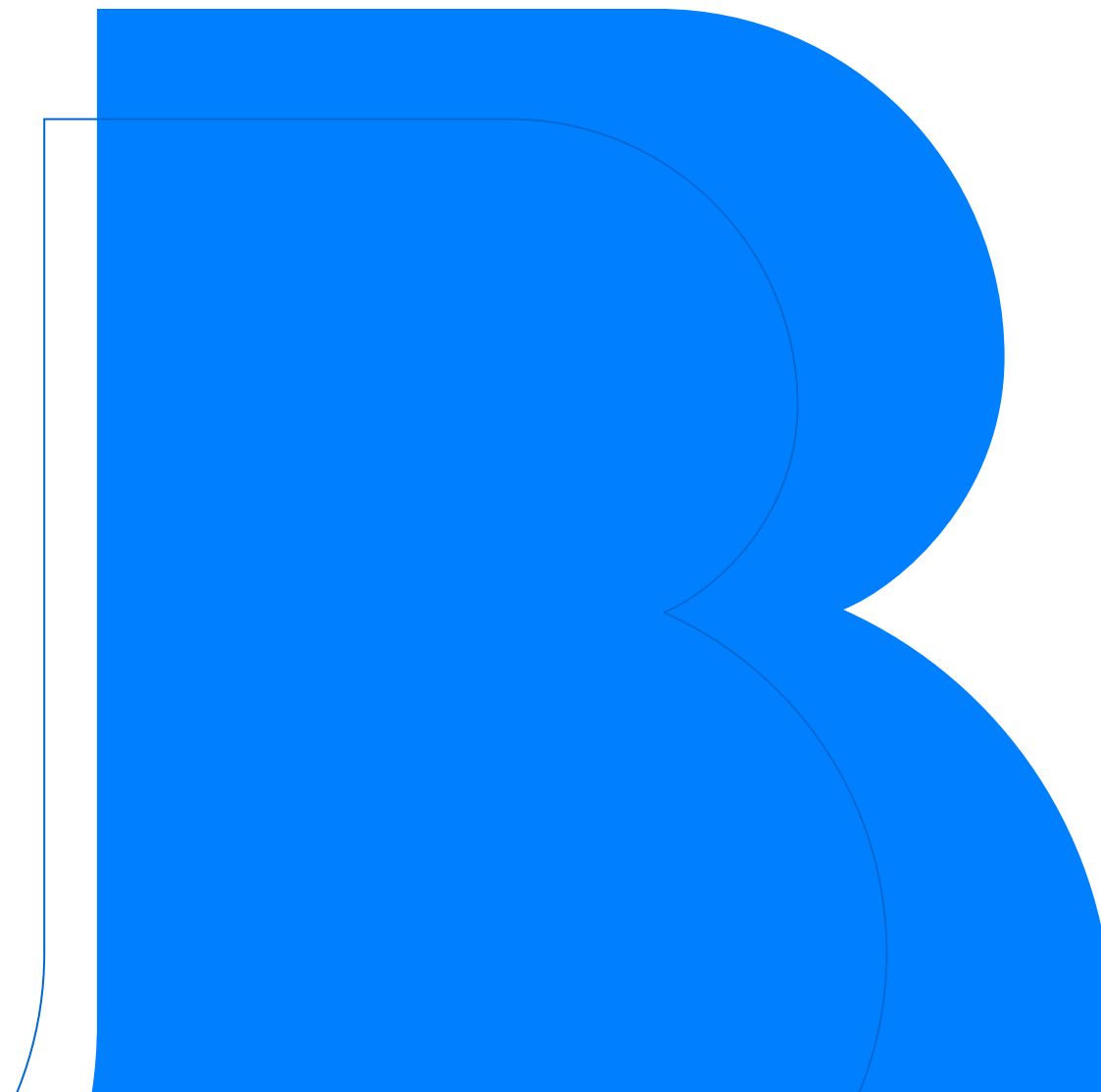


Pla estratègic de comerç 2024-2028

Argentona



Índex

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



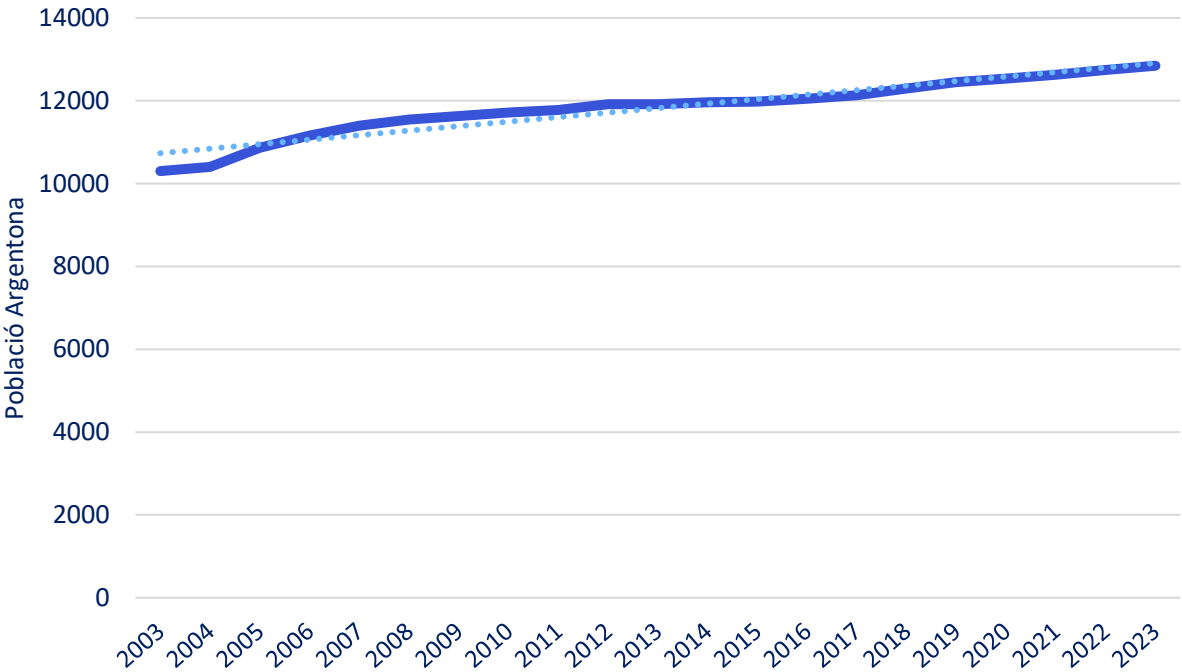
1. Anàlisi sociodemogràfica

1. Anàlisi demogràfica

Evolució de la població (2003-2023)

La població actual d'Argentona ha arribat a les 12.846 persones, el que suposa un augment del 24,7% respecte les 10.302 que tenia l'any 2003. El creixement en la primera dècada va ser encara sostingut per l'onada migratòria dels 2000, però s'estancà a partir de 2013, com a símptoma de la crisi immobiliària, tot i que la ciutat no arriba a perdre habitants.

L'evolució ha sigut molt semblant a nivell comarcal i fins i tot arreu del país. Si bé és cert que tant Argentona com el Maresme registren creixements superiors pel període analitzat, la tendència a l'estancament s'ha consolidat. És tan sols en el global de Catalunya on l'any 2023 es nota un creixement respecte l'any anterior del 1,8%, quan a Argentona és només del 0,8%.

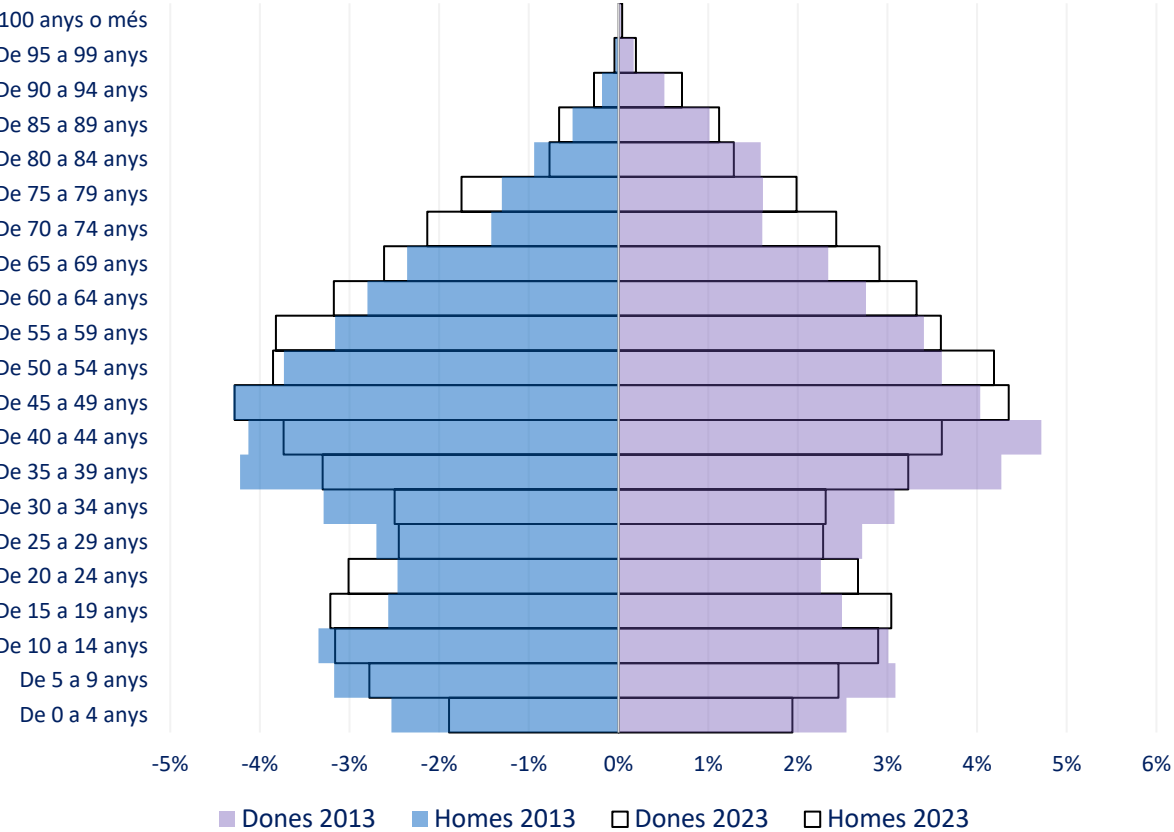


	Argentona	Maresme	Catalunya
Evolució població (2003 – 2023)	24,7%	26,5%	20,5%

Font: IDESCAT

1. Anàlisi demogràfica

Piràmide d'edat i sexe (2003-2023)



Argentona presentava l'any 2013 unes franges d'edat joves (de menys de 40 anys) proporcionalment més nombroses que les de majors de 70 anys, indicant una natalitat relativament alta en aquest període. Deu anys després, es pot veure que aquestes cohorts han envellit. Aquí s'observa un descens de la natalitat i un estrenyiment de la base de la piràmide.

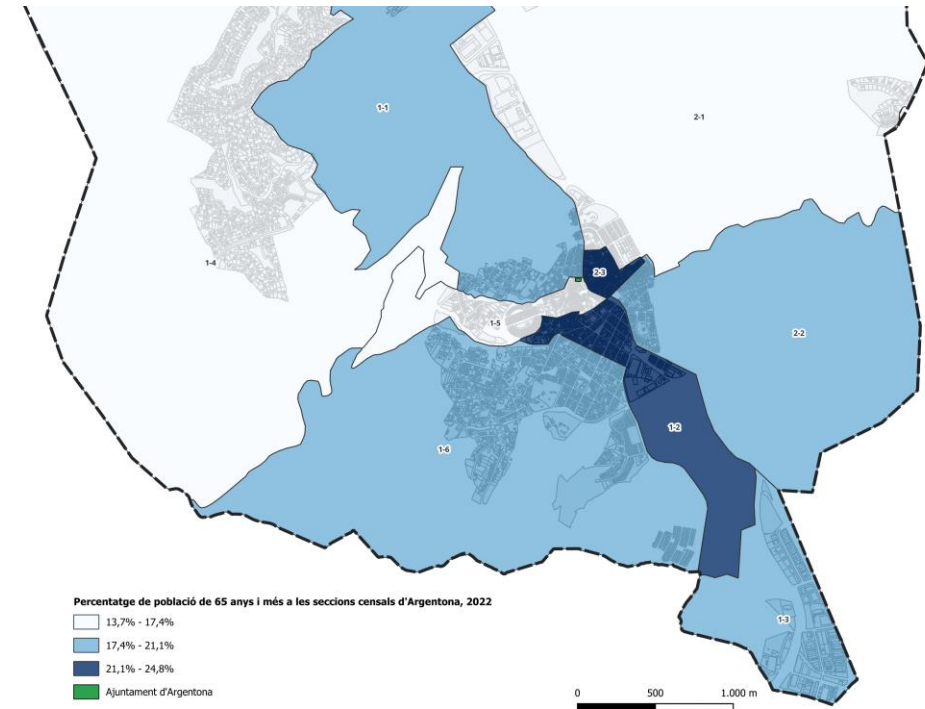
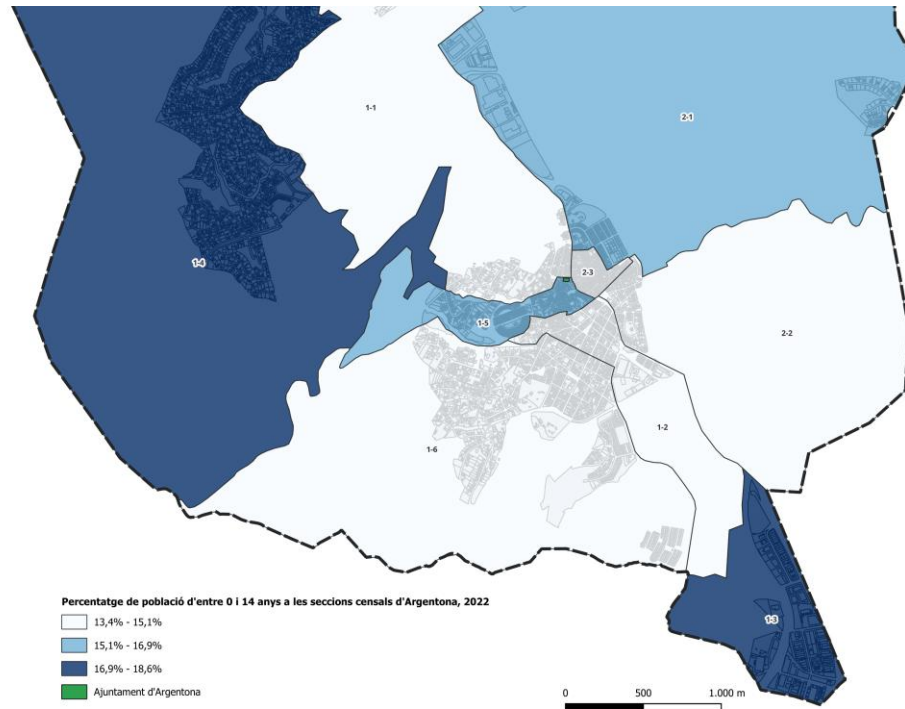
La proporció de la població més gran, especialment aquella més gran dels 65 anys, ha augmentat significativament el 2023, ratificant aquest envelliment progressiu de la població.

A nivell de gènere, no hi ha grans discrepàncies entre homes i dones, però es pot observar una lleugera preponderància femenina en les edats més avançades.

Font: IDESCAT

1. Anàlisi demogràfica

Distribució de la població de 0 a 14 anys i de més de 65 anys (2022)



Els percentatges més elevats de **població jove dependent i, per tant, de famílies, resideixen als barris allunyats del centre**, sobretot a les urbanitzacions de Can Ribosa, les Ginesteres i el Cros. En contraposició, les seccions censals del centre i sud del municipi tenen percentatges de població de més de 65 anys més elevats. **La població gran es concentra sobretot al barri centre** on hi ha més blocs densos d'habitatges a banda i banda del Carrer Gran i la Plaça Nova. Aquí **pràcticament 1 de cada 4 argentonins tenen més de 65 anys**.

1. Anàlisi demogràfica

Índexs demogràfics. Comparativa (2023)

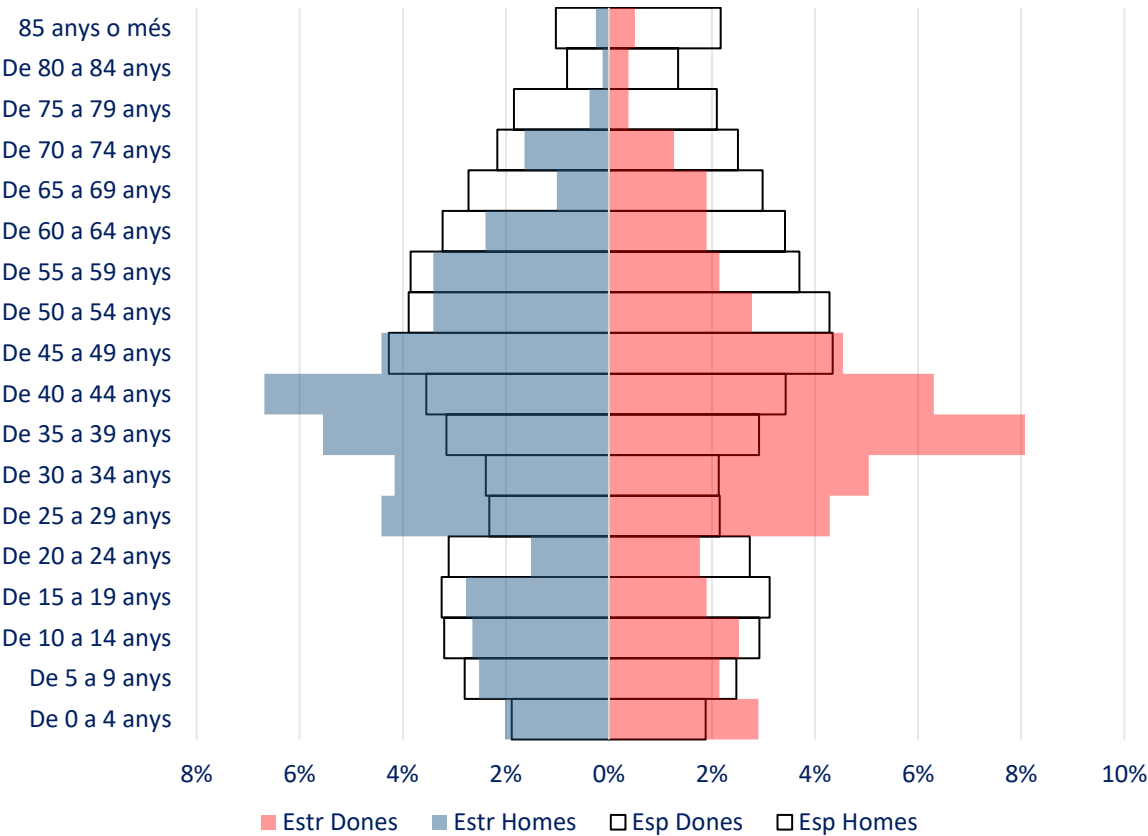
Argentona, en general, presenta uns indicadors demogràfics que s'assimilen a la comarca i a Catalunya. La tendència a l'envelliment de la població s'acusa en el cas d'Argentona en la població sobreenvellida, que supera quasi en un punt sencer l'índex del Maresme.

No obstant això, **el percentatge de població jove és una mica superior que la resta de demarcacions, amb una forta presència de famílies al municipi**. Aquest fet reforça un índex de dependència global superior a la mitjana catalana, que ve marcat per la presència de població jove més que no pas per la de població gran de més de 65 anys.

	Argentona	Maresme	Catalunya
Població total	12.845	467.398	7.901.963
Percentatge de joves (0-15 anys)	16,3%	15,6%	15,24%
Percentatge de població gran (65 i més)	18,9%	19,6%	19,4%
Índex d'envelliment	116,4	125,6	127
Índex de sobreenvelliment	16,1	15,3	16,8
Índex de dependència global	54,3	54,4	52,9

1. Anàlisi demogràfica

Nacionalitat (2023)



Nacionalitat	Argentona	Maresme	Catalunya
Espanyola	93,8%	87,1%	82,8%
Estrangera	6,2%	12,9%	17,2%
Procedència migracions			
Resta de la UE	26,4%	20,4%	22,2%
Àfrica	22,1%	34,1%	23,9%
Amèrica del Sud	18,7%	17,5%	21,7%
Àsia i Oceania	15,6%	10,7%	9,3%
Resta d'Europa	11,1%	10,5%	13,8%
Amèrica del Nord i Central	6,3%	6,8%	9,1%

La població de nacionalitat estrangera és només del 6,2% a Argentona, bastant per sota la mitjana comarcal i catalana. Aquesta població prové sobretot de la Unió Europea i de l'Àfrica (un 24% prové d'Alemanya, Itàlia, França, Romania i Regne Unit i un 15% és marroquina). En comparació a la comarca, hi ha menys població provinent d'Àfrica i respecte Catalunya, menys pes de la població llatinoamericana.

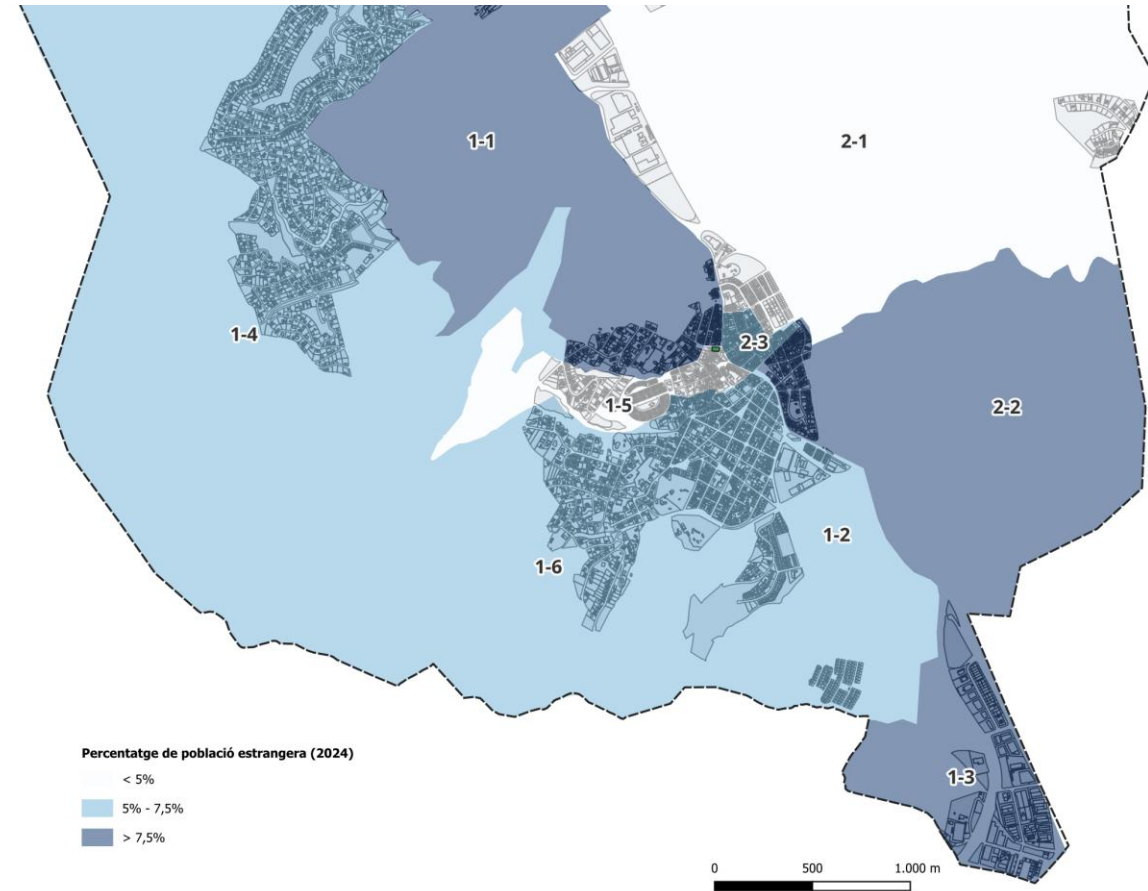
A nivell d'edats i sexe, la piràmide de la població estrangera presenta una estructura més jove, on els percentatges més elevats es troben en les cohorts de 25 a 50 anys, a diferència de la població nacional que es concentra més a partir dels 45 anys i fins els 70.

1. Anàlisi demogràfica

Distribució població estrangera (2024)

Si s'analitza el percentatge de població estrangera per seccions censals, aquest supera la mitjana del 6,3% del municipi a les seccions 1-1, 2-2, 1-3, 1-4 i 1-6. Les tres seccions on major pes té aquesta població tenen característiques diferents: 1-1 i 2-2 són cèntriques, però el Veïnat del Cros (1-3) en aquest cas quedaria apartada del nucli. Totes tres tenen percentatges d'entre un 7,5% i el 8% de població estrangera.

El Cros, de fet, concentra població jove, famílies i població d'origen migrant, fet que pot desembocar en particularitats en la demanda i l'oferta comercial que reuneix el barri. En aquest sentit, pot tenir una dinàmica comercial independent de la resta d'Argentona.



2. Anàlisi econòmica

Renda Familiar Bruta Disponible. Comparativa (2023)

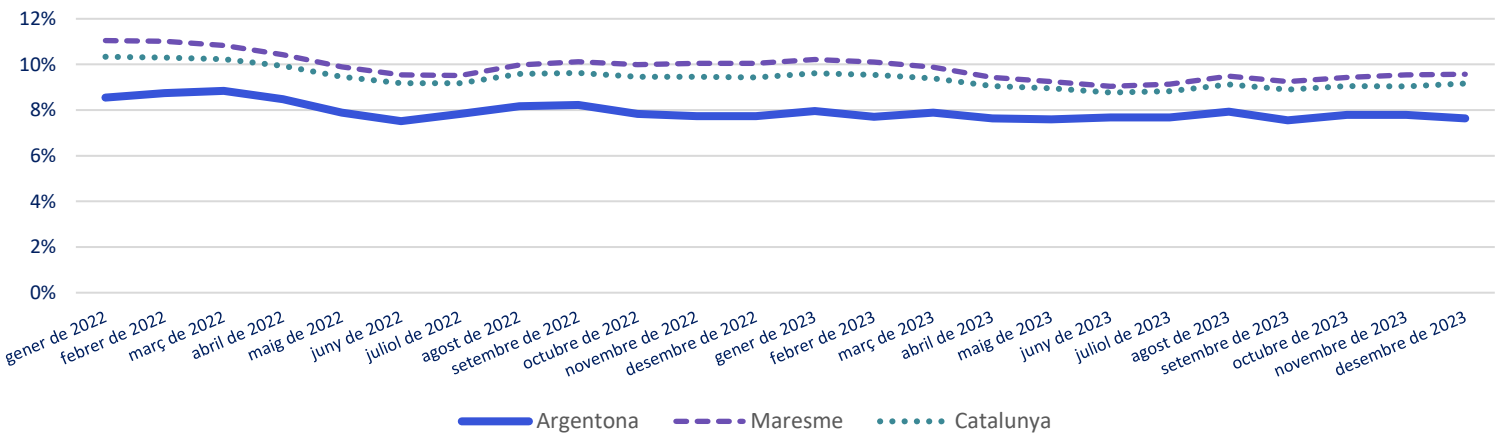
	Argentona	Maresme	Prov. Barcelona
RFDB (milers d'euros)	257,8	8.826,8	119.772.8
RFDB per habitant	20.072 €	18.8647 €	20.632 €
RFDB per habitant. Índex Catalunya = 100	97,3	91,3	100

Argentona té una renda familiar disponible ínfimament superior a la mitjana comarcal i nacional, amb tan sols 4 punts per sobre en l'Índex Catalunya=100 i quasi 1000€ més per habitant. De fet, la mitjana comarcal per habitant s'equipara gairebé a la del país.

Si s'analitza la renda neta mitjana per persona, **Argentona comptava el 2022 amb 16.716 €/habitant, uns 1.000 € per sobre de la mitjana catalana (15.830 €).**

Font: IDESCAT

Taxa d'atur registral. Comparativa (2022-2023)



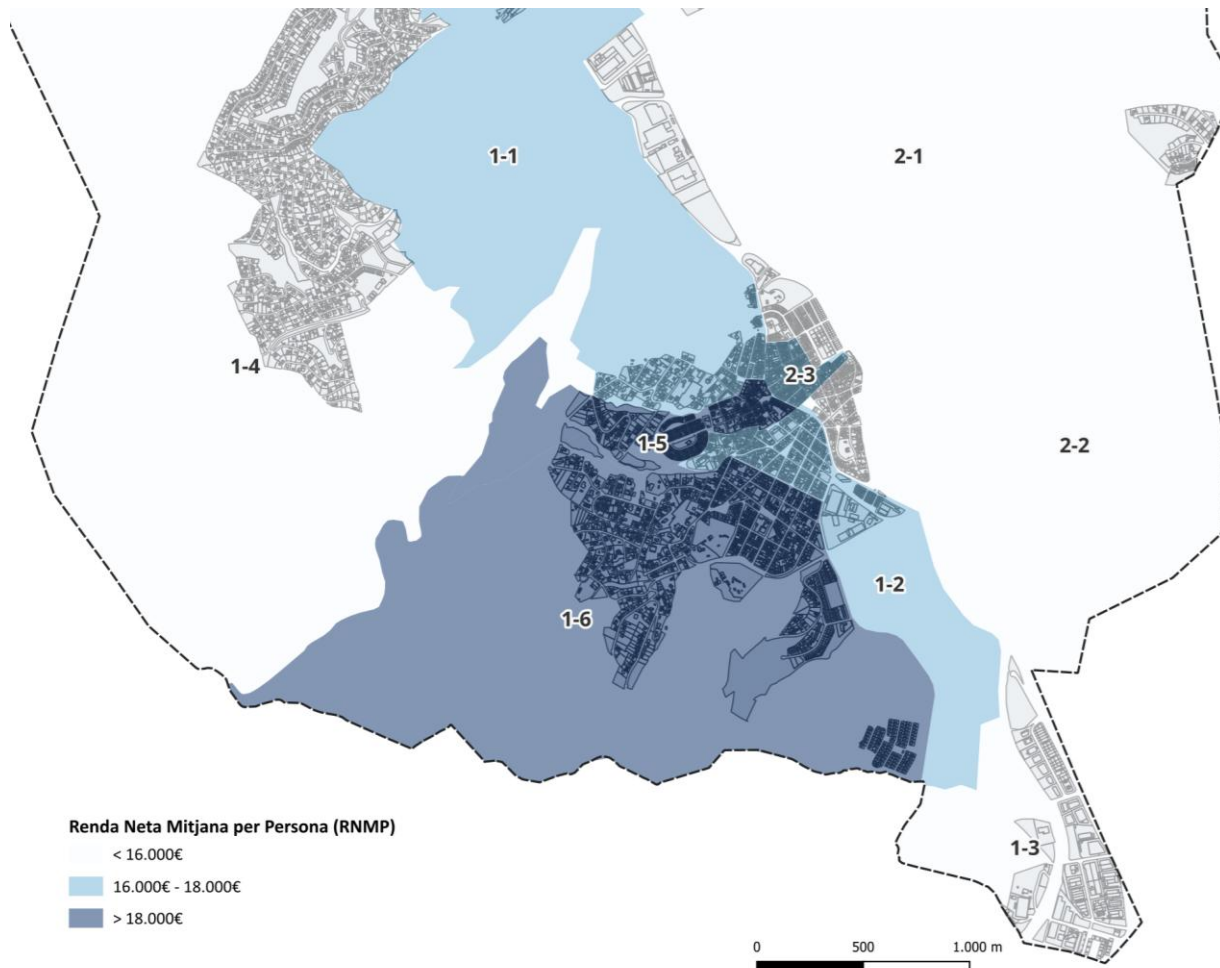
La taxa d'atur registral a Argentona segueix una lenta tendència a la baixa i ha passat del 8,5% al 7,6% els últims dos anys.

Per la resta de demarcacions, la taxa va sempre entre un 1,5 i 2 punts per sobre del municipi durant tot el període analitzat. El Maresme, tot i seguir amb una tendència a la baixa semblant, es situa molt lleugerament per sobre de la taxa mitjana catalana.

Font: INE

2. Anàlisi econòmica

Distribució renda neta mitjana (2022)

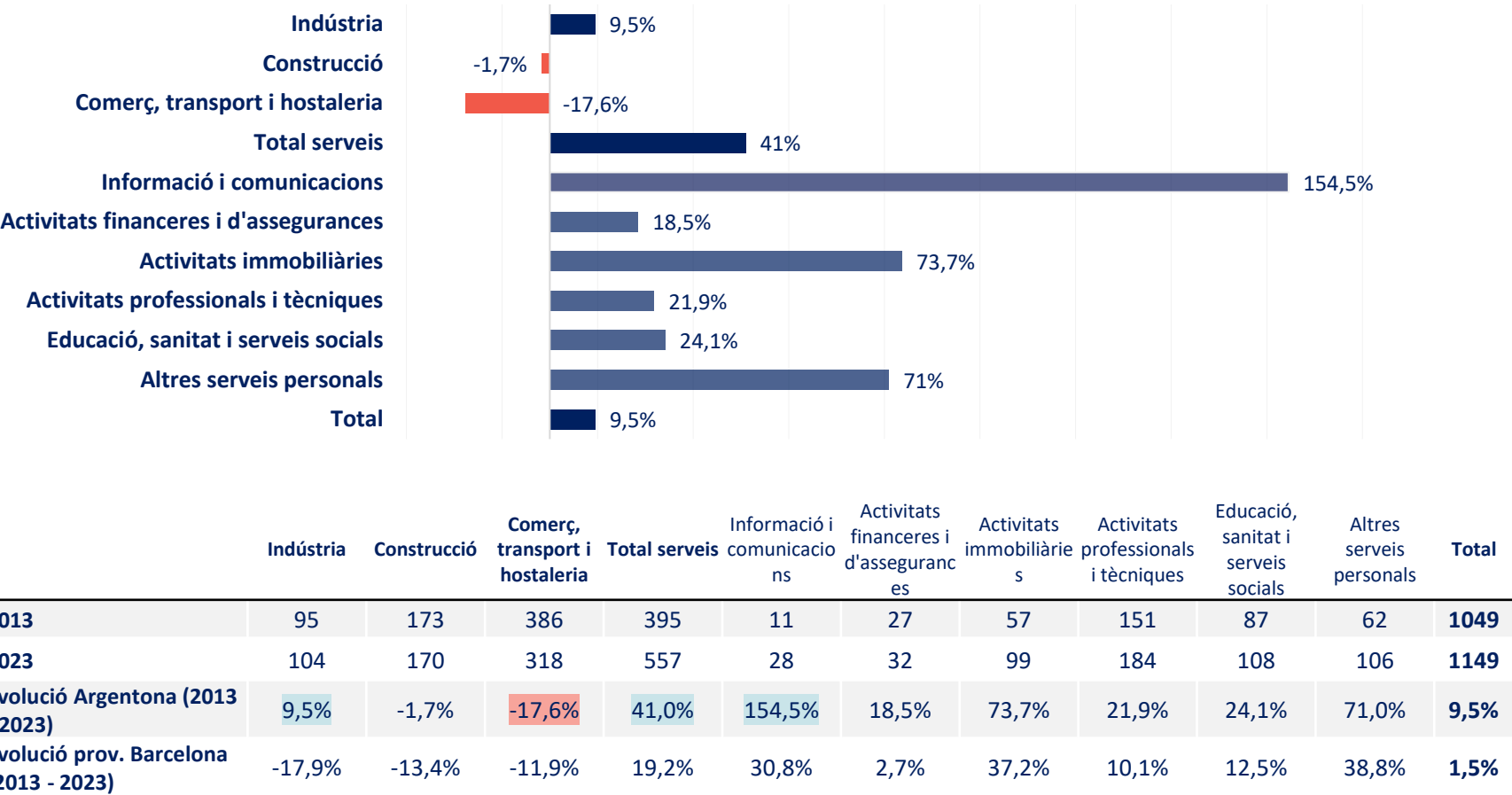


Per seccions censals, les zones 1-5 i 1-6 són les que concentren una renda per habitant més elevada, d'entre 19.000€ i 21.000 € per persona. Per altra banda, el mapa ratifica la relació entre població familiar, immigrant i ara de rendes comparativament més baixes en el Veïnat del Cros, la secció 1-3 (aquesta té 10.591€ de renda per persona).

L'evolució de la renda en els últims anys (que ha crescut un 31% en el període 2015-2022 a tot Argentona) és positiva sobretot en les urbanitzacions nord i oest del municipi (especialment l'Eixample i Veïnat de Lladó). En canvi, la tendència la secció cèntrica 1-2 no ha crescut més d'un 3%, que és on es concentra la població de més edat.

2. Anàlisi econòmica

Evolució de la distribució de les empreses segons sectors (2013-2023)



Els últims 10 anys les activitats econòmiques que més han crescut a Argentona han sigut els serveis (un 41%), en detriment del sector comerç, transport i hostaleria que en l'actualitat disposa de 318 empreses. Aquesta evolució s'assimila a la tendència de la província de Barcelona, però de manera més acusada.

De manera contrària, Argentona creix en indústria, i dins els serveis, també creix de manera molt important en negocis tecnològics, serveis personals i immobiliàries.

3. Anàlisi comercial

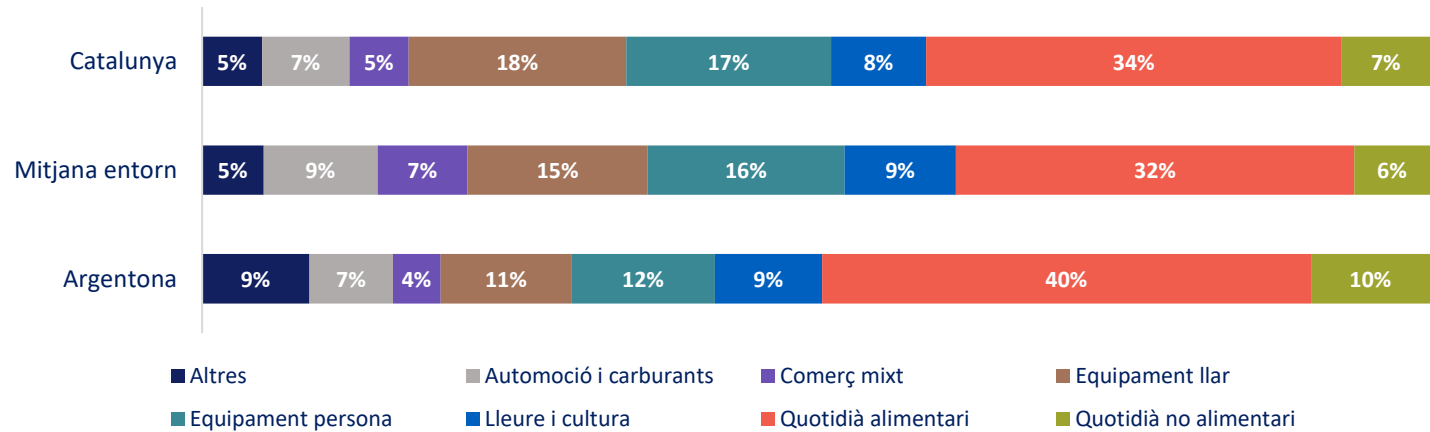
Indicadors comercials. Comparativa (2023)

	Argentona	Pineda de Mar	Santa Susanna	Canet de Mar	Arenys de Munt	Sant Andreu de Llovanera	Maresme	Catalunya
Població	12.745	28.083	3.755	14.202	9.278	11.593	462.213	7.792.611
Densitat comercial (est. / 1.000 hab.)	8,1	9,8	15,2	9,9	9,9	8,3	10,4	11,2
Densitat comercial (m2 / 1.000 hab.)	867	1.103	4.175	957	978	849	1320	1.558
Superfície mitjana per establiment (m2)	107	113	275	97	99	103	128	140

Si es comparen diferents indicadors comercials entre altres poblacions properes a Argentona, s’observa que aquesta té menys densitat comercial. Si bé és cert que la comarca ja té uns valors per sota la mitjana catalana, Argentona destaca a la baixa sobretot per una superfície comercial molt petita. En aquest sentit, s’acosta més a poblacions com Sant Andreu de Llovanera i s’allunya d’altres com Canet de Mar o Arenys de Munt amb una estructura de comerços locals més densa.

Font: CCAM

Mix comercial. Comparativa (2023)



L’equilibri entre tipus d’activitats comercials (pertanyents al CNAE 47 de “comerç al detall”) es dona d’una manera similar a Catalunya i a la mitjana de l’entorn (Pineda, Canet i Sant Andreu). Argentona, per la seva banda, té menys pes de l’equipament personal i de la llar però en canvi més negocis tipus copisteria i maquinària (categoria “altres”) i també quotidià no alimentari. El sector alimentació és clarament predominant a Argentona.

Font: CCAM

3. Anàlisi comercial

Balança comercial (2022)

La **Renda Mitjana per Persona** d'Argentona era el 2022 de **16.716€ anuals**. En l'anàlisi de la balança comercial, s'observa que hi ha diferències en l'equilibri entre la presència d'establiments comercials i de serveis (oferta) al municipi i la despesa que es dedica a cada producte (demanda).

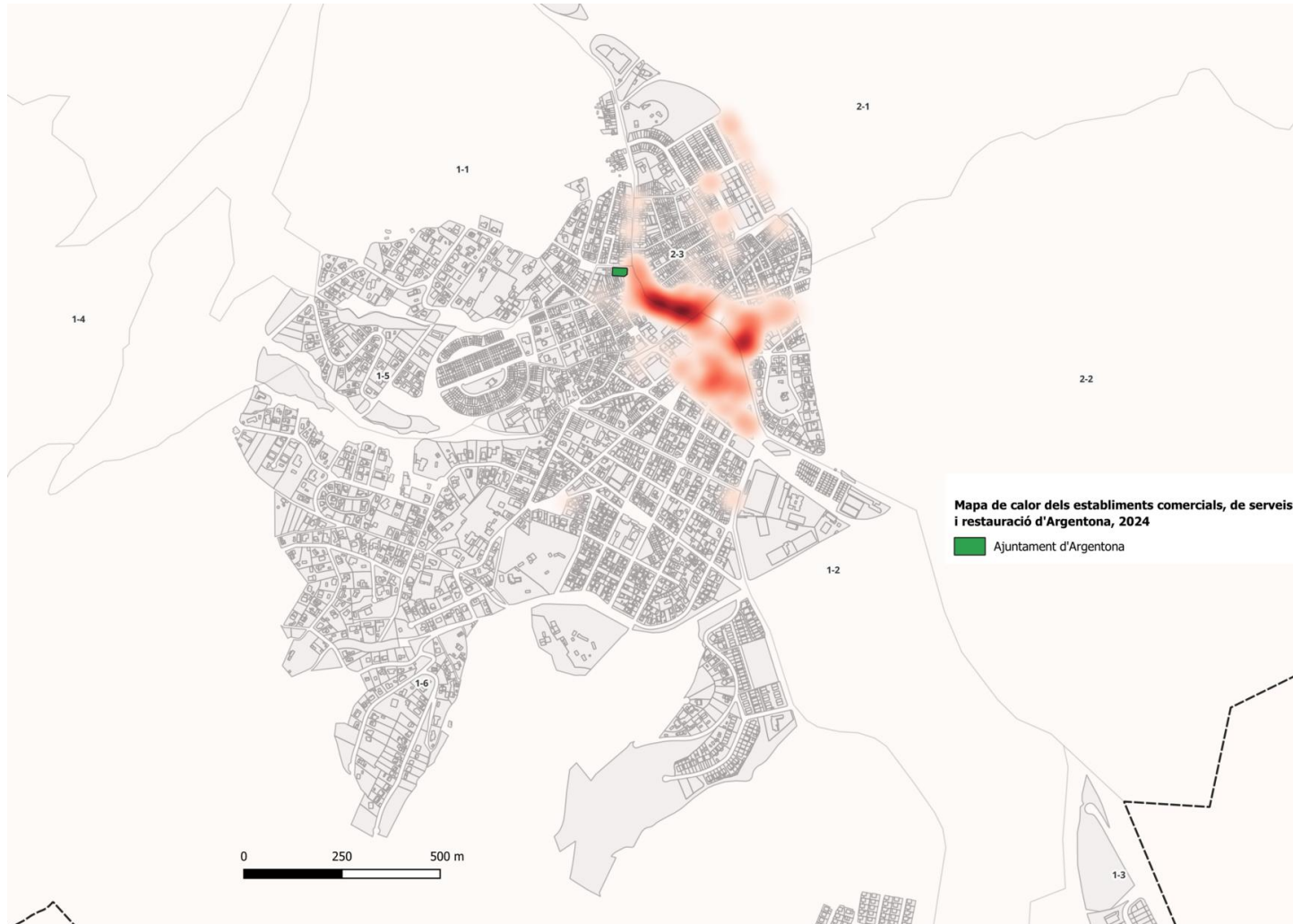
Així, tot i que la presència d'establiments d'alimentació és prou notori, aquesta no arriba a cobrir la demanda dedicada per la població argentonina. Hi ha un sobredimensionament de botigues d'equipament de la llar i sobretot de negocis restauració i hostaleria, segurament cobert per la demanda externa (clients de fora Argentona).

	Despesa mensual mitjana a Argentona	Pes de despesa	Presència al municipi	Diferència
Alimentació	230 €	17,4%	14,2%	-3,2%
Restauració i hostaleria	133 €	10%	20,2%	10,2%
Lleure i cultura	88 €	5,0%	5,5%	+0,5%
Equipament de la persona	53 €	4,0%	2,7%	-1,3%
Equipament de la llar	56 €	4,2%	6,6%	2,4%

Font: Encuesta de Presupuestos Familiares (INE) i Cens d'establiments d'Argentona

3. Anàlisi comercial

Localització del teixit comercial (2024)

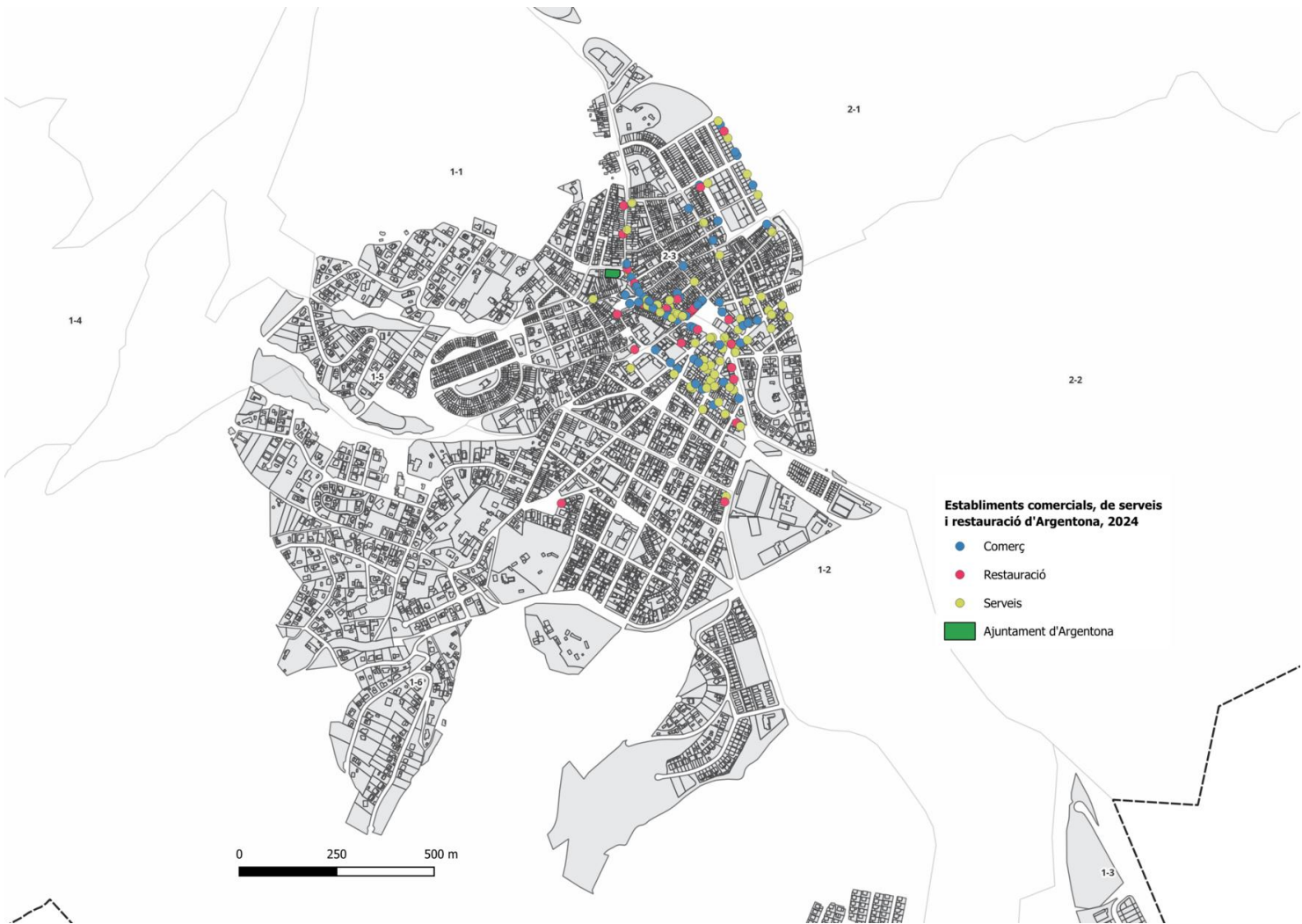


Els establiments comercials d'Argentona, incloent comerços, serveis i bars/restaurants, es concentren clarament al nucli antic de la ciutat, sobretot en un primer tram del conegut Carrer Gran, que funciona d'eix o travessia de la població des de l'Ajuntament fins la zona esportiva.

També hi ha punts d'abastiment comercial entre el Carrer Nou i la Ronda Exterior i de manera més aïllada al barri de Sant Miquel del Cros.

3. Anàlisi comercial

Localització del teixit comercial (2024)



La distribució dels establiments és prou heterogènia, però sí que es pot percebre una repetició de comerços al primer tram del Carrer Gran i, en canvi, més proliferació de serveis al voltant del carrer Barcelona. Pel que fa a la restauració, s’observa una mica més de dispersió per tota la trama urbana.

Aquesta concentració comercial evidencia la necessitat d’una planificació estratègica de la mobilitat i l’accés als comerços per part de tota la ciutadania d’Argentona.

	Nombre	%
Serveis	79	43,2%
Comerç	67	36,6%
Restauració	37	20,2%

Font: Cens d’establiments d’Argentona. Ajuntament d’Argentona

3. Anàlisi comercial

Locomotores i motors d'atracció (2024)

Els operadors de distribució alimentària, o supermercats, són establiments comercials de compra quotidiana que poden generar sinèrgies econòmiques al seu voltant. A Argentona s'observa com aquests establiments s'han anat situant a la part nova del centre, on coincideixen amb comerços i sobretot serveis.

Per que fa a altres locomotores o motors d'atracció, existeixen centres educatius (escoles, instituts, etc.), equipaments culturals, sanitaris i esportius que també s'han situat sobretot a la part nova del centre o l'Eixample. Aquests equipaments atrauen un volum important de població usuària i poden reforçar la dinàmica comercial de l'entorn.

Font: Cens d'establiments d'Argentona. Ajuntament d'Argentona

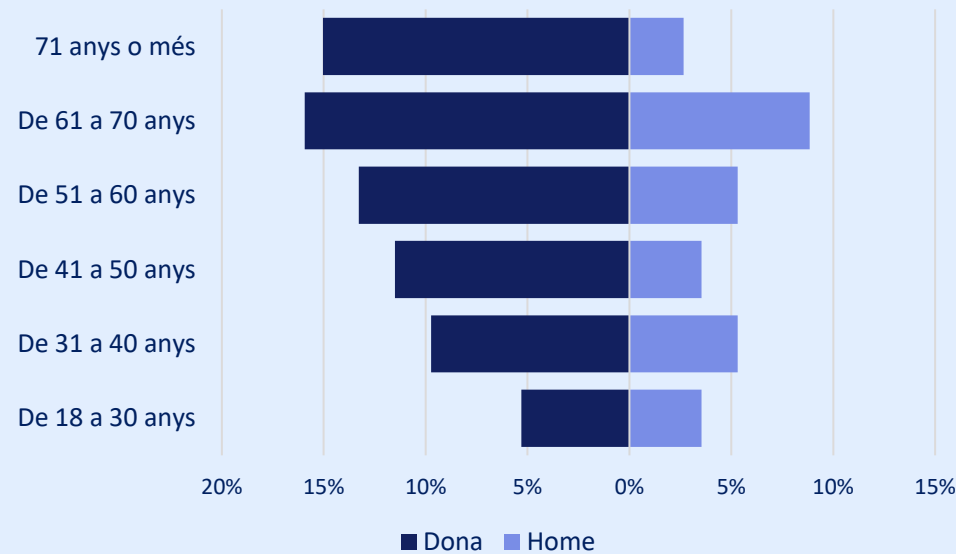




2. Atractivitat del teixit comercial

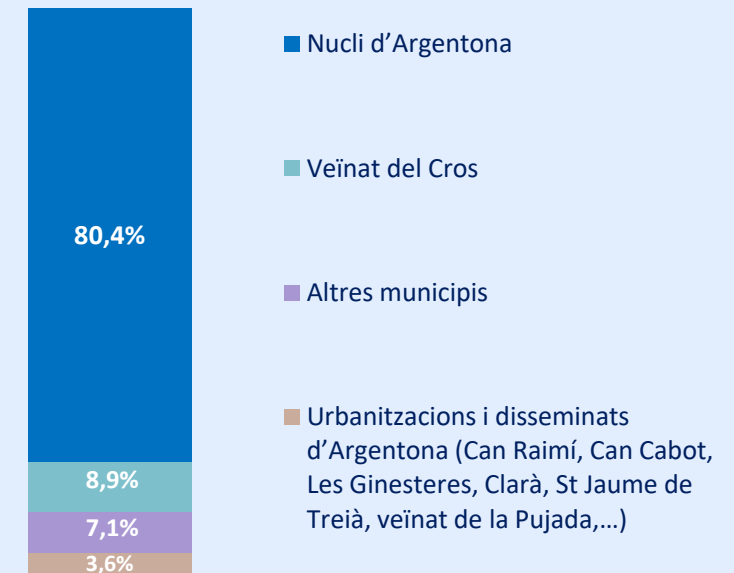
2.1 Perfil del comprador/a

Sexe i edat



La mostra de població enquestada la configuraren un 70,8% de dones i un 29,2% d'homes, concentrats sobretot en les franges a partir dels 50 anys d'edat. En línies generals, el biaix de gènere s'incrementa com més edat té el consumidor.

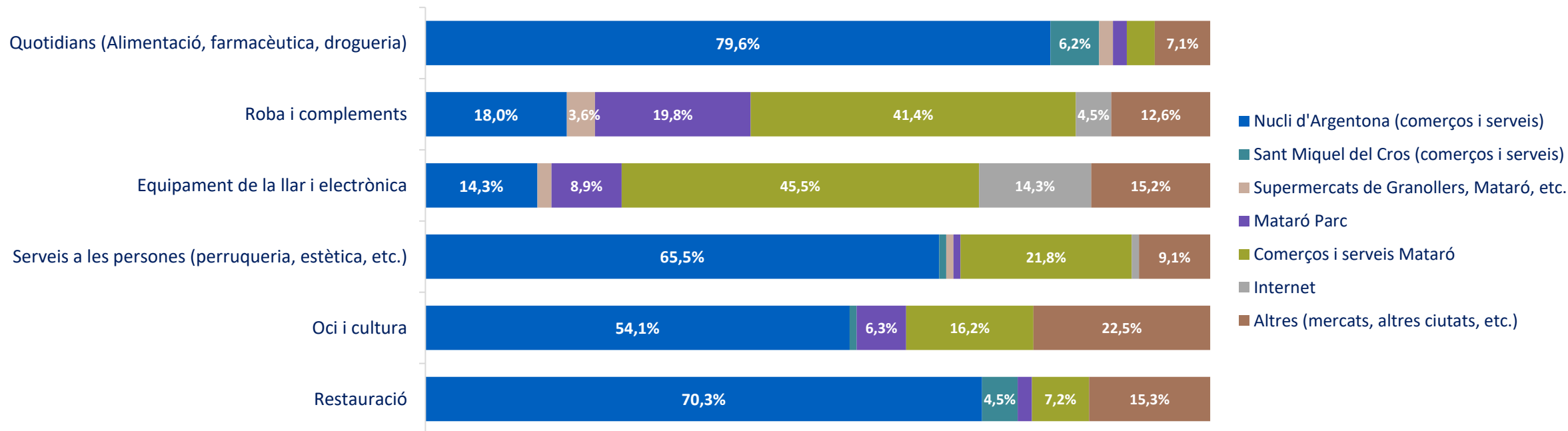
Residència



La gran majoria de les persones enquestades viuen al mateix nucli d'Argentona. En contraposició, tan sols un 3,6% dels compradors resideixen a les urbanitzacions. També es van enquestar un 16% de persones residents al Veïnat del Cros i altres municipis com Òrrius, Mataró o Dosrius.

2.2 Comportament del comprador/a

Tria d'establiment per tipologia de producte



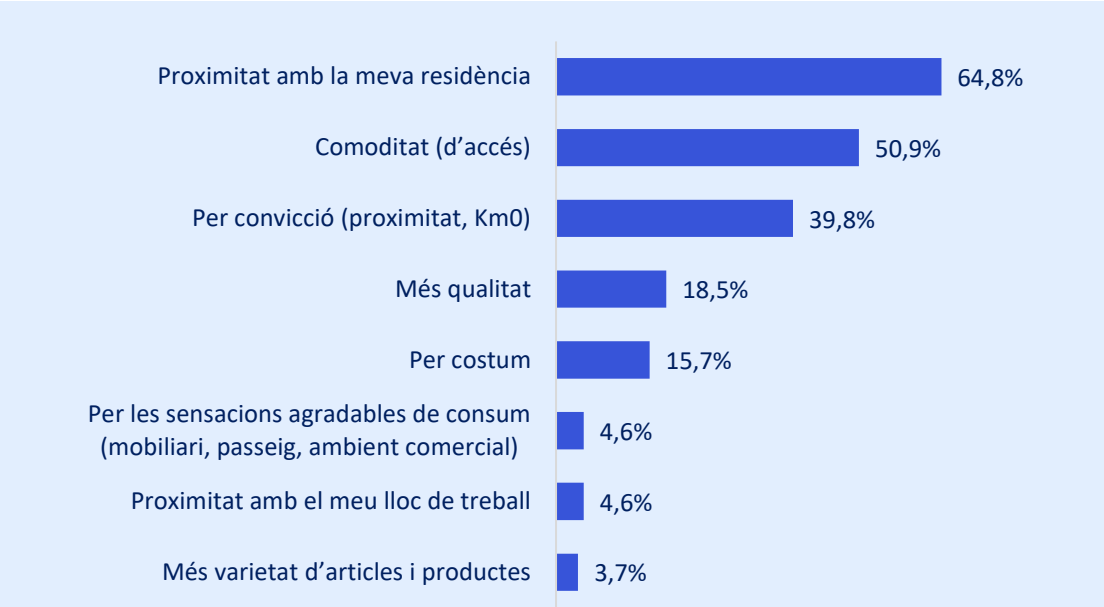
Els ciutadans compren i consumeixen a la mateixa ciutat d'Argentona en funció del tipus d'article o producte. Així, **tant la compra de productes quotidians com el consum en bars i restaurants és sobretot local** (amb percentatges de més del 70%). També pels serveis a les persones i l'oci o la cultura hi ha una majoria que trien establiments locals.

En canvi, quan es pregunta per **articles de la llar o d'equipament personal, la majoria de persones opten per comprar-los fora**. Tant la roba com **l'equipament de la llar i l'electrònica es compren sobretot a Mataró** (en comerços primer, i en menys mesura a Mataró Parc), i també per internet. Cal dir que, per l'oci i cultura, entre un 15% i un 23% dels compradors, trien altres ciutats no tant properes.

Per altra banda, els supermercats no són en cap dels casos una preferència.

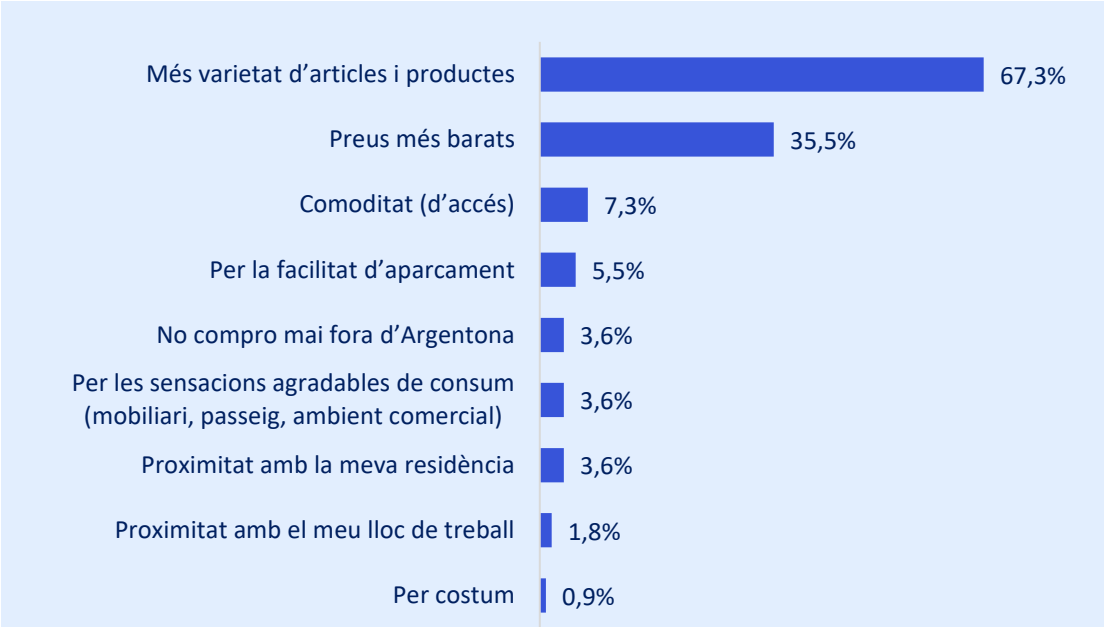
2.2 Comportament del comprador/a

Motius de compra a Argentona



Les raons de comprar alguns productes a Argentona són tant per practicitat com per convicció. La majoria de compradors valoren la comoditat i la proximitat amb la seva residència. Gairebé el 40% també té en compte la preferència pel comerç local. Només la qualitat i el costum serien alguns motius més a tenir en compte.

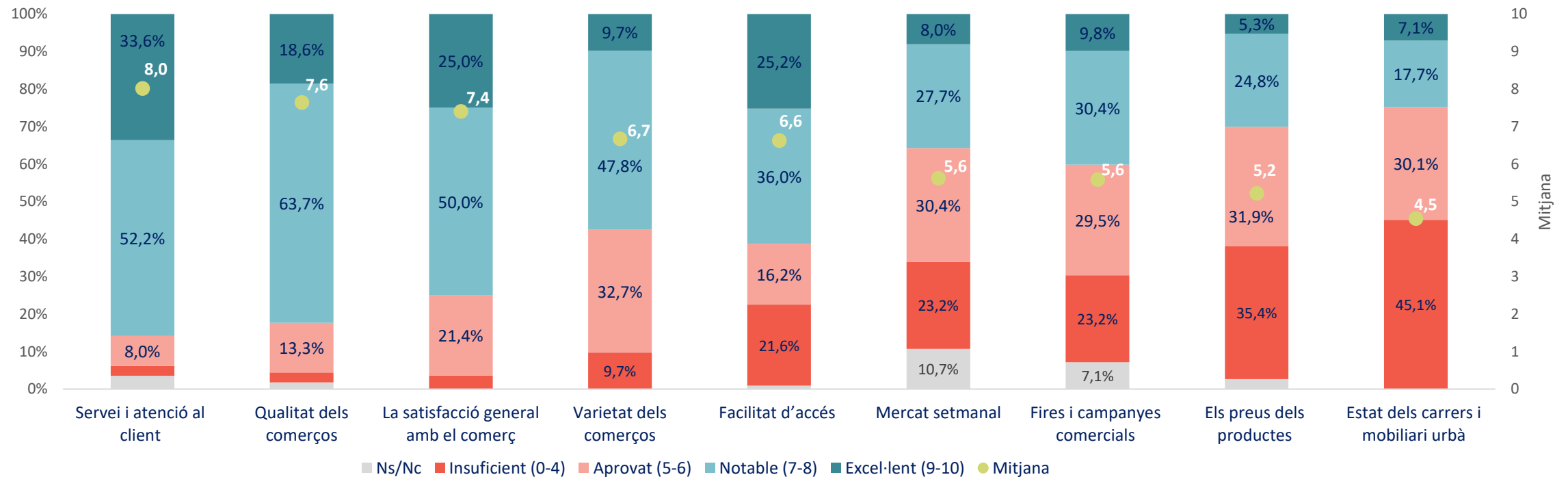
Motius de compra fora d'Argentona



En el cas de les compres fora d'Argentona, és la varietat d'oferta el que atrau més als compradors, així com per la cerca de preus més competitius. Es descarten altres raons com la proximitat de la feina o la residència, però sí que es pot tenir en compte en alguns casos la comoditat d'accés i la facilitat d'aparcament.

2.3 Valoració del comerç i l'entorn

Elements de satisfacció de les persones enquestades



Els ciutadans d'Argentona tenen en general una opinió molt positiva del seu comerç i de l'entorn comercial de la ciutat. Els elements amb una puntuació de satisfacció més alta són el servei i atenció al client i la qualitat del comerços, seguit de la varietat i la facilitat d'accés. Més enllà d'aquestes qualitats, s'identifiquen alguns altres elements que tot i rebre una nota mitjana d'aprovat, tindrien marge de millora: el mercat setmanal, les fires i campanyes i els preus. Finalment, tan sols l'estat dels carrers i el mobiliari urbà es perceben com motius d'insatisfacció, amb un nota mitjana d'un 4,5.

En general hi hauria una bona valoració de la qualitat comercial d'Argentona però també un reclam de millores en els aspectes més de l'entorn: la promoció, l'accés i els espais comercials.

2.3 Valoració del comerç i l'entorn

Elements de satisfacció: Correlacions

	Mitjana
Servei i atenció al client	8,0
Qualitat dels comerços	7,6
La satisfacció general amb el comerç	7,4
Varietat dels comerços	6,7
Facilitat d'accés	6,6
Mercat setmanal	5,6
Fires i campanyes comercials	5,6
Els preus dels productes	5,2
Estat dels carrers i mobiliari urbà	4,5

Dels elements valorats, el que té una correlació més forta amb el nivell de satisfacció general és els preus dels productes, així com també la varietat del comerços.

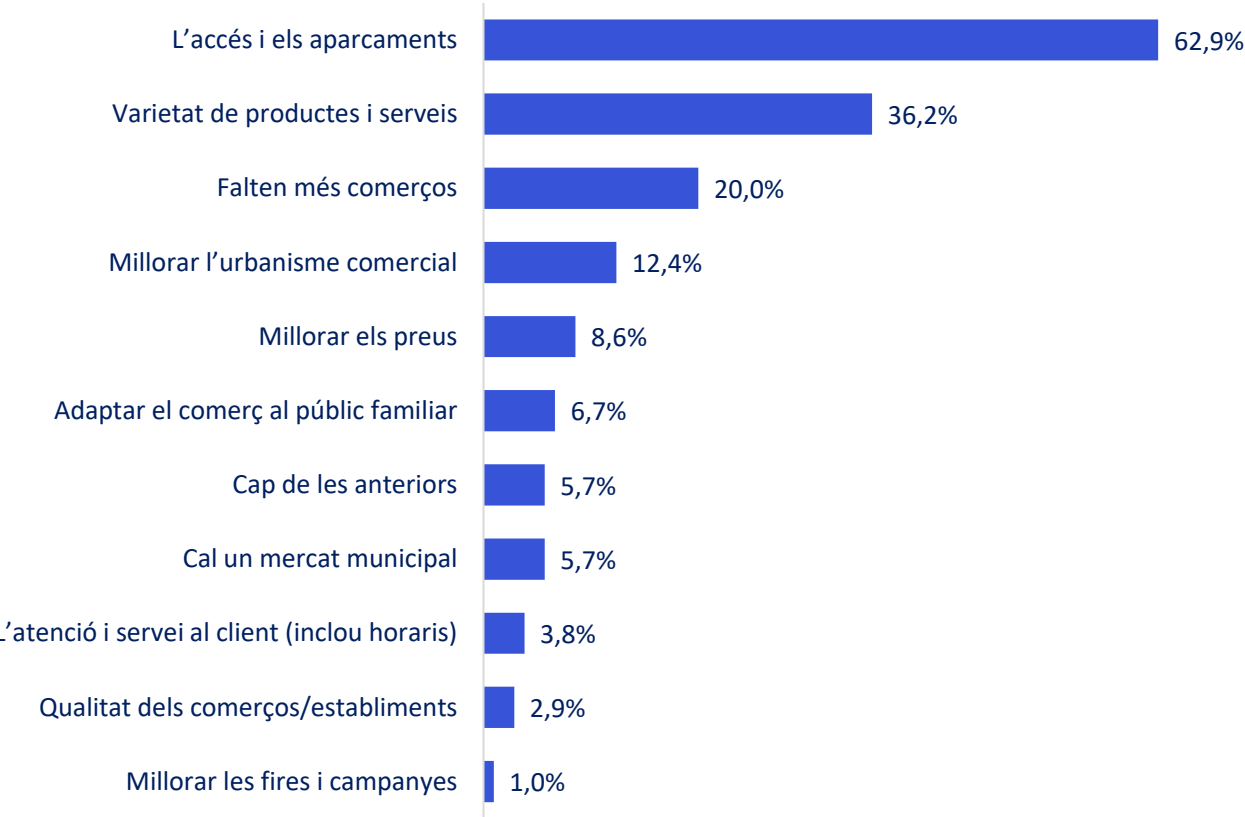
Aquests dos elements són els únics que de manera estadística impacten significativament en la variació de la satisfacció general. És a dir, com més alta és la valoració d'un o de l'altre aspecte, més alt també és el nivell de satisfacció general amb el comerç.

Incidint amb aquests dos aspectes és molt més probable que la majoria de ciutadans estiguin més satisfets amb el comerç d'Argentona.

Font: Treball de camp. Enquesta d'atractivitat del Mercat del Lleó.

2.3 Valoració del comerç i l'entorn

Necessitats de millora més urgents



L'element que amb més urgència es reclama per part de la ciutadania compradora d'Argentona és la millora de l'accés i els aparcaments. Aquest és un aspecte transversal de mobilitat que es critica amb més força. A partir d'aquí cal millorar sobretot la varietat de productes i serveis que s'ofereixen i també un increment dels comerços.

La resta d'elements com la millora de l'urbanisme comercial, els preus i encara menys la qualitat o altres ítems només són prioritzats per una minoria de persones.

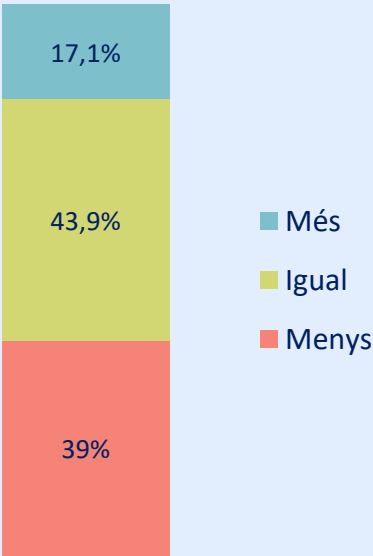


3. Clima comercial d'Argenton

3.1 Clima empresarial

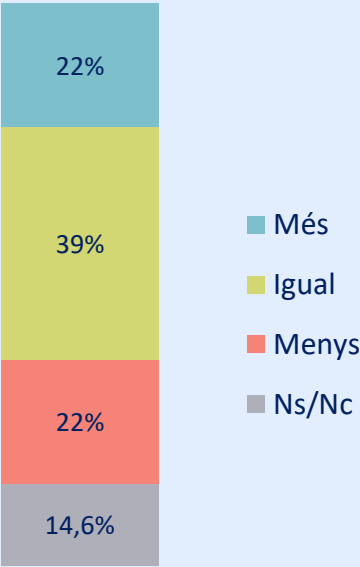
Xifra de negoci

Respecte l'any passat



Una majoria de més del 60% de comerços enquestats han tingut les mateixes vendes o fins i tot les han vist incrementades respecte l'any passat. Tot i que un 39% si afirma haver reduït facturació, el clima general indica que hi ha una estabilitat en els negocis.

Previsió de vendes d'aquest any

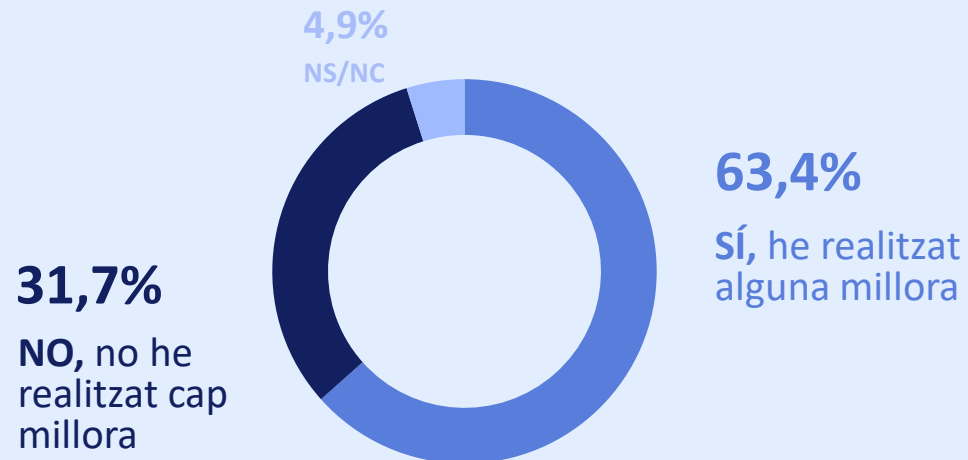


Pel que fa a la previsió de vendes per l'exercici actual, també hi ha una majoria de més del 60% que confia en vendre igual o més. En aquest hi ha un grau major d'optimisme ja que creix el percentatge de "més vendes" i es redueix els que asseguren "menys vendes" fins només el 22% d'enquestats.

3.1 Clima empresarial

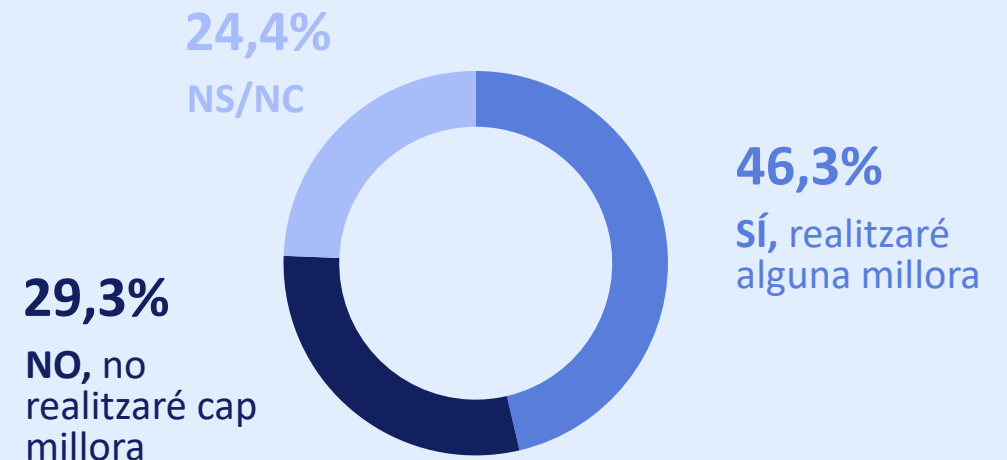
Inversions

Darrer any



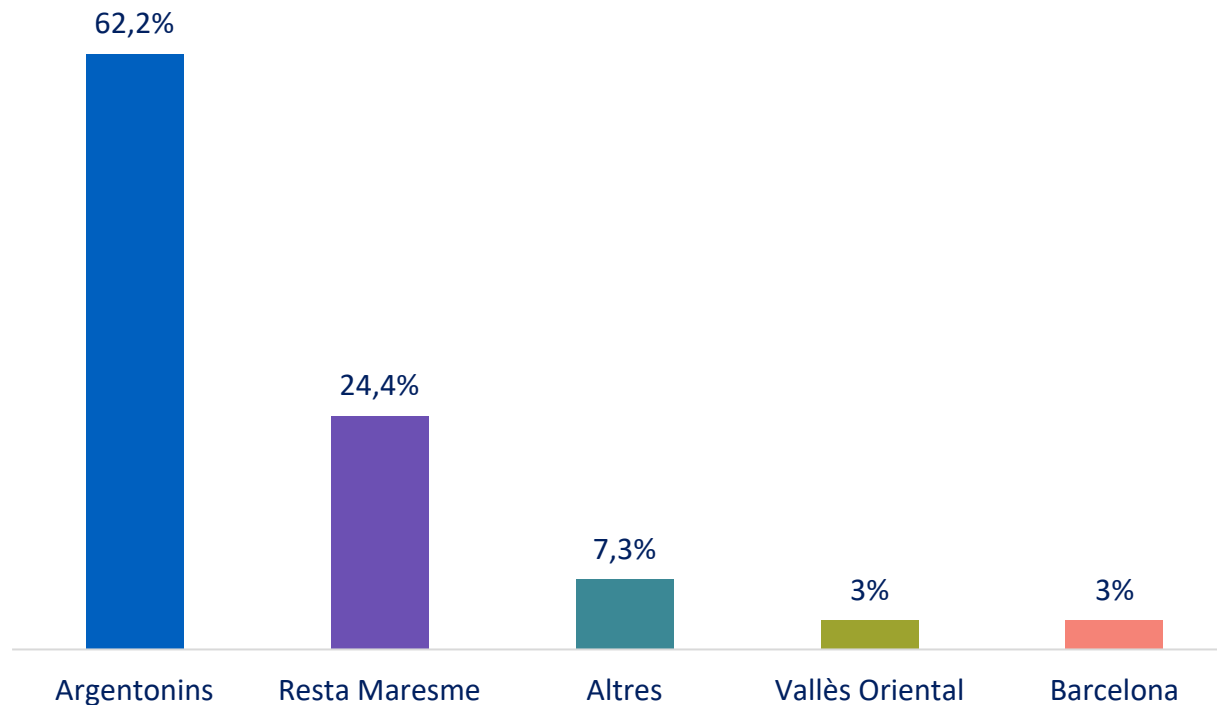
Preguntats per les inversions realitzades (de més de 600€), s'observa dinamisme per part dels comerços, ja que una majoria han realitzat millores els últims mesos.

Previsió per aquest any



En la previsió per l'any actual, tot i que no hi ha tanta seguretat en la resposta dels comerços, també hi ha una majoria simple dels que sí preveuen invertir en el seu negoci. Només un 29% saben segur que no podran aplicar millores.

3.2 Origen de la clientela



La gran majoria de la clientela, en la mitjana de comerços, prové del mateix municipi d'Argentona, com s'ha vist per un factor important de proximitat i fidelitat.

No obstant això, **un percentatge proper al 40% prové d'altres demarcacions, sobretot des de la resta del Maresme, que inclou Òrrius i Dosrius o Mataró**, entre d'altres. Per contra, no s'identifiquen gaires clients provinents, del Vallès Oriental o de Barcelona. S'entén, per tant, que hi ha una relació potencial dels comerços amb els municipis veïns.

3.3 Associacionisme

Valoracions dels comerços enquestats

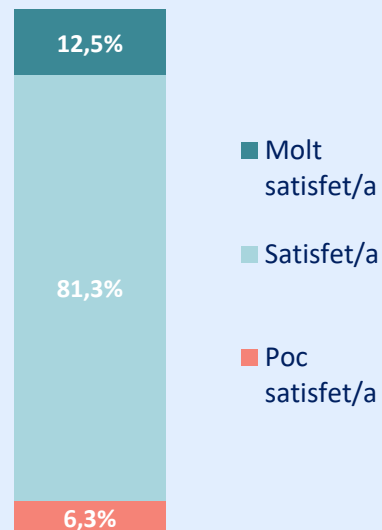
12%

Grau d'associacionisme real a Argentona (48 establiments de 400* aproximadament)

*Només s'inclouen negocis oberts al públic

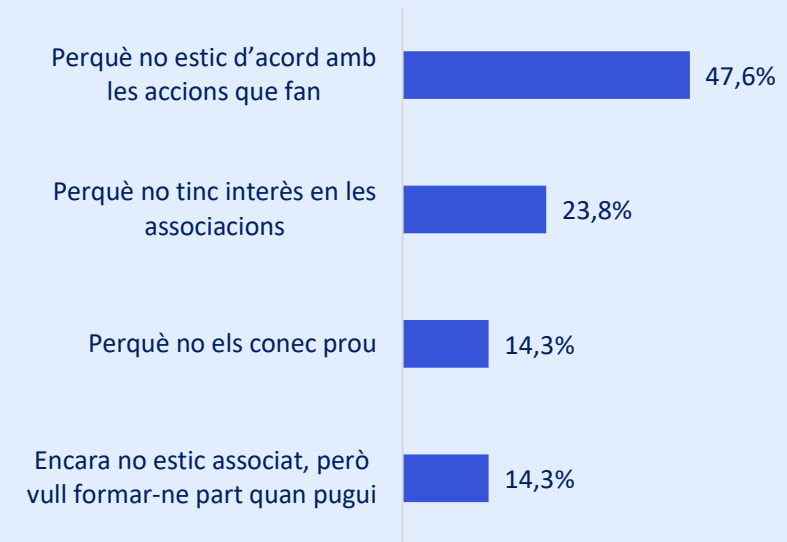
Font: ACIS i Camerdata

Comerços associats



Dins una submostra del 39% de comerços associats, la valoració que es fa de l'Associació de comerços i serveis és satisfactòria. Gairebé la totalitat dels comerços associats es mostren satisfets (tot i que pocs n'estan "molt" de satisfets).

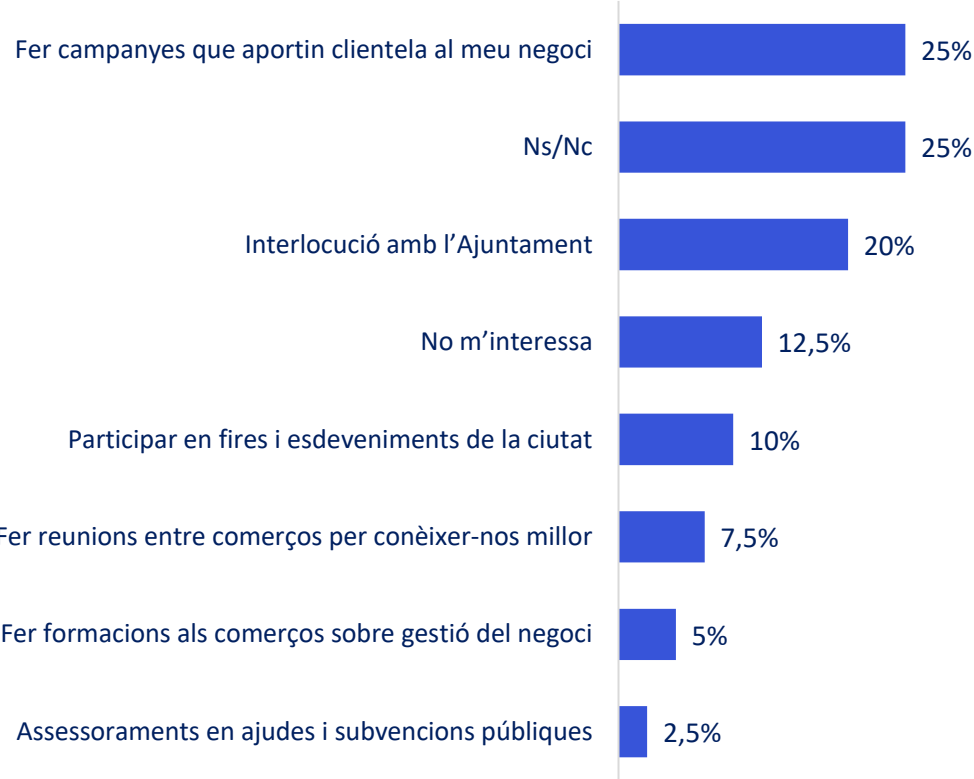
Comerços no associats



A la pregunta de "Per què no estàs associat?", una gran quantitat de comerços responen que discrepen de les accions o del retorn que ofereix l'associació. Certament, hi ha una majoria que simplement no ho ha contemplat o alguns que sí que potser s'associarien en un futur, però la resposta més clara mostra un marge de millora per la que actualment existeix a la ciutat.

3.3 Associacionisme

Demandes a l'associació

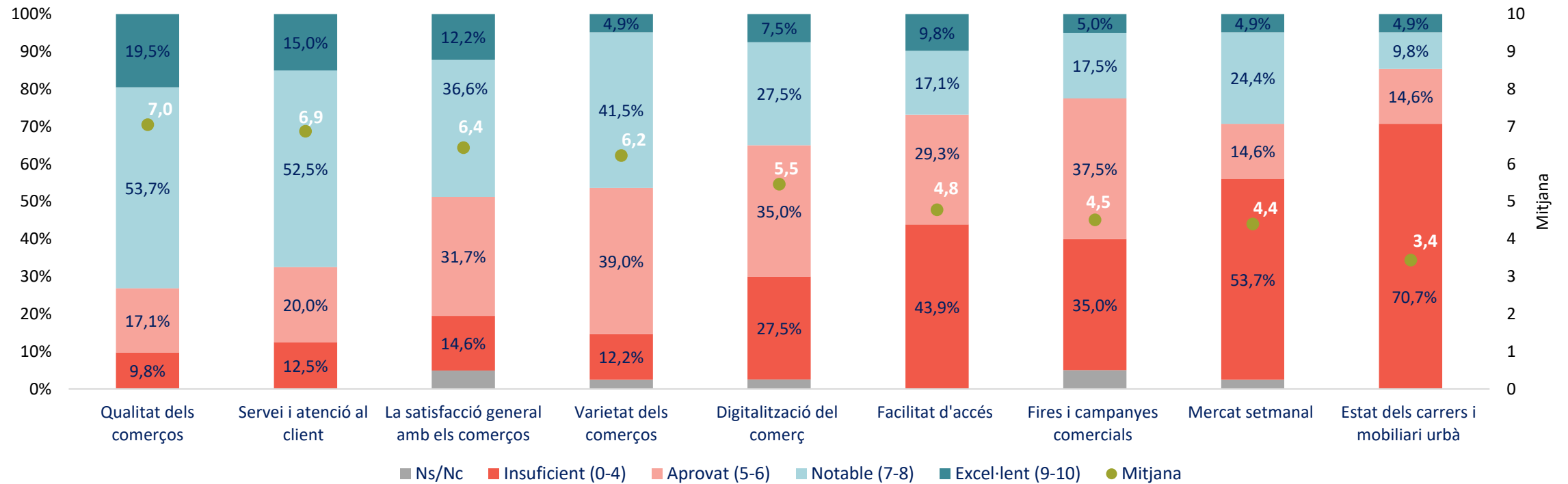


Pels comerços d'Argentona la prioritat de l'associació de comerciants hauria de ser sobretot apostar per les campanyes de promoció i també per la interlocució amb l'Ajuntament.

Els resultats en aquest cas no són tan contundents i els comerços dubten o no tenen clars els serveis detallats que hauria d'oferir l'associació. Això en dona comptes el percentatge notable de "Ns/Nc" o el de "No m'interessa".

3.3 Valoració del comerç i l'entorn

Elements de satisfacció dels establiments comercials



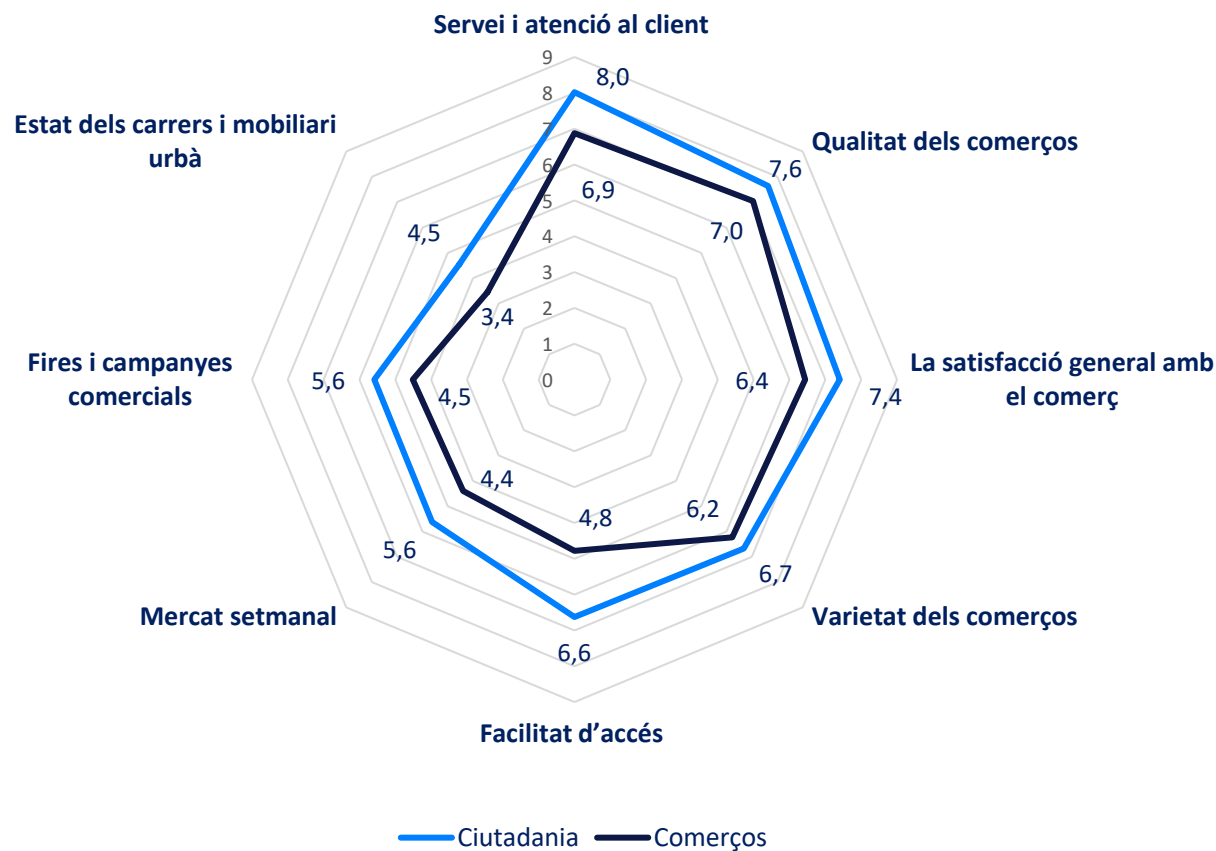
Les valoracions del comerç i l'entorn que fan els mateixos comerços és més crítica en general que en el cas de la ciutadania. Això s'identifica amb una nota mitjana del 6,4 en la satisfacció general i també en les valoracions d'insuficient en 4 dels 9 elements proposats.

Les notes més correctes s'atorguen a la qualitat comercial, al servei i atenció al client i a la varietat de comerços. A partir d'aquí, ja es valoren més negativament elements com l'accés, les fires i campanyes, el mercat setmanal i de manera molt contundent l'estat dels carrers i el mobiliari urbà. En la qüestió de la digitalització, amb una nota d'un 5,5 també hi ha gran marge de millora.

En aquest sentit, els comerços també critiquen i fins i tot suspensen els elements de l'entorn del comerç.

3.3 Valoració del comerç i l'entorn

Elements de satisfacció: Comparativa entre ciutadania i comerços



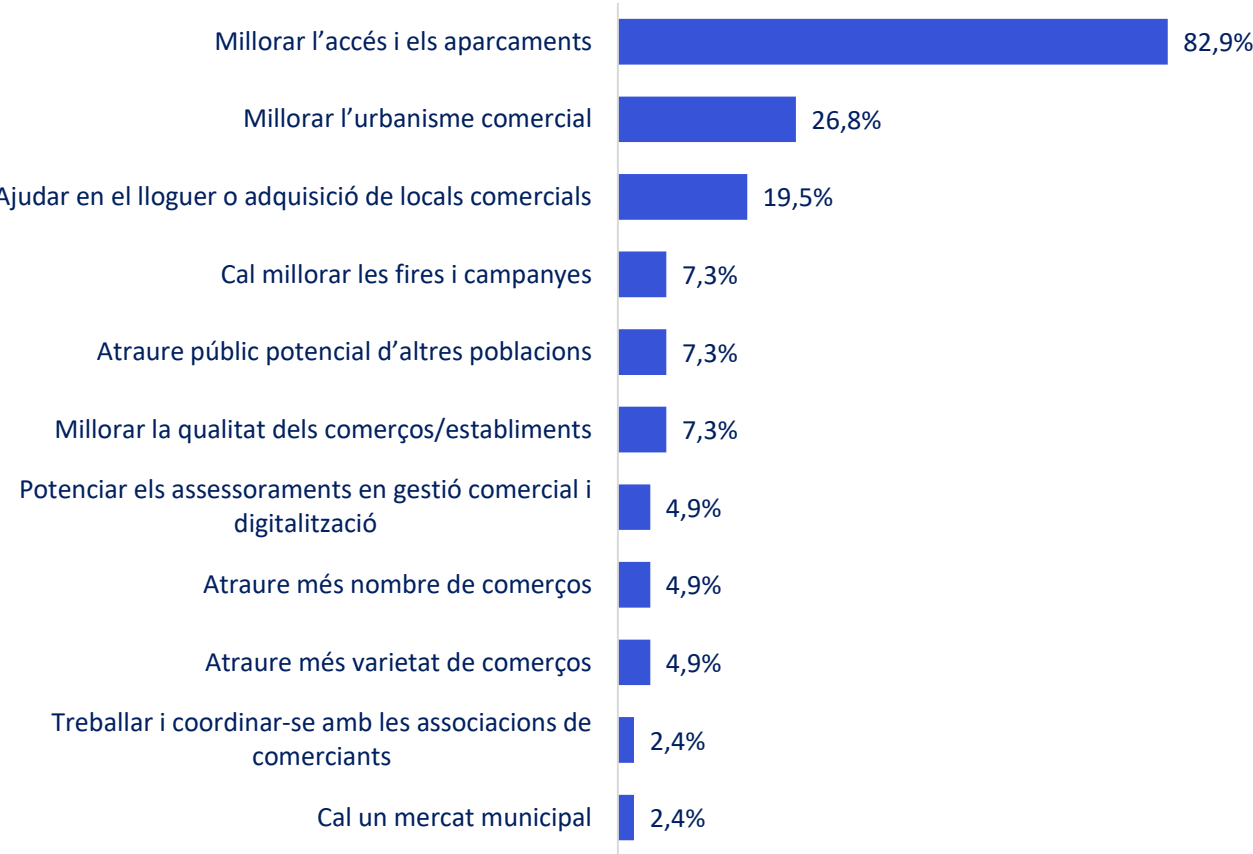
Quan es comparen les valoracions realitzades pels dos col·lectius: ciutadania i comerços, s’observa que els segons són més crítics per tots els elements.

Mentre que per la majoria d’aspectes les valoracions tenen un ordre de satisfacció semblant, alguns com la facilitat d’accés o el mercat setmanal els separen més d’1 punt de distància i els comerços els suspenen. En aquests punts, per tant, és on els comerços tenen una visió més negativa en comparació a la ciutadania.

Com es veu, en la valoració de l’estat dels carrers i el mobiliari urbà, els dos col·lectius coincideixen en apuntar un suspens.

3.3 Valoració del comerç i l'entorn

Necessitats de millora més urgents



El gran reclam dels comerços a l'Ajuntament és de manera molt clara i majoritària la millora de l'accés als comerços i els aparcaments.

Més enllà d'aquesta necessitat, també es demana pensar en l'urbanisme comercial i en l'ajuda financera o facilitadora de l'activitat en els locals comercials.

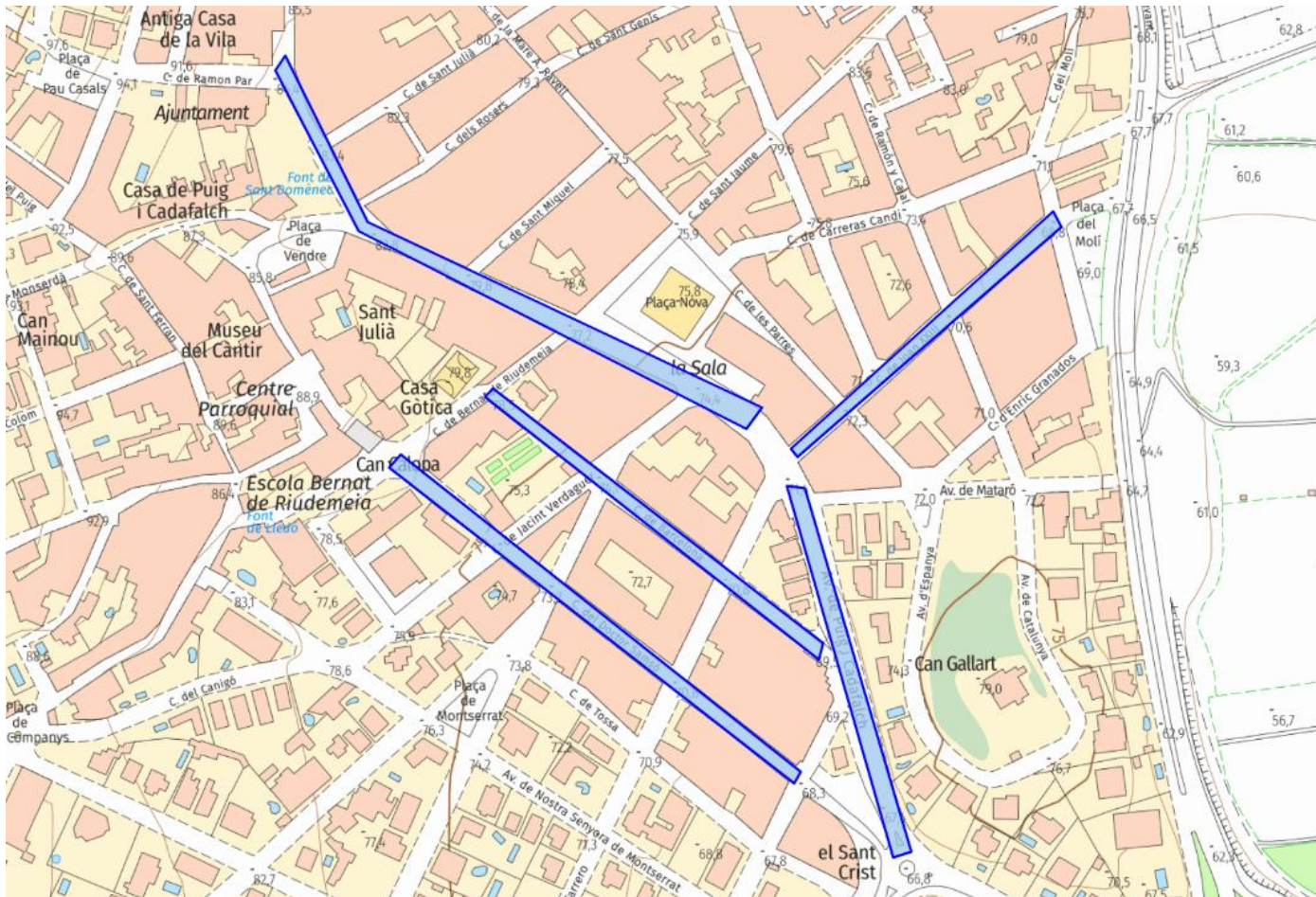
La resta d'elements proposats, per altra banda, no s'identifiquen com a prioritaris. D'alguna manera, el tema urbanístic desbanca la resta d'accions de promoció i acompanyament comercial.

4. Urbanisme comercial



4.1 Eix comercial

Vies urbanes analitzades



Font: Google maps

Principals carrers

Carrer Gran

Carrer Puig i Cadafalch

Carrer Joan XXIII

Carrer Barcelona

Carrer Doctor Samsó

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

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

4.2 Anàlisi urbanístic

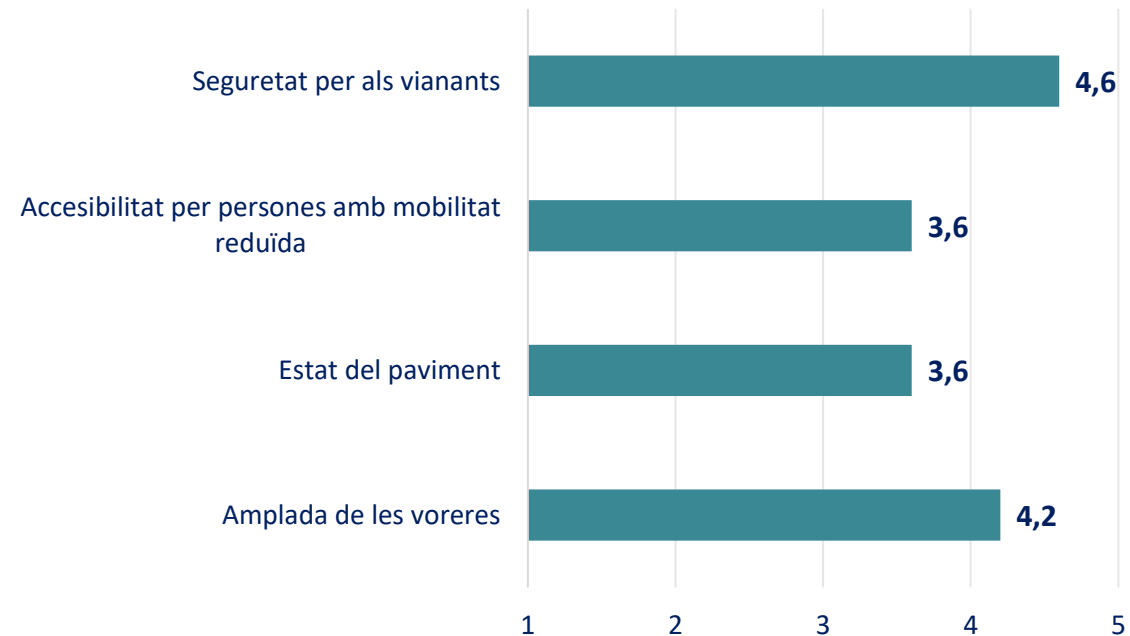
Estat de la via i de les voreres



Carrer gran

Els principals carrers comercials d'Argenton tenen una amplada i una accessibilitat per als vianants molt correctes. La seguretat és un element que afavoreix a la comoditat del passeig i el flux de persones a peu.

Tot i aquesta bona experiència pels ciutadans que es mouen comprant a peu, alguns trams presenten certa dificultat per a persones amb mobilitat reduïda, amb alguns obstacles com les mateixes voreres en els carrers que combinen trànsit a peu i per a vehicles. Especialment el Carrer Joan XXIII té una valoració menys positiva per tots aquests elements.

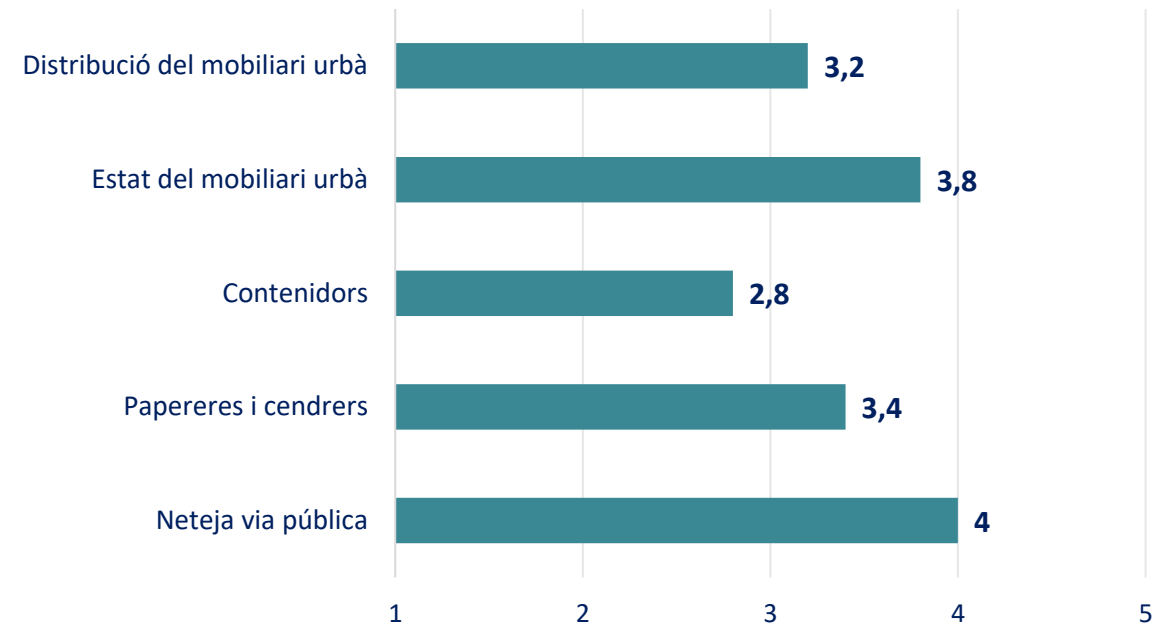


4.2 Anàlisi urbanístic

Neteja i mobiliari urbà



Carrer Puig i Cadafalch



L'apartat de la neteja i el mobiliari urbà, tot i ser correcte i aprovat en la majoria de carrers, té marge de millora en alguns aspectes. Per una banda, l'estat de mobiliari com senyals, pilones i altres elements és bastant correcte, però té una distribució irregular en alguns casos generant alguns obstacles pels vianants.

Per altra banda, la presència de papereres i contenidors també és irregular. En el cas dels contenidors, la seva mancança es justifica pel sistema "porta a porta" que va implementar el municipi i que només deixa alguns pocs contenidors de vidre com a fracció que sí es recull al carrer. En general, la neteja és molt correcta en tot l'eix comercial.

4.2 Anàlisi urbanístic

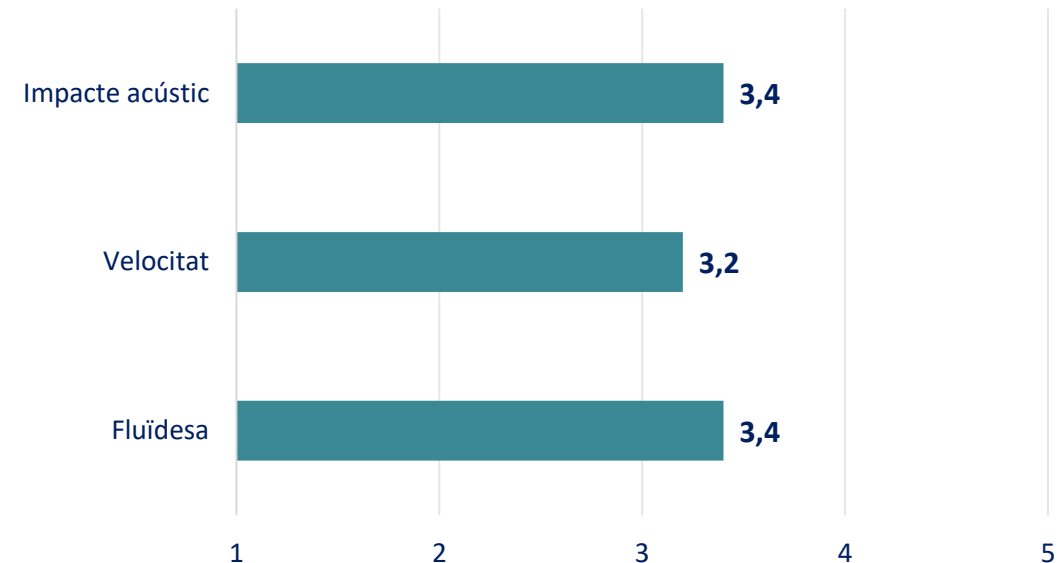
Trànsit de vehicles i aparcaments



Carrer Doctor Samsó

Si es valora la circulació de vehicles, partint de la base que és un element que pot impactar negativament en la seguretat i el passeig de vianants en els carrers comercials, aquest trànsit és a Argentona un aspecte també correcte però a tenir present. El carrer Barcelona, Doctor Samsó i Carrer i Gran tenen una valoració correcta en aquest sentit, però per exemple al carrer Puig i Cadafalch aquest trànsit té un major impacte.

La mitjana d'aparcaments en els carrers analitzats és d'unes 33 places, tots amb zones de càrrega i descàrrega i amb combinació de zona vermella amb limitació horària i aparcament lliure.

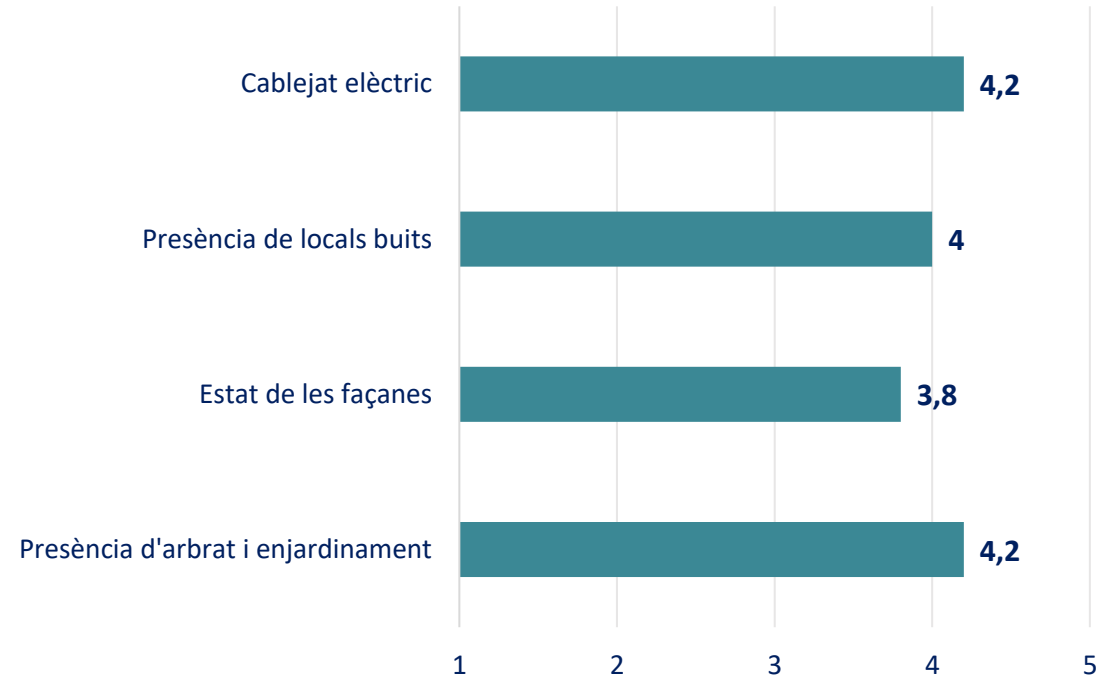


4.2 Anàlisi urbanístic

Altres elements



Carrer Gran



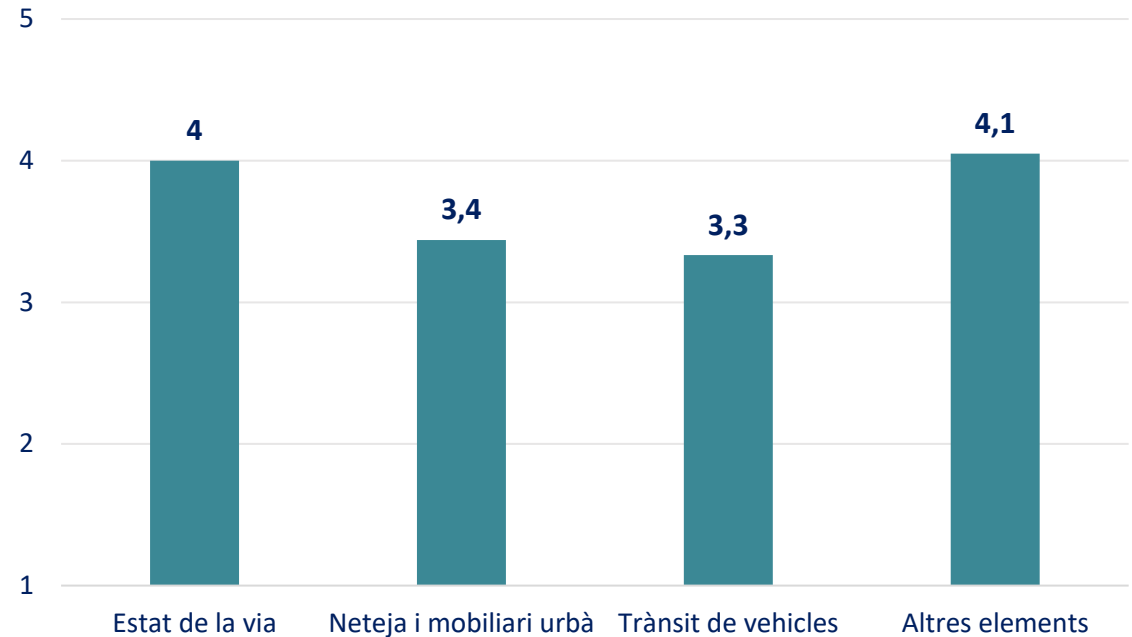
Argentona presenta un bon atractiu comercial gràcies també a elements com la presència d'arbrat, les façanes dels edificis o la poca presència (almenys a la vista) de locals buits. Si bé és cert que carrers com Joan XXIII són més durs i no tenen un aspecte tan atractiu, la resta d'eix comercial sí que és molt més agradable. Especialment el carrer Gran, Barcelona i Samsó tenen aspectes de lluminositat i enjardinament molt positius.

4.2 Anàlisi urbanístic

Síntesi



Plaça Nova



Fent un resum dels diferents apartats analitzats, s'observa que Argentona té un eix comercial amb un urbanisme correcte i a favor del vianant. Els elements amb una valoració més positiva són els de l'accessibilitat i l'aspecte estètic dels carrers. Els apartats de mobiliari urbà i trànsit de vehicles, en canvi, tenen unes valoracions més discretes, tot i que encara positives. Caldria sobretot eliminar alguns obstacles i redefinir la prioritat de circulació d'algunes vies per potenciar encara més l'accés als comerços i establiments.

5. Iniciatives i recursos

5.1 Iniciatives i serveis locals

Comerç



Promoció i gestió comercial	Pla de dinamització	- Programa d’actuacions de dinamització comercial - Execució per part de l’associació Argentona Comerç i Serveis (ACIS) - Subvenció nominativa de l’Ajuntament	Establiments associats a ACIS
	Establiments de producte artesà i d’elaboració pròpia	- Promoció d’establiments d’artesania alimentària - Carnisseries, forns, fleques, cellers i elaborats - Ruta de descoberta de “mestres artesans” (3 establiments)	9 establiments
	Xarxa comerç verd	- Guia de bones pràctiques ambientals del comerç - Xarxa de comerços amb un distintiu acreditat - Campanya de compra sostenible i reducció de residus	22 comerços adherits
	La cistella a casa	- Repartiment a domicili de compres al comerç local - Públic: persones grans i dificultats de mobilitat - Col·laboració amb un centre ocupacional - Servei puntual en horari restringit	7 establiments adherits
Fires i mercats	Fires	Festa major d’hivern: Producte artesà	Gener
		Diada de la flor: Producte artesà	Juny
		Argentast: Fira de gastronomia local	Agost
	Mercats setmanals	Mercat de dels divendres al centre: Alimentació, equipament de la persona i de la llar	20 parades
		Mercat dels diumenges: Veïnat del Cros	2 parades

5.1 Iniciatives i serveis locals

Empresa i emprenedoria



Ocupació	Borsa de treball	- Servei personalitzat d'atenció i gestió d'ofertes laborals - Processos de selecció de candidats
Formació	Formació contínua	- Públic: persones treballadores, emprenedores, empreses, comerços - Duració de 4 a 20 hores per curs - Idiomes: català i anglès, nivell bàsic - Comptabilitat, IA i xarxes socials - Competències digitals i recerca de feina
Assessorament	Servei d'assessorament a l'emprenedoria i al teixit empresarial (Punt d'Atenció l'Empresa)	- Atenció i assessorament a l'emprenedoria - Viabilitat del negoci i pla d'empresa - Conveni de col·laboració 4Ribes (Argentona, Cabrera de Mar, Dosrius, Òrrius)
		- Assessorament financer i jurídic - Subvenció "Argentona Impuls": - Línia a) Contractació per un mínim de 6 mesos a persones aturades empadronades al municipi - Línia b) Persones desocupades que iniciïn una activitat econòmica per compte propi
Sensibilització	Foment de la cultura emprenedora	- Accions de foment de la cultura emprenedora a les escoles i a l'IES - Foment de valors (iniciativa, creativitat, integració social, cooperació, coneixement, medi ambient) mitjançant la creació d'una empresa.

5.2 Recursos locals

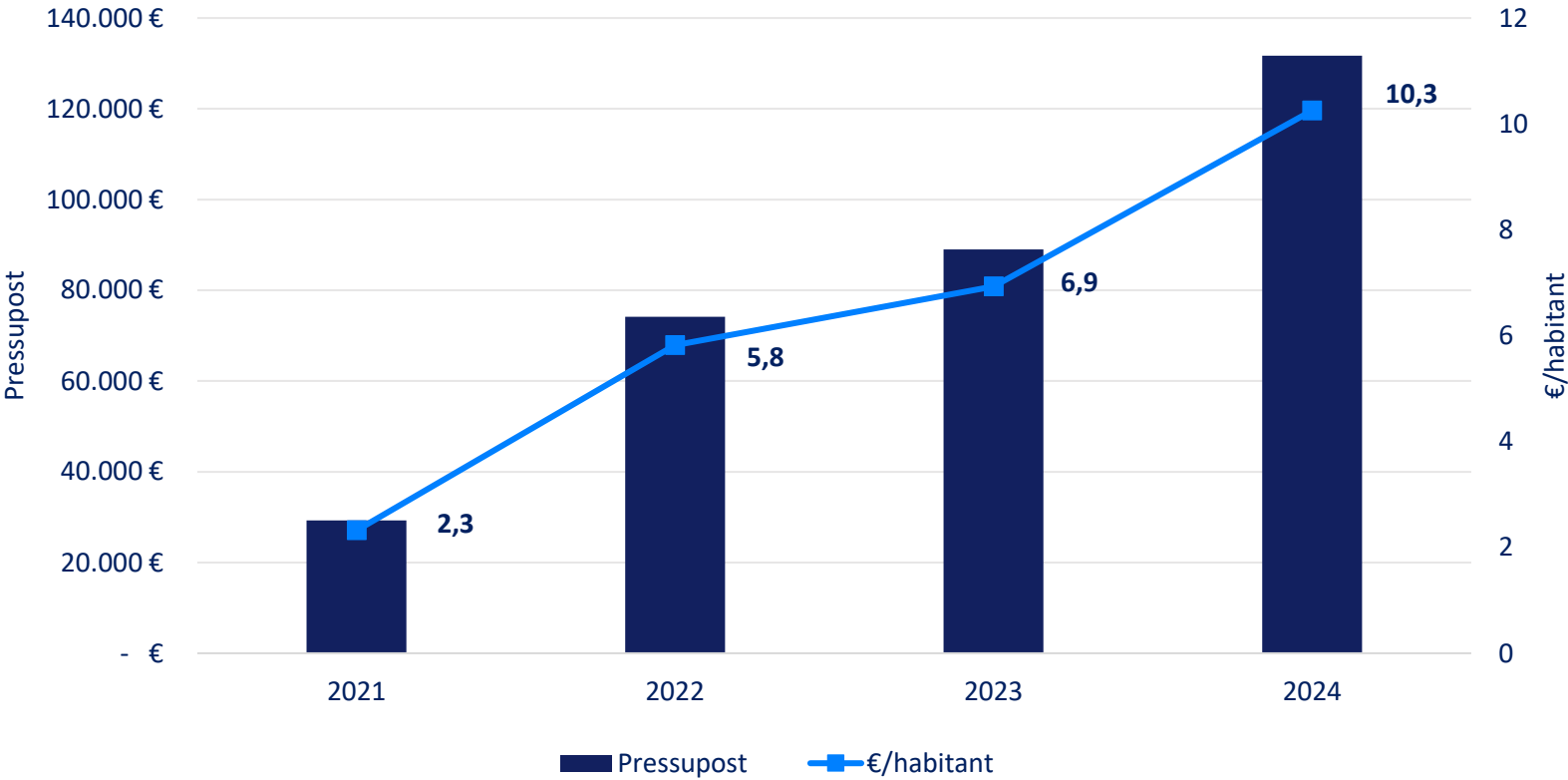
Finançament del sector

Ajuntament d'Argentona	Conveni de col·laboració	- Subvenció directa nominativa de favor de l'Associació Argentona es Mou: 13.500 € (2024) - Projecte de dinamització del centre urbà, anualitat 2024
	Subvenció "Argentona Impuls"	- Subvenció per al foment de l'ocupació i l'autoocupació: 35.000 € (2024) - Màxim de 4.500 € per beneficiari
Diputació de Barcelona	Subvencions a entitats representatives del sector comerç i serveis	- Subvenció a entitats del sector comercial per la millora del teixit econòmic urbà i que fomenten el teixit associatiu d'operadors de comerç i serveis. - Associació Argentona es Mou: 2.160 € (2020)
	Subvencions a l'Ajuntament d'Argentona	- Argentast - Fires Artesans - GIPAC - Inspecció de mercats
CCAM, Generalitat de Catalunya	Programa de suport a la xarxa associativa de comerç, artesanía i moda	- Pla de dinamització comercial d'Argentona - Associació Argentona es Mou (ACIS): 1.482 € (2024)

Font: Ajuntament d'Argentona

5.2 Recursos locals

Pressupost d'Argentona (2024)



El pressupost destinat directament a comerç per part de l'Ajuntament d'Argentona va ser **l'any 2024 de 10,3€ per habitant**.

L'evolució del pressupost consignat a comerç els últims anys ha set clarament positiva, passant dels 29.000€ el 2021 fins els més de 130.715€ totals aquest últim any 2024. Amb la perspectiva de pressupost per habitant, l'evolució és de 8€, cosa que significa que el pressupost s'ha més que triplicat.



6. Entrevistes a agents



Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ D'ARGENTONA

Gustavo Martínez, Restaurant Atahualpa

Dia: 20/03/2024

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

Persones assistents

- Gustavo Martínez, restaurador
- Miquel Gómez – Consultoria J3B3

BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

- Ve de treballar a la restauració a Barcelona però ho deixa el 2015 i s'instal·la el 2018 a Argentona. Per les condicions del local, habiliten 3 espais diferents amb una proposta de cerveseria, celler i restaurant. Amb l'ajuda de les impressions del públic, acaben aplicant el concepte Atahualpa: 3 espais, 3 històries.
- La presentació de l'establiment i l'enfocament a l'atenció al públic han sigut apostes d'èxit. També la proposta gastronòmica de fusió migratòria: empanades de calçots, per exemple. També s'ha buscat l'atenció especial al públic infantil i familiar, amb elements d'interacció i joc a les taules, i confiança i predisposició que el fan ser especial i engrescador.
- El factor atenció al client en el sentit de la predisposició, la motivació, la integració infantil. Intenten enfocar-se molt a l'experimentació infantil. També ajuda la ubicació digital a través de Google Business. Combinen públic local fidel i visitant extern, perquè és un punt intermedi pels que van al Vallès també.

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

- A Argentona hi ha ambient familiar, amb molts nens. La gent actua en família el cap de setmana anant al supermercat, i això cal observar-ho i plasmar-ho al comerç. A les barriades els atrau anar a comprar a Mataró per desplaçament.
- En els últims anys el tema aparcament és recurrent i fins i tot excessiu, perquè no deixa de ser tècnicament complex. En el seu cas tenen bon aparcament, bona accessibilitat amb la gent que ve del Maresme sud i també Mataró.



- L'oferta a Argentona és bastant bona. Potser falta una botiga d'esport, però costa perquè es necessiten consumidors vinguts de fora.

BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

- L'èxit o no de l'associacionisme depèn de la participació dels socis. Ara mateix és deficitari però no per culpa de la direcció sinó de la participació en general. Ell ja va mirar de connectar-se amb ACIS i hi va participar, però no han tingut bona experiència per encaix. La restauració té prou entitat com per reunir els seus interessos propis, tot i no problemes per establir sinèrgies.
- A nivell gastronòmic seria interessant associar-se però el context postpandèmic no és fàcil. La inflació ha afectat. Alguns negocis encara estan en fase supervivència i falta temps per associar-se, tot i que seria molt necessari. Aniria molt bé per gestionar serveis en comú, propi servei tècnic, compres comunes, formació de joves estudiants.
- A nivell d'Ajuntament, han tingut bona relació amb la tècnica, que és batalladora. Els polítics no solen acompanyar, però ara potser sí que es nota una mica d'efervescència. Cal projecte polític. Sí que reben informació permanent, però falta interès en general. Falten accions que siguin definitives, que acabin.

BLOC IV: Propostes de millora

- El que s'ha plantejat en les últimes reunions i contactes ha sigut el transformar el centre d'Argentona amb un centre comercial a l'aire lliure, pensant amb l'espai públic, el públic familiar. Caldria crear una imatge amable i accessible, amb punts de trobada pensats, etc.
- Generar espais d'aparcament per fer més accessibles les zones comercials. Si es resol el tema de l'aparcament (bona senyalització, llocs d'aparcament alternatius i ben pensats) ja es generarà un clima de propostes més positiu, de confiança. Se li pot donar prioritat a això.
- Falta visió integral i de conjunt, plans i accions que s'apliquin independentment del moment polític.
- Fa falta la participació dels negocis en els afers en comú (tots els involucrats en el desenvolupament econòmic).
- Cal una forma de comunicació més accessible entre teixit comercial i ajuntament, etc.



Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ D'ARGENTONA

Àngels Espelt, Coll Moda

Dia: 20/03/2024

- Hora: 16h
- Lloc: Entrevista online (Plataforma Zoom)

Persones assistents

- Àngels Espelt, comerciant
- Miquel Gómez – Consultoria J3B3

BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

- Coll Moda va ser fundada pel besavi d'Àngels Espelt. Inicialment, es van separar els sectors de la moda i el calçat en dues botigues, encara que recentment s'han reunificat sota el concepte de "concept store", una innovació que va esdevenir durant la pandèmia.
- S'especialitza en oferir productes de moda i calçat de qualitat, amb un fort enfocament cap a la digitalització (venda per Instagram) i l'assessorament personalitzat al client a botiga
- Els clients aprecien especialment la possibilitat de trobar productes d'aquesta naturalesa a Argentona, allunyant-se de la percepció de ser una simple botiga de poble.
- Ells vendrien molt més si Argentona potenciés el que ja té, que ho té adormit.
- Va treballar davant de l'Associació i molt coordinada amb l'Ana Alonso als 2000 i es van fer moltes coses bé.

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

- El comerç a Argentona és vertebrador, i dinamitza totalment tot el poble, i els polítics no han acabat d'entendre l'aposta que cal fer-ne.
- A nivell urbanístic i de mobilitat, la connectivitat, que és bona, s'ha pervertit perquè la circulació t'expulsa del poble cap a Mataró i Granollers. De fet, hi ha pilones que dificulten l'accés al centre



- S'ha anat una mica endarrere en varis fronts:
 - o Plaça Vendre sense opcions de pàrquing subterrani.
 - o Edifici Velkro per explotar, però no saben què fer-ne.
 - o Tanquen els comerços dissabte a la tarda: el poble es buida i falten activitats lúdiques el cap de setmana, afectant negativament els serveis relacionats.
 - o Hi ha vida social, però la impressió és que la compra grossa la fan fora o a supermercats.
- El comerç és de qualitat però no acaba de florir per barreres polítiques i de context. Falta planificació estratègica de conjunt, a nivell ciutadà i comunitari (perspectiva integral).
- A nivell de mix comercial, hi ha molt bon producte alimentació, artesà, per exemple, que cobreix moltes necessitats a nivell de poble. Moda també cobreix bé. Salut prou bé. Equipament de la llar n'hi ha, però en falta, com decoració.
- Mataró ha perdut molt de comerç local (centre, carrer riera, etc.); és un "low cost" que no és atractiu, però tenen el Mataró-Park que sí que atrau per un perfil clar de consumidor.
- Granollers sí és un referent de comoditat i bon ambient comercial, on conviu low-cost i high-cost.
- Zones comercials:
 - o Carrer Gran
 - o Carrer Barcelona
 - o Carrer Estanc
 - o Plaça nova
 - o El Cros tenen una farmàcia i una botiga de comestibles, però bàsicament es lliga a Mataró

BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

- L'associació ha anat perdent pistonada. No s'estan plantejant bé ara quina funció han de fer. Han anat treballant molt i fent accions però sense un full de ruta clar. Fires i firetes s'han anat fent però és molta feina i aporta poc al final, només visitants puntuals.



- No és gens grat estar-hi davant i es castiga molt l'error.
- Les relacions amb l'ajuntament han de ser ben travades per no duplicar feina sinó coordinar-la, cadascú en el seu rol
- Els tècnics de promoció econòmica són bons i no han deixat de fer feina, però no han rebut instruccions ben pensades pels polítics. No administren bé el moment de l'estratègia i de l'acció (per exemple: zona vermella), per tant és necessari un full de ruta compartit amb oposició i tècnics i usuaris.

BLOC IV: Propostes de millora

- Caldria apostar per un sistema de mobilitat interior i que no consisteixi en un pàrquing que ho solucioni tot sinó amb accions més tàctiques: senyalització vertical, horitzontal, facilitació d'accés, atracció, etc.
- Crear la marca Argentona, on la mobilitat i serveis associats al comerç s'expliquessin i s'explotessin
- Associació: cal un pla i una marca que els professionalitzi (fins i tot amb ingressos passius, sostenibilitat econòmica), conjuntament amb el municipi. Implica preguntar i planificar amb els socis, per després oferir assessorament al comerç, subvencions, serveis estandarditzats, molta formació professionalitzadora. Posa l'exemple del RACC, perquè aporta beneficis clars als socis, tangibles.
- Innovació: Central de compres i proveïdors, gestió quotidiana del negoci



Entrevista dins del PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ D'ARGENTONA

Laia Valls, Xarcuteria Can Valls

Dia: 18/03/2024

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

Persones assistents

- Laia Valls, comerciant
- Miquel Gómez – Consultoria J3B3

BLOC I: Trajectòria negoci dins el context local

- Són una botiga centenària que han apostat per la qualitat, el producte artesà i està especialitzat (és refent) en botifarres casolanes. La qualitat ha estat una aposta diferenciadora.
- A nivell de clientela, abans els venia gent de pobles veïns (Vilassar, Cabrils) perquè podien aparcar. Ara no els mereix la pena.

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

- Argentona encara viu prou del comerç i el tema aparcaments és molt important. La tendència a fer carrers de vianants dificulta la modalitat de consum de càrrega, i també de distribució del producte per part de proveïdors. Abans el carrer Gran tenia moltes opcions en aquest sentit i ara costa més. Quan hi havia aparcaments en zona blava, la gent rotava més. La zona vermella no funciona perquè falta control perquè la rotació sigui efectiva (el disc horari ha de ser d'1 hora, però se n'abusa).
- El públic que li interessa comprar local, ho fa. El que no, acaba comprant a Mataró per una comoditat logística. Com a hàbits de compra, tenen compra quotidiana més puntual entre setmana de gent que passeja o que aprofita la visita d'algun equipament. Gent gran de matins i tardes ve gent jove, fins i tot 20 anys. El cap de setmana tenen visitant esporàdic i també jove que fa compra més gran. Aquests constitueixen una clientela potencial.



- Tot i això, Argentona destaca encara pel seu producte artesà, com és l'alimentari i també l'equipament de la llar (ceràmica)
- Argentona té bastanta cobertura de mix comercial. Fins i tot roba, supermercats, tintoreries, serveis, ferreteries, etc.

BLOC III: Associacionisme, interlocució i teixit comercial

- Fa 15 anys eren cap a 100 associats i ara ha anat a menys i són uns 50, tot i que segueixen actius. Segueixen fent accions senzilles i compten amb una dinamitzadora. La Maite és la dinamitzadora. Existeix un conveni amb l'ajuntament i també es cobren quotes als associats.
- Ella sempre ha estat associada, però ho va deixar fa un temps. Ara li han demanat d'agafar la gestió com a secretària.
- Històricament ha faltat col·laboració i sobretot predisposició de l'Ajuntament. El tema aparcament l'han lluitat amb tots els equips de govern, però no hi ha manera de posar-hi una bona solució
- El nou ajuntament es nota que té iniciativa i contacte més directe i personal. Tenen ganes d'inxarxar millor i escoltar més.
- El servei SEMPRE i l'Ana concretament ajuden molt, amb subvencions, cursos, etc. Tot i que fa temps que treballen amb aquesta idea i format, ara es nota que tècnicament també es té molt bona predisposició. Per exemple, hi ha bona difusió dels cursos i aquests tenen sentit.

BLOC IV: Propostes de millora

- Dins l'associació, es pot millorar en la gestió de xarxes, el que és la promoció quotidiana i les campanyes online.



- Hi ha fires que queden una mica obsoletes, però algunes sí que funcionen. Cal enfocar-ho a activitats infantils perquè pot ajudar molt. La franja 45 – 65 anys ja estan acostumats, però cal explotar el perfil jove i familiar.
- Pel tema de l'aparcament, idealment aniria bé un de soterrat amb opcions de bonificació davant de Can Doro| La zona vermella podria funcionar si hi hagués un reforç d'una persona vigilant que pugui controlar millor. Cal rotació perquè hi hagi constants places lliures.
- La venda online també pot ser molt bona solució pels negocis, o en tot cas canals de distribució digitals, per mitjà d'aplicacions mòbil i web.
- Obradors oberts, per millorar el valor final d'atenció al públic. Diferenciar-se de la gran superfície. Millorar el tracte al client
- Cal potenciar els visitants de fora d'Argentona, que ara ja venen per esdeveniments.
- També buscar sinèrgies com les jornades tipus "pagès a casa", que també funcionen

7. Conclusions

DEBILITATS

D

- Una densitat comercial comparativament inferior a l'entorn significa un teixit comercial que no pot cobrir les necessitats de tota la població d'Argentona.
- Tot i la bona valoració de la qualitat comercial, hi ha un reclam de millora en els aspectes de l'entorn del comerç, com és la promoció, les infraestructures o la mobilitat per accedir a l'eix comercial.
- La manca actual d'adhesions a l'associació de comerços i serveis i també el desacord amb el rumb actual d'aquesta mostren una debilitat de l'associacionisme comercial a Argentona que cal revertir.
- Els comerciants incideixen sobretot en la crítica a l'accés i a espais com el mercat setmanal i per tant són elements a millorar.

F

FORTALESES

- La concentració comercial al centre del poble evidencia la necessitat d'una planificació estratègica de la mobilitat i l'accés als comerços per part de tota la ciutadania d'Argentona.
- A l'hora de comprar a Argentona es valora sobretot la proximitat d'accés i la confiança, fet que relliga el seu teixit comercial amb els valors del comerç local.
- Una part prou important de les vendes es realitzen a clients de fora Argentona i això indica una atractivitat del producte local que es pot potenciar.
- El Servei de Promoció Econòmica d'Argentona impulsa una varietat elevada de serveis i compta amb estructura com per donar suport al teixit empresarial i comercial de la ciutat.

AMENACES

A

- L'envelliment de la població d'Argentona condiciona la demanda comercial i pot desincentivar la regeneració del comerç dirigit al públic familiar.
- La segregació urbana de la població implica un model de mobilitat i consum que comporta fuga de despesa a altres municipis.
- La concentració de població d'edat avançada al centre de la ciutat i els seus hàbits de consum poden alentir la regeneració del comerç local.
- El Veïnat del Cros, amb un perfil demogràfic familiar, d'origen divers i de baixa renda, pot quedar relegat amb una manca d'oportunitats d'accés al comerç local d'Argentona.

O

OPORTUNITATS

- Una percentatge de població jove superior Argentona en comparació al seu entorn pot generar una major despesa en productes quotidians dins del municipi.
- La població resident estrangera provinent de la Unió Europea és un indicador de benestar i de capacitat de consum de productes de qualitat.
- Una renda per càpita superior i una menor taxa d'atur que la mitjana catalana indica una bona capacitat de consum de la població argentonina.
- L'Eixample d'Argentona concentra la mitjana de renda més elevada per persona, fet que representa una oportunitat a generar despesa de proximitat al centre.
- El creixement del sector serveis brinda una oportunitat d'ocupació de locals comercials en planta baixa, sobretot tractant-se de serveis personals.
- La compra d'articles quotidians i equipament de persona i llar es realitza al comerç local, pel que hi ha encara potencial d'atraure aquesta despesa i consolidar-la dins d'Argentona.

8. Pla d'acció



Proposta de valor

El comerç d'Argentona com un emblema econòmic i social de la ciutat, amb una accessibilitat sostenible i oberta a tots els públics i amb una oferta de comerços i serveis units, variats i de qualitat.

3. PLA ESTRATÈGIC

El comerç d'Argentona com un emblema econòmic i social de la ciutat, amb una accessibilitat sostenible i oberta a tots els públics i amb una oferta de comerços i serveis units, variats i de qualitat.				PROPOSTA DE VALOR
LE1 Urbanisme accessible	LE2 Diversitat i relleu comercial	LE3 Assessorament i millora contínua	LE4 Comerç interconnectat i dinàmic	LÍNIES ESTRATÈGIQUES
Garantir un eix comercial amable, atractiu i obert a tots els públics.	Consolidar els comerços existents i atraure negocis variats.	Oferir un suport a comerços i serveis que els permeti augmentar el seu valor i qualitat.	Enfortir les associacions de comerços i serveis amb més recursos i assistència tècnica.	OBJECTIUS
1.1 Millora de l'espai Plaça Nova - Mercat setmanal 1.2 Ampliació de l'eix comercial amb prioritat per a vianants 1.3 Arranjament d'aparcaments sostenibles	2.1 Servei Reempresa per al relleu de negocis 2.2 Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats 2.3 Campanya de promoció de sectors clau	3.1 Servei de Català per a empreses 3.2 Certificacions de qualitat comercial 3.3 Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius	4.1 Millora del conveni de col·laboració amb associacions 4.2 Taula de treball per la dinamització comercial	ACTUACIONS

Línia estratègica 1 – URBANISME ACCESSIBLE

OBJECTIU:	Garantir un eix comercial amable, atractiu i obert a tots els públics
ACTUACIÓ:	1.1 Millora de l'espai Plaça Nova - Mercat setmanal

1.1 Millora de l'espai Plaça Nova - Mercat setmanal

1.2 Ampliació de l'eix comercial amb prioritat per a vianants

1.3 Arranjament d'aparcaments sostenibles

Millora de l'espai Plaça Nova - Mercat setmanal

La Plaça Nova és un punt neuràlgic de l'eix comercial d'Argentona, un espai on conflueixen els veïns, les activitats de restauració i els paradistes del mercat setmanal. La percepció de necessitat de millora d'aquest espai és generalitzada entre els comerços i pot ser una oportunitat per fer més atractiu l'accés al mateix eix comercial.

Accions:

1. Anivellament de la Plaça Nova i supressió dels obstacles amb prioritat de mobilitat pels vianants.
2. Introducció d'elements vegetals i mobiliari urbà (bancs, espais coberts, papereres, aparcaments per bicicletes, etc.).
3. Adequació d'espais per als paradistes (pèrgoles, estructures mòbils o fixes lleugeres, punts de llum, itinerari de càrrega i descàrrega, etc.).
4. Disseny i licitació del projecte d'obres.

PRIORITAT: MITJANA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea urbanisme
- Àrea Promoció Econòmica
- Associació Argentona Comerços i Serveis
- Paradistes

RECURSOS: ***



Línia estratègica 1 – URBANISME ACCESSIBLE

OBJECTIU:	Garantir un eix comercial amable, atractiu i obert a tots els públics
ACTUACIÓ:	1.2 Ampliació de l'eix comercial amb prioritat per a vianants

1.1 Millora de l'espai
Plaça Nova - Mercat
setmanal

1.2 Ampliació de l'eix
comercial amb prioritat per
a vianants

1.3 Arranjament
d'aparcaments
sostenibles

Ampliació de l'eix comercial amb prioritat per a vianants

Tot i que el tram central del Carrer Gran té una clara prioritat de mobilitat per als vianants, cal reforçar la integració amb la primera part de l'eix comercial al voltant de l'Ajuntament. D'aquesta manera, l'eix comercial pot atraure públic a peu d'una manera més fluïda i atraure el consum a diferents punts.

Accions:

1. Establiment de la prioritat per a vianants i de limitacions a l'accés rodat al tram entre carrer Àngel Guimerà i la Plaça del Vendre (prioritat invertida a 10 km/h, horaris d'accés, etc.).
2. Supressió d'obstacles de mobiliari urbà a favor del vianant.
3. Disseny d'itineraris a peu per accedir a l'eix comercial del centre d'Argentona (senyalització, zones de reunió i descans, etc.).

PRIORITAT: MITJANA

ACTOS IMPLICATS:

- Àrea urbanisme i via pública
- Àrea promoció econòmica
- Associació Argentona Comerços i Serveis
- Associacions de veïns dels centre

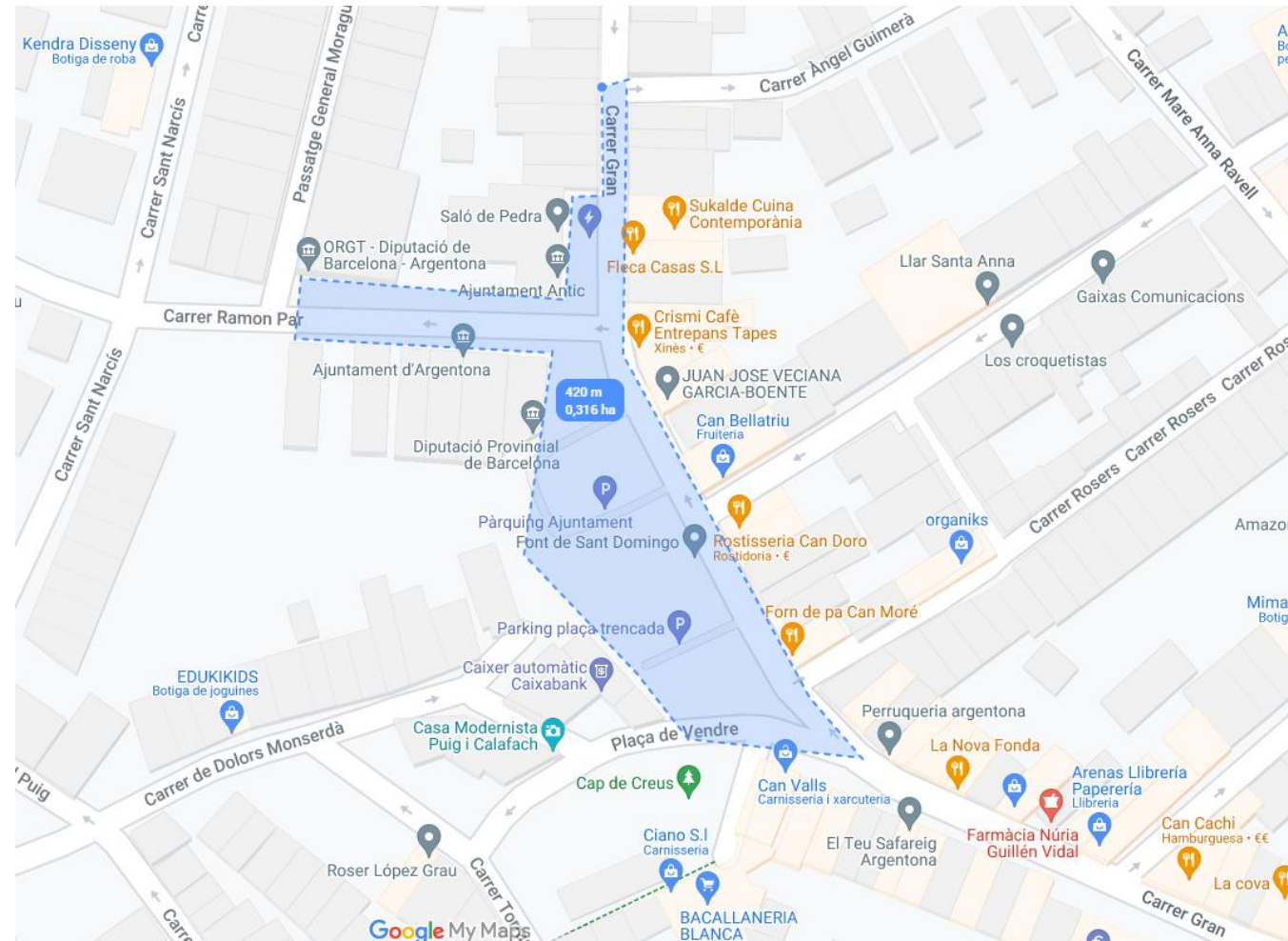
RECURSOS: *



Línia estratègica 1 – URBANISME ACCESSIBLE

ACTUACIÓ: 1.2 Ampliació de l'eix comercial amb prioritat per a vianants

ANNEX:



Línia estratègica 1 – URBANISME ACCESSIBLE

OBJECTIU:	Garantir un eix comercial amable, atractiu i obert a tots els públics
ACTUACIÓ:	1.3 Arranjament d'aparcaments sostenibles

1.1 Millora de l'espai
Plaça Nova - Mercat
setmanal

1.2 Ampliació de l'eix
comercial amb
prioritat per a
vianants

1.3 Arranjament
d'aparcaments sostenibles

Arranjament d'aparcaments sostenibles

La mobilitat, l'accés i l'aparcament són elements que intervenen en el debat sobre l'estat del comerç a Argentona quasi sempre com a factors crítics. Cal d'abordar-los des de la complexitat i amb solucions que generin consens. En paral·lel, no obstant això, es poden adoptar mesures que aportin millores estètiques en els aparcaments com per exemple els propers a l'Ajuntament.

Accions:

1. Arranjament dels aparcaments públics del primer tram del Carrer Gran (Can Doro i Cal Guardiola) amb anivellament, asfalt, parcel·lació i il·luminació. Inclusió dins el projecte de construcció de la nova biblioteca municipal.
2. Instal·lació de carregadors de bateries per cotxes elèctrics amb places reservades.
3. Instal·lació de plaques fotovoltaïques per a la càrrega de vehicles i la il·luminació autosuficient dels aparcaments.
4. Cerca de finançament extern i licitació del projecte d'obres.

PRIORITAT: ALTA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea urbanisme i via pública
- Àrea de serveis tècnics
- Associació Argentona Comerços i Serveis

RECURSOS: **



Línia estratègica 2 – DIVERSITAT I RELLEU COMERCIAL

OBJECTIU:	Consolidar els comerços existents i atraure negocis variats
ACTUACIÓ:	2.1 Servei Reempresa per al relleu de negocis

2.1 Servei Reempresa per al relleu de negocis

2.2 Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats

2.3 Campanya de promoció de sectors clau

Servei Reempresa per al relleu de negocis

La qualitat comercial d'Argentona passa per una oferta vinculada als valors del comerç local, de proximitat i atenció personal. Per a la consolidació d'aquesta oferta és necessari garantir el relleu dels negocis. El programa Reempresa ofereix suport, recursos i acompanyament a projectes emprenedors que volen rellevar una activitat econòmica (reemprenedors) i també a les empreses cedents que volen traspasar el seu negoci.

Accions:

1. Detecció de les activitats i negocis propers a la jubilació/tancament amb voluntat de traspàs.
2. Reunió tècnica amb el servei Reempresa (DIBA) per a l'activació del Punt Reempresa a Argentona o conveni de col·laboració amb Reempresa Mataró.
3. Contacte i detecció d'emprenedors amb voluntat de reemprendre un negoci obert dins el servei municipal d'emprenedoria (Xarxa Emprèn).

PRIORITAT: BAIXA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea promoció econòmica
- Reempresa Mataró
- Diputació de Barcelona

RECURSOS: *



Línia estratègica 2 – DIVERSITAT I RELLEU COMERCIAL

OBJECTIU:	Consolidar els comerços existents i atraure negocis variats
ACTUACIÓ:	2.2 Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats

2.1 Servei Reempresa per al relleu de negocis

2.2 Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats

2.3 Campanya de promoció de sectors clau

Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats

Per assegurar que el mercat comercial sigui dinàmic i que es promogui la varietat de botigues i negocis, cal impulsar una política d'incentius i ajuts consistent. D'aquesta manera, es poden rebaixar els costos d'entrada i les activitats poden ser viables en el seu punt d'inici.

Accions:

1. Confecció d'un pla d'incentius (bonificacions fiscals o de taxes d'obertura) per a l'obertura de noves activitats.
2. Inclusió d'una línia específica de subvenció a la reforma de locals per a propietaris o emprenedors dins el programa "Argentona Impuls".
3. Difusió del programa de suport i subvencions del CCAM i la DIBA
4. Establir com a requisit el pas pel servei d'emprenedoria municipal per poder accedir a subvencions i ajuts municipals.
5. Fer acompanyament (guia informativa, assistència personalitzada) a nous negocis en els tràmits i requisits d'ocupació, alta de llicències, etc.

PRIORITAT: ALTA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea promoció econòmica
- Serveis tècnics
- Secretaria i Intervenció
- Associació Argentona Comerços i Serveis

RECURSOS: **



Línia estratègica 2 – DIVERSITAT I RELLEU COMERCIAL

OBJECTIU:	Consolidar els comerços existents i atraure negocis variats
ACTUACIÓ:	2.3 Campanya de promoció de sectors clau

2.1 Servei Reempresa per al relleu de negocis

2.2 Bonificació i ajuts a l'obertura de noves activitats

2.3 Campanya de promoció de sectors clau

Campanya de promoció de sectors clau

Argentona parteix d'una percepció positiva al voltant del comerç local, però també necessita retenir despesa sobretot en aquells productes on l'oferta externa és més forta, com és l'equipament de la llar i de la persona, l'oci i la cultura. Especialment cal incentivar l'alimentació: un sector que atrau tant consumidors de producte fresc quotidià, com altres negocis per proximitat de mercat, i que té marge encara per créixer al municipi (dèficit en la balança comercial).

Accions:

1. Campanyes de promoció de negocis d'Argentona pertanyents a sectors estratègics i/o amb un públic familiar (oci i cultura, equipament personal i de la llar, serveis tècnics, reformes i manteniment, etc.).
2. Promoure (mitjançant prospecció i sensibilització) l'obertura d'un punt de venda a empreses d'alimentació especialitzada, que atrouen activitat comercial i que requereixen una superfície mitjana d'entre 400 m2 i 1000 m2.
3. Elaboració i divulgació d'un dossier d'oportunitats de negoci (dades demogràfiques, del sector i disponibilitat de locals, etc.) a Argentona dirigit als sectors esmentats.

PRIORITAT: MITJANA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea promoció econòmica
- Associació Argentona Comerços i Serveis

RECURSOS: **



Línia estratègica 3 – ASSESSORAMENT I MILLORA CONTÍNUA

OBJECTIU:	Oferir un suport a comerços i serveis que els permeti augmentar el seu valor i qualitat.
ACTUACIÓ:	3.1 Servei de Català per a empreses

3.1 Servei de Català per a empreses

3.2 Certificacions de qualitat comercial

3.3 Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius

Servei de Català per a empreses

L'ús de la llengua pròpia i oficial és una eina de millora de la qualitat comercial i l'atenció que va de la mà del compliment de la normativa d'establiments. L'acreditació del català com a llengua de presentació, atenció i comunicació dels establiments comercials permet generar valor i una mostra compromís social i cultural amb el territori.

Accions:

1. Creació d'un Servei de Català per a empreses conveniat amb el Consorci per la Normalització Lingüística de Catalunya.
2. Elaboració d'un catàleg de serveis basat en l'assessorament lingüístic i la millora de la imatge dels comerços i serveis locals.
3. Impuls d'un projecte d'acreditació de competències i responsabilitat lingüística com a vector de responsabilitat social empresarial (RSE).

PRIORITAT: BAIXA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea de promoció econòmica
- Consorci per la Normalització Lingüística de Catalunya

RECURSOS: **



Línia estratègica 3 – ASSESSORAMENT I MILLORA CONTÍNUA

OBJECTIU:	Oferir un suport a comerços i serveis que els permeti augmentar el seu valor i qualitat.
ACTUACIÓ:	3.2 Certificacions de qualitat comercial

3.1 Servei de Català per a empreses

3.2 Certificacions de qualitat comercial

3.3 Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius

Certificacions de qualitat comercial

Les accions d'assessorament poden convertir-se en projectes innovadors en la promoció de l'economia local sobretot quan les empreses i negocis locals hi participen. En aquesta línia, la certificació o els segells de qualitat comercial distingeixen els comerços que mostren una actitud proactiva, responsable i que cerquen una millora continua del seu negoci.

Accions:

1. Disseny d'un sistema d'acreditació o segell d'estàndards de qualitat per a comerços i serveis d'Argentona (incloent el segell físic).
2. Definició dels criteris o requisits del segell a partir de normes lligades a la qualitat del comerç local (ex: UNE 17550001) .
3. Contractació d'una empresa o servei extern d'avaluació i assessorament en normes i qualitat comercial pel seguiment i obtenció/renovació del segell.
4. En subvencions municipals adreçades a comerços (actuació 2.2), establir uns majors criteris de puntuació a aquells establiments que disposin del segell de qualitat comercial.

PRIORITAT: MITJANA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea de promoció econòmica
- Associació Argentona Comerços i Serveis
- Serveis professionals externs

RECURSOS: *



Línia estratègica 3 – ASSESSORAMENT I MILLORA CONTÍNUA

OBJECTIU:	Oferir un suport a comerços i serveis que els permeti augmentar el seu valor i qualitat.
ACTUACIÓ:	3.3 Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius

3.1 Servei de Català per a empreses

3.2 Certificacions de qualitat comercial

3.3 Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius

Servei d'intermediació ocupacional amb centres formatius

La millora contínua al comerç ve també per un apropament dels recursos humans del territori, és a dir, de la disposició de treballadors qualificats. A la vegada que s'apropa el comerç argentoní a perfils d'estudiants i treballadors joves i actius, es permet una innovació del punt de venda i l'aplicació de noves tècniques comercials, revertint en l'ocupabilitat i l'emprenedoria comercial al municipi.

Accions:

1. Detectar els centres de formació professional de la comarca relacionada amb el comerç, màrqueting i els serveis personals.
2. Prospecció i reunions amb els centres formatius per promoure places de pràctiques per estudiants de formació professional (ex: IES Miquel Biada, IES Thos i Codina) i formació ocupacional (Ajuntament de Mataró, Eurecat, etc.)
3. Servei d'intermediació i seguiment amb els comerços i serveis d'Argentona amb voluntat d'oferir pràctiques laborals a estudiants.

PRIORITAT: MITJANA

ACTORS IMPLICATS:

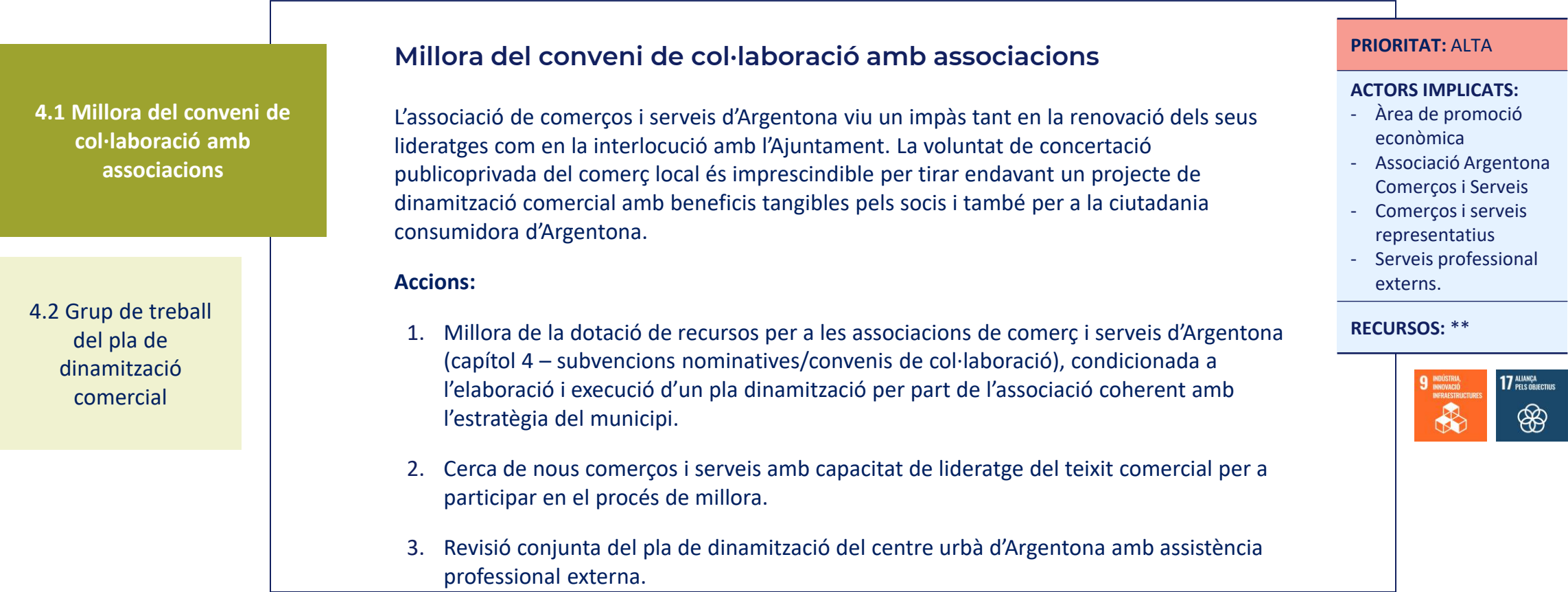
- Àrea de promoció econòmica
- Àrea d'educació
- Associació Argentona Comerços i Serveis
- Centres de formació professional comarcal

RECURSOS: *



Línia estratègica 4 – COMERÇ INTERCONNECTAT I DINÀMIC

OBJECTIU:	Enfortir les associacions de comerços i serveis amb més recursos i assistència tècnica.
ACTUACIÓ:	4.1 Millora del conveni de col·laboració amb associacions



Línia estratègica 4 – COMERÇ INTERCONNECTAT I DINÀMIC

OBJECTIU:	Enfortir les associacions de comerços i serveis amb més recursos i assistència tècnica.
ACTUACIÓ:	4.2 Taula de treball per la dinamització comercial

4.1 Millora del conveni de col·laboració amb associacions

4.2 Taula de treball per la dinamització comercial

Taula de treball per la dinamització comercial

Tot i que l'Associació Argentona Comerços i Serveis és el principal agent actual del comerç al municipi i que necessàriament ha d'ampliar el seu grau de servei i atracció als comerços locals, també és necessari obrir els espais de disseny, implementació i seguiment d'aquest pla estratègic de comerç a tots els actors rellevants del municipi. La governança del pla, per tant, ha de girar al voltant d'un grup de treball estable i representatiu.

Accions:

1. Formació d'un grup de treball amb representants de l'Ajuntament, de les associacions de comerç, i de comerços i serveis proactius en la promoció econòmica d'Argentona.
2. Calendarització trimestral de les reunions i establiment de continguts: millora dels objectius i catàleg de serveis de les associacions, cerca de finançament, sinèrgies, etc.
3. Revisió i millora del pla anual de dinamització comercial (centre urbà) amb coherència amb aquest pla estratègic de comerç vigent.

PRIORITAT: ALTA

ACTORS IMPLICATS:

- Àrea de promoció econòmica
- Associació Argentona Comerços i Serveis
- Comerços i serveis representatius

RECURSOS: *





EQUIP REDACTOR

Jordi Bacaria Martínez. Economista

Miquel Gómez Simon. Sociòleg