

Tarragona manté ocupats un 75% dels seus locals comercials

Un estudi estratègic del comerç posa bona nota a la ciutat però destaca la baixa ocupació a la part baixa i al Serrallo



La Rambla Nova és dels principals eixos comercials de la ciutat. Foto: GoogleMaps.

Tarragona té actualment 3.212 establiments comercials, dels quals 2.415 estan ocupats. Aquest 75% d'ocupació -freqüent en altres ciutats catalanes- cau en picat en els barris marítims com el Serrallo, on només un de cada dos locals està ocupat. Són dades d'un estudi encarregat per l'Ajuntament sobre la situació actual dels seus comerços. L'estudi conclou que la ciutat té un bon estat de salut comercial, que Eixample i Part Alta esdevenen els dos principals pols d'atracció i que els barris marítims mereixen l'atenció d'emprenedors per la disponibilitat de locals a bon preu i el futur turisme de creuers. Segons aquest estudi, les obres del mercat central no han desencadenat el tancament d'establiments.

A diferència d'altres ciutats catalanes, en les quals predomina una zona cèntrica on s'hi concentra l'activitat comercial, Tarragona es caracteritza per una oferta comercial diversa, amb un parell de pols d'atracció i amb carrers i/o barris comercials que tendeixen a l'especialització de venda d'un determinat tipus de producte. És una de les principals conclusions de l'estudi encarregat per l'Ajuntament de Tarragona a l'empresa Eixos.cat, que ha estudiat altres ciutats del país i just ara acaba de pentinar el teixit comercial de la capital espanyola, Madrid.

Tarragona no difereix de la mitjana d'altres ciutats en relació als tres índexs que pren de referència l'estudi: l'ocupació comercial —d'un 75,2% en el conjunt de la ciutat—; la dotació comercial —de 3,87 comerços per cada 100 habitants—; i l'atracció comercial

—26,3% d'establiments no quotidians i que generen una especial atracció comercial. Malgrat que són xifres que es mantenen dins dels barems de «normalitat», segons els responsables de l'estudi, aquestes poden arribar a variar molt, a l'alça o a la baixa, en funció del barri o zona comercial.

Així, la Part Alta i l'Eixample treuen bona nota en pràcticament tot, mentre els barris marítims presenten una ocupació del 55,7% o una dotació comercial de només 2 establiments per cada centenar d'habitants —per sota del llindar de 3 es considera que la població marxa a comprar a altres zones. Aquest estoc de locals buits ha fet abaratir el seu preu mitjà de lloguer fins als 5 euros el metres quadrats —a l'Eixample és el doble. «Però la lectura que en fem és que aquesta zona s'ha de veure com una oportunitat de negoci», ha afirmat Moisès Jordi Pinatella, de l'empresa Eixos.

D'altra banda, els barris marítims tenen una forta presència de restaurants —dels 2.400 locals ocupats a Tarragona, més de mig centenar pertanyen al sector de l'hostaleria i la restauració. Així, un 27% d'aquest sector es concentra al Serrallo —tot i que més d'un 40% es troba a la Part Alta. En aquest sentit, l'estudi posa especial èmfasi en l'especialització segons la zona. «No es dóna a les grans avingudes, sinó en els carrers transversals entre l'Eixample i la Part Alta, com ara sabateries al carrer Unió, o o joieries al carrer Agustí», ha posat d'exemples el responsable de l'estudi.

«Les botigues es concentren perquè la gent no sols busca comprar, sinó també comparar», ha afegit. L'estudi disposa de dades recents d'aquest mes d'abril, fruit d'una tasca de geolocalització, recorrent a peu i revisant *in situ*, local per local, però va arrencar l'any 2012 cosa que permet també extreure conclusions dels canvis durant aquest temps. Segons l'estudi, ha crescut el volum de comerços de menjar ràpid i fruiteries, en detriment d'establiments de productes de gamma alta —joieries, fotografia—, del sector de la construcció i bancari.

La particularitat de Tarragona, bàsicament per l'impuls del turisme a Tarragona, és que també han incrementat les tendes de regals i 'souvenirs' i els hotels i allotjaments. «Tenim una bona salut del comerç i funciona l'equilibri entre les grans superfícies i el comerç de proximitat, l'oferta és diversa i competitiva, i demostra la capitalitat comercial al sud de Catalunya», ha afirmat la regidora de Comerç, Patrícia Anton. A tall comparatiu, l'ocupació de comerços a Reus no arriba al 70%. L'estudi es basa en les dades que poden trobar-se al portal de Comerç de Tarragona (<http://www.biztarragona.com>) on són geolocalitzades les activitats de comerç i serveix del Centre de Tarragona.