3320	0.2815	0.0303	0.7846	0.6288	1.0000	0.2222	0.3492	0.4331
D8	0.6478	0.3117	0.3383	0.3466	0.2797	0.0375	0.2222	1.0000	0.5904	0.6094
D9	0.4545	0.3053	0.2292	0.3440	0.1987	0.1669	0.3492	0.5904	1.0000	0.5382
D10	0.4636	0.6386	0.3291	0.4963	0.3855	0.2027	0.4331	0.6094	0.5382	1.0000

Resultats

Les variables que més afecten a la satisfacció general amb el teixit comercial local són:

- D2 (qualitat en general dels altres establiments de Sant Sadurní d'Anoia)
- D8 (satisfacció amb la neteja de l'espai públic)
- D9 (satisfacció amb la seguretat)

També es detecta que la satisfacció amb la facturació té una incidència amb la satisfacció general, tot i que en menys grau que les variables anteriors.

Dues variables quantitatives tenen correlació quan els valors de la variable A afecten als valors de la variable B.

Els valors oscil·len entre (-1) amb una correlació perfectament inversa, i (1), indicant una correlació perfecta proporcional. Quan és igual a 0, significa que no hi ha correlació.

A través del tractament estadístic, s'obtenen el següents resultats:

Les accions de formació proposades per Ajuntament i SOM Sant Sadurní és la variable que menys incidència té a la satisfacció general del teixit comercial local, tot i que té una valoració mitjana de 6,0.

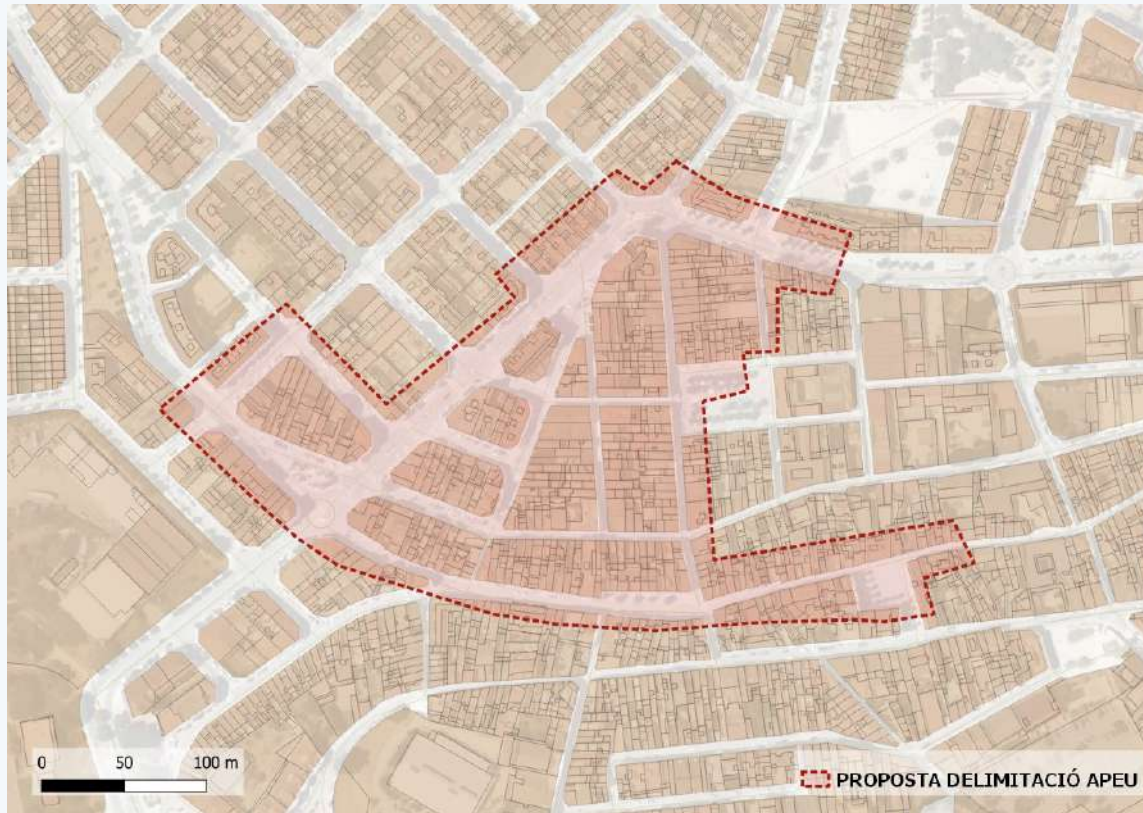
D'altra banda, tot i que l'aparcament va ser on menys satisfet està el comerç local, el tractament estadístic reporta una baixa incidència en la variable explicada, de manera que D2, D8 i D9 es posicionen com els elements a tractar de manera prioritària.

D8 té un paper important, ja que a més d'incidir en D10, incideix en D1 i D9.

5 APEU

5.1 Delimitació

Proposta delimitació APEU. Sant Sadurní



En el següent mapa es planteja la proposta de delimitació de la possible zona de l'APEU (Àrea de Promoció Econòmica Urbana) al municipi en base a diferents criteris analitzats, especialment la concentració d'establiments comercials (veure mapa de calor, pàgina 21).

La delimitació engloba, bàsicament, aquells carrers i vies amb més densitat comercial; concretament, el centre històric, Rambla de la Generalitat i part de l'Eixample.

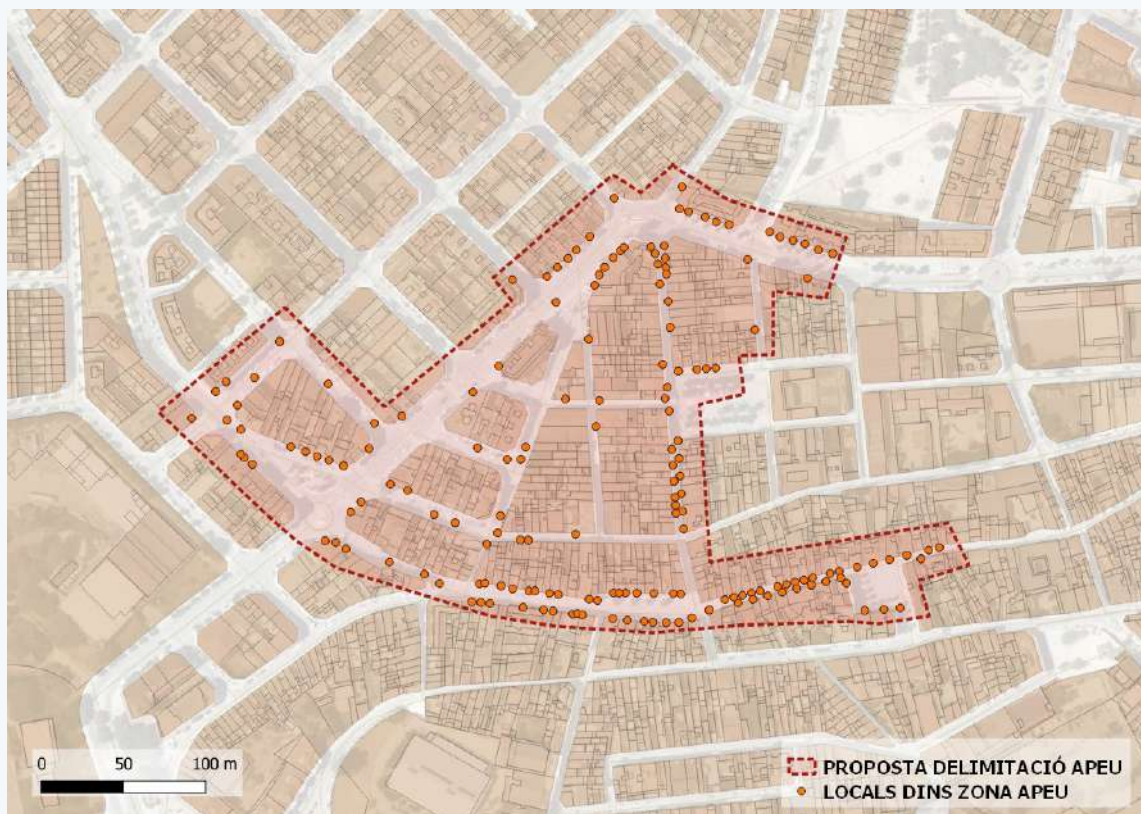
En aquesta àrea s'ubiquen el 29,6% del total d'establiments en actiu del municipi.

D'altra banda, el 40,2% dels socis adherits a la SOM Sant Sadurní es concentren dins aquest perímetre.

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació proporcionada per l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i el treball de camp efectuat

5.1 Delimitació

Locals dins la proposta de delimitació de l'APEU.



Dintre de la proposta delimitació de l'APEU es detecten fins a un total de **188 locals de planta baixa**, subjectes a acollir qualsevol tipus activitat econòmica prevista en el pla d'usos existent.

Els locals de planta de baixa es concentren sobretot al carrer Raval, carrer Montserrat, carrer Doctor Escayola, carrer de l'Hospital i Rambla de la Generalitat.

Proposta APEU

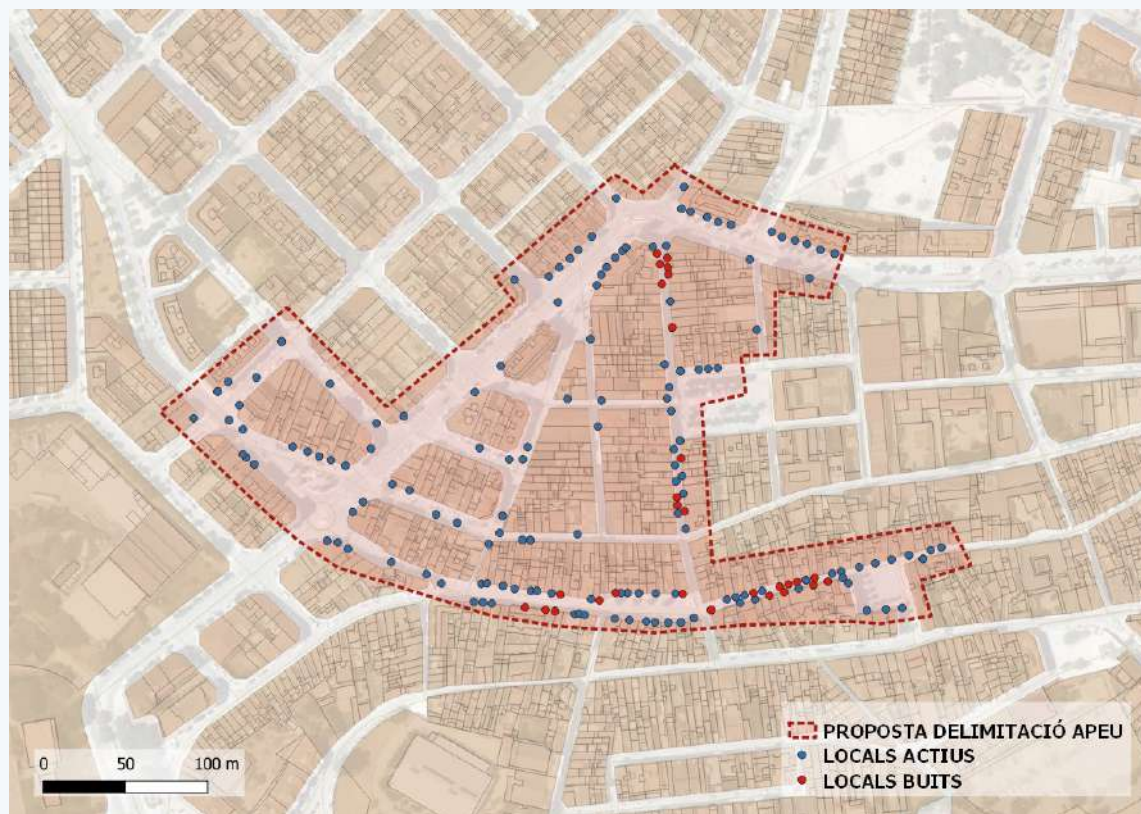
Locals dins la delimitació

188

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació proporcionada per l'Ajuntament de Sant Sadurn d'Anoia i el treball de camp efectuat

5.1 Delimitació

Tipologia de local dins la proposta de delimitació de l'APEU.



Dels 188 locals de planta baixa detectats a la delimitació de l'APEU, un 85,1% són locals actius. És a dir, locals que actualment acullen algun tipus d'activitat econòmica.

Per contra, fins a un 15,3% corresponen a locals buits.

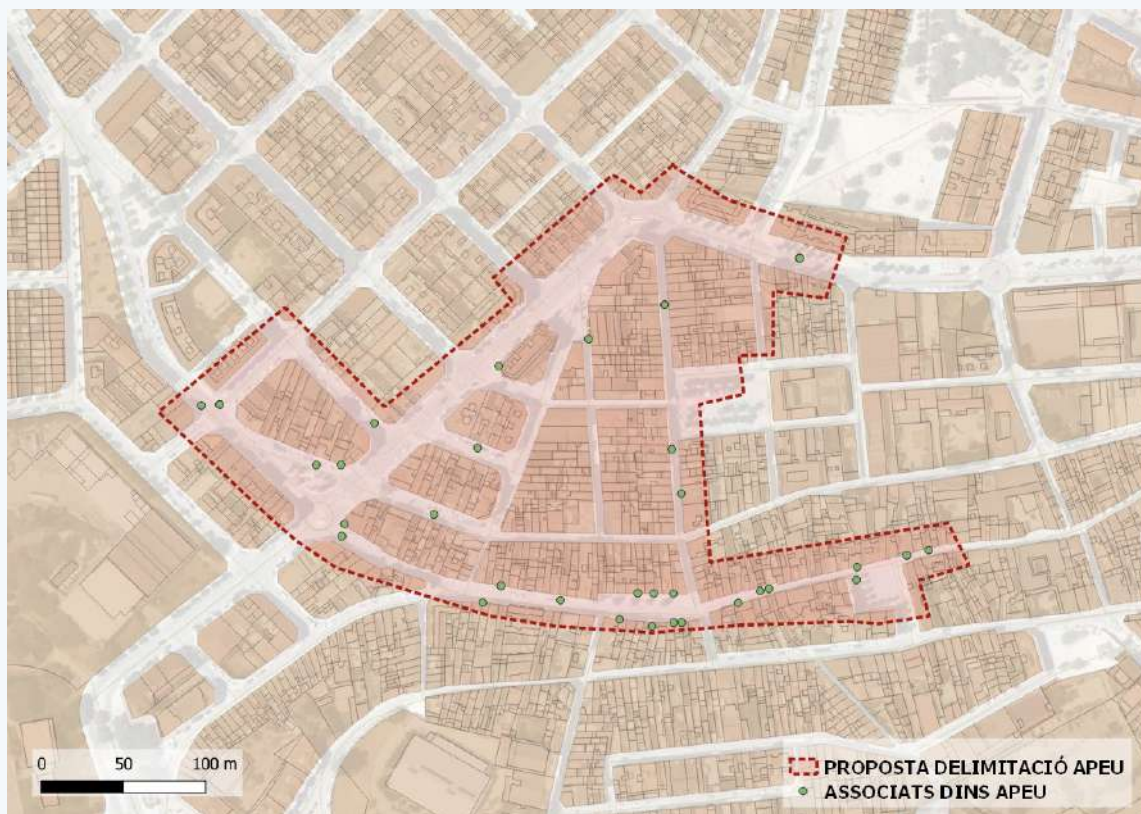
Tipologia locals delimitació APEU

Locals en actiu	160	85,1%
Locals buits	28	14,9%
Total	188	

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació proporcionada per l'Ajuntament de Sant Sadurn d'Anoia i el treball de camp efectuat

5.1 Delimitació

Establiments associats dins la proposta de delimitació de l'APEU.



SOM Sant Sadurní té un 40,2% de representativitat en la proposta de delimitació d'APEU.

Aquest indicador és molt rellevant tant pel paper que podria tenir l'associació com a agent que motivi la fase d'impuls d'una APEU com en la influència que podria tenir entre els seus socis en una hipotètica votació.

Delimitació APEU

Establiments associats	35	21,9%
Total establiments actius	160	

SOM Sant Sadurní i APEU

Socis dins APEU	35	40,2%
Total socis SOM SS	87	

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació proporcionada per l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia i el treball de camp efectuat

5.2 Pla d'actuació

Objectius

D'acord l'article 9 de la llei de les APEU el pla d'actuació estableix els objectius de l'àrea de promoció econòmica urbana, i també els instruments, les funcions i les mesures que s'adoptaran per assolir-los.

Si tenim en compte els resultats de l'anàlisi realitzat, es podria concloure que els objectius que hauria de perseguir l'APEU de l'àrea analitzada podrien ser els següents:

OBJECTIUS DE L'APEU

Millorar la neteja

Incrementar la
sensació de
seguretat

Atraure més
visitants a la zona

5.2 Pla d'actuació

Actuacions

En conseqüència, un possible pla d'actuació podria ser el següent:

OBJECTIUS	Millorar la neteja	Incrementar la sensació de seguretat	Atraure més visitants a la zona
ACTUACIONS	Reforç de neteja Papereres i cendrers	Vigilància dissuasòria	Captació inversions Dinamització

6 Viabilitat

6.1 La iniciativa per promoure l'APEU

Per estudiar la viabilitat d'una APEU, ens basarem en l'àrea delimitada vista en antelació i amb el supòsit que la iniciativa per promoure-la ha fructificat d'acord qualsevol dels tres orígens especificats a l'article 5 de la Llei.

Qui pot promoure la iniciativa?

- Un grup de persones que acreditin ser titulars del dret de possessió d'almenys el 25% de la totalitat dels locals de l'APEU i que, alhora, representin almenys el 25% del sumatori total dels vots.
- Qualsevol associació empresarial territorial de la zona en què es pretén delimitar l'APEU.
- L'ajuntament del municipi on es pretén delimitar l'APEU.

En el cas de Sant Sadurní d'Anoia es requeria qualsevol d'aquests supòsits:

- 47 locals dins l'àrea delimitada
- Associació SOM Sant Sadurní
- Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia

Nombre de locals dins delimitació APEU	188
25% de la totalitat de locals	47

6.2 La viabilitat de l'APEU

Per estudiar la viabilitat d'una APEU, ens basarem en l'àrea delimitada vista en antelació i amb el supòsit que la iniciativa per promoure-la ha fructificat d'acord qualsevol dels tres orígens especificats a l'article 5 de la Llei. A partir d'aquí, **determinarem dos tipus de viabilitat:**

Viabilitat en la votació

1

La primera, fa referència a la viabilitat d'impulsar un **procés de votació** de totes les persones titulars del dret de possessió dels locals que formen part de l'àrea delimitada (article 10 de la Llei 15/2020, del 22 de desembre, de les àrees de promoció econòmica urbana).

Per l'aprovació del projecte cal la participació dels titulars del dret de possessió que representin, com a mínim, el cinquanta per cent dels locals i, aquest es considera aprovat si obté la majoria absoluta dels vots emesos (article 10.i).

Per tant, la viabilitat de constituir una APEU dependrà, en primer lloc, de garantir un procés de votació amb el 50% de representació dels titulars del dret de possessió i, a continuació, que la votació es guanyi per majoria absoluta.

Viabilitat econòmica

2

La segona, fa referència a la **viabilitat econòmica** una vegada l'APEU s'ha constituït. En aquest sentit, són recursos econòmics de les APEU les quotes a càrrec de les persones titulars del dret de possessió sobre els locals inclosos dins l'àmbit de l'àrea. També ho són les aportacions en espècies, els crèdits, donacions, patrocinis i les subvencions, entre d'altres (article 25).

Pel que fa a les quotes, aquestes han de cobrir la totalitat de la despesa pressupostada i també la quantitat destinada a la reserva.

Per tant, la viabilitat de la gestió de l'APEU dependrà de garantir uns ingressos que cobreixin la totalitat de les despeses.

6.2 La viabilitat de l'APEU

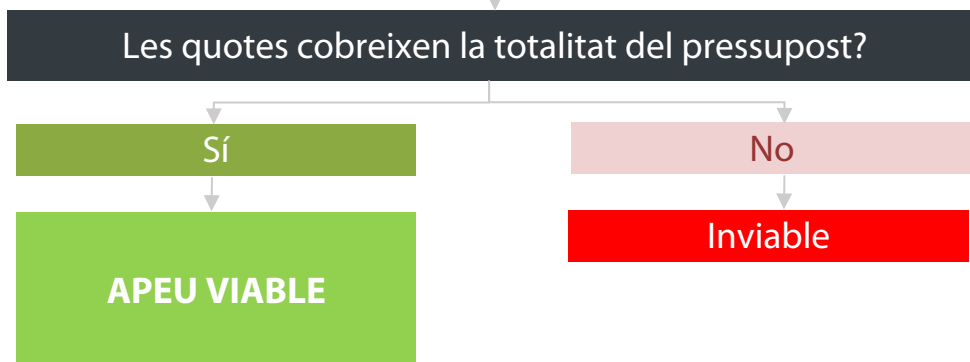
Viabilitat votació

1



Viabilitat econòmica

2



6.3 Viabilitat en la votació

Viabilitat del procés de votació

	Nombre	%
A) Locals en actiu	160	85,1%
B) Locals buits	28	14,9%
C) Locals dins APEU (A+B)	188	100%
Procés de votació (C/2)	94	50%

La primera reflexió que fem per tal de determinar la viabilitat per endegar un procés de votació és la següent:

D'acord amb l'àrea delimitada, **necessitaríem que un total de 94 locals emetessin el seu vot.**

En cas contrari, la votació no sorgirà efecte i el procés iniciat acabaria aquí el seu recorregut.

6.3 Viabilitat en la votació

Viabilitat de constitució d'una APEU

Per tal d'establir el còmput de vots s'han analitzat les superfícies cadastrals dels establiments inclosos dins la proposta de delimitació de l'APEU.

Tipologia	Superfície construïda cadastral	Estimació de locals (%)
I	<300 m ²	90%
II	300 m ² < s < 800 m ²	10%
III	800 m ² < s < 1.300 m ²	0%
IV	1.300 m ² < s < 2.500 m ²	0%
V	2.500 m ² < s < 10.000m ²	0%
VI	s > 10.000 m ²	0%

Font: Elaboració pròpia a partir del treball de camp efectuat

6.3 Viabilitat en la votació

Viabilitat de constitució d'una APEU

A continuació, s'ha elaborat una estimació en nombres absoluts a partir del supòsit de mínim de participació en la votació. Recordem que aquesta era de 94 locals dins l'àrea delimitada de l'APEU.

Nombre mínim de locals a votar (50%) 94

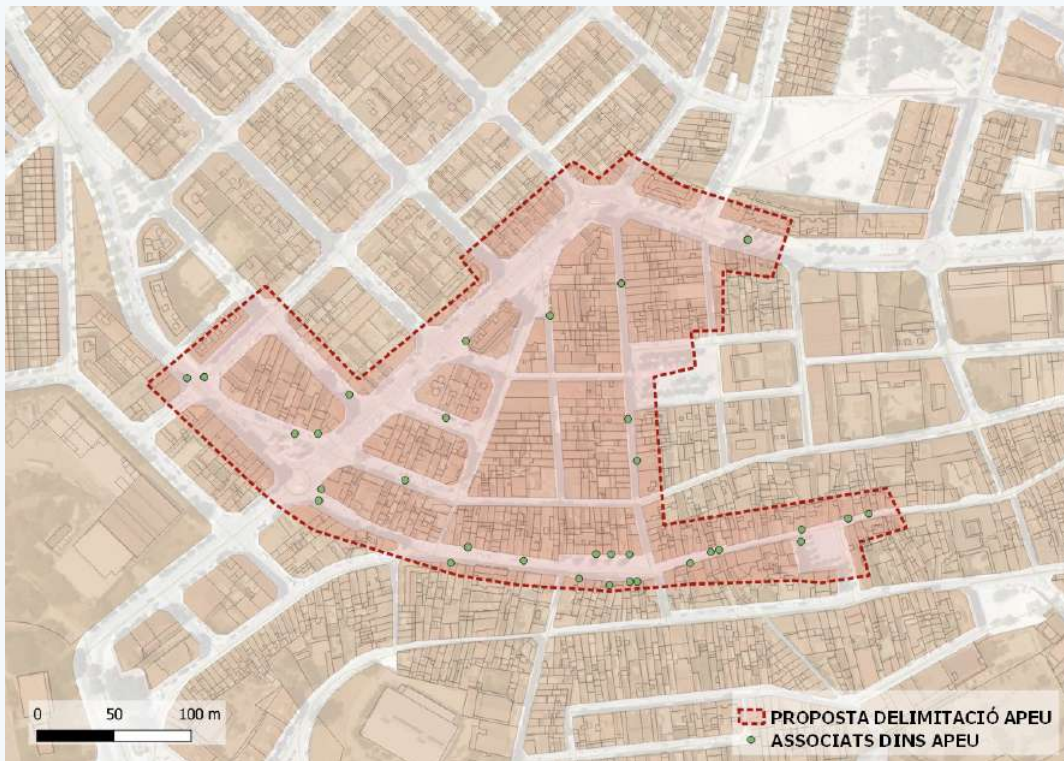
Tipologia	Superfície construïda cadastral	Estimació de locals (%)	Estimació de locals	Vots	Nombre de vots
I	s<300 m2	90%	85	1	85
II	300 m2 < s < 800 m2	10%	9	1,5	13,5
III	800 m2 < s < 1.300 m2	0%	0	2	0
IV	1.300 m2 < s < 2.500 m2	0%	0	3	0
V	2.500 m2 < s < 10.000m2	0%	0	4	0
VI	s > 10.000 m2	0%	0	5	0

Total de vots	98,5
Majoria absoluta	50,3

6.3 Viabilitat en la votació

Viabilitat de constitució d'una APEU: associats dins l'APEU

Associats dins APEU	34	18,1%
Locals dins APEU	188	100%



El nombre de negocis adherits a SOM Sant Sadurní és de 34, el que representa un 18,1% del total dels locals dins l'àrea delimitada de l'APEU.

Aquest fet és molt rellevant i s'ha de tenir en compte alhora de les votacions.

Si partíssim d'un escenari optimista en què la totalitat dels socis volguessin crear una APEU, arribem a la conclusió que serien necessaris més locals per iniciar el procés de votació.

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Pressupost estimat de l'associació de comerciants SOM Sant Sadurní

Nombre de socis	87
Quota mensual per soci	45€
Quota anual per soci	540€
Finançament quotes anual	46.980 €
Subvenció ajuntament i DIBA 2021	22.000 €
Subvenció Generalitat Catalunya	14.155 €
Pressupost total estimat 2021	83.135 €
<u>Pressupost aproximat per soci</u>	<u>956 €</u>

La segona reflexió que fem, en aquest cas per tal de determinar la viabilitat econòmica és que, en una futura APEU, **la quota s'hauria d'assimilar a la que actualment afronta l'associació de comerciants**, en el nostre cas, SOM Sant Sadurní.

El motiu és que fixar una quota més elevada podria ser contraproductiu per a engrescar el teixit a votar-hi a favor, i una quota inferior podria derivar en que el projecte fos insostenible econòmicament.

Tot i això, s'ha de tenir en compte que les accions de dinamització es financen amb altres conceptes a banda de les quotes; bàsicament, subvencions i ajuts.

Per tant, atès que les quotes han de finançar la totalitat de la despesa de l'APEU, caldrà dibuixar diferents escenaris i analitzar-ne la viabilitat.

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Si tots els locals de l'àrea delimitada paguessin la mateixa quota de l'associació el pressupost disponible de l'APEU seria de ...

Ara imaginem que tots els locals inclosos dins l'àrea delimitada de l'APEU haguessin de pagar una quota, i que aquesta fos la mateixa que la que actualment estan afrontant els adherits a l'associació.

En aquest supòsit, el pressupost total anual disponible de l'entitat gestora seria de **106.380€**.

Tipologia	nº locals	Coefficient quota	Quota anual	Subtotal quotes
I	170	X	540,0 €	91.800,0 €
II	18	1,5X	810,0 €	14.580,0 €
III	0	2X	1.080,0 €	0,0 €
IV	0	3X	1.620,0 €	0,0 €
V	0	4X	2.160,0 €	0,0 €
VI	0	5X	2.700,0 €	0,0 €
	188			106.380 €
	Total locals			Import total quotes

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Aspectes metodològics

El pressupost de l'APEU ha d'incloure:

- El cost de la gestió de l'entitat gestora
- El cost de les actuacions (Pla d'actuació)
- Una reserva destinada a la compensació d'increments imprevisibles de costos de les actuacions projectades (en el nostre supòsit es determina com a 5% del pressupost del Pla d'actuació).
- Els costos derivats del cobrament de les quotes que es concertin amb la hisenda local (en el nostre supòsit es determina com l'1% de l'agregat de costos de gestió, del pla d'actuació i de la reserva destinada a increments).
- Una reserva de cobertura de pèrdues d'ingressos derivades de l'impagament o el pagament impuntual de les quotes.
- Una reserva per a eventuais despeses de liquidació de l'entitat gestora.

DESPESES ANUALS

A Entitat gestora (1+2+3+4)

- 1 Gerència
- 2 Tècnica
- 3 Administrativa
- 4 Seguretat social empresa

B Pla actuació

C Reserva (6)

- 6 5% del total (2)

D SUBTOTAL (1+2+3)

E Costos derivats del cobrament de quotes (7)

- 7 1% de subtotal (D)

F Reserves (8+9)

- 8 Reserva cobertura de pèrdues (5% x 4)
- 9 Reserva despeses liquidació (5% (1+2))

TOTAL (D+E+F)

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A

Aquest escenari contempla el desplegament d'un pla d'actuació **INTEGRAL**; és a dir, que donaria abast a la totalitat d'actuacions plantejades. Es tracta, per tant, d'un escenari de màxims.

OBJECTIUS	Millorar la neteja	Incrementar la sensació de seguretat	Atraure més visitants a la zona		
ACTUACIONS	Reforç de neteja	Papereres i cendrers	Vigilància dissuasòria	Captació inversions	Dinamització

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A: Pla d'actuació

Imaginem, doncs, el següent pressupost anual:

Reforç de neteja: Contractació d'una empresa que, en moments determinats, reforci la neteja viària en els carrers de l'APEU.

Papereres i cendrers: Inversió de l'APEU en mobiliari urbà d'aquesta índole.

Vigilància: Contractació d'una empresa que ofereixi un servei de seguretat puntual en determinats moments de l'any.

Captació d'inversions: Acció orientada a atraure activitats de la zona centre tot aprofitant els actius del municipi.

Dinamització: Activitats de dinamització calculades a raó de 45€ per local dins l'APEU. És a dir, tots els locals de l'APEU pagarien les accions de dinamització.

PLA D'ACTUACIÓ

Millorar la neteja	Import
Reforç de neteja	20.000 €
Papereres i cendrers	5.000 €
Total	25.000 €

Incrementar la sensació de seguretat

Vigilància dissuassòria	25.000 €
Total	25.000 €

Atraure més visitants a la zona

Captació inversions	25.000 €
Dinamització	101.520 €
Total	126.520 €

TOTAL PLA D'ACTUACIÓ 176.520 €

RESERVES	
Compensació possibles increments (5%)	8.826 €

Pla actuació x local 939 €

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A: Costos estructura

Amb el pressupost anual calculat per aquest escenari, es requereix d'una estructura laboral amb capacitat de dur a terme totes les actuacions plantejades.

Per tant, es requeriria:

- 1 figura gerencial a jornada completa
- 1 figura administrativa a jornada completa

ENTITAT GESTORA

Despeses de personal	Import
Gerència	30.000 €
Tècnica	
Administrativa	18.000 €
Seguretat social a càrrec de l'empresa	15.648 €
Total	63.648 €

RESERVES	Import
Indemnitzacions	3.488 €

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A: Pressupost

Aquest escenari suposaria un pressupost anual total de **255.903€**.

A banda de les despeses estructurals i de desplegament del pla d'acció, també s'han tingut en compte les reserves obligatòries que determina la llei de les APEU.

PRESSUPOST ANUAL

	Import	%
Entitat gestora	63.648	24,9%
Despeses de personals	63.648	24,9%
Despeses d'estructura	-	0,0%
Pla actuació €	176.520	69,0%
Activitat 1	25.000	9,8%
Activitat 2	25.000	9,8%
Activitat 3	126.520	49,4%
Reserves obligatòries	1.250	0,5%
Compensació possibles increments pla d'actuació	1.250	0,5%
Reserva despeses liquidació (5%)	3.488	1,4%
SUBTOTAL	241.418	94,3%
Reserves vàries	14.485	5,7%
Costos derivaments del cobrament de les quotes (1%)	2.414	0,9%
Reserva cobertura de pèrdues (impagaments)	12.071	4,7%
TOTAL	255.903	100,0%

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A: Ingressos per quotes

Atès que el finançament del pressupost s'ha de preveure íntegrament a partir dels ingressos de les quotes, aquest escenari suposaria que els locals dins l'APEU haguessin d'afrontar un import anual de, com a mínim, 1.299€.

Recordem que, actualment, l'import que afronten els associats és de 540€. Per tant, aquest escenari significaria un cost 2,4 vegades superior a l'actual.

Tipologia	nº locals	Coefficient quota	Quota anual	Subtotal quotes
I	170	X	1.299,0 €	220.830,1 €
II	18	1,5X	1.948,5 €	35.073,0 €
III	0	2X	2.598,0 €	0,0 €
IV	0	3X	3.897,0 €	0,0 €
V	0	4X	5.196,0 €	0,0 €
VI	0	5X	6.495,0 €	0,0 €
	188			255.903 €
	Total locals			Import total quotes

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B

Aquest escenari contempla el desplegament d'un **pla d'actuació PARCIAL**. En aquest sentit, l'APEU delegaria les accions de dinamització a l'associació. D'aquesta manera, establiria una col·laboració amb l'entitat comercial de referència.

OBJECTIUS	Millorar la neteja	Incrementar la sensació de seguretat	Atraure més visitants a la zona		
ACTUACIONS	Reforç de neteja	Papereres i cendrers	Vigilància dissuasòria	Captació inversions	Dinamització

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B: Pla d'actuació

Imaginem, doncs, el següent pressupost anual:

Reforç de neteja: Contractació d'una empresa que, en moments determinats, reforci la neteja viària en els carrers de l'APEU.

Papereres i cendrers: No es faria inversió en mobiliari urbà.

Vigilància: Contractació d'una empresa que ofereixi un servei de seguretat puntual en determinats moments de l'any.

Captació d'inversions: Acció orientada a atraure activitats de la zona centre tot aprofitant els actius del municipi.

Dinamització: Activitats de dinamització calculades a raó de 45€ per **local associat** dins l'APEU. És a dir, l'APEU afrontaria el cost dels 34 associats dins la zona.

PLA D'ACTUACIÓ

Millorar la neteja	Import
Reforç de neteja	20.000 €
Papereres i cendrers	
Total	20.000 €

Incrementar la sensació de seguretat

Vigilància dissuasòria	25.000 €
Total	25.000 €

Atraure més visitants a la zona

Captació inversions	25.000 €
Dinamització	18.360 €
Total	43.360 €

TOTAL PLA D'ACTUACIÓ 88.360 €

RESERVES	
Compensació possibles increments (5%)	4.418 €

Pla actuació x local 470 €

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B: Costos estructura

Amb el pressupost anual calculat per aquest escenari, es requereix d'una estructura laboral amb capacitat de dur a terme totes les actuacions plantejades.

Per tant, es requeriria:

- 1 figura gerencial a jornada parcial. Aquesta persona podria ser compartida amb l'associació.

ENTITAT GESTORA

Despeses de personal	Import
Gerència	20.000 €
Tècnica	
Administrativa	
Seguretat social a càrrec de l'empresa	6.520 €
Total	26.520 €

RESERVES	Import
Indemnitzacions	1.453 €

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B: Pressupost

Aquest escenari suposaria un pressupost anual total de **122.833€**.

A banda de les despeses estructurals i de desplegament del pla d'acció, també s'han tingut en compte les reserves obligatòries que determina la llei de les APEU.

PRESSUPOST ANUAL

	Import	%
Entitat gestora	26.520	21,6%
Despeses de personals	26.520	21,6%
Despeses d'estructura	-	0,0%
Pla actuació €	88.360	71,9%
Activitat 1	20.000	16,3%
Activitat 2	25.000	20,4%
Activitat 3	43.360	35,3%
Reserves obligatòries	1.000	0,8%
Compensació possibles increments pla d'actuació	1.000	0,8%
Reserva despeses liquidació (5%)	1.453	1,2%
SUBTOTAL	115.880	94,3%
Reserves varies	6.953	5,7%
Costos derivaments del cobrament de les quotes (1%)	1.159	0,9%
Reserva cobertura de pèrdues (impagaments)	5.794	4,7%
TOTAL	122.833	100,0%

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B: Ingressos per quotes

Atès que el finançament del pressupost s'ha de preveure íntegrament a partir dels ingressos de les quotes, aquest escenari suposaria que els locals dins l'APEU haguessin d'afrontar un import anual de, com a mínim, 623,50€.

Recordem que, actualment, l'import que afronten els associats és de 540€. Per tant, aquest escenari significaria un cost un 15,4% superior a l'actual.

Tipologia	nº locals	Coefficient quota	Quota anual	Subtotal quotes
I	170	X	623,5 €	105.997,8 €
II	18	1,5X	935,3 €	16.835,0 €
III	0	2X	1.247,0 €	0,0 €
IV	0	3X	1.870,6 €	0,0 €
V	0	4X	2.494,1 €	0,0 €
VI	0	5X	3.117,6 €	0,0 €
	188			122.833 €
	Total locals			Import total quotes

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari B: Notes addicionals

Aquest escenari permetria la convivència entre l'associació i l'APEU.

De fet, aquest escenari es podria plantejar de manera que:

- L'APEU finança la quota actual dels associats dins l'àrea delimitada per tal que l'associació dugui a terme la dinamització
- Els associats dins l'APEU haurien d'afrontar la quota de l'APEU i, mitjançant conveni específic, podrien quedar exempts de la quota de l'associació. Dit en altres paraules, els associats dins l'APEU no pagarien la quota de soci però es beneficiarien de les seves accions ja que l'APEU les revertiria a l'associació.
- L'associació podria seguir operant amb normalitat i dur a terme les tasques de dinamització.
- L'associació podria seguir optant per aconseguir recursos.

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Ingressos per subvencions via conveni

Cal tenir en compte que la Llei de les APEU permet el finançament de l'entitat a partir de subvencions.

A més, aquell finançament pactat i reflectit en conveni, es pot incorporar al pressupost d'ingressos, fent minorar així, la quota final.

Si establíssim el supòsit analitzat amb antelació (vegeu pàgina 96) en què tots els locals dins l'àrea delimitada haguessin de pagar una quota de l'APEU idèntica a la que actualment té l'associació (45€), es podria determinar el finançament mínim que es podria acordar per part de l'ajuntament via conveni.

Així, l'escenari B suposaria el més viable per part de l'ajuntament ja que anualment es podria comprometre a finançar l'APEU en 16.500€ aproximadament.

INGRESSOS ANUAL

	Escenari A	Escenari B
Recaptació per quotes	106.380 €	106.380 €
Donacions voluntàries i patrocinis		
Conveni de col·laboració	149.523 €	16.453 €
Total	255.903 €	122.833 €

6.4 Viabilitat en la gestió econòmica

Escenari A

- Pressupost total anual: 255.903 €
- Gerència (30.000€ bruts) a jornada completa
- Sense figura de tècnic/a
- Administratiu/va (18.000€ bruts)
- Pressupost per pla d'actuació: 176.520 €
- Quota anual mínima estimada : 1.299 €

Aquest escenari és poc viable.

La quota anual és molt superior a la que actualment té l'associació de comerciants.

Escenari B

- Pressupost total anual: 122.833 €
- Gerència (20.000€ bruts) a jornada parcial
- Sense figura de tècnic/a
- Sense figura d'administratiu
- Pressupost per pla d'actuació: 88.360 €
- Quota anual mínima estimada : 623,50 €

Aquest escenari és relativament viable.

El cost de formar part de l'APEU seria de 623,50 € anuals (52 €/mes aproximadament), i permetria la convivència amb l'associació de comerciants actual.

6.5 Conclusions sobre la viabilitat

Fase I: Viabilitat del procés de votació

Aquesta fase requereix que, com a mínim, participin de la votació el 50% dels locals ubicats dins l'àrea de l'APEU. En el nostre cas es tracta d'una xifra de 94 locals: un volum d'establiments que dista molt del nombre d'associats dins la zona.

En el treball de camp realitzat es va percebre que, a nivell individual, hi havia molt de desconeixement sobre aquest instrument.

D'aquesta manera, les conclusions a les que s'arriba és:

1. Es requereix dur a terme una tasca de divulgació i sensibilització sobre què és una APEU.
2. Aquesta tasca hauria d'anar acompanyada d'elements tangibles que permetin, als titulars de dret de possessió, disposar d'informació i avaluar la conveniència de participar en un procés de votació.
3. La Junta de l'associació de comerciants disposa d'informació sobre l'APEU; fet que és positiu en cas de voler endegar un projecte d'aquetes característiques, tot entenent que són una part involucrada i que ha de participar activament de la iniciativa.

6.5 Conclusions sobre la viabilitat

Fase II: Viabilitat de la constitució

Aquesta fase requereix que la majoria absoluta dels vots siguin favorables per a constituir l'APEU. D'acord amb els càlculs estimatius efectuats, el nombre de vots necessaris per fer efectiu l'APEU és, a dia d'avui molt elevat.

Per tant, s'evidencia altra vegada la necessitat de disposar d'un avantprojecte que resulti persuasiu i engrescador per al teixit empresarial involucrat. En aquest sentit, seria recomanable dur a terme una tasca de disseny i implementació d'un pla d'actuació pilot en una subzona determinada.

D'aquesta manera es podria disposar de resultats tangibles i, en cas d'èxit, es podria fer ús d'un argumentari real de cara a divulgar el projecte i fer-lo extensiu entre els titulars de dret de possessió de la zona APEU.

Fase III: Viabilitat econòmica

Aquest és, certament, un dels elements crítics que pot condicionar el discurs d'implementació de l'APEU, ja que la gran majoria d'afectats poden percebre l'impuls d'aquesta àrea com una càrrega fiscal addicional a la que tenen.

Per aquest motiu és de vital importància que l'avantprojecte o, en el seu defecte, la prova pilot, pugui argumentar un retorn de la quota en qualsevol de les funcions que ha de tenir una APEU: organització d'esdeveniments, millora de neteja i il·luminació, senyalització, captació d'inversió, reducció de locals buits, impuls d'activació urbana o turística, etc.

Finalment, com també s'entreveu dels escenaris econòmics, la viabilitat econòmica passa per l'equilibri pressupostari però, a més, per disposar d'un pla d'actuació amb finançament suficient. És a dir, que una futura APEU en la zona delimitada requeriria un major esforç econòmic dels locals contribuents que el que actualment fan.

6.6 DAFO (per a APEU)

Amenaces

- Falta de relleu generacional en alguns establiments i parc comercial envellit.
- Evolució en els hàbits de consum de les noves generacions
 - Existència d'un nombre considerable de locals buits.
- Poca predisposició en col·laborar econòmicament en accions de dinamització.
 - Manca d'oferta comercial de mida mitjana

Debilitats

- En general, poc coneixement sobre què és una APEU.
- Percepció de la quota com un import amb escàs retorn.
- Manca d'elements urbanístics que aportin sensacions agradables de compra.
 - Baix grau d'establiments associats a l'àrea delimitada

Fortaleses

- Zona APEU amb delimitació sostenible.
 - Junta de SOM Sant Sadurní interessada en l'APEU.
- Aprofitament de les oportunitats turístiques per a l'atracció de visitants.

Oportunitats

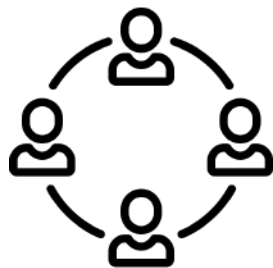
- Factor turístic del municipi.
- Motivació de la SOM Sant Sadurní en dinamitzar comercialment el municipi
- Elevat nombre d'activitats ubicats en planta susceptible de localitzar-se en planta baixa.
 - Possibilitat d'implicar al sector del cava i altres empreses com a patrocinadores de l'APEU.

7 Estratègia

7.1 Línies estratègiques

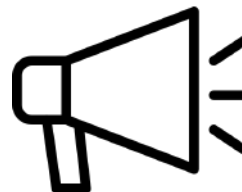
1. Avantprojecte

Establir un pla d'actuació motivador i dimensionar-lo econòmicament



2. Difusió

Augmentar el nombre de persones coneixedores de l'APEU

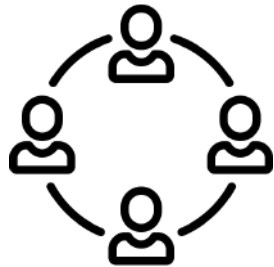


7.2 Línia estratègica 1

Avantprojecte

Objectiu 1

Establir un pla d'actuació motivador i dimensionar-lo econòmicament



La realització d'un avantprojecte ha de servir per detectar i consensuar les necessitats de manera ben acurada. Un treball d'aquestes característiques ha de servir, doncs, per establir el consens i el diàleg i concretar les solucions concretes a treballar.

El resultat de l'avantprojecte s'ha de materialitzar en forma de pla d'actuació, el més detallat possible i amb un dimensionament pressupostari i de recursos humans realista i ben proporcionat. Aquest treball hauria d'estar liderat per l'associació de comerciants ja que serà qui tindrà la capacitat de diàleg efectiu amb els actors de la zona.

Sens dubte, l'avantprojecte ha de servir de cara a la fase següent, la de difusió, per disposar d'una argumentació i d'un full de ruta sòlid que doni resposta a les necessitats reals del teixit comercial.

1. Avantprojecte

Objectiu 1

Establir un pla d'actuació motivador i dimensionar-lo econòmicament

Actuació 1

Debat i consens

- Taules de treball amb actors del territori per a identificació de necessitats i proposta de valor
- Propostes de delimitació

Actuació 2

Co-creació d'accions

- Dinàmiques per a la cerca de solucions compartides
- Debat i viabilitat de les solucions
- Suggestiment de singularitat i necessitats de patrocini

Actuació 3

Cerca de pressupost

- Cerca de proveïdors
- Identificació de necessitats de recursos humans

Actuació 4

Confecció de pla d'actuació

- Redacció de pla d'actuació
- Càlculs de quotes
- Escenaris d'ingressos

7.3 Línia estratègica 2

Difusió

Objectiu 2

Augmentar el nombre
de persones
conexedores de l'APEU



La viabilitat d'una APEU implica disposar d'un projecte sòlid i, aquest, l'ha de conèixer la majoria de locals implicats. Només així es pot garantir el procés de votació i la constitució jurídica de la zona.

A tal efecte, la difusió, sensibilització i divulgació són elements a treballar i, en conseqüència, requereixen d'una estratègia i d'un seguit d'accions encaminades a la seva consecució.

El fet de disposar d'un avantprojecte ha de servir per poder explicar l'horitzó i la proposta de valor, així com les diferents accions que es plantegen per assolir els objectius.

2. Difusió

Objectiu 2

Augmentar el nombre de persones coneixedores de l'APEU

Actuació 5

Materials de comunicació

- Web del projecte APEU
- Elaboració de dossiers i maquetació de l'avantprojecte

Actuació 6

Sensibilització

- Difusió del projecte
- Converses unilaterals amb actors i potencials patrocinadors

Annexes

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

L'associació de comerciants té 38, que en un inici es va fundar amb el nom "Unió de Botiguers de Sant Sadurní d'Anoia", i a l'any 2010 es va crear la marca-paraigües SOM Sant Sadurní per donar cabuda i promoció a tot tipus de comerç, tant de productes com de serveis del municipi.

A la reunió es pregunta als membres assistents sobre les **fortaleses** de Sant Sadurní. Des de la perspectiva de l'associació, destaquen que:

- És un municipi que està a prop de Barcelona i amb bones comunicacions, tant per carretera (especialment amb la supressió de peatges de l'AP-7) com per tren (45 minuts de trajecte aproximadament).
- Sant Sadurní té una tendència a créixer ja que atrau nova població de Barcelona, de manera que hi ha més client potencial. Tanmateix, es subratlla la importància de saber capitalitzar aquesta oportunitat tant a nivell comercial com urbanístic
- El sector industrial històricament ha aportat una estabilitat que ha permès a molts comerciants no tenir unes oscil·lacions molt grans en els diferents cicles econòmics
- La targeta de fidelització, amb més de 15 anys d'antiguitat, és un dels principals actius de l'entitat. Aquesta targeta moneder permet gastar els diners acumulats no només a l'establiment on es realitza la compra, sinó a qualsevol comerç del municipi, idea que va ser innovadora al seu moment.

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

Entrant una mica més en detall sobre la targeta de fidelització, expliquen que actualment té un actiu circulant de 36.000 € i actualment tenen uns 5.500 usuaris actius, a més de que cada setmana es continuen emetent noves targetes. A l'any 2021, la facturació dels comerços associats va ser de 2,84 M d'euros, i com que s'abona l'1% a la targeta, el saldo total per gastar als establiments del municipi ha estat de 28.000 €.

I pel que fa a les **debilitats**, van respondre les següents:

- Falta d'operadors
- Falta de gent jove, que marxa a altres municipis i tenen hàbits de consum diferents (més compra on-line)
- Un gran nombre de locals buits, a més de tenir un preu elevat que repercuteix en les despeses fixes del negoci.
- Associat al punt anterior, hi ha una manca de sensibilització dels propietaris dels locals per ocupar-los, ja que no tenen una necessitat imperiosa de llogar el local. Aquesta falta de sensibilització afecta a propietaris tant del municipi com de fora. Aquesta situació fa que els comerciants tinguin una perspectiva a pessimista d'un augment de negocis que tancaran.

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

Els membres de la junta veuen l'APEU com una eina per a la promoció i dinamització del comerç local, però mostren alguna preocupació. Aquesta fa referència al paper que tindria l'associació en el cas de que s'aprovi l'APEU i un cop finalitzada no es renovi el projecte: es pregunten si SOM Sant Sadurní deixaria de fer la feina que fa actualment, i qui donaria els serveis que ofereix actualment als establiments que quedessin fora de l'APEU.

La quota mensual a l'associació és de 45€/mes, i l'any 2021 es va tancar amb 87 associats, que es reparteixen aproximadament entre 50% establiments de comerç i 50% de serveis (com restauració, perruqueria, etc). Junt amb el total obtingut de les quotes, la resta del pressupost de l'entitat prové de subvencions de diferents entitats:

- 17.000 € de l'Ajuntament de Sant Sadurní
- 5.000 € de la Diputació de Barcelona
- 14.155 € de la Generalitat de Catalunya

Actualment l'estructura de personal de SOM Sant Sadurní de RRHH es limita a una persona contractada (Susana Duaso) a 30 hores/setmana (tot i que de vegades col·laboren amb instituts per acollir a alumnat en pràctiques). El local no és de l'associació, sinó de l'Ajuntament, que el va cedir a la Unió de Pagesos, però com que aquests no el fan servir, l'aprofita SOM Sant Sadurní.

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

Quan es pregunta sobre la **relació associació-Ajuntament**, es valora com a positiva, però fan els següents comentaris:

Des de l'associació tenen la percepció que estan posant a disposició de l'Ajuntament la figura del tècnic de comerç i que gran part de la iniciativa en matèria de comerç prové de l'entitat. Fins al 2021, mercat i comerç no treballaven de manera conjunta, i el consistori es centrava més en els mercats. La valoració que fa la junta de les accions i el balanç general és positiva. També deixen constància de que troben a faltar una manca d'actuació transversal des de l'Ajuntament, ja que la seva percepció és que els diferents departaments (comerç, promoció econòmica, urbanisme, joventut), estan atomitzats i no coordinats en objectius comuns.

Sobre el **coneixement que tenen els comerços de l'APEU**, les respostes són unànimes a l'hora d'afirmar que quasi tothom desconeix el que és una APEU. El coneixement es limita gairebé als membres de la Junta de SOM Sant Sadurní. Consideren, però, que si es tingués el coneixement del que és una APEU en el teixit empresarial situat a l'eix comercial, els establiments estarien oberts a participar, però subratllant la garantia de continuïtat de l'associació un cop acabat el projecte de l'APEU en cas de que es materialitzi.

Pel que fa a la zona del centre, expliquen que cada vegada hi ha més dispersió i locals que es traslladen a l'eixample, una situació que es suma al hàndicap que presenta Sant Sadurní de propietaris amb diversos locals buits. Una **proposta** que suggereixen és el de treballar amb aquests agents amb incentius positius i negatius, i que la dificultat per aprovar ordenances comercials en aquest sentit no ajuda al comerç local.

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

Relacionat amb l'APEU i les ordenances, demanen que l'urbanisme ha d'acompanyar la promoció del comerç. Aporten exemples de com millorar l'urbanisme:

- Millorar la il·luminació als carrers: tot i que hi ha fanals, l'elevat nombre de locals buits augmenta la sensació de foscor
- Aprovar ordenances municipals que obliguin a la neteja de façanes, ja sigui per part del propietari o per part de l'Ajuntament que posteriorment carregui l'import del servei al IBI.
- Expliquen la queixa de que al centre, a l'hora de pintar les façanes s'ha de consultar el catàleg de colors que permet l'Ajuntament.
- Major acompanyament del consistori al comerç, ja que molts han fet un esforç d'inversió en reformes al local per millorar la imatge.

També altres aspectes que consideren important per l'èxit de l'APEU i de la promoció i dinamització del comerç local són:

- Treballar amb Joventut per retenir gent jove
- Presentar de manera atractiva el projecte APEU, de manera que comerç i Ajuntament s'impliquin
- Treballar de manera transversal amb els diferents departaments del consistori.

I. Entrevista

Entrevista amb SOM Sant Sadurní

Associació: SOM Sant Sadurní

Assisteix: Susana Duaso (gerent de l'associació), Joan Carles Martin (president) i Pere Pujol (vocal).

Entrevista: 09/03/2022, 15:00h.

Amb el món del cava, expliquen que el sector de l'enoturisme ha treballat de manera independent del comerç local, a diferència de l'organització de l'esdeveniment Cavatast, que han col·laborat amb una mostra d'artesans i un concurs d'aparadors relacionat amb el món del cava. Relacionat amb els locals i els aparadors, al 2016 es va impulsar la iniciativa "Estic lliure. Ocupa'm", per donar una nova imatge als locals buits: els comerços associats, de manera rotativa, anaven fent servir alguns locals buits com aparadors dels seus productes. Addicionalment, s'anunciava la disponibilitat del local per llogar/vendre.

II. Qüestionari

Qüestionari de clima comercial

BLOC A. CLIMA COMERCIAL

A1. En aquest any en curs, està venent més/igual/menys en relació al mateix període de 2021?

- a) Més
- b) Igual
- c) Menys
- d) NS/NC

A2. En quin % ?

A3. En relació al nombre de treballadors, en sou més/igual/menys que el 2021?

- a) Més
- b) Igual
- c) Menys
- d) NS/NC

A4. Preveu que el que queda d'any ventrà més/igual/menys que l'any 2021?

- a) Més
- b) Igual
- c) Menys
- d) NS/NC

A5. En quin % ?

A6. Preveu que el que queda d'any contractarà més/igual/menys treballadors que l'any 2021?

- a) Més
- b) Igual
- c) Menys
- d) NS/NC

A7. En els darrers dotze mesos heu realitzat alguna inversió (més de 600 €) de millora en el vostre establiment?

- a) Sí, he realitzat alguna millora en el meu establiment
- b) No, no he realitzat cap millora en el meu establiment
- c) NS/NC

A8. Teniu previst fer alguna inversió (més de 600 €) de millora de l'establiment en aquest any en curs?

- a) Sí
- b) No
- c) NS/NC

A9. La seva situació d'endeutament del negoci és igual, major o menor que abans de la Covid-19?

- a) Major
- b) Igual
- c) Menor
- d) NS/NC

A10. Heu sentit a parlar de les APEU (Àrees de Promoció Econòmica Urbana)?

- a) Sí
- b) No
- c) NS/NC

II. Qüestionari

Qüestionari de clima comercial

BLOC B. APEU

Les APEU són un instrument de col·laboració públic-privada per al desenvolupament econòmic, comercial, turístic, industrial o tecnològic d'una àrea urbana, i està dirigida per una entitat gestora durant els 3-5 anys de vida (amb opció a renovar).

Les funcions de l'APEU poden ser: impulsar l'activació comercial, urbana o turística; organització d'esdeveniments; captació d'inversions; formació; reforçar la seguretat; activitats de RSC; millora de la neteja, il·luminació, decoració i senyalització; gestió compartida de serveis entre els membres (com logística o digitalització).

Aquestes funcions es realitzen de manera complementària a l'Administració Pública, no substitueix les seves competències.

B1. Considera que una APEU pot ser un instrument d'utilitat a Sant Sadurní d'Anoia?

- a) Sí
- b) No
- c) Depèn
- d) NS/NC

B2. Quins elements són necessaris pel bon funcionament de la col·laboració públic-privada? Resposta suggerida (màxim 3):

- a) Lideratge per part del comerç
- b) Lideratge per part de l'Ajuntament
- c) Lideratge consensuat
- d) Voluntat per part del comerç

- e) Voluntat per part de l'Ajuntament
- f) Voluntat per les dues parts
- g) Més finançament
- h) Un pla d'actuació consensuat
- i) Un seguiment del pla d'actuació
- j) Una gestió específica
- k) Més coneixença entre els actors i agents
- l) Generar més confiança entre actors i agents

BLOC C. PRIORITATS I NECESSITATS

Quines haurien de ser les prioritats de la dinamització comercial de Sant Sadurní d'Anoia? (multi-resposta) 1 = gens prioritari, 10 = molt prioritari

PRIORITATS

- C1. Organitzar esdeveniments i activitats de dinamització
- C2. Captar noves inversions i reduir el nombre de locals buits
- C3. Participar en activitats vinculades amb la comunitat
- C4. Millorar la neteja dels carrers
- C5. Millorar la senyalització i accessibilitat
- C6. Millorar la decoració i imatge dels carrers
- C7. Millorar la il·luminació dels carrers
- C8. Fer accions de formació
- C9. Millorar la qualitat del comerç en conjunt
- C10. Altres (especificar)

II. Qüestionari

Qüestionari de clima comercial

NECESSITATS

C11. En general, què penses que necessita el comerç local? (multi-resposta).

Màxim 4

- a) Atraure més clientela
- b) Millorar l'aparcament
- c) Disposar d'un teixit comercial més ampli
- d) Promoure subvencions al comerç
- e) Més oferta lúdica
- f) Més oferta gastronòmica
- g) Esdeveniments que generin atracció de visitants
- h) Compres conjuntes i serveis compartits (energia, logística, etc.)

C12. Valori de l'1 (GENS) al 10 (MOLT) la necessitat de les accions de dinamització que es realitzen actualment.

BLOC D. SATISFACCIÓ

De l'1 al 10, on 1 = GENS i 10 = MOLT, quin és el grau de satisfacció amb:

- D1. Urbanisme de la zona in s'ubica el seu negoci
- D2. La qualitat en general dels altres establiments de Sant Sadurní d'Anoia
- D3. Aparcament disponible a la zona
- D4. Xifra de vendes del seu negoci
- D5. Accions de promoció i dinamització proposades per l'Ajuntament i l'associació
- D6. Accions de formació proposades per l'Ajuntament i l'associació
- D7. Satisfacció amb les accions de dinamització actuals
- D8. Satisfacció amb la neteja de l'espai públic
- D9. Satisfacció amb la seguretat
- D10. Satisfacció general amb el teixit comercial del municipi
- D11. (En el cas que algun dels elements anteriors sigui puntuat per sota el 5, preguntar sobre el per què de cada element suspès) Ens podria indicar el per què? (pregunta oberta)

BLOC E. DADES D'INTERÈS

E1. Està associat a SOM Sant Sadurní?

- a) Sí
- b) No

E2. S'implica en les accions de dinamització que es realitzen actualment?

- a) Sí
- b) No

E3. Nom de l'establiment

E4. Sector on s'engloba l'empresa

- a) Alimentació
- b) Tèxtil, moda i complements
- c) Equipament de la llar
- d) Lleure i cultura
- e) Serveis personals
- f) Restauració
- g) Altres serveis
- h) Altres comerços

E5. Quina superfície (s) té l'establiment?

- a) $s \leq 300 \text{ m}^2$
- b) $300 \text{ m}^2 < s \leq 800 \text{ m}^2$
- c) $800 \text{ m}^2 < s \leq 1.300 \text{ m}^2$
- d) $1.300 \text{ m}^2 < s \leq 2.500 \text{ m}^2$
- e) $2.500 \text{ m}^2 < s \leq 10.000 \text{ m}^2$
- f) $s > 10.000 \text{ m}^2$

E6. Tipus de via

E7. Nom de la via

E8. Número



Juny 2022

Equip redactor:

Jordi Bacaria
Carlos Bladé
Oriol Valls