

Ajuntament  de Barcelona

**UN NOU QUIOSC DE PREMSA A LA CIUTAT DE BARCELONA: la nova regulació de les activitats dels quioscos de premsa**

**MESURA DE GOVERN  
PLENARI DEL CONSELL MUNICIPAL**

**5 de Febrer de 2010**

## **INDEX**

1. Introducció: criteris generals de la mesura de govern
2. La localització de les compres dels diaris a la ciutat: l'actual xarxa de quioscos de premsa a Barcelona
3. La distribució de premsa: activitat d'interès general
4. Situació econòmica del sector
5. El futur dels quioscos de premsa: un nou model
6. Aspectes estratègics de la mesura de govern: el quiosc de premsa del segle XXI
7. Nou marc normatiu
8. Pla d'implementació

## **1 . Introducció: Criteris generals de la mesura de govern**

L'Ajuntament de Barcelona, atesa la proximitat de la finalització del termini de vigència de les actuals autoritzacions per a l'ús privatiu de l'espai públic per a la implantació d'activitat dels quioscos de premsa (31 desembre 2011), planteja una renovació de les llicències actuals tenint en compte els cinc criteris generals següents

### Primer.- Potestat municipal sobre els quioscos com a mobiliari urbà

La concepció dels quioscos de venda de premsa com elements del mobiliari urbà sobre l'espai públic, el que suposa necessàriament la potestat municipal de fixar els seus continguts, les seves característiques, establir la seva localització pel que fa a l'ús general de la via pública i en quant elements característics del paisatge urbà de Barcelona.

### Segon.- Actualització dels continguts i activitats dels quioscos

Els quioscos a més a més de facilitar la capil·laritat i difusió de la premsa en tot el territori de la ciutat, constitueixen elements singulars amb potencialitat per incloure nous continguts que permetin reforçar aquesta difusió de la premsa aplicant noves tecnologies, també integrant altres serveis d'interès públic en l'àmbit de la informació i l'atenció a la ciutadania així com als visitants de la ciutat, al igual que suposen ser suport publicitari també actualitzat amb noves tecnologies dins d'aquest sector.

### Tercer.-L'activitat dels quioscos és d'interès general

La distribució de la premsa, està considerada per la Unió Europea com una activitat d'interès general, el que justifica un tractament especial en la seva regulació.

### Quart.- Actual conjuntura econòmica

La situació econòmica per la qual travessa el sector i que molt possiblement té caràcter estructural.

### Cinquè.- L'Ajuntament de Barcelona vol potenciar les activitats i serveis dels quioscos de premsa a la ciutat.

Com a conseqüència de l'anteriorment esmentat, l'Ajuntament de Barcelona entén que aquestes variants es poden combinar per potenciar i

renovar les activitats dels quioscos de premsa a la nostra ciutat, adaptant-les a les noves realitats i demandes, actualitzant les possibilitats que les noves tecnologies ofereixen en aquest àmbit i fent econòmicament viable les seves activitats durant els propers anys.

## **2 . La localització de les compres dels diaris a la ciutat: l'actual xarxa de quioscos de premsa a Barcelona**

### 2.1. L'ubicació dels quioscos de premsa.

La premsa escrita, especialment els diaris, és el producte més perible de tots els que tenen un consum generalitzat entre la població, per sobre òbviament de determinats productes alimentaris que poden sotmetre's a tècniques de conservació, cosa que els hi està vedada als diaris.

Les pautes de compra de la premsa escrita, expressen determinats comportaments que tenen especial incidència en el format dels punts de venda i la seva localització a l'espai.

- La premsa escrita es compra majoritàriament en punts de venda propers als domicilis. Així passa en un 67% de les compres fetes entre setmana (de dilluns a divendres) i en un 83% de les compres fetes durant el cap de setmana. Cal tenir present que un 11% de les compres de premsa escrita es fan en el trajecte entre el domicili i el lloc de feina.
- La premsa escrita es compra en un 50% en quioscos i en un 30% en llibreries i papereries.

Aquests comportaments, pressuposen la necessitat de la capil·laritat de la xarxa de distribució, és a dir, de la màxima difusió dels punts de venda sobre el territori on viuen els consumidors, és a dir, a la ciutat, sobre la totalitat dels barris, i especialment en localitzacions properes als domicilis.

El nombre de quioscos a Barcelona en aquests moments és de 406 si bé no tots ells estan operatius (aproximadament un 12,5% dels quioscos estan tancats).

El nombre total de punts de venda de premsa escrita a la ciutat de Barcelona és de 644. Això suposa que els quioscos representen un 63% dels punts de venda de premsa a la ciutat.

La distribució de quioscos a la ciutat de Barcelona, s'expressa en la taula següent:

	<b>N. QUIOSCOS</b>
<b>Ciutat Vella</b>	<b>46</b>
<b>Eixample</b>	<b>135</b>
<b>Sants - Montjuïc</b>	<b>29</b>
<b>Les Corts</b>	<b>17</b>
<b>Sarrià - Sant Gervasi</b>	<b>20</b>
<b>Gràcia</b>	<b>29</b>
<b>Horta - Guinarda</b>	<b>19</b>
<b>Nou Barris</b>	<b>33</b>
<b>Sant Andreu</b>	<b>29</b>
<b>Sant Martí</b>	<b>49</b>
<b>Total Barcelona</b>	<b>406</b>

Si bé aquesta distribució territorial pot mostrar una certa contradicció amb els hàbits de compra dels diaris ( més a prop del domicili, quan sortim de casa i no quan arribem a la feina o bé com ha resultat d'haver-nos desplaçat a llocs centrals), cal valorar l'adaptació de l'actual xarxa de quioscos de premsa als esmentats hàbits en quant la majoria de quioscos tancats estan ubicats a àrees centrals no turístiques a la vegada que es manté a l'alça la valoració dels negocis (expressada en termes de valoració dels traspassos) en les àrees residencials.

## 2.2. Horaris d'obertura

Una de les característiques importants de la distribució de la premsa escrita, fa referència als horaris:

- Per un costat, el moment de la compra de diaris al sortir del domicili per dirigir-se cap a la feina, aprofitant el temps de desplaçament, en especial en transport públic, per a la seva lectura. Això suposa que una part molt important de la premsa diària escrita es compra abans de les 9 del matí.
- El fenomen específic del cap de setmana: part important dels compradors de l'ordre del 48% compren durant els caps de setmana i un 38% del total només compren en cap de setmana. Això comporta una dificultat afegida en la distribució de la premsa escrita al no poder-se acollir a xarxes comercials convencionals que normativament tenen prohibida l'obertura en diumenge<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> La normativa d'horaris comercials permet l'obertura en diumenges dels establiments dedicats essencialment a la venda premsa, no dels establiments que venen premsa de forma complementària.

### 2.3. Manteniment de la xarxa de quioscos de premsa

És per les raons esmentades, de difusió sobre teixit de la ciutat, la seva capacitat de penetració capil·lar i l'adequació dels seus horaris, que cal mantenir i defensar que la xarxa de quioscos és la millor garantia per tal d'assegurar el servei als consumidors, protegint el seu dret a la diversitat de premsa, en front d'altres mecanismes de difusió que poden estar directament controlats només per un editor el que suposaria una trava al manteniment d'aquesta diversitat.

## **3 . La distribució de premsa: activitat d'interès general.**

El Tribunal de Justícia de la Unió Europea ha anat desplegant el concepte de raons d'interès general en la seva diversa jurisprudència relativa als articles 43 i 49 dels tractats fundacionals.

El concepte de "raons d'interès general" té especial significació en el cas que ens ocupa, en la mesura en que determinades actuacions administratives que es projecten sobre les activitats econòmiques, la llibertat d'empresa i establiment i el suport públic a les mateixes, cal que siguin justificades precisament per raons d'interès general.

La Directiva Europea relativa als Serveis en el Mercat Interior (Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell de 12 de desembre de 2006) s'ocupa, en la seva consideració número 40, del concepte de "raons imperioses d'interès general".

D'aquesta consideració, ens cal retenir els conceptes de "*protecció dels destinataris dels serveis*", "*protecció del consumidor*", "*els objectius de política cultural inclosa la salvaguarda de la llibertat d'expressió...*", "*el manteniment de la diversitat de la premsa*".

En resum la Unió Europea i les seves institucions jurisdiccionals, invoquen la defensa de la llibertat d'expressió i la necessitat de preservar la diversitat de la premsa com qüestions d'interès general que justifiquen la intervenció de les administracions públiques.

Aquestes qüestions tenen expressions concretes que les vinculen, que van des de la estructura empresarial dels editors fins els mecanismes que assegurin una bona distribució de la premsa arreu dels territoris en els que viuen els seus potencials lectors, i per tant consumidors.

#### 4 . Situació econòmica del sector

La distribució i difusió de la premsa està condicionada, en aquests moments arreu del país, però especialment a la ciutat de Barcelona, per la situació econòmica del sector.

La situació econòmica del sector de la distribució final i venda de la premsa escrita està determinada per un conjunt de factors entre els que es poden destacar:

- a) Caiguda important del mercat publicitari, en aquest cas com a conseqüència de la crisi global. Caiguda dels ingressos tant per una disminució de les insercions com per un reajustament de les tarifes.
- b) Generalització del concepte de gratuïtat, no tant per efecte de la premsa escrita gratuïta (que també acusa els efectes de la crisi), sinó com a conseqüència de la disponibilitat d'accés a la informació, puntual, instantània i sense cost, a través d'internet.
- c) Unes estructures de distribució final anquilosades en el temps i que no han evolucionat al ritme que ho ha fet la comercialització d'altres tipus de productes. Això ha originat grans diferències de productivitat i remuneració entre el sector de distribució final de la premsa escrita i la d'altres productes comercials.
- d) Canvis en els hàbits socials que comporten canvis en la forma d'adquisició de la premsa: les pautes residencials, els mitjans de transport de domicili a lloc de feina, la distribució de la jornada laboral, la generalització dels àpats fora de la llar, etc.
- e) Finalment la desaparició de punts de venda tradicional en forma de quioscos, tal i com es descriu en el següent apartat.

Aquesta situació de precarietat econòmica ha començat a esdevenir estructural, com ho demostra el fet de la pèrdua de punts de venda de premsa, que comença a manifestar-se l'any 2004, abans doncs de la crisi.

Entre l'any 2004 i 2008, la pèrdua de punts de venda de la premsa escrita a tota Catalunya ha estat del 14,3% dels establiments, situació encara més greu a la ciutat de Barcelona, on la pèrdua de punts de venda (de tot tipus), ha arribat al 21,7%.

## **5 . El futur dels quioscos de premsa: un nou model**

### 5.1. Situació crítica de l'actual xarxa

La pervivència de la xarxa de distribució de premsa escrita, en el format dels quioscos difosos capil·larment pel conjunt dels barris de la ciutat, corre perill per les circumstàncies econòmiques del sector que s'han posat de manifest anteriorment.

La remuneració molt baixa dels titulars i treballadors dels quioscos és un motiu evident del tancament progressiu dels punts de venda, entre altres coses, pel que suposen les pròpies condicions de treball, que en major o menor mesura atempten fins i tot a la pròpia dignificació professional.

El manteniment de la xarxa de quioscos passa per poder augmentar i modernitzar els serveis prestats en aquests espais, el que suposarà un augment dels ingressos dels operadors.

### 5.2. L'Ajuntament de Barcelona vol potenciar les activitats i serveis dels quioscos de premsa a la ciutat

Davant la situació descrita, l'equip de govern de l'Ajuntament de Barcelona decideix recolzar, defensar i consolidar l'actual xarxa de quioscos de premsa, únic objectiu de la present mesura de govern. Tal i com s'ha expressat en el present document, l'Ajuntament vol exercir la seva potestat municipal per regular els quioscos de premsa com a elements de mobiliari urbà sobre l'espai públic, amb aquesta voluntat de renovar les seves activitats i serveis en defensa de l'integrés general que suposa la distribució de premsa.

### 5.3. Nous serveis i continguts

El marc general d'aquesta nova regulació del quiosc de premsa pels propers anys està orientat a incorporar nous serveis lligats a les tecnologies d'informació i comunicació (TIC), també afegir serveis públics orientats a l'informació i atenció a la ciutadania i incloure nous productes. Serà també altament rellevant la posada al dia de nous sistemes publicitaris dins els quioscos de premsa, també fent servir noves tecnologies aplicades a aquest sector, i que sens dubte potenciarà la viabilitat econòmica del nou model.

### 5.4. Ajustar l'estructura física dels quioscos

Per atendre aquestes necessitats, els quioscos mantindran la seva estructura física sense alteracions significants, si bé s'hauran de fer



determinats ajustos que permetin una millor ergonomia per a les persones que hi han de treballar, a més d'incorporar els nous requisits de les noves tecnologies que s'aplicaran per desenvolupar els nous serveis.

#### 5.5. Viabilitat econòmica del nou model de quiosc

D'una banda, aquest nou model de quiosc ha de permetre dignificar la professió i augmentar els ingressos dels quioscos de premsa mitjançant la prestació de més serveis remunerats així com incrementant qualitativament els seus serveis publicitaris.

D'altra banda, com ja s'ha dit, caldrà fer modificacions físiques als actuals models que requeriran inversions que exigiran que la seva amortització pugui estendre's en el temps més enllà dels terminis que comporten les autoritzacions actuals.

La conjugació d'aquestes inversions contra els ingressos perceptibles pels nous serveis dels quioscos han de fer assumibles aquests canvis pel nou model i la seva viabilitat econòmica en la seva explotació durant els propers anys.

## **6 . Aspectes estratègics de la Mesura de govern: el quiosc de premsa del segle XXI**

A continuació assenyalarem els aspectes d'especial significació que s'aborden amb aquesta Mesura i amb la nova regulació dels quioscos de premsa:

### 6.1. Noves tecnologies als quioscos

- Terminals per adquirir targetes de transports, entrades de cinema i teatre, per escanejar documents i imprimir diaris o revistes digitals.
- Elements de suport de serveis de telefonia, Wifi, bluetooth i anàlegs.

### 6.2. Nou sistema d'informació i tràmits en autoservei; Quiosc Punt Barcelona.

En el marc de noves mesures aprovades per l'Ajuntament de Barcelona per millorar l'atenció i relació amb la ciutadania i, en concret, dins la implementació dels nous punts d'informació i tràmits municipals "Punt Barcelona" que es col·locaran durant l'any 2010 a espais municipals,

privats i vinculats al sector del transport públic, també els quioscos de premsa tindran incorporats aquest servei públic que permetria realitzar tràmits, conèixer i consultar l'agenda cultural a la ciutat i als barris, i tenir informació sobre transport públic.

### 6.3. Nou continguts pels quioscos

Sota la premissa de que d'acord amb la normativa vigent, un 80% de la superfície del quiosc ha d'estar destinada a venda de premsa i similars i el 20% pot ser destinat a altres productes autoritzats, els quioscos podran vendre:

- Cd's, Dvd's i anàlegs
- Llibres i postals
- Loteries de la Generalitat
- Recàrregues de mòbils
- Expositors de vendent
- Altres productes derivats d'aplicació de noves tecnologies com diaris i revistes digitals, targetes bus i metro, entrades per cinema i teatre.

### 6.4. Nou sistema de publicitat

Els nous quioscos incorporaran elements novedosos en el mercat com són les pantalles Leds i de plasma que incrementaran qualitativament la publicitat amb combinació de serveis públics i d'informació a la ciutadania.

### 6.5. Nou termini d'autorització

Les actuals llicències es prorrogaran per un període de 20 anys respectant els drets dels actuals quiosquers

### 6.6. Ubicacions dels quioscos

El nou sistema respectarà als actuals quiosquers i la seva ubicació actual amb caràcter general

### 6.7. Adaptacions físiques al quiosc

Per oferir els usos descrits s'hauran de realitzar alguns ajustos a la seva estructura física tal i com es pot veure en la proposta que s'adjunta com Annex 1 .

### 6.8. Horari de funcionament

S'establirà un horari mínim de funcionament de dilluns a divendres i pel caps de setmana.

## **7 . Nou Marc Normatiu**

El conjunt de qüestions esmentades, justificades per l'interès general de protegir el dret dels consumidors i el manteniment de la diversitat de la premsa, requereix un nou marc normatiu que, com a mínim, tingui una projecció en un mig termini raonable, horitzó en el que previsiblement continuï vigent l'actual marc tecnològic de la premsa escrita.

Aquest nou marc pel manteniment de la xarxa de distribució de premsa a Barcelona, fonamentada en els quioscos, s'estableix en funció dels següents elements ja citats:

- Pròrroga de l'actual termini d'autorització per l'ús dels quioscos en els espais públics de la ciutat, i la venda de premsa que garanteixi l'amortització de les inversions per a la nova configuració dels quioscos.
- Modificació física del models de quiosc per incorporar nous elements a les TIC.

Aquest nou marc normatiu s'impulsarà una vegada tractada aquesta Mesura de Govern al Consell Plenari corresponent i s'instrumentarà de la següent manera:

- Obertura d'un procés de renúncia per part dels interessats de les actuals llicències a la vegada que es demana la pròrroga pel nou termini de 20 anys.
- Aprovació pels òrgans de govern pertinents de les noves bases reguladores que contemplin el nou model.
- Tramitació als òrgans de govern pertinents de la nova contracta de publicitat amb els principals criteris:
  - o Les entitats que representin als quiosquers podran participar a la taula de contractació.
  - o L'Ajuntament vetllarà pel repartiment dels corresponents ingressos entre els venedors dels quioscos si bé atenent que una part d'aquests ingressos serveixin per l'amortització de les modificacions físiques sobre els actuals quioscos i també siguin destinats a l'aplicació de les noves tecnologies.

## **. Pla d'implementació**

El nou model de quiosc s'implementarà en una primera fase en els 11 quioscos de La Rambla. L'acord obtingut amb l'entitat representant d'aquest col·lectiu ens permet plantejar un escenari en que a mitjans de 2010 estigui ja en marxa el nou model en aquests quioscos. S'adjunta d'Annex numero 2, plànol amb les ubicacions.

Una vegada culminada aquesta primera fase el nou model s'extindrà a la resta de quioscs per assolir-lo abans de finalitzar les autoritzacions vigents o en el moment de la finalització de les mateixes el 31 de desembre de 2011.

Barcelona, 5 de Febrer de 2010