

**MESURA DE GOVERN**

**PLA DE DINAMITZACIÓ  
COMERCIAL**

**2018-2023**

**Plenari del Districte Ciutat Vella**



# Índex

|  |           |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓ.....  | 4         |
| 2. DIAGNOSI: EL COMERÇ A CIUTAT VELLA.....   | 6         |
| <b>Anàlisi de l’oferta comercial.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>Teixit associatiu .....</b>   | <b>10</b> |
| 3. MISSIÓ I LÍNIES ESTRATÈGIQUES.....  | 11        |
| <b>Línia estratègica 1: Una governança del comerç basada en la confiança i la coresponsabilitat.....</b>   | <b>11</b> |
| Acció 1. Constituir el Consell de Comerç i Desenvolupament Econòmic de CV amb una periodicitat com a mínim anual. ....                             | 12        |
| Acció 2. Potenciar la participació del sector del comerç.....  | 12        |
| Acció 3. Desenvolupar la promoció econòmica i comercial impulsada des del Districte .....  | 12        |
| <b>Línia estratègica 2: El comerç de proximitat com a model a preservar i enfortir .....</b>   | <b>13</b> |
| Acció 4. Fomentar que el comerç de proximitat es consolidi com a proveïdor de les empreses, serveis i equipaments de Ciutat Vella .....            | 13        |
| Acció 5. Recolzar proactivament la continuïtat de l’activitat comercial .....  | 14        |
| Acció 6. Promoure l’estalvi de costos i la cooperació empresarial. ....  | 14        |
| Acció 7. Promocionar el patrimoni comercial emblemàtic. ....   | 15        |
| Acció 8. Promocionar i conscienciar sobre la importància del comerç de proximitat competitiu, responsable i sostenible. ....                       | 15        |
| Acció 9. Millorar la mobilitat en relació a l’activitat comercial i l’accés als comerços .....   | 15        |
| Acció 10. Afavorir l’atracció de la ciutadania cap als comerços, millorant l’espai públic dels voltants i l’accessibilitat dels mateixos .....     | 16        |
| Acció 11. Revisió de les fires integrades i impulsades per comerciants i artesans/es, i estudi de l’adequació a la legislació europea vigent ..... | 17        |
| Acció 12. Sensibilització i suport als comerciants en l’adaptació a la normativa de Paisatge Urbà i en l’aplicació del Pla d’inspeccions .....     | 17        |
| <b>Línia estratègica 3: Competitivitat, innovació, transformació digital i modernització del comerç .....</b>                                      | <b>17</b> |
| Acció 13. Creació d’un Servei d’atenció a l’activitat econòmica de Ciutat Vella. ..  | 18        |



|  |           |
|--|-----------|
| Acció 14. Oferir informació, assessorament i acompanyament per a la millora de la competitivitat del sector .....  | 18        |
| Acció 15. Millorar el programa formatiu individual i adaptar-lo les especificitats del territori o dels sectors comercials.....  | 18        |
| Acció 16. Oferir eines per a la innovació i la competitivitat digital als comerços i les associacions comercials.....  | 19        |
| <b>Línia estratègica 4: Enfortiment del teixit comercial als barris .....</b>  | <b>19</b> |
| Acció 17. Descentralitzar les polítiques de comerç en el territori atenent a les especificitats de cada zona i realitzar actuacions específiques per a zones o barris concrets, detectant i abordant les seves necessitats singulars. .... | 19        |
| Acció 18. Potenciar la realització d'activitats a la via pública i de comerç al carrer .....   | 19        |
| Acció 19. Reforçar l'activitat de les zones amb menys ocupació comercial impulsant l'aixecament de persianes de locals buits per a activitats comercials, entitats, petits negocis i cooperatives.....                                     | 19        |
| Acció 20. Elaborar amb Barcelona Activa i el teixit comercial plans d'actuació i formació específics per als territoris que necessiten enfortir el seu teixit sociocomercial i millorar l'atractivitat. ....                               | 20        |
| <b>Línia estratègica 5: Reforç de l'associacionisme comercial.....</b>   | <b>20</b> |
| Acció 21. Acompanyar a les entitats de comerciants del districte en la seva organització, professionalització i renovació, especialment en el cas de les entitats noves .....  | 21        |
| Acció 22. Dur a terme campanyes de promoció dels avantatges de l'associacionisme comercial conjuntament amb el sector. ....  | 21        |
| Acció 23. Promoure la implicació dels comerciants d'origen estranger en la vida comunitària i les associacions i eixos comercials.....   | 21        |
| Acció 24. Promoure la col·laboració i comunicació entre les diferents entitats comercials i afavorir la relació entre mercats i entitats de comerciants.....   | 22        |
| <b>Línia estratègica 6: El turisme i la cultura, dues oportunitats per al comerç de proximitat .....</b>   | <b>22</b> |
| Acció 25. Vincular al comerç a les activitats culturals.....   | 22        |
| Acció 26. Promoure les sinèrgies entre els equipaments culturals i el comerç del districte.....  | 23        |
| Acció 27. Aconseguir que als establiments hotelers de Ciutat Vella tinguin a disposició dels seus clients plànols que incloguin la situació de comerços associats als diferents eixos comercials.....                                      | 23        |
| <b>Línia estratègica 7: Suport i promoció dels mercats.....</b>  | <b>23</b> |



Acció 28. Consolidar el mercat com a lloc central del barri, definint estratègies específiques per a cada mercat..... 23

Acció 29. Impulsar la pagesia de proximitat al districte..... 24

**Línia estratègica 8. Una bona gestió i avaluació de l'estratègia, la clau per continuar millorant. .... 24**

Acció 30. Establir mecanismes d'informació i planificació estratègica capaços de definir les identitats i necessitats comercials en diferents barris o àrees comercials. .... 24

4. SÍNTESI DE MESURES..... 25

6. GOVERNANÇA I AVALUACIÓ ..... 28

7. PRESSUPOST I RECURSOS..... 29

## 1. INTRODUCCIÓ

El comerç és un dels signes d'identitat de la ciutat de Barcelona. No només perquè és una activitat econòmica de primer ordre, que aporta fins un 15% del seu PIB, sinó perquè teixeix els barris, actua com a veritable agent de cohesió social, i aporta vida, llum i seguretat a tots els racons de la ciutat.

El comerç local, gran i petit, actua com a veritable agent de transformació de la realitat. És en aquells barris on el comerç es desenvolupa de manera efectiva on la vida ciutadana té més qualitat i més probabilitats de desenvolupar-se de manera integral.

Aconseguir que aquest teixit comercial, a més, sigui un agent actiu per la transformació socialment responsable d'aquests barris, és un repte que s'ha de treballar des de la base, amb els comerços de manera individual, amb les entitats representatives del sector, i amb la resta de teixits associatiu i ciutadà.

Gran part de la vitalitat de Barcelona, tan evident quan caminem pel carrer, es deu a la presència estructural del comerç en la ciutat. És un element indestruïble del paisatge barceloní. I és un element estimulante, viu, que subratlla el dinamisme de la ciutat, la seva capacitat d'innovació, la vocació de ser un espai d'intercanvi, com de fet ho ha estat Barcelona des dels seus orígens. Hem dit intercanvi, però el comerç és més que això: és servei, és calidesa, és contacte humà; i és també, mirat amb la fredor de l'estadística, producció de riquesa i creació de llocs de treball.

La millor virtut del comerç barceloní és la capacitat per adaptar-se a la transformació permanent de la ciutat. No és una qualitat abstracta, sinó que l'hem d'atribuir a les persones que integren aquest món, persones amb diferents papers i amb diferents atribucions, però totes necessàries perquè la xarxa comercial funcioni tan bé com de fet funciona. L'activitat comercial és un puntal fonamental de l'economia barcelonina i, el que més important, de la qualitat de vida de les persones que hi viuen o que hi passen uns dies. I, en ser una activitat tan oberta, ha estat i és una excel·lent eina d'integració dels immigrants, en posar-los més a prop de la igualtat d'oportunitats que han vingut a cercar.

El nostre model de comerç té una estructura que endinsa les arrels profundament en cada un dels barris. Aquesta és la clau: el comerç, la botiga, l'eix comercial, com a element vertebrador del barri. Perquè és en aquests carrers plent d'oferta comercial on la gent passeja, on es troba, on té el punt de calidesa que li diu que és a casa seva, i a través d'aquests petits signes de reconeixement tenim la certesa que pertanyem a la ciutat, que formem part d'un esperit, d'un projecte col·lectiu. En aquest sentit, el comerç és un instrument actiu de la cohesió social.

La compra en establiments físics convencionals continua sent predominant entre els barcelonins i barcelonines. Però la transformació de la botiga física és una fita quasi ineludible. Aquest format perviurà si també fa la necessària integració en l'entorn digital. Creix la importància de la compra en formats de comerç electrònic convencional i de comerç electrònic social, en detriment dels formats físics tradicionals, i també per la influència de les eines

digitals de comerç electrònic en els processos de decisió de compra dels consumidors i de les consumidores. Aquests fenòmens tenen repercussions ben importants per al sector de la distribució comercial i, en particular, per al comerç barceloní de proximitat.

El comerç electrònic, la mobilitat de les persones consumidores i el seu ús de tot el que és digital ha arribat per quedar-se i, per tant, continuarà creixent la proporció de persones consumidores que compren en línia o que s'ajuden de tecnologies digitals en les seves decisions de compra. Conseqüentment, el comerç de proximitat s'ha d'adaptar i desenvolupar nous avantatges competitius sostenibles que facin d'aquests canvis una palanca per proporcionar un valor superior al consumidor i, així, fer que augmentin les vendes. La creixent difusió, entre els consumidors i les consumidores de Barcelona, del comerç electrònic i la tecnologia digital de suport a les decisions de compra (comparadors de preus, serveis de ressenyes generades per consumidors...) té conseqüències importants per a les xarxes tradicionals de distribució comercial i, molt especialment, per al comerç local de proximitat, que és el que disposa de menys recursos, tant materials com de capital humà.

La ciutat compta, des del 2017, amb una Mesura de Govern que té com a objectiu preservar, fomentar, promoure i promocionar el sector comercial: *l'Estratègia de reforç i projecció del comerç a Barcelona 2017-2019*.

Els diferents districtes i barris, però tenen realitats comercials i reptes diferenciats. Per això és important poder aterrar aquestes iniciatives als diversos territoris. A Ciutat Vella, el comerç està necessàriament marcat pel seu enorme dinamisme, per la riquesa històrica i artesana dels seus comerços, així com per la centralitat del districte, el seu caràcter patrimonial i la seva enorme atracció de visitants de la resta de Barcelona i d'arreu. S'ha generat una intensa especialització econòmica en l'oci i el turisme que ofereix oportunitats pel comerç però alhora presenta reptes innegables: en quant a l'augment del lloguer dels locals, a les dificultats de continuïtat dels comerços orientats al veïnat i a la compra quotidiana, i a una possible pèrdua de diversitat comercial a mesura que el model s'ha anat orientant més cap a l'economia del visitant. És imprescindible, doncs, que el Pla de dinamització comercial propi abordi aquestes qüestions de forma clara.

El Pla de Dinamització Comercial del Districte 2018-2023 dona un enfocament més precís de les actuacions a desenvolupar al districte de Ciutat Vella, posant en relació diferents polítiques sectorials de comerç i d'altres polítiques específiques, i cerca la compatibilitat i alineament entre elles per configurar un model integral de comerç de proximitat.

El present document presenta la realitat comercial del Districte de Ciutat Vella i les actuacions previstes pels propers anys, algunes de les quals donen continuïtat a mesures ja en procés d'implementació, mentre d'altres són noves.

S'ha elaborat a través d'un procés de reflexió conjunta entre els serveis tècnics de Comerç dels Districtes i la Direcció de Serveis de Comerç de l'Ajuntament, recollint tot allò que es fa en matèria de comerç al districte i emmarcant-ho en les mesures estratègiques i les accions de la Mesura de Govern de ciutat. Incorpora així mateix les mesures dirigides al comerç incloses al *Pla de Desenvolupament Econòmic de Ciutat Vella 2016-2021*, full de ruta

per a la dinamització i transformació socioeconòmica del Districte elaborat en diàleg amb el teixit social, comercial i comunitari, i actualment en implementació. També s'han incorporat demandes de veïnat i entitats sorgides en el procés participatiu del Pla d'Actuació de Districte i en les periòdiques reunions de treball realitzades amb les associacions de comerciants, i propostes de diferents grups polítics mitjançant acords del Plenari de Districte. Ha rebut el suport de coordinació i metodologia d'elaboració per part de la Direcció de Comerç i de Barcelona Activa.

## **2. DIAGNOSI: EL COMERÇ A CIUTAT VELLA**

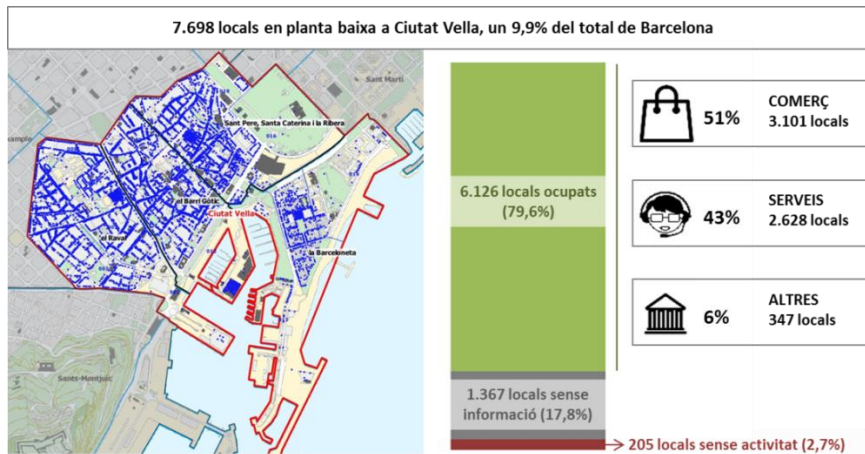
La caracterització del districte de Ciutat Vella s'ha dut a terme a través de l'anàlisi del perfil socioeconòmic, el perfil comercial, els elements que interaccionen amb el comerç al districte i la demanda, amb dades i informació procedent de fonts obertes públicament i/o dades aportades pel propi districte.

- L'anàlisi de l'oferta comercial en base a l'inventari de locals i de les mancances comercials existents.
- L'anàlisi de la demanda en base a l'enquesta d'hàbits dels barcelonins
- Els fluxos d'atractivitat de les principals polaritats del districte
- La identificació de les principals debilitats, potencialitats i reptes
- L'anàlisi del seu teixit associatiu

### **Anàlisi de l'oferta comercial**

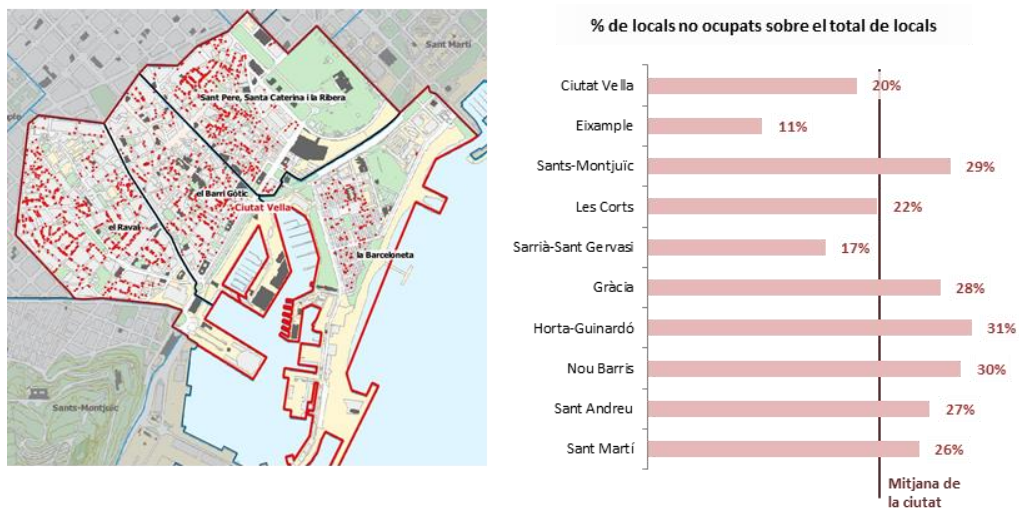
Ciutat vella compta amb una gran densitat comercial, molt major que la resta de la ciutat. L'actual estructura comercial no presenta carències significatives, però convé estar alerta per preservar-la i, en tot cas, enfortir el comerç de proximitat. Es detecten zones de gran concentració en equipament de la persona i augment de franquícies. Tot i que actualment encara s'hi preserva comerç quotidià cal consolidar les bases per evitar una progressiva i potencial pèrdua d'aquest comerç enfront altres models.

Ciutat Vella té 7.698 locals en planta baixa, un 9,9% del total de la ciutat de Barcelona. El Raval és el barri amb més locals (2.259) i la Barceloneta el que menys (545). La presència de comerç als locals en planta baixa és molt major que la mitjana de Barcelona (38%), i especialment significatiu en el cas del Gòtic (56% dels locals tenen ús comercial), mentre és a la Barceloneta on hi ha menys dotació comercial (34%). La resta de locals estan ocupats per serveis o altres activitats (administració, associacions, equipaments esportius, religiosos, etc.)



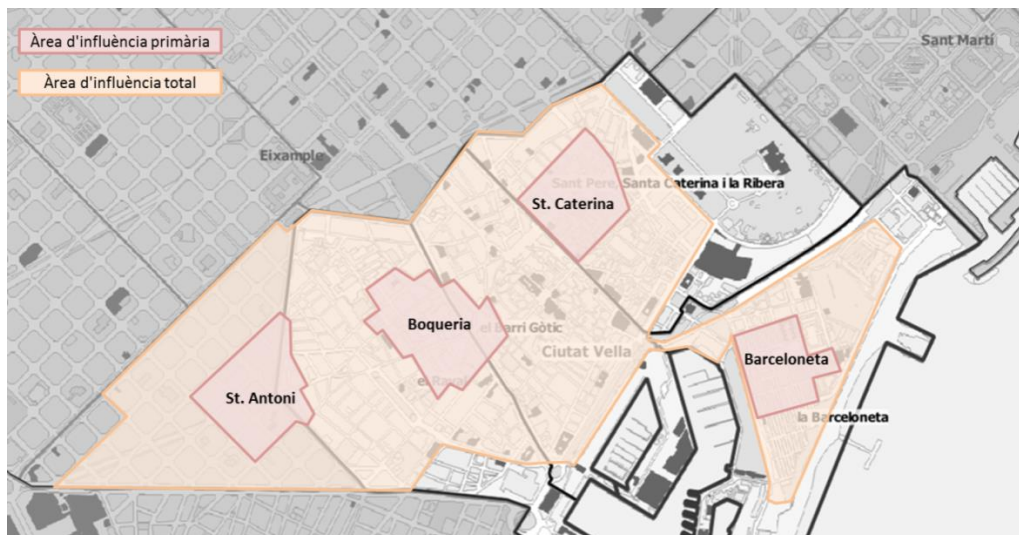
Font: Inventari de Locals de 2016, Ajuntament de Barcelona

Un 20% del total d'establiments no estan ocupats o no es disposa d'informació (a data del darrer inventari el 2016), lleugerament per sota de la mitjana de la ciutat (22,8%). Donada la realitat del districte de Ciutat Vella (comerç de reduïda dimensió, etc.) és molt probable que els 1.367 comerços dels quals no es disposa informació siguin, en realitat, magatzems auxiliars de comerços, empreses o particulars, habitatges, garatges particulars sense senyalitzar, associacions, etcètera.



Ciutat Vella compta amb 3 mercats municipals: Mercat de la Barceloneta (50 parades), Mercat de la Boqueria (308 parades), Mercat de Santa Caterina (86 parades). A banda, cal considerar el Mercat de Sant Antoni que tot i estar situat a l'Eixample té influència sobre els residents del Raval. El 100% del territori de Ciutat Vella està cobert per les àrees d'influència dels mercats municipals existents. És l'únic districte de Barcelona que té aquesta fortalesa de mercats municipals al seu territori. El següent quadre mostra les àrees d'influència primàries i totals de cada mercat, elaborades en base als criteris d'aflluència de l'Institut de Mercats Municipal de Barcelona.





També es compta amb les següents fires: Fira Nova Artesania de la Rambla, Mercat Gòtic, Fira de Filatèlics i Numismàtics, Fira Born Gourmet, Fira d'artistes del Born, Fira d'Alimentació Artesanal, Mercat de Pagès, Fira de Productes Tradicionals Catalans, Fira d'Artesania del Portal de l'Àngel, Mercat Obert del Raval, Fira d'Artesania del carrer Argenteria, Fira d'Artesania del carrer Allada Vermell, Drap Art, Pintors de Sant Josep Oriol, Pintors de la Rambla, Flea Market, Freedonia, Fira de Santa Llúcia, Setmana del llibre en català, Fira-mostra de terrissa, Fira-mostra d'artesans per festes Santa Eulàlia, Fira-mostra d'artesania per reis, Fira-mostra d'artesania per Setmana Santa, Fira-mostra d'artesania per la Mercè, Fira-mostra d'artesania pel Pilar, Fira-mostra de Productes Naturals per la Mercè, Fira-mostra de Productes Tradicionals Catalans per Setmana Santa, Fira-mostra de Productes Tradicionals Catalans i d'artesania per Sant Roc, Fira-mostra de Puntaires per festes Santa Eulàlia, Sant Jordi, Fira de Sant Ponç, Fira de Santa Rita, i la Fira de Riera Baixa.

La densitat comercial de Ciutat Vella duplica la mitjana de la ciutat de Barcelona, amb 30,3 establiments comercials per cada 1.000 habitants, enfront 14,0 de mitjana de Barcelona. Per grups de producte, exceptuant Automoció, el districte de Ciutat Vella té un major rati d'establiments per cada 1.000 habitants en tots els grups de comerç analitzats. En particular dobla el rati mitjà de Barcelona en comerç quotidià i restauració, i el triplica en Equipament de la persona.

|                                   | Població  | Comerç al detall | Quotidià alimentari | Quotidià no alimentari | Parament de la llar | Equipament personal | Oci i cultura | Automoció | Altres | Restaurants, bars i hotels |
|-----------------------------------|-----------|------------------|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------|-----------|--------|----------------------------|
| <i>Total Barcelona</i>            | 1.625.137 | 14,0             | 5,3                 | 1,3                    | 1,3                 | 3,2                 | 1,1           | 0,2       | 1,6    | 6,4                        |
| Ciutat Vella                      | 102.250   | 30,3             | 10,2                | 1,5                    | 2,1                 | 9,8                 | 2,2           | 0,0       | 4,6    | 14,2                       |
| el Raval                          | 47.986    | 23,8             | 11,0                | 1,2                    | 1,8                 | 4,3                 | 2,6           | 0,0       | 2,8    | 9,8                        |
| el Barri Gòtic                    | 16.240    | 61,9             | 9,3                 | 2,6                    | 3,0                 | 29,8                | 3,2           | 0,0       | 13,9   | 28,2                       |
| la Barceloneta                    | 15.101    | 12,4             | 7,3                 | 1,1                    | 0,5                 | 1,3                 | 0,8           | 0,0       | 1,5    | 12,8                       |
| St Pere, Sta Caterina i la Ribera | 22.923    | 33,5             | 11,1                | 1,7                    | 2,9                 | 12,7                | 1,5           | 0,0       | 3,6    | 14,5                       |

Font: Elaboració pròpia en base a l'Inventari de Locals de 2016, Ajuntament de Barcelona, i al Padró Municipal. \*En vermell aquells casos en el que el rati és un 20% inferior a la mitjana de la ciutat, i en verd els casos en que és superior a la mitjana en un 20%.

La capil·laritat i proximitat del comerç de Ciutat Vella és superior a la mitjana de Barcelona en tots els grups de comerç. Així, s'observa com el 100% de la població té algun punt de venda de quasi tots els productes en el seu propi barri (a excepció d'automoció i algunes activitats com segells, aparells domèstics o música). Així doncs Ciutat Vella disposa de la oferta comercial suficient per satisfer de forma general les demandes dels residents en base a les seves preferències i hàbits de compra, amb un elevada disposició a comerç de producte quotidià, producte no quotidià, parament de la llar, equipament personal i oci i cultura en cada barri (és a dir, a menys de 15 minuts caminant). La Barceloneta, en part per la forta presència de restauració en detriment d'altres establiments, és el barri amb més mancances comercials. No presenta carències en comerç quotidià alimentari significatives, tot i que aquest està majoritàriament enfocat al visitant; però sí en quotidià no alimentari i en la resta d'activitats comercials (equipament de la persona, equipament de la llar, etc.)

Així doncs, des d'una perspectiva quantitativa, l'actual estructura comercial no presenta carències significatives, però convé estar alerta per preservar-la i, en tot cas, enfortir el comerç de proximitat. Es detecten zones de gran concentració en equipament de la persona i augment de franquícies. Tot i que actualment encara s'hi preserva comerç quotidià, cal assentar les bases per evitar una progressiva i potencial pèrdua d'aquest comerç enfront altres models. Si bé sobre el paper l'oferta comercial dona resposta a les necessitats del veïnat, des d'un punt de vista qualitatiu la disponibilitat de productes no sempre és l'adequada, donada l'orientació als visitants de part del comerç existent.

Ahora, la creixent pressió i l'alça dels lloguers dels locals provoca el tancament de comerços "tradicionals", especialment els de productes quotidians, enfront de grans grups i franquícies de productes d'equipament de la persona, la llar, i la restauració. Així doncs, és necessari vigilar i evitar aquest fenomen de gentrificació del comerç quotidià.

A Ciutat Vella existeix una gran *sobreoferta* comercial en relació a la demanda dels residents del districte. Això vol dir que bona part de l'oferta està dirigida a un públic no resident i que prop de 2/3 del comerç de Ciutat Vella no seria viable econòmicament només amb la demanda dels veïns i les veïnes. El barri Gòtic presenta el major diferencial, especialment per la forta presència de comerços d'equipament de la persona (un rati de 24,1). Ciutat Vella i els seus barris necessiten atraure compradors provinents de fora del districte (altres residents de la ciutat, residents d'altres municipis, excursionistes, turistes) per a poder mantenir el seu model i estructura comercial, i no augmentar el rati de locals buits.

Al districte es poden identificar 4 grans polaritats comercials: Portal de l'Àngel, Plaça Catalunya – el Triangle, Pelai – Ronda universitat – Carrer Tallers i la Ribera. Aquestes polaritats exerceixen un gran efecte d'atracció de visitants i compradors al districte. Al voltant del 30% són residents de fora de la ciutat, i d'entre els residents a la ciutat un 85% aproximadament prové d'altres districtes –a excepció del Born, que és un 41%. Una gran majoria de barcelonins acostuma a visitar amb certa freqüència (cada 20 dies

aproximadament) alguna de les zones comercials. El tiquet mitjà més alt són 81€ a la zona de Plaça Catalunya, i el més baix 32€ a la zona Pelai. La majoria de les compres són en productes d'alimentació quotidiana i equipament de la persona i els principals motius de visita i elecció de la zona són la localització, la varietat, profunditat i concentració de la oferta i algunes botigues reclam (Fnac, El Corte Inglés, Zara, etc.). La valoració global en una escala del 0 al 10 és molt positiva. Destaca la Ribera amb un 8,3. Els aspectes més ben valorats són la facilitat d'accés, l'oferta comercial, els horaris, etc. i el menys valorat els preus.

L'afluència de visitants constitueix un dels principals problemes de convivència per als residents, i és també un dels motius de la creixent pressió immobiliària. Es fa necessari buscar mecanismes per compaginar la necessària afluència de compradors (residents i/o turistes) per preservar el comerç de la zona, amb el correcte equilibri en l'ús de l'espai públic, la convivència, etc. El turisme i la cultura esdevenen motors de creixement i generació de sinèrgies amb el comerç, sempre i quan sigui un turisme de qualitat, familiar, responsable.

### **Teixit associatiu**

Al districte de Ciutat Vella hi ha 24 associacions de comerciants, una xifra molt per sobre de la mitjana d'associacions de comerciants en altres zones de Barcelona, agrupades moltes d'elles en eixos o associacions de segon nivell. Hi ha una elevada presència d'associacions al territori, si bé de reduïda dimensió i molt fragmentades, fet que dificulta en alguns casos la capacitat d'assolir una massa crítica i representativitat suficient per a liderar projectes territorialment significatius. En termes generals, igual que succeeix en la resta de districtes, es constata un baix nivell d'associació del comerç (7.698 locals en total).

#### **Llistat d'associacions del districte**

---

|  |  |
|--|--|
| 1. Plaça Reial   | 12. Associació Amics de La Rambla          |
| 2. Barceloneta   | 13. Fem Raval                              |
| 3. Associació voltants de Sta. Caterina                  | 14. Eix del Raval                          |
| 4. A.E. Santa Caterina                                   | 15. Barnacentre                            |
| 5. Unió de Botiguers Sant Pere més Baix                  | 16. Associació del Call                    |
| 6. Associació Paradistes del Mercat de la Boqueria       | 17. Associació de comerciants c/ Mercè     |
| 7. Associació Paradistes Mercat de la Barceloneta        | 18. Associació comerciants de Via Laietana |
| 8. Associació de Paradistes del Mercat de Santa Caterina |  |
| 9. Born Comerç   |  |
| 10. Associació d'artesans de l'Esquirol                  |  |
| 11. Sant Pere m'encanta                                  |  |

---

### 3. MISSIÓ I LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Les accions d'aquest *Pla de dinamització comercial* es circumscriuen a l'àmbit territorial de Ciutat Vella, tot i que el Pla es basa en una diagnosi inicial que contempla les dinàmiques de comerç que tenen lloc a tota la ciutat.

Articulen iniciatives a nivell de Districte i de ciutat, incloent els diferents agents implicats en la promoció comercial: la Direcció de comerç, Barcelona Activa i l'Institut Municipal de Mercats. Compta amb una visió integral que pretén abordar diferents dimensions implicades en la millora del comerç: la dinamització i promoció comercial, la formació i el suport als comerços; però també la mobilitat, l'espai públic o el paisatge urbà.

És un document que pretén que sigui d'especial utilitat per les organitzacions de comerciants, i que els hi aporti una visió global de tots els elements que poden influir en la dinàmica del comerç de Ciutat Vella i ajudi a l'hora de planificar i gestionar les seves estratègies comercials a curt i mig termini.

També ha de ser un document referent pels diferents àmbits d'actuació municipal del Districte i ciutat, doncs la majoria de polítiques municipals afecten de forma directe o indirecte al món del comerç. Tenir en compte al comerç en aquesta transversalitat, és garantia per reforçar la pròpia activitat econòmica d'aquest sector i els seus efectes de cohesió dels barris.

Els seus objectius generals són:

- Promoure el comerç de proximitat i emblemàtic i donar eines per a la seva continuïtat i millora
- Acostar els serveis de suport al comerç als comerços de tots els barris
- Donar eines per a la innovació i l'adaptació del comerç als nous escenaris: modernització, digitalització, diversificació
- Donar suport i promoure l'associacionisme comercial i la participació del sector
- Potenciar determinades zones comercials amb característiques específiques
- Posar en valor i visibilitzar riquesa i diversitat comercial del Districte

Aquests objectius es desenvolupen en 9 línies estratègiques i 31 accions que presentem a continuació.

#### **Línia estratègica 1: Una governança del comerç basada en la confiança i la coresponsabilitat.**

Es vol avançar cap a un model de treball conjunt entre el sector comercial i l'àmbit públic per aconseguir la interacció entre l'administració, la societat civil i el sector privat, per tal de dissenyar conjuntament les iniciatives dirigides a aquest àmbit. Es planteja doncs fomentar la cooperació entre el comerç i l'Ajuntament, reforçant la confiança i la participació de tots els agents del sector comercial tant en temàtiques estrictament comercials com en l'abordatge de les problemàtiques i reptes dels diferents barris i la participació en la vida comunitària.

En quant a la governança també és rellevant seguir consolidant les competències i capacitats de l'Ajuntament en matèria comercial. Això implica per una banda reforçar la coherència i articulació entre les actuacions impulsades a nivell de ciutat i les promogudes des del territori; i per l'altra desenvolupar la perspectiva integral per tal de donar resposta a les necessitats del comerç, des de la dinamització comercial, la promoció econòmica, l'espai pública, la mobilitat, etcètera.

Les accions recollides a les mesures de la línia estratègica 1 volen reforçar aquests vincles relacionals, de coneixement compartit i de treball en xarxa.

**Acció 1. Constituir el Consell de Comerç i Desenvolupament Econòmic de CV amb una periodicitat com a mínim anual.**

Es formalitzarà el Consell incorporant-lo al cartipàs del Districte per tal de fer seguiment del pla i debatre els temes vinculats amb el comerç i el desenvolupament econòmic. Podrà comptar amb els grups de treball que es considerin necessaris i haurà de recollir les preocupacions del sector en el seu ordre del dia. Inclourà les associacions de comerciants, l'Institut de Mercats Municipals, la Direcció de Comerç, l'equip del Pla de Desenvolupament Econòmic de Ciutat Vella i Barcelona Activa i aquells sectors que es considerin, com ara Turisme. Es treballarà per tal de garantir que sigui un òrgan representatiu i amb la participació de comunitats d'origen divers.

**Acció 2. Potenciar la participació del sector del comerç**

1.2.1 Impulsar el vincle i comunicació amb els espais de participació de ciutat (Consell Ciutat i Comerç)

1.2.2 Incorporació d'informació i debats sobre temàtiques comercials i de rendició de comptes de les actuacions del Pla de dinamització comercial als Consells de Barri almenys un cop a l'any. Actualment s'està explicant el PDE com a punt informatiu als Consell de barri i s'està treballant per incorporar més activament a les AACC als mateixos.

1.2.3 Potenciar i consolidar la presència de les associacions de comerciants en òrgans de participació territorials com consells de barri, comissió de seguiment, taules de prevenció i seguretat, etc., especialment en el cas de les associacions de comerciants de nova creació

**Acció 3. Desenvolupar la promoció econòmica i comercial impulsada des del Districte**

1.3.1 Consolidar la figura dels tècnic/a de comerç del Districte com a interlocutor entre associacions de comerciants i comerços, per assessorar i col·laborar en la elaboració d'esdeveniments, actes i fires, així com en qualsevol altre aspecte que puguin necessitar.

1.3.2 Consolidar la dinàmica de col·laboració i coproducció de les iniciatives de desenvolupament econòmic del districte iniciada arran del Pla de Desenvolupament Econòmic. Aquesta col·laboració es concreta en la participació i comunicació constant amb el sector comercial i les entitats, i amb la coordinació institucional entre les diferents àrees de l'Ajuntament.

El Grup motor del PDE, creat per al lideratge, seguiment i presa de decisions sobre el Pla, està format per representants i tècnics/ques de Districte i de Barcelona Activa, de les Direccions de Comerç i Turisme, el Comissionat d'Economia Social, Desenvolupament Local i Consum, i el Pla de barris, amb una periodicitat quinzenal/mensual. Des del 2016 s'han dut a terme 27 reunions.

1.3.3 Revisar els criteris de subvencions i ajuts en l'àmbit de comerç a Ciutat Vella per tal d'homogeneïtzar els criteris i reforçar la col·laboració i cooperació.

## **Línia estratègica 2: El comerç de proximitat com a model a preservar i enfortir**

El teixit comercial de proximitat dóna servei als barris i els cohesiona i enforteix. És un model d'èxit que cal anar enfortint des de la proximitat de la presa de decisions. Tanmateix, tot i la gran riquesa del comerç del districte, la gran centralitat de Ciutat Vella, la concentració de visitants que s'hi dona i l'augment dels preus dels lloguers, genera certes dificultats per a la continuïtat de molts comerços –especialment els de caràcter familiar, mida petita, i orientats a la vida quotidiana del veïnat. Es requereix de mesures d'acompanyament i suport per evitar una progressiva i potencial pèrdua del comerç quotidià enfront d'altres models.

Els Districtes, com a administració propera, posen a l'abast del teixit comercial eines i accions per promoure un sector comercial territorialment arrelat, mediambientalment sostenible i socialment respectuós, posant en valor el comerç tradicional, i promovent el comerç jove i innovador. A través de les accions que s'inclouen en la línia estratègica 2, es pretén treballar per poder tenir un mix comercial equilibrat, sostenible i adequat a les necessitats dels seus barris.

### **Acció 4. Fomentar que el comerç de proximitat es consolidi com a proveïdor de les empreses, serveis i equipaments de Ciutat Vella**

2.4.1 Creació d'una Web de comerç del Districte de Ciutat Vella que integri les webs de barri actuals i en millori les prestacions, per tal de donar visibilitat al conjunt del teixit comercial i d'altres proveïdors de béns i serveis del districte per tal que la gent que hi viu, hi treballa, hi passa o els visita, sàpiga tot el que hi pot comprar i contractar, en quins horaris i com contactar-hi (veure també Acció 16).

S'actualitzarà i millorarà el cercador web d'establiments comercials i proveïdors de Ciutat Vella, acompanyant-lo d'altres materials de difusió si s'escau. Es preveu també donar visibilitat al valor afegit del comerç de proximitat: indicant si es tracta d'establiments històrics i emblemàtics, si participen en la vida comunitària (pertinença a associacions de comerciants, participació a esdeveniments com la festa major o projectes socials, etc.), si són projectes d'economia social i solidària i si ofereixen béns i serveis relacionats amb consum responsable – a treballar en el marc del Pla d'Impuls del Consum Responsable de l'Ajuntament de Barcelona.

Fins al moment, als webs de comerç hi ha publicats 2.814 establiments de Ciutat Vella. Les visites en el darrer trimestre han estat 37.972 visites per part de 34.718 persones, que han consultat 65.507 pàgines. La mitjana és de 13 visites per a cada establiment. Durant l'últim



trimestre del 2018 s'ha iniciat l'actualització i homogeneïtzació de la web de comerç, intentant incorporar els comerços de nova obertura i eliminant els que ja no estan en actiu.

2.4.2 Impulsar el rol de l'Ajuntament en la compra i contractació de proximitat, fomentant la contractació de serveis a empreses amb responsabilitat social i mediambiental.

Dins del marc de Pla de barris es van rehabilitar 3 pisos al barri Gòtic contractant empreses amb clàusules socials i teixint proximitat.

S'ha realitzat un estudi de la compra pública realitzada pel Districte i s'ha elaborat un document de recomanacions que s'està utilitzant des de els diferents departaments del Districte en la seva actuació quotidiana.

2.4.3 Explorar la col·laboració amb el sector empresarial del districte per a fomentar la compra i contractació de proximitat, cercant acords amb agents clau com ara el Gremi d'Hotels i de Restauració, entre d'altres, i les diverses AACC.

#### **Acció 5. Recolzar proactivament la continuïtat de l'activitat comercial**

2.5.1 Creació d'un servei d'assessorament jurídic per a comerços afectats per pressió immobiliària. Servei gratuït per donar eines legals als comerços en relació a lloguers, derivat a través de Serveis a les Persones del Districte, iniciat el setembre de 2018.

2.5.2 Programa de promoció del relleu i traspàs de comerços, especialment per als establiments històrics, singulars i de proximitat. Es treballarà per recollir i divulgar informació viva sobre quins establiments comercials del territori són a punt de tancar, per tal de facilitar el seu traspàs, oferint-lo com a opció d'emprenedoria per a les persones del territori en atur que puguin desenvolupar amb èxit aquesta feina; en el marc d'un projecte amb accions formatives i d'acompanyament específiques que, a més de capacitar els i les futures professionals, contribueixi a reforçar el valor de l'ofici de botiguer/a.

Al llarg de l'any 2017 s'han realitzat diverses visites a locals susceptibles d'acollir-se al programa de relleu empresarial (15 visites). Per fer més èmfasi en aquest àmbit, a partir del juny del 2017, s'ha posat en marxa el "Programa de transmissió empresarial als barris" per part de Barcelona Activa al conjunt de la ciutat. Els resultats entre juny i desembre de 2017, són: 8 persones cedents (que volen traspasar el negoci) ateses; 3 persones reemprenedores ateses; 1 cas de transmissió empresarial tancat amb èxit (amb la salvaguarda de 2 llocs de treball). Alhora, es van produir 4 sol·licituds de CV al Programa d'ajuts per al foment de la Continuïtat empresarial, i 3 sol·licituds més el 2018.

#### **Acció 6. Promoure l'estalvi de costos i la cooperació empresarial.**

La mancomunació de recursos i la cooperació empresarial són eines que poden contribuir a fer sostenible i viable un negoci o a incrementar-ne els beneficis. A més, es tracta de pràctiques que cohesionen la societat, que optimitzen recursos i que redueixen la petjada ecològica derivada de consumir-los. S'emprendran accions en aquesta línia, impulsant tant centrals de compres de productes i/o serveis, com d'estalvi col·lectiu de costos de subministres via, per exemple, auditories energètiques o gestors d'energia compartits.

Fins al moment, a través de la convocatòria de subvencions “Impulsem el que fas”, s’ha donat suport a un projecte dirigit a la constitució d’una cooperativa – central de compres i serveis promoguda per associacions comercials i entitats del territori.

#### **Acció 7. Promocionar el patrimoni comercial emblemàtic.**

Donar visibilitat als comerços emblemàtics del districte, incloent-los als diferents projectes de sensibilització, difusió i dinamització.

#### **Acció 8. Promocionar i conscienciar sobre la importància del comerç de proximitat competitiu, responsable i sostenible.**

2.8.1 Elaboració d’iniciatives comunicatives estacionals i/o específiques de promoció de la compra de proximitat, en especial en relació al comerç emblemàtic, sostenible i/o cooperatiu. Incloure campanyes que aprofitin moments o festes significatives emblemàtiques de cada barri.

2.8.3 Treballar per a l’ampliació del projecte “Comerç i escoles”, que posa en contacte l’alumnat de les escoles i els comerços del barri, incorporant comerços que representin el màxim possible, i siguin reflex del mix comercial del Districte, així com els comerços emblemàtics.

2.8.4 Promocionar formes de comerç cooperatiu, social i sostenible, donant visibilitat i acompanyant a entitats en el procés de conversió en cooperatives.

Fins al moment s’ha donat suport al Servei mancomunitat de neteja impulsat per entitats i AACC del Raval. Actualment també s’estan fent sessions informatives a nivell de ciutat del projecte de Barcelona activa “Programa cooperativa de joves”.

#### **Acció 9. Millorar la mobilitat en relació a l’activitat comercial i l’accés als comerços**

2.9.1 Treballar amb les associacions de comerciants i el veïnat les implementacions paulatines de les accions establertes en el Pla de Mobilitat de Ciutat Vella 2018-2024:

- Dirigides a re endreçar la càrrega i descàrrega,
- Reformular els seus horaris
- Instal·lar àrees DUM
- Incentivar els sistemes més sostenibles
- Analitzar la viabilitat d’instal·lar altres plataformes logístiques.

2.9.2 Reorientar i reordenar la càrrega i descàrrega del Gòtic Nord per tal de descongestionar el trànsit del carrer Magdalenes

2.9.3 Reordenar i reorientar la càrrega i descàrrega en els entorns del Mercat de Santa Caterina

2.9.3 Reforçar la comunicació per difondre els aparcaments disponibles en el perímetre del Districte



2.9.4 Valoració i implantació de demandes concretes en les zones comercials com ara la instal·lació de sistemes de control de l'accés de vehicles,, canvis de sentit, etc.

**Acció 10. Afavorir l'atracció de la ciutadania cap als comerços, millorant l'espai públic dels voltants i l'accessibilitat dels mateixos**

2.10.1 Elaboració i divulgació d'una proposta de millora de la senyalística de comerç a treballar conjuntament amb altres departaments de l'Ajuntament. Treballar en el concepte d'entorns.

2.10.2 Fer una auditoria de les diferents zones de concentració comercial per tal de verificar la correcta il·luminació, necessitats de neteja, papereres, manteniment, etc.

2.10.3 Continuar reforçant els serveis de neteja viària

El 2018 s'han contractat 5 brigades de neteja com a reforç de neteja a determinades i per a vetllar per la bona gestió dels residus. En la vessant comercial identificaran, quan sigui possible, els locals que no fan correctament la gestió dels residus que generen i traspassaran la informació per tal que s'actuï des de Medi Ambient.

2.10.4 Donar continuïtat i millorar les campanyes de sensibilització i informació en relació a les normatives que afecten el comerç: gestió de residus, soroll, horaris, etc.

Fins al moment s'han iniciat les actuacions per a:

- La millora de la neteja dels carrers i places de la ciutat de Barcelona, que compta amb informadors/es enfocats a contactar amb els comerços i orientar sobre la correcta recollida de residus i horaris, alhora que detecten incidències i males pràctiques. Es preveu traspassar la informació dels comerços reiteradament incomplidors per si poden ser susceptibles de ser sancionats.
- La prevenció del soroll, que compta amb persones dedicades a informar / sensibilitzar, en horari nocturn, en zones d'especial sensibilitat per la concentració de locals de pública concurrència on l'oci nocturn genera un important nombre d'incidències associades a les molèsties per soroll que afecten a la convivència.
- La intervenció des de les figures dels Tècnics/es d'Intervenció Social, Auxiliars d'Espai Públic, mediadors/es culturals i dinamitzadors/es del Pla de Veïnatge de Ciutat Vella<sup>1</sup>, amb les que es fa seguiment dels incompliments dels locals comercials en quant a horaris i altres condicions que marca la llicència i les ordenances, i es promou la seva participació a la vida comunitària.

---

<sup>1</sup> Mesura de govern per al foment de les relacions de proximitat i veïnatge a les escales de veïns i a l'espai públic a Ciutat Vella, aprovada en Plenari el 16 de març de 2017, que posa en pràctica un enfocament proactiu abordar les problemàtiques associades a la convivència.

2.10.5 Donar continuïtat al projecte Casc Antic sense barreres (CASBA) de promoció de l'accessibilitat als comerços del barri, i avançar cap a la seva implantació a altres barris del districte. El projecte, impulsat per l'Institut Municipal de Persones amb Discapacitat, analitza l'accessibilitat als barris del Casc Antic amb la col·laboració de la Càtedra d'Accessibilitat de la Universitat Politècnica de Catalunya, les associacions de comerciants, les entitats de persones amb discapacitat i el Districte de Ciutat Vella. A partir d'aquest estudi es promouen unes subvencions per fer les adaptacions necessàries. A partir d'aquest estudi es promouen unes subvencions per fer les adaptacions necessàries. Durant l'any 2017 es van contactar 63 comerços dels quals se'n van aconseguir analitzar 52. Durant l'últim trimestre del 2018 es portarà a terme de nou el projecte. També es van analitzar 3 equipaments, a la vegada que s'ha dut a terme una ruta de comerços i equipaments accessibles.

2.10.6 Intervencions contra la publicitat sexista a l'espai públic de Ciutat Vella i als seus establiments comercials. L'Ajuntament ha de vetllar per uns usos no sexistes de la publicitat a l'espai públic i als seus establiments, també en les seves estratègies de desenvolupament local, atès que els impactes de la publicitat són un resultat més de l'activitat econòmica. En coordinació amb les àrees municipals implicades i les estratègies de ciutat, s'estudiarà quin radi d'intervenció i competències té l'Ajuntament sobre determinats suports publicitaris (transports, via pública, etc.) i s'impulsaran accions per evitar que difonguin publicitat sexista a Ciutat Vella, a més de mesures de sensibilització als establiments sobre aquest tipus de publicitat i els seus efectes. La Regidoria de Feminismes i LGTBI està realitzant un reglament per a la regulació i control del contingut dels suports publicitaris a la ciutat de Barcelona

**Acció 11. Revisió de les fires integrades i impulsades per comerciants i artesans/es, i estudi de l'adequació a la legislació europea vigent**

**Acció 12. Sensibilització i suport als comerciants en l'adaptació a la normativa de Paisatge Urbà i en l'aplicació del Pla d'inspeccions**

Realització de campanyes informatives sobre la normativa de paisatge urbà i altres normatives d'aplicació al comerç per tal facilitar la seva adaptació progressiva i preveure possibles problemàtiques. Acompanyament en el procés d'aplicació de la normativa.

### **Línia estratègica 3: Competitivitat, innovació, transformació digital i modernització del comerç**

La digitalització, la desintermediació i el canvi en els hàbits de consum han generat intensos canvis en el sector comercial els darrers temps. La innovació ja no és només un element de futur, sinó una necessitat del present, però requereix d'eines específiques i d'un acompanyament des de la proximitat territorial, en especial pel que fa al comerç tradicional, històric, singular, de proximitat i de mida petita. i

Promoure i impulsar mecanismes per a la sostenibilitat, modernització i competitivitat del comerç és un repte necessari per a donar resposta a les necessitats dels comerços en aquest món canviant, global i exigent, però ple d'oportunitats.

**Acció 13. Creació d'un Servei d'atenció a l'activitat econòmica de Ciutat Vella.**

L'objectiu és oferir un punt d'informació de referència que agilitzi i faciliti la comunicació i l'accés als recursos existents que incorpori les necessitats comercials del districte, des de la col·laboració i la complementarietat entre els diversos agents públics i privats, de forma coproduïda amb el sector comercial i de promoció econòmica i que doni valor a les associacions de comerciants i reforci el teixit de cada barri.

Fins al moment s'han realitzat reunions de treball amb entitats de l'àmbit sociolaboral i associacions de comerciants per definir conjuntament els serveis que hauria d'incloure el futur Punt d'Atenció, amb la voluntat que pugui ser operatiu durant el 2019.

**Acció 14. Oferir informació, assessorament i acompanyament per a la millora de la competitivitat del sector**

3.14.1 Participació al programa "Comerç a punt", programa d'assessorament especialitzat i intensiu a comerços en el que es defineix conjuntament i es duu a terme un pla d'acció per a l'enfortiment comercial.

Durant el 2017 s'ha desenvolupat el programa d'assessorament comercial, consistent en 12 hores d'assessorament *in situ* a 21 comerços del Districte (12 del Gòtic, 6 de la Barceloneta i 3 del Raval), amb una valoració de 9,2 sobre 10 per part dels establiments participants. Durant el 2018 l'assessorament es farà a 20 comerços més i es preveu promoure el projecte de forma especial en determinades zones així com recolzar-lo amb la participació mediadors/es per arribar també a comunitats d'origen divers.

3.14.2 Ajuts per a accions de dinamització, accions formatives, reforç de les estructures associatives comercials i altres projectes d'impacte territorial. Mitjançant la convocatòria de subvencions de comerç de proximitat i de millora en la sostenibilitat del comerç i promoció econòmica de proximitat.

**Acció 15. Millorar el programa formatiu individual i adaptar-lo les especificitats del territori o dels sectors comercials.**

3.15.1 Participació i millora del programa "Oberts al Futur", que aporta coneixements i eines per desenvolupar les activitats comercials amb garanties i projecció empresarial.

Durant el 2017 hi han participat 54 comerços de Ciutat Vella. Actualment s'ha afegit també la possibilitat de rebre assessorament individual per al comerç un cop realitzades un mínim de 3 càpsules. Es fomentarà que els i les comerciants del Districte participin activament a les diferents sessions temàtiques del programa.

3.15.2 Continuar donant suport a iniciatives de formació especialitzada o complementària a l'oferta impartida per l'Ajuntament de Barcelona o altres ens municipals, com Barcelona Activa

3.15.3 Treballar amb les AACC la difusió i accessibilitat de la cartera de serveis de suport al comerç acostant-los als comerciants associats i no associats

**Acció 16. Oferir eines per a la innovació i la competitivitat digital als comerços i les associacions comercials.**

3.16.1 Creació d'una Web de comerç del Districte de Ciutat Vella que integri les webs de barri actuals i en millori les prestacions (veure Acció 4).

3.16.2 Implantació de formació en eines digitals per a comerços. Des del Districte es continuarà donant suport a iniciatives de formació especialitzada o complementària a l'oferta impartida per l'Ajuntament de Barcelona o altres ens municipals, com Barcelona Activa.

3.16.3 Impulsar la transformació digital del comerç tradicional cap a un model de comerç electrònic, mitjançant les subvencions de Digitalitza't (una iniciativa de la Direcció de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona, a través de Barcelona Activa que ofereix assessorament personalitzat a comerços, serveis de proximitat i associacions de comerciants per a millorar el seu nivell de maduresa digital) i el Certificat Digital (s'estan fent sessions formatives amb les diferents Associacions de Comerciants del Districte per formar-los en el seu ús).

**Línia estratègica 4: Enfortiment del teixit comercial als barris**

Els barris de Barcelona són diversos i singulars, i tenen necessitats diferenciades, fruit de la seva història, de la seva realitat social i econòmica i del seu desenvolupament urbà. Per aquest motiu poder adaptar els accions de promoció del comerç a cada realitat és bàsic i necessari.

Les accions de la línia estratègica 4 volen recollir tots aquells projectes que volen posar llums aquestes necessitats particulars, per tal de millorar l'atractivitat del comerç del territori i millorar-ne les seves condicions.

**Acció 17. Descentralitzar les polítiques de comerç en el territori atenent a les especificitats de cada zona i realitzar actuacions específiques per a zones o barris concrets, detectant i abordant les seves necessitats singulars.**

Incentivar, en col·laboració amb les AACC, la realització d'actuacions específiques de dinamització, visibilització i promoció comercial a les zones singulars, amb menys ocupació comercial i/o amb especials problemàtiques; com per exemple, el Raval sud, el carrer Riera Baixa, el Gòtic sud, el Call, la Barceloneta, Sant Pere, o zones afectades per obres de llarga durada.

**Acció 18. Potenciar la realització d'activitats a la via pública i de comerç al carrer**

Promoure activitats en moments significatius per als barris, com ara festes majors o festes tradicionals o amb l'objectiu de promoure el teixit comercial dels barris, d'acord amb els Criteris per a la realització d'activitats a la via pública del districte de Ciutat Vella. Amb un especial focus en les zones amb menor activitat comercial o problemàtiques associades.

**Acció 19. Reforçar l'activitat de les zones amb menys ocupació comercial impulsant l'aixecament de persianes de locals buits per a activitats comercials, entitats, petits negocis i cooperatives.**

4.19.1 Identificació de locals privats buits i mediació amb la propietat. El programa s'enfocarà a identificar propietaris/es disposats a oferir-los en lloguer, a un preu més baix que el preu de mercat, amb la mediació, incentius i garantia de l'Ajuntament. Fins el moment s'ha encarregat un estudi que ha identificat 40 locals buits a Casc Antic, 14 a la Barceloneta, 39 al Gòtic i 11 al Raval susceptibles de ser traspassats, llogats o venuts i s'ha definit el model de mediació..

4.19.2 Continuïtat del Programa Local Local. El programa té com a objectiu principal crear la figura dels baixos de protecció oficial, mobilitzant el parc de locals de propietat municipal per posar-los a disposició del comerç de proximitat i de l'activitat econòmica sostenible i plural. A més, vol promoure les activitats econòmiques diverses i útils per a la vida veïnal. Es poden presentar projectes per ocupar els baixos per ubicar-hi activitats de venda de béns i serveis, així com d'altres activitats econòmiques definides com a prioritàries en el PDE.

En la seva primera edició l'any 2018 es van posar a disposició 8 locals i es van presentar 36 sol·licituds. Durant l'últim trimestre del 2018 s'estan adjudicant els locals i es començaran a activar els negocis guanyadors. Actualment s'està preparant una nova edició del programa pel primer trimestre del 2019.

4.19.3 Programa de compra pública de locals. El programa permet la compra de locals en base a criteris objectius per tal de lluitar contra la gentrificació comercial de manera equitativa i posant en valor l'interès general. Els locals que s'adquireixin aniran destinats principalment al desenvolupament d'activitats econòmiques i comunitàries per promoure la diversitat econòmica mitjançant el programa Local Local de baixos de protecció oficial (BPO).. Es destinaran 1,5 milions d'euros a la compra i rehabilitació de locals en àmbits específics dels barris del Raval sud i el Gòtic sud per destinar-los prioritàriament al

4.19.4 Subvencionar el lloguer de noves activitats en locals buits. S'ha incorporat aquesta proposta en el marc de la convocatòria de subvencions "Impulsem el que fas" corresponent a 2018.

**Acció 20. Elaborar amb Barcelona Activa i el teixit comercial plans d'actuació i formació específics per als territoris que necessiten enfortir el seu teixit sociocomercial i millorar l'atractivitat.**

### **Línia estratègica 5: Reforç de l'associacionisme comercial**

Les entitats representatives del comerç són un pilar fonamental per promoure el teixit comercial dels barris de la ciutat. El treball coordinat amb elles és imprescindible per aportar coherència al conjunt de polítiques adreçades al sector i per tal de poder respondre a les necessitats específiques de cada territori. Dotar-les d'eines que les ajudin a millorar en el seu dia a dia, que les facin avançar cap a la professionalització i que les acompanyin en la seva tasca d'enfortiment, transformació associativa i representativitat, són objectius que es desenvolupen en les accions de la línia estratègica 5.

Moltes de les entitats representatives del comerç, a més, tenen problemàtiques d'esgotament, de falta de recursos o de dificultats per al creixement. És des de la proximitat que aporta el Districte des d'on té més sentit un treball conjunt, per tal de fer-les més actives, representatives i actualitzades, ja que es parteix del coneixement profund de la realitat de cada entitat, de les seves necessitats i, sobretot, de les seves potencialitats.

**Acció 21. Acompanyar a les entitats de comerciants del districte en la seva organització, professionalització i renovació, especialment en el cas de les entitats noves**

Estimular l'estructuració de noves associacions, promoure compartir i optimització recursos. Des del treball transversal i coordinat amb diferents departaments del Districte i també amb la Direcció de Comerç i Barcelona Activa, gestionar demandes/ consultes/ incidències que plantegen les associacions de comerciants i també de comerços no associats. Igualment, en relació al suport a les accions i projectes de les pròpies entitats, el Districte les acompanya en la gestió d'activitats que es realitzen a l'espai públic.

S'està treballant per donar suport a les noves associacions comercials i als eixos i associacions ja existents, tant a nivell tècnic com també econòmic.

Al 2017, entre altres accions, s'ha realitzat a tota la ciutat el programa Xarxa Comercial en Creixement, amb l'objectiu millorar la gestió de les entitats associatives, amb la participació de 3 entitats del Districte (un 12% del total).

**Acció 22. Dur a terme campanyes de promoció dels avantatges de l'associacionisme comercial conjuntament amb el sector.**

Implantar campanyes i/o accions de visibilització, difusió i captació de nous socis en col·laboració amb les associacions i eixos de comerç.

**Acció 23. Promoure la implicació dels comerciants d'origen estranger en la vida comunitària i les associacions i eixos comercials.**

5.23.1 Millorar el coneixement sobre els comerços regentats per persones d'origen estranger. Bona part dels comerços dels nostres barris estan regentats per persones provinents d'arreu del món. Aquest pla es proposa diagnosticar quines són les característiques i necessitats d'aquest grup tan gran de comerciants, per tal de poder emprendre accions conjuntes de dinamització i suport comercial així com accions que busquin la seva implicació en els diferents espais de participació comunitària.

Fins al moment s'ha dut a terme un estudi centrat en els comerços de la comunitat pakistanesa del districte, efectuant una radiografia dels comerços i aportant dades sobre la seva antiguitat, la clientela, els proveïdors, i les formes jurídiques dels negocis i el règim de tinença dels locals. També s'han elaborat una sèrie de recomanacions i propostes per potenciar el comerç de proximitat i el teixit associatiu comercial amb l'objectiu de promoure la implicació del col·lectiu pakistanès al territori. El treball té com a objectiu afavorir el coneixement de la comunitat i contrarestar els rumors que han aparegut en els últims anys, a causa del creixement de comerços d'aquesta comunitat.

### 5.23.2 Incorporar comerç culturalment divers en les estructures associatives del sector.

Es preveuen promoure diferents accions: visites mixtes de mediador i associat, possibles descomptes en els primers mesos d'associar-se, convidar-los a assemblees, etc.

En el marc del Pla de Desenvolupament Econòmic de Ciutat Vella i el Pla de Barris de Raval Sud i Gòtic Sud s'han apropiat a la comunitat pakistanesa de Raval Sud i Gòtic Sud recursos municipals d'assessorament a l'empresa i l'emprenedoria, foment de l'ocupació i dinamització econòmica en general a través de la figura d'una dinamitzadora econòmica en llengües diverses. Durant els darrers mesos s'han visitat 109 comerços i 14 entitats i agents.

Des del Pla de veïnatge es podrà donar suport a través dels mediadors culturals de diferents orígens per treballar aquesta qüestió quan es valori la necessitat per augmentar la participació de la vida comunitària dels comerços regentats per persones d'origen divers.

### **Acció 24. Promoure la col·laboració i comunicació entre les diferents entitats comercials i afavorir la relació entre mercats i entitats de comerciants.**

Actes com "Opera i comerç" va tenir una part de l'acte feta dintre del mercat de la Boqueria. S'està treballant perquè el Mercat de Barceloneta participi en les Mostres de Comerç del barri.

## **Línia estratègica 6: El turisme i la cultura, dues oportunitats per al comerç de proximitat**

La ciutat compta amb una oferta cultural rica i diversa, que aporta a les persones que la visiten un experiència singular, diferenciada d'altres destins. És en aquest àmbit on la col·laboració entre el comerç i els sectors culturals i turístics tenen una especial rellevància per proporcionar oportunitats al comerç del districte. La línia estratègica 6 cerca la generació de sinèrgies entre els sectors comercials, cultural i turístic, des del coneixement de les diverses realitats territorials.

### **Acció 25. Vincular al comerç a les activitats culturals**

6.25.1 Impulsar la participació i visibilització del comerç en el calendari festiu i comunitari (en moments o festes emblemàtiques de cada barri, com ara les festes majors o bé moments puntuals com per exemple Túdanzas i Buskerai al Casc Antic, Coros a la Barceloneta, Festival Raval's al Raval, Corpus a tot el districte), especialment en les zones amb menys vida comercial.

6.25.2 Crear activitats culturals vinculades al comerç des de la perspectiva territorial o temàtica. Un exemple seria la col·laboració realitzada amb el Consorci de Normalització Lingüística de Ciutat Vella en la promoció i difusió del català en l'àmbit del comerç de proximitat: cursos, Campanya a "l'Abril cada paraula val per Mil".

6.25.3 Impulsar que les associacions comercials siguin veritables prescriptores i dinamitzadores d'iniciatives relacionades amb la promoció de la cultura, així com fer emergir activitats culturals o turístiques promogudes per associacions o comerços. PROPOSTA IMPLEMENTADA Cinema a la Fresca, Opera i comerç, Música al Palau Güell, Ravalstoltada (Raval) o Carnaval al Mercat a Casc Antic.



**Acció 26. Promoure les sinèrgies entre els equipaments culturals i el comerç del districte.**

6.26.1 Vincular els equipaments culturals i museístics a les associacions de comerciants mitjançant la provisió de descomptes o entrades, de manera que es promogui alhora el comerç associat i l'oferta cultural.

6.26.2 Impulsar la visibilitat i revitalització del Call jueu vinculant la seva associació comercial amb el MUHBA. Promoure el Centre d'Interpretació del Call i de la Domus Romana de Sant Honorat com a pol cultural de la zona, detectar les necessitats de millora en quant a l'espai públic, revisar la senyalització i promoure la realització d'activitats al carrer en dates assenyalades. Reedició en diferents idiomes de tríptics promocionals del comerç i la cultura del Call.

6.26.3 Promoure en vinculació al Consorci per al comerç i l'Artesania de Catalunya i amb el col·lectiu artesà els comerços artesans, oficis tradicionals, i comerços i tallers lligats artesania. Impulsar la seva visibilització, associacionisme i donar suport a les seves activitats. Col·laboració en les iniciatives promogudes pel col·lectiu artesà com Sant Pere m'Encanta, la Fira de Sant Eloi al carrer Argenteria i la Fira d'Allada Vermell.

**Acció 27. Aconseguir que als establiments hotelers de Ciutat Vella tinguin a disposició dels seus clients plànols que incloguin la situació de comerços associats als diferents eixos comercials.**

**Línia estratègica 7: Suport i promoció dels mercats**

Un dels elements més singulars i distintius que aporten personalitat i caràcter als barris de la ciutat són els seus Mercats Municipals. Són peces clau en el desenvolupament compacte de la ciutat i en la vertebració sostenible dels barris. El reforç d'aquests equipaments a través de millores urbanístiques i d'oferta, i la recerca de projectes conjunts amb el sector comercial del seu entorn, tenen en les accions de la línia estratègica 7 el seu espai de desenvolupament.

Els Districtes, coneixedors com són de les particularitats dels seus barris, tenen en aquestes accions l'oportunitat de reforçar les aliances entre els diferents formats comercials, per garantir la pervivència d'un model d'èxit.

**Acció 28. Consolidar el mercat com a lloc central del barri, definint estratègies específiques per a cada mercat.**

7.28.1 S'analitzaran els tres mercats per a definir identificar les seves característiques, necessitats, gestió, vinculació amb l'entorn o promoció i activitats, entre altres iniciatives.

7.28.2 Es promouran i acolliran activitats culturals, socials i d'entitats de barri per tal de connectar-se amb el territori i proporcionar un valor afegit en l'experiència de compra al mercat. Es potenciarà l'ús dels espais del mercat en horaris compatibles amb la vida professional del veïns/es del seu entorn.

7.28.3 Es fomentará la col·laboració entre el mercat, el comerç de proximitat i les associacions comercials.



7.28. 4 Es donarà continuïtat a les iniciatives de restricció de grups turístics ja existents als mercats de la Boqueria i de Santa Caterina.

7.28. 5 Desenvolupar el canal digital com a eina per dinamitzar l'activitat dels mercats.

### **Acció 29. Impulsar la pagesia de proximitat al districte**

En el marc dels programes municipals d'impuls de la pagesia i del consum de productes de proximitat cercar les fórmules més adients per implementar aquesta iniciativa, ja sigui acompanyant als paradistes dels mercats municipals en la valoració dels canvis necessaris per dur-la a terme i en la seva implantació si s'escau, o buscant la màxima implicació del territori i actors del barri.

### **Línia estratègica 8. Una bona gestió i avaluació de l'estratègia, la clau per continuar millorant.**

L'anàlisi de la realitat comercial és clau per millorar la planificació de les polítiques públiques. En l'àmbit del comerç, conèixer la realitat de cada Districte i dels seus barris és imprescindible per poder elaborar estratègies encertades. Però tant important com això és poder compartir aquesta informació amb la resta d'agents que actuen al territori, per tal de poder apreciar en la seva globalitat aquesta realitat. Només amb sinèrgies amb altres sectors econòmics es podrà tenir èxit en les accions de foment, promoció i consolidació del model comercial. La línia estratègica 8 promou accions encaminades a donar resposta des dels Districtes a aquesta necessitat d'anàlisi de la realitat i de la cerca de projectes compartits.

### **Acció 30. Establir mecanismes d'informació i planificació estratègica capaços de definir les identitats i necessitats comercials en diferents barris o àrees comercials.**

8.30.1. Realització d'un cens dels establiments comercials. S'ha realitzat un primer inventari de locals comercials.

8.30.2. Realització d'un estudi d'oferta i demanda per identificar potencials mancances en l'oferta de productes necessaris per a una vida quotidiana sostenible. S'ha realitzat un estudi per determinar com de lluny o de prop tenen els veïns i veïnes una zona béns i serveis relatiu a l'alimentació fresca, equipament personal i de la llar, salut i higiene i béns culturals, i de quines característiques és aquesta oferta. L'estudi està disponible a la web del PDE.

8.30.3. Elaboració d'un informe de diagnosi anual sobre la realitat socioeconòmica de Ciutat Vella. En aquests darrers mesos s'ha treballat en l'actualització de la diagnosi que apareix en el propi Pla de Desenvolupament Econòmic, per tal de poder-la compartir amb els agents del territori i la ciutadania en general.

#### 4. SÍNTESI DE MESURES

| Accions   | Origen                        | Implementació |
|---|-------------------------------|---------------|
| Línia estratègica 1. Una governança del comerç basada en la confiança i la coresponsabilitat del sector.  |                               |               |
| Acció 1. Constituir el Consell de Comerç i Desenvolupament Econòmic de CV amb una periodicitat com a mínim anual.                                       | Districte                     | Pendent       |
| Acció 2. Potenciar la participació del sector del comerç  | Direcció de comerç, Districte | Iniciada      |
| Acció 3. Desenvolupar la promoció econòmica i comercial impulsada des del Districte de CV   | Districte, PDE                | Iniciada      |
| Línia estratègica 2: El comerç de proximitat com a model a preservar i enfortir   |                               |               |
| Acció 4. Fomentar que el comerç de proximitat es consolidi com a proveïdor de les empreses, serveis i equipaments de Ciutat Vella                       | PDE, PAD                      | Iniciada      |
| Acció 5. Recolzar proactivament la continuïtat de l'activitat comercial   | PDE                           | Iniciada      |
| Acció 6. Promoure l'estalvi de costos i la cooperació empresarial   | PDE                           | Iniciada      |
| Acció 7. Promocionar el patrimoni comercial emblemàtic  | Plenari, Direcció de comerç   | Iniciada      |
| Acció 8. Promocionar i conscienciar sobre la importància del comerç de proximitat competitiu, responsable i sostenible                                  | PAD, PDE, Direcció de comerç  | Pendent       |
| Acció 9. Millorar la mobilitat en relació a l'activitat comercial i l'accés als comerços  | Districte, AACC               | Pendent       |
| Acció 10. Afavorir l'atracció de la ciutadania cap als comerços, millorant l'espai públic dels voltants i l'accessibilitat dels mateixos                | Districte, PAD, PDE, AACC     | Iniciada      |
| Acció 11. Promoció i revisió de les fires integrades i impulsades per comerciants i artesans/es, i estudi de l'adequació a la legislació europea vigent | PAD, Districte                | Pendent       |
| Acció 12. Sensibilització i suport als comerciants en l'adaptació a la normativa de Paisatge Urbà i en l'aplicació del Pla d'inspeccions                | Plenari, AACC                 | Pendent       |

| Accions   | Origen                                       | Implementació |
|---|--|---------------|
| Línia estratègica 3: Competitivitat, innovació, transformació digital i modernització del comerç  |  |               |
| Acció 13. Creació d'un Servei d'atenció a l'activitat econòmica de Ciutat Vella   | PDE  | Pendent       |
| Acció 14. Oferir informació, assessorament i acompanyament per a la millora de la competitivitat del sector   | Direcció de comerç, PDE                      | Iniciada      |
| Acció 15. Millorar el programa formatiu individual i adaptar-lo les especificitats del territori o dels sectors comercials  | Direcció de comerç, PDE                      | Iniciada      |
| Acció 16. Oferir eines per a la innovació i la competitivitat digital als comerços i les associacions comercials  | Direcció de comerç, PDE                      | Iniciada      |
| Línia estratègica 4: Enfortiment del teixit comercial als barris  |  |               |
| Acció 17. Descentralitzar les polítiques de comerç en el territori atenent a les especificitats de cada zona i realitzar actuacions específiques per a zones o barris concrets, detectant i abordant les seves necessitats singulars. | Districte, Plenari, Direcció de comerç, AACC | Pendent       |
| Acció 18. Potenciar la realització d'activitats a la via pública i de comerç al carrer  | Districte                                    | Iniciada      |
| Acció 19. Reforçar l'activitat de les zones amb menys ocupació comercial impulsant l'aixecament de persianes de locals buits per a activitats comercials, entitats, petits negocis i cooperatives                                     | PDE, Districte                               | Iniciada      |
| Acció 20. Elaborar amb Barcelona Activa i el teixit comercial plans d'actuació i formació específics per als territoris que necessiten enfortir el seu teixit sociocomercial i millorar l'atractivitat.                               | Direcció de comerç                           | Iniciada      |
| Línia estratègica 5: Reforç de l'associacionisme comercial  |  |               |
| Acció 21. Acompanyar a les entitats de comerciants del districte en la seva organització, professionalització i renovació, especialment en el cas de les entitats noves   | Direcció de comerç, Districte, PDE           | Iniciada      |
| Acció 22. Dur a terme campanyes de promoció dels avantatges de l'associacionisme comercial conjuntament amb el sector.  | Direcció de comerç, AACC                     | Iniciada      |

| Accions   | Origen                                       | Implementació |
|---|--|---------------|
| Acció 23. Promoure la implicació dels comerciants d'origen estranger en la vida comunitària i les associacions i eixos comercials   | PDE, PAD                                     | Iniciada      |
| Acció 24. Promoure la col·laboració i comunicació entre les diferents entitats comercials i afavorir la relació entre mercats i entitats de comerciants   | Districte                                    | No iniciada   |
| Línia estratègica 6: El turisme i la cultura, dues oportunitats per al comerç de proximitat   |  |               |
| Acció 25. Vincular al comerç a les activitats culturals   | Districte, Direcció de comerç, AACC          | Iniciada      |
| Acció 26. Promoure les sinèrgies entre els equipaments culturals i el comerç del districte.   | Districte, Plenari, Direcció de comerç, AACC | Pendent       |
| Acció 27. Aconseguir que als establiments hotelers de Ciutat Vella tinguin a disposició dels seus clients plànols que incloguin la situació de comerços associats als diferents eixos comercials. | Districte, Plenari                           | Pendent       |
| Línia estratègica 7: Suport i promoció dels mercats   |  |               |
| Acció 28. Consolidar el mercat com a lloc central del barri, definint estratègies específiques per a cada mercat  | IMMB   | Iniciada      |
| Acció 29. Impulsar un mercat de pagès al districte  | IMMB, Comissionat, Districte                 | Pendent       |
| Línia estratègica 8. Una bona gestió i avaluació de l'estratègia, la clau per continuar millorant.  |  |               |
| Acció 30. Establir mecanismes d'informació i planificació estratègica capaços de definir les identitats i necessitats comercials en diferents barris o àrees comercials.                          | PDE, Direcció de comerç                      | Iniciada      |



## 6. GOVERNANÇA I AVALUACIÓ

La implementació d'aquest Pla estratègic requereix l'aplicació d'un model de governança adequat que determini l'estratègia de gestió organitzativa, és a dir, els instruments, persones i organitzacions que han d'assumir responsabilitats concretes, els òrgans que articularan la participació dels agents implicats al llarg dels cinc anys d'execució del projecte, així com la posada en marxa, gestió i avaluació del Pla.

Es plantegen diferents **espais de coordinació, gestió i seguiment del Pla**:

- **Espai de coordinació transversal:** la seva funció serà vetllar pel compliment de les línies mestres del pla revisant si s'escau les prioritzacions o orientacions generals del pla. Estarà format pels actors interns de l'Ajuntament que han participat en la redacció d'aquest pla: Districte de Ciutat Vella, Barcelona Activa, Direcció de Comerç, Direcció de Mercats. La seva periodicitat serà trimestral.
- **Espai de coordinació sectorial:** A l'espai de coordinació gerencial entre Barcelona Activa, Gerència de Comerç i Mercats i Districte de Ciutat Vella bianualment es farà seguiment del compliment del pla.

**Espais de seguiment i control ciutadà:**

- **Consell de Comerç i Desenvolupament econòmic de Ciutat Vella:** serà l'espai natural per rendir comptes anualment i emmarcar els processos de participació que es derivin de l'aplicació del Pla. Es proposa habilitar un espai de treball amb els/les comerciants, els principals operadors del Pla de Dinamització Comercial, el Gremi de professionals i les Associacions de Veïns i Veïnes per vetllar per l'aplicació de la estratègia del Pla.
- **Consells de Barri:** en segon terme s'informaran dels avenços rellevants en els consells de cada barri.

Els objectius bàsics del **seguiment i l'avaluació** seran:

- Comprovar que les actuacions es desenvolupen d'acord amb les condicions amb les quals es va aprovar el Pla.
- Avaluar l'eficàcia de les mesures previstes al Pla.
- Identificar elements de millora.
- Captar si durant el procés de desenvolupament del Pla han aparegut nous impactes no previstos inicialment.

Anualment es farà un informe de seguiment de l'execució del pla.



## 7. PRESSUPOST I RECURSOS

El Pla estima una assignació anual de recursos econòmics de 350.000€ anuals provinents de Barcelona Activa, Districte de Ciutat Vella, IMMB i Direcció de comerç. Aquests recursos econòmics serviran per portar a terme les línies estratègiques.

A més de recursos econòmics, el Pla comptarà amb un equip tècnic dedicat a la implementació de les seves mesures. Aquest equip, compartit amb el Pla de desenvolupament econòmic de Ciutat Vella, constarà com a mínim de:

- Un/a Coordinador/a de projectes territorials de la Direcció de Serveis a les persones i al Territori de Ciutat Vella.
- Un/a tècnica de comerç de la Direcció de Serveis a les Persones i al Territori de Districte de Ciutat Vella.
- Dos/dues tècnics/ques de la Direcció de Desenvolupament Local de Proximitat de Barcelona Activa que treballaran des del territori i per a tot el Districte.
- Un/a tècnic/a de la Direcció de Desenvolupament Local de Proximitat de Barcelona Activa que treballarà a específicament a Raval Sud i Sant Pere-Santa Caterina.
- Una responsable tècnica de la Direcció de Desenvolupament Local de Proximitat de Barcelona Activa, que treballarà des del territori en aquest i altres dos Districtes.