

El comerç de Ripoll estudia com pot retenir el client local

El gran rival és Vic, on es desplacen el 45% dels ripollesos que compren fora

Un pla estratègic encarregat per l'Ajuntament analitza la situació i fa propostes per millorar-la des d'ara fins al 2025



El carrer de Sant Pere, que és un dels més actius del centre des del punt de vista comercial. R. E..

L'estudi que s'ha elaborat els darrers mesos a Ripoll [<http://www.ripoll.cat>] per bastir el pla estratègic del comerç d'aquesta ciutat ha posat de manifest una fuga important de clients cap a altres municipis, fins al punt que només el 22% de les persones enquestades ho adquireixen tot a Ripoll. Segons l'estudi, aquest percentatge correspon al segment de població de més edat. L'anàlisi i les propostes del pla són especialment transcendentals en un municipi on el ram dels serveis té molt de pes en l'economia: dona feina al 76% de la població activa, i dins d'aquest percentatge, el 38,8% és comerç.

Cap a Osona

D'aquest treball de camp es dedueix que els lligams dels ripollesos en matèria de consum no són amb la demarcació a la qual pertanyen administrativament, sinó cap al sud: la gran competència dels comerços de Ripoll és Vic, on acudeixen el 45% dels ripollesos que compren fora. Fins i tot Barcelona (16%) rep un nombre important de clients procedents de Ripoll. Per contra, la tirada cap a la resta de la demarcació és modesta: a Girona hi va el 7% i a Olot, tan sols el 4%. L'altre rival del comerç local –un fenomen en expansió a tot arreu, i més des que va esclatar la pandèmia– és internet, al qual ja recorren el 29% dels veïns enquestats.

Supermercats a banda, el més habitual en les botigues de Ripoll és que siguin negocis familiars i que l'establiment sigui petit. De franquícies, gairebé no n'hi ha, ja que se solen instal·lar en ciutats més grans. Ripoll, tot i anar creixent des del punt de vista demogràfic, continua sent una vila petita, amb uns 11.000 habitants (és la capital de comarca gironina més petita després de Puigcerdà).

Oferta limitada

Les compres dels ripollesos al seu municipi es limiten pràcticament al gènere del dia a dia, especialment l'alimentació (els supermercats s'emporten la part més gran del pastís). I la resta, per què no la compren a Ripoll?, es pregunten en l'estudi. La resposta més comuna (el 78,5%) és considerar que a la vila no hi ha prou oferta o que no és prou atractiva (39,3%). Els preus també en són una raó (31%). Quant al tipus de producte que adquireixen fora, en la majoria de casos (83,2%) és equipament per a la persona (per exemple, roba), però molts hi consumeixen oci i cultura (47,7%). Crida l'atenció que, tot i ser oficialment un municipi turístic i, per tant, tenir més llibertat d'horaris, els dissabtes a la tarda i els diumenges no obrin gaires establiments.

Poca gent de fora

Per contra, Ripoll té un escàs atractiu per a la gent de fora des del punt de vista comercial, si tenim en compte que només el 10% dels clients dels establiments locals no són gent del mateix municipi. La regidora de Comerç, Manoli Vega, té clar que difícilment es pot atraure clients de més enllà dels límits comarcals i, en canvi, sí que és possible buscar-ne a la resta del Ripollès i també al Bisaura [<http://www.gesbisaura.cat>] (una subcomarca a cavall del Ripollès i Osona), on ja tenen certa tirada a pujar a Ripoll. Del mateix parer és la presidenta de la Unió de Botiguers de Ripoll [<http://www.botiguesdecatalunya.cat>] (UBR), Ariadna Sánchez. “Atraure el client de lluny és una empresa impossible –diu– i, per tant, cal apostar per consolidar el client local i comarcal.”

I com s’aconsegueix, aquest objectiu? “Per atraure aquests clients dels municipis pròxims –suggereix Vega–, caldria millorar els horaris, i pensant en els turistes de cap de setmana, crec que seria bo obrir els dissabtes a la tarda i els diumenges.” Des del seu punt de vista, les botigues s’han de centrar en les compres per impuls (les que no estan planificades, sinó que es decideixen en passar per davant d’un aparador), perquè les que es fan per una necessitat s’estan cobrint a través d’internet. La compra impulsiva és precisament el fenomen del qual es beneficia Vic –considera Vega– quan els ripollesos s’hi desplacen sense haver planificat una compra.

La presidenta de la UBR (amb una setantena de socis) coincideix que cal fer l’esforç d’obrir els diumenges. “Oficialment som un municipi turístic, però no ens ho acabem de creure”, diu. Tal com revela la diagnosi del pla, ella veu en Vic la gran competència, principalment per les botigues de roba. Ho demostra –explica– el fet que els comerços d’aquest ram de Ripoll han estat els grans afavorits durant el confinament municipal perquè els ripollesos no podien baixar a la capital d’Osona.

Publicat a:

-El Punt Avui. Girona 15-03-2021, Pàgina 20

Font del document:

<http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/1937813-el-comerc-de-ripoll-estudia-com-pot-retenir-el-client-lo-cal.html>