

# Prats de Lluçanès

## anàlisi comercial

Juliol 2022

## **Crèdits**

Estudi comercial de Prats de Lluçanès

La Transversal de projectes, s.l.u.  
Raval de dins, 26 – 08202 Sabadell  
Info@latransversal.com

**la**transversal  
projectes i gestió

## **Direcció:**

Gerència Serveis de Comerç  
Àrea Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç  
Diputació de Barcelona

## ABSTRACT

El treball pretén un anàlisi de l'activitat comercial i de serveis de Prats de Lluçanès, confrontar comercialment el municipi de Prats en relació a la subcomarca del Lluçanès i finalment avaluar les accions de dinamització i promoció comercial.

En aquest sentit es constata un municipi amb una forta vocació comercial i sobretot de serveis enfocats a satisfer la demanda de la subcomarca del Lluçanès. Destaca també, que l'oferta està liderada per emprenedors joves; el 60% dels establiments consultats, el seu titular té menys de 50 anys i són els que generen major ocupació, concentrant el 72% del total.

Recollides opinions dels agents protagonistes (comerciants i ajuntament) i avaluades les estratègies i les actuacions en termes de dinamització comercial, del treball es constata que una majoria dels enquestats 55% mostren satisfacció en general amb les accions de dinamització i promoció comercial, i un 45% consideren que cal millorar.

En cada capítol del treball, s'extreuen unes conclusions i un resum i finalment en el darrer capítol, es proposen una sèrie de millores generals per mirar de rendibilitzar al màxim els esforços que s'esmercen en el pla d'actuació anual actual.

En línies generals podem concloure que Prats és municipi de referència comercial i de serveis en el seu territori, que la línia de treball és bona i cal posar l'accent en accions d'impacte immediat o de curt termini, (màrqueting de carrer i fidelització) a la vegada que reforçar en la mesura del possible la comunicació i els seus canals; amb constància i intensitat.

# Índex

## Dades socioeconòmiques 5

- Ubicació i relació amb l'entorn
- Estructura demogràfica
- Evolució de rendes
- L'activitat econòmica
- Evolució de l'ocupació per sectors
- Resum i conclusions

## L'activitat comercial i de serveis 13

- Concentració i densitat
- Sectors d'activitat
- Evolució del Mix 2017-2022
- Gravitació comercial.
- Justificació de la densitat comercial i de serveis.
- L'empresa comercial. Retrat de l'emprenedor
- Resum i conclusions

## Dinamització i polítiques comercials 23

- Mercat no sedentari
- Entrevista amb els responsables de l'associació
- Entrevista amb els responsables municipals.
- Pla de dinamització i promoció comercial actuals
- Resum i conclusions

# Prats de Lluçanès

## 1. dades socioeconòmiques

- Ubicació i relació amb l'entorn.
- Estructura demogràfica.
- Evolució de rendes.
- L'activitat econòmica.
- Evolució de l'ocupació per sectors.
- Resum i conclusions.

## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# Ubicació i relació amb l'entorn

Prats de Lluçanès és una població d'uns **2.634 habitants** situada en un altiplà al nord-est de la Depressió Central Catalana.

No es pot entendre Prats i la seva activitat comercial i de serveis, sense considerar la seva àrea d'influència més immediata, la subcomarca del Lluçanès, amb una extensió de 400km<sup>2</sup>, 14 municipis i 7.857 habitants, que es dibuixa a cavall d'Osona el Berguedà i el Bages.

Prats en relació a les tres capçaleres de comarca està distanciada entre 20 minuts i mitja hora, concretament; 25km/20min Berga; 30km/25min Vic; 56km/40min Manresa.

Municipi	Habitants
Prats de Lluçanès	2.569
Olost i Santa Creu de Jutglar	1.198
Sant Bartomeu del Grau	858
Sant Feliu Sasserra	602
Oristà i la Torre d'Oristà	547
Sant Boi de Lluçanès	541
Perafita	395
Lluçà i Santa Eulàlia de Puig-Oriol	273
Alpens	266
Santa Maria de Merlès	184
Sant Martí d'Albars	112
Sant Agustí de Lluçanès i L'Alou	85
Sobremunt	79
Sagàs	148
<b>Total</b>	<b>7.857</b>



ALPENS  
LLUÇÀ I SANTA EULÀLIA DE PUIG-ORIOI  
OLOST I SANTA CREU DE JUTGLAR  
ORISTÀ I LA TORRE D'ORISTÀ  
PERAFITA  
PRATS DE LLUÇANÈS  
SANT AGUSTÍ DE LLUÇANÈS I L'ALOU  
SANT BARTOMEU DEL GRAU  
SANT BOI DE LLUÇANÈS  
SANT FELIU SASSERRA  
SANT MARTÍ D'ALBARS  
SANTA MARIA DE MERLÈS  
SOBREMUNT

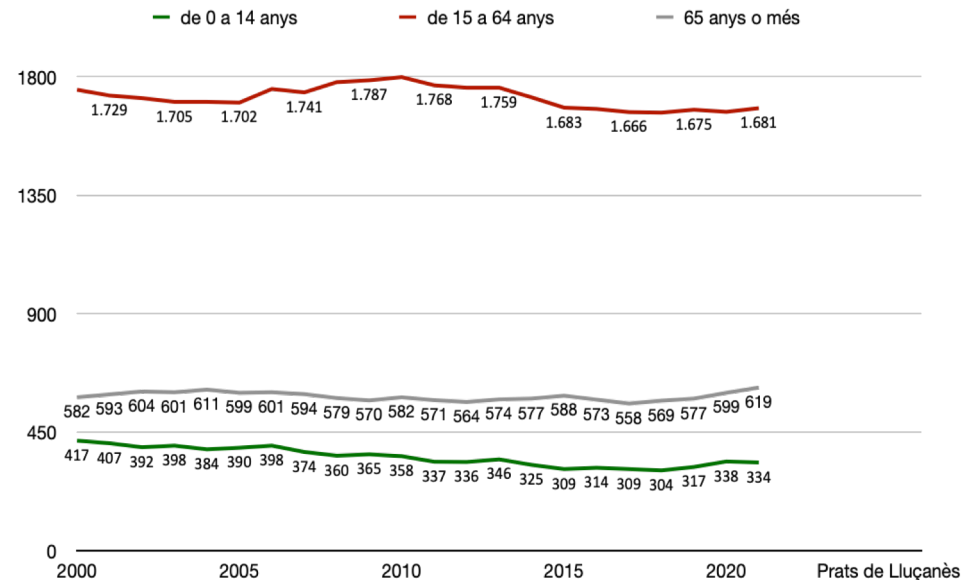
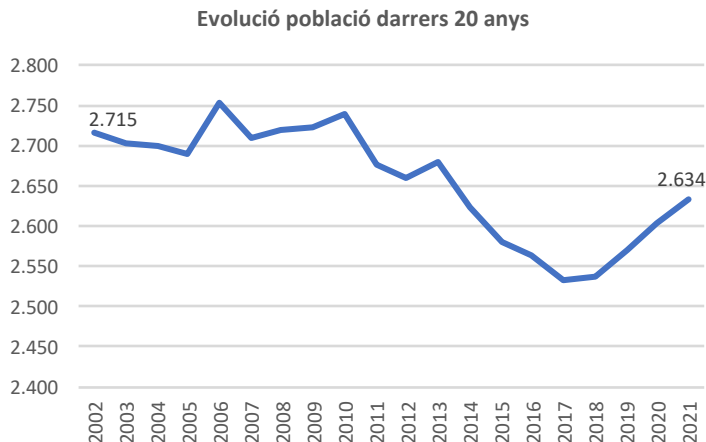
## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# Evolució demogràfica

El municipi l'any 2021 hi consten d'acord amb l'IDESCAT a partir del Padró continu de l'INE, **2.634 habitants**.

L'evolució de la població, des de 2002 fins ara 2021 d'acord amb la font referenciada, **és negativa amb una pèrdua acumulada del 3% s'ha mogut des dels 2.715 als 2.634.**

Cal destacar que **a poc a poc la població de Prats s'envelleix; la població de 0 a 14, aquests 20 anys ha mantingut un ritme descendent (-20%), la població de + de 65 ha crescut +6%** i la de 15 a 64 ha estat més fluctuant mantenint xifres entre 1787 de màxima i 1666 de mínima.



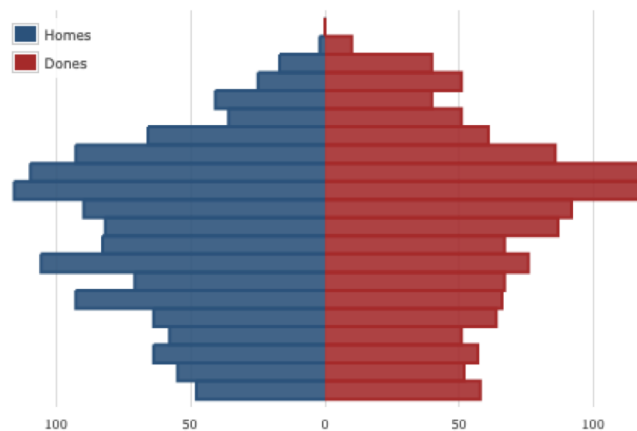
## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# Estructura demogràfica

Prats presenta una estructura demogràfica invertida més tensionada a la base respecte al dibuix de la campana demogràfica d'Osona i per tant es constata que Prats, presenta **una població més envellida respecte a la mitjana de la comarca**. Aquest fet, obeeix a diferents variables, però un dels factors que actualment influeixen més en la correcció de les piràmides demogràfiques en general és, sense dubte, l'impacte de la immigració quan aquesta assoleix índex rellevants; així explicariem que **Prats el 84% de la població és nascuda a Catalunya, mentre que només un 10% són nascuts fora de l'estat espanyol, mentre que Osona els nascuts fora de l'estat espanyol ho són el 19%, el doble**.

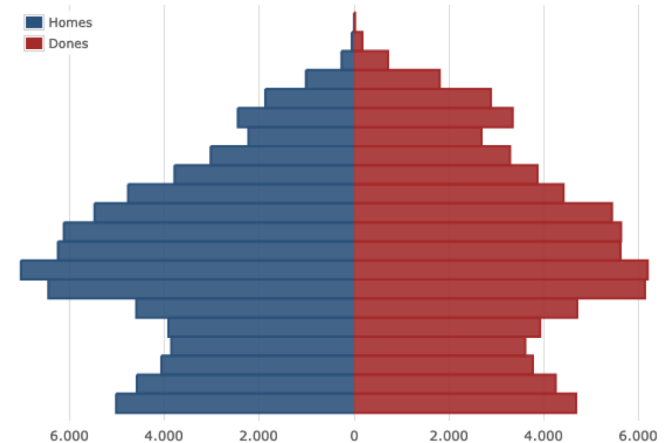
L'envelliment de la població no és una bona notícia pel municipi en termes de taxa de reposició, i tampoc per l'activitat comercial, atès que les unitats familiars amb fills són les que tenen majors necessitats i generen major consum.

Població a 1 de gener. Per sexe i edat quinquennal. Prats de Lluçanès. 2021



Font: Idescat, a partir del Padró continu de l'INE.

Població segons sexe i edat quinquennal. Osona. 2011



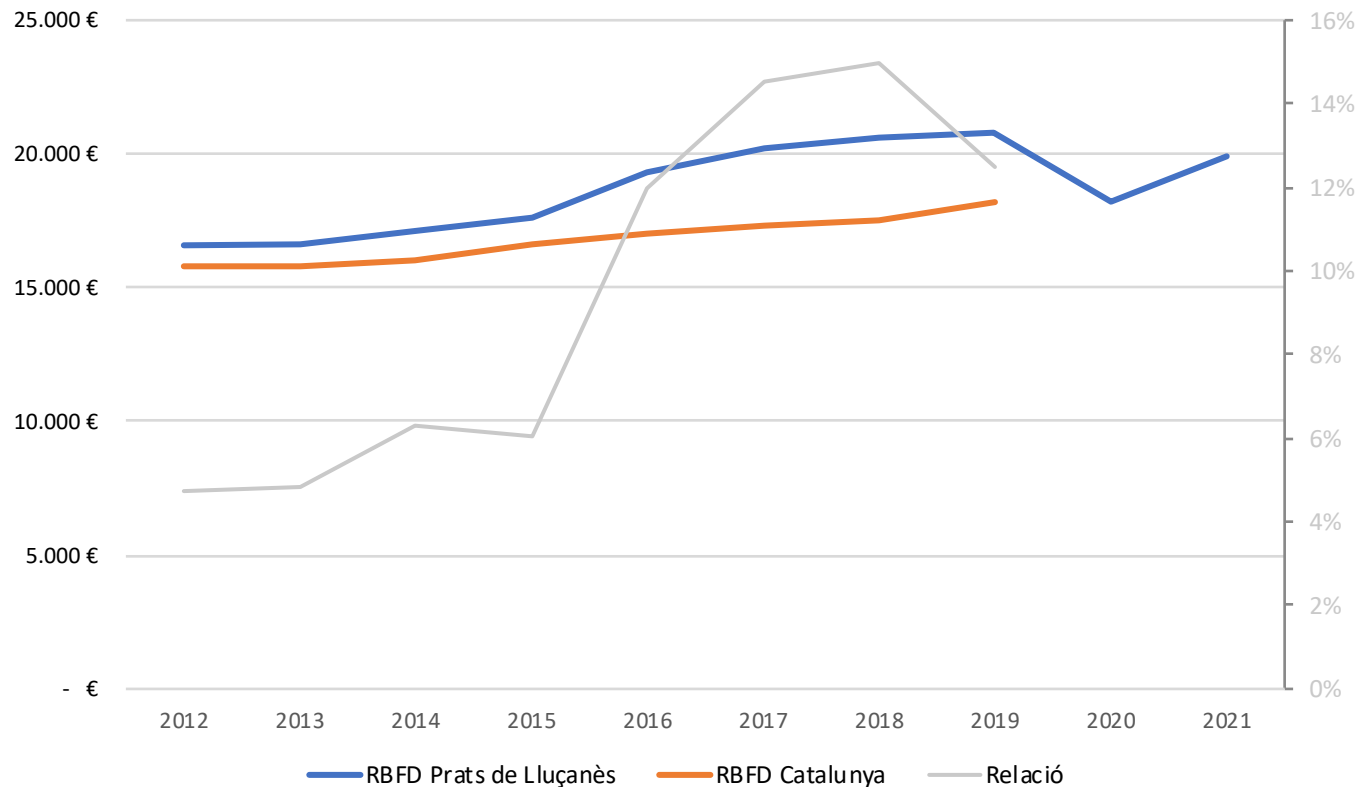
Font: Idescat, a partir del Cens de població i habitatges de l'INE.



## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# Evolució de la renda

**RBFD per habitant ha crescut** en termes absoluts i també incrementant-se respecte al creixement de rendes absolutes mitges de Catalunya. Per tant la renda dels seus habitants ha variat positivament respecte a l'increment mig català, és un 12% superior el 2019 i el 2012 ho era en un 4%



## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# L'activitat econòmica

L'economia de Prats és una economia totalment terciaritzada; destaca per la seva especialització en serveis i comerç que juntes signifiquen el 65% de l'activitat econòmica en nombre d'empreses, representant el 61% de l'ocupació del municipi, seguida per la construcció amb un 17% i la indústria amb un 16%.

Sector econòmic	Total
Activitat comercial	36
Activitat d'hostaleria o restauració	12
Activitat de gestió de residus	1
Activitat de serveis	64
Activitat energètica o minera	4
Activitat industrial	11
Activitat ramadera	23
Altres	4
<b>Total general</b>	<b>155</b>

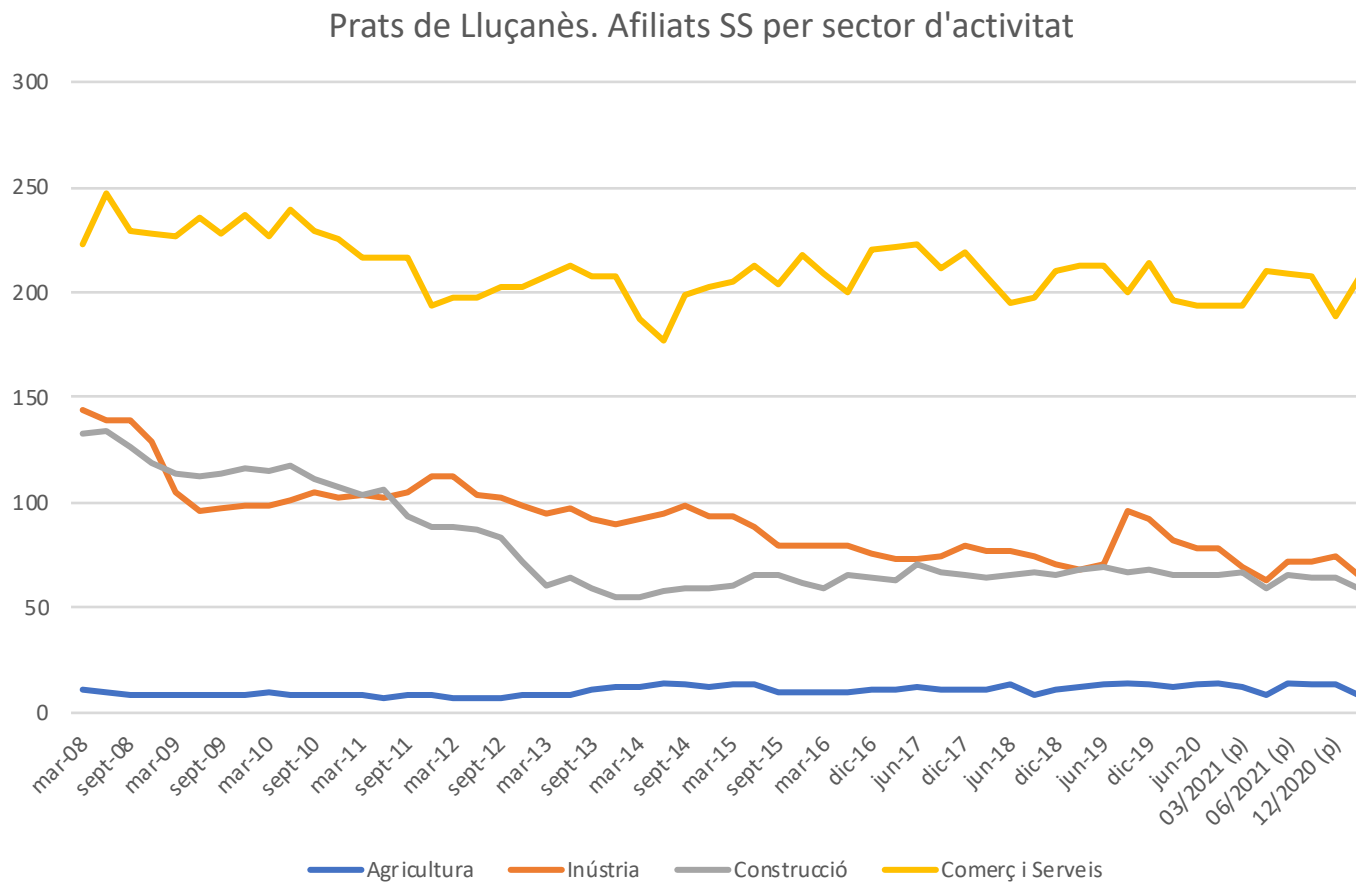
Font: sistema Sitmun DIBA



## Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques

# Evolució de l'ocupació

Si bé tots els sectors d'activitat des de 2008 han experimentat una davallada d'afiliats a la SS, el **comerç i serveis i l'agricultura** són els que han mostrat un major equilibri i **menor pèrdua d'ocupació** aquests darrers 14 anys.



Prats de Lluçanès. Dades socioeconòmiques  
**Resum i conclusions**

1. Prats presenta una **pèrdua lenta de població i dibuixa una clara tendència a l'envelliment** acompanyada d'una pèrdua de població de menys de 14 anys.
2. La **Renda bruta familiar disponible és superior a la mitjana catalana** en els 10 darrers anys.
3. Destaquem la **forta especialització de l'economia de Prats en el sector serveis**, tant en nombre d'establiments com en afiliacions a la Seguretat Social. Si bé el sector industrial i la construcció des del 2008 han perdut afiliats de forma constant, **l'agricultura i el sector serveis són els que han mostrat major estabilitat i capacitat de recuperació.**

# Prats de Lluçanès i el seu context

## 2. l'activitat comercial i de serveis

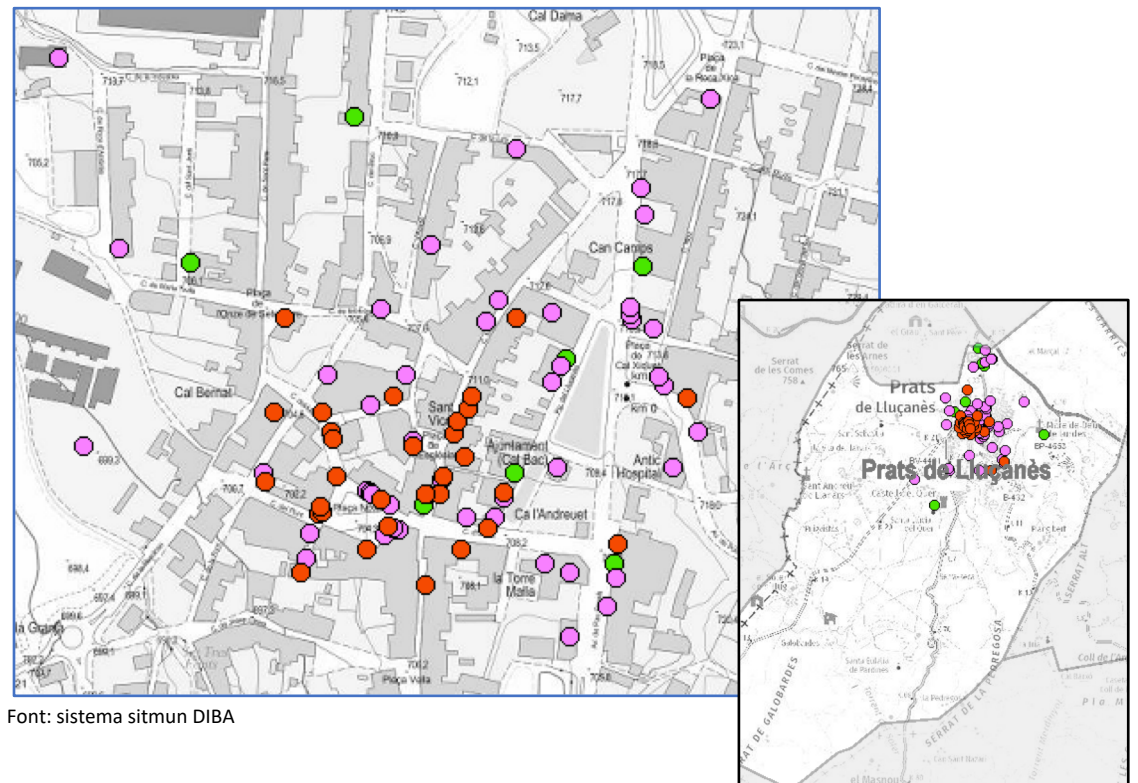
- Concentració i densitat.
- Sectors d'activitat.
- Evolució del Mix 2017-2022.
- Gravitació comercial.
- Justificació de la densitat comercial i de serveis.
- L'empresa comercial. Retrat de l'emprenedor.
- Resum i conclusions.

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial Concentració i densitat comparades

Prats presenta una molt bona concentració dels establiments de serveis i restauració a la zona central del poble, aquesta concentració és un valor afegit pel client atès que ho té tot a una isòcrona inferior als 3 minuts a peu. Per altra banda Prats presenta una densitat comercial (est./1000hab) de 20,24 molt per sobre de la mitjana catalana. Aquest alta densitat d'establiments per 1000 habitants explica que la vocació comercial i de serveis va més enllà del propi terme municipal

	Est. /1000 hab
<b>Prats de Lluçanès</b>	<b>20,24</b>
<b>Vic</b>	<b>17,79</b>
Berga	16,98
Solsonès	15,74
Manresa	14,93
Berguedà	14,88
Bages	12,87
<b>Osona</b>	<b>12,32</b>
Moianès	11,17
Anoia	10,90
<b>Catalunya</b>	<b>12,81</b>

Font: Cens d'establiments comercials de la Generalitat de Catalunya.  
<https://censcomerc.empresa.gencat.cat>



Font: sistema sitmun DIBA

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

# Concentració i densitat comparades

Prats registra unes xifres molt superiors, tant en nombre d'habitants i d'establiments comercials (no computen els serveis) respecte als municipis veïns. També mostra una clara superioritat en densitat comercial (est/1000h).

La baixa relació d'establiments comercials en la majoria de municipis obliga als seus habitants a desplaçar-se a d'altres municipis per adquirir productes i/o serveis. Més endavant, a la pàgina 14 fem un anàlisi de la gravitació comercial per veure els habitants de cada un dels municipis on té major tendència a anar a comprar i quin paper juga Prats en aquestes gravitacions.

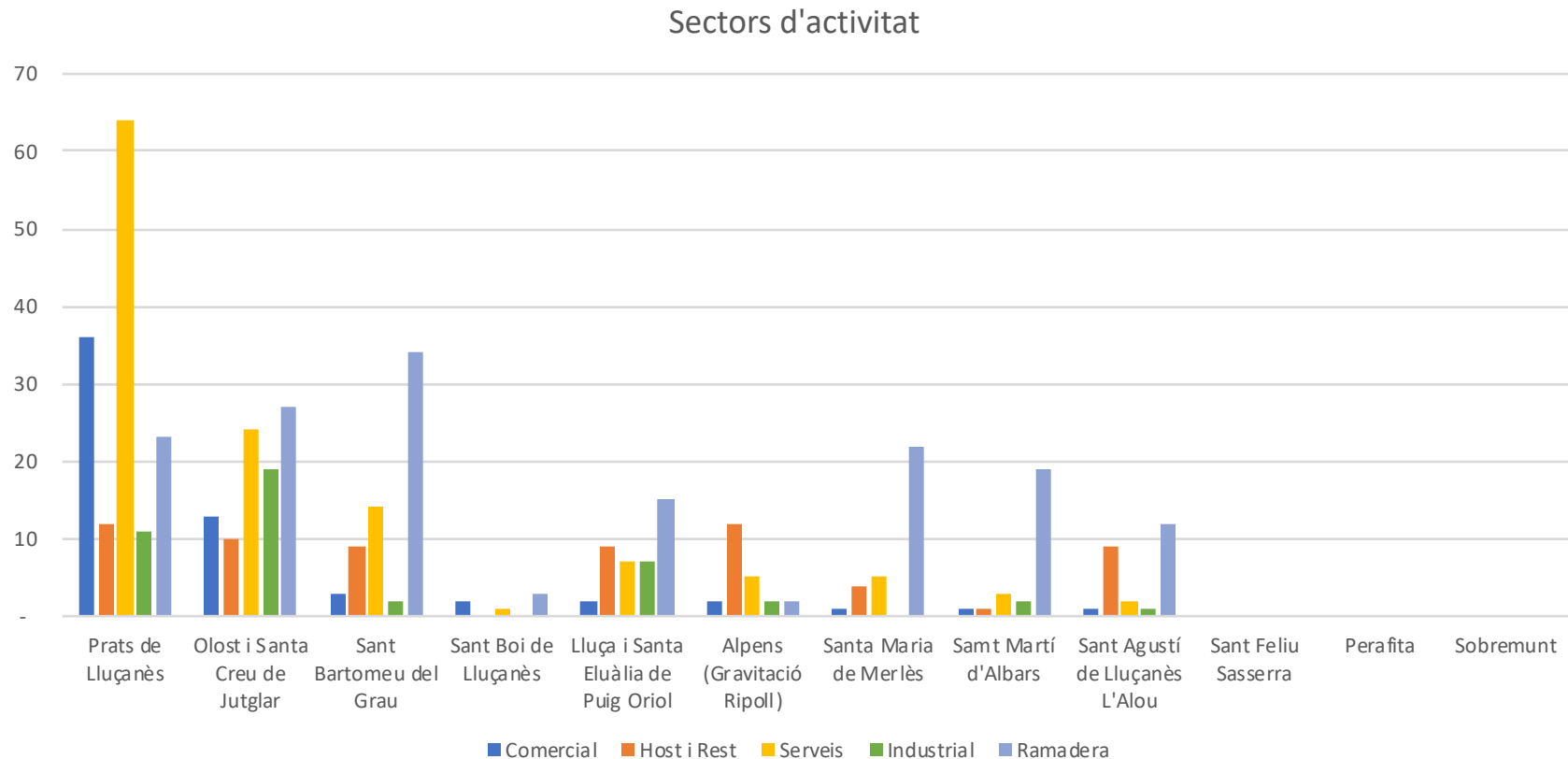
Municipi	Habitants	Establiments	Est/1000h
Prats de Lluçanès	2.569	52	20,24
Sant Martí d'Albars	112	-	-
Lluça i Santa Eluàlia de Puig Oriol	273	3	10,99
Olost i Santa Creu de Jutglar (324Camp+64Tr)	1.198	19	15,86
Perafita	395	4	10,13
Alpens (Gravitació Ripoll)	266	2	7,52
Santa Maria de Merlès (300 campin 100 turisme rural)	184	-	-
Sant Feliu Sasserra	602	9	14,95
Sant Agustí de Lluçanès i L'Alou	85	1	11,76
Oristà i la Torre d'Oristà	541	5	9,24
Sant Boi de Lluçanès	541	6	11,09
Sant Bartomeu del Grau	858	3	3,50
Sobremunt	79	-	-

Font: Cens d'establiments comercials de la Generalitat de Catalunya.

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

# Sectors d'activitat per municipis

L'economia de Prats destaca respecte a la dels municipis veïns per la seva especialització en serveis i comerç, convertint-se així en l'espai de referència per la prestació de serveis i comerç de proximitat. En nombre d'activitats econòmiques censades també és la que compta amb un major nombre; 153 respecte al Olost 101 i Sant Bartomeu del Grau amb 72 i Lluçà amb 41.





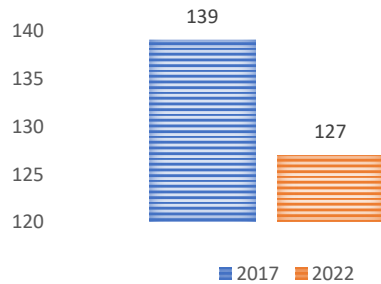
# Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

## Evolució del Mix 2017-2022

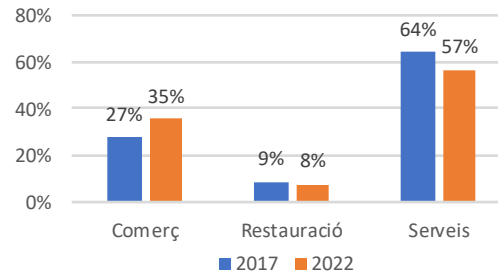
En aquests darrers 5 anys, l'activitat s'ha desaccelerat en general tal i com s'indicava en el gràfic de cotitzacions a la SS de la pagina 8. Si bé el sector comerç/serveis és el que, tot i desaccelerar, ha mantingut millors xifres, el saldo en nombre d'establiments a Prats ha estat de -12, entre comerç i serveis, essent el comerç que més creix, excepte en els subsector d'equipament de la persona i el quotidià no alimentari. Els serveis a les persones i la salut són els que creixen, mentre que els professionals han perdut establiments

Variació d'activitat comercial 2017-2021 (establiments)	
Catalunya	-10,3%
Comarques Centrals	-9,6%
Osona	-7,4%
Prats de Lluçanès	-8,6%

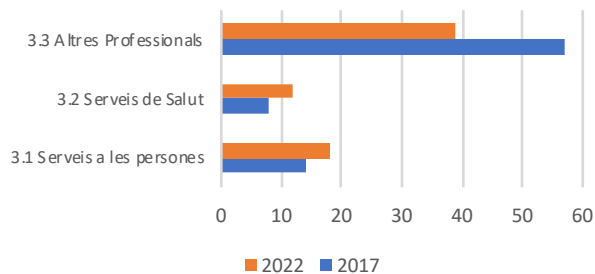
PRATS. ACTIVITATS CENSADES



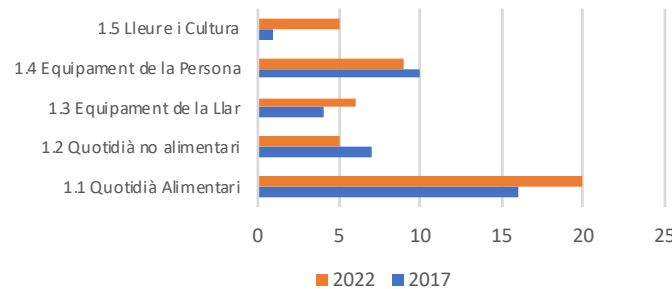
PRATS. % per sectors



PRATS. Subsectors d'activitat **serveis**



PRATS. Subsectors d'activitat **comercial**



Font: Elaboració pròpia a partir del Cens municipal i el cens d'establiments comercials de la Generalitat de Catalunya

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

# Edat titulars i previsió de relleu

El 60% dels establiments consultats els seus titulars tenen menys de 50 anys i són els que generen major ocupació, concentrant el 72% del total.

El nombre d'empreses que previsiblement acabaran la seva activitat en els propers 5 anys (titulars majors de 61 anys) en són 8. De les que 3 segur no tenen relleu però tampoc destruiran ocupació, n'hi ha 4 que no saben si tenen relleu generacional, totes 4 ocupen 2 persones en règim general. Finalment n'hi ha 1 que assegura haver resolt el relleu de l'activitat.

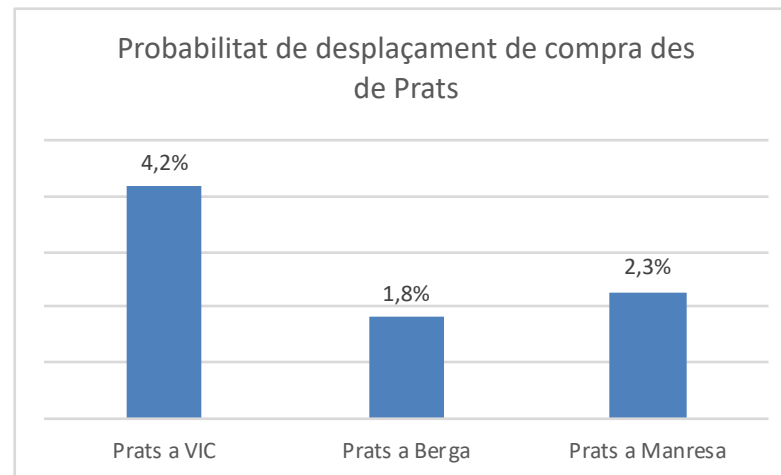
Edat titular i quantitat d'establiments			Relleu/ocup. SS			Ocupacio total	
Edat titular	Nombre titulars		No	No Sap	Si	SS+Auto	
20.40	10	33%	3/7	7/18		37	36%
41-50	8	27%	2/2	6/19		37	36%
51-60	4	13%	2/0	0/0	2/7	14	14%
61 o més	8	27%	3/0	4/2	1/1	15	15%

Font: Elaboració pròpia a partir d'enquesta enviada al cens comercial disponible

## Gravitació comercial de Prats respecte les capçaleres de comarca

Prenent com a sistema de càlcul el model de Huff\*, en el que es considera que els consumidors sempre valoren les seves alternatives disponibles i que en la seva decisió de compra no només considera la localització (distància), sinó que també altres característiques pròpies dels establiments comercials en aquest cas la quantitat d'oferta (m2) hem pogut determinar a que **respecte a Prats; Vic és la ciutat amb més capacitat tractora amb un 50,4% de probabilitats de que la decisió de compra sigui a VIC.** Berga i Manresa estan frec a frec i segurament dependrà del tipus de producte que es busca o necessita.

Ciutat	Oferta comercial	Distància en minuts
Vic	121.738m2	25
Berga	33.951m2	20
Manresa	178.149m2	40



Font: Elaboració pròpia a partir del Cens d'establiments comercials de Catalunya (Generalitat de Catalunya) i distància en temps calculada per Google Maps.

\* Huff és un model de càlcul gravitacional que relaciona la geografia (distància, temps de desplaçament) amb els negocis (m2 de superfície comercial)

Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

## Gravitació comercial dels municipis del Lluçanès

Segons el model gravitacional de Huff calculat per els municipis del Lluçanès en relació a les 3 capitals i Prats, resulta el següent quadre que s'ha ordenat de major a menor pes gravitacional respecte de Prats:

Municipi	Habitants	Prats	Vic	Berga	Manresa
Prats de Lluçanès	2.569	96%	2%	1%	1%
Sant Martí d'Albars	112	24%	39%	10%	27%
Lluçà i Santa Eulàlia de Puig-Oriol	273	22%	39%	12%	27%
Olost i Santa Creu de Jutglar (324Camp+64Tr)	1.198	21%	39%	9%	31%
Perafita	395	20%	42%	9%	29%
Alpens ( <i>Gravitació Ripoll</i> )	266	18%	33%	9%	36%
Santa Maria de Merlès (300 campin 100 turisme rural)	184	18%	33%	16%	49%
Sagàs	148	17%	30%	18%	34%
Sant Feliu Sasserra	602	15%	34%	8%	42%
Sant Agustí de Lluçanès i L'Alou	85	8%	50%	9%	32%
Oristà i La Torre d'Oristà	547	8%	48%	6%	38%
Sant Boi de Lluçanès	541	8%	46%	11%	35%
Sant Bartomeu del Grau	858	7%	48%	8%	37%
Sobremunt	79	5%	53,8%	9%	33%

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens d'establiments comercials de Catalunya (Generarlitat de Catalunya) i Google Maps.

Si prenem de referència els municipis que resulten un pes gravitacional respecte a Prats iguals o major que 20% en resulta una població d'influència de 4.547hab., (inclòs Prats) per tant el doble de la població del terme municipal.

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial

# Gravitació comercial dels municipis del Lluçanès

Tenint en compte les gravitacions comercials calculades de la diapositiva anterior i **considerant les 5 poblacions amb major gravitació: Prats, Sant Martí, Lluçà, Olost i Perafita, en resulta un total de 4.547 habitants i 78 establiments comercials.**

Fent el càlcul de densitat comercial, **resulta que la densitat d'aquesta gravitació (est./1000hab) és de 17,15**, que s'aproxima més al que podríem considerar una dotació comercial bona, tirant a alta, que aconseguix equilibrar oferta i demanda.

Així doncs, a partir de considerar la gravitació (Prats i el seu context), és com s'aconsegueix explicar l'equilibri necessari entre oferta i demanda i podem corregir/ponderar la dada de densitat referenciada tant sols a terme municipal (20,24) que constata una sobre oferta.

Aquest anàlisi també ens aporta informació rellevant des del punt de vista de la estratègia comercial i públic objectiu.

	Est. /1000 hab
<b>Prats de Lluçanès</b>	<b>20,24</b>
<b>Gravitació Prats</b>	<b>17,15</b>
<b>Vic</b>	<b>17,79</b>
Berga	16,98
Solsonès	15,74
Manresa	14,93
Berguedà	14,88
Bages	12,87
<b>Osona</b>	<b>12,32</b>
Moianès	11,17
Anoia	10,90
<b>Catalunya</b>	<b>12,81</b>

Municipi	Habitants	Establiments	Est/1000h
Prats de Lluçanès	2.569	52	20,24
Sant Martí d'Albars	112	-	-
Lluça i Santa Eluàlia de Puig Oriol	273	3	10,99
Olost i Santa Creu de Jutglar (324Camp+64Tr)	1.198	19	15,86
Perafita	395	4	10,13
Alpens (Gravitació Ripoll)	266	2	7,52
Santa Maria de Merlès (300 campin 100 turisme rural)	184	-	-
Sant Feliu Sasserra	602	9	14,95
Sant Agustí de Lluçanès i L'Alou	85	1	11,76
Oristà i La Torre d'Oristà	541	5	9,24
Sant Boi de Lluçanès	541	6	11,09
Sant Bartomeu del Grau	858	3	3,50
Sobremunt	79	-	-

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens d'establiments comercials de Catalunya (Generallitat de Catalunya)

## Prats de Lluçanès. L'activitat comercial i de serveis

# Resum i conclusions

1. Prats presenta una densitat comercial (est./hab) altíssima. Aquest excés d'oferta s'explica perquè **Prats satisfà la demanda més enllà del seu terme municipal.**
2. Podem determinar una **zona d'influència comercial primària (Sant Martí, Lluçà, Olost i Perafita) i secundària (Santa Maria de Merlès, Sagàs i Sant Feliu Sasserra)**, respecte a Prats que expliquen la seva sobre dotació comercial.
3. Constatem la ciutat de **Vic com la ciutat escollida per "anar de compres"** dels pradencs i pradenques.
4. Destaquem la **forta especialització i lideratge de Prats en el sector comerç i serveis**, en el seu context més immediat.
5. El **60%** dels establiments consultats els seus titulars **tenen menys de 50 anys** i són els que generen major ocupació, **concentrant el 72% del total.**
6. Els **tancaments per jubilacions en els propers 5 anys** se'n preveuen relativament pocs, **dels enquestats concretament 3** que no tenen relleu.

Prats de Lluçanès

## 3. Dinamització i polítiques comercials

- Mercat no sedentari.
- Entrevista amb els responsables de l'associació.
- Entrevista amb els responsables municipals.
- Pla de dinamització i promoció comercial actuals.
- Resum i conclusions.

## Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

# Mercat no sedentari

L'any 2017 es va dur a terme un treball sobre el Mercat no sedentari dels diumenges que va concloure amb un pla de treball que contenia 4 actuacions

1. Nou model de Mercat; (delimitació, ubicació, composició i distribució de l'oferta)
2. Diferenciació. (mercat alimentari, mercat cultural, mercat dels animals)
3. Promoció del Mercat (Difusió, comunicació digital vivència lúdica i social)
4. Regulació i estructura (Revisió de l'ordenança i infraestructures de suport)

Avui l'Ajuntament ha resolt el punt 1 i 4, i segueix treballant el punt 3. Respecte al punt dos, es considera que amb les condicions i projecte actual, no hi ha prou massa crítica, ni d'oferta ni de demanda, per afrontar aquest objectiu.

El nombre de parades es manté respecte el darrer estudi i per tant es mou entre 11 i 13 parades en funció dels mesos de l'any.

En aquest sentit es recomana seguir amb la difusió i promoció, mantenir l'oferta de parades tant concentrades físicament com sigui possible per mantenir la continuïtat comercial i procurar la simbiosi comerç local i mercat els diumenges. **Els mercats com el de Prats són un perfecte complement i reforç a la oferta comercial local.**



## Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

# Entrevista amb responsables de l'associació

Principals notes i conclusions de la conversa mantinguda el 5 de juny de 2022 amb els 3 **representants de l'Associació** de comerciants; l'Albert, l'Enric i la Dolors; roba, informàtica i calçat respectivament.

- **L'associació** compta amb uns **45 socis, no disposen de tècnic propi**, treballen coordinadament amb els tècnics municipals.
- **Horaris de dissabtes tarda i diumenges**. Són conscients que no és bo tancar dissabtes tarda i diumenge matí però també són conscients que són, dissabtes tarda i diumenges, espais de conciliació familiar que cal respectar i tampoc hi poden fer massa com a associació.
- **Mercat no sedentari**. Consideren **important mantenir-lo i cuidar-lo**, els diumenges és un dia de facturació important, gràcies al mercat es genera un ambient comercial important. De fa un temps noten però, que el mercat “afluixa”.
- **Digitalització**. Al municipi hi ha força experiències de comerç electrònic, des de la pròpia Dolors que treballa amb Amazon y Ebay fins a mercatcatala.cat. En general, consideren que les noves generacions de comerciants són coneixedors de les eines i de les seves possibilitats i **en la mesura que cada empresa ho consideri oportú i adequat, en farà us**.
- **Dinamització comercial**. **Es mostren molt satisfets amb el que es fa de promoció i dinamització** comercial i valoren molt positivament la feina i l'esforç del consistori.
- **Relleu generacional**. És el que més **els fa patir**, atès que no veuen clar aquest relleu generacional. Trobarien interessant explorar temes de relleu empresarial amb els treballadors.
- **Mix comercial**. Consideren que potser alguna oferta no és prou completa, però el que més troben a faltar és una oferta de restauració (no bars).

## Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

# Entrevista amb responsables de municipals

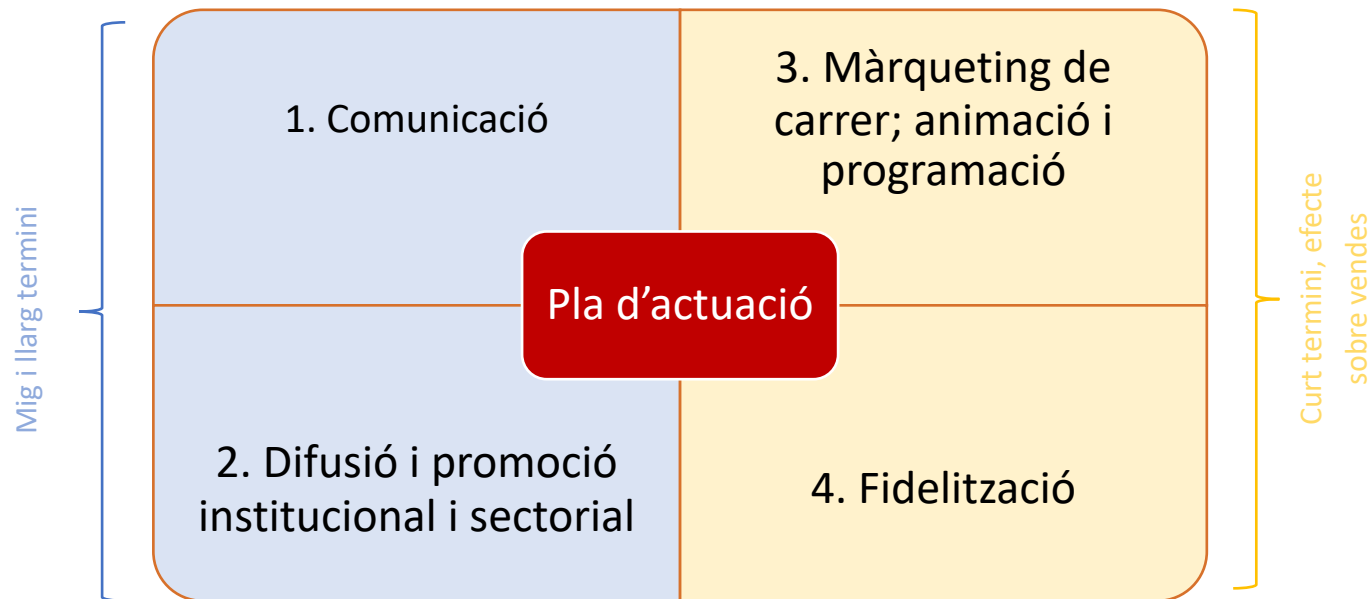
Principals temes tractats en dues reunions mantingudes amb la Sra. Montserrat Juvanteny (regidora) i la Sra. Irene Palou (tècnica municipal).

- **Mercat no sedentari.** Segueixen patint pel mercat dels diumenges, consideren, d'acord amb els comerciants, que és una oferta complementària interessant i que genera un ambient comercial que cal preservar. **Els costa mantenir un nombre de parades constant i suficient** sobretot en mesos més freds.
- **Horaris comercials.** Els preocupa que alguns comerços **hagin començat a tancar els dissabtes tarda i diumenge.**
- **Dinamització comercial.** Es coordinen perfectament amb l'associació de comerciants per impulsar iniciatives de dinamització i promoció comercial; concretament hi ha dues fires comercials a l'any importants: Fira de Sant Jaume al juliol i la de Santa Llúcia al desembre, a més d'un Shopping Night. L'associació que es finança amb la quota dels 45 socis i la subvenció del CCAM i Ajuntament.
- **Activitat comercial i empresarial.** Preocupats per la imatge d'alguns comerços i per la manca d'activitat en alguns locals al nucli comercial **impulsen des de 2017 un pla d'ajudes a la modernització comercial i a la implantació comercial**, concretament subvencionant reformes i modernització, ajudes a la implantació de nous comerços, i també per la contractació de personal, totes 3 línies en aquest temps han tingut una molt bona acollida (43 expedients) i **serà bo mantenir-les.** Per altra banda hi ha una tercera línia, destinada a la millora estètica i adequació de locals tancats o en desús, que no ha tingut demanda.
- **Locals comercials.** Es detecta una concentració de **locals tancats al carrer major.**

# Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

## Pla de dinamització i promoció comercial

A partir de la darrera memòria anual disponible (2019) podem estructurar el pla d'actuació en 4 grans àmbits: comunicació, fidelització, animació i difusió institucional i sectorial.



Cada un d'aquests àmbits participen de forma diferent als objectius generals del pla i cal treballar-los en l'equilibri i proporció adequada en cada moment o en funció dels objectius que es persegueixen. De forma general **els de color blau (comunicació i difusió) actuen o tenen conseqüències a mig i llarg termini, els de color groc són tipus d'actuació més immediates i tenen efectes més de curt termini des del punt de vista dels seus efectes en les vendes.** L'animació i el màrqueting de carrer els més efectistes a curt, però si les propostes són força sostingudes i continuades en el temps, tenen un doble efecte: incidint en el curt (vendes) i en el llarg (percepció i posicionament).

Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

# Pla de dinamització i promoció comercial actuals

Actuacions del pla de dinamització actual classificades per àmbit

Mig i llarg termini

## 1. Comunicació comercial general

- Campanyes de comerç de proximitat
- Campanya Prats Obert diumenge

## 3. Màrqueting de carrer; animació i programació

- Fira infantil
- Obrim de nit
- Tocats pel bolet
- Caga tió i Cap d'any infantil
- Accions d'animació dissabtes tarda
- Mercat de Nadal

- Campanya per donar a conèixer la UBIC
- Participació a la setmana del comerç
- Abril cada paraula val per mil. Acció impulsada per els CNL
- Campanya comerç de proximitat
- Bosses publicitàries comunes
- [www.compralluçanes.cat](http://www.compralluçanes.cat); [www.turismelluçanes.cat](http://www.turismelluçanes.cat) ;...

## 2. Difusió i promoció institucional i sectorial

- **Rebaixes.** Promoció de vals de compra a partir del cap de setmana de les rebaixes hivern i estiu.
- **Dia de la mare** amb la campanya compres florides, regal de plantes a partir de tiquets de compra
- **Mona i Sant Jordi.** Entre les compres d'aquells dies, sorteig entre clients de mones i lots de Sant Jordi.
- **Campanya de Nadal**

## 4. Fidelització

Curt termini, efecte sobre vendes

## Prats de Lluçanès. Dinamització i polítiques comercials

# Conclusions i recomanacions

De l'enquesta feta un 55% dels empresaris es mostraven satisfets amb les accions de dinamització i promoció comercial i un 45% manifestava que calia millorar, es mostraven insatisfets. A partir d'aquí, i del treball fet, considerem les següents recomanacions per abordar aquest marge de millora i mirar de rendibilitzar al màxim les accions que es puguin dur a terme.

1. Seguir treballant per **mantenir el mercat com a element complementari a l'oferta** comercial del municipi.
2. Mantenir el calendari i les accions actuals, **millorant i adequant any rere any la proposta i/o creant-ne de noves**.
3. Si fos possible, **incrementar esforços amb les accions de l'àmbit 3 i 4, reduint** si falten recursos, les accions **d'àmbit 1** (comunicació general) i sobretot **d'àmbit 2**.
4. Totes les accions, sobretot i molt especialment, les dels àmbits 3 i 4 (màrqueting de carrer i fidelització) cal incrementar tant com es pugui la **comunicació i difusió de l'acció incidint, com a mínim, en els municipis d'influència gravitacional de Prats**.
5. Treballar els perfils a les **xarxes socials**: instagram, twitter, facebook... L'objectiu és crear un **canal de comunicació per arribar al públic objectiu**, i per tant destinant pressupost i segmentant territorialment la comunicació.
6. Obrir **canals de relació amb tota l'oferta turística de la zona** (càmpings i cases rurals) per tal de publicar les vostres propostes comercials, màrqueting de carrer, festivitats, etc...als visitants.
7. Respecte als incentius a **reformes i ajuts (nova activitat i modernització) cal mantenir-los**, en tot cas plantejar-se la línia d'**incentius de locals tancats, reconduir-la si la partida destinada, es perdés any rere any**.
8. **Estudiar ajudes o programes de suport per la continuïtat comercial** (fills, treballadors, compra/venda de negoci).
9. Estudiar la possibilitat de **bonificar llicències d'obres, obertures i altres conceptes, per obrir/iniciar una activitat al municipi**.

