



Dia: 14/ setembre/ 2021

Hora: 17:00 a 19:00 hores

Lloc: <https://zoom.us/meeting/87896593300>

Assistents

Institucions més significatives de la ciutat

Alex Goñi	PIMEC
Albert Recio	FAVB
Francesc Garcia	CCOO

Consells sectorials de la ciutat

Joan Martínez	CAGG
---------------	------

Fitxer general d'entitats

Núria Paricio	Barcelona Oberta
Joan Vidal	Associació Músico cultural Mas Guinardó

Ciutadans de Renom

Anna Balletbò
Àngels Guiteras
Delfí Cosials
Margarita Arboix

Ciutadans del padró

Josep Sanfeliu
Mercedes González
Irene Agudo
Elisenda Roca

Secretaria del Consell de Ciutat

Andreu Parera	Secretaria del Consell de Ciutat
Yolanda Jiménez	Suport tècnic EIDOS Dinamització Social
Pilar Blancafort	Suport tècnic EIDOS Dinamització Social

S'excusa: Xènia Carné de la Taula del Tercer Sector, Alexandra Ramón i Alfred Lorma

Ordre del dia

- Ponència Daniel Brasé, Vicepresidència de PIMEC Turisme
- Ponència Roger Gaspa, Presidència de Foment de Comerç
- Ponència Jordi Valls, Director General de Mercabarna
- Precs i preguntes

Desenvolupament de la reunió

S'explica el marc i la dinàmica de la present sessió dins del grup de treball Barcelona Postpandèmia i es comenten els temes tractats a les anteriors sessions. Amb aquesta sessió dedicada a **Empresa, Comerç i Turisme**, s'inicia un àmbit més econòmic, que passarà també per la mobilitat i la digitalització, entre altres. Es recorden els objectius d'aquest grup de treball i es presenten els ponents que exposaran.

Daniel Brasé

Vicepresident de PIMEC Turisme

Advocat exercent, Vicepresident de la Sectorial de PIMEC TURISME, Gerent de la Federació Intercomarcal d'Hostaleria, Restauració i Turisme, entitat que representa 6.000 empresaris, pimes i micropimes del sector de l'hostaleria, la restauració i el turisme de Barcelona, Catalunya Central, Penedès, Tarragona i Terres de l'Ebre.

Inicia la seva intervenció excusant l'assistència de la Isabel Galobardes, presidenta de PIMEC turisme, qui era la persona experta que inicialment s'havia convidat. Fa referència a la seva participació en el Consell de Turisme de la ciutat en la part de fiscalitat, en el que l'endemà es presentarà un informe sobre la situació del turisme a Barcelona.

Els allotjaments han estat tancats un ampli període per la pandèmia, per exemple, a finals del 2020 hi havia poc més de 100 hotels oberts dels 500 que hi ha a Barcelona, i segons estadístiques del Gremi d'hotels de Barcelona, l'ocupació de juny, juliol i agost de 2021 ha estat del 50%, lluny del 90% que s'havia aconseguit els mateixos mesos del 2019.

De la restauració, es calcula que aproximadament un 30% dels establiments hauran de tancar i s'espera que hi hagi un increment de concursos de creditors d'establiments turístics d'un 200%, que suposarà una càrrega judicial molt forta. Tot i que la restauració sí que ha continuat treballant, continua amb restriccions horàries i d'aforament, motiu fins pel qual fins fa poc, aquest sector va fer una acampada a plaça Sant Jaume.

A continuació passa a detallar les mesures postpandèmia que es proposen des de PIMEC Turisme i que es poden trobar a la següent presentació: <https://www.dropbox.com/s/k7k6k2nsz9wzfmb/Presentaci%C3%B3%20Daniel%20Bras%C3%A9%20Bcn%20Postpandemia.pdf?dl=0>

Les recomanacions s'han dividit per àmbits: econòmic, laboral, fiscal i financer i finalment de promoció i comunicació.

De l'àmbit econòmic, destaca la necessitat d'un pla de rescat i incentius, en línia amb facilitar l'accés a ajuts, tant els Ajuts de Solvència establerts pel Govern quasi la meitat dels quals encara no s'han rebut com també l'accés als fons europeus per part de Pimes i Micropimes.

En l'àmbit laboral, la seva proposta ve des d'un punt de vista formatiu. Comenta que és el moment tant per l'Ajuntament com per la Generalitat d'apostar per la formació professional i el reciclatge. També hi influeix la falta de seguretat, els sous baixos i els horaris extensius que dificulten la conciliació familiar. Per altra banda, es creu necessari la continuïtat i potenciació de la flexibilitat dels ERTO.

Des de l'àmbit fiscal i financer, incideix en la rebaixa de l'IBI, IAE i altres taxes i impostos municipals. També recomanen facilitar les llicències d'activitats per a poder obrir nous negocis.

Per finalitzar, opinen que és necessari treballar la promoció del turisme a Barcelona i Catalunya no només internacional sinó també nacional, donat que el turisme local i nacional han contribuït a salvar la temporada i és un aspecte en el qual no s'ha invertit.

Roger Gaspa

President de Foment de Comerç

Enginyer Superior per l'Escola d'Enginyers de Telecomunicacions de Barcelona (UPC), i màster en Direcció Econòmica Financera, té més de 20 anys d'experiència en comerç i ha desenvolupat tota la seva carrera professional en l'àmbit de la consultoria estratègica, l'anàlisi del consumidor i en models de desenvolupament comercial. Actualment és també President de Foment Comerç i Secretari General de CEDAC.

Intueix que la forma en com sortirà el turisme de la crisi de la pandèmia serà en forma de K, ja que surt molt polaritzat: alguns sectors surten reforçats i altres han quedat molt tocats.

El 50% de la població continua amb una alta capacitat de despesa, per contra, l'altra meitat s'ha vist afectada per la crisi i ha perdut el seu nivell adquisitiu. Del comerç, els sectors relacionats amb l'entorn domèstic com alimentació, llar o jardineria han tingut un bon comportament, ja que la despesa de la població s'ha desplaçat a les llars en detriment de l'oci.

Des d'un punt de vista de polaritats comercials, el comerç de proximitat, el de municipis petits i barris perifèrics ha continuat funcionant. En canvi, els comerços del centre de les ciutats, tant de Barcelona com d'altres ciutats catalanes han patit una disminució dràstica d'afluència, i per tant, de facturació.

També han disminuït les compres experiencials, i hi ha hagut un increment de compres a través del canal online, que ha passat de 22 milions a 33 milions només a Barcelona. Igualment ha baixat el temps mitjà d'estada en centres comercials.

En resum destaca els següents conceptes:

- Hi ha un entorn VUCA (volatilitat, incertesa, complexitat i ambigüitat).
- S'ha perdut la funció "oci" del comerç, fet que encara no sabem si és estructural o conjuntural.
- El producte com a servei.

En el comerç, el 65% dels seus costos són fixes, i actualment tenen uns marges molt justos a causa de la crisi, motiu pel qual és molt sensible als increments de costos o baixades de facturació. Per tant, el model comercial que tinguem en el futur dependrà de petits detalls que puguem tenir el dia d'avui.

El model comercial que hi ha al centre de Barcelona no es pot mantenir només amb els residents, hem de debatre quin és el model de ciutat que volem. L'entramat de Barcelona és únic, i evidentment se sustenta en els compradors. Tot i que els residents de Barcelona realitzen els compres quasi íntegrament a la ciutat, només suposen un 53%, i per això es fa necessari, sobretot al centre de Barcelona, les compres turístiques que generen 49.000 llocs de treball.

Propostes

- ✓ **Situar els efectes sobre comerç en “el centre” de les decisions municipals** (estudi d'impacte sobre el teixit comercial dels diferents projectes del consistori)
- ✓ **Integrar l'anàlisi del model comercial de Barcelona en el context de la AMB** (“model comercial de la AMB”)
- ✓ **Pla de digitalització del comerç i del territori**
- ✓ **Pla integral de recuperació del centre de Barcelona**
- ✓ **Incentius al consum per la recuperació de la demanda** (bons, plans *renove* sectorials, etc.)
- ✓ **Incentius i flexibilitzar els procediments per a accelerar les inversions** (exoneració impositiva –p.ex. ICIO, simplificació administrativa prioritzant el silenci administratiu positiu, prioritzant la declaració responsable, Supressió de les moratòries municipals en concessions de llicències, etc.)
- ✓ **Crear un GT per a adequar la normativa a nous models comercials**: per exemple, possibilitar l'obtenció de diverses llicències en un mateix local els requisits de les quals siguin “coherents” amb les propostes de nous models comercials.
- ✓ **DUM: Gestió intel·ligent del trànsit C/D “últim km”** (optimització dels carrils multiús) habilitant els carrils que de dia s'utilitzen per a transport públic de nit puguin servir per a transport de mercaderies, digitalització, ampliar i millorar la senyalització de les zones de càrrega i descàrrega per a optimitzar i fer més sostenible la tasca de camions i furgonetes de repartiment, etc.
- ✓ **Construir un relat positiu vers el comerç i les empreses que el formen** (les empreses no són el problema, són part de la solució), i no estigmatitzar el turisme i els compradors visitants.

Jordi Valls

Director General de Mercabarna

Llicenciat en Dret per la Universitat Autònoma de Barcelona. Va néixer a Manresa, ciutat de la qual va ser Alcalde. També va ser Conseller de la Generalitat amb en Pasqual Maragall. Professionalment ha treballat en l'àmbit públic com en el privat a Barcelona, Regne Unit, Xile i Mèxic. Actualment treballa a Barcelona com a director general de Mercabarna, la ciutat alimentària de Barcelona.

Informa que se'ns farà arribar una presentació de Mercabarna, i que durant la seva exposició plantejarà les seves reflexions sobre la Barcelona postpandèmia.

Comença amb una reflexió: intueix que en termes de postpandèmia, la crisi més gran de Catalunya la té Barcelona. La seva economia té una dependència excessiva del sector serveis, que l'any 2015 suposava un 90%, 12 punts més alt que la catalana. Si ens fixem en altres ciutats que no depenen tant dels serveis, la crisi que pateixen és menor. Tanmateix, qualsevol decisió

que es prengui dins de les empreses o sector ha de partir de l'anàlisi de com generem o respectem el capital natural, com generem més capital social i més capital econòmic. S'ha d'analitzar els tres aspectes en les preses de decisions.

Com a propostes de recomanacions, destaca tres línies principals.

L'estratègia d'internacionalització. En aquests moments Barcelona no té una estratègia internacional clara, encara que tingui importants esdeveniments i iniciatives internacionals. Tenim un discurs que parla d'Smart i innovació, de creixement o decreixement, ecologia i sostenibilitat... però no és suficient. Ens trobem en una globalització mutant, en paraules del Jordi Amat. Per exemple, els negocis amb la Xina ja no són tan confiables i barats, els costos logístics i de producció s'han multiplicat. Per tant, un dels elements a tenir en compte és com recol·locar part de la manufactura que estava a la Xina a l'àrea metropolitana o Europa.

Hem perdut la relació amb el Mediterrani, i si la volem recuperar ens hem d'enfocar en el mediterrani en tots els escenaris: l'efecte climàtic, les grans migracions... Fins i tot, fa 10 anys es parlava d'Euroregió i ara s'ha perdut. Barcelona també ha deixat de ser un referent llatinoamericà, avui ho és Madrid. Així i tot, seguim sent la principal capital europea en literatura castellana, hi ha un treball per fer a vincular la indústria editorial amb Llatinoamèrica. Troba a faltar una manca de coordinació i un posicionament de l'Ajuntament envers entre la Casa Àsia, Casa Amèrica, etc. i com treballar conjuntament en la seva estratègia industrial, comercial i de ciutat.

L'alimentació com a vector de creixement. Barcelona ha estat, i és un dels referents més importants de restauració a escala mundial, hem de definir com volem que sigui de cara al futur. Alguns aspectes a tenir en compte: Catalunya és una potència agroalimentària de primer nivell, l'alimentació suposa entre un 12 i 15% del PIB, l'alimentació és el que genera més impacte climàtic i l'aparició dels nous aliments. Podem intentar recuperar la proximitat, però tenint en consideració que la ciutat ha d'importar gran part dels productes alimentari, que és un centre de distribució i que la cadena de subministrament és molt feble. La reflexió és que si tenim un cicle i ecosistema d'innovació, per què no hem aconseguit generar un ecosistema d'innovació dins de l'àmbit de l'alimentació.

La metropolització. Tenim un sistema de serveis de l'àrea metropolitana, però no un govern i manca una política conjunta del sector industrial i comercial. La normativa urbana ha funcionat bé fins ara, però és possible que s'hagi de modificar per adaptar-se a la ràpida evolució.

Precs i preguntes

Anna Balletbò. Sol·licita poder seguir la gravació amb més detall. Comenta que sobre el tema de les pimes i la digitalització, hi haurà una oferta entre 1.500 i 12.500 euros per la digitalització de pimes. Les pimes són les que generen més treball, s'han de desfer els nusos i fer un repartiment com més ampli millor.

Joan Martínez. Pel que fa a la formació i la digitalització, s'ha de pensar com es forma a les persones que treballen a la restauració, que solen tenir un nivell formatiu baix. Respecte a la dependència de Barcelona dels no residents, creu que es podria explorar com sortir de la crisi dins de la mateixa ciutat, sense haver de dependre dels turistes. També creu que la missió de tenir una entitat metropolitana s'hauria de reprendre, i voldria saber quina és la fórmula a seguir.

Resposta. La realitat comercial de Barcelona és una conseqüència del projecte de ciutat, així que hem de pensar en quin model de ciutat volem. Si volem que Barcelona lideri l'àmbit metropolità, és innegable que els serveis que suportin aquesta estructura han d'anar més enllà dels residents. No es coneix la fórmula per aconseguir l'entitat metropolitana, i es creu que hi ha hagut un bloqueig els últims 45 anys. Si és un instrument polític, ha de tenir vocació política, si no, ha de ser un instrument de serveis. Hi ha de participar la Generalitat.

Albert Recio. En aquesta sessió s'han posat sobre la taula dues propostes oposades: repensar el model de ciutat amb un canvi estratègic i tornar a ser el que érem. El comerç que tenim és el resultat d'unes polítiques que han demostrat una gran dependència del turisme en situacions de pandèmia, i això és perillós. Aquest model se sustenta en un transport molt barat i no està clar que sigui sostenible. Les dinàmiques amb les quals s'ha sustentat la turisticació de Barcelona, sigui o no desitjable, porten problemes a curt o mitjà termini i s'han de repensar. Em sembla preocupant que es pensi que la solució és abaixar impostos com l'IBI, la ciutat té unes despeses que s'han de finançar d'alguna manera.

Resposta. Coincideixen en el fet que no hi pot haver una visió nostàlgica de la ciutat, i també és un error pensar que es podrà transformar de forma radical en poc temps. El que hem de fer, és reduir la dependència del sector serveis i diversificar construint nous serveis. Probablement hi haurà un cert retorn d'activitat manufacturera, però això no vol dir que renunciem al turisme perquè no ens ho podem permetre.

Elisenda Roca. Coincideix a dir que no es pot viure de la nostàlgia i que s'ha de canviar el model de Barcelona com a ciutat turística. Com a ciutadana, creu que la ciutat s'ha anat degradant els últims anys, no només per la Covid sinó també pel tipus de turisme que ve. Els comerços s'estan homogeneïtzant i s'està perdent la identitat com a ciutat. Hem de fer la ciutat atractiva per un turisme de qualitat. Opina que hi ha molta permissivitat i falta de regulació (com

en els pisos turístics) amb el turisme que està arribant ara i que des de l'Ajuntament es podria fer quelcom.

Núria Paricio. Entenen que hi ha diferents visions de la ciutat i ens hem de posar d'acord. Recorda que en un moment de la història de la ciutat, no hi havia res de la Diagonal cap a baix i va ser l'Ajuntament el que va fer un pla de recuperació estratègic integral, i és el que hem de fer ara. D'aquest debat, hauria de sortir una definició de quina ciutat volem.

Anna Balletbò. El turisme de fa 30 anys ha canviat, l'oferta turística ara ha d'anar més segmentada. Troba que no és tan important el poder adquisitiu del turista sinó la potenciació del turisme cultural. El gran repte és tenir un turisme respectuós amb la ciutat i amb els seus veïns. I els empresaris, hem de ser sensibles a retornar a Barcelona part del poc que rebem i fer un esforç en educar la gent en un turisme cultural. Respecte a l'estat de deixadesa de la ciutat, en aquests moments encara hi ha pocs turistes, per la qual cosa els residents de la ciutat també en són responsables. Les actituds s'encomanen i són feina de tots.

Francesc Garcia. Està d'acord que la ciutat està bruta i poc cuidada. Creu que hem d'educar a la gent que ens visita perquè pugui respectar el territori com nosaltres. Li preocupen les condicions laborals que s'ofereixen en el sector hotelier i restauració, ja que els que hi ha una manca de formació en general i de qualitat de vida. Per a millorar-ho, les patronals han de ser receptives en les taules de negociació de convenis, oferir salaris dignes i professionalitzar el sector. El turisme que tenim no és sostenible, potser hem d'anar en la línia de Venècia acotant les zones on van els turistes, que desgasten la ciutat i no paguen cap cost. El model de ciutat que hem de construir no implica obrir els negocis de dilluns a diumenges cada dia de l'any, els treballadors d'aquests sectors tenen uns salaris baixos, una situació de pobresa laboral i manca de conciliació familiar.

Joan Martínez. Recorda al grup que s'ha de preparar un document amb recomanacions a l'Ajuntament, i quant a turisme, hi ha un consell dedicat a aquest i seria bo parlar amb aquest per fer un treball conjunt. Ja han sorgit diverses recomanacions: fer real l'entitat metropolitana, que Barcelona torni a torbar un terreny industrial, pensar quina fórmula hem de potenciar la formació i pensar els punts principals de com volem que sigui el turisme.

Delfí Cosials. Han sortit alguns conceptes que hauríem de tenir en compte per les recomanacions. El propi model productiu i desitjable de la ciutat depèn del model de formació, que ha de preveure a anys vista quina serà la hipòtesi de la ciutat del futur. No podem donar allò que no tenim, i ens hem de plantejar què necessitem, tenint en consideració no excloure un sector de la població amb baix nivell formatiu. Si tenim clar què volem com a ciutadans i

ciutadanes, probablement aconseguirem que Barcelona sigui una ciutat atractiva per la gent de fora.

Albert Recio. Entenc que el turisme es mantindrà, però no el preu del transport aeri, en el que es basa aquest turisme massiu. El planeta està en una fase de crisi i això es reflectirà en preus. M'ha agradat la proposta de pensar en clau estratègica i en quins problemes ens vindran en el futur, però no es pot trivialitzar dient que el decreixement significa expulsar la gent. En pensar en el model de ciutat que volem, hem de pensar que tindrem un canvi de clima. L'alimentació té un impacte important en el canvi climàtic, per la qual cosa hem de pensar en com obtenir un model alimentari viable per tothom. La Covid només ha estat el primer sotrac important d'aquesta crisi, i és important entendre que estem en una situació de canvi que requereix pensar estratègicament.

Es finalitza la sessió explicant que des de la secretaria s'ha treballat en una manera de treballar el gran nombre d'idees i recomanacions que han sorgit de les sessions i del plenari. Així, es podrà avançar feina des de casa, la qual cosa permetrà tenir el dictamen a temps pel plenari de desembre. Es farà arribar l'enllaç a diferents qüestionaris organitzats per temàtiques, on es demana als membres del grup de treball que prioritzin les recomanacions, amb la possibilitat de reformular-les o escriure'n de noves. Per l'experiència adquirida en altres dictàmens, com més concretes siguin les recomanacions, més fàcil serà que es duguin a terme i tinguin una resposta per part de l'Ajuntament.

Els assistents mostren el seu acord en seguir aquest procediment, però recalquen que, a part de les recomanacions concretes, hi ha una part important de context, com pot ser definir el model de ciutat que volem, que no es podrà concretar tant. Aquest context donarà utilitat i força a les recomanacions. Una altra reflexió, seria la possibilitat de fer una recomanació a l'Ajuntament perquè creï un mecanisme de reflexió.

Es tanca la sessió recordant que el grup es reunirà de nou el dia 28 de setembre.

Acords

- Enviar als membres del grup de treball l'enllaç amb la gravació de la reunió, junt amb les presentacions de les ponències.
- Els membres del grup de treball prioritzaran, a través dels enllaços que enviarà la secretaria, les recomanacions de les temàtiques que s'han tractat en les sessions ja realitzades.

- Amb l'objectiu de donar un context a les recomanacions concretes que s'inclouran al dictamen, s'estudiarà la manera en la qual el grup de treball podrà posar en comú les seves reflexions per a construir un discurs compartit.
- Ens hem de posar d'acord i trobar els punts comuns entre les diferents visions que tenim de la ciutat. Aquest grup de treball ha de definir el model de la Barcelona postpandèmia que vol, tenint en compte diversos factors. Alguns d'ells són:
 - El canvi climàtic. Tant l'adaptació que requerirà per part de la ciutat, com l'impacte que les diferents iniciatives que es duguin a terme hi tindran.
 - La formació. S'ha de definir, tant els àmbits on posar focus com en la forma en què es durà a terme, a mitjà i llarg termini, per a garantir treballadors qualificats.
 - Les condicions laborals que s'hi ofereixin, com per exemple, els horaris d'obertura comercials, la seguretat i els salaris.
 - El seu encaix amb el fet de fer real l'entitat metropolitana.

Possibles recomanacions sobre Empresa, Comerç i Turisme

- El comerç i el turisme que tenim és el resultat de les polítiques que s'han seguit els últims anys. Algunes d'aquestes polítiques són insostenibles i s'han de repensar.
- Fer atractiva la ciutat (especialment respecte la neteja) per a tenir un turisme de qualitat. Aquesta és una feina que implica a tots les entitats privades i públiques i a la ciutadania. S'ha de fer de manera conjunta i amb una estratègia definida.
- Potenciar el turisme cultural, tant de la ciutat de Barcelona com de poblacions properes. Per exemple, a través de la formació, creant aliances entre empresaris del sector i centres formatius.
- Crear un pla de rescat amb aportacions directes cap a empreses dels sectors. Les mesures han de tenir una dimensió superior als que hi ha hagut fins ara.
- Facilitar l'accés i la tramitació dels Ajuts de Solvència establerts pel Govern, així com als fons europeus i ajornar pagaments endarrerits o multes.
- Apostar per la formació professional i el reciclatge en el sector del turisme, tant per part de l'Ajuntament de Barcelona com de la Generalitat.
- Donar continuïtat als ERTO per força major i facilitar la seva flexibilitat respecte a l'entrada i sortida de treballadors.
- Rebaixar l'IBI, tant estatal com municipal. Exoneració del 50% i ajornament del 50% restant fraccionat a pagar a partir de 2023, en 4 anys.
- Facilitar la tramitació de les llicències d'activitats per als emprenedors que afrontin obrir negocis.

- Treballar en la promoció de Barcelona i Catalunya de cara al mercat nacional, no només local.
- Situar els efectes sobre comerç en “el centre” de les decisions municipals (estudi d'impacte sobre el teixit comercial dels diferents projectes del consistori).
- Integrar l'anàlisi del model comercial de Barcelona en el context de l'AMB (“model comercial de l'AMB”).
- Crear un pla de digitalització del comerç i del territori.
- Crear un pla integral de recuperació del centre de Barcelona.
- Incentius al consum per la recuperació de la demanda (bons, plans renove sectorials, etc.).
- Incentius i flexibilitzar els procediments per a accelerar les inversions (exoneració impositiva –p. ex. ICIO, simplificació administrativa prioritzant el silenci administratiu positiu, prioritzant la declaració responsable, Supressió de les moratòries municipals en concessions de llicències, etc.).
- Crear un grup de treball per a adequar la normativa a nous models comercials: per exemple, possibilitar l'obtenció de diverses llicències en un mateix local els requisits de les quals siguin “coherents” amb les propostes de nous models comercials.
- DUM: Gestió intel·ligent del trànsit C/D “últim km” (optimització dels carrils multiús) habilitant els carrils que de dia s'utilitzen per a transport públic de nit puguin servir per a transport de mercaderies, digitalització, ampliar i millorar la senyalització de les zones de càrrega i descàrrega per a optimitzar i fer més sostenible la tasca de camions i furgonetes de repartiment, etc.
- Construir un relat positiu vers el comerç i les empreses que el formen (les empreses no són el problema, són part de la solució), i no estigmatitzar el turisme i els compradors visitants.
- Definir una estratègia d'internacionalització per Barcelona. Identificar les potencialitats de Barcelona (empresarial, cultural, etc.) posant focus en promoure la seva relació amb el Mediterrani i amb Llatinoamèrica. Identificar les febleses internacionals per reforçar l'economia metropolitana.
- Definir el paper de l'alimentació com a vector de creixement. Aconseguir un ecosistema d'innovació dins de l'àmbit de l'alimentació.
- Crear una política conjunta de metropolització, més enllà dels serveis concrets, que ha de conjugar el sector industrial i comercial.
- Adaptar de forma àgil la normativa urbana per donar resposta a la ràpida evolució de les necessitats de la societat i del territori.