



## Mesura de Govern

### “Et donem la mà”

Pla d'actuació per a conèixer la situació actual del  
comerç i desenvolupar estratègies *ad hoc*, al  
districte de les Corts

B  
BC  
BN

**Districte de les Corts**  
**Setembre 2012**

## ÍNDEX

01. Comerç urbà, lligam social	3
02. Un model de ciutat, un model de comerç	4
a) Barcelona i el comerç	
b) Els mercats municipals	
c) Els eixos comercials urbans	
d) Els moviments associatius del comerç de Barcelona	
03. Dades del context socioeconòmic	7
a) Activitat socioeconòmica	
b) Anàlisi DAFO	
04. “Et donem la mà”: fem del comerç del districte de les Corts un actiu viu i de qualitat en el servei	14
05. Pla d'acció	16
a) Prioritzar la promoció comercial i turística	
b) Consolidar l'associacionisme comercial	
c) Afavorir l'atracció de consumidors i visitants cap al sector comercial	
d) Incrementar la visibilitat social del sector: comerç amic	

## Mesura de govern. “Et donem la mà”. Pla d’actuació per a conèixer la situació actual del comerç i desenvolupar estratègies *ad hoc*, al Districte de les Corts

### »01. Comerç urbà, lligam social

Molts investigadors situen els orígens de la ciutat en la consolidació del sedentarisme de les activitats comercials.

Aquesta afirmació comporta entendre el comerç com a part integrant de la trama urbana i arrelat en el teixit social.

Una trama urbana compacta, complexa i integrada. Una trama urbana que anomenem *ciutat*. Una ciutat formada per carrers, places i comerços. Una ciutat amb cantonades. Una ciutat formada per espais on es barregen els usos, on no se segrega, on apareixen recorreguts cívics, recorreguts urbans. Un exemple d’aquesta ciutat que definim, és Barcelona. Una ciutat que ens ensenya, en formes i situacions diverses, la condició de lloc de trobada, de superposició i d’intercanvi. Aquesta nostra ciutat provoca la coincidència de persones diferents: la intersecció física hi és tant com l’intercanvi social i com l’intercanvi comercial.

A la cantonada hi coincideixen diversitat de façanes i de persones, i s’hi provoquen l’acord, la innovació i l’estímul. La cantonada, així, és una metàfora de la ciutat total. La cantonada és un punt d’intercanvi comercial per excel·lència. “La botiga, el bar, el cafè, el quiosc, la farmàcia, de la cantonada” és una expressió i un fet quotidià. És allà per on han de passar tots, on l’activitat és més accessible i pública. (Manuel de Solà-Morales)

L’espai del comerç urbà, de la ciutat del carrer, de la proximitat, és un espai públic. A la vegada, és un espai de relació social i d’oportunitats. Els espais públics de la ciutat compacta i el comerç urbà són espais de cohesió social.

## »02. Un model de ciutat, un model de comerç

### a) Barcelona i el comerç

Per la seva condició de ciutat mediterrània, Barcelona ofereix una convivència d'usos diaris de la trama urbana d'una elevada capacitat estructurant, on coexisteixen habitatges, oficines, equipaments i comerç. Aquest últim element, la presència d'establiments comercials estesos per tot el territori urbà, alhora que articula la ciutat, és un element de vitalitat, de civisme, de qualitat de vida, que dinamitza la realitat econòmica i social, i ajuda a configurar tal com és l'actual model de ciutat.

Convé recordar que Barcelona, a diferència de la majoria de les ciutats europees, no té un centre comercial únic, sinó que hi conviuen, a més del centre comercial històric, tota una sèrie de nuclis comercials, allunyats del centre geogràfic, que ocupen gairebé tota la trama urbana .

La implantació de grans superfícies a la rodalia de la ciutat, la concentració de comerços en edificis o àrees construïdes expressament dins de l'espai urbà, imitant la configuració d'un carrer, van causar inquietud entre els comerciants barcelonins, que, lluny d'arronsar-se, van començar a crear estructures organitzatives professionalitzades. Van desenvolupar estudis per tal d'obtenir una radiografia de la realitat del comerç als barris que donés la possibilitat de desenvolupar projectes i accions per corregir les deficiències, fer palesos els avantatges i començar a impulsar i promoure el comerç urbà a la nostra ciutat.

Així doncs, la modificació i adequació dels establiments, l'estructuració professional de les xarxes associatives dels comerciants, unida a la remodelació de les estructures urbanes, van configurar un comerç urbà capaç de donar respostes col·lectives a les embranzides comercials de les noves formes de comerç que s'anaven implantant.

## **b) Els mercats municipals**

Barcelona és una de les poques ciutats del món que pot presumir d'una xarxa de mercats distribuïts de tal manera que tots els barris tenen un mercat a prop.

Més enllà de la seva aportació a la qualitat de vida dels ciutadans en tant que impulsors d'una dieta sana i equilibrada, els mercats barcelonins miren cap al futur amb la introducció de nous serveis d'acord amb les necessitats comercials del segle XXI.

També, han estat capaços d'absorbir i assumir els reptes dels canvis del comerç i les noves formes de consum dels ciutadans i encaren el futur amb voluntat de renovació i de continuar representant un paper destacat en la vida de la ciutat.

El mercat de les Corts va ser remodelat l'any 2007. L'objectiu d'aquella remodelació va ser la modernització d'un equipament molt arrelat al barri. Una remodelació que és un clar exemple del que ha de ser la intervenció municipal. Va comportar la reforma estructural de l'edifici, la rehabilitació del clavegueram, la pavimentació del terra, la construcció d'un habitatge per al reciclatge de la brossa i la creació de noves infraestructures com la climatització. Se'n va reordenar la combinació òptima de parades de manera que s'adaptés més a les necessitats comercials del barri i les mateixes parades també es van renovar.

En el context d'un barri on la presència de grans superfícies comercials és important, amb la remodelació del mercat es va fer una aposta per un model actualitzat, en el qual es potencia la compra de producte fresc.

### **c) Els eixos comercials urbans**

L'eix comercial urbà s'ha definit com una concentració natural de comerços, territorialment localitzada i delimitada, amb una oferta comercial continuada, plural i competitiva, en la qual hi ha hagut sensibilització dels comerciants per associar-se i potenciar el seu eix, mitjançant la professionalització de les seves estructures de gestió, perquè permetés gestionar campanyes de promoció i publicitat dirigides a la divulgació de l'oferta existent i a la captació i fidelització de clients, així com oferir serveis específics, formació especialitzada, cercar i impulsar ajudes per adequar els establiments i fer planejaments per a la millora de les infraestructures comunes del territori.

### **d) Els moviments associatius del comerç de Barcelona**

El comerç barceloní té una llarga i arrelada història associativa. La filosofia d'unir-se per salvaguardar i impulsar els interessos col·lectius no tan sols subsisteix, sinó que podríem dir que forma part de la idiosincràsia de la nostra ciutat. Una part dels comerciants estan organitzats i agrupats en associacions territorials.

Els comerciants, a través de les seves associacions, han apostat per la qualitat i modernitzat les seves instal·lacions, oferint un variat assortiment de productes i serveis.

L'acció pública ha impactat en la remodelació dels carrers, adequant-los per a l'ús del veïnat i també per a l'activitat comercial. La neteja, l'enllumenat, l'accessibilitat i la seguretat en continuen sent els eixos bàsics.

La suma de voluntats entre els comerciants i l'Administració municipal per impulsar i fer reeixir el comerç del districte ha estat bàsica per dinamitzar les zones comercials.

### »03. Dades del context socioeconòmic

#### a) Activitat socioeconòmica

Aquest punt ha estat elaborat a partir de l'apartat "Anàlisi socioeconòmica dels districtes de Barcelona", inclòs en la Mesura de govern sobre actuacions de proximitat en matèria d'empresa i ocupació a Barcelona, de 25 de gener de 2012.

<b>Indicadors econòmics 2010</b>	<b>Les Corts</b>	<b>Barcelona</b>	<b>Les Corts / Barc. (%)</b>
Nombre d'establiments industrials	17	455	3,7
Nombre de treballadors a la indústria	214	19.931	1,1
Preu compra locals comercials (€/m <sup>2</sup> )*	2.511,98	2.539,05	98,9
Preu lloguer locals comercials (€/m <sup>2</sup> )*	10,83	11,47	94,4
Establiments hotelers	18	324	5,6
Places hoteleres (nombre d'habitacions)	2.901	31.406	9,2
Nombre d'empreses de tecnologia i coneixement (2010)	1.530	19.336	7,9
Creixement d'empreses tecnologia i coneixement (2001-2010)	18,8	23,5	6,6
Nombre d'empreses manufactures tecnologia i coneixement (2010)	56	852	6,6
Nombre d'empreses serveis tecnologia i coneixement (2010)	1.474	18.484	8,0
Nombre d'empreses del sector TIC (2009)	146	2.094	7,0
Creixement net d'empreses TIC (2001-2009)	17	690	2,5
Nombre d'empreses creatives	406	6.495	6,3

Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona; Barcelona Regional i Barcelona Activa. Mapa industrial de Barcelona2011; Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona i Ajuntament de Barcelona, Metròpoli Creativa 2011, i Procom i Ajuntament de Barcelona. Evolució dels preus dels locals comercials de compra o lloguer 2007-2010.

\* En l'última columna el preu és en referència a l'índex Barcelona=100.

L'activitat econòmica del districte de les Corts està sobretot associada a l'àrea de negocis de Barcelona, juntament amb els de l'Eixample i Sarrià - Sant Gervasi. El nostre districte destaca com un dels espais amb més activitat associada a usos esportius i formatius, com ara escoles concertades —majoritàriament— i privades, campus universitaris públics i privats i escoles de negocis. La important dotació d'equipaments educatius d'ensenyament superior aporta un valor afegit al districte, especialment atractiu per a les activitats intensives amb relació al coneixement. Així, és el quart districte en importància en aquest àmbit (per darrere dels de l'Eixample, Sarrià - Sant Gervasi i Sant Martí).

El nombre d'empreses de tecnologia i coneixement, un total de 1.530 , supera el de districtes com Sant Martí, i representa el 7,9% d'aquestes empreses a la ciutat.

Les Corts és un dels districtes de la ciutat amb menor pes del sector industrial, el seu sector comercial es concentra principalment en grans superfícies comercials, com l'Illa Diagonal o El Corte Inglés, i té part de l'Eix comercial Sants - Les Corts.

Amb 18 establiments hotelers, concentra el 5,6% dels establiments de la ciutat. Són majoritàriament grans hotels que representen el 9,2% de les places hoteleres de la ciutat.



Un darrer element que s'ha de tenir en compte són les dades que obtenim de l'informe de comerç del Districte de les Corts, elaborat a l'any 2002, a partir del nombre de llicències d'activitat econòmica obertes en aquell moment.

<b>Nombre de llicències de comerç minorista</b>	<b>1.750</b>
Alimentació	521
Tèxtil, calçat i pell	284
Parament de la llar	232
Oficina i mecànica de precisió	162
Llibres, diaris i revistes	114
Productes químics i farmacèutics	144
Material de transport	72
Altres	221
	<b>4.251</b>
<b>Nombre de llicències de serveis</b>	
Restaurants, bars i hotels	609
Reparacions	172
Transports i comunicacions	424
Finances i assegurances	308
Immobiliàries i serveis a les empreses	1.788
Manteniment, neteja i protecció	54
Ensenyament	253
Sanitat i assistència	109
Altres serveis culturals i personals	534
<b>Nombre total de llicències de comerç minorista i de serveis</b>	<b>6.001</b>

Font: IAE 2002 Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona. Explotació Direcció de Comerç i Consum de Barcelona Activa.

<b>Indicadors socioeconòmics</b>	<b>Les Corts</b>	<b>Barcelona</b>
Percentage de taxa d'atur registrat (desembre 2011)*	10,7	13,4
Renda familiar disponible 2010 (índex Barcelona=100)*	140,7	100,0
Ajuts assistencials per cònjuge supervivent. Taxa per 1.000 hab. (juny 2011)	2,0	2,9
Percentatge de població sense estudis de més de 16 anys	8,2	10,7
Percentatge de població amb titulació universitària de més de 16 anys	34,4	24,6
Índex d'absentisme escolar (curs 2008-2009)	0,1	1,1
Percentatge d'alumnat de 3 a 16 anys de nacionalitat estrangera (2010-2011)**	5,7	12,3
Preu de l'habitatge de segona mà (índex Barcelona=100)	123,4	100,0

\* Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona.

\*\*Font: Consorci d'Educació. L'escolarització a la ciutat de Barcelona curs 2010/2011. Recull estadístic abril 2011.

Les Corts té la segona taxa d'atur més baixa de la ciutat, el 10,7% de la població activa, 2,8 punts per sota de la mitjana de Barcelona.

La renda familiar disponible per habitant de les Corts l'any 2010 supera en un 40,7% la mitjana de Barcelona, sent el segon districte de Barcelona en aquest indicador, per darrere del districte de Sarrià - Sant Gervasi. L'any 2010, va augmentar la distància entre el seu índex de renda i la mitjana barcelonina pel que fa a aquest índex.

Les Corts és un districte benestant que registra indicadors molt favorables respecte a la mitjana de Barcelona quant a nivell de renda, acompliment escolar, nivell d'instrucció i taxa d'atur. Un darrer indicador que s'ha de tenir en compte és el preu de l'habitatge de segona mà l'any 2010, que ha crescut 6 punts en relació amb l'any anterior.

<b>Indicadors demogràfics i de població</b>	<b>Les Corts</b>	<b>Barcelona</b>
Població	82.340	1.615.985
Percentatge de creixement de població 2001-2011	0,0	7,0
Percentatge d'estrangers (gener 2011)	11,6	17,3
Esperança de vida en néixer	84,9	82,5
Percentatge de població de 0-15 anys	12,5	13,0
Percentatge de joves de 16-24 anys	8,7	8,0
Percentatge de població de 16 a 64 anys	64,7	66,0
Percentatge de població de 65 anys i més	22,8	20,8
Índex de dependència demogràfica	54,8	51,2
Índex d'envelliment	182,6	159,9
Índex de sobreenvelliment	51,5	55,3
Índex de solitud de la població de més de 65 anys	22,7	25,7
Índex de solitud de la població de més de 75 anys	28,0	31,2

Font: Ajuntament de Barcelona. Departament d'Estadística. Febrer 2012. Informes estadístics. Característiques de la població de Barcelona segons padró municipal. Juny 2011.

Índex d'envelliment=(població de 65 anys i més / població de 0-14 anys)x100

Índex de sobreenvelliment=(població de 75 anys i més / població de 65 anys i més )x100

Índex de solitud de la població de 65 anys i més =(població de 65 anys i més que viu sola/ població total de 65 anys i més )x100

Índex de solitud de la població de 75 anys i més =(població de 75 anys i més que viu sola/ població total de 75 anys i més )x100

Índex de dependència demogràfica= (població de 0-15 anys més població de més de 64 anys)/població de 16-64 anys)x100

La població en edat de treballar, és a dir la compresa entre els 16 i els 64 anys, representa un 64,7% del total de la població del districte. Està 1,3 punts per sota del percentatge de la mitjana de la ciutat i representa el 5% de la població potencialment activa de Barcelona.

## **b) Anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats)**

Aquesta anàlisi ha estat fruit, en primer lloc, de les aportacions directes recollides a diverses actes de les sessions realitzades en el marc del Consell de Promoció Econòmica, Comerç i Consum del districte. Així mateix, s'han tingut en compte les dades extretes de les següents fonts:

- ✓ *Atles comercial de Barcelona 2002*. Cambra de comerç de Barcelona, Universitat de Barcelona i Ajuntament de Barcelona.
- ✓ *El comerç a Barcelona 2007*. Ajuntament de Barcelona.
- ✓ *Barcelona, ciutat i comerç 2009*. Ajuntament de Barcelona.
- ✓ Pla de Turisme del Districte de les Corts 2011. Ajuntament de Barcelona.

El diagnòstic resultant ens situa en un punt concret que ens permet començar a desenvolupar el pla d'acció que es presenta en aquest document. Aquest diagnòstic s'anirà ajustant, en funció de les noves aportacions que vagi fent el teixit comercial d'aquest districte.

### **Debilitats:**

- ✓ Augment de locals tancats.
- ✓ Existència d'un reduït nombre de comerços amb estructura empresarial.
- ✓ Manca d'unitat de les entitats a l'hora de fer accions conjuntes, vinculada a una reduïda realització d'accions de publicitat a càrrec dels establiments.
- ✓ Manca d'associació de gran part del teixit comercial.
- ✓ Dinàmica feble i de poc abast de la majoria d'entitats de comerç.
- ✓ Coneixement insuficient del sector comercial dels recursos lingüístics disponibles.

**Amenaces:**

- ✓ Greu situació de crisi econòmica.
- ✓ Expectatives pessimistes existents a les zones comercials que poden representar un fre per al desenvolupament del sector.
- ✓ Dificultats per al relleu generacional.
- ✓ En molts casos, manca del valor afegit (qualitat del servei i del producte)
- ✓ que ha de donar el comerç de proximitat.
- ✓ Exigències econòmiques derivades de l'aplicació de la Llei d'arrendaments urbans.

**Fortaleses:**

- ✓ Consolidació de la zona Diagonal, que exerceix de pol d'atracció de l'activitat comercial al districte: El Corte Inglés, Pedralbes Centre i l'Illa Diagonal.
- ✓ Diversitat d'usos i d'espais: un paisatge comercial ric i divers.
- ✓ Establiments emblemàtics o únics: Roca gallery, Harley Davidson...
- ✓ Cert nombre de comerços de proximitat associats: eix comercial les Corts, Associació de Concessionaris del Mercat de les Corts, associació El Mirall de Pedralbes, Associació de Comerciants Illa de Sant Ramon...
- ✓ Zones turístiques de gran potencial: Palau Reial, recinte de la Maternitat, FC Barcelona i avinguda Diagonal.
- ✓ Zones turístiques amb potencial per tenir en compte: monestir de Pedralbes, parc de Cervantes, Palau de Congressos de Catalunya i nucli antic de les Corts.

### Oportunitats:

- ✓ Construcció i adequació dels equipaments culturals: escola d'adults i Consorci de Normalització Lingüística a Cristalleries Planell, ateneu de fabricació i biblioteca central a l'antiga fàbrica Campabadal i centre cívic de les Corts.
- ✓ Conscienciació dels ciutadans de la conveniència del turisme per a les Corts: el turisme com a element generador d'un marc propici per a l'expansió del sector comercial.
- ✓ El fluxos de població diaris que generen turistes, estudiants i treballadors poden ser aprofitats pel comerç, adoptant formats comercials adaptats a les necessitats d'aquests nous clients potencials.

### »04. “Et donem la mà”: fem del comerç del districte de les Corts un actiu viu i de qualitat en el servei

La gran massa verda de vegetació que ens acompanya en el nostre dia a dia, connectant- nos a cada moment amb la natura i donant qualitat als nostres espais, conviu amb un teixit humà i social dinàmic que treballa en camps diversos com el científic, el docent, l'empresarial, el comercial, o l'associatiu.

En aquest marc, el govern municipal treballarà de manera decidida en els àmbits de la inclusió i la qualitat de vida dels ciutadans i ciutadanes, implicant-hi els agents cívics i econòmics del districte, i consolidant col·laboracions, suports i sinergies amb els veïns , els comerciants, les entitats i associacions..., en un projecte integral que actuarà i vetllarà pel manteniment i la qualitat dels espais públics i en què la convivència i la seguretat tenen una importància cabdal. Un projecte en què es compta amb aquells que són més vulnerables, en un districte on ningú està sol, ja sigui gran o jove, i on tothom aporta.

El progrés econòmic del districte, i per simpatia de la ciutat, s'explicita com un dels eixos principals del Pla d'Actuació del Districte (PAD) i del Pla d'Actuació Municipal (PAM), i l'objectiu d'assolir una *economia que genera oportunitats per a tothom* esdevé clau en aquest mandat.

Amb aquest objectiu s'aposta per impulsar els agents econòmics i centres de coneixement del territori per reactivar l'economia i generar oportunitats per a tothom. A més, es vol aprofitar el desenvolupament de l'activitat econòmica vinculada al turisme responsable i sostenible, al comerç de barri amb la seva vessant associativa i també les universitats com a agents de coneixement, investigació i excel·lència.

Concretament, el PAM i el PAD de les Corts 2012-2015 ens parla de:

Impulsar sectors emergents d'alt valor afegit i reforçar els sectors econòmics consolidats, establint Barcelona com a referent de qualitat. Des del sector sanitari i biomèdic, d'atenció social, o el sector de les TIC, als sectors d'economia verda, els sectors energètics, el comerç, o el turisme. Per a això, proposem les següents mesures.

- ✓ Posar en marxa el Pla "Et donem la mà", mitjançant el qual ens proposem conèixer la situació de tots els comerços del districte i desenvolupar estratègies *ad hoc*. Fer propostes temàtiques d'impacte en els quatre eixos comercials del districte: associació El Mirall de Pedralbes, Sant Ramon, eix comercial Sants - les Corts i mercat de les Corts.
- ✓ Impulsar el Mapa de Comerç de la zona de Pedralbes presentat als comerciants i veïns de la zona.
- ✓ Potenciar l'ús comercial del barri antic, l'eix comercial Sants - les Corts i el mercat municipal de les Corts.
- ✓ Enfortir l'associacionisme del comerç de barri i generar projectes amb impacte. Donar suport tècnic a les iniciatives de les associacions de comerciants.

Fer de Barcelona un lloc fàcil per fer negocis. Amb relació a les empreses, l'objectiu és que l'Administració sigui un factor de competitivitat i en cap cas un element "desactivador". Per tant, és fonamental que des de l'Ajuntament s'agilitzin els processos i s'eliminin traves burocràtiques per facilitar l'establiment d'empreses, per a la qual cosa proposem les dues accions següents.

- ✓ Promoure les noves ordenances municipals: de llicències d'activitat, d'antenes, de paisatge urbà i vetlladors i altres.
- ✓ Implementar mesures per a la reducció de terminis en les presents i futures concessions de llicències d'activitats per a nous negocis que pugin generar la creació de llocs de treball.

Un cop formulades les premisses que ens marca el PAM i el PAD, hem d'entendre que l'objectiu final ha de ser millorar la qualitat en el servei. Perquè, a banda d'incrementar l'ocupació, de millorar la participació del sector comercial en el PIB, de continuar sense causar inflació, de millorar la rendibilitat per ocupació i superfície dels establiments, d'equilibrar les dotacions comercials per garantir la capacitat d'elecció del consumidor, existeixi un compromís orientat a:

- ✓ Oferir un producte singular i de qualitat a la venda i facilitar una bona informació sobre aquest mateix producte i els serveis que s'ofereixen.
- ✓ Donar un tracte personalitzat als clients.
- ✓ Implicar-se en la cooperació entre comerços.
- ✓ Col·laborar en la millora del paisatge urbà i de la vida ciutadana.

## »05. Pla d'acció

Hem de desenvolupar els quatre eixos de treball del pla d'acció:

- a).Prioritzar la promoció comercial i turística.
- b).Consolidar l'associacionisme comercial.
- c).Afavorir l'atracció de consumidors i visitants cap al sector comercial.
- d).Incrementar la visibilitat social del sector: comerç amic.

### a) Prioritzar la promoció comercial i turística

Cal potenciar el petit i mitjà comerç com un element bàsic del teixit urbà, segons el model comercial de Barcelona, per afavorir la cohesió social, evitar la desestructuració dels barris i frenar la pèrdua comercial dels carrers.

Per aconseguir-ho haurem de realitzar un seguit d'accions que exposem a continuació.



Millorarem l'espai públic, prioritzant els eixos i entorns comercials i turístics:

- Prioritzarem el manteniment de l'espai públic.
- Actuarem en la millora del carrer d'acord amb l'auditoria del seu estat.
- Desenvoluparem el Pla director d'il·luminació.
- Ordenarem els vetlladors i les terrasses en aplicació de la nova normativa.
- Posarem en tot el districte la senyalització amb indicadors d'adreces per a vianants.
- Iniciarem un estudi de l'estructura urbana del districte, per adequar amb criteris de desenvolupament sostenible el comerç, la mobilitat i els elements existents (súper-illes).

Incrementarem les mesures de seguretat i civisme:

- Desenvoluparem el Pla Silenci, que fa compatible l'activitat de restauració amb el descans dels veïns.
- La policia comunitària, policia de proximitat, vetllarà per la seguretat i el civisme.
- Incrementarem l'eficiència del Pla de neteja.
- Treballarem qüestions de civisme amb promotors ambientals.

Elaborarem un pla de promoció turística per generar sinergies amb el comerç de proximitat, a partir del document marc *Pla de turisme del Districte de les Corts*, elaborat per la Direcció de Promoció Territorial i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona, al maig de 2011.

## **b) Consolidar l'associacionisme comercial**

Cal que el comerç sigui un element generador de creixement econòmic, un sector estratègic per a la recuperació en aquests moments de crisi, i per a això hem de contribuir a crear les condicions necessàries per tal que l'associacionisme comercial sigui una realitat en el nostre districte.

Hem de:

- ✓ Reforçar el Consell de Promoció Econòmica, Comerç i Consum com a òrgan tècnic de debat, informació i seguiment de la política comercial desenvolupada pel Districte.
- ✓ Elaborar anualment un informe de l'estat del comerç del districte.

### **c) Afavorir l'atracció de consumidors i visitants cap al sector comercial**

És ben sabut que el comerç treballa, majoritàriament, d'una manera individual i realitza amb dificultat activitats conjuntes i coordinades. Amb l'individualisme es pot donar a conèixer un comerç en concret d'una manera singular; però no el sector comercial en el seu conjunt. Així doncs, pensem que podem captar l'interès dels consumidors de les Corts, proposant el desenvolupament de determinats projectes, que afavoreixin l'avanç qualitatiu i quantitatiu, del comerç del districte en general.

Proposem treballar, colze a colze, aquest seguit d'accions:

- ✓ Continuar donant suport a les mostres de comerç, introduint eixos temàtics, per exemple, fires de producte local i/o estacional.
- ✓ Organitzar una primera fira d'estocs.
- ✓ Donar suport a campanyes comercials específiques que es proposin, com per exemple la del Sant Jordi 2011 a la Diagonal.
- ✓ Establir un servei d'informació, assessorament i documentació per a tots els comerços del districte en matèria lingüística.

### **d) Incrementar la visibilitat social del sector: comerç amic**

Com dèiem anteriorment en l'apartat 2, la presència d'establiments comercials estesos per tot el territori urbà, alhora que articula la ciutat, és un element de vitalitat, de civisme, de qualitat de vida, que dinamitza la realitat econòmica i social, i ajuda a configurar tal com és l'actual model de ciutat. Una ciutat que, en els darrers temps, incorpora un bon nombre de nouvinguts, dels quals una part treballa en el sector comercial del districte.

Disposem de les següents eines per treballar en l'important factor social del sector :

- ✓ El programa Camins escolars, que és el resultat d'un treball conjunt elaborat entre diferents àmbits de l'Ajuntament de Barcelona; les direccions i el professorat dels centres educatius; l'alumnat; les associacions de pares i mares d'alumnes i les famílies en general, i, també, els comerciants i les associacions i entitats veïnals dels diferents barris. Es tracta d'uns itineraris flexibles i de traçat senzill que permeten el desplaçament a peu dels nens i les nenes i que s'escullen entre els recorreguts que fa servir més la majoria de l'alumnat. El programa Camins escolars és una iniciativa més destinada a impulsar la recuperació de l'espai públic com a espai de relació i convivència, i una manera innovadora i participativa d'abordar l'educació per a la mobilitat. La col·laboració dels establiments del barri és bàsica perquè tenen una presència permanent i oberta al carrer, i perquè poden ser un punt de referència per als infants.



- ✓ El projecte Radars, que és un xarxa de prevenció per construir barris més humans i més solidaris, i que té com a objectiu contribuir a fer que les persones més grans de 75 anys que viuen soles o acompanyades de persones de més de 65 anys puguin continuar a la seva llar amb la complicitat del seu entorn. Aquest projecte té com a prioritat reduir el risc d'aïllament i d'exclusió social de la gent gran. És una iniciativa que es du a terme amb la complicitat i participació de comerciants observadors que estan atents, en el dia a dia, a la dinàmica de les persones grans que coneixen, des d'una mirada sensible i respectuosa. Si detecten un canvi en la seva rutina diària, en el seu comportament o en el seu aspecte, es posen en contacte amb l'equip d'atenció social del consistori perquè actuï. Aquesta proposta està impulsada per la Comissió de Qualitat de Vida, Igualtat i Esports de l'Ajuntament de Barcelona i diferents entitats del tercer sector.
  
- ✓ El programa El comerç i les escoles, que és una proposta impulsada per Promoció Econòmica i l'Institut d'Educació de l'Ajuntament de Barcelona, que té per objectiu afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric de Barcelona mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable. Es tracta d'un programa que està adreçat als centres d'educació infantil, primària i secundària obligatòria. Ofereix visites guiades a botigues arrelades al barri en les quals els comerciants mostren el seu ofici mitjançant tallers pràctics.
  
- ✓ La Plataforma per la Llengua i el Consorci per a la Normalització Lingüística treballen conjuntament amb els comerciants, fent servir la llengua com a eina d'inclusió dels nouvinguts i enfortidora de la cohesió social. Amb la proposta El català al comerç de proximitat, a l'abast del sector comercial, es vol proporcionar les eines necessàries als comerços i associacions de comerciants, per actuar d'acord amb la legislació legal vigent en matèria lingüística i integrar els aspectes lingüístics com un element més de l'excel·lència empresarial i la recerca de la màxima qualitat en el servei. Es fa creant relacions i sinergies entre els comerciants autòctons i els nouvinguts, a partir d'activitats al voltant de la llengua catalana com a llengua comuna. Es pretén afavorir una major integració de la població immigrada al territori i que la població autòctona conegui més els estrangers que conviuen amb ells en el districte, fent palès que el comerç de proximitat és una eina d'inclusió dels nouvinguts i que conseqüentment enforteix la cohesió social.

- ✓ El comerç just i solidari, que té com a objectiu principal contribuir al desenvolupament sostenible, combinant el creixement econòmic i la justícia social, amb la finalitat de crear una consciència crítica pel que fa a les relacions amb els països empobrits. Aquest concepte proposa un comerç que sigui equitatiu per a totes les parts que entren en joc quan es produeix un intercanvi. Demostra que una economia alternativa, justa i equitativa és possible. Té en compte valors ètics i mediambientals, enfront dels criteris exclusivament econòmics del comerç tradicional, i es basa en el diàleg, la transparència i el respecte, per assolir un món més just i solidari. Proposem impulsar accions oportunes per a la incorporació del comerç just i solidari en el comerç de proximitat, duent a terme tasques d'informació i sensibilització per tal de difondre els seus objectius, beneficis i resultats.

Per a assolir el resultat final que es vol obtenir amb aquest pla, cal combinar l'activitat de l'Ajuntament amb la recuperació del protagonisme dels comerciants. Haurem de realitzar campanyes d'informació de responsabilitats, drets i deures, destinades a ciutadans i comerciants per generar una bona entesa i facilitar la convivència, posar-ne en marxa d'altres de promoció de la llengua catalana, i encara d'altres dirigides a la preservació del model català de comerç.

Tots els elements d'acció esmentats ens han de permetre, com ha quedat expressat a l'encapçalament d'aquest document, conèixer la situació actual del comerç al districte, per poder així desenvolupar estratègies a mida, que ens ajudin a consolidar i fer créixer aquest sector productiu, de gran importància social.

Et donem la mà, comerç amic.