



**Diputació
Barcelona**



**Ajuntament
de Tona**

Pla estratègic del sector comercial a Tona

Crèdits

Pla estratègic del sector comercial a Tona – Juliol 2021

Hidra Publicitat, SCP – C. del Pont, 17 – 08560 Manlleu – hidra@hidra.cat – www.hidra.cat

**Direcció:**

Gerència Serveis de Comerç

Àrea Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç

Diputació de Barcelona

ÍNDEX

1.	Justificació	5
2.	Objectius	5
3.	Anàlisi de dades secundàries	6
3.1.	El municipi	6
3.2.	La població	6
3.3.	Les dades econòmiques	8
3.4.	Les comunicacions i el transport públic	9
3.5.	Els actius turístics	11
4.	L'oferta comercial	12
4.1.	Els establiments comercials	12
4.2.	Els establiments de serveis	17
4.3.	L'hostaleria	18
4.4.	L'oferta comercial i de serveis	19
4.5.	El mercat	20
4.6.	L'associacionisme comercial	21
4.7.	La imatge dels establiments comercials	22
4.8.	Entrevistes amb els comerciants	25
5.	Anàlisi del tramut urbà	31
5.1.	Les zones comercials	31
5.2.	L'urbanisme comercial	35
5.3.	La imatge dels carrers	40
5.4.	Els locals buits	42
5.5.	L'aparcament	43
5.6.	La senyalització comercial	44
6.	La demanda comercial	44
7.	L'àrea de Comerç de l'Ajuntament de Tona	65
8.	Situació competitiva del comerç de Tona	66
8.1.	Anàlisi DAFO	66
8.2.	Anàlisi DAFO – Fortaleses	67

8.3.	Anàlisi DAFO – Debilitats	68
8.4.	Anàlisi DAFO – Oportunitats	69
8.5.	Anàlisi DAFO – Amenaces	70
9.	El pla de dinamització comercial	71
9.1.	El posicionament	71
9.2.	Objectius	73
9.3.	Eixos estratègics	74
9.4.	El pla d'accions	75
10.	Annexos	87
10.1.	Qüestionari enquesta	87

1. JUSTIFICACIÓ

Tona és un municipi de la comarca d'Osona de 8.356 habitants, amb una dotació de 89 establiments comercials (2020).

Segons la informació facilitada per DIBA, les principals debilitats del sector comercial són l'escassa professionalització de les persones que hi treballen, la concentració de les vendes en un parell de campanyes anuals, la baixa inversió en innovació o els horaris comercials existents.

En els darrers temps hi ha hagut un decrement de les vendes. El perfil de client actual dels establiments de Tona és el d'un consumidor tradicional, d'edat avançada, que no s'ha iniciat en les compres online i que valora els avantatges del comerç tradicional.

L'Ajuntament de Tona creu necessari fer un estudi que doni pautes per aconseguir un comerç modern i dinàmic, capaç de satisfer les necessitats actuals dels consumidors, arrelat a l'entorn amb relacions amb els agents socials i culturals del municipi.

2. OBJECTIUS

- Obtenir una diagnosi del sector comercial de Tona i el seu àmbit d'influència
- Elaborar un pla d'actuació per al desenvolupament comercial del municipi

3. ANÀLISI DE DADES SECUNDÀRIES

3.1. EL MUNICIPI

Tona és un municipi que pertany a la comarca d'Osona, a la Catalunya Central.

Limita amb els municipis de Malla, Taradell, Muntanyola, Seva i Balenyà, d'Osona i amb Collsuspina, del Moianès.



3.2. LA POBLACIÓ

A desembre de 2020, la població de Tona era de 8.356 persones (Idescat).

L'evolució de la població al municipi en els darrers anys ha estat la següent:

Població 2010 (h.)	Població 2015 (h.)	Població 2020 (h.)	Taxa creixem. 2010/2020 (%)	Taxa creixem. 2015/2020 (%)
7.984	8.021	8.356	+4,66	+4,18

En l'interval 2010-2020 Tona va guanyar 372 habitants. Del 2015 al 2020 en va guanyar 335. El còmput global ens indica un guany de població del 4,66% en els darrers 10 anys, més accelerat en els 5 darrers.

→ **La taxa de creixement de població del municipi els darrers 10 anys ha estat positiva i s'ha accelerat en els últims 5 anys**

La densitat de població és de 505,2h./km², una densitat molt per sobre de la mitjana catalana, que és de 242,30h./km², i també de la comarcal, que és de 131,50h./km² (Idescat 2020).

La piràmide de la població es distribueix de la següent manera (Idescat, 2020):

Edat	Nombre habitants	% Tona	% Osona	% Catalunya
0-14 anys	1.299	15,55	16,09	14,98
15-64 anys	5.567	66,62	65,93	66,15
65-84 anys	1.229	14,71	14,67	15,66
+85 anys	261	3,12	3,31	3,21
TOTAL	8.356	100,00	100,00	100,00

L'índex d'envelliment de Tona (població > 64 anys / població < 15 anys) és de 115, superior a la mitjana comarcal (112) i inferior a la mitjana de Catalunya (126).

L'índex de sobreenvelliment (població > 84 anys / població > 64 anys) és de 21,21, inferior a la mitjana comarcal (22,56) i superior a la mitjana de Catalunya (20,49).

La població estacional ETCA és de -468 persones en equivalència a temps complet anual i la proporció entre la població ETCA i la població resident és de 94,3% (Idescat 2019). Això vol dir que el saldo entre les persones que entren i les que surten del municipi per motius laborals, d'estudis, de residència o turístics és negatiu.

La mobilitat obligada per raó d'estudis no universitaris al curs 2019/2020 a la ciutat és del 17,3%, és a dir, de cada 100 alumnes residents a Tona, 17 han de desplaçar-se a un altre municipi diferent al que viuen per accedir al centre d'ensenyament.

→ **Tona presenta una població menys envellida que la mitjana catalana**

→ **La població ETCA a Tona és inferior a la població empadronada**

→ **Un 17% dels alumnes residents a Tona estudien en un municipi diferent del que viuen**

3.3. LES DADES ECONÒMIQUES

El Valor Afegit Brut (VAB) de 2018 (amb revisió estadística 2019, Idescat) va ser de 139 milions d'euros, que es distribueixen així per sectors:

Agricultura	3,0 (2,16%)
Indústria	28,4 (20,43%)
Construcció	14,4 (10,36%)
Serveis	93,2 (67,05%)

El sector que genera més riquesa al municipi és el sector serveis, seguit del sector de la indústria.

La Renda Familiar Disponible per Habitant (Idescat 2018) va ser de 17.600 €, igual que la mitjana catalana, i superior a la mitjana comarcal, que era de 17.200 euros.

Pel que fa a l'**ocupació**, a maig de 2021 hi havia 4.032 persones afiliades a la Seguretat Social a Tona (Idescat).

L'atur mig registrat l'any 2020 va ser de 409,50 persones (Idescat).

Segons l'Observatori de Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya, la **taxa d'atur registral** a maig de 2021 al municipi era del 10,09%, inferior a la mitjana de la comarca d'Osona (11,42%).

Referent a les dades del sector de la **construcció**, al 2020 es van iniciar 6 habitatges al municipi (Idescat).

L'any 2019 el **parc de vehicles** era de 6.802, dels quals 1.101 eren vehicles industrials . El nombre de vehicles per habitant al municipi era de 0,82, superior a la mitjana catalana, que era de 0,70.

- El sector serveis, que inclou el comerç, és el que aporta més valor al VAB local, el 67%.
- La Renda Familiar Disponible a Tona és igual a la mitjana catalana
- La taxa d'atur a Tona és inferior a la mitjana comarcal
- El parc de vehicles al municipi és elevat (0,82/habitant)

3.4. LES COMUNICACIONS I EL TRANSPORT PÚBLIC

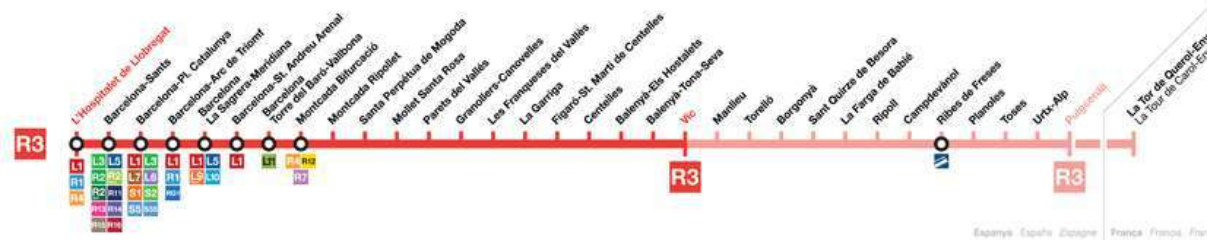
Tona té comunicació per carretera i per tren.



Per Tona passen les vies:

- Carretera C17, de Barcelona a Ripoll
- Carretera BV 5303, del terme de Collsuspina a Seva. Enllaça amb la carretera N141C, que va de Malla a Manresa passant per Moià i, a Sant Miquel de Balenyà, amb la BV5305, que arriba a Taradell
- Camí de Tona a Muntanyola

L'estació de ferrocarril de Balenyà-Tona-Seva de la línia de rodalies R3 se situa en el terme municipal de Balenyà, al peu de la carretera que uneix Tona amb Seva. Aquesta línia fa el recorregut des de l'Hospitalet de Llobregat fins a la Tour de Querol.



Les línies d'autobusos que tenen parada a Tona estan operades per l'empresa Sagalés, i són:

- La 710, de Castellterçol a Vic
- La 406 i la 407, de Granollers a Vic
- La 441, de Viladrau a Vic
- La 410, de la UAB Bellaterra a Vic



→ Tona té bones comunicacions per carretera

→ L'estació de tren que correspon a Tona està situada en un altre nucli urbà

3.5. ELS ACTIUS TURÍSTICS

Els principals actius del municipi són:

- Les esglésies romàniques de Sant Miquel de Vilageliu, de Santa Maria del Barri i de Sant Andreu del Castell. Del castell només se'n conserva una torre
- El camp de les Lloses, un jaciment amb restes ibèriques i romanes on s'ubica un centre d'interpretació i on s'exposen peces de l'arqueologia local
- Els edificis modernistes a l'entorn dels 3 antics balnearis



Al carrer Major de Tona se situa el Museu del Pa, una iniciativa privada. El Museu recull eines relacionades amb la producció del pa i una col·lecció de pans tradicionals tant de Catalunya com d'altres parts del món. El Museu forma part de la Xarxa de Patrimoni Rural Ecomuseu del Blat.



Tona compta amb un conjunt de camins i de senders per a la pràctica del senderisme i de la bicicleta de muntanya.

Les principals Fires i festes que se celebren al poble són:

- La cavalcada de Reis, al gener
- La Festa dels Tonis, al març/abril
- El Festival de Màgia, al mes de maig
- L'Aplec de la Rosa a Lurdes i al Castell de Tona, el dilluns de Pasqua Florida
- La Fira Joc Joc, el diumenge més pròxim a Sant Andreu
- El Pessebre Vivent, al desembre-gener

La web www.visitatona.cat és la web turística del municipi. Està estructurada en diferents apartats per donar a conèixer els recursos de turisme actiu, familiar o cultural, les fires i festes i els llocs on menjar o on dormir, però no n'hi ha un d'específic del comerç de Tona. Només hi ha un enllaç que dirigeix a una pàgina on hi ha la descripció genèrica del comerç del poble i que enllaça alhora amb la web de Tona Punt de Comerç.



Al camp de les Lloses se situa un Punt d'Informació Turística.

- Tona aplega un conjunt de recursos adreçats a un públic que valora l'oportunitat de conèixer el patrimoni cultural i de connectar amb el medi natural
- Les fires i festes que es programen a Tona s'adrecen a un públic familiar

4.L'OFERTA COMERCIAL

4.1. ELS ESTABLIMENTS COMERCIALS

Per fer l'anàlisi del mix comercial, partim de la classificació dels sectors comercials establerta en el seu dia pel PTSEC (Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials):

- Quotidià alimentari: fruites i verdures, hortalisses, carns i derivats, pa, pastisseria, peixateria, tabacs, autoserveis, herboristeria...
- Quotidià no alimentari: medicaments, productes d'adrogueria i perfumeria, neteja i puntures.
- Equipament de la persona: peces de vestir, llenceria, merceria, calçat, articles de pell, joieria, complements...
- Equipament de la llar: productes tèxtils, confeccions per a la llar, mobles i aparells elèctrics, electrodomèstics, plantes, petits animals...
- Lleure i cultura: llibres i diaris, instruments musicals, joguines, òptica i ortopèdia, articles i roba d'esport
- Automoció i carburants: concessionaris, combustibles, carburants, bicicletes i motos
- Comerç mixt: grans magatzems, hipermercats, basars, economats de consum..
- Altres: altres productes al detall no especificats, tota classe de maquinària, mobles d'oficina

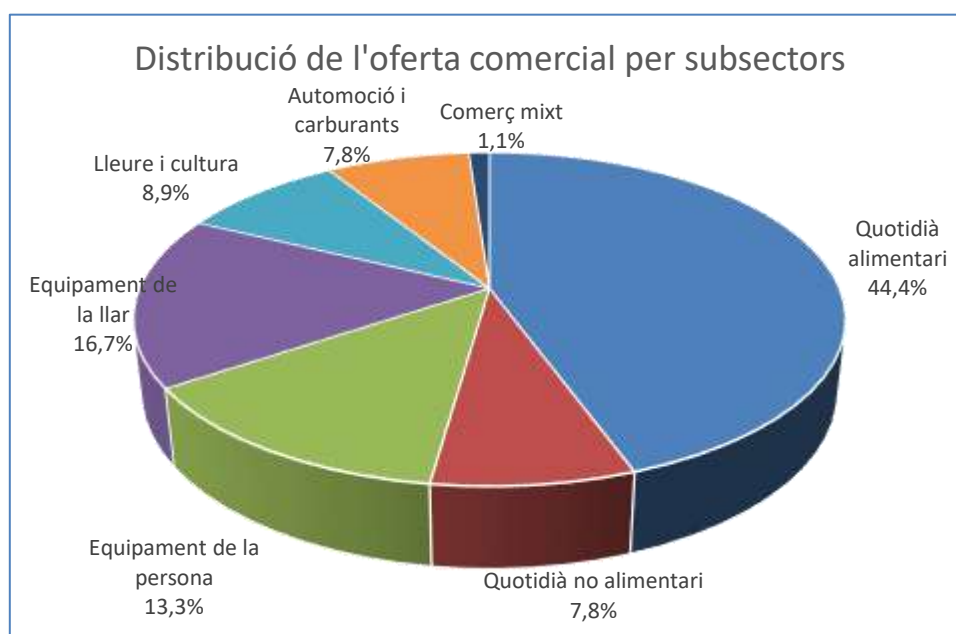
L'oferta comercial de Tona és de **90 establiments**.

La densitat comercial de Tona és de 10,78 establiments/1.000 habitants, inferior a la mitjana de Catalunya, que és de 12,80 establiments/1.000 habitants, segons el Cens d'Establiments Comercials del CCAM (2019).

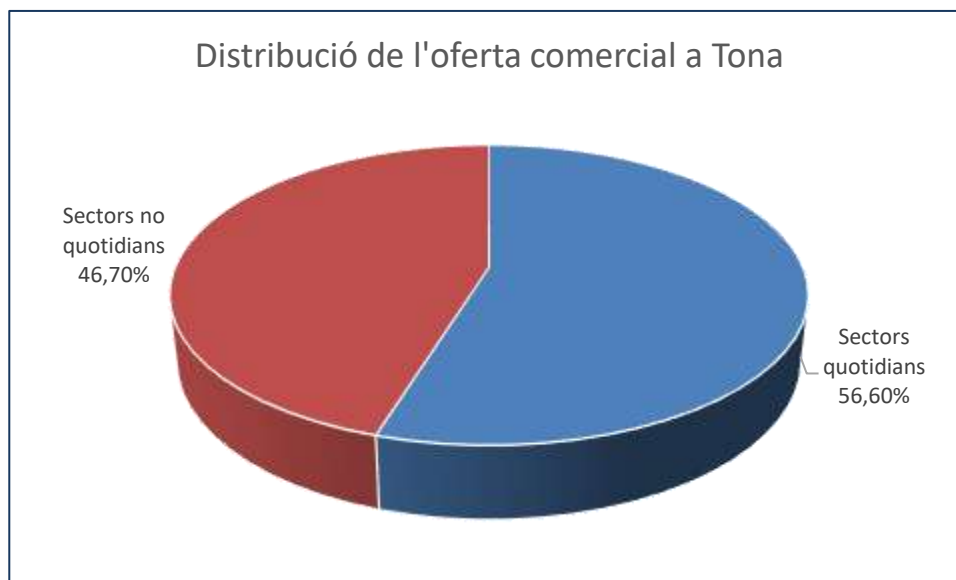
La distribució de l'oferta per subsectors a Tona es detalla a continuació:

	Nombre establiments	% subsector/ total
Quotidià alimentari	40	44,4%
Quotidià no alimentari	7	7,8%
Equipament de la persona	12	13,3%
Equipament de la llar	15	16,7%
Lleure i cultura	8	8,9%
Automoció i carburants	7	7,8%
Comerç mixt	1	1,1%
TOTAL COMERÇOS	90	100,00

El sector amb més nombre d'establiments, és el sector del quotidià alimentari amb 40, que representa el 44,4% de l'oferta comercial, seguit del de l'equipament de la llar, amb 15 establiments (16,7%) i del de l'equipament de la persona amb 12 establiments (13,3%).



Si analitzem el pes percentual dels diferents subsectors comercials, constatem que els sectors quotidians tenen un pes superior en gairebé 10 punts respecte als sectors no quotidians.

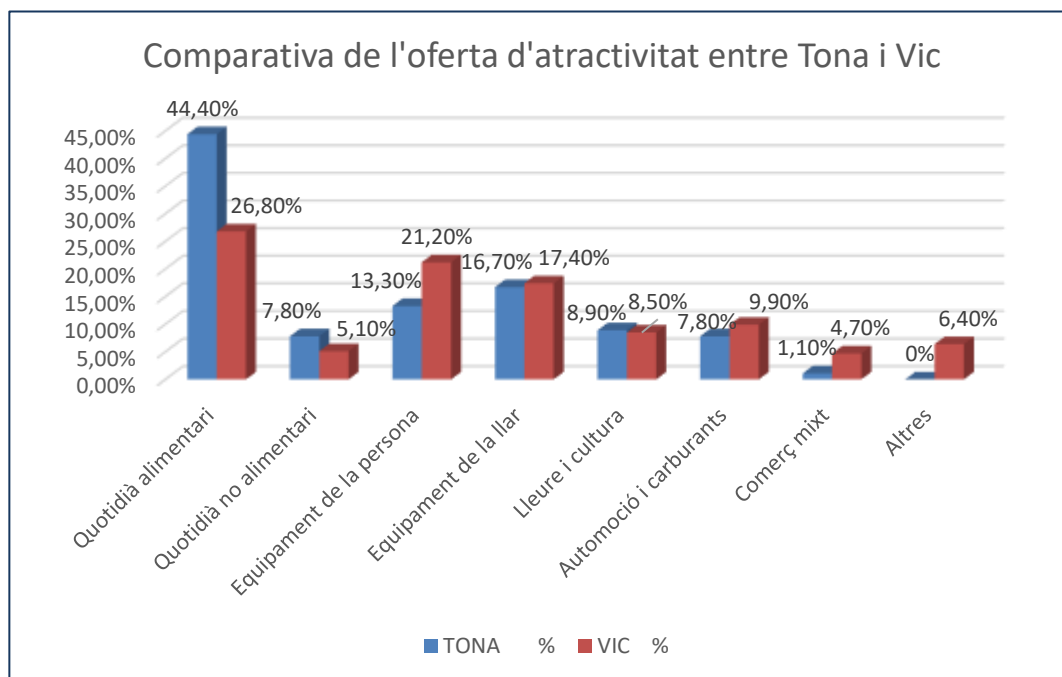


L'Índex d'Atracció Comercial (IAC), que indica el nombre de comerços no quotidians d'equipament de la persona, d'equipament de la llar i de lleure i cultura respecte al total de comerços, a Tona és del 37,8%. Els valors de l'IAC superiors al 25% indiquen capacitat d'atractivitat dels comerços sobre l'àrea d'influència.

Si comparem les dades percentuals de l'oferta comercial de Tona amb les de Vic, la capital de comarca, constatem que en aquesta ciutat el percentatge d'oferta de quotidià és menor i, en canvi, és superior el percentatge d'oferta d'atractivitat. L'Índex d'Atracció Comercial a Vic és del 47,1%.

	TONA %	VIC %
Quotidià alimentari	44,4%	26,8%
Quotidià no alimentari	7,8%	5,1%
Equipament de la persona	13,3%	21,2%
Equipament de la llar	16,7%	17,4%
Lleure i cultura	8,9%	8,5%

Automoció i carburants	7,8%	9,9%
Comerç mixt	1,1%	4,7%
Altres	0%	6,4%



→ La densitat comercial a Tona és inferior a la mitjana catalana

→ L'Índex d'Atracció Comercial al poble és del 37,8%, percentatge que denota una atractivitat del comerç de Tona sobre l'àrea d'influència

Segons l'Anuari de la Distribució Comercial a Catalunya del Consorci de Comerç, Artesania i Moda (2019), els establiments del sector quotidià en règim d'autoservei que pertanyen a les 50 primeres grans empreses de distribució presents al municipi són:

Grup empresarial	Nombre establiments	Superfície de venda (m2)
Bonpreu	1	255
Corporació Alimentària Guissona	1	106

GM Food	1	200
Grup Carrefour	1	200
Grup Dia	2	1091
Mercadona	1	1335
TOTAL	7	3187

L'oferta d'aquesta tipologia d'establiments és superior a Tona que al conjunt de Catalunya.

Hi ha un establiment per cada 1193 habitants, amb una dotació de 381,40 m2/1000h.

A Catalunya hi ha un establiment per cada 1505 habitants i una dotació mitjana d'oferta per a aquest sector de 321 m2/1000h.

L'enseny comercial amb més superfície de venda és Mercadona, amb 1335 m2. El grup empresarial amb més establiments és el Grup Dia, amb 2 (Dia+Clarel)

→ Tona té una oferta d'establiments de quotidià en règim d'autoservei de les grans empreses de distribució superior a la mitjana de Catalunya

4.2. ELS ESTABLIMENTS DE SERVEIS

L'oferta comercial es complementa amb l'oferta de serveis assimilats. Els serveis assimilats agrupen activitats de diferent índole que comparteixen amb els comerços un mateix ús de l'espai públic i tenen unes característiques comunes d'horaris o recepció de clientela, adaptades a les necessitats de la societat actual.

Distingim dins dels serveis assimilats els serveis personals i els serveis empresarials.

Serveis personals:

- Ensenyaments no reglats (centres d'ensenyament d'idiomes, informàtica, música, dansa, reforç escolar, autoescoles...)
- Serveis mèdics i similars (teràpies, dentistes, nutrició, psicologia, veterinaris...)
- Perruqueries i centres d'estètica
- Tintoreries i bugaderies
- Arranjament de roba o de calçat
- Serveis fotogràfics

Serveis empresarials:

- Immobiliàries
- Assessories i gestories
- Assegurances
- Serveis financers
- Copisteries
- Despatxos de professions liberals
- Agències de viatges

El nombre d'establiments assimilats a Tona es distribueixen segons la següent taula:

Serveis assimilats	Nombre establiments
Serveis personals	45
Serveis empresarials	18
TOTAL	63

4.3. L'HOSTALERIA

El nombre d'establiments de restauració al municipi és de 31, entre els que s'inclouen restaurants, bars, cafeteries, frankfurts...

Al municipi se situa l'Escola d'Hostaleria d'Osona, un centre públic que imparteix Cicles Formatius de l'àmbit de la restauració: Cuina i gastronomia; Forneria, Pastisseria i Confiteria i Serveis en Restauració, de Grau Mitjà i Direcció de Serveis en Restauració, de Grau Superior.

Pel que fa a l'oferta d'allotjaments, Tona compta amb 2 establiments, l'Hostal 4 Carreteres, amb 22 habitacions i 43 places i l'Hostal Montserrat, amb 4 habitacions i 8 places.

A banda, hi ha 6 allotjaments d'ús turístic registrats.

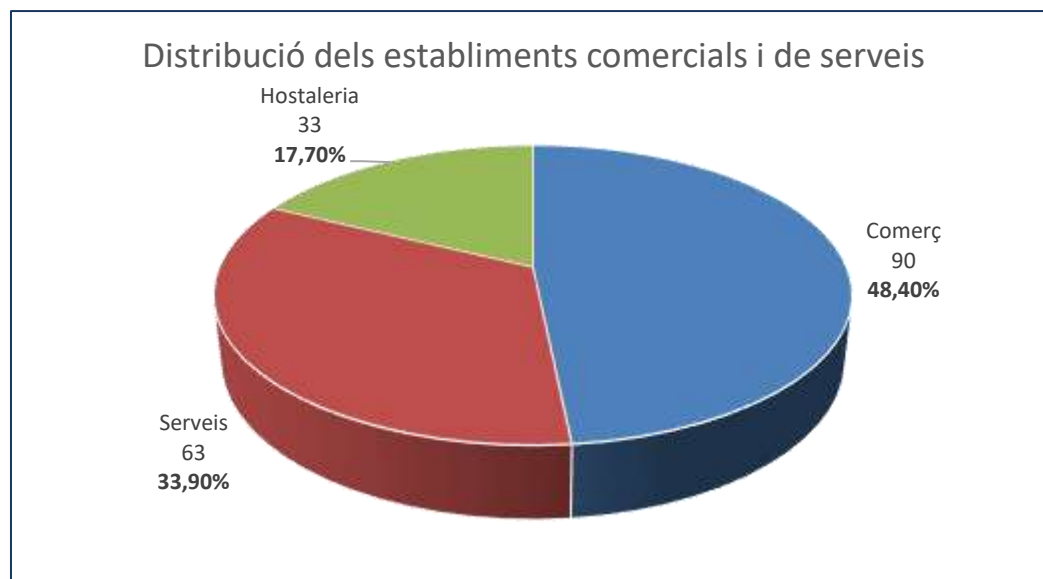
→ **Tona disposa d'una àmplia oferta de restauració, amb alguns establiments de referència**

4.4. L'OFERTA COMERCIAL I DE SERVEIS

A Tona hi ha 186 establiments entre comerços, serveis assimilats i establiments d'hostaleria.

Els comerços sumen gairebé el 50% d'aquesta oferta.

	Nombre establiments	%
Comerços	90	48,4%
Serveis assimilats	63	33,9%
Hostaleria	33	17,7%
TOTAL	186	100%



→ Més de la meitat dels establiments actius corresponen a empreses de serveis.

Gairebé 2 de cada 10 són del sector d'hostaleria

4.5. EL MERCAT

El mercat setmanal se celebra els divendres, de 8 a 13h, al centre del municipi.

Compta amb vint-i-tres parades, que es reparteixen en 3 espais:

- La plaça del Monument a la Sardana, on hi ha les parades d'alimentació, fruita i verdura



- La plaça Major, on se situen parades no alimentàries d'equipament de la persona



- El carrer Major, amb parades no alimentàries i una mostra de productors locals i d'artesans



No hi ha continuïtat entre les parades de la plaça del Monument a la Sardana amb la resta del mercat. El mercat presenta un mix poc evolucionat.

Els divendres es talla la circulació al carrer Major, en el tram comprès entre la plaça Major i el carrer Fusteret.

El mercat de Tona actua com a element dinamitzador social i econòmic.

→ Els mercat setmanal de Tona actua com a element dinamitzador de l'activitat econòmica i social

→ El fet que el mercat no s'ubiqui en un recorregut continu li fa perdre atractivitat

→ L'oferta comercial del mercat està poc modernitzada

4.6. L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL

L'entitat representativa del sector comercial i de serveis de Tona és Tona Punt de Comerç



Tona Punt de Comerç es va crear l'any 1989. Actualment compta amb uns cinquanta associats entre establiments comercials i de serveis, aproximadament un 27% del total del cens.

L'entitat no disposa d'una gestió de professionalitzada. Són els membres de la Junta, amb el suport puntual de l'Ajuntament de Tona, els qui dissenyen i executen les accions del pla anual.

La quota d'associacionisme és de 10€ mensuals, sense derrames addicionals. Per als nous associats, actualment hi ha fixada una quota de 60€ anuals. El pressupost es complementa amb l'aportació de l'Ajuntament de Tona i amb la subvenció que s'obté del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya.

L'actual Junta Directiva va entrar al juny del 2021. Les accions que s'han organitzat des d'aleshores són principalment de caire promocional: sorteig de vals regal, d'entrades per al Festival de Màgia, campanya de bosses regal, Concurs de Parany...

Els establiments associats estan identificats amb banderoles de lona.

→ **Percentatge d'associats sobre el total d'establiments baix (27%)**

→ **Tona Punt de Comerç, l'entitat representativa del sector comercial, no disposa de gestió professionalitzada**

→ **El pla d'accions de Tona Punt de Comerç es basa en accions de promoció comercial**

4.7. LA IMATGE DELS ESTABLIMENTS COMERCIALS

La imatge de marca que projecta un comerç incideix en la percepció del seu valor per part del consumidor.

A Tona hi ha establiments modernitzats i adaptats a les exigències dels temps actuals que conviuen amb comerços que no s'han renovat. Les deficiències en aspectes com l'exposició de producte, la definició del recorregut dins de la botiga, l'estat dels aparadors o de les façanes o una il·luminació deficient fan perdre activitat a alguns negocis.

El 86% dels comerciants entrevistats no tenen previsió a curt termini de fer inversions per millorar el punt de venda.

A les fotografies següents es mostren, a tall d'exemple, alguns establiments comercials de Tona que presenten una imatge actualitzada de l'espai de venda i una oferta adequada a les demandes del client actual.



Altres comerços presenten una imatge poc modernitzada i, en molts casos, poc encarada a un perfil de consumidor jove i allunyada de les pautes de consum del moment actual. La posada en escena, l'ordre i una imatge endreçada també fallen en altres establiments.



També es descuida el manteniment de la part exterior d'alguns punts de venda (pintura de la façana, estat de les reixes, exposició de productes als aparadors...), que fa perdre atractiu al negoci i perjudica la imatge de conjunt de l'eix comercial.



La majoria de comerços de Tona disposen d'elements d'identificació de diferent tipologia, com rètols o vinils als aparadors.



Tots els establiments comercials associats a Tona Punt de Comerç estan identificats amb una banderola de lona personalitzada, que inclou el nom comercial i el logotip del negoci.



Un percentatge gran d'establiments no compleixen la normativa que els obliga a indicar el preu dels productes exposats o a la venda, sobretot als aparadors.



També són nombrosos els comerços de Tona que no exhibeixen l'horari comercial a l'exterior. Això, sumat a què alguns d'ells tenen persianes opaques incrementa la sensació de desertització comercial en els horaris en què aquests establiments estan tancats.

La pandèmia de la Covid-19 ha provocat que alguns comerços es replantegin els horaris d'obertura. A Tona, una part considerable no obren el dissabte a la tarda. La no unificació dels horaris de tots els establiments comercials no contribueix a optimitzar l'experiència del client, sobretot si es vol captar visitants de l'àrea d'influència. El 50% dels comerciants entrevistats, de sectors diversos, manifesten que actualment no obren els negocis els dissabtes a la tarda.



- Una part dels comerços de Tona ofereixen una imatge poc modernitzada
- La manca d'indicació del preu dels productes o d'exhibició de l'horari comercial a l'exterior dels comerços són factors que incideixen en la percepció del punt de venda per part del client però també són aspectes normatius que no es compleixen en molts comerços del municipi
- Els horaris comercials a Tona no estan unificats
- Una gran part dels comerços de Tona no obren els dissabtes a la tarda

4.8. ENTREVISTES AMB ELS COMERCIANTS

En les entrevistes que l'equip d'Hidra ha mantingut amb 22 comerciants de diferents ubicacions de Tona de sectors diversos s'ha obtingut informació quantitativa sobre el seu interès per la formació, l'ús d'eines digitals, la creació de base de dades o la disponibilitat del servei de lliurament a domicili, a partir de la qual podem prendre el pols al sector. També s'han recollit opinions, reflexions i demandes, moltes de les quals cal tenir en compte, bé per contrarestar percepcions errònies, bé per impulsar plans de millora.

INFORMACIÓ QUANTITATIVA

1. Grau de digitalització

Per tenir un mínim coneixement del grau de presència digital i de l'adaptació dels comerços de Tona a la transformació digital, s'han quantificat els negocis de les persones entrevistades que disposen de web i/o e-commerce i els que tenen presència activa a les xarxes socials.

El 27% de les empreses entrevistades (6) disposen d'una web pròpia i/o utilitzen el comerç electrònic com a canal de venda, el 73% restant no en tenen.

16 comerços tenen activats comptes a les xarxes socials, xifra que representa el 73% del total d'entrevistats. La xarxa més utilitzada és instagram. Tots els comerços amb web o e-commerce utilitzen perfils a les xarxes socials com a canal de comunicació. Els comerciants que publiquen continguts de forma regular manifesten que la seva comunitat interactua o mostra interès pels continguts.

No totes les empreses amb web o amb perfils a les xarxes socials actualitzen els continguts

de forma regular.

Els resultats de l'eina d'Autodiagnosi TIC del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya (CCAM) apunten que el 70% dels comerços catalans tenen web pròpia i que gairebé el 90% utilitzen perfils a les xarxes socials. Les dades de Tona queden per sota d'aquests percentatges.

→ **El nivell de digitalització dels comerços és baix, encara que s'ha fet un salt important en l'ús de les xarxes socials: el 27% disposen de web o e-commerce i el 73% utilitzen les xarxes socials.**

2. Interès per la formació

Davant d'un entorn cada vegada més canviant i competitiu, el sector comercial necessita posar-se al dia amb formació i assessoraments que dotin els comerciants d'eines per adequar els seus negocis a les necessitats dels clients. Per conèixer l'interès per a la formació del teixit comercial de Tona, es va demanar a les persones entrevistades si participaven en les accions de formació programades des de l'Ajuntament de Tona o des d'altres organismes. Només el 27% , 6 persones, manifesten el seu interès en formar-se en coneixements transversals com la transformació digital, l'atenció al client o les tècniques de visual merchandising. El 18% (4 persones) mostren interès en la formació sectorial. El 55% dels entrevistats afirmen que no participen en accions de formació ni hi estan interessats.

→ **Només 3 de cada 10 comerciants mostren interès en participar en activitats formatives de caràcter transversal per millorar els seus negocis**

3. Creació de bases de dades de clients

Les bases de dades són un recurs fonamental per contactar amb clients actuals o potencials, com s'ha evidenciat durant la pandèmia de la Covid-19. La creació d'una base de dades permet segmentar la clientela i crear comunicacions adequades a cada target, establir mecanismes de fidelització o aconseguir nous consumidors.

Només 3 de les empreses contactades, el 14% del total, tenen creades bases de dades, i manifesten que no en fan cap ús. La resta ni en tenen ni en veuen la utilitat.

→ **Només el 14% dels comerciants entrevistats utilitzen bases de dades dels clients**

en la gestió dels negocis

4. Servei de lliurament a domicili

El consumidor post-covid utilitza cada vegada més els serveis de delivery o lliurament a domicili de les seves comandes, realitzades per diferents canals: telèfon, whatsapp o online, bàsicament. El client valora d'aquesta forma de recepció de les comandes la rapidesa, la comoditat i la seguretat.

El 73% dels comerços entrevistats (16) ofereixen als clients la possibilitat de rebre les comandes a domicili, encara que alguns amb limitacions.

→ **$\frac{3}{4}$ parts dels comerços ofereixen el servei de repartiment a domicili**

5. Associacionisme

Dels 22 comerciants enquestats, 12 (55%) estan associats a Tona Punt de Comerç. Alguns s'hi ha adherit recentment. Alguns comerços que actualment no estan associats ho havien estat i es van donar de baixa per males experiències. La majoria d'associats valoren positivament la tasca de la Junta Directiva actual.

→ **Més de la meitat dels comerços entrevistats estan associats a Tona Punt de Comerç**

→ **En general, els associats creuen que la Junta Directiva actual és molt activa**

INFORMACIÓ QUALITATIVA

Les opinions més rellevants que s'han recollit en les entrevistes personals que l'equip d'Hidra ha mantingut amb comerciants de Tona són les que es detallen a continuació:

- Alguns establiments de Tona tenen clients de Centelles, Vic, Hostalets de Balenyà, Sant Miquel de Balenyà, Taradell, Moià, Collsuspina, El Brull, Malla, Muntanyola, Granollers i fins i tot del Bages i del Ripollès
- El divendres, amb el mercat és en general un dia de més moviment, a excepció dels comerços situats a la part inferior del carrer Major que manifesten que, en tallar el carrer, els clients ja no els arriben
- L'entorn no és atractiu ni amable. Vic està preciós

- S'ha d'amabilitzar l'espai comercial
- Les principals fugues ara mateix són al canal online
- A Tona hi ha 3 zones comercials: A dalt, al mig i a baix del carrer Major
- El centre ha de ser més atractiu i peatonal, que els vehicles només passin a unes hores determinades. Això farà que vingui més jovent amb família
- Hi ha rivalitat entre comerciants, hi ha d'haver nous comerciants que agafin el timó
- S'ha de facilitar l'aparcament, el client de fora no ve perquè al centre no hi ha aparcament
- Cal dinamitzar l'aparcament d'alguna manera
- Hi ha cada dia més incivisme al poble
- Pagar al carrer Major per comprar no em sembla bé
- La gent jove compra al Mercadona de Tona i a l'Esclat de Malla
- Cal fer promoció del comerç local, el jovent compra a les grans àrees
- Hi ha molt incivisme per part dels propietaris dels gossos
- A la zona blava hi ha tolerància zero, multen al moment
- Falta un eix comercial peatonal, però ja veu que és molt difícil
- No m'han dit mai per associar-me
- L'hora de sortida de les escoles és quan hi ha més moviment al poble
- El mercat porta clients de fora
- Faltarien zones de càrrega ràpida per recollir les compres als carrers amb més comerç
- Falten papereres i els arbres es moren
- Abans hi havia client de segona residència, ara ja no
- L'aparcament és el principal problema de Tona
- S'han d'habilitar més zones d'aparcament
- Cal podar els arbres, la gent trepitja les fulles i cau
- Des de la pandèmia la gent del poble compra més aquí
- Cal arreglar i promocionar els locals buits
- Moltes vegades els parquímetres no funcionen i la gent se'n va
- El cap de setmana els veïns aparquen a la zona blava i no hi ha places pels clients que venen a comprar als comerços que tenim oberts
- Les fires i festes no afecten les vendes
- Al Canal hi ha molt aparcament però la gent no hi va, caldria dinamitzar-lo
- A Tona hi ha aparcament suficient, però la gent vol aparcar a la porta
- Cal fer un rentat de cara a la plaça on ha d'anar l'Esclat
- A Tona els comerciants sempre han estat desavinguts

Sobre l'Ajuntament:

- Ara l'Ajuntament col·labora
- El fet que l'Ajuntament hagi encarregat l'estudi ja és bona senyal
- L'Ajuntament està treballant molt bé i, sobretot l'Olga
- L'Ajuntament ha fet alguna acció que està bé com el sorteig d'una bicicleta
- L'Ajuntament pot donar més
- Sobre l'Ajuntament no puc opinar, l'Olga, perfecta!
- L'Ajuntament ha d'obligar a netejar els locals buits
- Mentre deixin viure, ja m'està bé
- L'Ajuntament no ajuda
- Quan el carrer està molt brut i avises a l'Ajuntament, no venen
- La gent que hi ha ara a l'Ajuntament té moltes ganes de fer coses
- L'Ajuntament compra al poble
- L'Ajuntament ja fa el que pot
- L'Ajuntament no dona prou suport, promet ajudes i arriben al cap de molts mesos
- Hauria de donar més suport al petit comerç
- La nova tècnica, l'Olga, és un 10!
- L'Ajuntament desconec què fa
- L'Ajuntament fa algunes coses però podria fer més
- L'Ajuntament molt bé, rebo molta informació de tot el que m'interessa
- L'Ajuntament no hauria de tallar el carrer Major quan hi ha fires o festes perquè perjudica molt el comerç
- L'Ajuntament fa poc per al comerç
- En general, l'Ajuntament, bé, menys en el tema de neteja, està tot molt deixat
- La campanya de Nadal de rellotges per aparcar gratuïtament va agradar molt
- L'Ajuntament intenta ajudar, sobretot des que hi ha la nova tècnica

Sobre Tona Punt de Comerç:

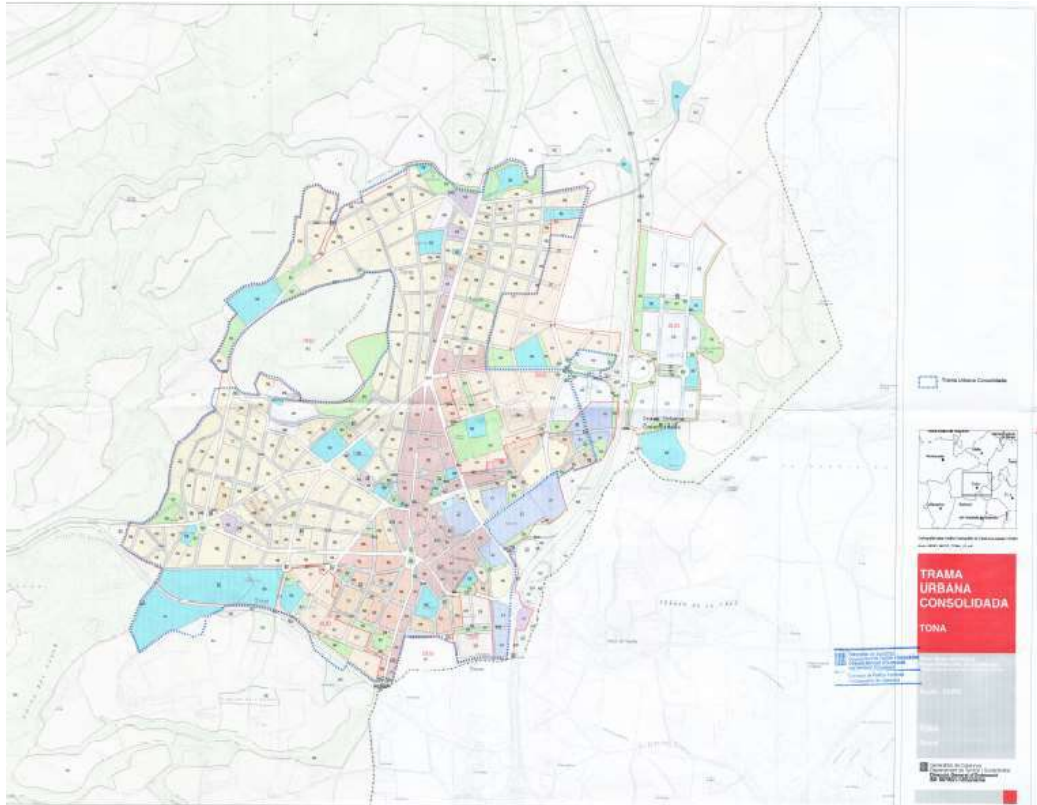
- L'associació està treballant molt amb campanyes que repercuteixen directament al associat
- Els que porten ara l'associació ho fan fatal, per la campanya dels paranyos no han fet campanya ni res
- La nova Junta és molt activa

- Punt Comerç fa coses però cal millorar la comunicació
- N'he sentit parlar, però no en sé res
- Són poc actius. Se solapen campanyes de l'associació amb les de l'Ajuntament
- Ens vam esborrar perquè les accions no funcionaven, les promocions eren antiquades. Cal fer coses trencadores
- Des de l'estiu (2020) l'associació fa bones campanyes i estan molt actius
- L'associació està fent ara mateix una bona tasca
- Els de l'associació de comerciants han canviat per a bé, intenten fer el que poden

5. ANÀLISI DEL TRAMAT URBÀ

5.1. LES ZONES COMERCIALS

L'Ajuntament de Tona va delimitar al 2012 la trama urbana consolidada (TUC) del poble.



Segons dades del Cens d'Establiments Comercials de Catalunya de la Generalitat de Catalunya (2019), el 88,76% dels establiments comercials de Tona, que representen el 79,87% de la superfície de venda estan situats dins de la Trama Urbana Consolidada.

Queden fora de la TUC establiments com l'outlet Macson amb les marques Macson, Textura, Canadá House i Punto Blanco, els establiments situats al polígon les Goules o la benzinera de les 4 Carreteres del carril nord de la C17.

→ El comerç de Tona es concentra dins la Trama Urbana Consolidada



L'eix comercial de Tona el conformen el carrer Major, el carrer Barcelona, la plaça de l'Hostal i alguns trams dels carrers adjacents.



Les discontinuïtats en aquest eix: locals buits, trams degradats, garatges... no afavoreixen el recorregut dels vianants.

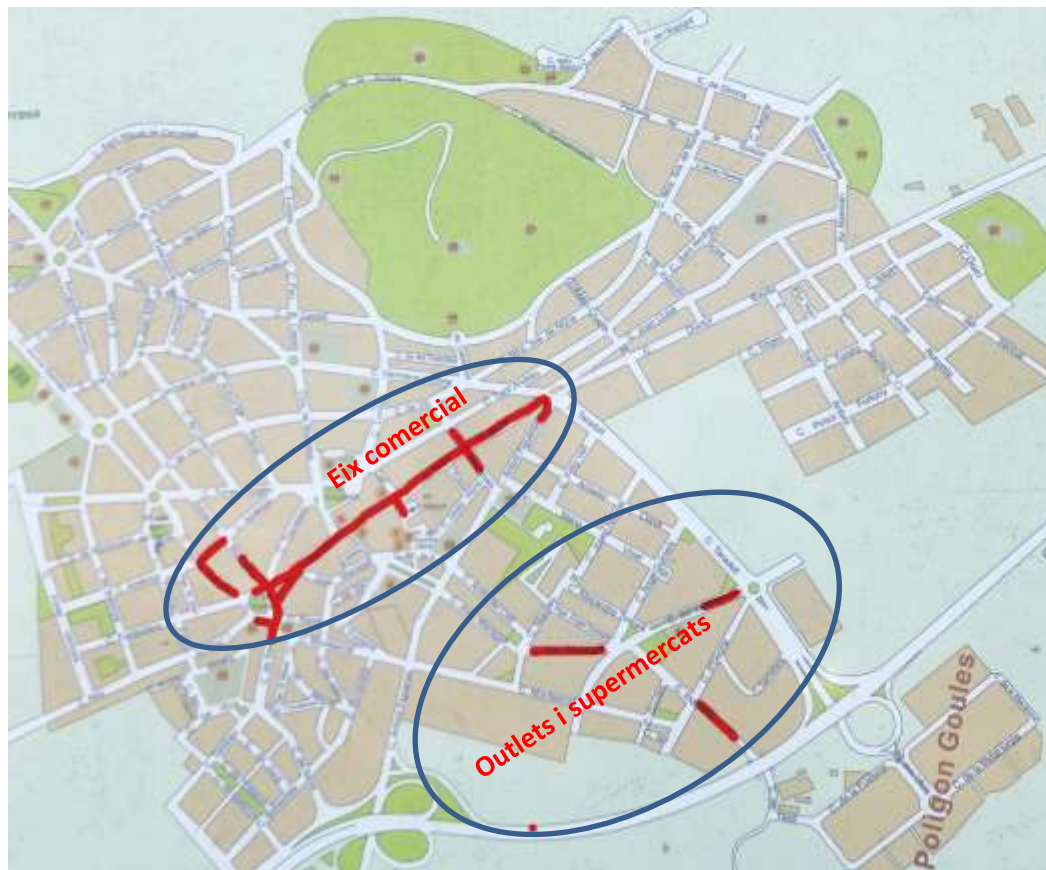


A la plaça Major de Tona, punt neuràlgic del poble, només s'ubiquen establiments de serveis. A curt termini, s'hi instal·larà un supermercat Bonpreu, amb un aparcament de 52 places. Al damunt es construiran 2 pisos socials.



Altres establiments comercials estan situats fora del principal eix comercial, a diferents ubicacions del municipi.

Els supermercats grans de les marques Mercadona i Dia, així com l'outlet d'equipament de la persona que hi ha a Tona se situen a l'est del municipi, a tocar de la carretera C17, en una zona de polígon. Aquests establiments donen servei als residents i als habitants d'altres poblacions properes.

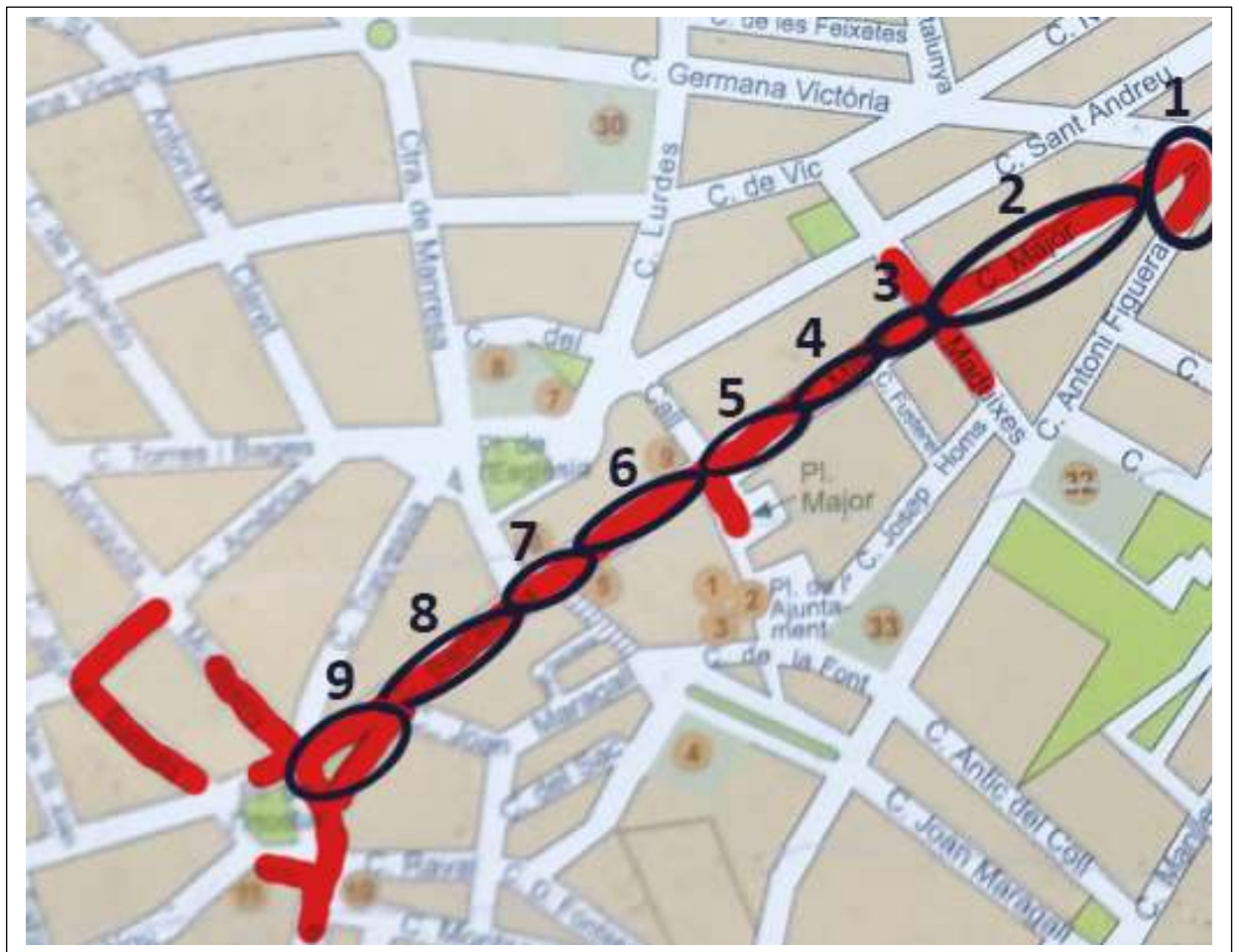


- A Tona hi ha un eix comercial ben definit, encara que té alguns trams amb discontinuïtats
- Els supermercats grans se situen prop de l'accés a la carretera C17, apartats de l'eix comercial. Tenen atractivitat sobre l'àrea d'influència però no contribueixen a acostar els clients al comerç de proximitat

5.2. L'URBANISME COMERCIAL

L'amabilitat de l'espai comercial ve condicionada per la imatge dels establiments que s'hi ubiquen i per les actuacions d'urbanisme comercial que faciliten l'accessibilitat, la mobilitat i el passeig dels visitants, com són l'habilitació de zones per a vianants, l'eixamplament de voreres, la millora del mobiliari urbà o la de l'enllumenat públic.

Dins l'eix comercial principal de Tona, d'uns 700 metres de llargada, cada tram té les seves pròpies casuístiques.



TRAM 1:

El primer tram de l'eix comercial és el de la confluència del carrer Major amb el carrer Antoni Figueras. La part inferior del carrer Major és una zona de plataforma única, arbrada, amb mobiliari urbà com jardineres, paperera i bancs. També s'hi ubica una font i una cartellera amb l'itinerari turístic i punts d'interès del municipi. A la intersecció entre el carrer Major i el carrer Figueras hi ha una parada de bus coberta, al costat d'una cartellera per penjar-hi informació. A la banda esquerra del carrer Major hi ha l'inici d'una zona d'estacionament en zona blava.



TRAM 2:

El segon tram del carrer Major arriba fins al carrer Maduixes. És un tram de circulació de vehicles de sentit únic, de baixada. La primera part de la banda esquerra està habilitada com a zona d'estacionament de zona blava i també té unes places de càrrega i descàrrega, en detriment de l'amplada del pas de vianants, que s'eixampla quan s'acaba l'aparcament. Hi ha instal·lades pilones a banda i banda per evitar l'estacionament de vehicles sobre l'àrea de trànsit a peu. Hi ha col·locades jardineres intercalades entre algunes de les pilones. En aquest tram no hi ha arbres ni bancs ni papereres.

El solar que es troba al cantó dret presenta una imatge de deixadesa al mig de l'eix comercial.



TRAM 3:

El tercer tram del carrer Major, que va des de la cruïlla del carrer de les Maduixes a la del carrer Fusteret, només té activitat comercial a l'encreuament amb el carrer de les Maduixes. A la banda esquerra en sentit sud, hi ha habilitada una zona de càrrega i descàrrega. El senyal indica una estada màxima de 10 minuts, de manera gairebé imperceptible. A la banda dreta hi ha col·locades jardineres i un banc. A la part esquerra, les pilones delimiten l'espai per a vianants. A la intersecció amb el carrer Fusteret hi ha una paperera.

Aquest tram també és de plataforma única. La circulació de vehicles, en un únic sentit, és de baixada.



TRAM 4:

Aquest és un tram curt que va del carrer Fusteret fins a l'eixamplament del carrer Major. És també un tram de plataforma única, amb circulació de baixada. Disposa de pilones a banda i banda per delimitar el pas dels vianants. En aquest tram no se situa cap altre element de mobiliari urbà (bancs, papereres, jardineres).



TRAM 5:

Correspon al tram del carrer Major més ample, que va des de l'acabament del tram 4 a la intersecció amb el carrer del Call i la plaça Major. Té un sol sentit de circulació, de baixada. És un tram de plataforma única que, a la part esquerra sentit nord té un espai arbrat que separa el pas de vehicles de la zona per a vianants. En aquest parterre hi ha col·locada gespa artificial. Aquesta part per a vianants és ampla i compta amb bancs, jardineres, una pantalla informativa digital vertical, una font, una paperera i també hi ha instal·lada una caseta de l'ONCE. Hi ha habilitada una zona d'aparcament de rotació de pagament en aquest cantó, així com unes places de càrrega i descàrrega i un aparcament per a minusvàlids.

La part per a vianants de la dreta compta amb pilones, entre les quals hi ha intercalades algunes jardineres.

Hi ha pintat un pas zebra a la part nord del tram.



TRAM 6:

Aquest tram, que parteix de la intersecció del carrer del Call i de la plaça Major, té circulació en un sol sentit, de pujada. Hi ha plataforma única cap a la banda esquerra. Al cantó dret, de pujada, hi ha una vorera elevada.

A la banda esquerra hi ha habilitada una zona d'estacionament de zona blava i un aparcament per a motocicletes. No presenta elements de mobiliari urbà que amabilitzin l'espai, tret de les pilones ubicades a la banda de plataforma única.

Hi ha pintat un pas zebra a la part sud del tram.



TRAM 7:

Aquest tram arriba fins a l'encreuament amb la carretera de Manresa. Comprèn el trajecte del carrer Barcelona que no té cap plaça d'estacionament. Té circulació de pujada, de sentit únic.

La banda dreta té la vorera elevada i no presenta cap element de mobiliari urbà fins a la cruïlla de la carretera de Manresa, on hi ha instal·lades jardineres, una paperera, un banc i una cabina telefònica. El cantó esquerre, de plataforma única té l'àrea de vianants separada per pilones. Aquí hi ha instal·lada una paperera.



TRAM 8:

Correspon al tram que va de la carretera de Manresa fins a l'eixamplament del carrer Barcelona. Aquest tram torna a ser de plataforma única, amb pilones que delimiten a banda i banda el pas de vianants. Al cantó dret hi ha habilitades places d'estacionament de zona blava, així com places de càrrega i descàrrega. Hi ha col·locada alguna jardinera entre pilones a la banda esquerra.

El tram acaba en un eixamplament del carrer a la part esquerra de vianants, on se situen dos bancs, una paperera i dues jardineres.

La circulació és d'un sol sentit, de pujada.



TRAM 9:

El darrer tram del principal eix comercial és una zona ampla, amb dos carrils de circulació inversa delimitats per una illa central i amb places d'estacionament de zona blava a banda i banda, a més d'una plaça per a minusvàlid i de zones de càrrega i descàrrega. Les voreres laterals són alçades. L'illa central és arbrada i disposa de papereres, bancs, una cartellera, una bústia de correus i una cabina de l'ONCE.



Actualment s'està redactant el Pla de Mobilitat Sostenible i Accessible de Tona, centrat en les persones

- Els diferents trams de l'eix comercial presenten deficiències que cal corregir per embellir l'espai i fer-lo més còmode
- El Pla de Mobilitat que s'està redactant millorarà l'accés i el trànsit de les persones per les zones comercials

5.3. LA IMATGE DELS CARRERS

Per aconseguir un centre urbà agradable que convidi al passeig i a la compra és important tenir uns entorns amables, amb carrers ben cuidats, amb un mobiliari urbà ben conservat i amb una bona il·luminació.

En el cas de Tona, hi ha diferents elements que fan perdre atractivitat a l'eix comercial, com façanes degradades, peces de mobiliari urbà en mal estat de conservació, manca de neteja de l'espai públic en alguns punts, pintura de la senyalització horitzontal no renovada o locals buits que embruten la imatge del carrer. També hi ha mostres d'incivisme: acumulació de burilles de cigarretes en escocells, papers al terra, deixalles en l'espai públic...



En alguns trams de l'eix, com el 2, el 4 o el 6 manquen elements com jardineres per embellir l'espai. També caldria reforçar la presència de papereres, algunes molt distanciades entre sí.

L'enllumenat públic a l'eix comercial es fa amb fanals fixats a les façanes al llarg del carrer Major. Al final del carrer Barcelona s'hi situen fanals de peu.



→ A Tona manca millorar la neteja de l'espai públic, el manteniment del mobiliari urbà i l'embelliment dels carrers, així com incidir en la responsabilitat individual de les persones, amb campanyes de civisme

5.4. ELS LOCALS BUITS

La proliferació de locals buits a l'eix comercial contribueix a empobrir el teixit urbà i genera un aspecte de degradació que repercuteix a tot l'entorn. La disminució de l'oferta comercial s'ha produït paulatinament en els darrers anys.

A l'eix comercial principal s'identifiquen 34 locals en planta baixa buits, alguns dels quals estan en lloguer o en venda. D'altres, ja no tornaran al mercat per raons diverses: altres usos a disposició dels propietaris, herències... Els locals en lloguer dels quals s'ha pogut obtenir informació tenen un preu de lloguer que oscil·la entre els 2,78 i els 6,86€/m², quantitats molt dispars.



Alguns dels locals estan en estat de degradació amb manca de neteja i de conservació.



→ A l'eix comercial s'identifiquen 34 locals buits en planta baixa que trenquen el continu comercial

→ Alguns dels locals buits no tornaran a tenir ús comercial

→ El preu per m2 de lloguer dels diferents locals que estan al mercat és molt dispar, algun està molt sobrevalorat

5.5. L'APARCAMENT

Prop de la zona comercial, hi ha 3 àrees d'aparcament lliure: a la plaça de la Sardana, a la plaça Ú d'Octubre i a la Canal. Les dues primeres presenten índexs d'ocupació alts, la de la Canal és poc utilitzada.



La zona blava de rotació, de pagament, amb un centenar de places, se situa als carrers Major, Call i Barcelona, la plaça del Monument a la Sardana, un tram del carrer Joan Maragall i un altre del carrer de les Maduixes. Funciona de dilluns a dissabte, de 9 a 13.30h i de 16.30 a 20h. El temps màxim d'estacionament dins d'aquest horari és de 2 hores. El servei està gestionat per la Fundació Privada TAC Osona.



→ A Tona hi ha suficients places d'aparcament gratuïtes prop de l'eix comercial. L'aparcament de la Canal està infrautilitzat

→ A l'eix comercial no hi ha habilitades places d'estacionament exprés per fer compres ràpides o per recollir compres. Les places que hi ha són de càrrega i descàrrega

5.6. LA SENYALITZACIÓ COMERCIAL

La funció de la senyalització comercial és la de dirigir i orientar els compradors potencials cap a les àrees de concentració comercial de cada municipi. Per a les persones que hi accedeixen en vehicle, els senyals direccionals els han d'acostar a les zones d'aparcament. I des de les zones d'aparcament hi ha d'haver senyalització direccional per a vianants cap a l'eix comercial.

A Tona se situen diferents elements de senyalització vertical d'aproximació que orienten cap a la zona comercial i als aparcaments, però les indicacions no es troben a tots els accessos.

A les sortides dels supermercats grans en vehicle hi ha senyals direccionals cap a l'eix comercial. En aquesta zona, alguns indicadors de l'eix comercial comparteixen suport amb els senyals de l'outlet de Tona, que prenen protagonisme.



Les zones d'aparcament no estan identificades amb el nom de l'emplaçament.

No hi ha senyalització que acosti els vianants des dels aparcaments cap a l'eix comercial.

→ **A Tona hi senyalització comercial i d'aparcaments, però no respon a un pla per millorar la mobilitat de vehicles i vianants, establir itineraris segurs i còmodes i pacificar el trànsit de l'eix comercial**

6. LA DEMANDA COMERCIAL

Per recollir informació sobre la demanda comercial a Tona el mètode escollit ha estat la realització d'enquestes a clients potencials. La majoria de les enquestes s'han distribuït via online degut a les mesures de seguretat que s'havien de respectar amb motiu de la pandèmia de la Covid-19 i s'han complementat amb unes quantes enquestes presencials a persones de les franges d'edat de les quals s'havien obtingut menys respostes.

FITXA TÈCNICA DE L'ENQUESTA

Tècnica d'investigació: Enquesta online + enquesta presencial

Univers: Persones clientes potencials dels comerços de Tona

Dates de l'enquesta: Enquesta online: del 31 de maig a 9 de juny de 2021.

Enquesta presencial: 15 de juny de 2021

Mostra: 226 persones (214 online, 12 presencials)

Qüestionari: s'adjunta a l'annex

El nombre de participants a l'enquesta ha estat de 226 persones, amb aquesta distribució d'edats:

EDATS	NOMBRE PARTICIPANTS
< de 30 anys	43
De 30 a 39 anys	36
De 40 a 49 anys	49
De 50 a 59 anys	61
De 60 a 69 anys	21
70 anys o més	16
TOTAL	226

La mitjana d'edat dels enquestats és de 45,6 anys.

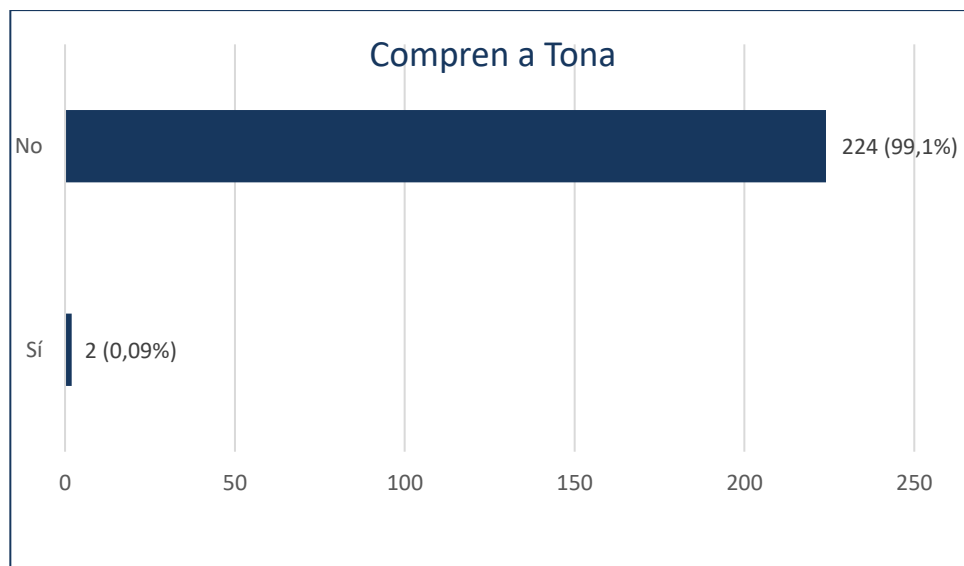
Els enquestats resideixen en els següents municipis:

MUNICIPI RESIDÈNCIA	NOMBRE PARTICIPANTS
Tona	203
St. Miquel de Balenyà	6
Els Hostalets de Balenyà	3
Taradell	2
Torelló	2
Vic	2
Barcelona	1
El Brull	1
Girona	1
Malla	1
Manlleu	1
Seva	1
Tacoronte (Canàries)	1
St. Sadurní d'Osormort	1
TOTAL	226

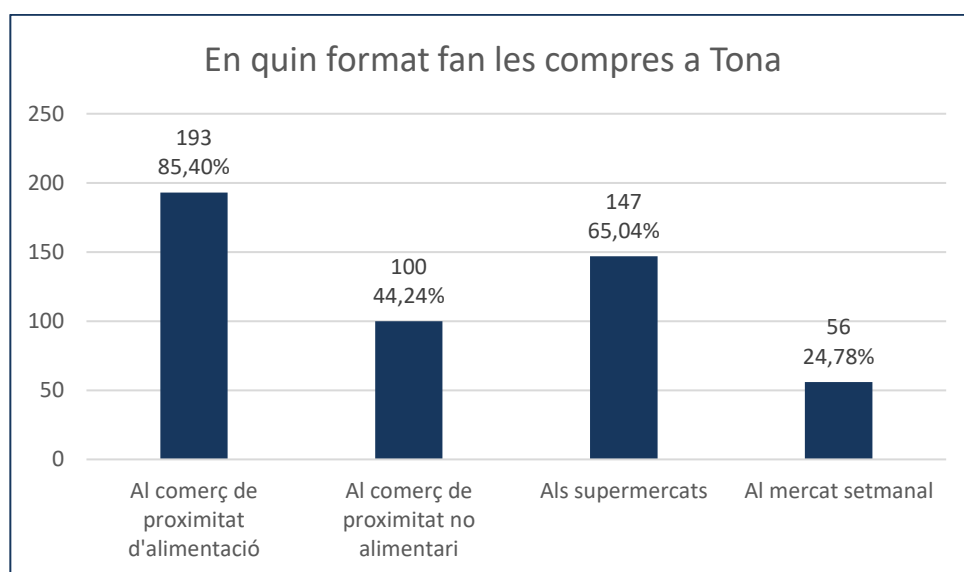
ELS HÀBITS DE COMPRA

Per conèixer els hàbits de compra de les persones enquestades, es van formular diferents preguntes relacionades amb els formats, les tipologies o les motivacions de compra.

El 99,1% de les persones enquestades van manifestar que compraven a Tona.



La resposta dels enquestats a la pregunta “En quins formats fas les teves compres a Tona?” és la següent:



El format on els enquestats fan més compres és el comerç de proximitat d'alimentació (86%), seguit dels supermercats (65%). El 44% compren al comerç de proximitat de productes no alimentaris i el 25% manifesten que compren al mercat setmanal.

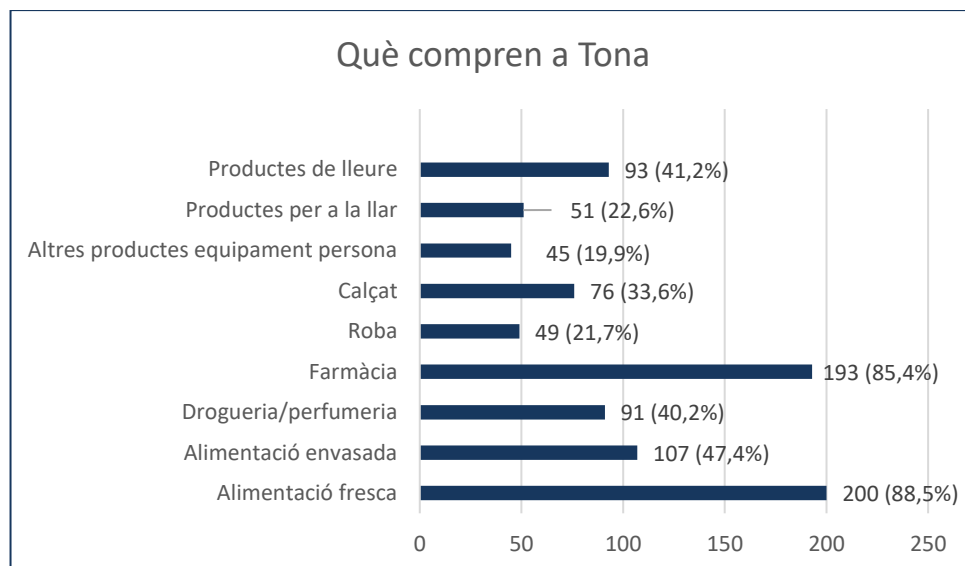
La distribució per edats és la següent:

	Comerç proximitat alimentació	Comerç proximitat no alimentari	Supermercats	Mercat setmanal
<30	79,0%	41,9%	76,7%	18,6%
30-39	88,9%	41,7%	69,4%	8,3%
40-49	85,7%	42,9%	69,4%	16,3%
50-59	85,2%	52,5%	60,6%	23,0%
60-69	95,2%	42,9%	47,6%	61,9%
>70	81,2%	31,2%	50,0%	62,5%

Les persones que més compren al mercat setmanal són les de 60 anys o més.

- **Més del 99% de les persones enquestades compren a Tona**
- **Els formats comercials que reben més clients són els comerços de proximitat d'alimentació i els supermercats**
- **Al comerç de proximitat de productes no alimentaris hi compren menys de la meitat dels enquestats**
- **El 25% dels enquestats que compren a Tona ho fan al mercat setmanal, sobretot els de 60 anys o més**

La següent pregunta "Què compres a Tona?" tenia com a objectiu conèixer a quines tipologies de producte es destinava la despesa dels enquestats al comerç del municipi.



Els enquestats compren majoritàriament a Tona productes quotidians: alimentació fresca (88,5%) i farmàcia (85,4%). Fan despesa local en alimentació envasada un 47,4% i en productes de drogueria i perfumeria un 40,2%.

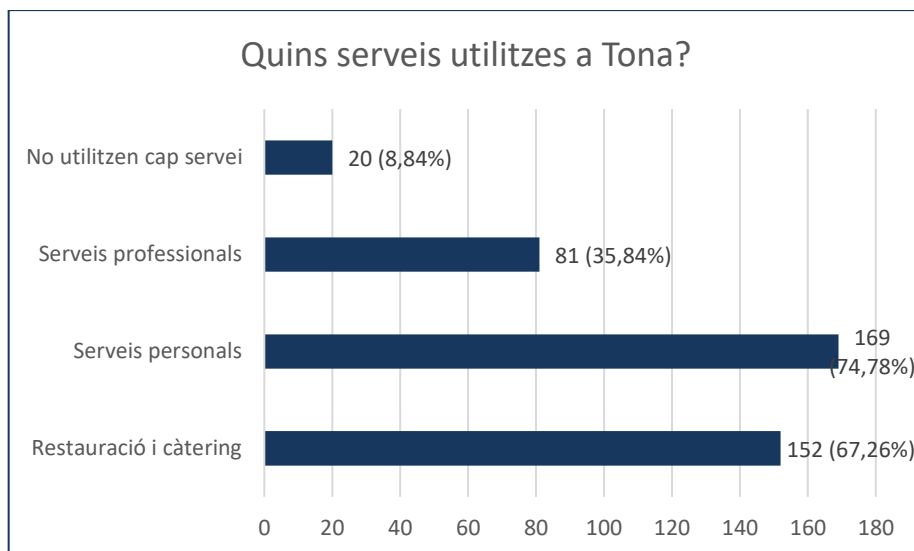
Pel que fa als productes de compra no quotidiana, la categoria més comprada a Tona és la de productes de lleure (41,2% dels enquestats), seguida del calçat (33,6%), dels productes per a la llar (22,6%), de la roba (21,7%) i d'altres productes d'equipament de la persona (19,9%).

un 33,6% manifesten que compren a Tona calçat, un 41,2% productes de lleure i un 21,7% roba.

→ **La compra de productes quotidians es fa bàsicament a Tona**

→ **Hi ha una forta evasió de compra sobretot per a productes no quotidians, però també per a l'alimentació envasada i pels productes de drogueria/perfumeria**

Per conèixer la utilització de serveis dels enquestats a Tona, se'ls va demanar "Quins serveis utilitzes a Tona?"



El 91,15% de les persones enquestades (206) utilitzen algun servei a Tona.

Els serveis més utilitzats són els personals com perruqueria, estètica, teràpies, tintoreria..., dels quals en fan ús el 74,78% dels enquestats.

El 67,26% accedeixen a serveis de restauració i de càtering al municipi.

El 35,84% utilitzen serveis professionals com els d'agències de viatge, gestories, immobiliàries o assegurances.

Per trams d'edat, els resultats són els següents:

	Restauració i càtering	Serveis personals	Serveis professionals	No utilitzen cap servei a Tona
<30	86,0%	69,8%	27,9%	4,7%
30-39	66,7%	69,4%	33,3%	6,2%
40-49	75,5%	81,6%	40,8%	6,2%
50-59	60,7%	72,1%	29,5%	12,5%
60-69	57,4%	81,0%	57,1%	12,5%
>70	31,2%	81,2%	43,8%	12,5%

Els serveis de restauració i càtering són més utilitzats per les persones de menys de 30 anys (86%). La franja d'edat que menys els utilitza és els de les persones de més de 70 anys (31,2%).

Els serveis personals són molt utilitzats al municipi. Les franges que menys els utilitzen són les de persones de menys de 30 anys (69,8%) i de 30 a 39 anys (69,4%). Les franges que més els utilitzen

són les de persones de 40 a 49 anys (81,6%), de més de 70 anys (81,2%) i de 60 a 69 anys (81,0%). Les persones que més utilitzen els serveis professionals corresponen a les de la franja de 60 a 69 anys (57,1%), seguides de les de més de 70 anys (43,8%). Les persones de menys de 30 anys són les que menys utilitzen aquesta tipologia de serveis (27,9%), seguides de les de 50 a 59 anys (29,5%).

Hi ha persones de totes les franges d'edat que no utilitzen cap servei a Tona, més les que superen els 50 anys.

→ **El 8,8% dels enquestats no utilitzen cap servei a Tona**

→ **Els serveis més utilitzats a Tona per part dels enquestats són els serveis personals (74,78%), seguits dels serveis de restauració i càtering (67,26%).**

Les dades recollides evidencien que hi ha percentatges importants d'evasió de despesa. Per saber quines són les destinacions de compra, es va demanar als enquestats: "Fora de Tona, a quins altres municipis fas les teves compres?"

Les destinacions de compra dels enquestats es que recullen en la següent taula:

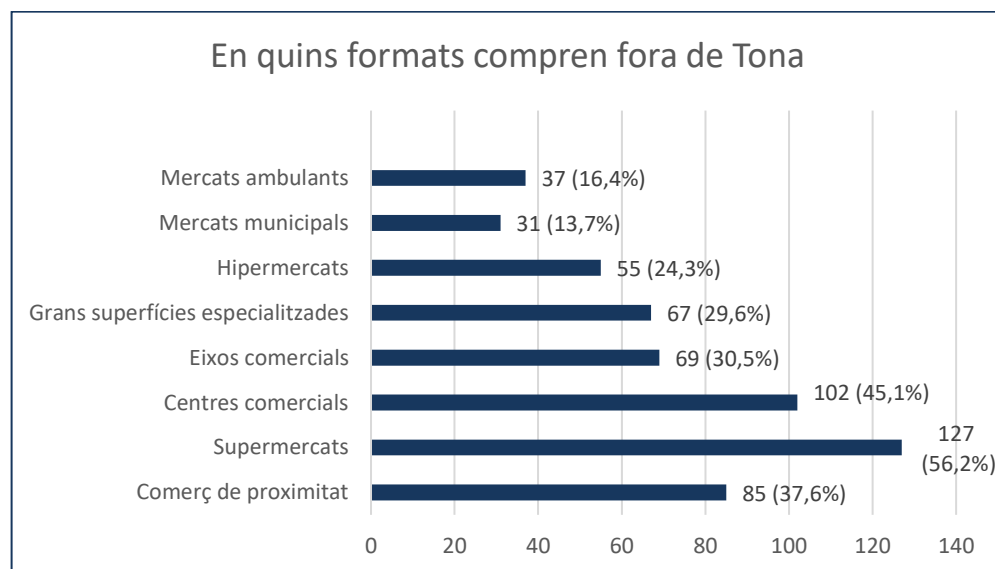
Destí de compres	Nombre persones	% enquestats
Vic	200	88 %
Malla	64	28 %
Barcelona	46	20 %
Granollers	12	5 %
Centelles	9	4 %
Manlleu	5	2 %
Girona	5	2 %
La Roca del Vallès	4	2 %
Els Hostalets de B.	2	1 %
Taradell	2	1 %
Sabadell	2	1 %
St. Miquel de Balenyà	1	0,5 %
Mataró	1	0,5 %
Tossa de Mar	1	0,5 %
Badalona	1	0,5 %
Torelló	1	0,5 %
Balenyà	1	0,5 %
Aiguafreda	1	0,5 %
St. Julià de Vilatorrada	1	0,5 %

Cornellà de Llobregat	1	0,5 %
Mollet del Vallès	1	0,5 %
Moià	1	0,5 %
Tacoronte	1	0,5 %

La principal destinació de compra dels enquestats és Vic (88%), seguida de Malla (28%) i de Barcelona (20%). Totes les compres efectuades a Malla es fan a l'hipermercat Esclat.

→ Les principals destinacions de compra fora de Tona són Vic, Malla i Barcelona

Per saber en quin format comercial compren les persones que compren fora de Tona, se'ls va formular la pregunta: "Si compres fora de Tona, en quin/s format/s ho fas?"



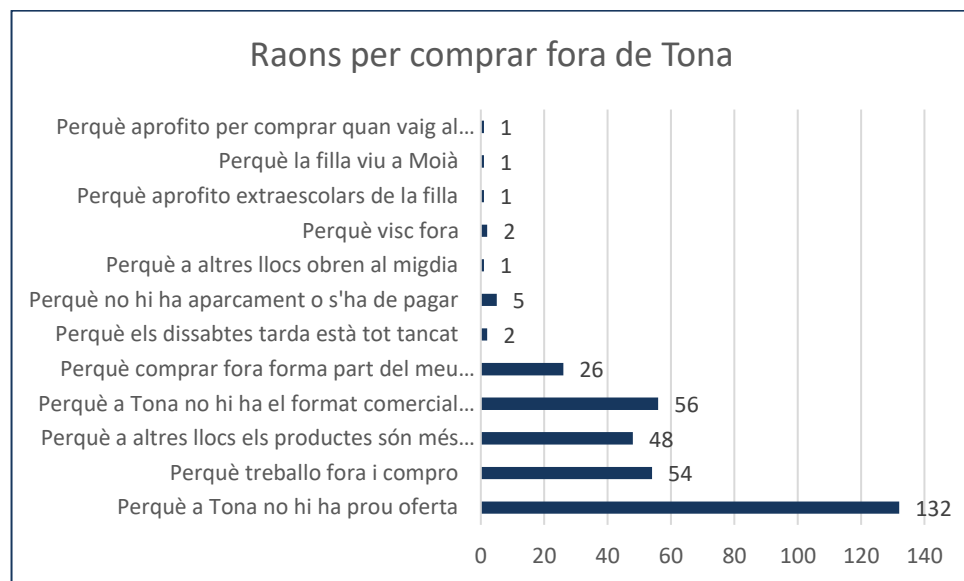
Fora de Tona, el format més freqüentat pels enquestats són els supermercats (56,2%), seguits dels centres comercials (45,1%) i del comerç de proximitat d'altres destinacions (37,6%).

Un 16,4% dels enquestats compren a mercats ambulants fora de Tona i un 13,7% a mercats municipals.

→ El 56,2% dels enquestats compren a supermercats d'altres destinacions

→ El 37,6% compren a comerços de proximitat d'altres municipis

Per conèixer les motivacions de l'evasió de compra fora del municipi, es va demanar als enquestats: "Si compres fora de Tona, quines en són les raons?"



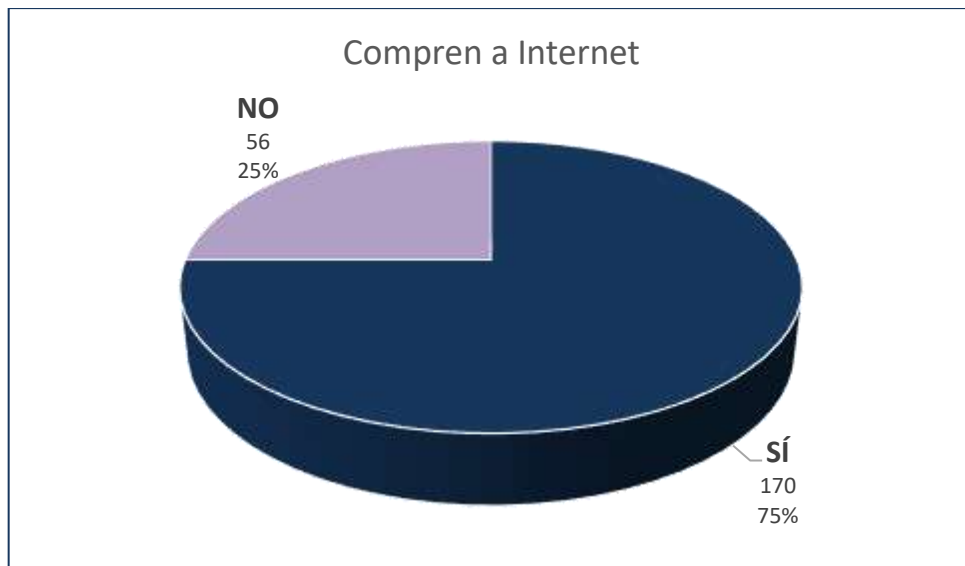
La manca d'oferta comercial a la ciutat és el principal motiu de l'evasió de compra cap a altres destinacions del 58,4% de les persones enquestades, seguit de la manca del format comercial preferit (24,8%), de què compren al lloc on treballen o en el trajecte (23,9%) i de la percepció de preus cars (21,2%).

Per a un 11,5%, comprar forma part del seu lleure i és per això que compren fora de Tona.

Un 2,2% dels enquestats manifesten que compren a fora perquè a Tona no hi ha prou aparcament o perquè s'ha de pagar.

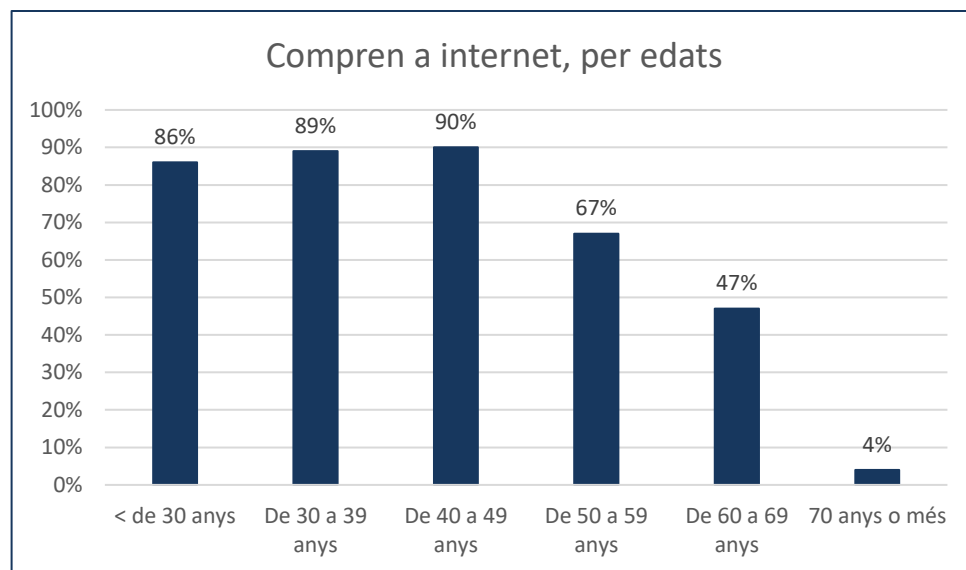
→ La manca d'oferta comercial al municipi és la principal raó de l'evasió de compra a altres destinacions

La següent pregunta "Compres per internet?" volia conèixer el nivell de penetració del canal online en les compres dels enquestats.



El 75% de les persones enquestades compren per internet.

Per edats la distribució és la següent:



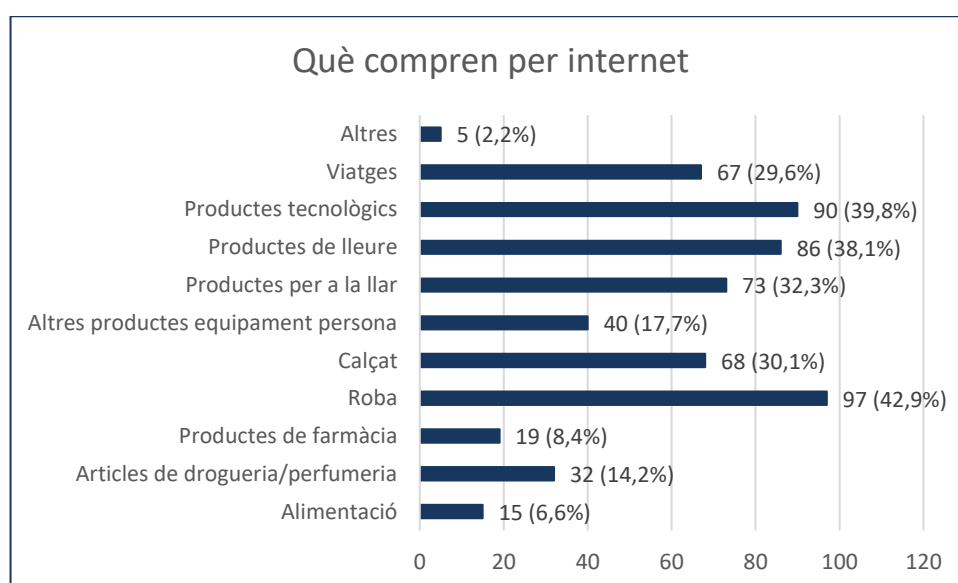
Les persones que compren online es reparteixen en totes les franges d'edat. Les que més compren a internet són les de 40 a 49 anys (90%), i les que menys les de 70 anys o més (4%).

Si creuem les respostes, constatem que només 4 de les 226 persones enquestades (1,8%) no compren ni fora de Tona ni a internet.

→ **El 75% dels enquestats fan compres online**

- El 98,2% dels enquestats compra fora de Tona, ja sigui en altres destinacions o a internet
- Fins als 59 anys, hi ha més proporció d'enquestats que compren per internet que no els que no hi compren

Per conèixer quines categories de productes eren les que els enquestats adquirien via online, se'ls va fer la pregunta: "Si compres per internet, quins d'aquests productes i serveis hi compres?"



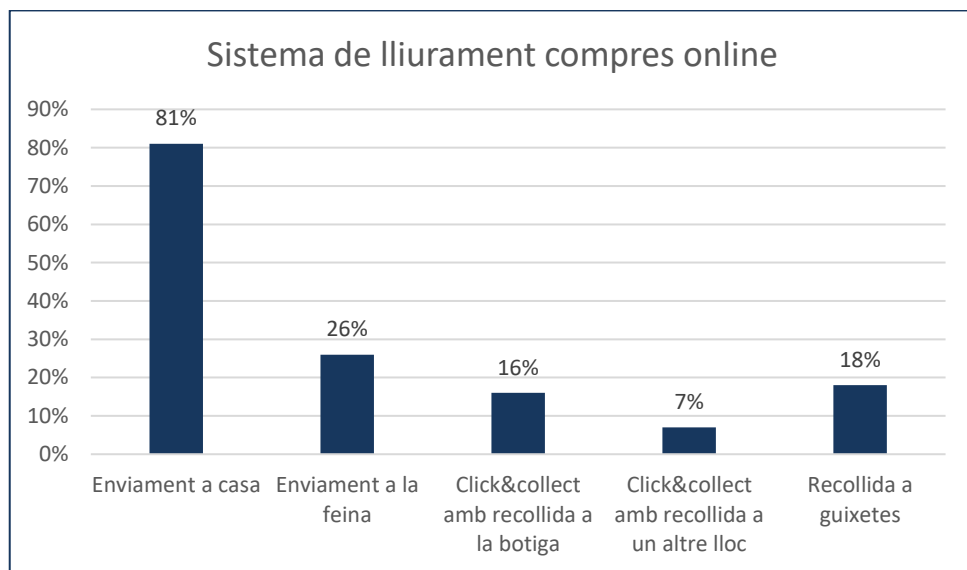
Els productes més adquirits a internet són els de compra no quotidiana. Encapçalen la llista la roba (42,9%) i els productes tecnològics (39,8%), seguits pels productes de lleure (38,1%), els productes per a la llar (32,3%) i el calçat (30,1%) i els viatges (29,6%). Pel que fa als productes quotidians, només el 6,6% dels enquestats compren pel canal digital productes d'alimentació, el 8,4% productes de farmàcia i el 14,2% productes de drogueria o perfumeria.

Els percentatges de compra online a Tona són inferiors a les dades obtingudes en estudis recents, com el promogut pel CCAM sobre comerç online i mobilitat, evolució 2018-2020 a Catalunya. Aquest estudi xifra en el 67% els compradors catalans que adquireixen online productes d'oci, cultura, electrònica i esport, en el 54% els que adquireixen moda i equipament de la persona, en el 48% els que adquireixen productes per a la llar, en el 25% els que adquireixen productes quotidians i en el 9% els que compren producte fresc.

→ La roba i els productes tecnològics encapçalen la llista dels productes adquirits online pels enquestats

→ Els percentatges de compra a internet a Tona són inferiors a la mitjana catalana

Per saber com es materialitzen les compres digitals dels enquestats, se'ls va formular la pregunta: "Si compres per internet, quin sistema de recollida fas servir?". S'admetia resposta múltiple.



El mitjà més utilitzat per rebre les compres realitzades per internet és l'enviament a domicili (81%). En segon lloc, hi ha el lliurament al lloc de treball, que fan servir un 26%. Pel que fa a les modalitats de click&collect, un 16% compren online i recullen a la botiga i un 7% fan la recollida en un altre punt. Un 18% dels qui compren per internet recullen els productes a guixetes.

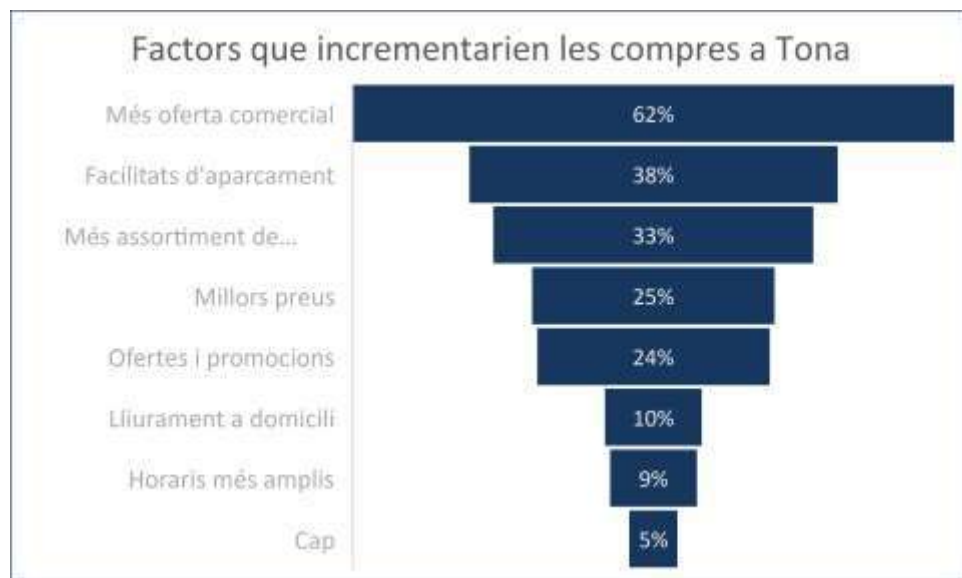
L'estudi del CCAM quantifica en el 90% els lliuraments a domicili, en el 7,3% els lliuraments a l'oficina, el 17,8% el click&collect amb recollida a la botiga i el 8% el click&collect amb recollida a un altre punt. No contempla la recollida a guixetes.

La proporció d'enquestats que reben a casa les compres online és inferior en 9 punts a la mitjana de l'estudi d'àmbit català, la dels que les reben a la feina és superior en gairebé 19 punts, la dels que recullen a la botiga on compren és inferior en gairebé 2 punts i la dels que recullen en un altre punt és superior en 1 punt.

- Un 81% dels enquestats que fan compres a internet reben comandes al seu domicili
- Un 26% reben comandes del canal online al lloc de treball i un 18% les recullen a guixetes

LA VALORACIÓ DEL COMERÇ DE TONA

Per valorar les possibilitats de revertir part de l'evasió de compra, es va demanar als enquestats que responguessin la pregunta "Quin o quins factors farien que les compres que fas fora del municipi o per internet les fessis a Tona?"



Els 4 primers factors que incrementarien la despesa a Tona dels enquestats que compren en altres municipis o via internet estan relacionats amb l'oferta comercial (62% més tipologia de botigues i 33% més productes als establiments actuals), amb les facilitats d'aparcament (38%) i amb la variable preu (25% millors preus, 24% ofertes i promocions).

Només el 9% dels enquestats manifesta que compraria més a Tona si els establiments ampliessin els horaris comercials.

El lliurament a domicili incrementaria les compres al municipi del 10% dels enquestats que compren en altres destinacions o altres formats.

Pel 5% dels enquestats que compren fora de Tona, no hi hauria cap factor que propiciés l'increment de la seva despesa al municipi.

→ L'ampliació de l'oferta comercial i les facilitats d'aparcament són els factors que més facilitarien l'increment de compres a Tona

Per avaluar les mancances de l'oferta comercial de Tona, se'ls va formular la pregunta: "Quin o quins productes no trobes al teu poble?". La pregunta era oberta i admetia respostes múltiples.

Agrupem les respostes per categoria de productes i mantenim la descripció utilitzada pels enquestats:

Alimentació (31):

Alimentació	3
Gelateria	3
Creps	2
Aliments especials	2
Peixateria	2
Congelats	1
Aliments vegans	1
Fruita i verdura ecològica	1
Alimentació com pa	1
Pasta fresca	1
Pasta fresca o congelada	1
Cuina internacional	1
Productes vegetarians/vegans	1
Productes nutrició específics	1
Varietat de restauració	1
Prod.ecològics, orgànics, de prox.	1
Xocolateria especial i tes	1
Varietat en aliments ecològics	1
Ametller (producte ecològic)	1
Productes a granel	1
Supermercat gran	1
Productes naturals a preus competitius	1
Restaurants	1
Restaurants i bars	1

Quotidià no alimentari (8):

Cosmètica	2
Perfumeria	2
Productes especialitzats perruq.	1
Caixes grosses de bolquers	1
Detergents a granel	1
Detergents i prod.ecològ. a granel	1

Equipament de la persona (165):

Roba	56
Calçat	14
Roba home	12
Roba infantil	7
Calçat infantil	6
Roba joves/juvenil	5
Roba nens	5
Varietat en roba	5
Roba de marca	5
Merceria	4
Complements	4
Sabates	3
Roba interior	2
Roba noi	2
Roba adolescents	2
Varietat en calçat	2
Roba dona	1
Roba canalla econòmica	1

Roba infants	1
Roba per canalla	1
Corseteria	1
Roba per a nois a partir de 16a.	1
Roba segona ma	1
Sabates jovent	1
Roba gent gran	1
Calçat peus delicats	1
Sabates adults	1
Roba 25-35a. Talla S	1
Roba dona bé de preu	1
Roba del meu estil	1
Algunes marques	1
Roba i calçat joves i adolescents	1
Roba ecològica	1
Calçat gent gran	1
Poca varietat roba nens	1
Roba assequible per a adults	1
Roba de la meva talla	1
Roba i sabates nostre gust i preu	1
Sabates assequibles	1
Joieria	1
Banyadors	1
Coses per bebès	1
Varietat en complements	1
Calçat econòmic	1
Per arreglar sabates	1
Llanes	1
Costura	1

Equipament de la llar (24) :

Electrodomèstics	14
Mobles	5
Mobiliària	1
Decoració	3
Llar	1

Lleure (85):

Esport/s	16
Tecnologia	13
Roba d'esport/esportiva	12
Material d'esport/esportiu	7

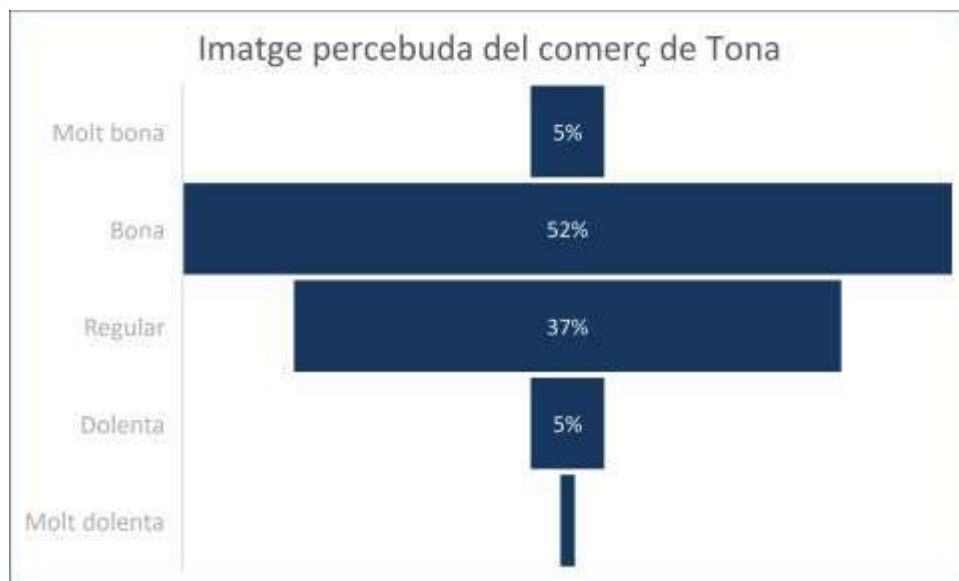
Informàtica	5
Electrònica	4
Productes d'esport	3
Telefonia mòbil	2
Llibres	2
Mòbils	2
Telefonia	1
Roba de muntanya i de bici	1
Accessoris esportius	1
Productes d'equipament i oci	1
Ulleres	1
Manualitats	1
Roba i complements esportius	1
Sabates esport	1
Audiòfons	1
Reparació mòbils	1
Material tecnològic preus comp.	1
Mòbils i tauletes assequibles	1
Maletes de viatge	1
Alta gamma informàtica i equips tecnològics	1
Joguines	1
Oci nocturn	1
Algunes joguines	1
Mòbils barats	1
Roba interior línia esport	1
Roba i calçat esport especial	1

Altres (18):

Poca varietat en general	11
Marques determinades	2
Una mica de tot	1
Taller elèctric	1
Productes especialitzats	1
Tintoreria	1
Productes vegans (menjar, higiene personal i neteja llar)	1

Les principals categories de productes que els enquestats consideren que no hi ha a Tona són les d'equipament de la persona i de productes de lleure.

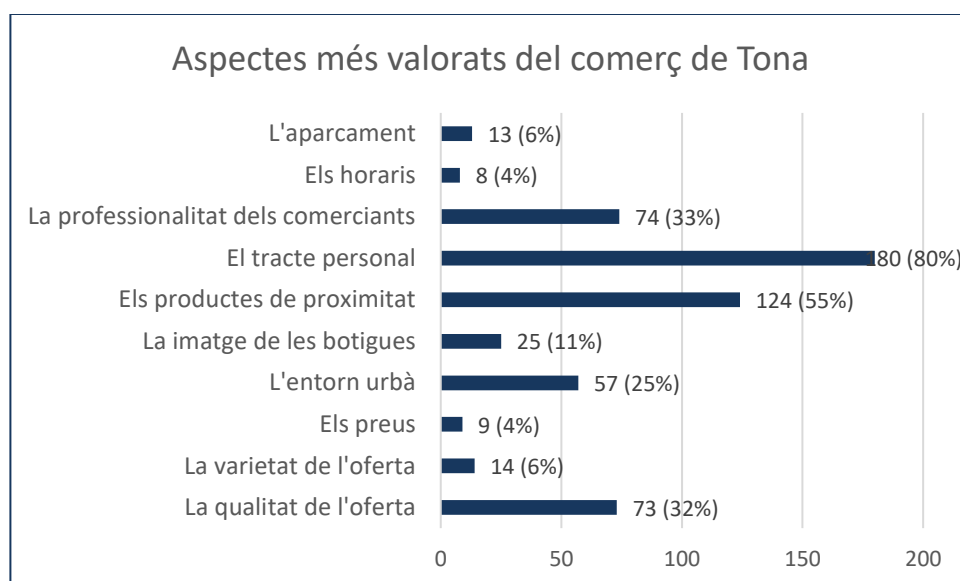
Per obtenir informació de la percepció dels enquestats sobre el comerç de Tona, se'ls va demanar: "Quina imatge tens, en general, del comerç de Tona?"



La majoria dels participants a l'enquesta (52%) fan una valoració bona del comerç de Tona. Només el 7% en tenen una imatge dolenta o molt dolenta. El 5% en tenen una percepció molt bona i el 36%, regular.

→ **La valoració del comerç de Tona per part dels clients potencials és bona**

La següent pregunta de l'enquesta demanava "Què valors més del comerç de Tona?". La pregunta admetia respostes múltiples.



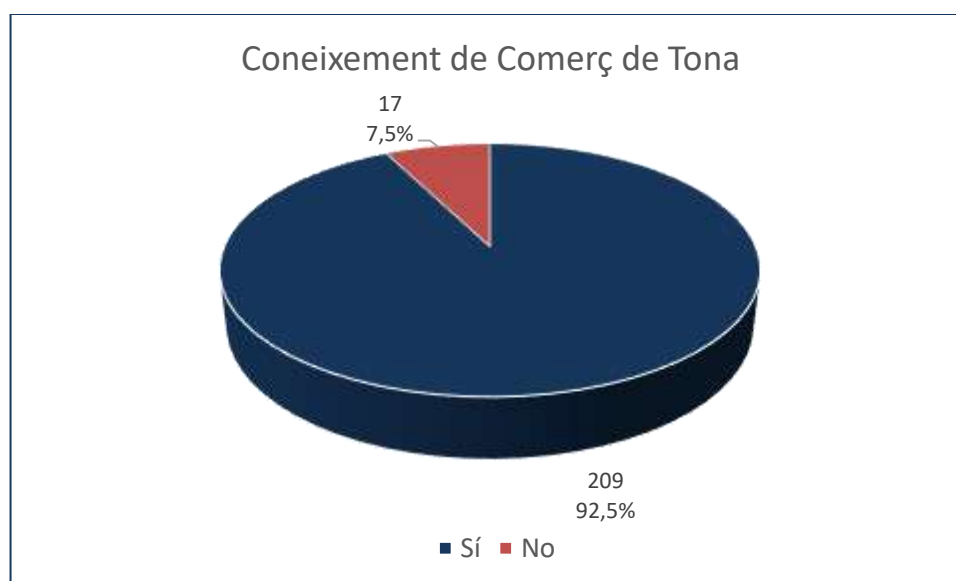
Els enquestats valoren del comerç de proximitat de Tona aquells atributs que li són inherents: el tracte personal (80%), els productes de proximitat (55%) o la professionalitat dels comerciants (33%).

L'entorn urbà és valorat només pel 25% dels enquestats. La qualitat de l'oferta comercial és valorada per 1 de cada 3 persones.

Aspectes relacionats amb el comerç que els residents aprecien poc són la imatge de les botigues (11%), l'aparcament (6%), la varietat de l'oferta (6%), els preus (4%) o els horaris (4%).

- Els aspectes més valorats del comerç de Tona són el tracte personal i els productes de proximitat
- L'entorn urbà i la qualitat de l'oferta comercial només estan valorats per 1/4 i 1/3 dels enquestats, respectivament
- La imatge de les botigues, l'aparcament, la varietat de l'oferta, els preus i els horaris estan a la cua de les valoracions dels enquestats

Amb la següent pregunta: "Coneixes Tona Punt de Comerç?" es volia determinar la notorietat de l'associació de comerciants representativa del municipi.



El 92,5% de les persones enquestades manifesten conèixer Tona Punt de Comerç.

La distribució per edats del 7,5% de persones que no coneixen Tona Punt de comerç és la següent:

- Menys de 30 anys 11,6%
- De 30 a 39 anys 11,1%
- De 40 a 49 anys 2,0%
- De 50 a 59 anys 0%
- De 60 a 69 anys 9,5%
- Més de 70 anys 31,2%

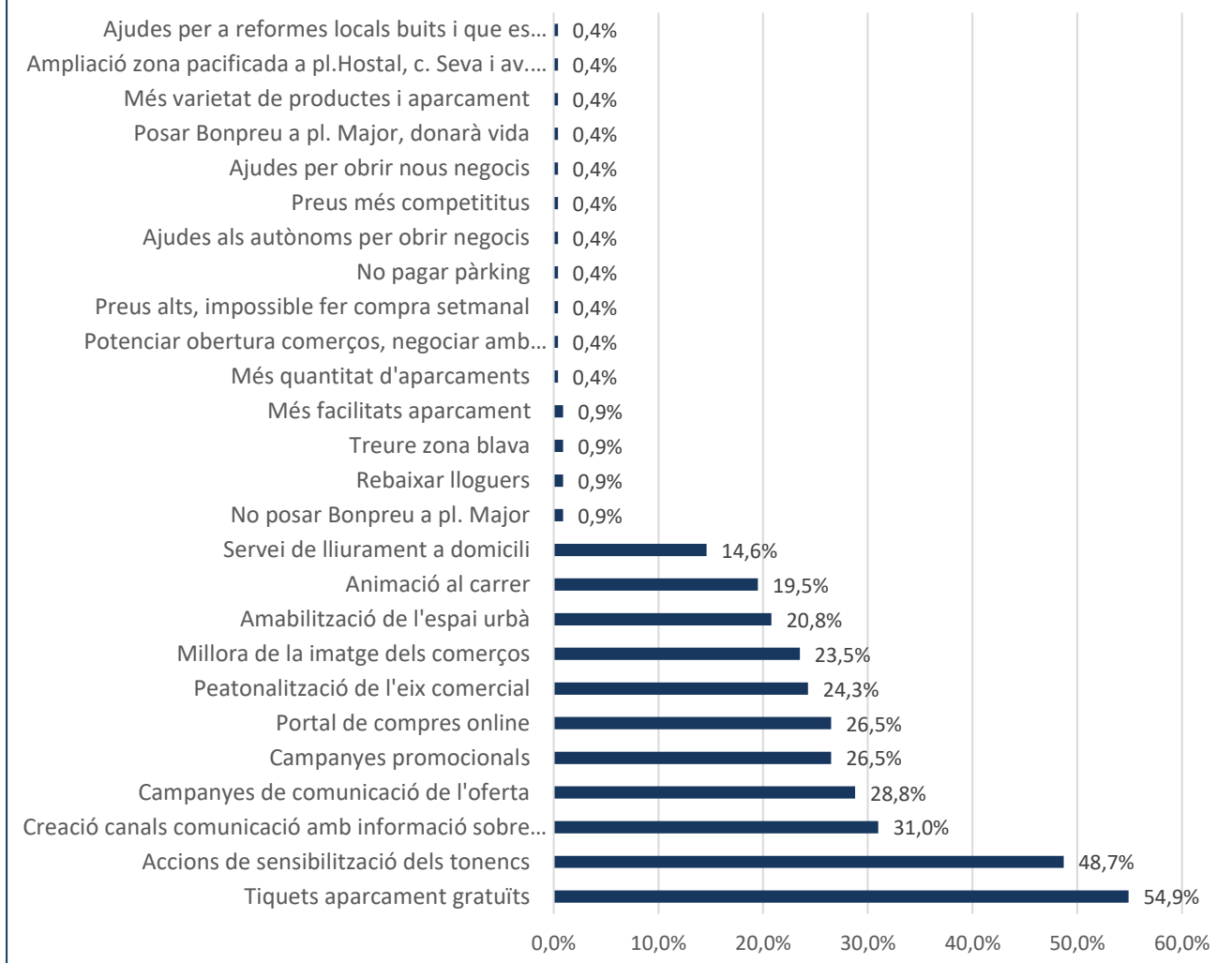
Les persones de més de 70 anys són les que menys coneixen Tona Punt de Comerç, seguides del grup de menys de 30 anys. Tots els enquestats entre 50 i 59 anys coneixen l'entitat.

→ **L'associació de comerciants Tona Punt de Comerç és àmpliament coneguda**

→ **Les persones que menys coneixen Tona Punt de Comerç són les majors de 70 anys, seguides de les menors de 30**

Amb la darrera pregunta de l'enquesta "Quines accions consideres necessàries per impulsar el comerç de Tona?" es volia conèixer els aspectes de millora del comerç tonenc en opinió dels entrevistats.

Accions que consideren necessàries per impulsar el comerç de Tona



Pels enquestats, les principals accions a portar a terme per millorar la situació del comerç de Tona són el repartiment de tiquets d'aparcament gratuïts (54,9%), les accions de sensibilització dels tonencs (48,7%), la creació de canals de comunicació amb informació sobre els establiments comercials i les activitats que es desenvolupen (31%), les campanyes de comunicació de l'oferta (28,8%), les campanyes promocionals (26,5%) i la creació d'un portal de compres online (26,5%). La peatonalització de l'eix comercial es creu necessària per part d'un 24,3% dels enquestats. Un 23,5% consideren que cal millorar la imatge dels comerços i un 20,8% que cal amabilitzar l'espai urbà. Un 19,5% voldrien animació al carrer i un 14,6% un servei de lliurament a domicili.

Altres aspectes que han esmentat els enquestats són: No posar o posar el Bonpreu a la plaça Major, rebaixa del preu dels lloguers dels locals, treure la zona blava

d'estacionament, més quantitat d'aparcaments, més facilitat d'aparcaments, o no pagar pàrkings, que els comerços tinguin uns preus més competitius o ajuts a la implantació o a les reformes dels negocis, entre d'altres.

→ Els enquestats consideren que cal principalment repartir tiquets d'aparcament gratuïts, fer accions de sensibilització dels residents a Tona i crear canals de comunicació per informar sobre els establiments comercials o les activitats que es desenvolupen per tal d'impulsar el sector comercial al municipi

7. L'ÀREA DE COMERÇ DE L'AJUNTAMENT DE TONA

L'àrea de Comerç de l'Ajuntament de Tona depèn de la regidoria de Promoció Econòmica, Comerç, Pagesia, Fires i Mercats, Turisme, Economia Social, Sostenible i Cooperativisme, Finances Municipals i República. Actualment la regidoria compta amb una tècnica de Desenvolupament Local.

Des de l'àrea de Comerç de l'Ajuntament s'informa puntualment als negocis comercials i de serveis de tots aquells temes que poden ser del seu interès a través d'una llista de difusió de whatsapp i es posa a disposició dels empresaris accions formatives organitzades per entitats com la Mancomunitat la Plana o Creació.

També s'ha elaborat des d'aquesta àrea el directori de comerços i empreses de serveis del municipi.

Des de l'Ajuntament de Tona s'organitzen accions promocionals com la de Sant Jordi, Tona Floreix o la campanya de Nadal.

Des de l'àrea de Desenvolupament Local es gestiona un compte a Twitter que actualment té més de 200 seguidors i també es fan campanyes a d'altres xarxes socials.

L'àrea de Comerç de l'Ajuntament està en contacte amb la Junta Directiva de Tona Punt de Comerç per consensuar les accions que es duen a terme per ambdues parts.

8. SITUACIÓ COMPETITIVA DEL COMERÇ DE TONA

8.1. ANÀLISI DAFO

Amb l'anàlisi DAFO volem identificar les fortaleeses i les debilitats del comerç de Tona i les amenaces i les oportunitats que presenta l'entorn.

Els punts forts i els punts febles són característiques rellevants sobre les quals es té el control. Els punts forts diferencien el comerç del municipi del d'altres indrets. Els punts febles provoquen situacions desfavorables pel desenvolupament del comerç i amenacen la capacitat de millora.

Les amenaces i les oportunitats són elements externs que no es poden controlar directament, però que cal tenir en compte perquè poden incidir de manera significativa en l'evolució favorable o desfavorable del comerç de la ciutats.

A partir de la identificació d'aquests elements, utilitzarem les fortaleeses per aprofitar les oportunitats, per fer front a les amenaces i per intentar superar les debilitats.

De cada punt identificat en els diferents apartats, indiquem els efectes que comporta per al comerç.

7.2. ANÀLISI DAFO – FORTALESES

FACTOR	EFFECTES
Manca d'oferta comercial en alguns subsectors	Evasió de compra cap a altres destinacions o altres formats comercials
Densitat comercial inferior a la mitjana catalana	Mancances en l'oferta comercial i evasió de compra
Índex d'Atracció comercial alt	Possibilitats de captació de demanda externa
Alta oferta d'establiments del sector quotidià, superior a la mitjana catalana	Retenció de la despesa bàsica al poble
Mercat setmanal del divendres	Actua com a element dinamitzador econòmic i social
Àmplia oferta d'establiments de serveis	Evita desplaçaments dels clients potencials a d'altres destinacions
Oferta de restauració de qualitat	Atracció de clientela més enllà de les persones residents
Entitat sectorial representativa del sector comercial consolidada: Tona Punt de Comerç	Predisposició del sector a liderar un Pla de dinamització comercial al municipi
Alt grau de coneixement de Tona Punt de Comerç	Reconeixement de les accions que es duen a terme
Predisposició de l'Ajuntament a apostar pel sector	Permet abordar reptes de forma consensuada
Oferta suficient de places d'aparcament gratuït prop de l'eix comercial	Facilita la compra i el passeig
A la majoria de comerços, la persona propietària està al capdavant del negoci	Coneixement directe de les necessitats dels clients per part dels comerciants i capacitat de reacció
Servei de repartiment a domicili molt estès	Retenció de compra al municipi
Valoració positiva del comerç de Tona per part dels clients	Evita més evasió de compra
Senyalització comercial i d'aparcaments	Facilita l'accés a l'eix comercial

7.3.ANÀLISI DAFO – DEBILITATS

FACTOR	EFFECTES
Discontinuitats a l'eix comercial	Disminueix l'atractiu de la zona
Evasió de compra de productes no quotidians	Pèrdua de mercat potencial
Espais urbans poc amables	No conviden al passeig dels vianants i no incentiven les compres
Supermercats grans situats a la perifèria	No actuen de tractors cap al comerç de proximitat
Imatge poc cuidada d'alguns establiments	Disminució de l'atractivitat de l'eix comercial
Proliferació de locals buits a l'eix comercial	Pèrdua d'atracció de l'entorn
Preus de lloguer d'alguns locals sobrevalorats	Dificulta la implantació de nous negocis
Horaris comercials no unificats	Pèrdua de volum de mercat i expulsió de compres cap a altres destinacions o formats
Molts comerços no obren els dissabtes a la tarda	Fugues de compra cap a altres destinacions
Baix nivell de digitalització dels comerços	Pèrdua d'oportunitats de captació i de fidelització de clientela
Tona Punt de Comerç no té gestió professionalitzada	Manca de visió estratègica en la planificació d'accions
Poc interès per la formació per part dels comerciants	Manca d'adequació a la demanda potencial i als nous patrons de compra
Aspectes normatius que no es compleixen (preus productes, indicació horaris...)	Increment de les barreres que troben els clients per accedir als comerços
Els residents valoren negativament la imatge de les botigues i només 1 de cada 4 valora positivament l'entorn urbà	Promou l'evasió de compra
Percepció de problemes d'aparcament per part dels usuaris potencials	Frena l'accés de clients a l'eix comercial

Manca de promoció comercial i turística conjunta	Es desaprofita l'oportunitat de sumar actius
Poca oferta d'oci per als joves	Derivació de consum cap a altres destinacions

7.4. ANÀLISI DAFO – OPORTUNITATS

FACTOR	EFFECTES
Tendència al creixement de la població	Increment del mercat potencial
Població menys envellida que la mitjana catalana	Públic objectiu més jove, amb més propensió a la compra
Poder adquisitiu dels residents igual que la mitjana catalana	Capacitat de compra al comerç de proximitat
Taxa d'atur inferior a la mitjana comarcal	Més capacitat de compra per part dels residents
Recursos de patrimoni cultural i de connexió amb el medi natural	Captació de públic visitant i possibilitat d'establir sinèrgies entre turisme i comerç
Instal·lació del supermercat Bonpreu a la plaça Major	Regeneració de l'espai i atracció de visitants
L'Escola d'Hostaleria d'Osona, situada al municipi	Possibilitat de crear aliances per organitzar accions des del vessant gastronòmic
Pla de Mobilitat en redacció	Afavorirà l'accés de les persones a l'eix comercial
Tendència creixent a fer compres responsables i a apostar pel producte del territori	Creixement de les compres dels residents als comerços locals
Sensibilització de les administracions en la promoció de l'activitat comercial	Increment de recursos per a la promoció del sector comercial i de serveis
Increment a Catalunya del turisme familiar de proximitat	Possibilitat de captació de visitants al municipi, clients potencials dels establiments comercials i de serveis

7.5. ANÀLISI DAFO - AMENACES

FACTOR	EFFECTES
Població ETCA negativa	Mercat potencial de residents inferior a la població empadronada
Desplaçament per raó d'estudis a d'altres poblacions	Evasió de compra cap a les poblacions de destí
Mercat setmanal poc modernitzat, amb clientela d'edat avançada	Pèrdua progressiva d'atracció
Increment del comerç electrònic	Evasió de compres dels clients cap a aquest canal
Canvis en els hàbits de consum i de compra	Necessitat del comerç d'adaptar-se als canvis per ser competitiu
Supremacia del vehicle privat, amb un parc molt superior a la mitjana catalana	Facilitat per visitar destinacions de compra fora del municipi
Manca de relleu generacional a molts comerços	Increment del tancament de negocis

9. EL PLA DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL

9.1. EL POSICIONAMENT

Per tal d'incrementar el nivell de competitivitat del sector comercial de Tona cal definir el posicionament desitjat. L'estratègia de posicionament ha de definir la imatge que volem que es creï del comerç del municipi en els consumidors potencials. I aquesta estratègia s'ha d'emmarcar en una estratègia integral de municipi que en potenciï la singularitat.

Amb totes les dades que tenim sobre la taula, hi ha un conjunt d'inputs que, potenciats conjuntament, ens permeten associar Tona a un poble amb qualitat de vida per als residents i atractiu per a un públic familiar. Entre els inputs trobem:

- Elements patrimonials com el camp de les Lloses o les diferents ermites
- Rutes de passeig a l'entorn del patrimoni natural
- Parcs infantils situats a diferents punts del municipi com el parc de la plaça de l'Hostal, el parc de la Font Morta o el parc Roqueta. Aquest darrer amb zona de pícnic, barbacoes, pista de bàsquet i wc. El parc de les Feixetes, on es programen diferents activitats i que també compta amb zona de pícnic
- Un eix comercial principal de més de 700 m, amb diferents tipologies de negocis
- Establiments amb producte alimentari artesà de qualitat, com el pa, els embotits o els formatges. Mas El Garet de Tona, productor de formatges i làctics amb llet de cabres i vaques ecològiques ha rebut diferents premis internacionals
- Establiments comercials com Eines per aprendre, amb una selecció de joguines educatives o Videoca amb una àmplia oferta de productes d'oci
- Establiments de restauració pizzeries, granges, braseries, frankfurts... amb oferta adequada per a les famílies
- L'empresa artesana Bufallums, que fa joguines i figures amb paper maxé, amb taller al municipi
- Fires i festes com la Fira Joc Joc, Una tona de màgia o el Pessebre Vivent
- La Sala la Canal, amb programació d'activitats infantils
- Cursos de cuina per a infants a l'Escola d'Hostaleria

Mancaria a Tona l'habilitació d'una àrea d'autocaravanes per a una tipologia de turisme creixent i sostenible.

El comerç, com a una peça més d'aquest ecosistema, s'ha de decantar per tenir un mix comercial adient al públic objectiu, per oferir serveis complementaris que cobreixin les necessitats de la clientela i per oferir una experiència de compra memorable. Cal sumar qualitat del producte, personalització de l'oferta, atenció professional, innovació i preu adequat.

L'any 2015, les Nacions Unides van establir un conjunt de 17 objectius globals per erradicar la pobresa, protegir el planeta i assegurar la prosperitat per a tots com a part d'una nova agenda de desenvolupament sostenible, l'Agenda 2030. Cada objectiu té metes específiques que s'han d'assolir abans del 2030, amb la implicació de governs, sector privat i societat civil.

L'any 2019 el Govern de Catalunya va aprovar el Pla Nacional per a la implementació de l'Agenda 2030 a Catalunya, que recull els compromisos per assolir aquests Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS). L'Agenda de Comerç 20-21, del Consorci de Comerç, Artesania i Moda, document estratègic que recull els reptes del comerç català, ja està vinculada al projecte internacional dels ODS a través de l'ODS8-Treball decent i creixement econòmic, de l'ODS11-Ciutats i comunitats sostenibles, i de l'ODS12-Producció i Consum Responsables.



El comerç juga un paper important en la promoció del desenvolupament sostenible i, creiem necessari lligar la visió estratègica del Pla de dinamització comercial de Tona amb els ODS corresponents per aconseguir un comerç sostenible, innovador, creatiu i digital.

Per generar valor de manera alineada amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible, cal crear aliances entre els sectors públic i privat i la societat civil. Els ODS formen part de la governança i requereixen d'aliances entre actors.

A partir d'aquest context i de tota la informació analitzada, cal treballar per tal que el comerç del Tona respongui a les necessitats dels residents, de les persones de l'àrea d'influència i dels visitants.

9.2. OBJECTIUS

Per poder portar a terme totes les actuacions que es proposaran per assolir el posicionament definit serà necessari comptar amb la implicació dels agents tant del sector privat com del sector públic per tal de crear un projecte comú, consensuat i participatiu.

És recomanable impulsar una Taula del sector comercial que prioritzi el pla d'actuacions, distribueixi les funcions de cada agent i sigui un espai de debat i de reflexió del sector. En aquesta taula hi han de tenir cabuda els agents privats i públics que tenen relació amb el comerç:

- Ajuntament
- Tona Punt de Comerç
- Altres agents que es considerin necessaris (representants mercat no sedentari, restauració...)

Per aconseguir el posicionament desitjat del comerç de Tona per cada segment de públic objectiu al qual s'adreça, cal marcar uns objectius clau:

- Consolidar i fomentar el comerç del municipi
- Mantenir l'ocupació en el sector comercial
- Dotar el sector de les eines necessàries per incrementar la seva competitivitat
- Impulsar la cooperació publico-privada en l'àmbit del comerç



9.3. EIXOS ESTRATÈGICS

Per aconseguir els objectius marcats definim 5 eixos estratègics, un conjunt de programes d'actuació que identifiquen els reptes a assolir durant els anys d'implementació del Pla de dinamització comercial de Tona.

Els eixos són:

EIX 1: PROGRÉS	Professionalitzar els empresaris i els treballadors del sector comercial per tenir activitats econòmiques competitives que generin llocs de treball i que s'adeqüin a les necessitats del públic objectiu. Potenciar el treball en xarxa
EIX 2: SINGULARITAT	Generar valor des del sector comercial per aportar als clients una experiència única al territori

EIX 3: SOSTENIBILITAT	Promoure un entorn de compres i de lleure sostenible en un espai públic de qualitat i sensibilitzar els consumidors potencials sobre la importància de mantenir viu el comerç de proximitat a Tona 
--	---

EIX 4: DIFUSIÓ	Potenciar el coneixement de l'oferta comercial i de serveis del municipi per part dels clients potencials 
---------------------------------	--

9.4.EL PLA D'ACCIONS

El Pla de dinamització comercial ha de donar resposta a les necessitats del sector, ha d'incrementar la seva competitivitat i ha de millorar la qualitat percebuda pels diferents segments de clients potencials.

El Pla és una eina de gestió del sector comercial a curt i mig termini, però la seva implementació ha de ser suficientment flexible per incorporar, al llarg del temps, tots aquells canvis normatius, tecnològics o de mercat que es presentin, bé modificant les accions definides, bé incorporant-ne de noves. Les accions estan pensades per ser desenvolupades en un termini de 5 anys.

La posada en marxa de les accions requerirà de la implicació de diferents agents públics i privats. Es plantegen algunes accions ambicioses, però realistes i assumibles. Algunes de les actuacions proposades són innovadores i responen a les noves tendències que s'apliquen en el món del retail.

Detallem a continuació les accions proposades per a cadascun dels eixos estratègics.

EIX 1: PROGRÉS

La formació és un dels pilars bàsics de la competitivitat del comerç. El comerciant, com a empresari que és, necessita punts de referència que li permetin adequar el seu negoci a les necessitats d'un entorn canviant. Aquests coneixements transversals es poden interioritzar a partir de diferents aprenentatges. Cal facilitar als comerciants la dotació de capacitats, recursos i assistència tècnica necessàries.

D'altra banda, és imprescindible impulsar la col·laboració dels empresaris del sector per emprendre iniciatives ambicioses. El treball en xarxa ha de permetre l'habilitació de serveis compartits.

ACCIONS:

- 1.1.** Professionalització de la gestió de Tona Punt de Comerç
- 1.2.** Programa d'assessoraments personalitzats
- 1.3.** Intercanvis d'experiències de dinamització comercial
- 1.4.** Organització d'una xerrada sobre normativa comercial
- 1.5.** Habilitació d'espais de recollida de les compres fetes amb click&collect
- 1.6.** Digitalització del comerç

Acció 1.1. Professionalització de la gestió de Tona Punt de Comerç

Tona Punt de Comerç no compta amb una gestió professionalitzada. Amb el suport de la Diputació de Barcelona i de l'Ajuntament de Tona, ha gaudit en els darrers mesos d'un acompanyament per part d'una empresa consultora especialitzada, però són els membres de la Junta Directiva els qui acaben dissenyant i implementant les accions.

Cal comptar amb **una persona o una empresa contractada que faci les funcions de dinamitzador comercial** i que permeti a l'entitat dissenyar i executar un pla d'accions amb criteris objectius i eficients.

Acció 1.2. Programa d'assessoraments personalitzats

Amb la millora de les competències dels comerciants, s'aconsegueix la millora de la competitivitat dels establiments comercials. En l'entorn actual, els empresaris de comerç han de tenir coneixements bàsics sobre temes transversals com són les tècniques de màrqueting, la

comunicació, el visual merchandising, la gestió de clients o l'entorn digital.

Els assessoraments individualitzats atenent a les necessitats de cada comerciant i a les seves capacitacions, a càrrec d'especialistes de diferents matèries, permet obtenir uns millors resultats que els que s'obtenen en la formació grupal. Per això, proposem **el disseny d'un programa d'assessoraments personalitzats que permeti als comerciants de Tona millorar les seves competències en diferents àmbits, en funció de les necessitats detectades en cada moment**. Ara mateix, cal assessorament en aparadorisme, visual merchandising, comunicació i transformació digital.

Acció 1.3. Intercanvis d'experiències de dinamització comercial

A partir del coneixement de bones pràctiques en l'àmbit del comerç que es desenvolupen en altres municipis o en altres territoris, se'n pot valorar la transferència o l'adaptació de conceptes, de serveis o de metodologies a Tona

Amb **l'organització de benchmarkings a altres territoris, sortides d'un dia dels comerciants per veure in situ com es resolen problemes concrets o s'apliquen plans d'accions**, també s'aconsegueix crear xarxa i fomentar sinèrgies entre els participants. S'aconsella programar-ne almenys un a l'any.

Acció 1.4. Organització d'una xerrada sobre normativa comercial

En les entrevistes realitzades a comerciants per part de l'empresa consultora s'ha constatat que hi ha un desconeixement o una manca d'aplicació de la normativa comercial que obliga a indicar el preu dels productes, a informar dels horaris d'obertura dels establiments, a disposar de fulls de reclamació... Per a això, és necessari organitzar **una xerrada informativa sobre les diferents normatives que obliguen els establiments comercials**.

Acció 1.5. Habilitació d'espais de recollida de les compres fetes amb click&collect

El click&collect és una tendència que s'ha accelerat durant la pandèmia, juntament amb el repartiment a domicili. Es tracta de fer una compra per algun mitjà digital (comerç online, whatsapp...) i recollir-la en un punt, que sovint coincideix amb l'establiment comercial on s'ha fet la compra. És un sistema pràctic per a les persones que treballen i que no estan a casa per rebre les comandes. Un 16% de les persones enquestades durant l'estudi que fan compra online la recullen a la botiga on han comprat, un 7% la recullen en un altre establiment i un 18% la recullen en guixetes. En la mesura que aquest sistema està en creixement, es pot **estudiar la**

viabilitat d'habilitar a Tona alguns espais compartits de recollida amb fàcil accés en cotxe o bé utilitzar algun establiment comercial com a punt de recollida comunitari.

Acció 1.6. Digitalització del comerç

Internet ha vingut per quedar-se i el comerç de proximitat no en pot quedar al marge. Cal facilitar eines als comerciants que els ajudin en el procés de transformació digital dels seus negocis. Des de **formació sobre eines gratuïtes com google my business o google maps, sobre xarxes socials o sobre eines de missatgeria fins a acompanyament personalitzat per a implementar-les.**

EIX 2: SINGULARITAT

Tona és un poble per gaudir de manera pausada, que ofereix diferents alternatives naturals, patrimonials, gastronòmiques i lúdiques, on el comerç és un sector complementari. Per atraure un turisme de qualitat, però també per donar a conèixer als tonencs el potencial del territori, es fa necessària la interrelació dels diferents sectors. I cal oferir als visitants una experiència completa, diversa, única i de qualitat.

Cal establir mecanismes de coordinació i de cooperació entre el món del comerç i el turisme per capitalitzar la despesa associada a aquest segment de compradors.

ACCIONS:

- 2.1.** Promocionar el comerç a la web i a les xarxes socials de turisme
- 2.2.** Organització de campanyes promocionals amb sorteig d'experiències a gaudir a Tona i de productes locals entre els clients
- 2.3.** Organització de benchmarkings dels comerciants per conèixer el territori
- 2.4.** Informació sobre l'oferta comercial de Tona al Punt d'Interès Turístic, als establiments d'hostaleria i en altres punts d'interès
- 2.5.** Elaboració d'un estudi de modernització del mercat no sedentari

Acció 2.1. Promocionar el comerç a la web i a les xarxes socials de turisme

La web www.visitatona actualment és la web turística del municipi i no té un apartat específic que faci referència a l'oferta comercial. A instagram, el compte @visitatona té 548 seguidors, amb publicacions esporàdiques, cap relacionada amb l'oferta comercial i de serveis del municipi.

Cal incorporar informació sobre la varietat i la qualitat de l'oferta comercial de Tona a la web i incloure publicacions relacionades amb el comerç a les xarxes socials de turisme.

Acció 2.2. Organització de campanyes promocionals amb sorteig d'experiències a gaudir a Tona i de productes locals entre els clients

Per posar en valor els recursos locals, tant per al client resident com per al client visitants, s'aconsella **l'organització de promocions amb sorteig d'experiències úniques per a gaudir a Tona**, com un dia de visita als recursos locals i i experiències gastronòmiques, o amb **el sorteig de productes locals**.

Acció 2.3. Organització de benchmarkings per a comerciants

Els comerciants són uns dels agents prescriptors del territori. Si volem que els visitants gaudeixin d'una experiència única quan visiten Tona, cal que els comerciants disposin d'informació sobre els actius del municipi, sobre l'oferta lúdica o sobre l'oferta de serveis. **L'organització de sortides guiades per a comerciants dins del municipi** per conèixer tots aquests recursos de forma vivencial en facilitarà la seva difusió posterior.

Acció 2.4. Informació sobre l'oferta comercial de Tona al Punt d'Interès Turístic, als establiments d'hostaleria i en altres punts d'interès

És interessant **que als llocs d'afluència de visitants hi hagi, d'alguna manera, informació relativa a l'oferta comercial del municipi**. Els formats en què es pot difondre aquesta informació poden ser múltiples: expositors de targetes, estovalles de paper en establiments de restauració, cartells amb codis QR que redireccionin a l'apartat de comerç de la web turística, guies d'establiments singulars (per oferta de producte artesà, perquè organitzen experiències, perquè són històrics...).

Acció 2.5. Elaboració d'un estudi de modernització del mercat no sedentari

Per aconseguir la pervivència del mercat setmanal de Tona i captar nous segments de públic, cal fer un **estudi per analitzar-ne la ubicació més idònia, el mix comercial i les accions de senyalització i de difusió** necessàries per adequar-lo i modernitzar-lo.

EIX 3: SOSTENIBILITAT

La sostenibilitat engloba diferents components, com són l'ecològic, l'econòmic i el social. Si volem fer de Tona un municipi que es distingeixi per la sostenibilitat cal combinar: els valors ecològics, com el respecte mediambiental; els valors econòmics, com l'eficiència i la satisfacció de les aspiracions humanes o el manteniment de llocs de treball de qualitat; i els valors socials, com la justícia distributiva. En definitiva, es tracta de millorar la vida de les persones, en un entorn amable, accessible i de qualitat on el comerç hi té un paper fonamental.

És imprescindible la col·laboració de tots els actors: administracions, entitat territorial representativa, empresaris de comerç i ciutadania, per tenir uns espais urbans a escala humana, per aconseguir la sensibilització sobre el consum responsable i conscient i per fomentar la reducció de residus.

ACCIONS:

- 3.1.** Definició d'un programa per posar en valor el comerç local adreçat a les escoles
- 3.2.** Campanyes de conscienciació sobre les repercussions positives de la compra local
- 3.3.** Millora de la senyalització comercial i d'aparcaments
- 3.4.** Campanya de civisme per sensibilitzar la ciutadania sobre la necessitat de mantenir net, agradable i segur l'espai públic.
- 3.5.** Revisió dels elements de mobiliari urbà i millora de la neteja de l'espai públic
- 3.6.** Programa de recuperació de locals buits
- 3.7.** Potenciació del programa Reempresa
- 3.8.** Elaboració d'una guia de recomanacions per a l'obertura de nous comerços
- 3.9.** Facilitació de l'estacionament dels residents a la zona blava
- 3.10.** Habilitació de places d'aparcament exprés

Acció 3.1. Definició d'un programa per posar en valor el comerç local adreçat a les escoles

Un canal per difondre el paper del comerç de proximitat com a eix vertebrador del poble i per fomentar els valors que té associats són les escoles. Per això, proposem **la definició d'un programa adreçat a escolars de diferents etapes educatives (principalment Educació Primària i Educació Secundària) que els conscienciï sobre la importància d'apostar per aquest format comercial per mantenir vius els pobles, generar ocupació i contribuir a la sostenibilitat.** El programa pot contemplar diferents tipus d'accions: xerrades, debats, role-plays, visites a

comerços, concursos de dibuix o de redacció sobre el comerç... adaptades a cada edat.

Acció 3.2. Campanyes de conscienciació sobre les repercussions positives de la compra local

Cal posar en valor la importància del comerç de proximitat entre els residents i promoure la compra local. S'ha de fer pedagogia per comunicar els atributs del comerç de Tona, en positiu, als consumidors potencials i explicar què suposa l'increment de les compres en grans operadors de comerç electrònic. Els suports de les campanyes de comunicació a utilitzar són: vídeos distribuïts a xarxes socials i a pantalles informatives, banderoles, contes adreçats a diferents edats o objectes de marxandatge.

Acció 3.3. Millora de la senyalització comercial i d'aparcaments

Com ja s'ha comentat, a Tona hi ha col·locats alguns senyals direccionals verticals que indiquen l'eix comercial i els aparcaments. Aquesta senyalística és insuficient i no obeeix a un pla que faciliti l'accessibilitat i la mobilitat.

Cal dissenyar un **Pla de senyalització**, d'acord amb les directrius que s'indiquin en el Pla de Mobilitat que s'està redactant, que acompanyi tant en els desplaçaments en vehicle com a peu a un itinerari comercial clar i identificable. El Pla ha de contemplar senyalització d'aproximació, elements de mobilitat interna i elements d'informació de l'àrea comercial. És important que contempli la informació per a vianants que els marqui l'itinerari a seguir des dels aparcaments fins a l'eix comercial.

En el cas de l'aparcament de la Canal, l'itinerari aconsellat per l'accés dels vianants a l'eix comercial és el carrer de les Maduixes. Per facilitar aquest itinerari, es **recomana ubicar el pas per a vianants del carrer Antoni Figueras a l'alçada de la sortida de l'escala de la Canal i millorar l'embelliment dels elements de mobiliari urbà** situats en aquest tram de carrer per fer-lo més amable.

Acció 3.4. Campanya de civisme per sensibilitzar la ciutadania sobre la necessitat de mantenir net, agradable i segur l'espai públic.

Creació de campanyes en positiu per incentivar hàbits fonamentals de civisme entre la ciutadania. Es tracta d'implicar els ciutadans per fer possible un espai públic millor que incideixin en mals hàbits com llençar els xiclets o les burilles de cigarreta al terra o permetre que els gossos facin pipi als elements de mobiliari urbà o a les façanes. Com més neta estigui la via pública, millor serà la percepció del client potencial sobre l'espai urbà. Els suports per a la campanya

poden ser **les xarxes socials, la pantalla informativa del carrer Major, plafons informatius distribuïts al llarg de l'eix comercial o fullets bustiats a totes les llars.**

Acció 3.5. Revisió dels elements de mobiliari urbà i millora de la neteja de l'espai públic

S'ha de millorar la percepció dels ciutadans i dels comerciants sobre la neteja del municipi. Per a això cal:

- **Revisió i manteniment del mobiliari urbà** situat a les zones comercials: jardineres, papereres, bancs, pilones...
- **Increment del nombre de papereres i de jardineres** en alguns trams del carrer Major i del carrer Barcelona
- **Repintat dels elements de senyalització horitzontal** de la via pública
- **Millora del parterre amb gespa artificial** del tram del carrer Major que connecta amb el carrer Barcelona
- **Identificació dels comerços que gestionen incorrectament els residus** i informar-los de les normatives

Acció 3.6. Programa de recuperació de locals buits

La proliferació de locals buits dins dels eixos comercials va en detriment de la qualitat de l'espai comercial, especialment en els casos en què es troben en mal estat de conservació. Per això, creiem necessària la intervenció pública per millorar la imatge d'aquests espais, que afavorirà també els establiments oberts de la zona.

En primer lloc, cal disposar **del cens actualitzat de l'àrea comercial**. Aquest cens ha d'identificar la ubicació dels locals, les seves característiques (m2, serveis, restriccions normatives, si estan al mercat de lloguer o de venda), el darrer ús i el contacte dels propietaris o dels gestors.

En segon lloc, per donar visibilitat a aquests espais, es proposa **organitzar accions d'activació d'usos temporals d'aquests locals**, bé amb l'ocupació dels aparadors per comerços que es troben en ubicacions distants, bé amb informació turística o amb material de promoció de les entitats que hi ha al municipi, entre d'altres usos. Els aparadors dels locals en mal estat on no es poden fer aquest tipus d'actuacions, es poden **retolar amb vinil**, sempre i quan no hi hagi persianes.

Un dels factors que no afavoreix l'ocupació d'aquests locals és el preu de lloguer, moltes vegades sobrevalorat. Per això, és convenient iniciar un **programa de mediació amb propietaris i immobiliàries** per pactar un preu mig de lloguer adequat a les circumstàncies actuals que propiciï

l'ocupació d'aquests locals o per apostar per fórmules de lloguer variable.

L'Ajuntament de Tona hauria de prendre un paper proactiu i **subvencionar totalment o parcial el lloguer** dels primers mesos dels locals buits ocupats per emprenedors o **llogar locals que estan en punts crítics de l'eix comercial, a partir de la negociació amb els propietaris, i posar-los a disposició d'emprenedors mitjançant un sotsarrendament en part subvencionat.**

Acció 3.7. Potenciació del programa Reempresa

La manca de relleu generacional a les empreses comercials i de serveis de Tona pot incrementar a mig termini el volum de locals tancats a l'eix comercial. Per evitar-ho s'ha d'actuar anticipadament, promovent el programa Reempresa tant entre comerciants que no compten amb relleu com entre persones emprenedores que es volen autoocupar. El programa Reempresa, impulsat per la CECOT, és un mecanisme pel qual un o més reemprenedors accedeixen a la propietat d'una empresa d'altres, en funcionament, amb l'estalvi dels tràmits de creació i amb l'acompanyament de la part reemprenedora.

Cal, en primer lloc, fer **el treball de prospecció per analitzar la vida que queda als establiments comercials i de serveis** del municipi fins a la jubilació dels propietaris i saber si compten o no amb relleu generacional. A partir d'aquí, començar a actuar en aquells casos que l'horitzó de jubilació estigui a pocs anys vista, **informant del programa Reempresa, programant sessions amb possibles persones emprenedores i fent l'acompanyament de tot el procés.**

Acció 3.8. Elaboració d'una guia de recomanacions per a l'obertura de nous comerços

Redacció d'una guia que reculli tots aquells aspectes a tenir en compte per a l'obertura d'un nou establiment comercial o de serveis a Tona i distribució als emprenedors de nous negocis.

La guia ha de contenir aspectes normatius (horaris, preus, ordenances municipals, requeriments tributaris...), recomanacions sobre la imatge de l'establiment o l'atenció al públic i informació sobre recursos oferts per les administracions o per l'associació de comerciants local.

Acció 3.9. Facilitació de l'estacionament dels residents a la zona blava

El repartiment de tiquets gratuïts d'aparcament és l'acció que el 55% dels enquestats, la majoria residents a Tona, creuen necessària per impulsar el comerç del municipi.

Per facilitar l'accés dels residents a l'eix comercial es proposa que aquests disposin d'un **temps d'estacionament diari gratuït a la zona blava del municipi**, per exemple d'1 hora. Els parquímetres actuals són obsolets i pot ser que no es puguin adaptar a aquesta funcionalitat,

però seria convenient instal·lar nous models que complissin aquesta funció o bé implementar un **sistema de pagament per mòbil a través d'una App**. Aquest sistema permetria identificar els vehicles dels residents per oferir-los el temps d'estacionament gratuït, així com augmentar el temps d'estacionament des de qualsevol lloc o fer el pagament amb targeta bancària.

Acció 3.10. Habilitació de places d'aparcament exprés

Per facilitar les compres ràpides en establiments com estancs, farmàcies o forns de pa, les gestions en empreses de serveis o la recollida de compres de pes, una bona solució és l'**habilitació en punts estratègics de places d'aparcament exprés**, que es poden identificar amb senyalització vertical i horitzontal, aquesta de color vermell. El temps d'estacionament permès en aquestes places ha de ser breu, entre 10 i 20 minuts. És imprescindible un bon control d'aquest tipus d'aparcament, a poder ser per la mateixa empresa concessionària de la zona blava en els horaris coincidents. Aquestes places poden substituir-ne d'altres de càrrega o descàrrega o de zona blava o poden ser de nova habilitació i han de funcionar diàriament en horari comercial. Com a mínim, caldria habilitar-ne 3 al començament, al centre i al final de l'eix comercial principal.

EIX 4: DIFUSIÓ

Per fomentar el comerç de proximitat de Tona convé reforçar la seva imatge i donar visibilitat als establiments comercials i de serveis. Es tracta de donar a conèixer l'oferta comercial del municipi als clients potencials, sobretot als residents i als habitants de l'àrea d'influència

ACCIONS:

- 4.1.** Creació i difusió de la marca comercial
- 4.2.** Campanyes d'Ads a xarxes per captar clientela de l'entorn
- 4.3.** Ornamentació d'aparadors amb elements comuns
- 4.4.** Organització d'un shopping night
- 4.5.** Organització d'espais pop up amb oferta conjunta
- 4.6.** Campanyes de promoció del municipi per a un públic objectiu familiar

Acció 4.1. Creació i difusió de la marca comercial

Actualment, des de l'Ajuntament de Tona s'utilitza la marca "Tona Comerç Irreductible" en totes les accions de dinamització comercial que es duen a terme. Cal avaluar si aquesta ha de ser la **marca comercial del municipi**, que s'associï a la proposta de valor que es vol definir per al comerç local o si cal canviar-la. La marca ha d'esdevenir un punt de trobada entre els interessos del sector, de l'administració pública i de la ciutadania i ha de ser utilitzada en totes les accions de dinamització comercial que s'organitzin a Tona, a partir de la creació d'un storytelling comú.

Acció 4.2. Campanyes d'Ads a xarxes per captar clientela de l'entorn

Realització de vídeos que posin l'èmfasi en l'oferta de producte no quotidià que es pot trobar a Tona i en l'amabilitat de l'entorn per captar clientela de l'àrea d'influència. **Aquests vídeos s'han de difondre, de manera segmentada, amb campanyes d'Ads a les xarxes socials**, en funció de les carències de l'oferta comercial i de serveis dels municipis de l'entorn.

Acció 4.3. Ornamentació d'aparadors amb elements comuns

Per tal de donar notorietat al comerç del municipi i d'oferir imatge d'unitat, es proposa **l'ornamentació dels aparadors del comerç local amb elements relacionats bé amb algun esdeveniment que es dugui a terme a Tona com les fires o festes, bé amb elements de temporada** (primavera, Nadal...). Edició en cartolina, vinil o algun altre material d'elements versàtils per col·locar als aparadors. Comunicació amb publicacions a xarxes socials.

Acció 4.4. Organització d'un shopping night

Com hem constatat en les enquestes que s'han realitzat en la fase de diagnosi, moltes persones residents a Tona no tenen els comerços del municipi com a primera opció de compra, especialment en referència als productes no quotidians. En la mesura que compren en altres destinacions o utilitzen el canal online, cada vegada s'allunyen més de la realitat comercial de l'entorn i, per tant, en desconeixen l'oferta. Per incentivar les visites als comerços, es proposa **organitzar anualment un shopping night per donar a conèixer l'oferta comercial i de serveis, sense compromís de compra per part del client**. Es tracta que els clients potencials puguin entrar als establiments i els comerciants els mostrin l'oferta de productes i els expliquin els serveis que ofereixen en un ambient festiu, sense compromís de compra. Aquest contacte directe entre comerciant i client pot afavorir el posterior establiment de relacions comercials.

Acció 4.5. Organització d'espais pop up amb oferta conjunta

Amb l'objectiu de donar a conèixer l'amplitud i la qualitat de l'oferta dels establiments de Tona, es proposa l'habilitació de botigues físiques de forma efímera en localitzacions estratègiques que recullin una mostra dels productes que es poden trobar als establiments del municipi.

L'organització d'espais pop up amb oferta conjunta, almenys una vegada a l'any, és una forma de sorprendre i d'atraure els consumidors així com de teixir complicitats entre els comerciants. La ubicació d'aquests espais efímers pop up pot ser en espais en desús, en locals comercials buits o a l'aire lliure i cal fer-ne una bona campanya de difusió.

4.6. Campanyes de promoció del municipi per a un públic objectiu familiar

Programació de campanyes que venguin Tona com una destinació amable, còmoda i acollidora i que posin en valor l'oferta patrimonial, cultural, gastronòmica, comercial i de lleure del municipi. Creació d'un eslògan que reculli la singularitat de Tona. **Campanyes a emissores de ràdio i a xarxes socials, assistència a fires, col·locació de tanques a les entrades, inserció de baners a webs, retolació de camions i furgonetes d'empreses de Tona o d'autocars que operen a les línies que passen pel municipi.**

10. ANNEXOS

10.1. QÜESTIONARI ENQUESTA

Enquesta sobre hàbits de compra a Tona

Des de l'Ajuntament de Tona s'està fent un estudi sobre la situació del comerç al municipi. T'agraïrem que responguis aquesta enquesta sobre hàbits de compra i grau de satisfacció, que ens ajudarà a dissenyar un pla de millores de cara als propers anys per garantir la competitivitat d'aquest sector que dona vida al poble.

* **Obligatòria**

1. Municipi de residència *

2. Edat *

3. Compres a Tona? *

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Sí, habitualment
- ☐ Sí, esporàdicament
- ☐ No

4. A quin o quins formats fas les teves compres a Tona? *

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Al comerç de proximitat d'alimentació
- ☐ Al comerç de proximitat de productes no alimentaris
- ☐ Als supermercats
- ☐ Al mercat setmanal

Altres: ☐ _____

5. Què compres a Tona? *

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Alimentació fresca
- ☐ Alimentació envasada
- ☐ Articles de drogueria/perfumeria
- ☐ Productes de farmàcia
- ☐ Roba
- ☐ Calçat
- ☐ Altres productes d'equipament de la persona: joieria, bijuteria, merceria i altres complements
- ☐ Productes per a la llar (electrodomèstics, decoració, plantes...)
- ☐ Productes de lleure (llibres, joguines, videojocs, informàtica, fotografia...)
- ☐ No compro a Tona

Altres: ☐ _____

6. Quins serveis utilitzes a Tona?

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Restauració i càtering
- ☐ Serveis personals: perruqueries, estètiques, teràpies, arranjament de roba, tintoreria...
- ☐ Serveis professionals: agències de viatge, gestories, assegurances, immobiliàries...
- ☐ No utilitzo cap servei a Tona

7. Fora de Tona, a quins altres municipis fas les teves compres?

8. Si compres fora de Tona, en quin/s format/s ho fas?

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Comerç de proximitat
- ☐ Supermercats
- ☐ Centres comercials
- ☐ Eixos comercials de ciutats grans
- ☐ Grans superfícies especialitzades
- ☐ Hipermercats
- ☐ Mercats municipals
- ☐ Mercats ambulants

Altres: ☐ _____

9. Si compres fora de Tona, quines en són les raons?

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Perquè a Tona no hi ha prou oferta
- ☐ Perquè treballo fora de Tona i compro on treballo o en el trajecte
- ☐ Perquè a altres llocs els productes són més barats
- ☐ Perquè a Tona no hi ha el format comercial on compro
- ☐ Perquè comprar fora forma part del meu lleure

Altres: ☐ _____

10. Compres per internet? *

Maqueu només un oval.

- ☐ Sí
- ☐ No

11. Si compres per internet, quins d'aquests productes i serveis hi compres?

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Alimentació
- ☐ Articles de drogueria/perfumeria Productes de farmàcia
- ☐ Roba
- ☐ Calçat
- ☐ Altres productes d'equipament personal (complements, joies...)
- ☐ Productes per a la llar (electrodomèstics, mobles, decoració, plantes...)
- ☐ Productes de lleure (llibreria, joguines, fotografia, esports...)
- ☐ Productes tecnològics (informàtica, videojocs...)
- ☐ Viatges

Altres: ☐ _____

12. Si compres per internet, quin sistema de recollida fasservir?

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Enviament a casa
- ☐ Enviament a la feina
- ☐ Clic&collect amb recollida a la botiga on compres
- ☐ Clic&collect amb recollida en un altre lloc
- ☐ Recollida a guixetes

13. Quin o quins d'aquests factors farien que les compres que fas fora del municipi o per internet les fessis a Tona?

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Horaris més amplis
- ☐ Millors preus
- ☐ Ofertes i promocions
- ☐ Més oferta comercial
- ☐ Més assortiment de productes als comerços actuals
- ☐ Lliurament a domicili
- ☐ Facilitats d'aparcament
- ☐ Cap

Altres: ☐ _____

14. Quin o quins producte/s no trobes a Tona? *

15. Quina imatge tens, en general, del comerç de Tona? *

Maqueu només un oval.

- ☐ Molt dolenta
- ☐ Dolenta
- ☐ Regular
- ☐ Bona
- ☐ Molt bona

16. Què és el que més valores del comerç de Tona? *

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ La qualitat de l'oferta
- ☐ La varietat de l'oferta
- ☐ Els preus
- ☐ L'entorn urbà
- ☐ La imatge de les botigues
- ☐ Els productes de proximitat
- ☐ El tracte personal
- ☐ La professionalitat dels comerciants
- ☐ Els horaris
- ☐ L'aparcament

Altres: ☐ _____

17. Coneixes Tona Punt de Comerç? *

Maqueu només un oval.

- ☐ Sí
- ☐ No

18. Quines accions consideres necessàries per impulsar el sector comercial de Tona? *

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Campanyes promocionals (sortejos, premis directes...)
- ☐ Campanyes de comunicació de l'oferta
- ☐ Animació al carrer
- ☐ Accions de sensibilització dels tonencs i de les tonenques per incrementar les compres i la utilització desproveis al comerç local
- ☐ Servei de lliurament a domicili
- ☐ Portal de compra online
- ☐ Millora de la imatge dels establiments comercials
- ☐ Peatonalització de l'eix comercial
- ☐ Amabilització de l'espai urbà
- ☐ Tiquets d'aparcament gratuïts
- ☐ Creació de canals de comunicació amb informació sobre els establiments comercials i/o les activitats que es celebren a Tona

Altres: ☐ _____



**Diputació
Barcelona**

