

SOM COMERÇ TGN

Butlletí informatiu de la Conselleria de Comerç

Novembre 2021

Núm. 22



CONTINGUTS

Reportatge: La Magrana

Articles:

- Primers dies dels Bons Comerç TGN
- Alumnes de l'IES Vidal i Barraquer avaluen la situació del teixit comercial de la ciutat
- L'economia circular com a principal eix de canvi en la distribució comercial
- App Som Comerç TGN i l'increment d'usuaris i usuàries gràcies als Bons Comerç TGN
- Notícies d'interès per al teixit comercial
- La relació de l'APEU amb l'Ajuntament - Capítol VIII
- Píndoles formatives - Com guanyar impacte amb les teves publicacions
- Notícies i recursos dels nostres socis
- CNL: Els alumnes de català tornen a fer pràctiques als comerços de Tarragona

SOM COMERÇ TGN

La Magrana, un establiment de proximitat on regna l'aroma a espècies i tes



Al carrer de Rovira i Virgili ens trobem amb una botiga on cadascun dels seus productes entra pels ulls, amb la referència de km 0 en molts d'ells

Ens endinsem a **La Magrana** i notem des que entrem l'aroma a **herbes aromàtiques, espècies i tes**. Tot plegat combinat amb infinitat de colors i una il·luminació que fa ressaltar els productes. Ens ho referma la seva propietària, la **Maite Díez**: "En aquest establiment els sentits són molt importants". A La Magrana ens trobem amb un establiment "proper, de barri", que ofereix un ampli ventall de productes a granel, com llegums, arròs, infusions, farines, pasta o fruits secs, entre molts d'altres.

La Maite tenia clar que volia "una botiga de proximitat", on pogués "explicar els productes als clients, aconsellar-los o, fins i tot, oferir-los receptes de cuina".

Així doncs, intenta treballar, sempre que pot, directament amb els productors, malgrat que en alguns casos és inevitable. A més, sota la premissa de la denominació de km 0.

Díez fa trenta-dos anys que resideix a Tarragona, i en fa dos que va aixecar la persiana de La Magrana. S'hi va desplaçar des de Salamanca per amor. A la ciutat de Castella i Lleó hi va tenir una fruiteria al mercat durant vuit anys. El tracte amb el client i la proximitat li venen de lluny. I no només amb els ciutadans de Tarragona, ja que té clients d'arreu del Camp que acudeixen a la cerca d'algun dels seus productes.

Una botiga compromesa amb el medi ambient

La Magrana és un **establiment sostenible**, implicat amb el medi ambient, allunyat del plàstic. “La gent està molt conscienciada amb el canvi climàtic, sobretot els joves”, comenta. En aquest sentit, ofereix la possibilitat d’omplir els envasos que els clients duen de casa, per exemple. A més, es tracta d’un públic “que vol menjar sa i bé”.

Díez disposa de més de **250 referències d’espècies i herbes aromàtiques** i, a més, detalla que “si em demanen un producte que no tinc, l’intento aconseguir”. També disposa de **productes ecològics** amb l’objectiu “d’arribar a tota mena de públic”. Així mateix, a La Magrana hi trobarem productes processats de forma natural, com risotto elaborat a Berga o pasta ecològica.



“Un negoci ha de ser una cosa viva”

La Maite es planteja sempre “innovar” en el seu establiment i cercar nous proveïdors, sobretot “en funció del que et demana la gent”. “Fa uns dies vaig portar albergínies amb indicació geogràfica protegida d’Almagro perquè m’ho preguntaven molt, per exemple”, detalla la botiguera. Així, té clar que un “negoci ha de ser una cosa viva”. Intenta sempre treballar amb productors de la zona, tot i que a vegades no és senzill per l’àmplia demanda de l’ingredient o perquè es tracta d’aliments estacionals.

La Maite Díez ja té un client “molt fidelitzat, que repeteix i recomana la botiga”. Destacada que “el boca a boca és important, però encara ho és més que qui entri a La Magrana marxi satisfet”. “Els encanta obrir els pots i notar l’olor fresca del que venc”, expressa.

Text i imatges: Josep Gallofré

Article complet [aquí](#).

Primers dies dels Bons Comerç TGN

Els Bons Comerç TGN ja es troben circulant pels carrers i el teixit comercial de la ciutat. El passat 22 d'octubre es donava el tret de sortida per poder començar a bescanviar els Bons, data esperada per totes aquelles persones que havien exhaurit els Bons Comerç TGN en pocs dies des del seu llançament.

Cal destacar que la campanya dels Bons Comerç TGN ha estat possible **gràcies a la col·laboració**, alhora que implicació, de la **Cambra de Comerç de Tarragona**, *partner* estratègic de la Conselleria de Comerç. Igualment, l'ineestimable **suport d'associacions comercials i sectorials**, com és el cas de la **Via-T** i l'**Associació d'Hostaleria de Tarragona ciutat**, juntament amb altres representants comercials i socials de la ciutat.

A fi i efecte d'animar els carrers i places de la ciutat, alhora que dinamitzar l'activitat comercial, la Conselleria de Comerç, i amb la inestimable col·laboració de l'empresa de Mercats de Tarragona, va programar per al primer cap de setmana més d'una vintena d'activitats arreu de la ciutat. Paral·lelament, accions com el tall temporal de carrers o el recorregut comercial urbà amb el Trenet han permès avaluar l'impacte del binomi *mobilitat urbana* i *dinamització comercial al carrer*, amb l'objectiu de no perdre de vista el resultat positiu d'ambdues iniciatives.



Així mateix, cal recordar que **tots aquells establiments que vulguin participar** en la campanya Bons Comerç TGN **encara poden fer la seva inscripció**, ja que aquesta iniciativa estarà vigent fins que es materialitzi la totalitat de la despesa dels 500.000 euros emesos en bons.



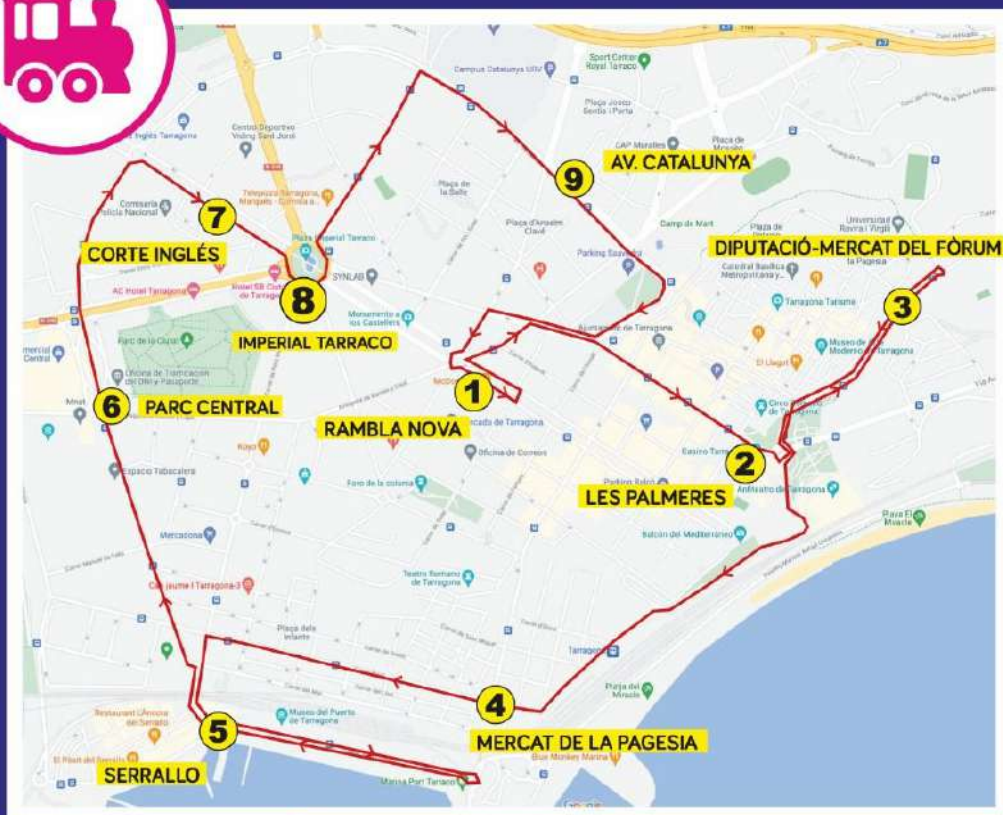
TRENET DELS BONS

22 i 23 d'octubre

de 9.00 a 14.00h i de 16.00 a 21.00h

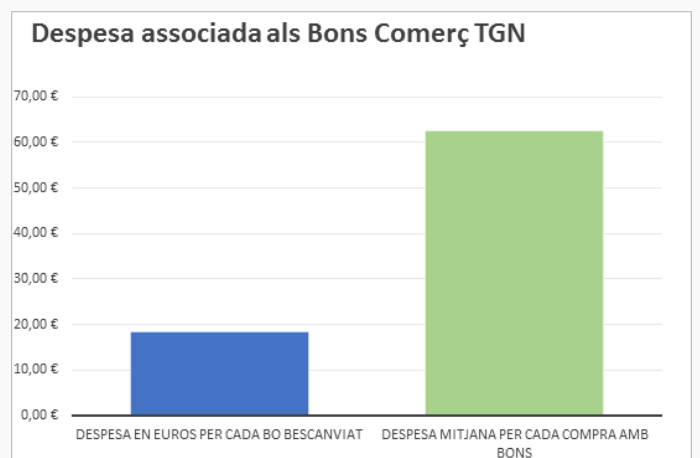
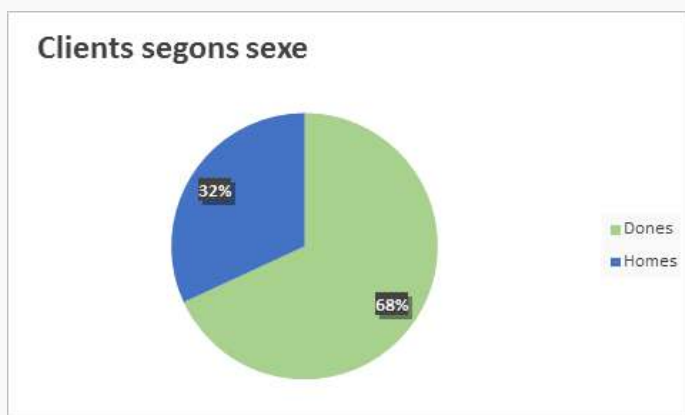
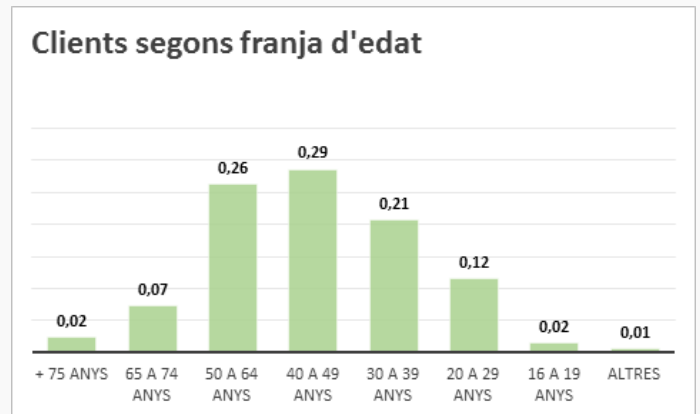
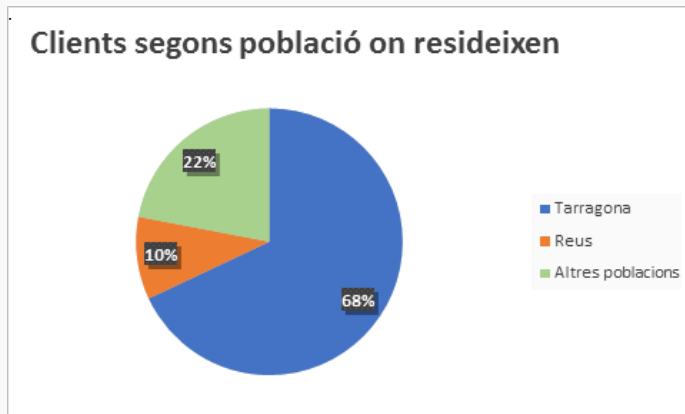
PARADES:

- 1 Rambla Nova
- 2 Les Palmeres
- 3 Diputació - Mercat Fòrum
- 4 Mercat de la Pagesia
- 5 Serrallo
- 6 Parc Central
- 7 Corte Inglés
- 8 Imperial Tarraco
- 9 Av. Catalunya



Quin és el perfil de client dels Bons Comerç TGN?

Amb la voluntat d'orientar els establiments adherits a la campanya i aquells que a hores d'ara s'estan plantejant la seva participació, presentem un breu perfil del client tipus que actualment té bons per bescanviar en les seves compres:



Com pot beneficiar-se el meu establiment de la campanya dels Bons Comerç TGN?

Hem de tenir present que la campanya dels Bons Comerç TGN té com a principal objectiu estimular el consum i les compres en els establiments comercials de la ciutat, específicament en el mal anomenat petit comerç.

Tanmateix, tot i tenir en compte que **els Bons són un al·licient i un estímul** per als consumidors, no podem obviar que els comportaments de compra d'aquests han anat variant en els darrers anys. El concepte ocios del *shopping* s'ha anat transformant a causa de l'aparició de les noves tecnologies; i no només per l'impacte generat pel comerç electrònic, sinó també per les propostes d'oci i consum que ofereixen.

Són moltes les persones que, degut a l'increment de les opcions d'oci que tenim avui en dia, les rutines o obligacions, així com la comoditat que poden aportar les TIC, deixen de passejar pels carrers a la cerca de productes i serveis no considerats de primera necessitat. Per tant, com a establiments, hem de tenir present intentar estimular els potencials clients mitjançant el disseny i la comunicació **d'ofertes que cridin la seva atenció**.

Per tant, **aprofitar els nous canals de comunicació**, molts cops gratuïts, com les **xarxes socials**, WhatsApp Business, Google My Business, o fins i tot la mateixa web dels Bons Comerç TGN, ens pot permetre arribar a més públic i donar a conèixer la nostra oferta.

Paral·lelament, hem de tenir present que **s'apropen dates que comporten importants increments pel que fa a la despesa comercial**. Per un costat, el **Black Friday**, en què els consumidors busquen les millors oportunitats i promocions, en unes dates comparables al període de rebaixes. Per altra banda, **les festes de Nadal**, en què el consum es distribueix de manera molt heterogènia: dinars familiars o d'amics, regals per a petits i grans, amics invisibles, detalls, comportaments solidaris, decoració de la llar, canvis d'imatge, etc.

Així doncs, tenint en compte que ens trobem davant un mercat de consumidors amb infinitat d'ofertes d'oci disponibles, amb excés d'informació alhora que molt informat, i amb 50 euros de descompte a la butxaca, hem d'intentar atreure'ls cap als nostres establiments. I aquesta responsabilitat ja queda en mans de l'oferta que oferim i la comunicació que en fem.

Pots adherir el teu establiment a la campanya dels Bons Comerç TGN [aquí](#).

SUMA'T AL NOSTRE COMERÇ

BONS COMERÇ TGN

L'Ajuntament de Tarragona posa en marxa la campanya **BONS COMERÇ TGN** per fomentar el comerç a la ciutat gràcies als **bons descompte de 5 €** que repartirà per bescanviar als establiments comercials, de serveis, hostaleria i restauració de la ciutat.

i Cada persona podrà descarregar-se fins a **10 bons descompte de 5 €** (50 € en total per gastar en diferents establiments). Campanya oberta tant a ciutadans de Tarragona com a visitants. Els Bons Comerç TGN tenen una validesa de 15 dies naturals.

TENS UN ESTABLIMENT? VOLS ADHERIR-TE A LA CAMPANYA BONS COMERÇ TGN?

Visita el nostre web i inscriu-t'hi sense cost. Registra't a bons.tarragona.cat

UNIÓN EUROPEA

BONS COMERÇ TGN

NOM
DNI

NOM
DNI

DATA D'ALTA

5€ 5€ 5€ 5€ 5€

5€ 5€ 5€ 5€ 5€

Els Bons Comerç TGN caduquen als 15 dies d'efectuar-se l'alta

ALUMNES DE L'IES VIDAL I BARRAQUER AVALUEN LA SITUACIÓ DEL TEIXIT COMERCIAL DE LA CIUTAT

Els passats dies 18,19,20 i 28 d'octubre, els alumnes de cicle formatiu del Grau Superior de Vendes i Espais Comercials de l'IES Francesc Xavier Vidal i Barraquer van sortir als carrers de Tarragona per fer un estudi de camp referent a la situació dels establiments comercials de la ciutat.

Per tal de dur a terme aquesta tasca, els **56 alumnes participants** van treballar en equips de 2 persones, per poder donar cobertura a pràcticament la totalitat dels carrers i zones comercials de la ciutat, des de Llevant a Ponent i des del Serrallo a la Part Alta.



Aquesta col·laboració entre l'IES Vidal i Barraquer i la Conselleria de Comerç, emmarcada en el conveni adscrit entre ambdues institucions, té com a objectiu obtenir una radiografia de la situació del teixit comercial tarragoní. És per això que, per poder assolir aquesta fita, la tasca s'ha desenvolupat d'acord amb tres processos de recopilació de dades:

1. Situació dels espais comercials de la ciutat

Recorrent els carrers de la ciutat, s'ha elaborat un registre de tots els establiments comercials que hi ha a peu de carrer, es trobin actius o tancats.

Aquest procés permet avaluar la tipologia d'oferta comercial que hi ha en les diverses zones visitades, el volum d'oferta disponible per a potencials nous establiments, l'estat de conservació dels espais comercials, les zones d'alta o baixa concentració comercial, les possibles mancances en l'oferta comercial d'una determinada zona o barri, etc.

2. Característiques de l'oferta comercial de Tarragona

Aprofitant aquests recorreguts per avaluar la realitat comercial urbana, els alumnes s'han presentat en els diferents establiments comercials de la ciutat amb l'objectiu de poder identificar-los i, així, confeccionar una base de dades dels negocis urbans existents. La principal finalitat d'aquesta tasca no és tant disposar d'un registre d'establiments, sinó d'un canal comunicatiu bidireccional alhora que transversal entre comerços i Ajuntament.

3. Enquesta al comerç

Dins el procés d'identificació dels establiments comercials, s'ha brindat als comerciants de Tarragona la possibilitat de poder participar en una enquesta, la qual ha intentat encabir totes aquelles qüestions que poden afectar, alhora que caracteritzar, les activitats comercials a peu de carrer de Tarragona. Qüestions com la tipologia i l'estructura de negoci, la satisfacció envers les polítiques municipals, la gestió de l'espai, aspectes de millora o el nivell de digitalització són només alguns dels temes tractats en aquesta macroenquesta.



Ara, **tenint en consideració aquests tres punts exposats**, i un cop es tinguin digitalitzades la totalitat de les dades, el que es vol fer és, en primer lloc, processar-les segons els objectius i indicadors definits i, posteriorment, **dissenyar, debatre i planificar estratègies i accions que afavoreixin el correcte i eficient desenvolupament de les activitats comercials de la nostra ciutat**. I sempre amb el consens de tots els actors implicats, requisit indispensable per a qualsevol població o nucli urbà que vulgui prosperar en el transcurs del segle XXI.



L'ECONOMIA CIRCULAR COM A PRINCIPAL EIX DE CANVI EN LA DISTRIBUCIÓ COMERCIAL

En les darreres setmanes, inclús mesos, diversos *think tank* vinculats a sectors com el retail, el comerç internacional o la logística, entre d'altres, han aixecat la veu d'alarma pel que fa a possibles problemes d'aprovisionament per als propers mesos.

Les grans marques i distribuïdors internacionals han estat incrementant l'aprovisionament d'estoc les últimes setmanes com a resposta a un possible escenari d'escassetat de producte, a partir dels dies previs al Black Friday i fins a finalitzar la campanya de Nadal, per ara.



Tot i que molts cops les veus més alarmistes poden ser producte d'accions virals sobredimensionades, que finalment tenen un impacte molt menys transcendent de l'esperat (prenguem com a exemple el famós efecte 2000, amb la hipotètica afectació a la tecnologia), és important no perdre de vista aquests senyals d'avís. Ara com ara, tenim la certesa que no hi ha suficient capacitat logística per donar resposta als alts nivells de demanda que genera el mercat.

Hi ha **3 factors que estan condicionant aquesta fallida en la distribució**. En primer lloc, l'afectació de la pandèmia de la covid-19 pel que fa al comportament de la mobilitat dels contenidors. El fet que hagin quedat distribuïts arreu del món de manera dispersa està dificultant recuperar-ne l'activació mitjançant rutes comercials eficients; així, la falta d'eficiència dispara el cost de transport.

En segon lloc, el boom del comerç electrònic durant i després de la pandèmia. La facilitat d'accés a l'oferta gràcies a Internet ha incrementat la freqüència amb què compren els consumidors, sobretot pel que fa a compres no previstes, d'última hora o per impuls.

I el tercer factor, i no menys important, la falta d'acer a escala mundial per fabricar nous contenidors.

Tenint en compte aquests tres punts o factors, en què l'increment global de la demanda i l'escassetat d'algunes matèries primeres són elements que generen, i generaran, un alt impacte en el futur immediat del comerç, observarem en els propers mesos i anys una acceleració d'allò que s'anomena *economia circular*.

Aquest concepte, fins ara insignificant per la falta de conscienciació social envers el canvi climàtic, o per la força exercida per alguns *lobbies* vinculats a la indústria del reciclatge i la distribució, comença a prendre força gràcies a la implicació d'institucions i organitzacions supraestatal, entitats mediambientals sense ànim de lucre, *think tanks* econòmics i les mateixes xarxes d'organització ciutadana.

L'economia circular advoca per un sistema econòmic i comercial en què, per un costat, s'intenten reutilitzar, tant com es pugui, els productes i les matèries ja existents, en detriment de la contínua extracció de matèries primeres i la fabricació de nous productes; per altre costat, té com a objectiu dissenyar societats i sistemes comercials més eficients, més sostenibles i més conscienciats en relació amb els desequilibris actuals de consum.

Arran de l'impuls per aquest model econòmic i organitzatiu, que prendrà força més aviat que tard, els comportaments de consum aniran canviant alhora que generant noves oportunitats comercials. Per exemple, San Francisco ha estat la primera ciutat del món a prohibir la venda d'aigua embotellada en envasos de plàstic. La seva visió ha estat valorar si resultava més eficient disposar d'una xarxa de recollida i reciclatge d'envasos de plàstic o, contràriament, oferir una alternativa menys costosa i sobretot menys contaminant, alhora que més coherent, com és facilitar i garantir el subministrament d'aigua de boca a tota la població. Aquesta "senzilla" estratègia ha permès que sorgeixin noves oportunitats comercials al territori, tant per a grans empreses, pel que fa a serveis de distribució d'aigua, controls sanitaris, etc., com per als petits negocis, aprovisionant els establiments i la ciutadania amb envasos d'acer o vidre per emmagatzemar-hi l'aigua.

Altres exemples, i de caràcter més local, poden ser la gestió dels articles de moda que fan entitats sense ànim de lucre, com Roba Amiga, o empreses privades, com Micolet; solucions de mobilitat personal (VMP) més eficients i sostenibles, com la plataforma ciutadana Som Mobilitat, o botigues de productes alimentaris o higiènics a granel, on no hi ha dependència pel que fa a envasos d'un sol ús o reciclables.

Per tant, no és d'estranyar que comencem a veure sistemes de distribució i comercialització més transversals, connectats i de tendència global, que no jeràrquics, estatals o monopolitzats, en què consumidores i consumidors definiran el traçat que prendrà el comerç pel que fa a l'oferta, als canals de consum i a altres condicionants més intangibles, com la sostenibilitat i l'ètica. I aquest fet pot representar una gran oportunitat per al teixit comercial local de les ciutats, sempre que aquest s'alineï amb aquest nou paradigma que se'ns planteja.

Increment notori del nombre d'usuaris a l'app Som Comerç TGN



Gràcies a la campanya dels Bons Comerç TGN, el nombre d'usuaris registrats a l'app Som Comerç TGN s'ha disparat notablement. Si abans de l'inici del període d'adhesió a la campanya el nombre d'usuaris de l'app Som Comerç TGN s'aproximava als 2.000 usuaris, actualment hi ha més de 5.500 persones utilitzant aquesta eina digital.

Hem de tenir present que l'app és un dels tres mecanismes existents per adherir-se a aquesta iniciativa, la qual compta, en data d'avui, amb més de 12.000 persones adherides. Per tant, quasi el 50 % dels clients interessats amb els Bons Comerç TGN es troben integrats a l'app Som Comerç TGN.

Així doncs, als establiments adherits tant als Bons Comerç TGN com al programa de fidelització comercial Som Comerç TGN, gràcies a la utilització d'aquesta app, se'ls presenta una gran oportunitat per donar a conèixer el seu negoci i l'oferta que ofereixen.

Cal recordar, però, que aquesta eina no únicament té un paper de nexa comercial entre clients i establiments, sinó que ens pot servir per:

1. Gratificar les compres fetes al nostre establiment.
2. Aplicar i comunicar ofertes específiques o temporals.
3. Fer ofertes a mida segons perfil de client.
4. Obtenir dades de quins perfils de client tenim al nostre establiment.
5. Analitzar dades de comportament de consum per definir estratègies a curt, mitjà i llarg termini.

I recorda, pots inscriure el teu negoci a l'app i beneficiar-te dels avantatges que t'ofereix la plataforma per donar a conèixer els teus serveis i productes entre els usuaris. Escriu-nos a somcomerctgn@tarragona.cat o truca al 977 25 09 79, o bé apunta-t'hi directament **aquí**.

NOTÍCIES D'INTERÈS PER AL TEIXIT COMERCIAL

03/11/2021 **El govern xinès demana a la població que acumuli reserves d'aliments**

<https://www.ccma.cat/cercador/?text=COMER%C3%87&profile=portalunic>

02/11/2021 **WhatsApp Business se abre paso en el pequeño comercio**

<https://www.diaridetarragona.com/economia/WhatsApp-Business-se-abre-paso-en-el-pequeno-comercio-20211102-0017.html>

02/11/2021 **Els llums de Nadal de Tarragona s'encendran el pròxim 26 de novembre**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2021/11/03/els_llums_nadal_tarragona_encendran_proxim_novembre_112975_1091.html

01/11/2021 **Els paradistes del Mercat Medieval de Tarragona fan un balanç positiu tot i les presses**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2021/11/02/els_paradistes_del_mercat_medieval_tarragona_fan_balanc_positiu_tot_les_presses_112930_1091.html

01/11/2021 **La Conselleria de Comerç de Tarragona estudia nous espais de la ciutat per dinamitzar**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2021/11/02/la_conselleria_comerc_tarragona_estudia_nous_espais_ciutat_per_dinamitzar_112927_1091.html

31/10/2021 **La mayoría de comerciantes afirma tener problemas con los suministros**

<https://www.diaridetarragona.com/economia/La-mayoria-de-comerciantes-afirma-tener-problemas-con-los-suministros-20211031-0016.html>

28/10/2021 **Mango se marcha de la Rambla Nova de Tarragona**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Mango-se-marcha-de-la-Rambla-Nova-de-Tarragona-20211027-0057.html>

27/10/2021 **El Mercat Central proposa dos "showcookings" amb motiu del cap de setmana de la Castanyada i Tots Sants**

<https://www.tarragona.cat/comerc/noticies/noticies-2021/el-mercat-central-proposa-dos-showcookings-amb-motiu-del-cap-de-setmana-de-la-castanyada-i-tots-sants>

28/10/2021 **Dones tarragonines i al voltant dels 50 anys, el perfil majoritari dels Bons**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2021/10/28/dones_tarragonines_voltant_dels_anys_perfil_majoritari_dels_bons_112763_1091.html

28/10/2021 **'Un viaje extraordinario', el vídeo amb què Tarragona es vol promocionar internacionalment**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2021/10/27/viaje_extraordinario_video_amb_que_tarragona_vol_promocionar_internacionalment_112740_1091.html

25/10/2021 **Els Bons Comerç Tgn arriben al 100 % de descàrregues**

<https://www.tarragona.cat/comerc/noticies/noticies-2021/els-bons-comerc-tgn-arriben-al-100-de-descarregues>

25/10/2021 **Cristina Solé: "Tot es basa en el comerç electrònic"**

https://www.segre.com/es/noticias/vint_dos/22_entrevista/2021/10/24/tot_basa_el_comerc_electronic_150407_9170.html

24/10/2021 **Tarragona sale a la calle y da oxígeno al comercio**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Tarragona-sale-a-la-calle-y-da-oxigeno-al-comercio-20211024-0003.html>

24/10/2021 **L'impacte ambiental de les plataformes digitals**

<https://www.ccma.cat/catradio/catalunya-migdia-cap-de-setmana/l'impacte-ambiental-de-les-plataformes-digitals/noticia/3125776/>

21/10/2021 **Llum verda a la implantació de les primeres Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEUs)**

<https://www.eixnoubarris.com/cat/noticia/llum-verda-a-la-implantacio-de-les-primeres-arees-de-promocio-economica-urbana-apeus>

20/10/2021 **El sector comercial se resiste al cobro por las bolsas de papel**

<https://elpais.com/economia/2021-10-20/el-sector-comercial-se-resiste-al-cobro-por-las-bolsas-de-papel.html>

20/10/2021 **¿En riesgo los regalos de Navidad por la crisis mundial de materias primas?**

<https://www.diaridetarragona.com/reus/En-riesgo-los-regalos-de-Navidad-por-la-crisis-mundial-de-materias-primas-20211020-0024.html>

13/10/2021 **Pol Antràs: "Al Nadal hi haurà molta gent que es trobarà sense poder comprar el que volen"**

<https://www.ccma.cat/catradio/alcanta/catalunya-nit/pol-antras-al-nadal-hi-haura-molta-gent-que-es-trobara-sense-poder-comprar-el-que-volen/audio/1112584/>

13/10/2021 **L'Ajuntament impulsa una campanya de promoció del peix de Tarragona**

<https://www.tarragona.cat/comerc/noticies/noticies-2021/lajuntament-impulsa-una-campanya-de-promocio-del-peix-de-tarragona>

10/10/2021 **Facilitar la distribución y la comercialización de alimentos ecológicos**

<https://www.elperiodico.com/es/mas-barcelona/20211010/facilitar-distribucion-comercializacion-alimentos-ecologicos-12191331>

07/10/2021 **Las cinco claves del Plan Nadal para reactivar el comercio de Tarragona**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Las-cinco-claves-del-Plan-Nadal-para-reactivar-el-comercio-de-Tarragona-20211006-0070.html>



07/10/2021 **El comercio y la hostelería concentran el 86 % de los cierres de negocios tras el verano**

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11421997/10/21/El-comercio-y-la-hosteleria-concentran-el-86-de-los-cierres-de-negocios-tras-el-verano.html>

05/10/2021 **El turismo de compras británico se dispara tras el Brexit gracias al 'tax free'**

<https://elpais.com/economia/2021-10-05/el-turismo-de-compras-britanico-se-dispara-tras-el-brexit-gracias-al-tax-free.html>

La relació de l'APEU amb l'Ajuntament - Capítol VIII

Com s'ha vist fins ara, fins i tot quan la iniciativa per crear una APEU prové de l'àmbit privat, l'ajuntament té un paper actiu en el procés des del primer moment:

1. En la fase preparatòria, és el responsable de facilitar tota la informació necessària (mapa, cens de locals, etc.).
2. En la fase de delimitació de l'àrea, s'encarrega de l'aprovació inicial, sotmet el projecte a informació pública i organitza el procés de votació.
3. Un cop aprovada l'APEU, l'ajuntament queda vinculat a l'entitat gestora mitjançant un conveni entre ambdues parts, aprova l'ordenança per al cobrament de les quotes i passa a ser el responsable de reclamar qualsevol possible impagament per la via de constrenyiment administratiu.

"Si el barri funciona bé, el projecte és bo per a tota la ciutat. Per això, la ciutat d'Hamburg dona suport a tots aquests projectes." Frithjof Büttner, comissionat per als BIDs a la ciutat d'Hamburg.



Què és el conveni amb l'ajuntament?

Tan bon punt s'ha constituït l'entitat gestora, aquesta i l'ajuntament han de signar un conveni que estableixi les pautes de col·laboració entre ambdues parts durant tot el període de vigència de l'àrea. Amb independència de quins són els continguts obligatoris que estableix la llei d'APEUs (articles 12 i 13), és convenient que el conveni reculli qüestions organitzatives i financeres.

Organitzatives

- Cal definir com participarà l'ajuntament en l'assemblea de l'entitat gestora (amb veu i sense vot).
- El conveni ha d'establir les bases de col·laboració en el marc d'actuacions. Per exemple: la participació de l'APEU en esdeveniments de ciutat, la col·laboració en campanyes de promoció de l'àrea, o la possibilitat que l'APEU afegixi un plus de valor a les funcions pròpies de l'ajuntament.
- També amb caràcter de recomanació, el conveni pot preveure la col·laboració en tot allò que estigui relacionat amb compartir coneixement, estadístiques o tota la informació que pugui ser útil.
- L'ajuntament pot comprometre's a donar suport a l'APEU en qüestions concretes en què la seva estructura pugui ser útil (per exemple: el procés de selecció de personal), mentre que l'APEU pot donar suport a l'ajuntament en la definició de polítiques en àmbits com ara la planificació urbanística.

Financeres

- S'establirà quin és el mecanisme i el sistema de cobrament de les quotes.
- Qui és el responsable de cobrar-les. En principi serà l'entitat gestora, però el conveni pot determinar que ho sigui l'ajuntament (en aquest cas, l'entitat gestora haurà de cobrir les despeses d'aquesta gestió).
- Quines són les condicions en cas que l'ajuntament hagi d'iniciar la via de constrenyiment per cobrar aquests impagaments.
- L'import en què es xifren les despeses municipals per a la tramitació del procediment de delimitació i aprovació de l'APEU, i els terminis en què n'ha de ser rescabalat l'ajuntament.

"D'entrada convé construir des de la base per, després, ésser més ambiciosos a partir dels èxits que obtinguem." Hasanul Hoque, director d'operacions de Camden Town Unlimited (Londres).

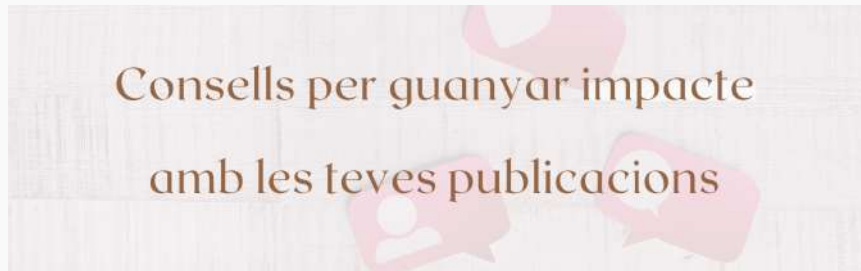
Per a més informació i assessorament, podeu dirigir-vos al web de l'Oficina d'APEUs de la Generalitat de Catalunya:
http://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/comerc/oficina_apeus/

Píndoles formatives

COM GUANYAR IMPACTE AMB LES TEVES PUBLICACIONS



Vols aconseguir més **visualitzacions** amb les teves publicacions? T'expliquem alguns trucs per guanyar impacte i abast a les teves xarxes socials i fer que més gent vegi les teves publicacions:



- **Inclou sempre la ubicació** en les teves publicacions. D'aquesta manera apareixeran en aquella ubicació al buscador d'Instagram i podràs arribar a gent nova.
- **Fes servir els hashtags**, ja que poden donar-te moltes més visualitzacions perquè poden portar gent nova al teu perfil. Això sí, és important no fer servir hashtags massa grans perquè no et donaran visibilitat; és millor utilitzar hashtags petits perquè puguis aparèixer en les primeres posicions. En el butlletí anterior et donàvem informació sobre com escollir els millors hashtags, el vas llegir?
- Actualment les publicacions en format vídeo, com els *reels*, tenen més abast que una publicació al *feed* o mur. També et donarà més visibilitat acompanyar les teves publicacions amb una *story*, per assegurar-te que la vegin els teus seguidors i portar més trànsit al teu perfil.
- **Contesta sempre els comentaris** que et fan els seguidors a les publicacions, i, si ho fas abans d'una hora, molt millor. Com més interessant sigui la publicació i més usuaris hi interactuïn, l'algoritme d'Instagram l'ensenyarà a més gent; per tant, fes preguntes o demana l'opinió perquè el teu públic comenti i interactui.
- **Publica a les millors hores** per a tu i la teva audiència. Has de saber que no existeix una hora perfecta per a tothom, sinó que has de mirar les estadístiques dels teus perfils per detectar quins dies i en quines hores la teva audiència està més activa, ja que d'aquesta manera hi haurà més interacció i tindràs més abast.

Si segueixes aquests consells sempre que facis una publicació, veuràs com **aniràs guanyant visites als teus perfils i més abast en les teves publicacions**. Si vols saber més trucs d'aquesta temàtica, **pots seguir-nos a Instagram: @aplumstudio**.

T'esperem!

Mireia Setó i Clàudia Cánovas
Aplumstudio.com
Estudi de disseny i comunicació

a p l u m s t u d i o

Notícies i recursos formatius dels nostres socis

En els enllaços següents hi podreu trobar articles d'interès, recursos formatius gratuïts i la programació de cursos en línia destinats al comerç. La formació ajuda a transformar-se, adaptar-se i avançar.

[CONSORCI DE COMERÇ, MODA I ARTESANIA DE CATALUNYA]

Empresa i Treball obre demà un programa d'ajuts per a l'obertura de nous comerços i la reforma i millora d'establiments comercials.

Webinars adreçats al comerç

[ESCODI]

Tips formatius gratuïts

[CÀMBRA DE COMERÇ DE TARRAGONA]

Webinar. "Els fons Next Generation UE"

Aconsegueix la teva signatura digital amb la Cambra

Recursos formatius

[PIMEC]

PIMEComerç constata que la campanya d'estiu no ha estat positiva per al comerç

Anàlisi de la cistella estàndard de la compra

Oficina d'ajuts i subvencions PIMEC

[ACCIÓ]

Catàleg de solucions en economia circular a Catalunya



Els alumnes de català tornen a fer pràctiques al comerços de Tarragona

Amb el retorn progressiu a la normalitat després dels mesos de restriccions per la covid-19, el Centre de Normalització Lingüística de Tarragona (CNLT) torna a fer cursos presencials, i també tornen les pràctiques lingüístiques dels nostres alumnes als comerços de la ciutat.

A les pràctiques –que s'estendran fins al 21 de novembre–, els alumnes que ja comencen a dominar una mica la llengua oral visiten establiments comercials per mantenir una conversa breu amb els botiguers i per preguntar-los sobre els seus productes i serveis. L'objectiu de les «visites lingüístiques» és que els alumnes puguin posar en joc els coneixements adquirits a classe en un context real i quotidià, fora de les aules.

Les botigues que visiten els alumnes són els establiments col·laboradors del programa del Voluntariat per la Llengua (VxL), comerços que els tècnics del CNLT han visitat i que s'han adherit al programa, amb el compromís d'atendre en català les parelles lingüístiques i els alumnes dels cursos de català.

La participació al VxL és gratuïta per a tothom, aprenents, voluntaris i establiments comercials, i, per a aquests darrers, significa una publicitat afegida, ja que el Centre difon la llista d'establiments col·laboradors a través de les xarxes socials –Facebook, Twitter i Instagram– i al web del Voluntariat per la Llengua –amb vora 5.000 establiments a tot Catalunya.

Per esdevenir comerç col·laborador, **es pot emplenar el formulari del web** del Voluntariat o escriure directament a vxl.tarragona@cpnl.cat, i el tècnic del CNL encarregat del programa el visitarà per formalitzar una fitxa d'adhesió i lliurar-li l'adhesiu i el diploma que acredita i identifica aquests comerços compromesos amb la nostra llengua.



Vols practicar el català o ajudar a practicar-lo? |
CNL de Tarragona | Xarxa territorial | Consorci per
a la Normalització Lingüística - CPNL





Vols rebre el butlletí?

Donar-te d'alta és gratuït i et permetrà rebre tota la informació d'interès de la Conselleria i participar en les campanyes i accions de dinamització que oferim. Escriu-nos a somcomerctgn@tarragona.cat o truca al 977 25 09 79, o apunta't directament aquí: [DONAR-ME D'ALTA](#).

Encara no ets soci d'app SCTgn - Som Comerç Tarragona Market?

Pots inscriure el teu negoci a l'app i beneficiar-te dels avantatges que t'ofereix la plataforma per donar a conèixer els teus serveis i productes entre els usuaris i les usuàries. Escriu-nos a somcomerctgn@tarragona.cat o truca al 977 25 09 79, o apunta't directament aquí: [DONAR-ME D'ALTA](#).

CONTACTE

Departament de Promoció Comercial - Ajuntament de Tarragona

Adreça: Arquitecte Rovira, 2 (Palau Firal i de Congressos)
43001 Tarragona

Adreça electrònica: somcomerctgn@tarragona.cat

Telèfon Dept. Promoció Comercial: 977 250 979

Telèfon App Som Comerç TGN: 977 245 577

Horari: de dilluns a divendres, de 9 a 14 h

