

SABADELL ANALITZA ELS HÀBITS DELS SEUS CONSUMIDORS

Sabadell perd poder de seducció comercial per als seus habitants pel que fa als productes no quotidians, mentre que el comerç de proximitat pren embranzida, al mateix temps que baixa la compra als mercats municipals. Aquestes són les principals conclusions d'un estudi presentat per la Cambra de Sabadell.

Des de les parts altes de Sabadell s'observa—durant els dies assolellats—la torre de Collserola barcelonina alçant-se sobre les muntanyes. Aquesta imatge esdevé un atractiu letal per als consumidors del Vallès Occidental, que veu com els seus ciutadans troben a Barcelona el lloc on satisfer moltes de les seves necessitats de consum no quotidià.

Els habitants de la comarca es desplacen a Barcelona per comprar-hi productes no quotidians, sobretot equipament de la persona, lleure i cultura

Aquesta tendència, però, no esdevé preocupant, ja que pel que fa al comerç quotidià els habitants d'aquesta comarca vallesana gaudeixen d'una oferta prou atractiva com per no perdre una clientela que, tant al Vallès com a qualsevol altre lloc, és més i més infidel i capritxo-

sa. Ara compra aquí, i adés compra allà. Sense compromisos i sense miraments localistes de cap mena.

Així doncs, segons l'estudi *Hàbits de compra* realitzat per la Cambra de Sabadell, els habitants de la comarca es desplacen a Barcelona per comprar-hi productes no quotidians, entre els quals els referents a l'equipament de la persona, lleure i cultura.

Tal com assenyala Carles Marlès, president de la Comissió de Comerç Interior, "és difícil canviar la direcció d'aquesta atracció", encara que, d'acord amb l'estu-

di, es pretén dotar la demarcació de les infraestructures d'oci necessàries per evitar la fuga de consumidors vers la capital catalana. La línia d'acció per la qual opten els creadors de l'estudi, doncs, és potenciar el comerç dintre de la demarcació.

Una comparació sumària amb resultats d'anys anteriors evidència la pèrdua de força dels productes no quotidians a la zona. L'any 2000 el 14,2 % de la població anava fora de la demarcació a obtenir productes d'equipament personal. En l'actualitat aquest percentatge ha arribat al 15,5 %. Pel que fa al consum cultural

OPORTUNITATS PER POTENCIAR EL SECTOR TRADICIONAL

L'estudi apunta diverses estratègies que cal seguir amb l'objectiu de potenciar el sector comercial tradicional:

- Incrementar les inversions en millora de l'urbanisme comercial, el confort i l'atractiu per a la mobilitat dels compradors i les dotacions d'aparcaments properes als centres urbans comercials.
- Necessitat que els comerços facin un esforç inversor que permeti adaptar els seus establiments a les preferències del consumidor i a l'espai urbà modern: cal potenciar les botigues obertes i atractives ben connectades en el disseny dels carrers comercials renovats.