

# Pla de comerç del districte de l'Eixample 2014-2017

Versió 6.0

**Document final**

B  
BC  
BN



# ÍNDEX

<b>1</b>	<b>Presentació.....</b>	<b>4</b>
1.1	Introducció .....	4
1.2	Descripció del procés .....	5
<b>2</b>	<b>Caracterització del districte .....</b>	<b>7</b>
2.1	Perfil socioeconòmic del districte .....	7
2.2	L'oferta comercial al districte.....	12
2.3	Actius del districte amb sinèrgies amb el comerç.....	24
2.4	Transports .....	45
2.5	La demanda a la ciutat de Barcelona i al districte.....	49
<b>3</b>	<b>Diagnòstic comercial del districte .....</b>	<b>54</b>
3.1	Resultats del primer Focus Grup del sector comercial.....	54
3.2	Resultats del segon Focus Grup sobre sinèrgies comerç-turisme-hoteleria-restauració	57
3.3	DAFO.....	60
3.4	Conclusions.....	64
<b>4</b>	<b>Model comercial del districte .....</b>	<b>68</b>
4.1	Model comercial.....	68
4.2	Definició dels objectius i prioritats.....	68
4.3	Programes d'actuació.....	69
<b>5</b>	<b>Pla d'actuacions .....</b>	<b>72</b>
5.1	Programa A. Governança del districte en comerç.....	72
5.2	Programa B. Comunicació, dinamització i promoció .....	77
5.3	Programa C. Millora de la competitivitat del teixit comercial i l'emprenedoria.....	83
5.5	Programa D. Sinèrgies amb altres sectors.....	88
5.6	Programa E. Innovació, TIC, formació i qualitat .....	90
5.7	Programa F. Integració habitat urbà i comerç.....	93
5.9	Programa G. Participació ciutadana i vessant social .....	94

# 1 Presentació

## 1.1 Introducció

Aquest document presenta la realitat comercial del Districte de L'Eixample, les propostes d'actuació de les polítiques municipals i les iniciatives privades dels comerciants, amb l'objectiu de consensuar i compartir una visió estratègica corresponsable pel comerç de proximitat pels propers anys en l'àmbit del Districte.

Aquest Pla es planteja des d'una visió bàsicament territorial de Districte, d'organització, estratègia i actuacions conjuntes dels establiments de comerç de proximitat organitzat, per tal de garantir i reforçar la pròpia activitat econòmica d'aquest sector i els seus efectes de cohesió dels barris.

Tot i això, també tracta alguns temes des de la perspectiva sectorial de les diferents activitats econòmiques, o inclús d'altres formes de comerç o logística de distribució i consum de productes i serveis, però es considera que les realitats sectorials precisen d'altres planejaments mes específics.

El seu marc de referència es el propi Pla d'actuació Municipal del Districte (PAD) i el Pla d'Impuls i suport al Comerç de Barcelona, presentat al Consell Plenari de l'Ajuntament de Barcelona al juliol del 2013.

Ha rebut el suport de coordinació i metodologia d'elaboració per part de la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona i de Barcelona Activa.

Es un document que pretén sigui d'especial utilitat per les organitzacions de comerciants, i que els hi aportí, una visió global de tots els elements que poden influir en la dinàmica del comerç de L'Eixample 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, es garantia per reforçar la pròpia activitat econòmica d'aquest sector i els seus efectes de cohesió dels barris.

El Pla de Comerç del Districte de L'Eixample 2014-2017, s'estructura en quatre grans blocs:

Al primer, es detallen les dades objectives que caracteritzen el Districte en l'àmbit de la població, l'oferta comercial, els actius amb sinèrgies amb el comerç, la mobilitat de les persones, i la demanda i processos del consum.

Un segon bloc, a on es traslladen els resultats de la participació dels agents del comerç en el procés d'elaboració del Pla de Comerç i es presenten les conclusions amb una diagnosi.

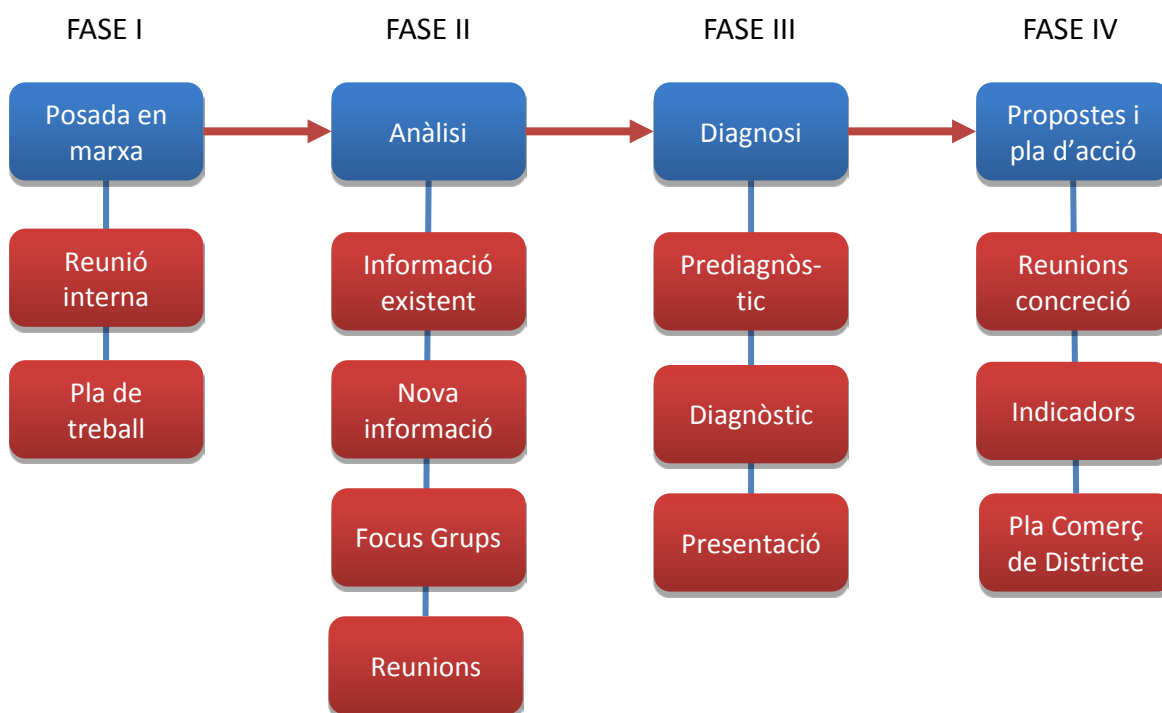
El tercer bloc, defineix el model comercial del Districte i per tant, es concreten els objectius, les línies estratègiques i es concreten els programes d'actuació pels propers anys.

El quart bloc, determina específicament quines són les actuacions ha realitzar per part dels diferents agents, siguin municipals, per part de les pròpies associacions i eixos comercials, o per altres agents implicats.

El Pla de Comerç també incorpora un document i mètode de gestió municipal del pla i de cada una de les actuacions que proposa, i es considera al Consell de Comerç del Districte l'òrgan on es faci el seguiment i la valoració dels resultats.

## 1.2 Descripció del procés

L'elaboració del Pla de Comerç de districte consta d'un esquema de treball de diverses fases seguint l'estructura següent:



FASE I: Posada en marxa, amb una reunió interna del districte i la definició d'un pla de treball.

FASE II: Anàlisi del districte, per fer una caracterització d'aquest a través del perfil socioeconòmic, el perfil comercial, els elements que interaccionen amb el comerç al districte, els transports i l'accessibilitat i la demanda, amb dades i informació procedent de fonts obertes públicament i/o dades aportades pel propi districte. Com a fita destacada d'aquesta fase hi ha el Focus Grup, sessió de treball amb actors molt destacats del sector comercial del districte. S'han celebrat dues sessions de Focus Grup:

- 13 de maig de 2014: Una primera trobada que va reunir als representants de destacades associacions comercials del districte, per tal d'analitzar en profunditat els temes que més afecten al teixit comercial de L'Eixample.
- 4 de juny de 2014: Una segona sessió que va posar en contacte representants del món de l'hoteleria i de les associacions comercials, centrada en la cerca de sinèrgies i possibilitats de col·laboració entre el turisme i el comerç al districte.

Les aportacions del Focus Grup, juntament amb la informació proporcionada per les dades utilitzades en l'anàlisi, permeten elaborar un prediagnòstic del districte.

FASE III: Diagnosi. En aquesta fase es genera el diagnòstic final del districte, amb una anàlisi DAFO i la definició dels reptes a afrontar i del model comercial del districte, amb els objectius i prioritats.

FASE IV: A partir dels elements que componen la diagnosi de la fase anterior, es defineixen els programes d'actuació corresponents, per definir posteriorment les mesures que componen el Pla d'Acció, culminant així aquesta fase i el Pla de Comerç de districte.

En l'elaboració d'aquest Pla s'han realitzat diverses reunions en les quals hi han participat 44 persones, assolint així l'objectiu fixat pel que fa a nivell de participació.

## 2 Caracterització del districte

### 2.1 Perfil socioeconòmic del districte

#### 2.1.1 Població i renda

El districte de l'Eixample és el que concentra una major població, amb 264.780 habitants que representen un 16,4% del conjunt de ciutadans de Barcelona. No obstant això, des de l'any 1991 ha experimentat una certa reducció demogràfica (-3,5%), per sobre de la mitjana de la ciutat (-1,9%). El decrement poblacional a l'Eixample segueix una distribució similar al conjunt de la ciutat, i, per tant, el segment de la població jove és el que més s'ha reduït (-41,0%), incrementant-se per contra la població adulta (+10,3%), que és de fet l'únic grup de població en creixement al districte.

L'Eixample destaca també per ser el districte amb una major densitat de població de tota la ciutat (35.556 hab/km<sup>2</sup>), suposant gairebé el doble de la densitat de població del conjunt de Barcelona (15.867 hab/km<sup>2</sup>).

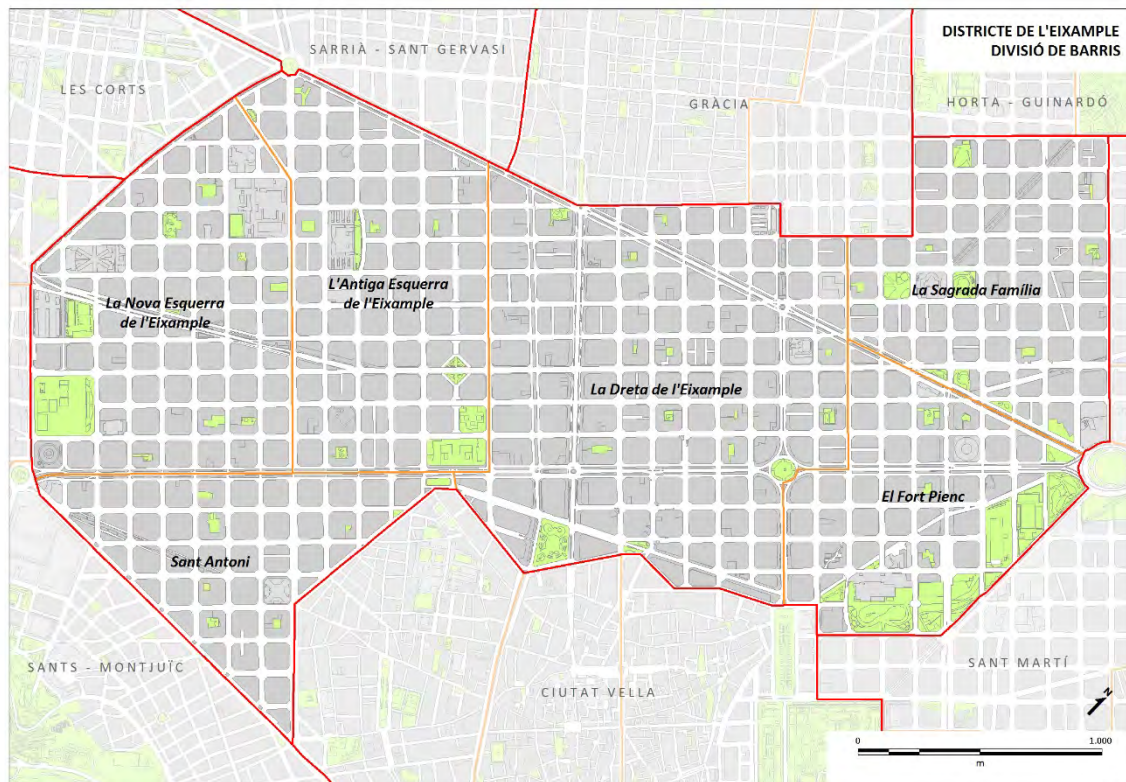
Els paràmetres descriptors de la renda del districte el situen per sobre de la mitjana de Barcelona. Això s'observa tant pel que fa a l'índex de renda disponible per càpita (110,6), que és lleugerament superior al nivell de base de la ciutat (100), com en la taxa d'atur de registrada el passat mes de desembre de 2013, situada en el 11,7% a l'Eixample respecte el 14,0% de l'atur registrat a la ciutat.

<b>POBLACIÓ</b> (Font: Estadística BCN)	<b>BARCELONA</b>	<b>EIXAMPLE</b>
Població total / evolució 1991-2013	1.611.822 / -1,9%	264.780 (16,4% de Barcelona) / -3,5%
Nens (0-14 anys) / evolució 1991-2013	199.278 / -15,9%	28.558 (14,3% de Barcelona) / -16,9%
Joves (15-24 anys) / evolució 1991-2013	142.025 / -44,5%	22.160 (15,6% de Barcelona) / -41,0%
Adults (25-64 anys) / evolució 1991-2013	929.800 / +7,5%	155.809 (16,8% de Barcelona) / +10,3%
Gent gran (65 i més anys) / evolució 1991-2013	340.719 / +19,3%	58.253 (17,1% de Barcelona) / -4,5%
<b>RENDA</b> (Font: Estadística BCN)		
Índex renda disponible per càpita	100 (base)	110,6
Taxa d'atur registrat (desembre 2013)	14,0%	11,7% (estimació)
<b>LLARS</b> (Font: Estadística BCN)		
Llars totals	658.999	113.234 (17,2% de Barcelona)
Nombre mig de persones a la llar	2,45	2,34

### 2.1.3 Territori

L'Eixample és districte central de la Barcelona modernista concebuda per Ildefons Cerdà en el seu pla urbanístic de 1860. En destaca especialment el disseny de la seva trama urbana amb illes quadriculades i xamfrans de 45º, que contrasten amb l'entramat d'alguns dels districtes adjacents. Es divideix en 6 barris, tal i com mostra el mapa de la pàgina següent, encara que presenten força continuïtat urbana entre ells.

#### Divisió de barris



- La Sagrada Família: Limita al nord amb el barri d'Horta-Guinardó, amb Sant Martí a l'est, amb el Fort Pienc i la Dreta de l'Eixample a l'oest i amb Gràcia al nord-oest. És un barri establert entorn a la basílica de la Sagrada Família, amb una forta component residencial i de comerç de proximitat, amb una lleugera concentració d'establiments d'equipament personal a les proximitats del mercat de la Sagrada Família.
- El Fort Pienc: Limita al nord amb la Sagrada Família, a l'est i sud-est amb Sant Martí, al sud-oest amb Ciutat Vella i a l'est amb la Dreta de l'Eixample. En aquest barri hi destaca la presència d'establiments de comerç i venda a l'engròs.
- La Dreta de l'Eixample: Limita al nord amb Gràcia i amb una petita part de Sarrià - Sant Gervasi al nord-oest, amb la Sagrada Família i el Fort Pienc a l'est, amb Ciutat Vella al sud i amb l'Esquerra de l'Eixample a l'oest (i parcialment amb Sant Antoni). La Dreta de l'Eixample reuneix una gran concentració d'establiments comercials dedicats a l'equipament personal, destacant l'eix que conformen el Passeig de Gràcia i la Rambla de

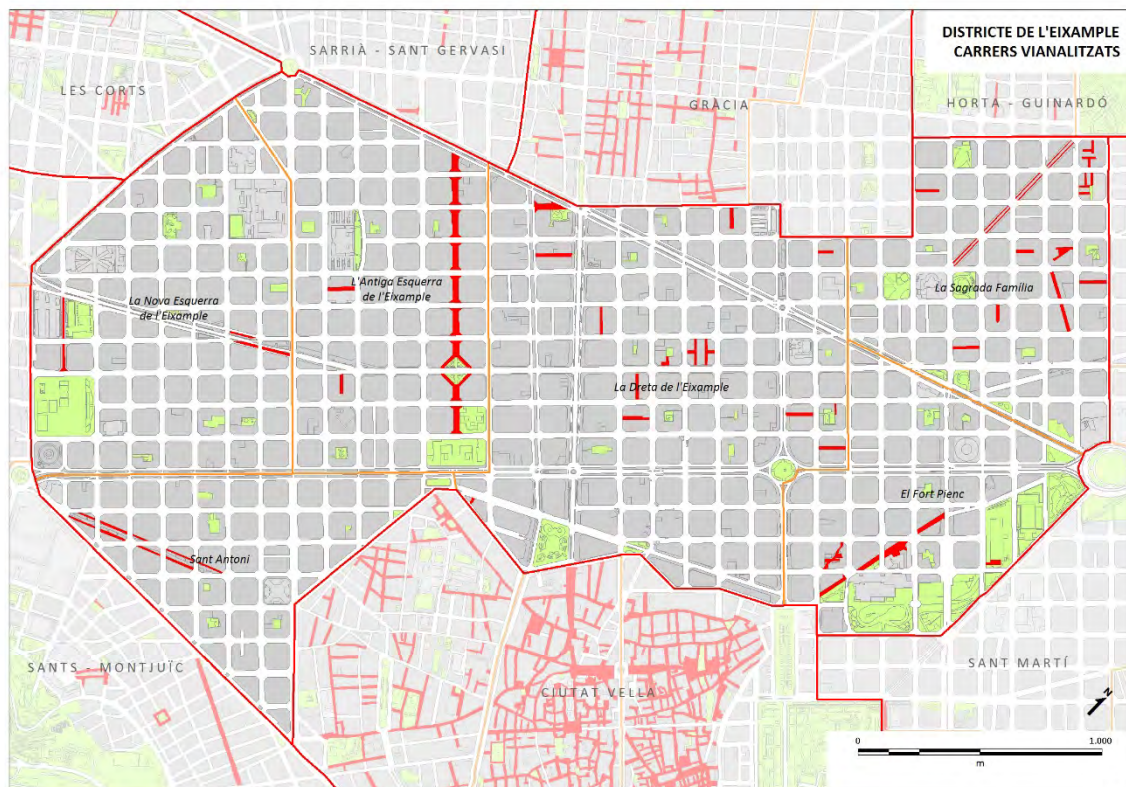


Catalunya, així com la zona més propera a Ciutat Vella (Ronda de Sant Pere). Destaca la baixa densitat d'establiments d'alimentació en algunes zones del barri.

- L'Antiga Esquerra de l'Eixample: Limita al nord amb Sarrià-Sant Gervasi, al nord-est amb Gràcia, a l'est amb la Dreta de l'Eixample, al sud amb Sant Antoni, i a l'oest amb la Nova Esquerra de l'Eixample i amb Les Corts. Hi són abundants els establiments de serveis per a les persones, els d'activitats musicals i els d'oci i cultura.
- La Nova Esquerra de l'Eixample: Limita al nord amb Les Corts, a l'Est amb l'Antiga Esquerra de l'Eixample, al sud amb Sant Antoni, a l'est amb Sants-Montjuic. Hi destaca la concentració d'establiments de serveis per a les persones i una distribució menys homogènia dels establiments d'equipament personal. L'Antiga i la Nova Esquerra de l'Eixample conformen la zona coneguda en el seu conjunt com a Esquerra de l'Eixample.
- Sant Antoni: Limita al nord amb la Nova i l'Antiga Esquerra de l'Eixample, a l'est amb Ciutat Vella (i parcialment amb la Dreta de l'Eixample) i al sud i sud-oest amb Sants – Montjuic. La presència del Mercat de Sant Antoni estructura al seu entorn una major concentració d'establiments d'equipament personal, destacant també al barri la presència d'establiments de telecomunicacions (sobretot a la Ronda de Sant Antoni).

En general l'Eixample es caracteritza per ser un districte força residencial amb una important presència de teixit comercial de proximitat, sobretot als barris de la Sagrada Família i Sant Antoni. A diferència d'altres districtes, la concepció inicial de les illes de l'Eixample es tradueix actualment en una baixa disponibilitat d'espais verds de grans dimensions.

## Carrers vianalitzats 2013

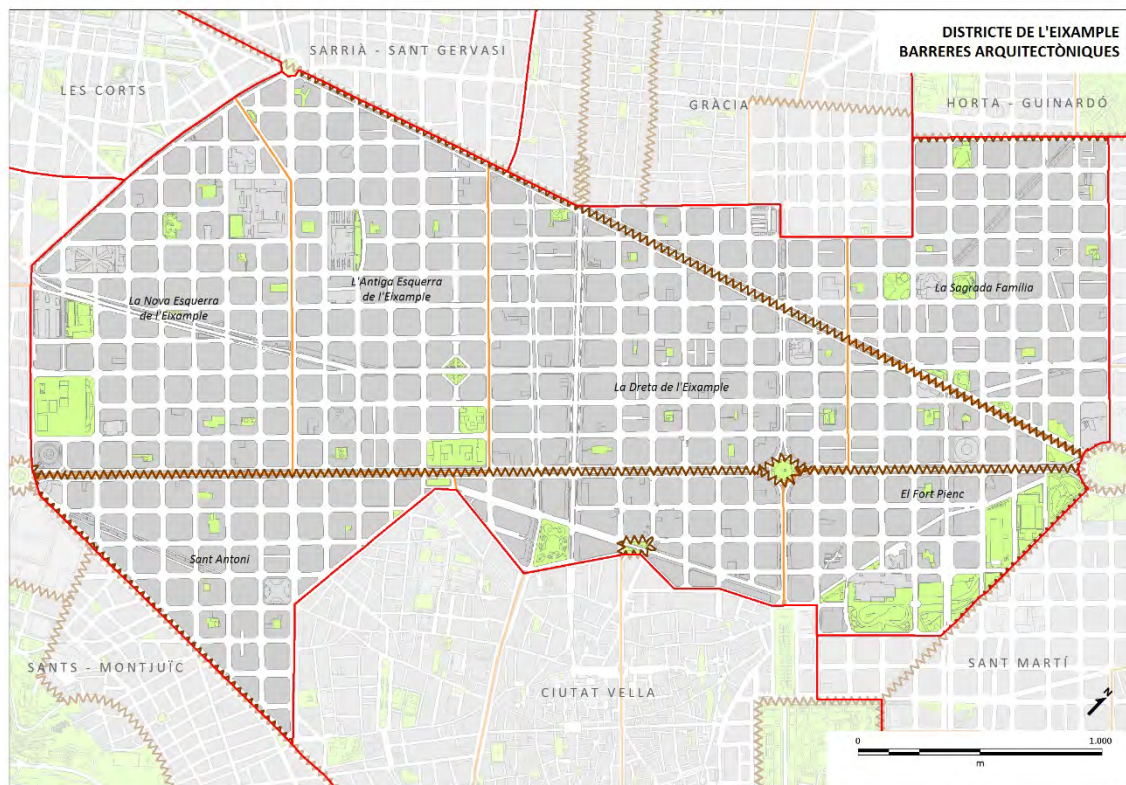


El districte de l'Eixample presenta diversos entorns vianalitzats, alguns dels quals amb una configuració més oberta al comerç:

- Espais pacificats que conformen avingudes amb un pes molt important del comerç de proximitat i del petit comerç de barri, com són el carrer d'Enric Granados, a l'Antiga Esquerra de l'Eixample, l'avinguda Gaudí a la Sagrada Família, l'Avinguda de Roma a la Nova Esquerra de l'Eixample, l'Avinguda Mistral a Sant Antoni o el carrer de Ribes a Fort Pienc.
- Altres espais vianalitzats tenen un menor impacte sobre el teixit comercial, com és el cas dels passatges dins d'algunes de les illes de l'Eixample.

D'altra banda, com a grans avingudes destaca el Passeig de Gràcia, un dels principals eixos comercials de la ciutat amb una marcada orientació associada als establiments d'equipaments per a la persona, sobretot en el cas de grans firmes i franquícies. Aquesta avinguda està immersa actualment en un gran procés de transformació i renovació urbana per millorar l'espai per als vianants.

## Barreres arquitectòniques 2013



Malgrat les continuïtats territorials i urbanístiques entre els barris que integren el districte de l'Eixample, també hi ha barreres urbanístiques i psicològiques que acoten, en certa mesura, l'àmbit de distribució i la mobilitat dels seus habitants:

- L'avinguda Diagonal, que travessa l'Eixample i actua com a barrera respecte a Sarrià – Sant Gervasi al nord, una part de Gràcia i que divideix la part nord de la Dreta de l'Eixample de la resta del barri, així com la part sud del barri de la Sagrada Família fins a enllaçar amb la Plaça de les Glòries. No obstant, les característiques de la Diagonal i la superfície disponible d'ús vianant han permès que aquesta esdevingui també un emplaçament privilegiat per a activitats de comerç al carrer que suposen una bona oportunitat per al comerç del districte (com per exemple la Barcelona Shopping Line).
- De manera transversal, la Gran Via de les Corts Catalanes suposa una barrera que dificulta la permeabilitat entre els barris del nord i del sud del districte en aquest punt, que alhora presenten certes diferències en el seu perfil comercial. Malgrat aquest fet, els vorals de la Gran Via també acullen alguns esdeveniments d'interès per al comerç (pe la Fira de Reis de Sant Tomàs, que acull un gran nombre de parades de joguines i regals) i permeten el passeig dels residents i turistes.
- Algunes places queden aïllades al centre de vies amb una important circulació de vehicles que dificulten la permeabilitat per als vianants, com són la plaça Tetuan a la Gran Via de les Corts Catalanes i la Via Laietana a la Ronda de Sant Pere.
- Finalment, l'avinguda del Paral·lel, actualment en procés de remodelació, suposa el límit sud-oest del districte adjacent a Sants – Montjuïc, mentre que l'avinguda Meridiana separa el barri del Fort Pienc de Sant Martí i també suposa una barrera a la permeabilitat.

## 2.2 L'oferta comercial al districte

### 2.2.1 Característiques generals del comerç

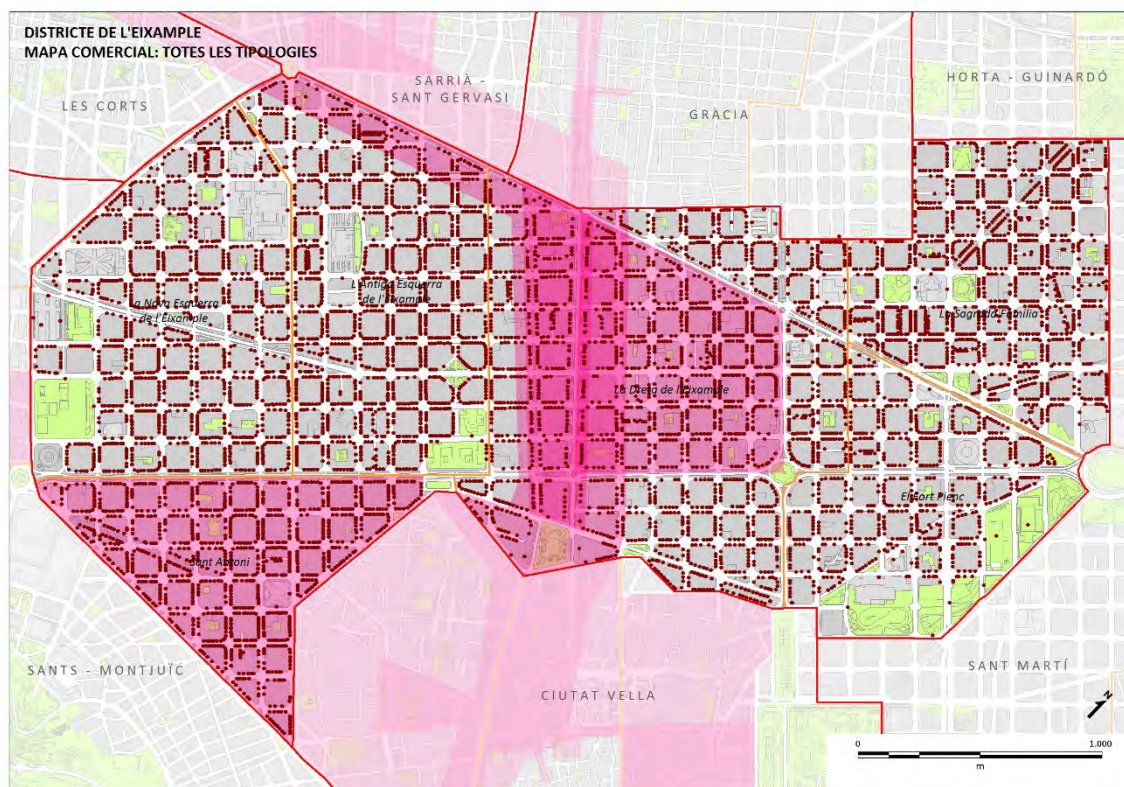
Amb més de 15.000 establiments, l'Eixample reuneix un 24,3% dels total de comerços presents a Barcelona. Cal tenir present que la proporció de comerços respecte als existents a Barcelona és superior a la seva representació poblacional sobre el conjunt de la ciutat (16,4%).

És important destacar que, morfològicament, és un barri amb una alta densitat de locals comercials, molt més alta que altres districtes de la ciutat.

Presenta un mix comercial global força equilibrat, amb una representació més o menys uniforme, situada en un rang amb valors força elevats (entre el 20 i el 27%) dels diferents tipus de comerç (alimentari, tèxtil, calçat, equipament de la llar, llibres, diaris i revistes).

Observant el mapa amb totes les tipologies del comerç al districte es copsa la densitat del seu teixit comercial, amb establiments presents pràcticament a totes les illes de l'Eixample que configuren un dels teixits comercials urbans més densos i continus de tot Barcelona.

#### Mapa comercial: totes les tipologies 2013



Font: Cens 2011 del districte de l'Eixample

Pel que fa a les tipologies principals, la majoria d'establiments corresponen a activitats de restauració (14,34%) i d'equipament personal (11,01%), seguits dels comerços dedicats als serveis per a les persones (6,41%), la decoració de la llar (5,46%) i les oficines i despatxos (4,99%).

<i>Tipologies</i>	<i>Nombre establiments</i>
ACTIVITATS RESTAURACIÓ	2.326
EQUIPAMENT PERSONAL	1.786
SERVEIS A LES PERSONES	1.039
DECORACIÓ DE LA LLAR	886
OFICINES I DESPATXOS	809
OCI I CULTURA	566
OFICINES BANCÀRIES	468
INDÚSTRIA	456
CONSTRUCCIÓ	364
ALIMENTACIÓ I BEGUDES	357
TALLERS REPARACIÓ	334
AUTOSERVEI I SUPERMERCAT	316
DROGUERIA I PERFUMERIA	286
PA, PASTISSERIA I APERITIUS	279
XARCUTERIA, OUS, CARNS I AUS	266
AUTOMOCIÓ	263
TELECOMUNICACIONS	258
SERVEIS DOCENTS	245
GARATGES I RENTAT	242
FARMÀCIES	203
SERVEIS SANITARIS	203
FRUITA I VERDURA	189
MAGATZEMS I VENDA ENGRÒS	176
BASAR	153
ACTIVITATS MUSICALS	144
BUGADERIES	128
SERVEIS RESIDENCIALS	121
PEIX I MARISC	96
ASSOCIACIONS I AGRUPACIONS	70
ESTABLIMENT COMERCIAL MITJÀ I GRAN	62
SERVEIS ADMINISTRACIÓ	57
SERVEIS RELIGIOSOS	52
MAQUINÀRIA INDUSTRIAL	50
ACTIVITATS CULTURALS I ESPORTIVES	49
FOTOGRAFIA, CINE I SO	47
ACTIVITATS CREACIO ARTISTIQUES I	41
ESPECTACLES	41
SERVEIS SOCIALS	41
ACTIVITATS JOCS ATZAR I RECREATIUS	27
INSTAL·LACIONS	27
LLOGUER VEHICLES	10
BENZINERES	8
TALLER ARTESANAL	7
ACTIVITATS CULTURALS I SOCIALS	1
ALTRES	255
<b>TOTAL</b>	<b>13.763</b>

El comerç a l'Eixample té una antiguitat (15,9 anys) menor a la mitjana de Barcelona (18 anys) i en un format de botiga de majors dimensions (103,3 m<sup>2</sup>) que la mitjana de la ciutat (84,7 m<sup>2</sup>), com a resultat també de la configuració urbanística de les illes de l'Eixample.

L'evolució dels negocis al districte és en general positiva en comparació amb les dades agregades per a la ciutat, fet observable a través d'alguns indicadors situats per sobre de la mitjana, com són l'índex de satisfacció per l'evolució del negoci (2,4) o el percentatge d'establiments que han incrementat el seu negoci entre 2010 i 2011 (10,3%). En aquest sentit les expectatives de creixement dels establiments del barri (23,0%) són lleugerament més positives que a la ciutat (22,4%).

<b>CARACTERISTIQUES</b> (Font: Enquesta activitat comercial)		
Antiguitat	18 anys	15,9 anys
Associats	42,6%	44,3%
Superfície mitjana	84,7m <sup>2</sup>	103,3m <sup>2</sup>
TIC	58,6%	64,0%
Nombre treballadors	2,6	2,8
<b>EVOLUCIÓ DEL NEGOCI</b> (Font: Enquesta activitat comercial)		
Índex satisfacció evolució del negoci	2,3	2,4
% establiments han incrementat negoci en 2010-2011	7,3%	10,3%
% creixement estimat (els que creixen)	20,9%	19,5%
% disminució de negoci estimat (els que decreixen)	35,5%	34,9%
<b>EXPECTATIVES</b> (Font: Enquesta activitat comercial)		
% establiments expectatives positives de creixement	22,4%	23,0%
% establiments expectatives contractar personal nou	5,1%	5,1%

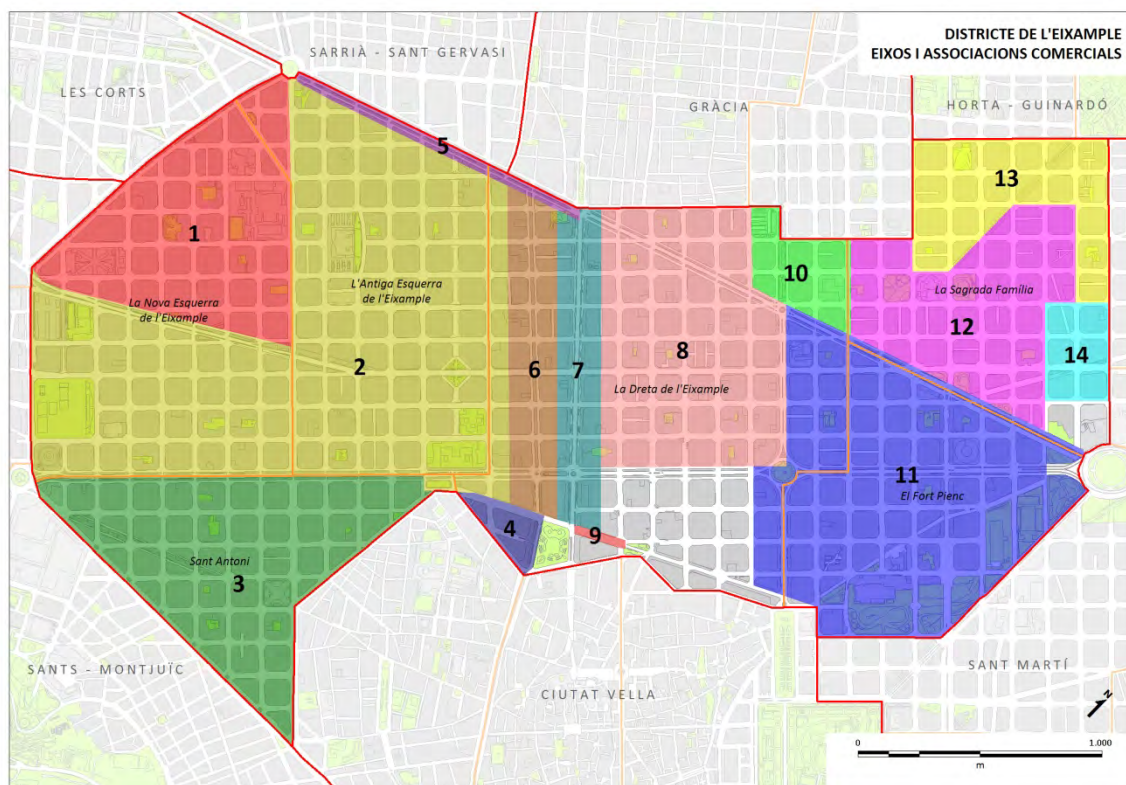
## 2.2.2 Associacionisme comercial

A l'Eixample hi ha 14 eixos / associacions comercials:

### Associacions i eixos comercials 2013

- 1 – Eix Comercial Nou Eixample
- 2 – Gran Eixample
- 3 – Sant Antoni Comerç
- 4 – Associació Pelai Centre
- 5 – Associació Diagonal Centre
- 6 – Associació Rambla Catalunya i Travessers
- 7 – Associació Amics del Passeig de Gràcia
- 8 – Associació de Comerciants i Professionals Coreixample
- 9 – Agrupació de Comerciants i Industrials de Ronda Sant Pere
- 10 – Eix Comercial Passeig de Sant Joan
- 11 – Associació de Comerciants Eix Fort Pienc
- 12 – Eix Comercial Sagrada Família-Gaudí
- 13 – Gaudí Comerç
- 14 – Associació de Comerciants dels Encants Nous

Font: Informe de creació de xarxes amb el teixit associatiu de l'Eixample



Cal citar, a més a més, el Barcelona Shopping Line al llarg de Passeig de Gràcia i Diagonal fins Francesc Macià (6+5), que forma part també dels districtes de Les Corts, Sarrià – Sant Gervasi, Gràcia i Ciutat Vella (en la seva extensió a Portal de l'Angel).

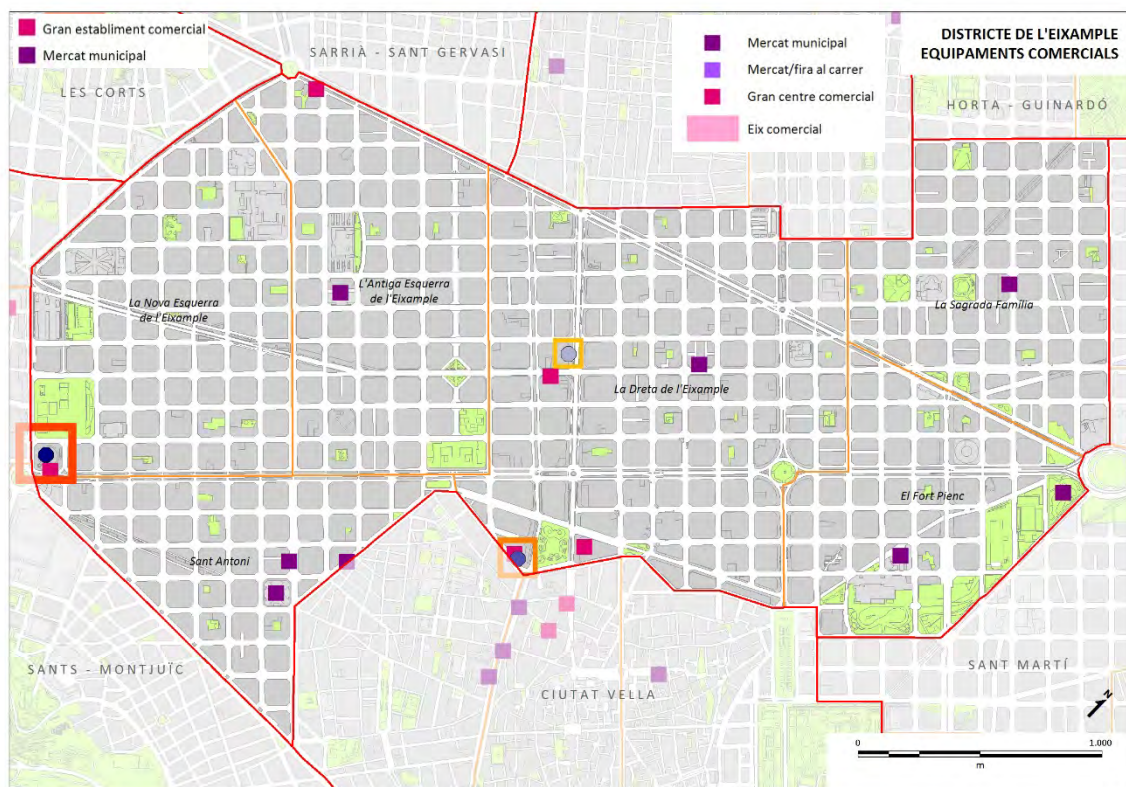
### 2.2.3 Equipaments comercials

L'Eixample presenta diverses zones d'equipaments comercials singulars situats als 6 barris, al llarg de la gran extensió que avarca aquest districte.

Per una banda, les zones comercials entorn als 6 mercats municipals:

- Barri de la Sagrada Família: Mercat de la Sagrada Família, amb una oferta consolidada.
- Barri del Fort Pienc: Mercat de Fort Pienc i Mercat dels Encants Nous, aquest darrer recentment remodelat en el marc del projecte de renovació de la Plaça de les Glòries.
- La Dreta de l'Eixample: Mercat de la Concepció.
- L'Antiga Esquerra de l'Eixample: Mercat del Ninot, actualment en procés de remodelació.
- Sant Antoni: Mercat de Sant Antoni, actualment també en procés de remodelació, que compta també amb un mercat d'encants i un mercat dominical.

#### Equipaments comercials 2013



#### Mercats municipals 2013

Mercat de la Concepció	C. Aragó, 311 bis
Mercat de la Sagrada Família	C. Padilla, 255
Mercat de Sant Antoni (amb Mercat Dominical i dels Encants)	Rda. Sant Antoni, 18
Mercat del Fort Pienc	Pl. Fort Pienc, 3
Mercat del Ninot	C. Casanova, 160
Mercat dels Encants Nous	Av. Meridiana, 69

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013



D'altra banda, les zones entorn als grans 3 centres comercials amb que compta el districte:

- Las Arenas: Aquest gran centre comercial de gran superfície ha obert darrerament les seves portes a l'antiga plaça de braus del mateix nom, a través d'una important remodelació arquitectònica de l'espai incloent la construcció de 112 locals, multicinemes, un gimnàs i unes 1.750 places d'aparcament. Hi destaca la presència de grans establiments comercials com la botiga FNAC.
- Bulevard Rosa: Amb una certa antiguitat, aquest centre comercial es troba situat al Passeig de Gràcia, i reuneix un bon nombre d'establiments (93) amb una major densitat, i també compta amb 800 places d'aparcament.
- El Triangle: Aquest centre compta amb un menor nombre de botigues (21) i una major superfície, destacant-hi la presència de grans establiments comercials com la botiga FNAC. Compta amb 293 places d'aparcament. La seva situació cèntrica dota aquest espai d'una gran activitat comercial.

### Centres comercials 2013

<i>Nom del centre</i>	<i>Promotor</i>	<i>Any d'obertura</i>	<i>Superfície bruta lloguer (m<sup>2</sup>)</i>	<i>Nombre de botigues</i>	<i>Places d'aparcament</i>
Arenas	Metrovacesa	2011	31.000	112	1.750
Bulevard Rosa	Manufacturas Balmes Vives	1978	5.163	93	800
El Triangle	Stim Batir España	1998	14.129	21	293

Font: Anuari Econòmic d'Espanya. La Caixa, 2013

### Grans establiments comercials 2013

Botiga FNAC - Arenas de Barcelona	G.V. Corts Catalanes, 373-385
El Corte Inglés - Pl. Catalunya	Pl. Catalunya, 14
El Corte Inglés - Pl. Francesc Macià	Av. Diagonal, 471-473
Servei Estació	C. Aragó, 270

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

Completen l'oferta de grans establiments comercials del districte el Servei Estació, establiment multiproducte i de serveis relacionats amb bricolatge i decoració, i les dues botigues d'El Corte Inglés situades als punts neuràlgics com són la Plaça Catalunya i la Plaça Francesc Macià.

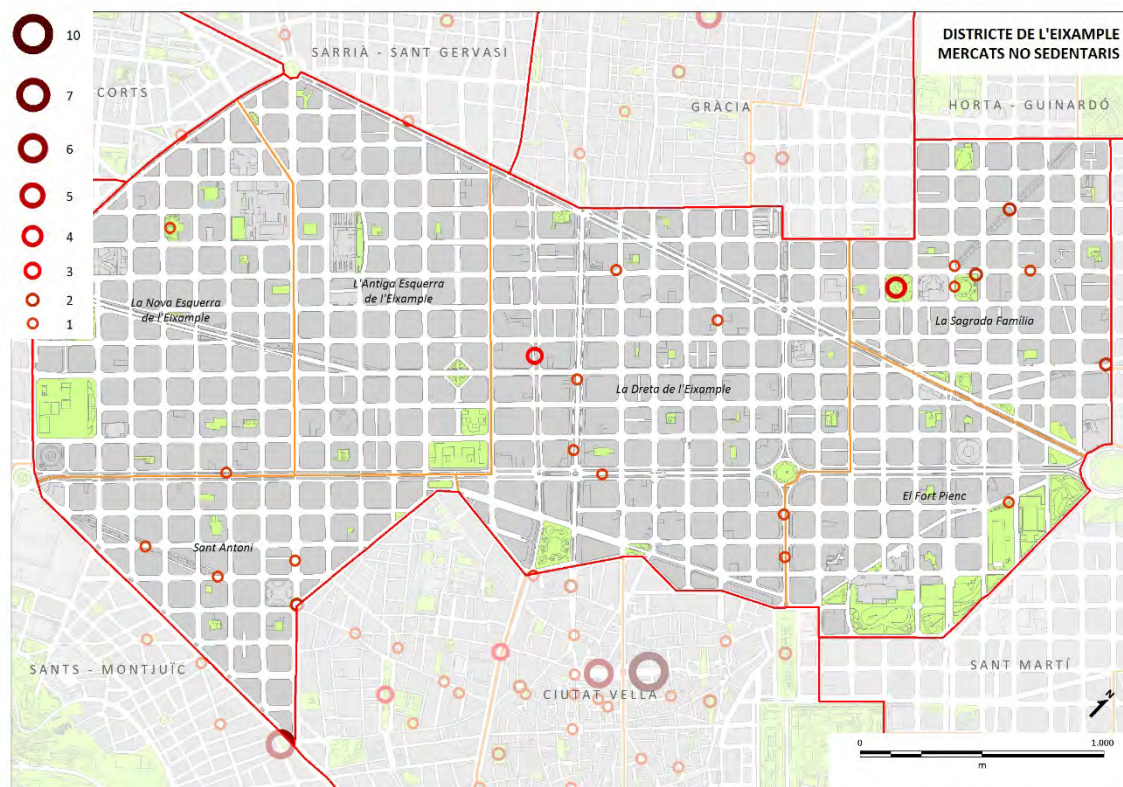
## 2.2.4 Mercats de venda no sedentària

L'Eixample és un districte amb una gran activitat de mercats de venda no sedentària, fet que s'exemplifica amb les dades de l'any 2013, en el qual hi van tenir lloc fins a 18 mostres de comerç o productes i 19 fires i mercats.

Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Tipus de producte	Barri	Localització	Periodicitat
<i>Mostres de comerç i productes 2013</i>					
FIRANTONI. Vine a menjar la vedella de Sant Antoni (previsió de nova activitat)	Mostra comerç carrer	Alimentari	Sant Antoni	Voltants Mercat Sant Antoni	Anual
Mostra de Comerç i Entitats al Carrer 2013	Mostra comerç carrer	Producte nou	La nova esquerra de l'eixample	Jardins Montserrat (Còrsega-Rocafort-Rosselló)	Anual
Street Market	Mostra comerç carrer	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Gran Via entre Pg Gràcia i Pau Claris	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de barri)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Av Gaudí	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de barri)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Aragó-Dos de Maig	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de barri)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Provença entre Padilla i Marina	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de tardor)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Av Gaudí	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de tardor)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Aragó-Dos de Maig	Anual
Mostra de Comerç (en el marc de la festa major de tardor)	Mostra comerç carrer	Producte nou	Sagrada Família	Provença entre Padilla i Marina	Anual
Shopping Night	Mostra comerç carrer	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Pg Gràcia entre Diagonal i Plaça Catalunya	Anual
Passarel·la de moda BCN	Mostra producte/serveis	Promocional	Sant Antoni	carrer Urgell entre Tamarit i Floridablanca	Anual
Tapes a Sant Antoni (previsió de nova activitat)	Mostra producte/serveis	Alimentari	Sant Antoni	Barri de Sant Antoni	Anual
Recapte d'Aliments i Escudella Solidària	Mostra producte/serveis	Alimentari	Sant Antoni	carrer Urgell / Ronda Sant Antoni	Anual
Sagrada Família és Moda	Mostra producte/serveis	Promocional	Sagrada Família	C/ Provença entre Padilla i Los Castillejos	Anual
Fira de les arts escèniques	Mostra producte/serveis	Promocional	Fort Pienc	C/ Padilla /Ribes ( Davant de l'Auditori)	Anual
FIRA DE LA SALUT	Mostra producte/serveis	Producte nou	Fort Pienc	Passeig de Sant Joan entre Gran Via i Ausiàs Marc	Anual
FIRA del còmic	Mostra producte/serveis	Producte nou	Fort Pienc	Passeig de Sant Joan entre Ali Bei i Ausiàs Marc	Anual
Desfilada Pedrera	Mostra producte/serveis	Promocional	Dreta de l'Eixample	Provença 275	Anual
<i>Tradicionals i periòdics 2013</i>					
Venda no sedentària Pça Gaudí-Marina	Mercat periòdic	Producte nou	Sagrada Família	Marina/PI Gaudí	Diària
Venda no sedentària Sagrada Família	Mercat periòdic	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Mensual
Llibre antic i modern Pg Gràcia	Mercat periòdic	Segona mà	Dreta de l'Eixample	Pg Gràcia entre PI Catalunya i Consell de Cent	Anual
Atraccions Av Mistral (Només per festa major)	Mercat Puntual	Producte nou	Sant Antoni	Av Mistral 40	Anual
Alimentació Av Gaudí/Provença	Mercat Puntual	Alimentari	Sagrada Família	Av Gaudí/Provença	Anual

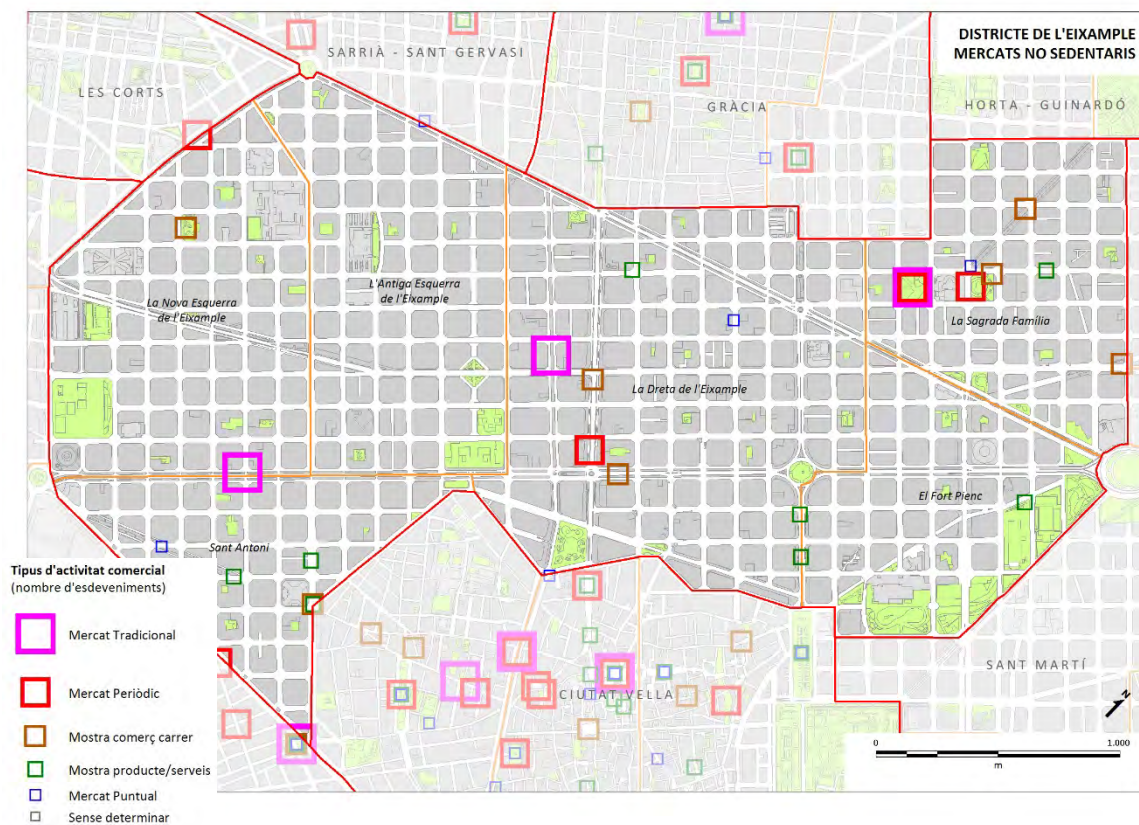
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Tipus de producte	Barri	Localització	Periodicitat
Fira Modernista (En el marc de la Festa Major)	Mercat Puntual	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Girona entre Aragó i Av Diagonal	Anual
Rams Rbla Catalunya	Mercat tradicional	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Rambla Catalunya	Anual
Rams Sagrada Família	Mercat tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
Reis Gran Via (joguines, regals, artesanía i casetes)	Mercat tradicional	Producte nou	La nova esquerra de l'eixample	Gran Via entre Muntaner i Rocafort	Anual
Reis Gran Via (joguines, regals, artesanía i casetes)	Mercat tradicional	Producte nou	La nova esquerra de l'eixample	Gran Via entre Muntaner i Rocafort	Anual
Reis Gran Via (joguines, regals, artesanía i casetes)	Mercat tradicional	Producte nou	La nova esquerra de l'eixample	Gran Via entre Muntaner i Rocafort	Anual
Reis Gran Via (joguines, regals, artesanía i casetes)	Mercat tradicional	Producte nou	La nova esquerra de l'eixample	Gran Via entre Muntaner i Rocafort	Anual
Nadal Sagrada Família (regals, pessebres, estands i verd)	Mercat Tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
Nadal Sagrada Família (regals, pessebres, estands i verd)	Mercat Tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
Nadal Sagrada Família (regals, pessebres, estands i verd)	Mercat Tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
Nadal Sagrada Família (regals, pessebres, estands i verd)	Mercat Tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
Nadal Sagrada Família (alimentació)	Mercat tradicional	Producte nou	Sagrada Família	PI Sagrada Família	Anual
FIRA SANT JORDI ROSES	Mercat tradicional	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Districte Eixample	Anual
FIRA SANT JORDI LLIBRES	Mercat tradicional	Producte nou	Dreta de l'Eixample	Districte Eixample	Anual

Font: Ajuntament de Barcelona. Direcció General de Comerç, 2013

**Mercats de venda no sedentària: localització 2013**

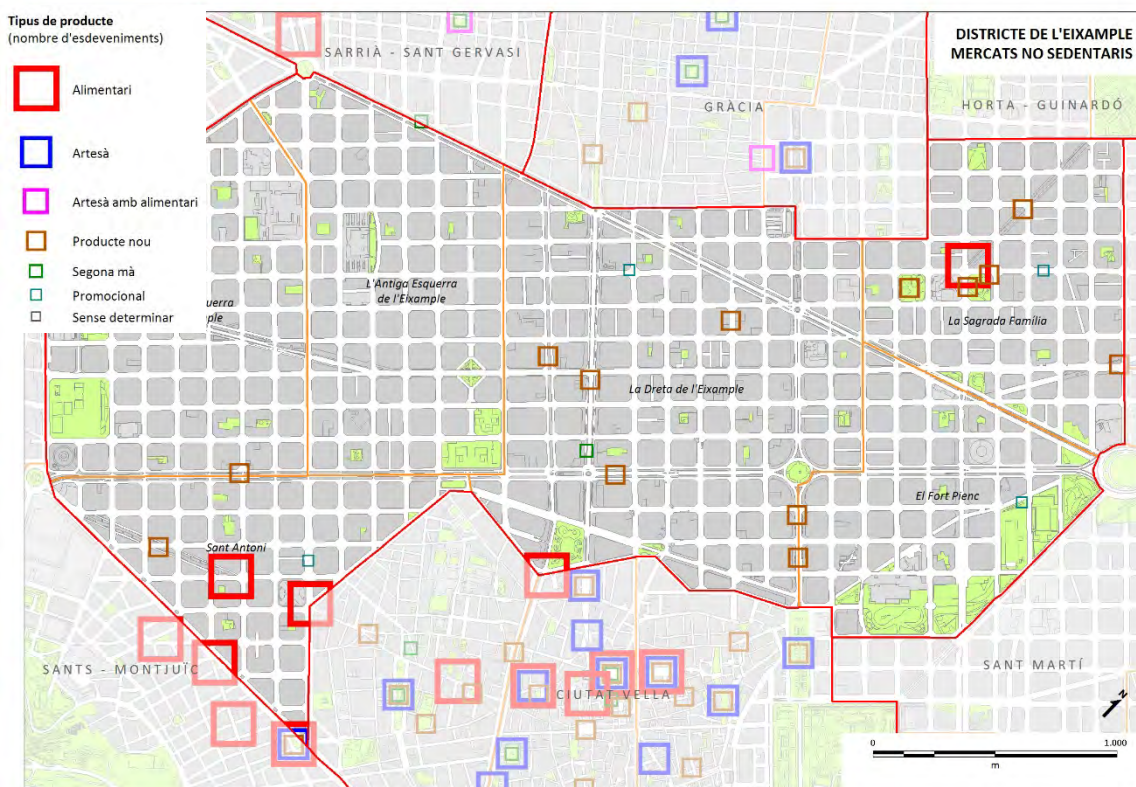
Pel que fa a la distribució d'aquests mercats no sedentaris en el territori del districte, destaca especialment la seva concentració al barri de la Sagrada Família, la Dreta de l'Eixample i Sant Antoni. Alguns barris tenen molt pocs esdeveniments d'aquest tipus, com són l'Antiga Esquerra de l'Eixample, la Nova Esquerra de l'Eixample o Fort Pienc.

### Mercats de venda no sedentària: tipus d'activitat comercial 2013

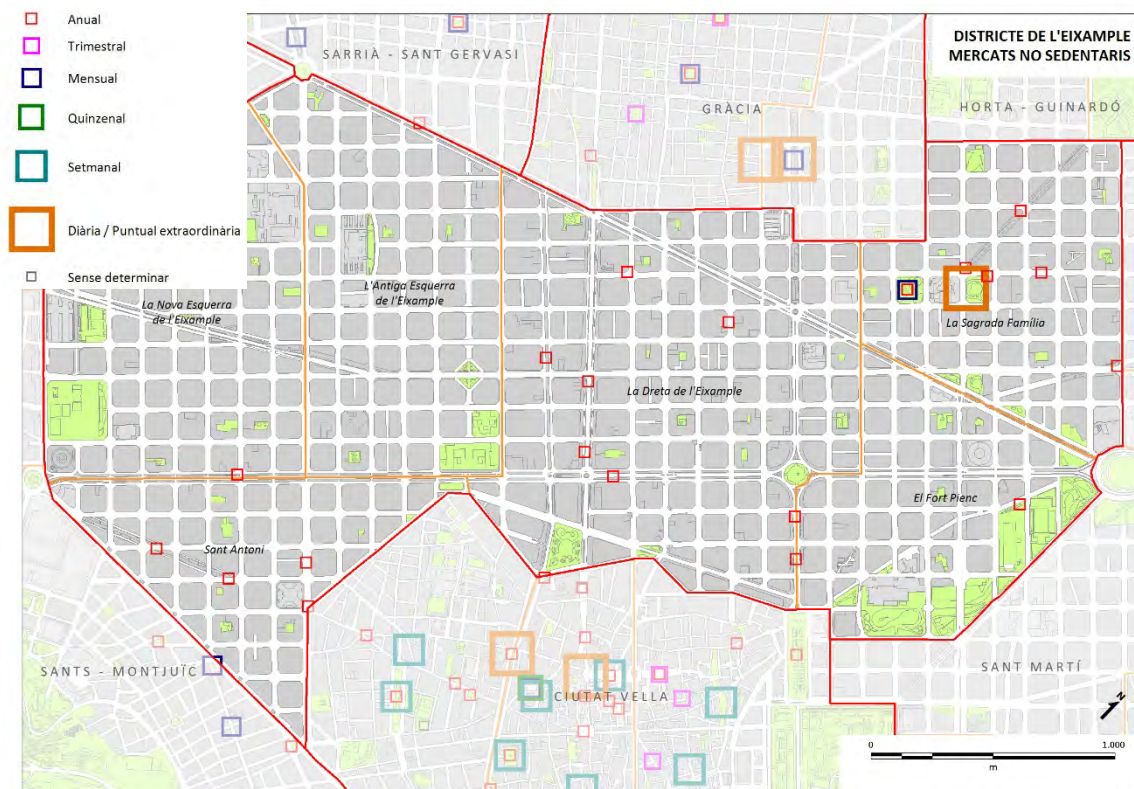


Per tipus d'activitat comercial, a l'Eixample hi tenen lloc 13 mercats tradicionals, 3 mercats periòdics, 10 mostres de comerç al carrer, 8 mostres de productes o serveis i 3 mercats puntuals.

### Mercats de venda no sedentària: tipus de producte 2013



Pel que fa al tipus de producte, 28 mercats de venda no sedentària són de producte nou, 4 promocional, 4 alimentari, i 1 de segona mà.

**Mercats de venda no sedentària: periodicitat 2013**

La majoria dels mercats no sedentaris del districte (35) tenen lloc només una vegada a l'any, de manera que el seu impacte sobre l'activitat comercial del districte és puntual. És al barri de la Sagrada Família on es detecten esdeveniments amb una major recurrència, amb un mercat mensual i un mercat amb periodicitat diària/puntual extraordinària.

## 2.3 Actius del districte amb sinèrgies amb el comerç

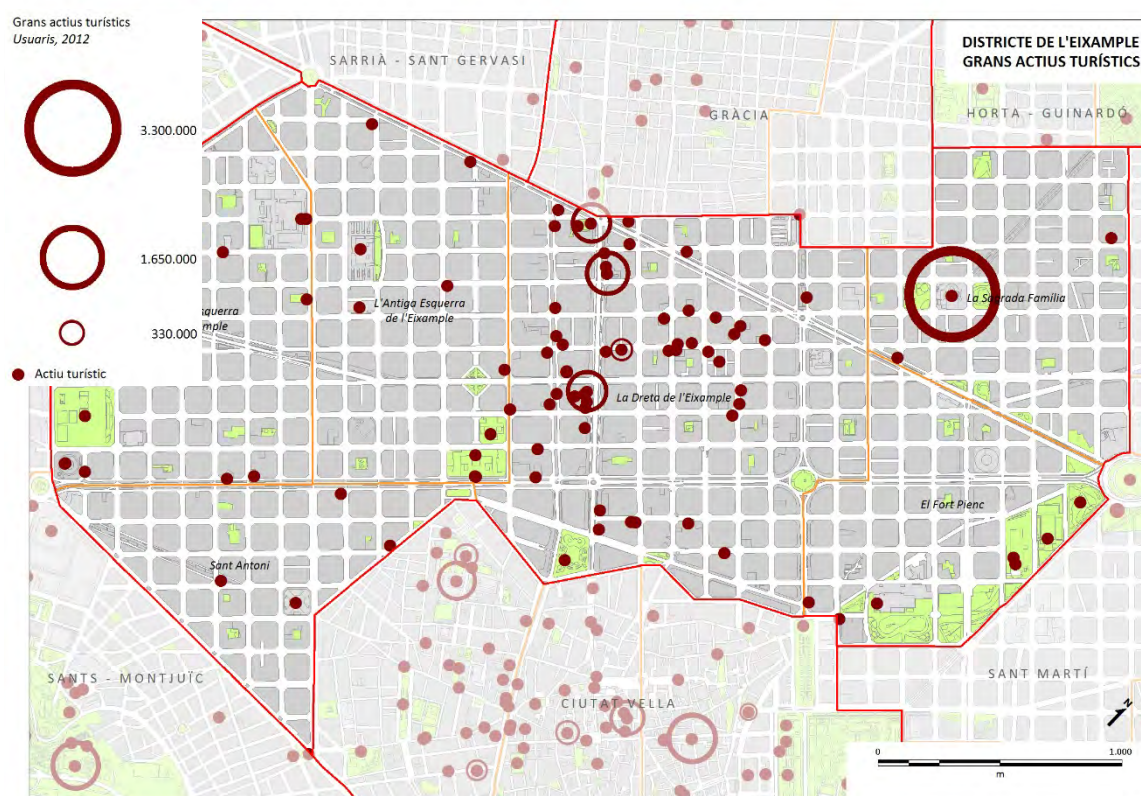
En aquest capítol es fa referència només a aquells actius, equipaments i serveis del districte que, per motius de generació de flux de persones (residents, visitants i/o turistes), es consideren importants i amb capacitat d'atracció o generació de sinèrgies amb el sector del comerç.

### 2.3.1 En l'àmbit turístic

L'Eixample disposa de grans actius turístics que generen importants fluxos de visitants, molts d'ells relacionats amb l'elevada presència d'edificis modernistes en aquest districte.

Destaca en primer lloc el temple de la Sagrada Família, situat al barri homònim, i que anualment rep més de 3 milions de visitants, essent també un dels principals reclams de la ciutat de Barcelona. Amb un gran paper també dins de l'oferta modernista de la ciutat destaquen la Pedrera i la Casa Batlló, situades al Passeig de Gràcia i amb més de 750.000 visitants anuals.

#### Grans actius turístics del territori 2013



#### Grans actius turístics del territori 2013

Nom	Visitants, 2012	Usuaris, 2012	Titularitat	Temàtica
Temple Expiatori de la Sagrada Família	3.233.526	3.233.526	Privada	Espai d'interès arquitectònic
La Pedrera	861.583	861.583	Privada	Centre d'exposicions
Casa Batlló	780.466	780.466	Privada	Espai d'interès arquitectònic
Palau Robert	734.450	734.450	Pública	Centre d'exposicions
Museu Egipci de Barcelona	277.064	277.064	Privada	Història i memòria
Fundació Antoni Tàpies	92.305	93.322	Pública	Arts visuals i disseny
Museu de la Música	31.887	49.615	Pública	Història i memòria



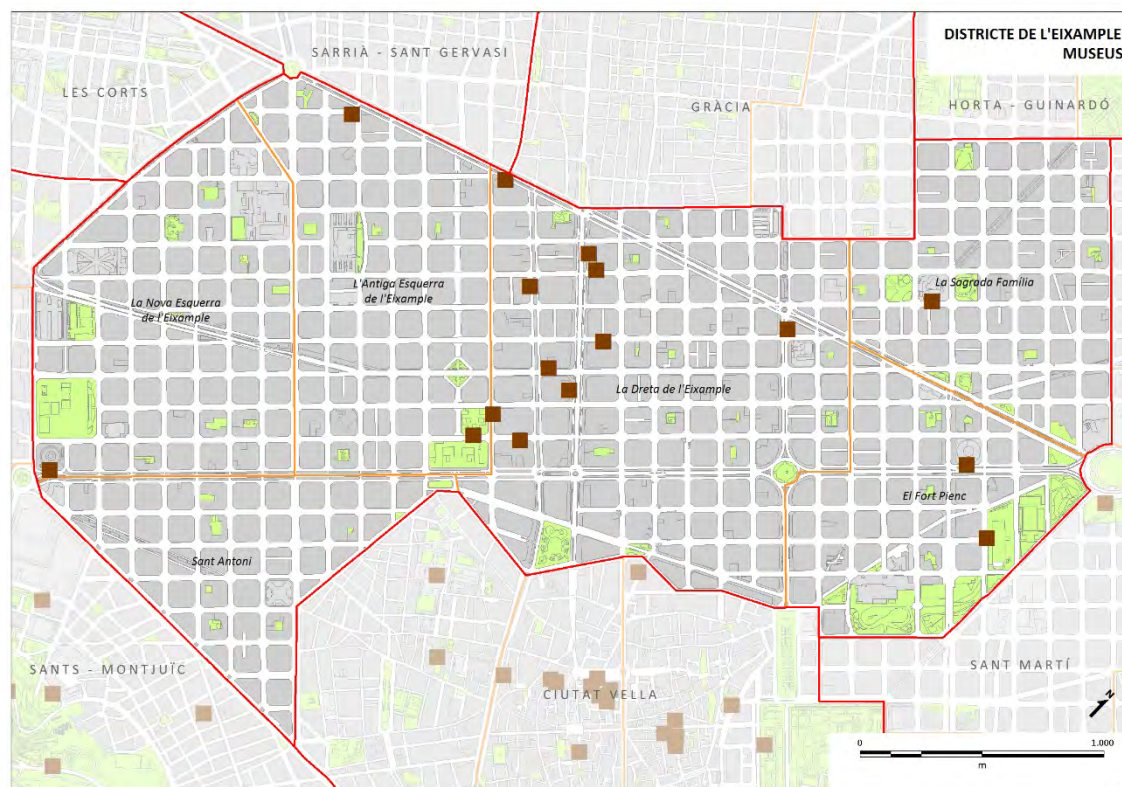
Fundació Suñol	11.503	22.057	Privada	Arts visuals i disseny
Fundació Francisco Godia	11.366	15.065	Privada	Arts visuals i disseny
Museu del Modernisme Català	13.487	14.630	Privada	Arts visuals i disseny
Espais VolART i VolART2. Fundació Vila Casas	6.784	6.784	Privada	Centre d'exposicions
Museu Geològic del Seminari de Barcelona	4.678	5.534	Privada	Ciències

Font: Ajuntament de Barcelona. Anuari Estadístic, 2013

### Pla de Turisme del districte de L'Eixample: Icones, nodes i atractius turístics 2013

Sagrada Família	Icona
La Pedrera	Icona
Casa Batlló	Icona
Quadrat d'Or	Node/zona turística
Plaça de Catalunya	Node/zona turística
Sant Antoni	Node/zona turística
Teatre Nacional de Catalunya	Atractiu de ciutat
L'Auditori	Atractiu de ciutat
Casa Amatller	Atractiu de ciutat
Fundació Antoni Tàpies	Atractiu de ciutat
Casa de les Punxes	Atractiu de ciutat
Casa Calvet	Atractiu de ciutat
Universitat de Barcelona	Atractiu de ciutat
Parc Joan Miró	Atractiu de ciutat
Palau Robert	Atractiu de ciutat
Els Encants	Atractiu de ciutat
Casa Lleó Morera	Atractiu de ciutat
Les Arenes	Atractiu de ciutat
Hospital Clínic	Atractiu de ciutat (Recurs educatiu/sanitari/investigació)
Universitat de Barcelona, Rectorat	Atractiu de ciutat (Recurs educatiu/sanitari/investigació)
Escola d'Enginyeria Tècnica Industrial (UPC) - Escola Industrial	Atractiu de ciutat (Recurs educatiu/sanitari/investigació)
Conservatori de Música de Barcelona	Atractiu de ciutat (Recurs educatiu/sanitari/investigació)
ESMUC	Atractiu de ciutat (Recurs educatiu/sanitari/investigació)
Les Arenes	Atractiu de ciutat (Recurs comercial)
Mercat de Sant Antoni	Atractiu de districte
Mercat del Ninot	Atractiu de districte
Mercat de la Concepció	Atractiu de districte
Estació del Nord i Parc de l'Estació del Nord	Atractiu de districte
Museu Egipci	Atractiu de districte
Fundació Suñol	Atractiu de districte
Museu del Modernisme Català	Atractiu de districte
Museu del Perfum	Atractiu de districte
Teatre Coliseum	Atractiu de districte
Palau Baró de Quadras	Atractiu de districte
Casa Macaya	Atractiu de districte
Casa Garriga Nogués	Atractiu de districte
Casa Serra	Atractiu de districte
Casa Planells	Atractiu de districte
Fundació Joan Brossa	Atractiu de districte

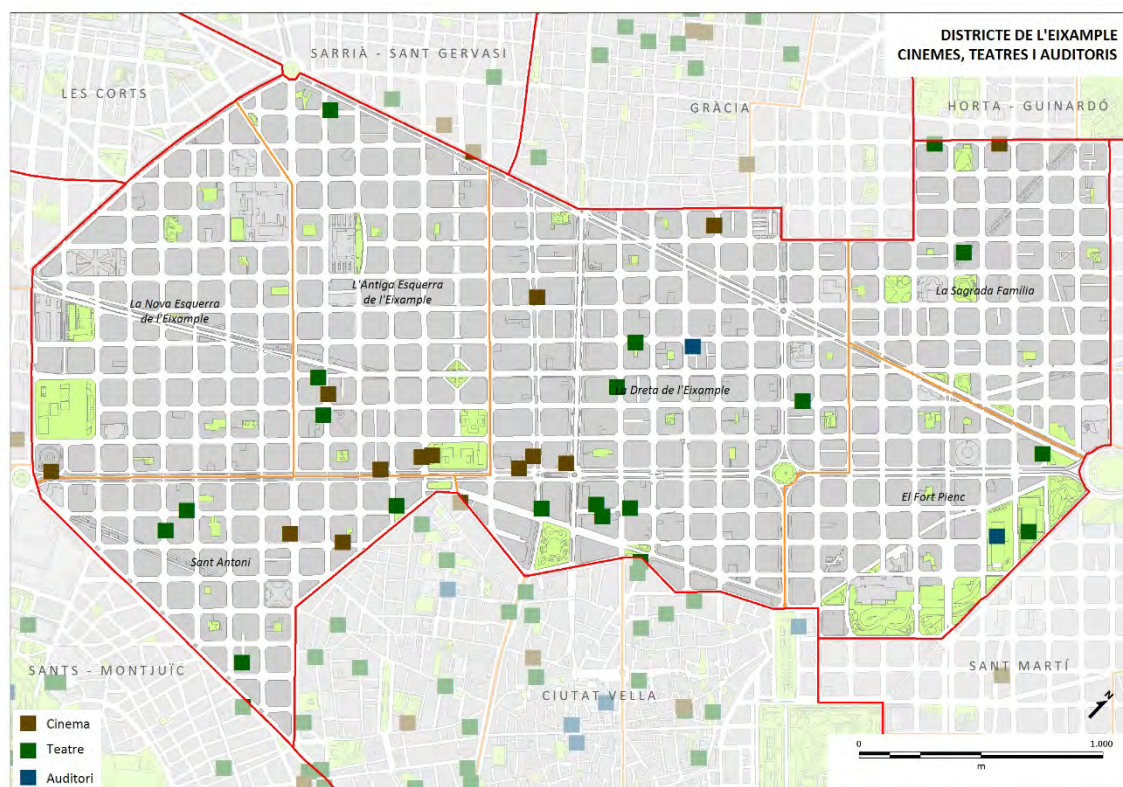
Fàbrica Moritz	Atractiu de districte
Antiga fàbrica Damm	Atractiu de districte
Presó Model	Atractiu de districte
Jardins de la Universitat	Atractiu de districte
Jardins del Palau Robert	Atractiu de districte
Casa Estapé	Atractiu de districte
Hidroelèctrica de Catalunya	Atractiu de districte
Casa Llorenç Camprubí	Atractiu de districte
Cases Rocamora	Atractiu de districte
Casa Gerónimo Granell	Atractiu de districte
Conjunt de Tres Edificis/Farmàcia Mestre	Atractiu de districte
Casa Golferichs	Atractiu de districte
Casa de la Lactància	Atractiu de districte
Casa Fajol	Atractiu de districte
Casa Malagrida	Atractiu de districte
Forn Sarret	Atractiu de districte
Forn de la Concepció	Atractiu de districte
Casa Pomar	Atractiu de districte
Casa Dolors Calm	Atractiu de districte
Casa Fargas	Atractiu de districte
Farmàcia Bolós	Atractiu de districte
Casa Domènech i Estapà	Atractiu de districte
Casa Juncosa	Atractiu de districte
Casa Queraltó	Atractiu de districte
Casa Vídua Marfà	Atractiu de districte
Queviures Múrria	Atractiu de districte
Casa Josefa Villanueva	Atractiu de districte
Casa Jaume Forn	Atractiu de districte
Casa Santurce	Atractiu de districte
Casa Lamadrid	Atractiu de districte
Casa Granell	Atractiu de districte
Casa Llopis Bofill	Atractiu de districte
Casa Vallet i Xiró	Atractiu de districte
Casa Thomas	Atractiu de districte
Palau Montaner	Atractiu de districte
Casa Casas-Carbó	Atractiu de districte
Casa Antoni Costa	Atractiu de districte
Casa Sayrach	Atractiu de districte
Casa Pere Company	Atractiu de districte
Casa Comalat	Atractiu de districte
Editorial Gustavo Gili	Atractiu de districte
Casal de Sant Jordi	Atractiu de districte
Fàbrica "Can Batlló"	Atractiu de districte
Centre Cultural Teresa Pàmies	Atractiu de districte
Casa Pascual i Pons	Atractiu de districte
Font: Pla de Turisme del Districte de l'Eixample, 2013	

**Museus i espais patrimonials 2013**

El districte compta amb 16 museus de temàtica variada, amb força atractiu turístic.

**Museus i espais patrimonials 2013**

CatalunyaCaixa Obra Social - La Pedrera-Espai Gaudí: Pis, Golfes i Terrat	C. Provença, 261
Fundació Antoni Tàpies-Museu	C. Aragó, 255
Fundació Arqueològica Clos - Museu Egipci de Barcelona	C. València, 284
Fundació Suñol	Pg. Gràcia, 98
Fundación Francisco Godia	C. Diputació, 250
Museu Barcelona Rock - Arenas de Barcelona	G.V. Corts Catalanes, 373-385
Museu Casa Taller Pintor Durancamps-Casas	Av. Diagonal, 407
Museu de la Música - L'Auditori	C. Lepant, 150
Museu del Clavegueram	Pg. Sant Joan, 96
Museu del Modernisme Català	C. Balmes, 48
Museu del Perfum - Fundació Planas Giralt	Pg. Gràcia, 39
Museu Geològic del Seminari Conciliar de Barcelona	C. Diputació, 231
Museu i Centre d'Estudis de l'Esport Doctor Melcior Colet	C. Buenos Aires, 56-58
Museu Taurí	G.V. Corts Catalanes, 749
Museu de la Perruqueria Raffel Pagès	Rbla. Catalunya, 99
Temple Expiatori de la Sagrada Família - Basílica-Museu	C. Mallorca, 401
Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013	

**Cinemes, teatres i auditoris 2013**

Existeix una bona oferta de cinemes al districte (11), així com de teatres (22) i auditoris (2), bona mostra de la rica vida cultural i d'oci de l'Eixample, amb una bona capacitat d'atracció i generació d'activitat que hi està relacionada.

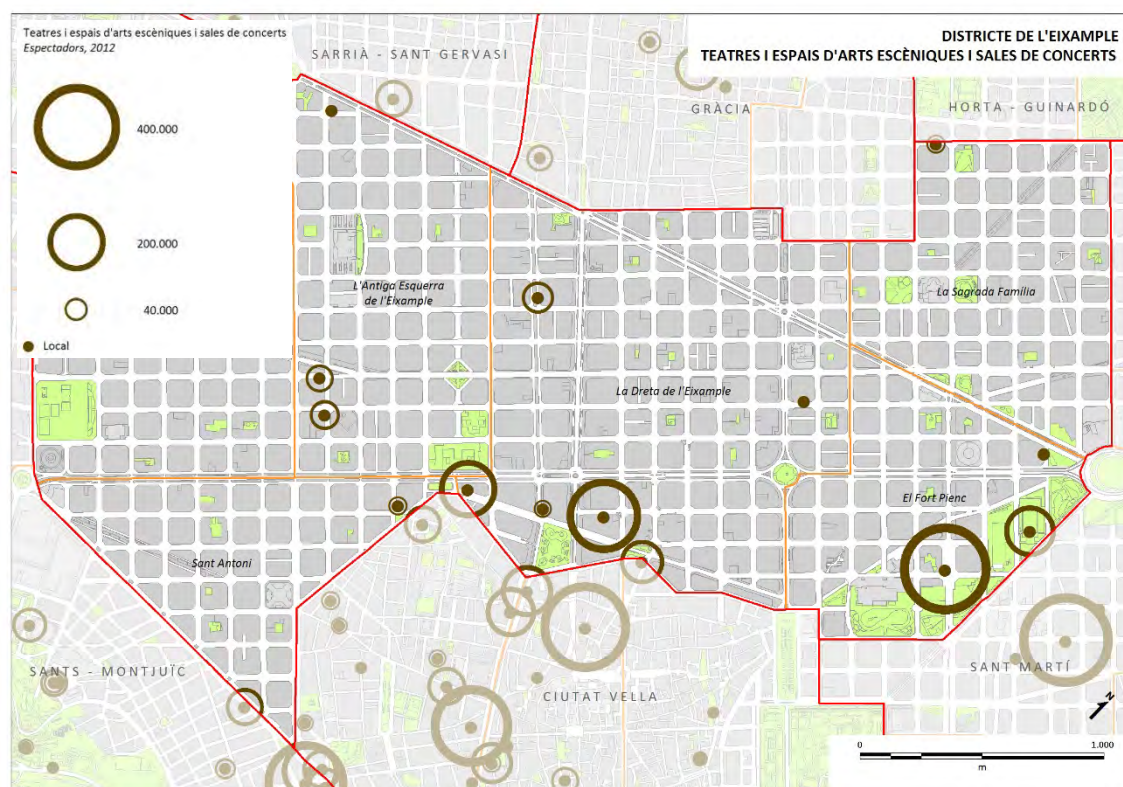
**Cinemes, teatres i auditoris 2013**

Arenas Multicines 3D - Arenas de Barcelona	Cinemes	G.V. Corts Catalanes, 373-385
Aribau Multicines	Cinemes	C. Aribau, 5
Aribau Multicines	Cinemes	C. Aribau, 8-10
Cinema Aribau Club	Cinemes	G.V. Corts Catalanes, 567
Cinema Comèdia	Cinemes	Pg. Gràcia, 13
Cinema Nàpols	Cinemes	C. Sant Antoni Maria Claret, 168
Cinemes Girona	Cinemes	C. Girona, 175
Cinemes Meliès	Cinemes	C. Villarroel, 102
Cinemes Renoir - Floridablanca	Cinemes	C. Floridablanca, 135
Club Coliseum	Cinemes	Rbla. Catalunya, 23
Coliseum	Cinemes	G.V. Corts Catalanes, 595
Alexandra Teatre	Teatres	Rbla. Catalunya, 90
Centre Cívic Cotxeres Borrell - Espai Escènic Avel·lí Artís Gener 'Tísner'	Teatres	C. Viladomat, 2-8
Centre Cívic La Casa Elizalde-Sala de teatre	Teatres	C. València, 302
Centre Educatiu Casp - Sagrat Cor de Jesús-Teatre	Teatres	C. Casp, 25
Centre Educatiu Lestonnac-Teatre	Teatres	C. Pau Claris, 131
Centre Educatiu Maria Auxiliadora-Teatre	Teatres	C. Sepúlveda, 71

Centre Educatiu Salesià de Sant Josep-Teatre	Teatres	C. Rocafort, 42
Guasch Teatre	Teatres	C. Aragó, 140
Lluna Pruna - Teatre Moriqueta	Teatres	Av. Gaudí, 13
Sala Atrium	Teatres	C. Consell de Cent, 435
Sala Muntaner	Teatres	C. Muntaner, 4
Sala Music Hall	Teatres	Rbla. Catalunya, 4
Teatre Akadèmia	Teatres	C. Buenos Aires, 47-49
Teatre Gaudí de Barcelona	Teatres	C. Sant Antoni Maria Claret, 120
Teatre Nacional de Catalunya	Teatres	Pl. Arts, 1
Teatre Nacional de Catalunya-Sala Gran	Teatres	Pl. Arts, 1
Teatre Nacional de Catalunya-Sala Petita	Teatres	Pl. Arts, 1
Teatre Nacional de Catalunya-Sala Tallers	Teatres	Pl. Arts, 1
Teatre Novedades	Teatres	C. Casp, 1
Teatre Tívoli	Teatres	C. Casp, 8-10
Versus Teatre	Teatres	C. Castillejos, 179
Villarroel Teatre	Teatres	C. Villarroel, 87
Conservatori Municipal de Música de Barcelona - Auditori Eduard Toldrà	Auditoris	C. Bruc, 110-112
L'Auditori de Barcelona	Auditoris	C. Lepant, 150

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

## Teatres, espais d'arts escèniques i sales de concerts 2013

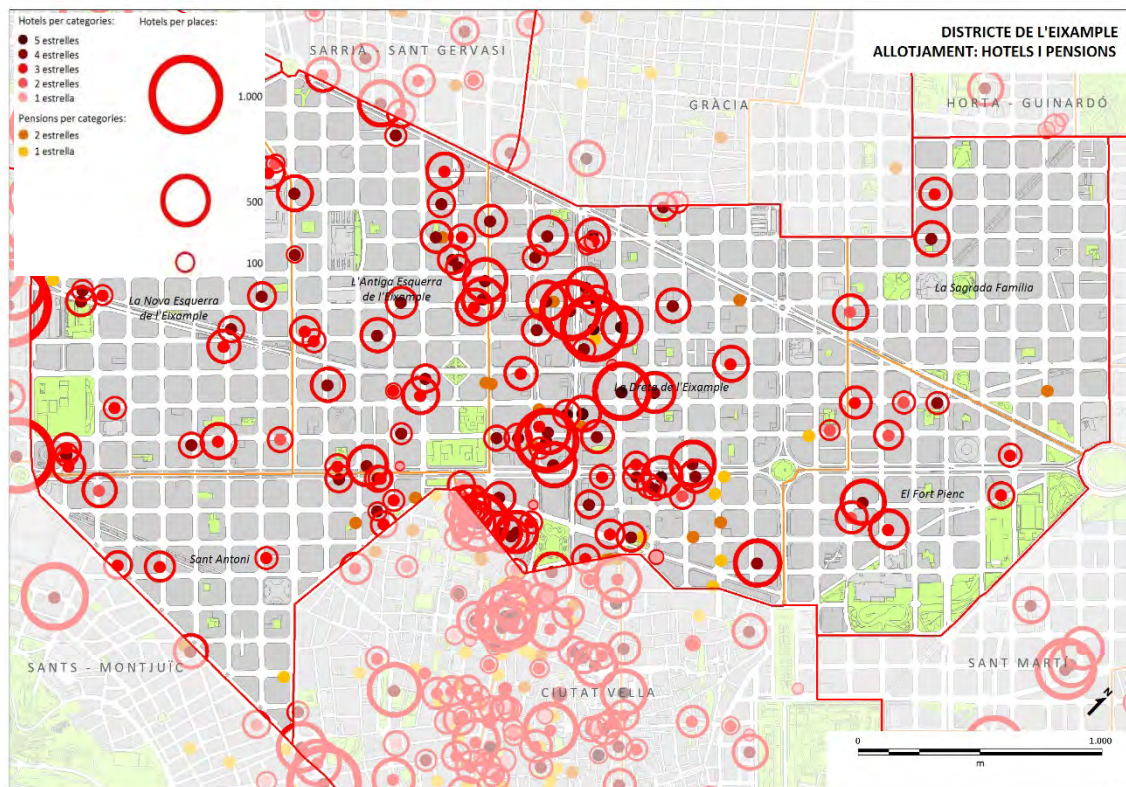


L'Auditori és l'equipament cultural amb un major poder d'atracció de visitants, amb 354.226 visitants a l'any 2013. Els teatres també concentren una gran activitat, destacant el Tívoli, amb més de 250.000 espectadors i el Coliseum i el TNC, per sobre dels 100.000.

Teatres i espais d'arts escèniques i sales de concerts 2013		Espectadors (2012)
L'Auditori	Auditori	354.226
Teatre Tívoli	Teatre	251.254
Coliseum	Teatre	167.828
Teatre Nacional de Catalunya (Sales: Gran, Petita i Tallers)	Teatre	132.081
Alexandra Teatre (Sales: 1, 5, Cafè Teatre i Espai Atòmic)	Teatre	57.200
La Villarroel	Teatre	52.200
Guasch Teatre	Teatre	45.161
Sala Muntaner	Teatre	22.835
Teatre Gaudí Barcelona (Sales: Gran i Petita)	Teatre	22.733
Music Hall	Sala de concerts	21.800
Versus Teatre	Teatre	10.688
Sala Atrium	Teatre	2.937
Teatre Akadèmia	Teatre	1.882

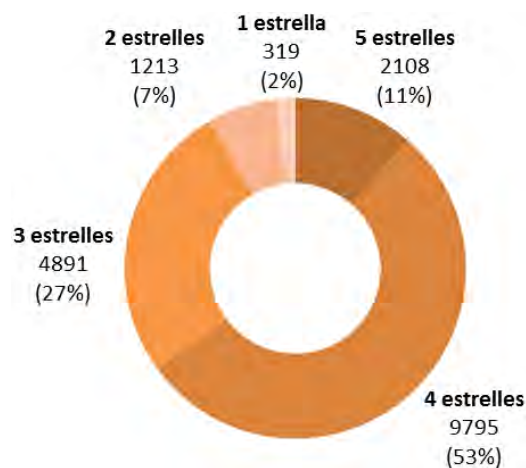
Font: Ajuntament de Barcelona. Anuari Estadístic, 2013

## Allotjament: Hotels i pensions 2013



L'oferta d'allotjament hotelier és força rica i diversa (veure gràfic), amb unes 18.326 places de diversa categoria al 2013. No obstant, bona part de l'oferta està centrada en el turista de luxe, amb més de la meitat de les places hoteleres corresponents a hotels de 4 i 5 estrelles, suposant les primeres el 52% del total de places del districte. Molts d'aquests establiments se situen als barris de la Dreta de l'Eixample, en el qual hi té un important pes l'eix del Passeig de Gràcia, i l'Antiga Esquerra de l'Eixample. Completen l'oferta els establiments més funcionals, de 3 estrelles (27%) o de categories inferiors (prop del 10% restant). Igualment, el barri compta amb 25 hostals i pensions.

**Distribució de les places hoteleres al districte de l'Eixample al 2013 segons la categoria de l'hotel**



**Allotjament: Hotels i pensions 2013****Places (2013)**

		Places (2013)	
Hotels de 5 estrelles	ALMA BARCELONA	C. Mallorca, 269-271	144
	CLARIS	C. Pau Claris, 150	244
	EL PALACE	G.V. Corts Catalanes, 668	244
	MAJESTIC HOTEL & SPA BARCELONA	Pg. Gràcia, 68	552
	MANDARIN ORIENTAL BARCELONA	Pg. Gràcia, 38-40	196
	EUROSTARS BCN DESIGN	Pg. Gràcia, 29-31	124
	OMM	C. Rosselló, 265	182
	RENAISSANCE BARCELONA HOTEL	C. Pau Claris, 122	422
Hotels de 4 estrelles	ALEXANDRA	C. Mallorca, 251	232
	GRANADOS 83	C. Enric Granados, 83	135
	MURMURI BARCELONA	Rbla. Catalunya, 104	106
	OFELIAS HOTEL	C. Llançà, 24	92
	OLIVIA BALMES HOTEL	C. Balmes, 117	280
	THE MIRROR BARCELONA	C. Còrsega, 255	126
	987 BARCELONA HOTEL	C. Mallorca, 288	176
	ACACIA APARTHOTEL	C. Comte d'Urgell, 194	52
	ACEVI VILLARROEL	C. Villarroel, 106	176
	ACTA ATRIUM PALACE	G.V. Corts Catalanes, 656	134
	ADVANCE	C. Sepúlveda, 180	66
	AKO PREMIUM SUITE HOTELS	C. Diputació, 195	80
	AMERICA BARCELONA	C. Provença, 195	108
	AMISTER ART HOTEL BARCELONA	Av. Roma, 93-95	118
	AVENIDA PALACE	G.V. Corts Catalanes, 605-607	284
	AYRE HOTEL CASPE	C. Casp, 103	282
	AYRE HOTEL ROSELLON	C. Rosselló, 390	184
	BARCELONA CENTER	C. Balmes, 103-105	262
	BEST WESTERN PREMIER HOTEL DANTE	C. Mallorca, 181	155
	CATALONIA BERNA	C. Roger de Llúria, 60	248
	CATALONIA DIAGONAL CENTRO	C. Balmes, 142-146	162
	CATALONIA LA PEDRERA	C. Còrsega, 368	128
	CATALONIA PLAZA CATALUÑA	C. Bergara, 11	254
	CONDES DE BARCELONA	Pg. Gràcia, 73-75	470
	CRAM	C. Aribau, 54	134
	EUROSTARS CRISTAL PALACE	C. Diputació, 257	275
	EUROSTARS MONUMENTAL	C. Consell de Cent, 498-500	90
	EVENIA ROSELLÓ	C. Rosselló, 191	166
	GALLERY HOTEL	C. Rosselló, 249	225
	GRUPOTEL GRAN VIA 678	G.V. Corts Catalanes, 678	175
	GUITART GRAND PASSAGE	C. Muntaner, 212	80
	H10 CASANOVA	G.V. Corts Catalanes, 559	241
H10 ITACA	Av. Roma, 22	146	
H10 UNIVERSITAT	Rda. Universitat, 21	156	
H10 URQUINAONA PLAZA	Pl. Urquinaona, 2	141	



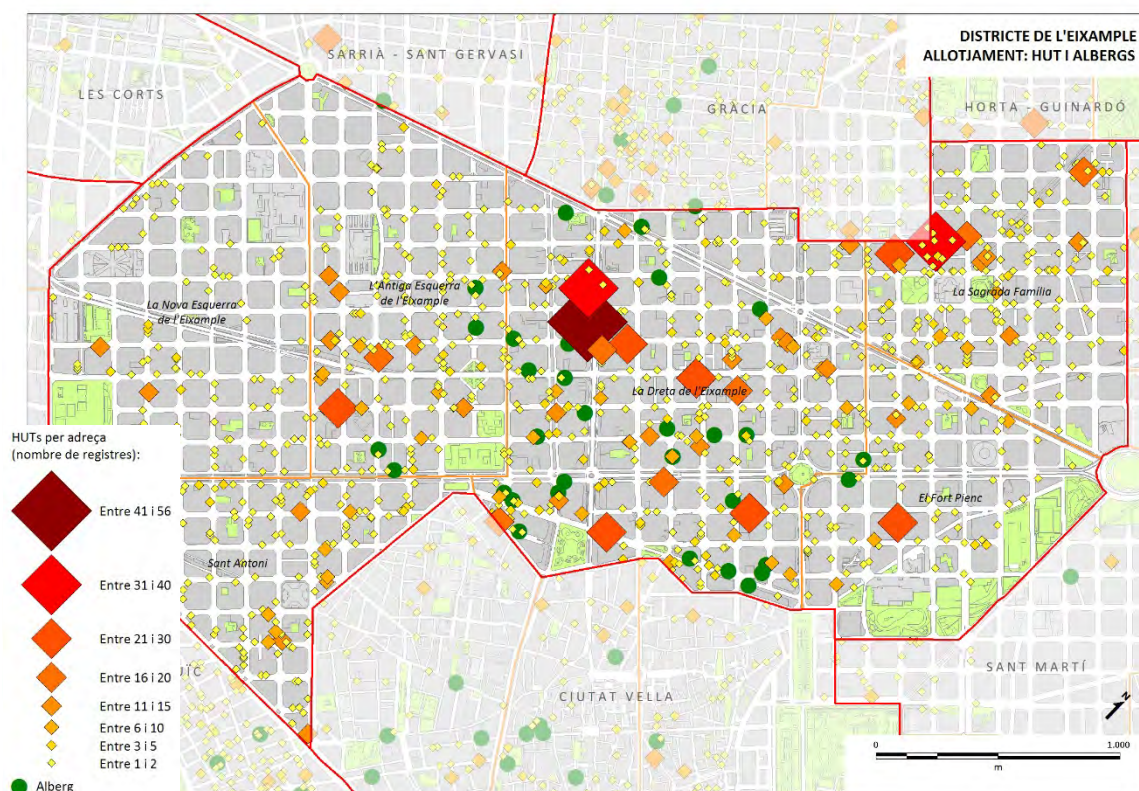
	HCC REGENTE	Rbla. Catalunya, 76	157
	HCC ST. MORITZ	C. Diputació, 264	169
	HOTEL ROGER DE LLÚRIA BARCELONA	C. Roger de Llúria, 28	87
	HOTEL SIXTYTWO BARCELONA	Pg. Gràcia, 62	90
	BARCELONA	C. Casp, 1-13	134
	NH CALDERÓN	Rbla. Catalunya, 26	500
	NH PODIUM	C. Bailén, 4-6	304
	PETIT PALACE BARCELONA	C. Roger de Llúria, 21	100
	PETIT PALACE MUSEUM	C. Diputació, 250	122
	PULITZER	C. Bergara, 8	182
	REGINA	C. Bergara, 2-4	230
	ROYAL PASSEIG DE GRÀCIA	Pg. Gràcia, 84	248
	SANSI DIPUTACIÓ	C. Diputació, 234-236	110
	SERCOTEL ABBOT	Av. Roma, 23	80
	SILKEN GRAN HOTEL HAVANA	G.V. Corts Catalanes, 647	295
	SUNOTEL CENTRAL	G.V. Corts Catalanes, 570	118
	SUNOTEL CLUB CENTRAL	C. València, 157	176
	U232 HOTEL	C. Comte d'Urgell, 232	194
	VILLA EMILIA BARCELONA	C. Calàbria, 115-117	106
	VUELING BCN BY HC	G.V. Corts Catalanes, 550	121
	ZENIT BORRELL	C. Comte Borrell, 208	133
Hotels de 3 estrelles	ACTA SPLENDID	C. Muntaner, 2	80
	ACTUAL	C. Rosselló, 238	70
	ARANEA	C. Consell de Cent, 444	161
	ASTORIA	C. París, 203	204
	AXEL HOTEL BARCELONA & URBAN SPA	C. Aribau, 33	210
	BALMES	C. Mallorca, 216	204
	BARCELONA APARTMENT ARAMUNT	C. Muntaner, 60	50
	BCN URBAN GRAN DUCAT	Rda. Sant Pere, 15	140
	BCN URBAN GRAN RONDA	Rda. Sant Antoni, 49	114
	B-HOTEL	G.V. Corts Catalanes, 389-391	168
	CALEDONIAN	G.V. Corts Catalanes, 574	104
	CATALONIA ROMA	Av. Roma, 31	76
	CENTURY PARK	C. València, 154	96
	CONFORTTEL AUDITORI	C. Sicília, 166-170	226
	CONTINENTAL PALACETE	Rbla. Catalunya, 30	22
	ECOSANTANGELO	C. Consell de Cent, 74	91
	EUROPARK	C. Aragó, 323-325	197
	EVENIA ROCAFORT	C. Rocafort, 23-25	145
	EXE AB VILADOMAT	C. Viladomat, 197	170
	GLÒRIES	C. Padilla, 173	94
	GRANVIA	G.V. Corts Catalanes, 642	103
	H10 CATALUNYA PLAZA BOUTIQUE HOTEL	Pl. Catalunya, 7	89
	HCC LUGANO	Av. Paral·lel, 172	133

	HCC OPEN	C. Diputació, 100	200
	HCC TABER	C. Aragó, 256	169
	INDIGO BARCELONA - PLAZA CATALUNYA	G.V. Corts Catalanes, 629	119
	JAZZ	C. Pelai, 3	216
	MARKET	Ptge. Sant Antoni Abat, 10	87
	NH MASTER	C. València, 105-107	149
	ONIX FIRA	C. Llançà, 30	140
	ONIX RAMBLA	Rbla. Catalunya, 24	80
	ROOM MATE EMMA	C. Rosselló, 205	112
	ROOM MATE PAU	C. Fontanella, 5-7	132
	SAGRADA FAMILIA	C. Còrsega, 541	161
	SM HOTEL TEATRE AUDITORI	C. Ribes, 71	117
	SOHO BARCELONA	G.V. Corts Catalanes, 543-545	102
	SUNOTEL ASTON	C. París, 101	160
Hotels de 2 estrelles	ANTIBES	C. Diputació, 394	137
	APARTHOTEL NÀPOLS	C. Nàpols, 116	160
	BCN URBAN DEL COMTE	C. Diputació, 142-148	105
	CARLIT	C. Diputació, 383	76
	CITY PARK PELAYO	C. Pelai, 1	104
	CONSTANZA	C. Bruc, 33	107
	IBIS BARCELONA CENTRO	C. Nàpols, 230	190
	SANT ANTONI	C. Consell de Cent, 476	90
	SUNOTEL JUNIOR	Av. Sarrià, 9	64
	VILAMARÍ	C. Vilamarí, 34-36	180
Hotels d'1 estrella	BARCELONA CITY HOTEL UNIVERSAL	C. Aragó, 281	28
	CENTER GRAN VIA	G.V. Corts Catalanes, 573	19
	CONDESTABLE	Rda. Universitat, 1	124
	GINEBRA	Rbla. Catalunya, 1	20
	PASEO DE GRACIA	Pg. Gràcia, 102	64
	PELAYO	C. Pelai, 9	22
	URQUINAONA	Rda. Sant Pere, 24	42
Pensions de 2 estrelles	BCN Hostel Central	Rda. Universitat, 11	
	Hostal Barcelona City Centre	C. Balmes, 60	
	Hostal Centric	C. Casanova, 13	
	Hostal Delfos	Rda. Sant Antoni, 61	
	Hostal Eden	C. Balmes, 55	
	Hostal Girona	C. Girona, 24	
	Hostal Palacios	Rbla. Catalunya, 27	
	Hostal Residència Ciudad Condal	C. Mallorca, 255	
	Hostal Residència Felipe II	C. Mallorca, 329	
	Hostal Residència Neutral	Rbla. Catalunya, 42	
	Hostal Residència Oliva	Pg. Gràcia, 32	
	Hostal Residència Ruta de França	C. Castillejos, 204	
	Hostal Residència Windsor	Rbla. Catalunya, 84	

Pensions d'1 estrella	Hostal San Remo	C. Ausiàs Marc, 19
	Pensió Cliper.	C. Rosselló, 195
	Hostal Central Barcelona	C. Diputació, 346
	Hostal d'Uxelles	G.V. Corts Catalanes, 688
	Hostal Residència Australia	Rda. Universitat, 11
	Hostal Ribagorza	C. Trafalgar, 39
	Hostal San Carlo	Pl. Urquinaona, 5
	Pensió Ballesteros Bayano	C. Marquès de Campo Sagrado, 30
	Pensió Fani	C. València, 278
	Pensió Regar	Av. Roma, 5-7
Pensió Rondas	C. Girona, 4	
Pensió Sardenya	C. Girona, 35	

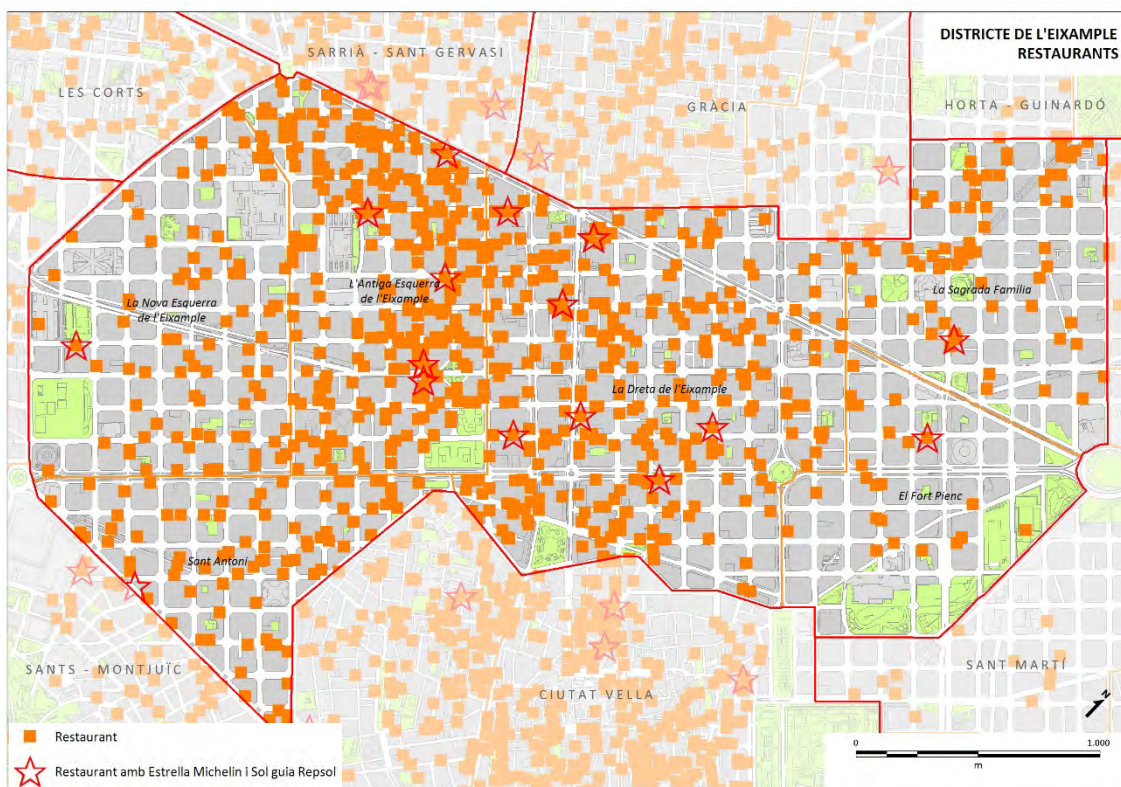
Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes i Registre, 2013

### Allotjament: HUTs i albergs 2013



L'Eixample també compta amb una important oferta d'habitatges d'ús turístic, amb 4.884 places d'apartaments segons dades del 2014, i 52 albergs juvenils, distribuïts de manera força homogènia al llarg del districte.

### Restaurants 2013



Al districte s’hi troben 914 establiments de restauració de tipologia i especialitats diverses, amb una especial densitat a la Dreta i l’Antiga Esquerra de l’Eixample, on també s’hi emplacen els 18 restaurants de major categoria inclosos a les guies Michelin i Repsol.

### Restaurants 2013

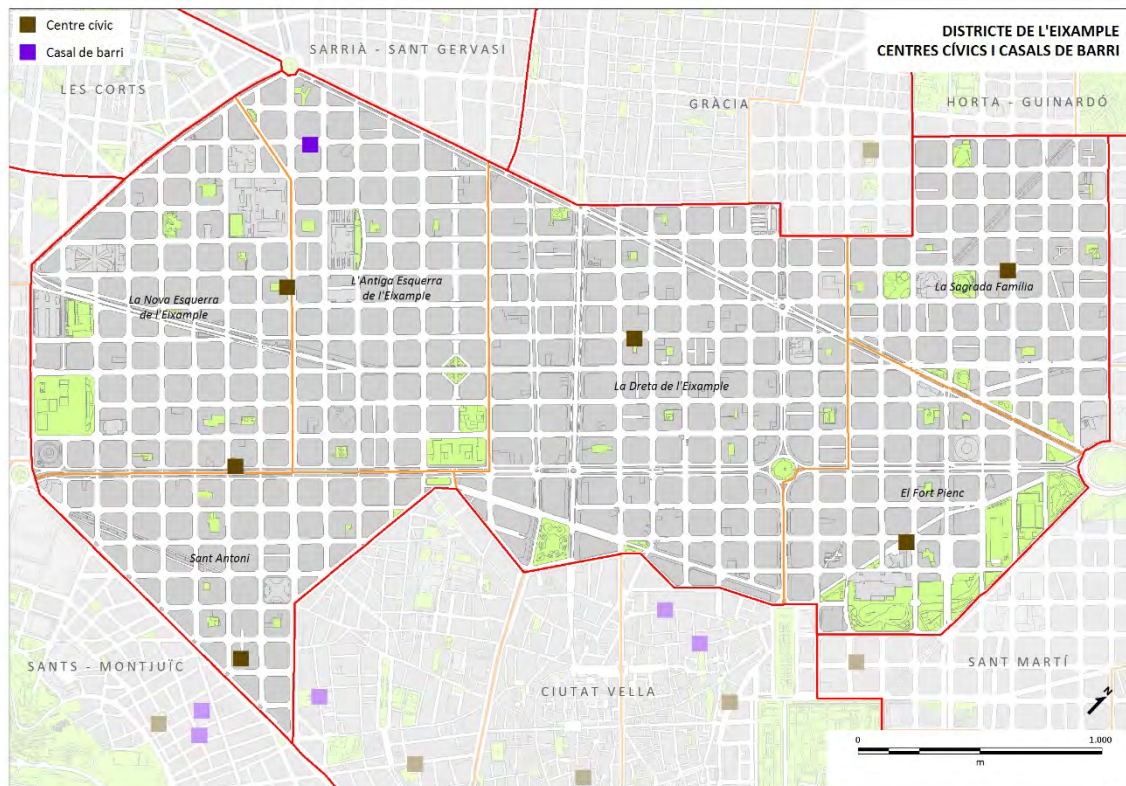
Restaurants	914 establiments		
<i>Restaurants Guies Michelin i Repsol</i>	Neichel	C. Beltrán i Rózpide, 1-5	1 Estrella Michelin / 1 Sol guia Repsol
	41 <sup>º</sup>	Av. Paral·lel, 164	1 Estrella Michelin
	Caelis	G.V. Corts Catalanes, 668	1 Estrella Michelin / 2 Sols guia Repsol
	Caldeni	C. València, 452	1 Sol guia Repsol
	Cinc Sentits	C. Aribau, 58	1 Estrella Michelin / 1 Sol guia Repsol
	Gaig	C. Còrsega, 200	1 Estrella Michelin / 2 Sols guia Repsol
	Gresca	C. Provença, 230	1 Sol guia Repsol
	La Dama	Av. Diagonal, 423	1 Sol guia Repsol
	L'Angle	C. Aribau, 54	1 Estrella Michelin
	Lasarte	C. Mallorca, 259	2 Estrelles Michelin / 2 Sols guia Repsol
	Manairó	C. Diputació, 424	1 Estrella Michelin
	Moments	Pg. Gràcia, 38-40 (Hotel Mandarin Oriental)	2 Estrelles Michelin / 1 Sol guia Repsol
	Monvínic	C. Diputació, 249	1 Sol guia Repsol

Nectari	C. València, 28	1 Estrella Michelin
Roca Moo	C. Rosselló, 265	1 Estrella Michelin / 2 Sols guia Repsol
Tickets	Av. Paral·lel, 164	1 Estrella Michelin
Toc	C. Girona, 59	1 Sol guia Repsol
Windsor	C. Còrsega, 286	1 Sol guia Repsol

Fonts: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013 / Guia Michelin, 2013 / Guia Repsol, 2013

## 2.3.2 En altres àmbits

### Centres cívic i casals de barri 2013



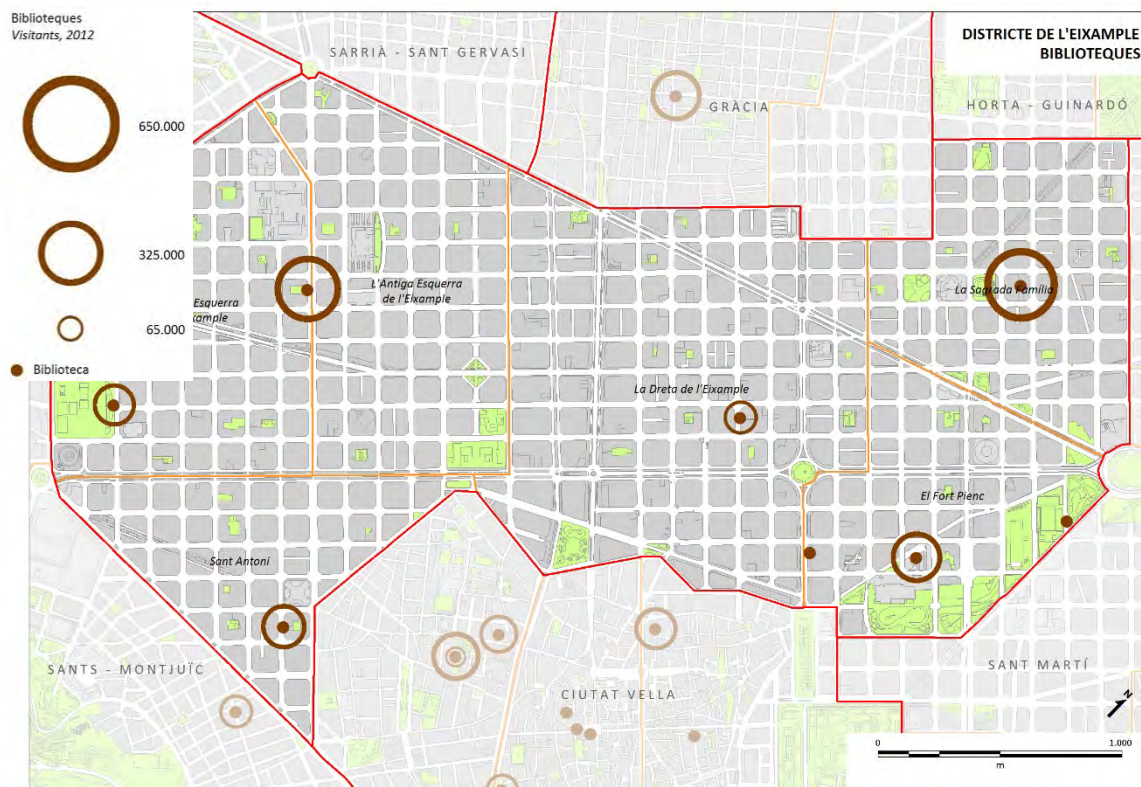
El districte disposa de 7 centres cívics distribuïts de manera esponjada als 6 barris que el conformen.

### Centres cívics i casals de barri 2013

Centre Cívic Ateneu Fort Pienc	Centre cívic	Pl. Fort Pienc, 1-4
Centre Cívic Casa Golferichs	Centre cívic	G.V. Corts Catalanes, 491
Centre Cívic Cotxeres Borrell	Centre cívic	C. Viladomat, 2-8
Centre Cívic La Casa Elizalde	Centre cívic	C. València, 302
Centre Cívic Sagrada Família	Centre cívic	C. Provença, 480
Centre Cultural Teresa Pàmies-Centre Cívic Urgell	Centre cívic	C. Comte d'Urgell, 145
Centre d'Espai Boix	Casal de barri	C. Londres, 64

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

### Biblioteques 2013



Hi ha 6 biblioteques públiques, entre les quals destaquen pel seu nombre de visitants la biblioteca de la Sagrada Família i la de l'Esquerra de l'Eixample – Agustí Centelles, amb més de 300.000 visitants, encara que la resta de biblioteques públiques del districte tenen també una gran aflluència (situant-se totes elles per sobre dels 100.000 visitants). També destaquen dues biblioteques municipals i el Centre de Documentació del Disseny Hub, recentment remodelat i inaugurat.

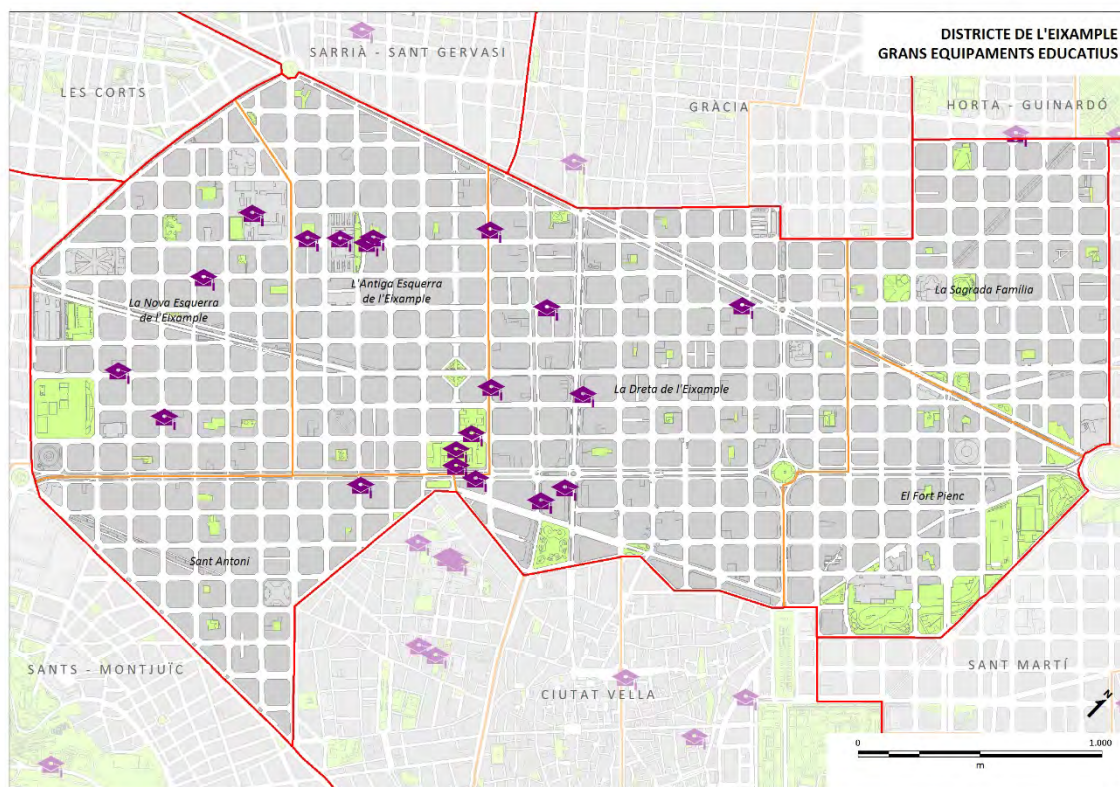
### Biblioteques 2013

### Visitants (2012)

Biblioteca Sagrada Família	Biblioteca pública	398.097
Biblioteca Esquerra de l'Eixample - Agustí Centelles	Biblioteca pública	338.199
Biblioteca Fort Pienc	Biblioteca pública	217.659
Biblioteca Sant Antoni - Joan Oliver	Biblioteca pública	169.975
Biblioteca Joan Miró	Biblioteca pública	161.011
Biblioteca Sofia Barat	Biblioteca pública	104.098
Biblioteca Pública Arús	Biblioteca municipal	3.219
Centre de Documentació Disseny Hub Barcelona. DHUB	Biblioteques dels museus municipals	1.183
Servei de Documentació d'Educació Ambiental	Biblioteca municipal	0

Font: Ajuntament de Barcelona. Anuari Estadístic, 2013



**Equipaments educatius especialitzats 2013**

Els 41 equipaments educatius de l'Eixample es troben emplaçats fonamentalment a l'oest del districte, destacant les facultats que la Universitat de Barcelona (UB) concentra als edificis d'Hospital Clínic i Plaça Universitat.

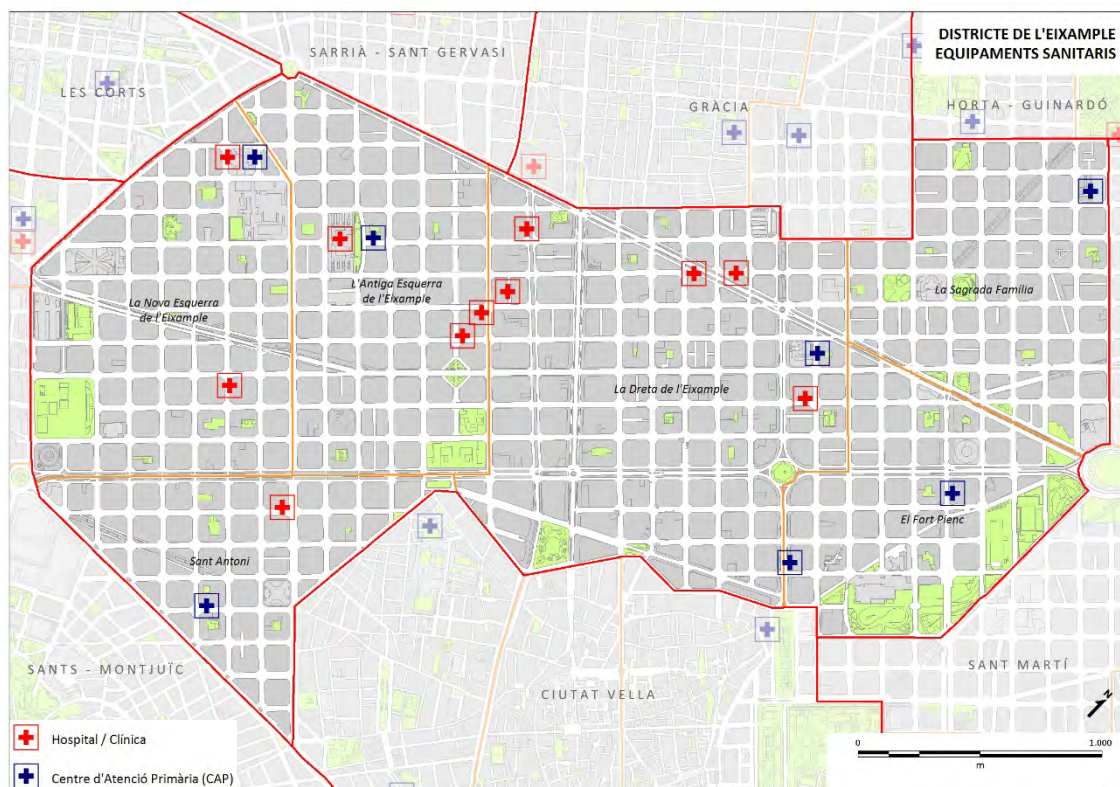
**Equipaments educatius especialitzats 2013**

Aules de Formació Permanent per a la Gent Gran de Barcelona	C. Casanova, 36
Centre de Recerca en Salut Internacional de Barcelona	C. Rosselló, 132
Centre de Suport de la Universitat Oberta de Catalunya del Barcelonès	Rbla. Catalunya, 6
Centre Estudis Universitat Califòrnia i Illinois	G.V. Corts Catalanes, 585
Centre per a la Innovació Local	C. Mallorca, 244
Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació	G.V. Corts Catalanes, 585
Consell Superior d'Investigacions Científiques-Institut d'Investigacions Biomèdiques de Barcelona	C. Rosselló, 161
Escola de Música de Barcelona	C. Mallorca, 330
Escola Superior de Relacions Públiques (UB)	C. Comte d'Urgell, 187
Escola Universitària de Turisme Ceta	C. Aragó, 55
Escola Universitària de Turisme Mediterrani	C. Rocafort, 104
Escola Universitària d'Enginyeria Tècnica Industrial	C. Comte d'Urgell, 187
Escuela de Administración de Empresas	C. Aragó, 55
Facultat de Filologia	G.V. Corts Catalanes, 585
Facultat de Filologia-Centre Dona i Literatura	G.V. Corts Catalanes, 585
Facultat de Filosofia de Catalunya	C. Diputació, 231
Facultat de Matemàtiques	G.V. Corts Catalanes, 585
Facultat de Medicina	C. Casanova, 143

Facultat de Medicina-Unitat Docent de l'Hospital Universitari de Bellvitge	Ctra. Feixa Llarga, s/n
Fundació Aula Aegyptiaca	C. Balmes, 58
Fundació Centre Internacional d'Hidrologia Subterrània	C. Provença, 102
Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya	Pg. Gràcia, 11
Hospital Clínic i Provincial-Fundació Privada Clínic per la Recerca Biomèdica	C. Rosselló, 149-153
Institut de Ciències Polítiques i Socials	C. Mallorca, 244
Institut de Matemàtica	G.V. Corts Catalanes, 585
Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries	Pg. Gràcia, 44
Institut d'Educació Contínua	C. Balmes, 132-134
Institut d'Estudis Hispànics	G.V. Corts Catalanes, 585
Institut d'Investigacions Biomèdiques August Pi i Sunyer	C. Rosselló, 149-153
Institut Economia Pública Cooperativa Dret Financer	C. Aribau, 2
Institut Universitari del Pròxim Orient Antic	G.V. Corts Catalanes, 585
Universitat Catalana d'Estiu	G.V. Corts Catalanes, 600
Universitat de Barcelona	G.V. Corts Catalanes, 585
Universitat de Barcelona-Rectorat	G.V. Corts Catalanes, 585
Universitat Oberta de Catalunya- Departament Iberoamèrica i Formació Continuada	Rbla. Catalunya, 6
UPC- Esc. Universitària Enginyeria Tècnica Agrícola Barcelona EUETAB *Parc Mediterrani Tecnologia	Av. Canal Olímpic, 15
UPC- Esc. Universitària Enginyeria Tècnica Agrícola Barcelona EUETAB *Parc Mediterrani Tecnologia-UPC - Escola Superior d'Agricultura de Barcelona [ESAB)	Av. Canal Olímpic, 15

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

## Equipaments sanitaris 2013



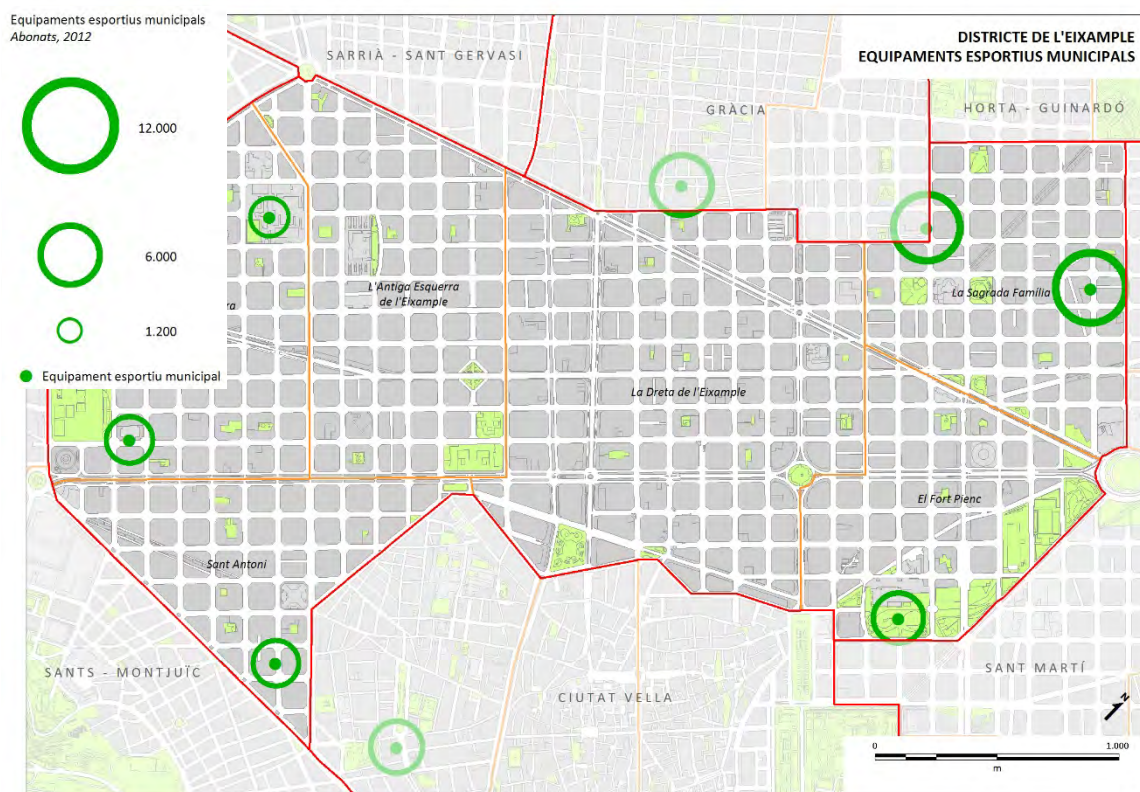
Els 18 equipaments sanitaris del districte ofereixen una bona cobertura espacial, amb almenys un dels 7 centres d'atenció primària a cadascun dels barris, i amb 11 clíniques i hospitals, alguns d'ells de referència com l'Hospital Clínic, el Sagrat Cor o l'Hospital de Nens de Barcelona.

### Equipaments sanitaris 2013

Clínica Mediterrània	Hospital/Clínica	Rbla. Catalunya, 121
Clínica Centro Médico Aragón	Hospital/Clínica	C. Viladomat, 158
Clínica Figarola	Hospital/Clínica	C. Provença, 340
Clínica Podològica Scholl Valencia	Hospital/Clínica	C. València, 205
Clínica Sveltia	Hospital/Clínica	C. Sepúlveda, 125
Comunitat Terapèutica Clínica Llúria	Hospital/Clínica	Ptge. Mercader, 14
Hospital Universitari del Sagrat Cor	Hospital/Clínica	C. Viladomat, 288
Hospital Clínic i Provincial	Hospital/Clínica	C. Villarroel, 170
Hospital de Nens de Barcelona	Hospital/Clínica	C. Consell de Cent, 437
MC Mutual - Seu Central-Centre Assistencial	Hospital/Clínica	C. Provença, 344-348
Medicina Estètica Balmes	Hospital/Clínica	C. Balmes, 89
Centre d'Atenció Primària Carles I	CAP	C. Marina, 168
Centre d'Atenció Primària Casanova	CAP	C. Rosselló, 161
Centre d'Atenció Primària Comte Borrell	CAP	C. Comte Borrell, 305
Centre d'Atenció Primària Manso	CAP	C. Manso, 19
Centre d'Atenció Primària Passeig Sant Joan	CAP	Pg. Sant Joan, 20
Centre d'Atenció Primària Roger de Flor	CAP	C. Roger de Flor, 194-196
Centre d'Atenció Primària Sagrada Família	CAP	C. Còrsega, 643

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

### Equipaments esportius de referència 2013



El districte també reuneix una bona oferta de Centres Esportius Municipals (5), amb presència a tots els barris a excepció de la Dreta i l'Antiga Esquerra de l'Eixample. Destaca el nombre d'abonats dels equipaments esportius del barri de la Sagrada Família.

Equipaments esportius municipals 2013	Abonats (2012)
CEM Sagrada Família	8.065
CEM Estació del Nord	4.504
CEM Joan Miró	3.957
CEM Aiguajoc- Borrell	3.832
CEM Piscina Sant Jordi	2.823

Font: Ajuntament de Barcelona. Anuari Estadístic, 2013

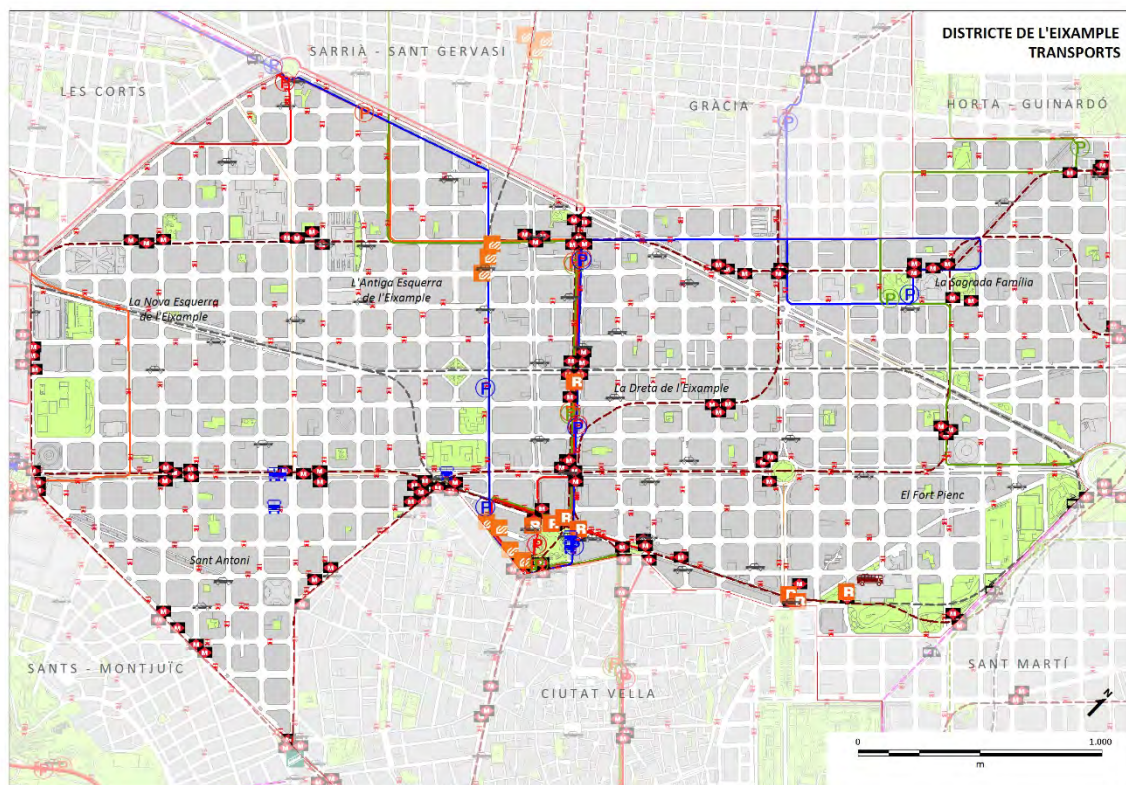
## 2.4 Transports

### 2.4.1 Xarxa pública

El districte està ben comunicat, comptant amb diverses línies de transport que el travessen d'est a oest i de sud a nord:

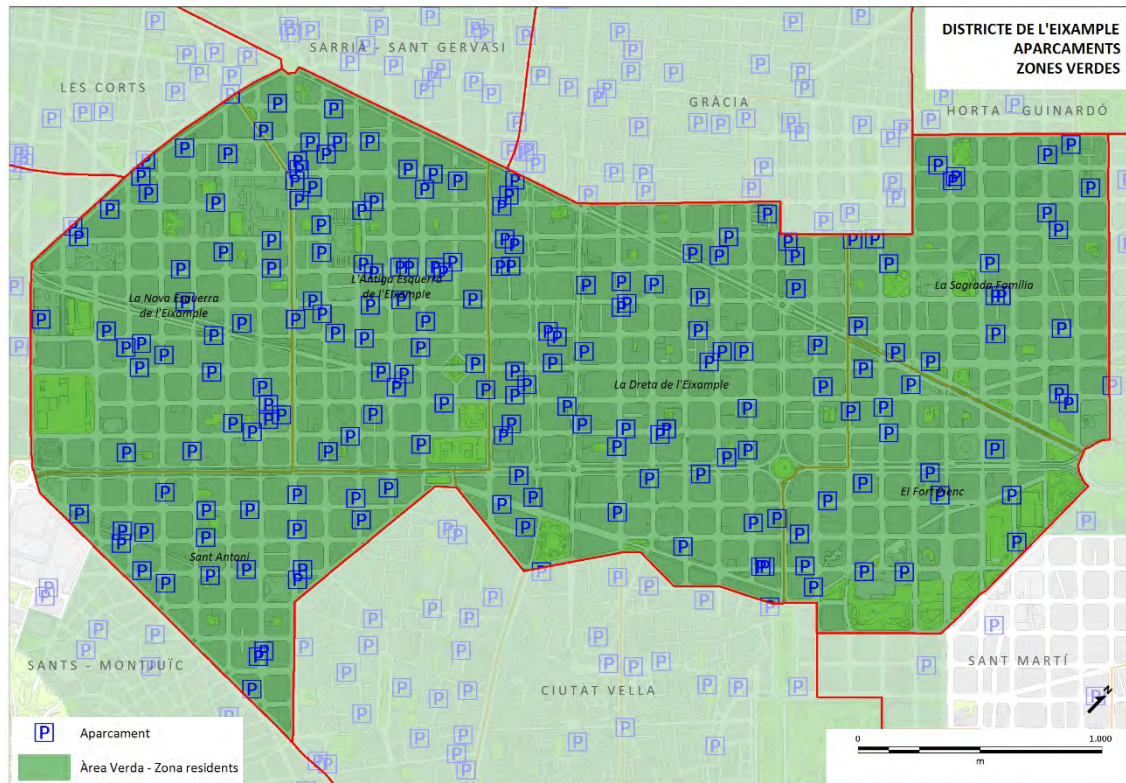
- Metro: la majoria de les línies de metro de la ciutat passen per alguna zona del districte, com són la L1, L2, L3, L4, L5, L6 i L7.
- Bus: són encara més nombroses les línies de bus que travessen el districte, destacant les noves línies de la xarxa ortogonal H12, H10, H8, V7, V17, V21. La pròpia estructura urbanística del barri facilita també la bona distribució de les parades d'autobús, formant una xarxa densa i amb bona cobertura. Els autobusos turístics de Barcelona també hi tenen part del seu recorregut, tant per a la línia blava com per a la vermella, amb diverses parades, tal i com es recull amb més detall en les pàgines següents.
- FGC: diverses parades de les línies S1, S2, S5 i S55 dels Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya per a la ruta Barcelona - Vallès donen servei al districte de l'Eixample.
- Renfe: Les estacions de Renfe Rodalies de Passeig de Gràcia, Plaça Catalunya i Arc de Triomf enllacen amb les línies R1, R2, R2sud, R2 nord, R3 i R4.

### Xarxa de transports 2013



## 2.4.2 Aparcaments i zones verdes

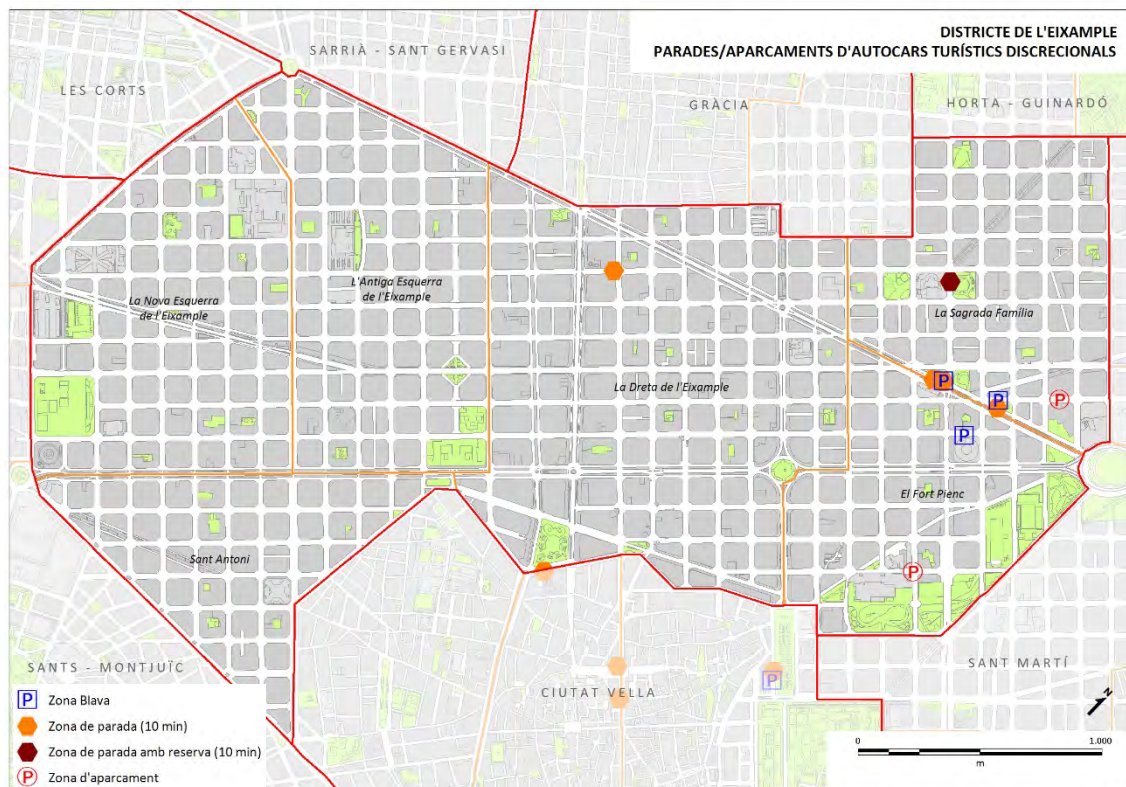
### Aparcaments i zones verdes 2013



El districte té una gran quantitat d'aparcaments públics (194) de gestió directa o concessió, repartits de manera força homogènia entre els seus 6 barris, si bé amb una certa major densitat a l'Esquerra, l'Antiga Esquerra i la Dreta de l'Eixample.

A més, una zona verda d'aparcament preferent per a residents dóna cobertura a tot el districte.

## Parades/aparcaments d'autocars turístics 2013

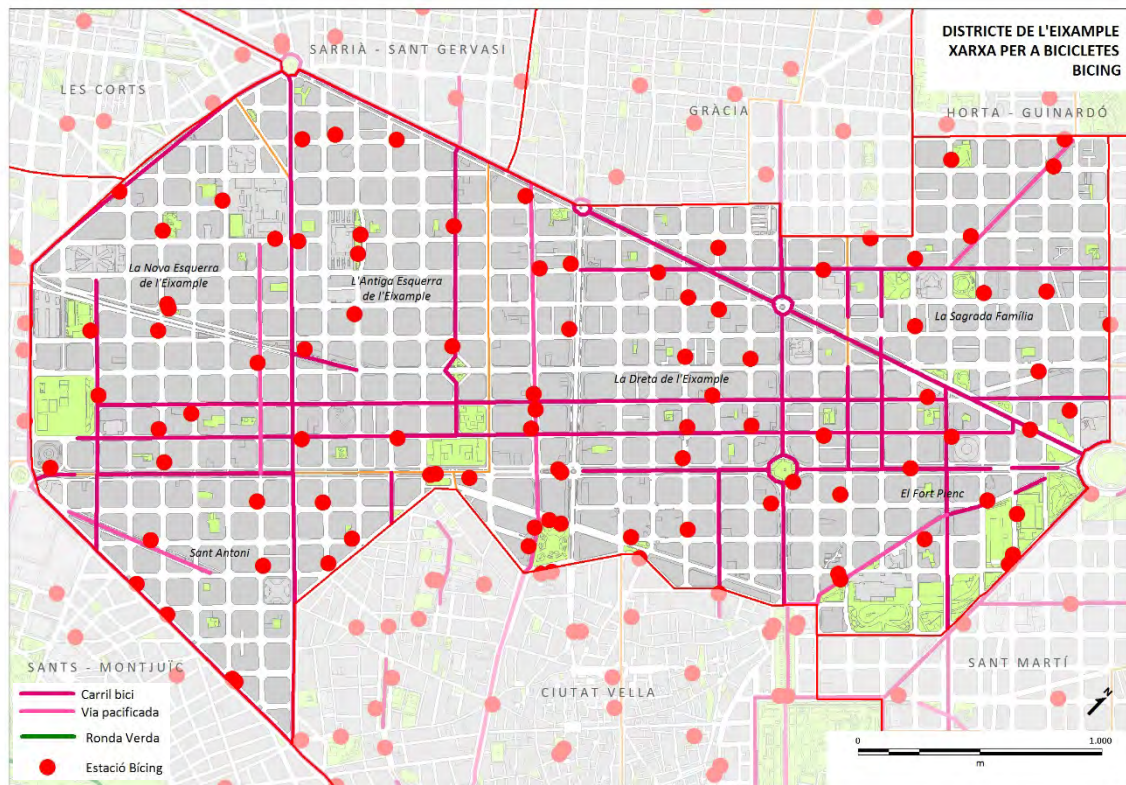


## Parades/aparcaments d'autocars turístics 2013

Sagrada Família	Zona Parada amb Reserva (10 min)	C. Marina, 268	4 places
Pl. Neruda	Zona Parada (10 min)	Av. Diagonal, 318	6 places
Pl. Hispanitat (1)	Zona Parada (10 min)	C. Marina, 205	2 places
Pl. Hispanitat (2)	Zona Parada (10 min)	Av. Diagonal, 312	6 places
La Pedrera	Zona Parada (10 min)	C. Provença, 273	3 places
Diagonal-Lepant	Zona Blava	Av. Diagonal, 308	4 places
Consell de Cent	Zona Blava	C. Consell de Cent, 520	4 places
Diputació	Zona Blava	C. Diputació, 440	4 places
B:SM Consell de Cent	Zona Pàrquing	C. Consell de Cent, 560	10 places
B:SM Barcelona Nord	Zona Pàrquing	C. Alí Bei, 80	3 places

Font: Ajuntament de Barcelona. Dades Obertes, 2013

### 2.4.3 Xarxa per a bicicletes



L'Eixample recull una extensa xarxa de vies de circulació per a bicicletes, entre els quals destaquen alguns carrers principals que connecten el districte en:

- Horitzontal: carrers de Provença, Diputació, Consell de Cent i Gran Via de les Corts Catalanes
- Vertical: carrers d'Urgell, Enric Granados, Passeig de Joan i Sicília
- Diagonal: l'Avinguda Diagonal i l'Avinguda Meridiana

A banda dels eixos viaris adaptats per a ciclistes, l'Eixample reuneix també una densa xarxa d'estacions del Bicing, distribuïdes de manera força homogènia al llarg de tots els barris.



## 2.5 La demanda a la ciutat de Barcelona i al districte

### 2.5.1 Comportament de la demanda. Evolució de la despesa

La despesa dels habitants de la ciutat de Barcelona en els diferents sectors comercials es distribueix de tal manera que el sector alimentari, l'any 2012, representa el 15% de la despesa total, essent per tant el sector comercial en el qual les persones hi inverteixen una part més important de la seva renda, seguit del consum en restauració (8%) i dels serveis a la persona (7%).

Dos d'aquests sectors esmentats, el de l'alimentació i el dels serveis a la persona, també han experimentat una lleugera alça en la despesa durant el període 2006-2012 (+2% i +1%, respectivament), però el sector que més ha incrementat la despesa de 2006 a 2012 és el de farmàcia, drogueria i perfumeria, tot i que només representi el 2% de la despesa total per sectors.

L'evolució negativa més important l'han experimentat sectors com el de tabac i vehicles (+47%), l'equipament de la llar (+31%), l'equipament personal (-29%) i l'oci i la cultura (-23%), fent palesa la contenció de la despesa en sectors no considerats com de màxima necessitat.

SECTOR	DESPESA per persona 2012 (€)	EVOLUCIÓ despesa per persona 2006 – 2012	% SOBRE EL TOTAL DE DESPESA de les persones
Alimentació	1.687 €	+2%	15%
Farmàcia, Drogueria i Perfumeria	240 €	+8%	2%
Equipament personal	614 €	-29%	6%
Equipament de la llar	412 €	-31%	4%
Oci i Cultura	275 €	-23%	2%
Altres comerç*	433 €	-47%	4%
Consum extradomèstic en restauració	897 €	-13%	8%
Serveis a la persona	759 €	+1%	7%
<b>TOTAL despesa per persona</b>	<b>10.999 €</b>	<b>-1%</b>	<b>100%</b>

\* Tabac, vehicles (automòbil, moto, bici)

Font: INE. Encuesta de presupuestos familiares, 2013

## 2.5.2 Comportament de la demanda. Hàbits de compra

Els hàbits de compra dels barcelonins en comerç del sector quotidià, que inclou l'alimentació per una banda i la farmàcia, la drogueria i la perfumeria per una altra, mostren que, pel que fa a l'alimentació, s'aposta per comprar la carn i el peix en mercats municipals i supermercats, la fruita i la verdura i el pa i els productes de pastisseria en botigues de barri especialitzades i la resta d'aliments en supermercats, apostant primordialment per fer les compres al propi barri de residència.

Per altra banda, i pel que fa al sector de la farmàcia, la drogueria i la perfumeria, s'aposta per comprar els productes de drogueria en supermercats i els productes de farmàcia/herboristeria i de perfumeria en botigues de barri especialitzades, apostant també primordialment per fer les compres al propi barri de residència, tot i que gairebé un 15% dels compradors de productes de perfumeria ho fa a altres barris de la ciutat.

Tipus d'establiment (%)	ALIMENTACIÓ				FARMÀCIA, DROGUERIA I PERFUMERIA		
	Carn i peix	Fruita i verdura	Pa i pastisseria	Resta aliments	Drogueria	Farmàcia i herbolari	Perfumeria
Botiga de barri / especialitzada	20,2	47,2	73,5	5,2	24,2	96,1	47
Gran establiment especialitat							5,3
Grans Magatzems	1	0,5	0,4	1,1	0,8		6,6
Centres Comercials	0,3	0,2	0,2	1,3	1,4	0,1	3,9
Mercat Municipal	45,2	27,9	0,3	1,4	0,8	0,4	0,4
Supermercat	30,6	21,4	19,9	83	66,5	0,3	13,4
Hipermercat	1,3	0,7	0,4	3,5	3,3		1,3
Online	0,2	0,5	0,1	0,9	0,9		1
Altres	0,1	0,9	0,1	1	0,2	0,2	0,4
<i>No compra</i>	<i>1,1</i>	<i>0,7</i>	<i>5,1</i>	<i>2,6</i>	<i>1,9</i>	<i>2,9</i>	<i>20,7</i>
<b>Localització (%)</b>							
Al barri de residència	91,4	95,6	98,1	95,1	95,4	97,4	82,4
Altres barris de la ciutat	6,8	3,4	1,8	3,2	3,4	2	14,5
Altres municipis	1,8	1	0,1	1,5	1,1	0,5	3

Font: Ajuntament de Barcelona. Estudi d'hàbits de compra i fluxos d'atractivitat, 2012

Els hàbits de compra en comerç del sector no quotidià, que inclou l'equipament personal, l'equipament de la llar i l'oci i la cultura, mostren que, pel que fa a l'equipament personal, s'aposta en gran mesura per comprar la roba i el calçat, la telefonia i els altres complements en botigues de barri especialitzades. Però també cal fer esment que al voltant d'una tercera part dels barcelonins assegura no fer compres de productes de telefonia i d'altres complements. A més, en tots els casos la majoria de compres es fan al mateix barri de residència, tot i que pel que fa a roba i calçat, una tercera part dels barcelonins compra a altres barris de la ciutat.

Quant al sector de l'equipament de la llar, també s'aposta per fer la majoria de les compres en botigues de barri especialitzades, tot i que en aquest cas es compra una mica més en grans establiments especialitzats i en grans magatzems, especialment en els casos de compra d'electrodomèstics i de decoració i mobles. També cal esmentar que al voltant d'una tercera part dels barcelonins assegura no fer compres de productes de decoració i mobles i de jardineria i bricolatge. En aquest sector, a més, les compres es distribueixen més entre els que compren al propi barri de residència, els que ho fan a altres barris de la ciutat i els que compren a altres municipis (en aquest darrer cas destaquen especialment les compres de decoració i mobles).

I pel que fa a l'oci i la cultura, la prioritat pel que fa a llibres, diaris i música és fer les compres en botigues de barri especialitzades, mentre que els productes informàtics i les joguines es compren en botigues de barri i en grans establiments especialitzats, malgrat que més d'un 40% dels barcelonins assegura no comprar productes d'aquestes dues tipologies. En tots tres casos, a més, les prioritats de compra es distribueixen de manera més o menys equitativa entre fer-les al propi barri de residència i a altres barris de la ciutat.

Tipus d'establiment (%)	EQUIPAMENT PERSONAL			EQUIPAMENT DE LA LLAR			OCI I CULTURA		
	Roba i Calçat	Altres complements	Telefonia	Electrodomèstics	Decoració i mobles	Jardineria i bricolatge	Informàtica	Libres, diaris i música	Joguines
Botiga de barri / especialitzada	61,3	49,8	42,7	42,6	35,9	42,4	24,1	48,9	20,7
Gran establiment especialitat	6,2	4,5	5,3	16	18,2	12,8	13,6	15,4	23,1
Grans Magatzems	12,4	3,8	2,7	17,5	4,3	0,8	5,4	5,1	6,7
Centres Comercials	13	4,1	4,1	7,4	3,9	1,8	7	4,6	7,2
Mercat Municipal	1,1	0,2		0,1	0,2	0,2		0,2	
Supermercat	0,1		0,2	0,1	0,8	0,4		0,1	
Hipermercat	0,8	0,5	0,7	2,9	0,8	0,2	0,9	0,8	1,3
Online	0,2	0,3	3,1	0,8	0,2		3,1	1,7	0,4
altres	1,3	1,1	1,1	0,6	0,6	0,5	1,1	0,1	0,3
<i>No compra</i>	<i>3,6</i>	<i>35,7</i>	<i>40,1</i>	<i>12</i>	<i>35,1</i>	<i>40,9</i>	<i>44,8</i>	<i>23,1</i>	<i>40,3</i>
<b>Localització (%)</b>									
Al barri de residència	60,8	73,9	79,4	63,1	56,1	44,9	44,9	68,2	49,3
Altres barris de la ciutat	34,9	23,1	16,4	31,7	17,6	48,4	48,4	30,5	40,1
Altres municipis	3,4	2,6	3,5	4,3	25,7	5,4	5,4	0,9	10,3

Font: Ajuntament de Barcelona. Estudi d'hàbits de compra i fluxos d'atractivitat, 2012

### 2.5.3 Fluxos comercials: atractivitat a centres i eixos comercials

Els hàbits de compra dels barcelonins diuen que, malgrat tenir una alta valoració de la proximitat, que es tradueix en compres de productes de consum quotidià en els seus entorns residencials més propers, per compres menys quotidianes i per activitats de lleure mostren una gran mobilitat externa.

Així doncs, la taula següent mostra la procedència dels visitants de l'Eixample a cada un dels punts i zones comercials de la ciutat de Barcelona, en percentatges respecte el total dels districtes de la ciutat.

	<b>L'Eixample</b>
Hipercentre	18,1%
Eixos comercials centrals	39,8%
Eixos de districte	5,0%
Centres comercials	11,2%
<b>Total</b>	<b>13,5%</b>

Font: Ajuntament de Barcelona. Estudi d'hàbits de compra i fluxos d'atractivitat, 2012

### 2.5.4 Fluxos comercials: atractivitat externa

En el període 1989-2011 s'observa una evolució positiva dels visitants de fora de Barcelona a tots i cada un dels eixos i espais comercials de la ciutat, malgrat l'augment de l'oferta comercial en el conjunt de l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

Cal esmentar que els visitants residents fora de Barcelona inclouen tant els residents habituals a l'estranger com aquells que provenen de la resta d'Espanya.

La taula següent mostra el percentatge de visitants no residents a la ciutat de Barcelona a cada un dels tipus d'espais comercials que s'han definit.

	<b>1989</b>	<b>1997</b>	<b>2003</b>	<b>2011</b>
Hipercentre	21%	20%	41,7%	52%
Eixos comercials centrals	25%	24%	26,5%	36%
Eixos de districte	5%	12%	8,8%	14,2%
Centres comercials	24%	23%	37,5%	44,4%

Font: Ajuntament de Barcelona. Estudi d'hàbits de compra i fluxos d'atractivitat, 2012

Per entendre millor la capacitat de captar aquesta clientela amb caràcter recurrent, la taula següent mostra la procedència dels visitants (i potencials compradors) que vénen del conjunt d'Espanya, separant-los en quatre grups d'acord amb el seu origen (Àrea Metropolitana de Barcelona, Regió Metropolitana, Catalunya i la resta de l'Estat).

	<b>Àrea metropolitana</b>	<b>Regió metropolitana</b>	<b>Catalunya</b>	<b>Espanya</b>
Hipercentre	42,9%	33,7%	14,9%	8,4%
Eixos comercials centrals	48,4%	25,4%	15,1%	11,1%
Eixos de districte	57,8%	23,0%	13,7%	5,4%
Centres comercials	50,0%	34,7%	9,3%	6,0%

Font: Ajuntament de Barcelona. Estudi d'hàbits de compra i fluxos d'atractivitat, 2012

Assenyalar també que els espais més centrals, l'hipercentre i els eixos comercials centrals reben amb més intensitat que els eixos de districte i els propis centres comercials convencionals els residents de poblacions més allunyades de Barcelona, el que fa que en aquests casos perdi pes percentual la presència de visitants de l'Àrea Metropolitana a favor dels de municipis més llunyans.

## 3 Diagnòstic comercial del districte

### 3.1 Resultats del primer Focus Grup del sector comercial

#### 3.1.1 Principals inquietuds

Alguns dels aspectes positius que van destacar els participants sobre el districte inclouen:

- **L'heterogeneïtat dels espais i usos urbans dins de l'Eixample**, fet que podria tenir un efecte positiu sobre el consum a través de la captació de compradors que passegen o que fan ús de les terrasses exteriors dels bars i restaurants.
- **Diversitat d'oferta comercial adaptada a diversos nivells de renda**, amb un màxim a Passeig de Gràcia.
- **Capacitat de dur a terme importants projectes d'integració comercial i socio cultural** com és el cas del Projecte Xeix a Fort Pienc i a Sant Antoni. En el cas de Fort Pienc, malgrat que el nombre global de locals regentats per comerciants d'origen xinès que participen en la iniciativa és en proporció baix respecte al total dels locals d'aquesta comunitat, l'experiència està tenint molt bona acollida al barri, on ha suposat un punt d'inflexió en la convivència, i és molt ben valorada per les associacions comercials. A Sant Antoni s'està iniciant una experiència similar amb la comunitat Paquistanesa.
- **Obertura i rehabilitació de nous espais** que poden revitalitzar l'activitat comercial, manifestant-se a través de les expectatives generades entre els comerciants per la rehabilitació de l'Anella de Les Glòries i de l'Hospital de Sant Pau. No obstant, en el primer cas, el trasllat de la Fira de Bellcaire (Encants Vells) ha repercutit negativament en l'afluència als Encants Nous, a més de la confusió que des de l'associació han detectat que es produïa entre la nomenclatura d'ambdues zones comercials (ja que els Encants Vells (Fira de Bellcaire), una vegada traslladats, són anomenats de vegades erròniament Nous Encants o Encants Nous).
- **Experiència positiva d'iniciatives que vinculen comerç i restauració**, com és el cas del Tapantoni al barri de Sant Antoni, que es podria reproduir en d'altres zones.

No obstant també es va fer èmfasi en els elements que més condicionen negativament en l'activitat comercial:

- Existeixen **dificultats per a l'ocupació dels locals buits**, fet especialment important en alguns barris del districte, com és el cas dels Encants Nous, Fort Pienc o sobretot de Sagrada Família, on cada vegada més s'observa més continuïtat de locals sense activitat en alguns carrers. En aquest sentit, les associacions manifesten importants dificultats per dinamitzar aquestes zones i

revertir el procés d'abandonament dels locals, que sovint comporta que els nous comerciants no vulguin establir-se en locals amb abundants espais buits adjacents. La Sagrada Família presenta doncs una problemàtica especial de degradació del teixit comercial fomentada en part per l'enorme capacitat d'atracció del temple i la proliferació de botigues de records a les seves immediacions, amb poc encaix en l'oferta de comerç de proximitat i de qualitat que es voldria promoure al barri. En relació als locals buits, es debaten diverses mesures possibles (major implicació de les associacions amb beneficis especials per als seus associats, fer captació de nous emprenedors per a l'ocupació de locals amb incentius, plantejar la possibilitat de desenvolupar-hi pop-up stores i comerços efímers, compartir espais per oferir els estocs dels comerços locals a mode d'outlet, etc.).

- **Dificultat d'atracció de la despesa associada als turistes**, fet que els comerciants associen especialment als visitants dels grans atractius turístics de la ciutat (com ara el temple de la Sagrada Família), condicionats al recorregut i les parades del bus turístic. La manca d'atractiu per als turistes que presenta l'actual oferta comercial d'alguns espais fa que els turistes dels grans circuits culturals no s'hi desplacin i, per tant, n'impedeix l'aprofitament del seu potencial per part dels botiguers i les associacions, alhora que repercuteix negativament sobre els residents al barri.
- Algunes de les associacions presents reconeixen la **manca de participació dels comerciants en les activitats formatives** que es promouen, tant des de les pròpies associacions com des del districte, fet que té una repercussió negativa en la qualitat del comerç.
- Es detecta una manca de percepció sobre la importància de l'associacionisme comercial, i es fa palesa la necessitat de fer pedagogia sobre la importància de permanentment participar en cicles formatius. També destaquen en aquest sentit la dificultat de captar establiments associats. Aquest fet enllaça amb la necessitat de professionalitzar les associacions, tasca dels dinamitzadors i el debat entorn als serveis que ofereixen les entitats als seus associats.
- Existeix una certa resistència al canvi per part d'alguns perfils comercials, i poca capacitat d'incorporar nous elements tecnològics en la proposta comercial (com per exemple les TIC o el posicionament a les xarxes), en molts casos com a conseqüència d'una falta de formació específica en tecnologies digitals.

### **3.1.2 Prioritats i aspectes en els quals hauria de fer més èmfasi el Pla de Comerç de districte**

Des del món associatiu es proposen mesures que creuen que poden incidir positivament sobre la casuística associada al comerç de l'Eixample:

- Millorar la visibilitat de comerç de proximitat a través de la **creació d'una aplicació mòbil**, que pugui acostar l'oferta als residents i sobretot als turistes. En aquest sentit es posen de manifest diverses postures sobre l'abast que hauria de tenir l'aplicació (ciutat o districte) i la possibilitat de que la mesura vagi acompanyada d'altres accions per dotar-la d'un major abast (integrar-la a BCN al mòbil, crear una pàgina web específica, ampliació de la cobertura wi-fi gratuïta, possibilitat de descarregar-la a través de codis QR, segmentar els tipus de turisme per tal de crear oferta específica, etc.). Una altra iniciativa que es posa damunt la taula és la possibilitat de fer extensiu al conjunt del districte els 5 **mapes amb els itineraris comercials** que ha editat el barri de Sant Antoni i que distribueix gratuïtament als hotels.
- Els botiguers manifesten també la necessitat de **millorar la senyalització** respecte als actius del districte, amb èmfasi en el que no siguin actius de primera línia, amb la finalitat d'esponjar els visitants cap a carrers secundaris i millorar-ne la dinamització comercial.
- **Potenciar la creació d'identitats i singularitats** dins del districte, com a estratègia que permeti millorar la visibilitat de certs segments comercials (p.e. antiguitats i llar als Encants Nous, tapes o tecnologia a Sant Antoni, arts escèniques a Fort Pienc, etc.). Es considera que aquesta mesura podria tenir també una incidència positiva en la revitalització del lloguer de locals buits que estiguin (ja que podrien instal·lar-se nous negocis atrets per la temàtica concreta de la zona en qüestió).
- Cal impulsar noves mesures per tal de sensibilitzar a la població resident sobre **els valors i el paper cohesionador social que té el comerç de proximitat**, per tal de mirar de fer més visible la necessitat de que els consumidors realitzin més compres de proximitat als seus barris. Una via per incidir-hi seria a fomentant la participació d'entitats socials del barri en algunes iniciatives comercials (p.e. acostar les entitats relacionades amb la salut amb el comerç al barri de la Sagrada Família).
- Caldria promoure grups de treball sectorial per fomentar la creació de sinèrgies i el **treball conjunt entre les diverses associacions comercials i eixos comercials** existents, considerant també l'aprofitament o la promoció de recursos compartits (aspecte en el qual hi té una gran incidència la iniciativa de Xarxa Eixample impulsada pel districte, i molt ben valorada per el teixit associatiu comercial).
- Necessitat d'agilitzar els tràmits relacionats amb la gestió dels establiments comercials (finestreta específica per al comerç, major facilitat en el contacte amb els tècnics, etc.).

Finalment, un dels aspectes que sorgeixen d'aquesta sessió és la identificació per part de les entitats del **rol de lideratge del districte** a l'hora de promoure algunes actuacions d'aquests tipus (donat que en molts casos el seu abast i calat s'escapen a les possibilitats i a l'àmbit territorial de les associacions per separat).



## 3.2 Resultats del segon Focus Grup sobre sinèrgies comerç-turisme-hoteleria-restauració

### 3.2.1 Principals inquietuds

Alguns dels aspectes positius que van destacar els participants sobre el districte incloïen:

- La **millora del coneixement entre els agents dels diferents sectors** va ser un dels aspectes més positius de la sessió en la que més d'una vintena de representants del món del comerç i de l'hoteleria van establir contacte. Els participants van destacar la idoneïtat de la trobada, sobretot pel fet de tractar-se de sectors amb un important potencial de col·laboració, i a més es va constatar que en la majoria dels casos els agents d'un sector no havien tingut un contacte directe prèviament amb els agents de l'altre sector.
- La necessitat d'obtenir una **major visibilitat sobre els recursos turístics i els serveis que ofereix el comerç** per als visitants va ser un element que va centrar bona part de l'atenció de la trobada.
  - D'una banda, **els hotelers** van manifestar la necessitat de poder disposar d'informació perquè els seus hostes disposessin d'una oferta complementaria a la del propi hotel, reconeixent la importància del comerç de qualitat sobre l'atractiu de l'entorn. Algunes iniciatives destacaven en aquest sentit la importància de desenvolupar i nodrir amb noves dades una aplicació (BCNCityApp), o com la que ha impulsat el Gremi d'Hotels de Barcelona, que inclou també comerços i restaurants, o estar més presents en webs específiques del sector que el client consulta en origen (Trip Advisor, etc.).
  - En aquest sentit, el sector dels **aparthotels o HUTs** té unes grans possibilitats de facilitar la despesa del turistes donat el segment d'hostes que acullen (generalment famílies, amb una clara necessitat d'efectuar compres sobretot degut a que majoritàriament preparen els àpats als habitatges on pernocten, i amb estades de major durada que als hotels).
  - Les **associacions de comerciants** van manifestar el seu interès, sobretot davant la possibilitat de poder col·laborar per millorar la visibilitat dels establiments associats i obrir noves vies de captació de turistes. Ja s'havien produït algunes experiències (p.e. els 5 mapes amb les rutes comercials que distribueix gratuïtament Sant Antoni Comerç) però constataren la dificultat de poder fer difusió entre el sector hotelier.
- També es va posar de manifest els **beneficis mutus que generen comerç i turisme**:

- Un comerç divers i de qualitat millora l'atractivitat del barri i de l'entorn en el qual s'ubiquen els hotels i apartaments turístics, contribuint també a l'oferta complementària a l'allotjament.
- Els hotels i HUTs concentren el turisme i per tant reuneixen en l'espai els compradors potencials que poden consumir als comerços de la rodalia, si es donen un seguit de condicions idònies.
- Globalment ambdós sectors contribueixen a dinamitzar i cohesionar socialment els barris.

### 3.2.2 Prioritats i aspectes en els quals hauria de fer més èmfasi el Pla de Comerç de districte

Arrel de la trobada van sorgir un seguit d'elements a considerar en el Pla:

- Necessitat de **mantenir el contacte entre els agents dels diferents sectors**, de manera que l'èxit d'aquest primera trobada pugui donar també uns fruits a través de la possibilitat de seguir treballant alguns dels temes a més llarg termini. Amb aquesta finalitat, es va apuntar la possibilitat de que diversos estaments poguessin vertebrar el contacte entre els sectors per tal de planificar trobades amb una major recurrència. En aquest sentit, es posa de manifest la importància del propi Pla de Comerç com a element de cohesió i de dinamització de les relacions per al sector del comerç.
- Necessitat de que **el comerç estigui en les millors condicions possibles per tal d'atendre als turistes**. Aquest fet passa per la formació als botiguers (p.e. en termes d'idiomes, atenció al públic estranger, etc.), però és fonamental que els comerciants prenguin un rol actiu i vegin la necessitat i l'interès de poder millorar la seva preparació.
- La importància de la digitalització del comerç i implantació de les noves tecnologies (aplicacions mòbils, presència en Google, xarxes socials, etc.) en el comerç per a poder donar resposta a diferents nínxols de mercat i segments de compradors (per exemple el segment turístic).
- Necessitat de **professionalització de les associacions comercials**, tant per assolir una major diversificació de l'oferta de serveis per als seus associats com una major facilitat a fer-hi partícips empresaris que no només pertanyessin al món del comerç.
- Necessitat de comptar amb una altra **oferta complementària als grans circuits turístics** (itineraris senyalitzats, temàtics, etc.), que permeti esponjar el turisme pel conjunt dels barris. També disposar d'una agenda d'activitats culturals i/o relacionades amb el comerç actualitzada. Aquestes mesures beneficien no només als comerços sinó també als hotels i apartaments, si poden disposar d'una oferta complementària per oferir-la als seus hostes. Es proposen diversos elements que

poden actuar com a actius del districte (modernisme, tapes, comerços singulars, etc.). En aquest sentit, seran fonamentals les sinèrgies i la visió estratègica unificada entre el Pla de Comerç i el Pla de Turisme del Districte.

- Es va constatar la oportunitat i la voluntat de generar possibles col·laboracions en projectes específics amb associacions comercials per part dels gremis de restauració, hotels, etc.

### 3.3 DAFO

#### 3.3.1 Principals fortalezes i oportunitats

##### Fortalezes

###### TERRITORI

- És el districte amb una major densitat de població de tota la ciutat, suposant gairebé el doble de la densitat de població del conjunt de Barcelona
- Elevat poder adquisitiu dels residents i percentatge d'atur registrat lleugerament inferior a la mitjana de la ciutat
- Paisatge ric i variat, amb diversitat d'usos i espais, amb l'organització urbanística característica de les illes del districte
- Els espais urbans estan molt articulats comercialment, i pel seu disseny urbanístic s'aconsegueix teixir un continu comercial en bona part del districte
- Bona accessibilitat de la xarxa de transport públic (metro – bus – ferrocarril)
- Varietat d'usos i activitats al territori (comerç, residencial, equipaments esportius i d'oci cultural, etc.)
- Importants actius turístics generadors de forts fluxos d'atracció (el temple de la Sagrada Família, La Pedrera, La Casa Batlló, etc.) a més d'una gran concentració d'edificis modernistes
- Vida cultural activa, amb abundant presència de cinemes, teatres i auditoris
- Multiculturalitat i riquesa social, gràcies a fluxos migratoris tant comunitaris com extracomunitaris
- Abundants equipaments educatius, destacant les facultats de la Universitat de Barcelona de l'Hospital Clínic i l'edifici històric de Plaça Universitat són el principal element acadèmic del districte
- Important localització d'actius sanitaris i hospitalaris (18 equipaments)
- Zona hotelera amb una elevada capacitat d'acollir visitants de negocis i sobretot de turisme, amb oferta de tot tipus però especialment per a turistes d'alt poder adquisitiu (predomini de places de 4 i 5 estrelles)

###### ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL

- El districte reuneix prop d'una quarta part de tots els comerços de Barcelona, dada que representa una proporció especialment elevada en relació a la seva representació poblacional sobre el conjunt de la ciutat
- Diversitat d'espais i d'equipaments comercials (4 eixos, 9 associacions comercials, 6 mercats municipals, centres comercials, galeries comercials, etc.)
- Quantitat i varietat de l'oferta comercial i de restauració, 18 dels quals inclosos a les guies Michelin i Repsol
- Elevada densitat del seu teixit comercial, amb establiments presents pràcticament a totes les illes
- El districte presenta zones de concentració de comerços de proximitat, especialment als barris de la Sagrada Família i de Sant Antoni
- Bones infraestructures de suport a l'activitat comercial (zones vianalitzades, transport públic i aparcaments)
- Alta capacitat de generar sinèrgies entre els atractius del districte i el comerç
- La creació de la OPE, en tant que existeix en el districte una unitat específica dedicada a la promoció econòmica del territori

## Debilitats

### **TERRITORI**

- Menor superfície de zones verdes que d'altres districtes
- Existeixen marcades diferències territorials i demogràfiques entre algunes zones del districte
- Barreres físiques territorials, com són sobretot l'Avinguda Diagonal, la Gran Via de les Corts Catalanes o el Carrer Aragó
- La principal reducció demogràfica del districte es concentra en el segment de la població jove (-40,3%)
- Polarització de certs atractius i recursos de referència
- Baixa intensitat i/o qualitat lumínica en algunes zones del districte

### **ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL**

- Diferències entre barris en relació a la realitat i fortalesa socioeconòmica i comercial
- Alguns dels entorns vianalitzats no tenen una clara orientació al comerç (p.e. alguns passatges)
- Tot i que el districte presenta importants actius turístics, el turisme de compres segueix centrat en el l'eix del Passeig de Gràcia i Rambla Catalunya
- En alguns barris és constata la baixa densitat d'establiments d'algun tipus (p.e. alimentació a la Dreta de l'Eixample) així com la pèrdua general de la diversitat comercial
- Algunes zones molt concretes tenen una certa concentració de locals buits (p.e. certs espais del barri de la Sagrada Família)
- Concentració de comerços de baixa qualitat en alguns enclavaments turístics (p.e. botigues de records als voltants del temple de la Sagrada Família) juntament amb la manca de comerços de proximitat
- La falta de formació dels comerciants condiciona les seves possibilitats de creixement, fet que queda palès, per exemple, en les dificultats per atendre adequadament als turistes (falta de coneixement en idiomes)
- El punt anterior es conjuga, alhora, amb la falta de motivació, per part de la gran majoria dels botiguers del districte, en participar en activitats formatives (fins i tot en el cas d'activitats gratuïtes o adaptades a l'horari dels comerços)
- Baix nivell de professionalització d'algunes associacions de comerciants, que en condiciona la cultura col·laborativa, la comunicació i/o els serveis que ofereixen als seus associats i dificulta que puguin comptar amb una certa massa crítica.
- Proliferació de cert comerç de baix valor afegit en determinades zones del districte.
- Manca de formació

### 3.3.2 Principals debilitats i amenaces

#### Oportunitats

##### TERRITORI

- Millorar la interrelació dels grans equipaments generadors d'atracció i visitants i les activitats comercials
- Aprofitament de la capacitat d'atracció dels actius propis del territori
- Millora de l'urbanisme i articulació d'espais urbans per incrementar l'atractiu del districte, com ara la remodelació del Passeig de Gràcia, Passeig de Sant Joan o l'Avinguda Diagonal
- Dinamització de l'entorn dels actius territorials on s'estan duent a terme nous projectes de rehabilitació, com per exemple l'Hospital de Sant Pau o l'anella de les Glòries

##### ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL

- Les expectatives de creixement dels establiments del barri són lleugerament més positives que al conjunt de la ciutat
- Aprofitar espais al districte per a activitats de dinamització
- Possibilitats de sinèrgies amb altres sectors (turisme, hostaleria i restauració, cultura, etc.)
- Possibilitats relacionades amb l'elevada oferta de locals en venda i lloguer del districte (representen el 17,3% i el 23,4% respectivament del conjunt de Barcelona)
- Potenciació d'associacions i eixos comercials, més professionalitzats, amb més serveis i més associats
- Promoure que la potencia comercial dels eixos amb major atractiu s'aprofiti també per als carrers i comerços propers
- Diversos projectes en marxa al districte estan orientats a promoure i potenciar la creació d'identitats i singularitats (p.e. eix cívic i de salut a Passeig de Sant Joan, arts escèniques a Fort Pienc, creativitat, territori i districte a través del projecte Zona 11, l'emprenedoria cooperativa amb el projecte LabCoop, etc.)
- La renovació de l'oferta i el contingut dels comerços
- Utilització de comerços innovadors per atraure visitants
- L'obertura de negocis per part de nousvinguts suposa un repte però també ofereix nombroses oportunitats per a potenciar la cohesió social i la interculturalitat associada al comerç, de la qual en són prova algunes iniciatives d'èxit que s'estan duent a terme (p.e. projecte XEIX al barri de Fort Pienc)
- Incorporació de comerciants d'origen estranger en els associacions de comerciants

## Amenaces

### **TERRITORI**

- Desconeixement dels projectes territorials
- La manca de planificació estratègica del territori pot donar lloc a incoherències en el desenvolupament econòmic, urbanístic i/o social d'algunes zones
- Nivells de seguretat (petits furtus, incivisme, presència policial, etc.) a determinats indrets
- No tenir prou en compte en la planificació estratègica la importància del comerç com a sector clau d'articulació i desenvolupament urbà, així com el seu paper cohesionador dels barris
- Envel·liment progressiu de la població
- Perdre la oferta de sòl comercial al servei del ciutadà i perdre cohesió de barri i serveis que contribueixen a vertebrar el territori

### **ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL**

- El desconeixement de l'oferta comercial i la manca de comunicació fluida i continuada entre agents (del mateix o de diversos sectors) que pot suposar una pèrdua d'oportunitats
- Descens de l'activitat econòmica i comercial
- La pèrdua de compradors del comerç de proximitat
- Baix valor afegit en la proposta comercial d'alguns comerços (manca d'adequació)
- Tancament i decreixement del comerç de proximitat
- Augment de centres comercials, franquícies, i botigues dirigides al públic interessat en articles de luxe
- Poca consciència de l'augment del canal de vendes per Internet, en tant que un canal obert 24h amb presència i accessibilitat des de, pràcticament, qualsevol loc.
- Pèrdua de capacitat d'adaptació dels comerços a les noves tendències degut a la manca d'interès en la cooperació, la formació i el reciclatge
- Relleu generacional en molts comerços difícil d'articular
- Excessiva rigidesa de la normativa comercial que no s'adapta prou de pressa a les noves necessitats i perfils comercials en constant evolució (pe establiments amb més d'una activitat, etc.)
- En alguns casos, dificultat en renovar i manca de relleu en els responsables de les juntes de les associacions.
- Baixa implicació dels associats en les activitats de les associacions

## 3.4 Conclusions

### TERRITORI

- El districte de l'Eixample presenta diversos paràmetres demogràfics que estan situats per sobre de la mitjana de la ciutat: és el districte amb una major població, amb 264.780 habitants que suposen un 16,4% de conjunt dels ciutadans, i també destaca per tenir la densitat de població més elevada (35.556 hab/km<sup>2</sup>) i que gairebé duplica la de Barcelona. Encara que en els darrers anys ha vist reduïda la seva població (-3,5%), aquest decrement segueix un patró similar al conjunt de la ciutat, centrant-se especialment en el segment de població jove (-41,0%), mentre que s'ha produït un increment de la població adulta (+10,3%).
- En aquesta mateixa línia, l'índex de renda disponible per càpita dels ciutadans de l'Eixample (110,6) també supera el nivell de base de la ciutat (100), essent aquest un indicador orientatiu de la possible despesa capitalitzable en les activitats de compra al propi districte. També cal tenir present que el percentatge de població aturada a l'Eixample (11,7%) és lleugerament inferior a l'atur registrat a la ciutat (14,0%) segons dades de desembre de 2013. No obstant això, els botiguers valoren positivament la diversitat d'oferta comercial de l'Eixample adaptada a diversos nivells de renda, que presenta un màxim a la zona de Passeig de Gràcia.
- A nivell administratiu, el districte es divideix en 6 barris, encara que presenten força continuïtat urbana entre ells. Es tracta de la Sagrada Família, el Fort Pienc, la Dreta de l'Eixample, l'Antiga Esquerra de l'Eixample, la Nova Esquerra de l'Eixample i Sant Antoni. No obstant, diversos carrers si que suposen en certa manera barreres psicològiques que condicionen la mobilitat dels seus habitants, com són l'avinguda Diagonal, la Gran Via de les Corts Catalanes, el Paral·lel, l'avinguda Meridiana o alguns espais centrals de grans avingudes com la Plaça Tetuan o la Via Laietana.
- L'Eixample és un districte de marcada importància dins de la ciutat, degut a les particularitats de la seva trama urbana derivades del Pla Cerdà i a l'abundant presència d'edificis modernistes, fet que suposa un dels seus grans actius. Destaca en primer lloc el temple de la Sagrada Família, situat al barri homònim, i que anualment rep més de 3 milions de visitants, essent també un dels principals reclams de la ciutat de Barcelona. Amb un gran paper també dins de l'oferta modernista de la ciutat destaquen la Pedrera i la Casa Batlló, situades al Passeig de Gràcia i amb més de 750.000 visitants anuals.
- Altres elements culturals poden suposar un complement a l'activitat comercial, com serien els 16 museus de temàtica diversa presents a l'Eixample, la bona oferta de cinemes (11), teatres (22) i auditoris (2), amb una remarcable capacitat d'atracció de visitants, encapçalats per l'Auditori (354.226 visitants al 2013).
- La restauració, amb 914 establiments de tipologia i especialitats diverses, hi és també molt present, presentant una especial densitat a la Dreta i l'Antiga Esquerra de l'Eixample,



on també s'hi emplacen els 18 restaurants de major categoria inclosos a les guies Michelin i Repsol. En aquest sentit, els botiguers destaquen la importància de les iniciatives que vinculen comerç i restauració per dinamitzar el consum.

- Un altre dels aspectes destacables en la capacitat d'atracció turística del districte és l'oferta d'allotjament hotel·ler. Aquesta és força rica i diversa, amb unes 18.326 places de diversa categoria al 2013. No obstant, bona part de l'oferta està centrada en el turista de luxe, amb més de la meitat de les places hotel·leres corresponents a hotels de 4 i 5 estrelles, suposant les primeres el 52% del total de places. L'Eixample també compta amb una important oferta d'habitatges d'ús turístic (HUTs), amb 4.884 places d'apartaments segons dades del 2014, que s'ajusten a un perfil d'hostes que potencialment té un bon encaix amb el comerç de proximitat.
- Alguns espais del districte es troben en procés de transformació, fet que pot revitalitzar l'activitat comercial, manifestant-se a través de les expectatives generades entre els comerciants per la rehabilitació de l'Anella de Les Glòries i de l'Hospital de Sant Pau.

## ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL

- Amb més de 15.000 establiments, l'Eixample reuneix un 24,3% dels total de comerços presents a Barcelona. Cal tenir present que la proporció de comerços respecte als existents a Barcelona és superior a la seva representació poblacional sobre el conjunt de la ciutat (16,4%).
- És important destacar que, morfològicament, és un barri amb una alta densitat de locals comercials, molt més alta que altres districtes de la ciutat.
- Per tant, es tracta d'un districte amb una important vessant residencial però sobretot amb una elevada presència de teixit comercial, on també degut a la configuració urbanística els formats de botiga són de majors dimensions (103,3 m<sup>2</sup>) que la mitjana de la ciutat (84,7 m<sup>2</sup>).
- Presenta un mix comercial global força equilibrat amb quotes elevades (entre el 20 i el 27%) per als diferents tipus de comerç (alimentari, tèxtil, calçat, equipament de la llar, llibres, diaris i revistes).
- Pel que fa als equipaments comercials, hi destaquen els 6 mercats municipals distribuïts de manera força homogènia als barris, els 3 grans centres comercials amb que compta el districte (Las Arenas, Bulevard Rosa i El Triangle) i 4 grans establiments que completen l'oferta comercial de gran format.
- A l'altre extrem, s'hi dona una gran activitat de mercats de venda no sedentària, fet que s'exemplifica amb les dades de l'any 2013, en el qual hi van tenir lloc diverses activitats de

dinamització comercial, entre elles 18 mostres de comerç o productes, 13 fires i mercats, etc.

- L'ocupació dels locals buits és un fet especialment difícil en alguns barris del districte, com és el cas dels Encants Nous, Fort Pienc o sobretot de Sagrada Família. En alguns d'aquets espais s'observa cada vegada més continuïtat de locals buits, fet que augmenta dificulta encara més l'èxit d'iniciatives de dinamització que puguin revertir aquesta dinàmica. La problemàtica generada per la proliferació de certs negocis entorn als grans actius turístics (com la Sagrada Família), o les zones afectades per obres de llarga durada, amenaça també la vitalitat del comerç de proximitat per a residents i visitants amb altres perfils.
- En relació als locals buits, és important tenir present –com ja s'ha exposat anteriorment– que morfològicament el districte té una densitat de locals comercials molt més alta que altres districtes de la ciutat, especialment gràcies al seu disseny urbanístic, motiu per el qual és raonable suposar que existeix un percentatge de locals buits “estructurals”, és a dir, que no es podrà assolir mai la plena ocupació de locals comercials.
- De fet, l'aprofitament del turisme a través de la potenciació de sinèrgies entre els sectors comercial i hotelier va ser el tema central d'un dels focus grups realitzats. Els participants van destacar la necessitat de millorar la coneixença mútua i de seguir treballant per tal de potenciar l'intercanvi d'informació, posant de manifest els beneficis que el comerç presenta en l'estructuració i l'atractiu dels barris i, alhora, l'important paper del sector hotelier a l'hora d'aportar possibles compradors i esponjar en certa manera el turisme. En aquest sentit, els implicats perceben que algunes iniciatives podrien ser una bona eina per millorar la visibilitat del comerç (senyalització, codis QR, mapes amb itineraris, aplicacions per a smartphones, presència en webs turístiques, etc.). No obstant això, el comerç no ha de perdre de vista que ha de seguir millorant per adaptar-se també als requeriments que suposa poder atendre als turistes, fet que passa necessàriament per prendre un paper més proactiu i formar-se (sobretot pel que fa als idiomes i a l'atenció del públic estranger, noves tecnologies, etc.).
- És un fet destacable que en alguns barris s'estiguin desenvolupant projectes amb una important vessant d'integració comercial i social lligada al comerç divers, com és el cas del projecte XEIX a Fort Pienc o experiències similars d'integració de la comunitat paquistanesa al barri de Sant Antoni.
- Convé destacar que, a més a més, existeixen en el districte algunes zones d'especialització comercial amb una identitat diferenciada i singular, com per exemple Gai eixample. La creació d'identitats i l'aprofitament de les singularitats del districte és un element que els comerciants i hotelers consideren necessari per tal de treure'n el màxim profit, com per exemple Gai Eixample

- Es considera en qualsevol cas fonamental sensibilitzar a la població resident sobre els valors i el paper cohesionador social que té el comerç de proximitat, i en aquest sentit es fa palesa la necessitat de promoure un consum de proximitat.
- Tot i que existeixen 4 eixos comercials i un total de 9 associacions comercials, és necessari seguir treballant per enfortir el teixit associatiu del districte, a través de la col·laboració i l'aprofitament de sinèrgies entre les associacions, els eixos i en definitiva els agents rellevants en la dinàmica empresarial de l'Eixample. Una de les vies per aconseguir potenciar aquesta col·laboració passa per promoure una major professionalització de les associacions i entitats relacionades amb el comerç, per tal d'augmentar també la seva capacitat d'oferir serveis atractius i ajustats a les necessitats dels seus associats, i fomentar les noves adhesions. Un aspecte cabdal a tenir en compte en aquest context és la necessitat de que els comerciants s'interessin per millorar la seva formació i participin en les activitats que s'impulsen, tant des del propi districte com des d'algunes associacions.
- Per últim, convé fer menció a la importància de la creació de la OPE, en tant que existeix en el districte una unitat específica dedicada a la promoció econòmica del territori, amb una visió global i transversal de l'activitat econòmica i la capacitat de promoure i enfortir les sinèrgies entre diferents sectors.

## 4 Model comercial del districte

### 4.1 Model comercial

A partir del model comercial definit en el Pla d'Impuls al Comerç de la ciutat de Barcelona, la visió del model comercial del districte de l'Eixample és aquesta:

- Comerç de qualitat.
- Comerç pròxim al ciutadà.
- Comerç competitiu, generador de llocs de treball i riquesa.
- Comerç i serveis adaptats a les necessitats.
- Comerç vertebrador del districte i el territori.
- Comerç integrador i cohesionador social, que "faci barri".
- Comerç innovador, modern i sostenible.

### 4.2 Definició dels objectius i prioritats

Els objectius del Pla de Comerç de districte de l'Eixample són els següents:

- Crear un entorn físic més atractiu per als comerços.
- Enfortir els eixos i associacions de comerciants.
- Ajudar els comerços a:
  - Ser més competitiu i tenir millors marges.
  - Fer front als canvis en els perfils dels consumidors.
  - Fer front als canvis provocats per la tecnologia.
  - Potenciar l'experiència de compra al districte.
- Millorar la visibilitat d'alguns barris del districte com a destinació comercial.
- Potenciar la relació del comerç amb altres sectors d'activitat econòmica.
- Enfortir la integració entre ciutadà i comerç i el paper social del comerç.
- Mesurar i millorar l'impacte i el rendiment dels recursos invertits, tant des de l'administració pública com des de la vessant privada.

### 4.3 Programes d'actuació

Per tal de desplegar les actuacions necessàries es proposen sis programes d'actuació:

#### **PROGRAMES**

A. Governança del districte en comerç

B. Comunicació, dinamització i promoció

C. Millora de la competitivitat del teixit comercial i l'emprenedoria

D. Sinèrgies amb altres sectors

E. Innovació, TIC, formació i qualitat

F. Integració habitat urbà i comerç

G. Participació ciutadana i vessant social

## Programes i línies d'actuació

### Llistat de les línies d'actuació / Mesures proposades

#### A. Governança del districte en comerç

- A1. Oficina de promoció econòmica (OPE)
- A2. Consell de Promoció Econòmica
- A3. Enfortir el teixit associatiu i impulsar sinèrgies – “Xarxa Eixample”
- A4. XEIX – Pla de participació i formació de comerç divers
- A5.- innovació en l'associacionisme

#### B. Comunicació, dinamització i promoció

- B1. Impuls d'accions de promoció conjunta
- B2. Desenvolupament dels criteris de suport / prioritat a les accions de dinamització i promoció
- B3. Promoure eixos cívics
- B4. Millorar la visibilitat de les accions de promoció (via eines virtuals)
- B5. Promoure la digitalització del comerç
- B6. Mapa d'actius del districte
- B7. únic Agenda única d'esdeveniments
- B8. Mercats i fires no sedentàries
- B9. Impulsar el Zona 11

#### C. Millora de la competitivitat del teixit comercial i l'emprenedoria

- C1. Elaborar estudis de comerç de zones específiques
- C2. Definició d'identitats territorials
- C3. Promoure projectes compartits - Xarxaeixample
- C4. Pla d'aprofitament dels locals buits
- C5. Promoure l'emprenedoria
- C6. Guia “Inverteix a l'Eixample” per atraure emprenedors en comerç i serveis
- C7. Campanyes d'inspecció i control

#### D. Sinèrgies amb altres sectors

- D1. Foment de les sinèrgies, les interrelacions i la col·laboració del Pla de Comerç amb el Pla de Turisme de l'Eixample
- D2. Promoure campanyes de promoció conjuntes entre el comerç i els sectors de la restauració, la cultura,...

#### E. Innovació, TIC, formació i qualitat

- E1. Formació en TIC, xarxes socials i posicionament digital
- E2. Pilotar les oportunitats de digitalització del comerç – *smart commerce*
- E3. Millora de les TIC i de la presència del comerç a les webs

#### F. Integració habitat urbà i comerç

- F1. Actuacions als mercats municipals
- F2. Millora de l'espai urbà

#### G. Participació ciutadana i vessant social

- G1. Comerç amic de l'escola
- G2. Participació del comerç en festes i actes emblemàtics
- G3. Promoure el comerç solidari – Social Street
- G4. Serveis de comerç per a la gent gran
- G5. Comunicar la vessant social del comerç - “Sempre amb tu”
- G6. Impulsar iniciatives de RSC al districte
- G7. Coordinació amb cossos de seguretat

### Matriu de creuament Programes, línies d'actuació i objectius

Cada una de les línies d'actuació proposades ha de donar resposta al menys a un dels objectius definits anteriorment, per tal d'aconseguir un comerç més adaptat a la nova realitat i amb més capacitat de donar resposta als reptes de futur.

		PROGRAMES						
		A. Governança del districte en comerç	B. Comunicació, dinamització i promoció	C. Millora de la competitivitat i l'emprenedoria	D. Sinèrgies amb altres sectors	E. Innovació, TIC, formació i qualitat	F. Integració habitat urbà i comerç	G. Participació ciutadana i vessant social
OBJECTIUS	1. Crear un entorn físic més atractiu per als comerços		B3, B8, B9	C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7	D2		F1, F2	G7
	2. Ajudar els comerços a ser més competitius i tenir millors marges	A1, A2, A3, A4, A5	B1, B4, B5, B6, B9	C1, C2, C3, C5, C6		E1, E2	F1, F2	
	3. Ajudar els comerços a fer front als canvis en els perfils dels consumidors	A3, A5	B1, B4, B5, B6	C1		E1, E3		G6
	4. Ajudar els comerços a fer front als canvis provocats per la tecnologia	A5	B4, B5, B9			E1, E2, E3		
	5. Ajudar els comerços a potenciar l'experiència de compra al districte		B1, B3, B4, B5, B6, B7, B8	C1, C2, C3, C5	D1, D2	E1	F1, F2	G5
	6. Enfortir els eixos i associacions de comerciants	A1, A2, A3, A5	B1	C1, C2, C3, C4, C5, C6				
	7. Millorar la visibilitat del districte com a destinació comercial	A1	B1, B3, B4, B5, B6, B7, B8	C1, C2, C6		E1, E3	F1, F2	
	8. Potenciar la relació del comerç amb altres sectors d'activitat econòmica	A1, A2, A3, A5	B1, B3	C2, C3, C5	D1, D2			G1, G2
	9. Enfortir la integració entre ciutadà i comerç i el paper social del comerç	A4	B3	C1, C2			F1, F2	G1, G2, G3, G4, G5, G6
	10. Mesurar i millorar l'impacte i el rendiment dels recursos invertits		B1, B2	C3		E2	F1, F2	

## 5 Pla d'actuacions

### 5.1 Programa A. Governança del districte en comerç

#### 5.1.1 Objectiu

Aquest programa està dirigit a millorar la relació, els espais de diàleg i la coordinació entre el districte i el teixit comercial (especialment vers les entitats més representatives).

Agrupa el conjunt d'actuacions del districte encaminades a:

- Orientar l'estructura i l'acció del districte a les necessitats del comerç i als reptes futurs.
- Exercir des de l'Administració un paper de co-lideratge (juntament amb el sector privat) i amb efecte de creació de xarxes col·laboratives.
- Desenvolupar un espai d'interlocució amb el comerç àgil, efectiu, propositiu i proactiu.
- Mantenir i potenciar la presència del comerç en els espais de participació del districte (consell de promoció econòmica, consells de barri, etc.).
- Establir un sistema d'indicadors i de seguiment del sector comercial i sectors afins que permeti la presa de decisions objectiva.

#### Actuació A1. Oficina de Promoció Econòmica (OPE)

Aquesta iniciativa està dirigida, en entre altres qüestions, a la millora de la governança del comerç, per tal de millorar la coordinació, la comunicació i la relació entre els agents vinculats amb el comerç i entre aquests i agents d'altres àmbits. La recent creada OPE esdevé un vehicle de gestió innovador que ha de permetre aquesta millora.

La missió de l'Oficina de Promoció Econòmica del Districte de l'Eixample és promoure, organitzar, coordinar i consolidar accions destinades a afavorir el desenvolupament econòmic i social del Districte.

En relació a aquesta mesura destaca el treball dut a terme a nivell de districte en relació a la realitat associativa, les seves potencialitats i deficiències, necessitats, recursos i relacions que ha donat lloc al projecte "Xarxa Eixample". Dins d'aquest projecte, destaca una línia d'actuació dirigida a la interlocució del comerç i les diverses administracions públiques, per tal d'afavorir-ne el flux d'informació en relació als temes que són d'interès per al comerç.

Les actuacions previstes, en relació al comerç, en el marc dels objectius de l'OPE són les següents:

- Promoure l'associacionisme comercial i el treball en xarxa de les diferents entitats i associacions.
- Implementació i desenvolupament en el territori dels diferents projectes i plans estratègics de ciutat.
- Identificació de potencialitats del territori per al desenvolupament de projectes singulars.



- Col·laboració amb el sector privat per promoure i facilitar la implantació de noves activitats econòmiques i la dinamització empresarial.
- Identificar els àmbits, els departaments, les comissions, etc. de l'acció municipal que requereixen la col·laboració i la participació dels representants del comerç.
- Definir quins responsables cal incorporar en els espais de diàleg amb les entitats del sector del comerç.
- Identificar els grups d'interès (comissions, associacions, entitats empresarials, etc.) dels sectors objectius per generar sinèrgies amb el comerç.
- Seguiment del Pla de Comerç del districte.

### **Actuació A2. Consell de promoció econòmica**

L'objectiu d'aquesta mesura es transformar l'actual consell de comerç en un consell representatiu de les diferents activitats econòmiques del districte que sigui un òrgan de participació i intercanvi entre les diferents entitats..

L'oportunitat d'aquest consell es va posar de manifest en els Focus Grups realitzats, amb la voluntat que sigui un òrgan amb marcat caràcter executiu que permeti:

- Crear un punt de trobada i interlocució permanent entre els actors i representants de les diferents activitats econòmiques que tenen lloc al districte (comerç, restauració, allotjament, empreses i altres, etc.).
- Esdevenir un espai per a la definició i articulació de projectes integradors al districte, fomentant la col·laboració i interrelació existent entre les diferents activitats econòmiques, per tal de contribuir a teixir aliances entre diferents sectors.
- Constituir un espai de reflexió sobre les oportunitats que presenta el districte, les identitats que poden desplegar-se (veure Actuació C2), les línies estratègiques a mig i llarg termini, etc.
- Promoure i enfortir la participació i comunicació fluida entre el districte i els agents econòmics.

### **Actuació A3. Enfortir el teixit associatiu i impulsar sinèrgies – Xarxa Eixample**

El districte impulsa des de 2012 el projecte Xarxa Eixample per afavorir l'associacionisme i enfortir les entitats del món del comerç per a millorar la seva competitivitat comercial.

El projecte Xarxa Eixample:

- És un vehicle d'interlocució i representació dels interessos dels comerciants de primer nivell.
- Permet articular programes i estratègies conjuntes entre els comerciants.
- Permet generar projectes amb una visió global del territori, generant sinèrgies que de forma individual no podrien donar-se.
- Permet articular serveis de valor afegit que, sense una massa crítica d'usuaris, no podrien oferir-se.

L'enfortiment del teixit associatiu i dels eixos esdevé una prioritat del districte. Per fer-ho, és necessari treballar en la professionalització de les associacions i els eixos, articular una proposta de valor atractiva per als no associats, assegurar la massa crítica necessària per a la seva sostenibilitat econòmica i promoure la dimensió suficient per garantir la seva capacitat d'autofinançar-se.

S'han desenvolupat diferents iniciatives i programes en el marc del projecte Xarxa Eixample, coi per exemple "associa't", "comerç pròxim +tu", els treballs actuals de digitalització dels comerços de l'Eixample, la creació d'una plataforma web d'ofertes i la implantació d'una targeta de fidelització, entre altres.

La mesura contempla actuacions tals com:

- Seguir impulsant el treball en xarxa de les associacions i eixos de l'Eixample, i entre associacions i mercats municipals.
- Seguir impulsant el treball en xarxa entre associacions i representant de diferents activitats econòmiques (hoteleria, restauració, empreses, etc.)
- Col·laborar amb les entitats del món del comerç per generar un catàleg de serveis i de valor afegit (proposta de valor) dirigit als no associats.
- Promoure la col·laboració i l'intercanvi d'experiències entre les associacions, entre elles i els eixos comercials i entre elles i altres agents socials (associacions de veïns, etc.)
- Promoure i compartir serveis, projectes i iniciatives en tots els àmbits possibles (promoció, dinamització, sistemes web, APPs, etc.).
- Realitzar una campanya de suport a l'associacionisme entre els no associats.
- Promoure la col·laboració i l'intercanvi d'experiències entre les associacions.
- Promoure la professionalització de les associacions de comerciants.
- Promoure gerències professionalitzades compartides entre les associacions més petites.
- Mantenir actualitzada la guia d'associacions comercials del Districte.
- Estimular i ajudar en l'estructuració de noves associacions comercials a zones del districte on no hi ha associacionisme comercial
- Promoure sinèrgies per a que els Mercats Municipals participin de les associacions comercials territorials de referència

#### **Actuació A4. XEIX - Pla de participació i formació de comerç divers**

El projecte XEIX constitueix un cas d'èxit en la generació de sinèrgies positives i integració entre col·lectius nous i residents d'un barri, que ha permès assentar unes bases de treball en el marc del comerç positives i constructives.

La vocació d'aquesta actuació es facilitar l'expansió del projecte XEIX a altres barris del districte.

En particular es preveu:

- Comunicar i difondre els resultats del projecte XEIX i les implicacions positives que ha generat per a Fort Pienc.

- Identificar les associacions / eixos que vulguin desenvolupar un projecte equivalent a la seva zona d'influència.
- Donar suport i contribuir a difondre tot el material (guies, notícies, informes) que generi l'Ajuntament de Barcelona en el marc del programa d'integració, formació i acollida als nouvinguts.
- Cooperar amb el Consorci per a la Normalització Lingüística per -conjuntament amb els comerciants-, fer servir la llengua com eina d'inclusió dels nouvinguts i enfortidora de la cohesió social.
- Promoure les sinèrgies entre els comerciants autòctons i nouvinguts, a partir d'activitats al voltant de la llengua catalana com a llengua comuna.
- Promoure el voluntariat per la llengua
- Organitzar píndoles de formació en matèria lingüística
- Elaborar materials de difusió específics
- Proporcionar les eines necessàries als comerços i associacions de comerciants, per actuar d'acord a 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.
  - Retolació i drets lingüístics del consumidor
  - Retolació bilingüe Xinès – Català / Urdú – Català / Hindi – Català
- Promoure acords amb la restauració per la normalització lingüística en les cartes de menú
- Treballar activament per donar a conèixer la Xarxa BCN Antirumors i el seu *hashtag* #BCNcomerçdivers, i la presència a les xarxes socials: *Facebook*.

### **Actuació A5. Innovació en l'associacionisme**

L'actuació té com a objectiu promoure una transformació de les associacions de comerciants en entitats de promoció econòmica del barri i/o el territori de referència, que permetin generar i enfortir les sinèrgies entre les diferents activitats econòmiques que hi tenen lloc.

L'objectiu d'aquesta mesura és elaborar un pla de qualitat per tal de promoure un model d'excel·lència innovador en relació a la gestió de les entitats del món del comerç (associacions i eixos).

L'associacionisme de qualitat i excel·lència s'ha d'entendre com un salt endavant en el model associatiu. Fins ara, el model associatiu en termes generals s'ha focalitzat en esdevenir un òrgan que representa els comerciants associats, els facilita serveis (assessorament, tecnologia, etc.) i promou accions dirigides a millorar la seva competitivitat i vendes (promoció, difusió, etc.).

L'objectiu del programa de qualitat és assentar les bases i els criteris per construir un model associatiu innovador que incorpori també molts altres aspectes vinculats a l'estratègia de ciutat en el seu "ADN", i que permeti constituir entitats que esdevinguin veritables agents de promoció econòmica del barri i/o territori de referència, com per exemple:

- Visió integral del territori
- Procés d'innovació permanent

- Gestió del canvi
- Gestió professional
- Medi ambient i polítiques energètiques
- Sostenibilitat
- Inclusió social
- Etc.

La mesura preveu:

- Crear un grup de treball per a definir què es considera una “associació de qualitat” i definir el model d’associacions al que es vol aspirar (funcions, funcionament, característiques, gestió, implicació social, etc.)
- Definir les línies estratègiques i àmbits d’actuació del programa de qualitat
- Disseny dels indicadors, mètriques i procés d’avaluació del programa de qualitat
- Elaborar un programa d’alta capacitat i formació (pla de formació) dirigit als professionals del teixit associatiu

## 5.2 Programa B. Comunicació, dinamització i promoció

### 5.2.1 Objectiu

El programa de comunicació, dinamització i promoció recull el conjunt de mesures dirigides a enfortir la visibilitat del teixit comercial del districte. El programa pretén millorar la projecció i el retorn de les accions de dinamització i promoció que es fan, per tal de fer més efectiva la seva capacitat d'atraure nous clients i, en definitiva, d'impulsar la despesa capitalitzable en el comerç del districte.

Aquest programa fa èmfasi en els punts següents:

- Millorar les eines de comunicació de les associacions i del districte en vers el comerç.
- Donar suport i difondre les mesures de promoció i dinamització amb major retorn i promovent economies d'escala.
- Millorar les estratègies de màrqueting.
- Impulsar canals i projectes que permetin donar més visibilitat i projecció del districte i el territori per tal que contribueixin a poder atraure nova demanda.

### Actuació B1. Impuls d'accions de promoció conjunta

L'associacionisme i la fortalesa de les entitats del món del comerç esdevé un aspecte molt important per afavorir la competitivitat del món del comerç.

De la mateixa manera, la col·laboració entre les associacions (associacions comercials i eixos comercials, associacions comercials i associacions d'altres àmbits: turisme, restauració, etc.) esdevé un element crític per tal de generar sinèrgies en el propi territori i sumar esforços entre tots.

La mesura preveu fomentar la col·laboració conjunta en les accions de promoció, per tal de generar projectes amb una visió global del territori, generant sinèrgies que, de manera individual, no podrien donar-se.

Les accions previstes inclouen aspectes tals com:

- Promoure la realització d'acords de col·laboració entre entitats del món del comerç i entitats d'altres sectors econòmics (restauració, hoteleria, HUT's, cultura, etc.)
- Promoure la realització de campanyes i activitats de promoció creuades i d'ofertes conjuntes entre diferents entitats del món del comerç, i entre entitats del món del comerç i altres sectors econòmics (hoteleria, restauració, cultura, etc.).
- Promoure la col·laboració i l'intercanvi d'experiències entre les associacions comercials i altres sectors del comerç (especialment hostaleria, restauració, gremis comercials, etc.), així com també amb els altres sectors econòmics que conformen el teixit empresarial (oficines i despatxos, etc.).

## **Actuació B2. Definir criteris i prioritats en relació a les accions de dinamització i promoció**

Aquesta mesura té com a objectiu contribuir a millorar i enfortir les accions de dinamització i promoció, per tal que el comerç del districte maximitzi el retorn d'aquestes actuacions. Donada la restricció de recursos disponibles, la mesura s'encamina a fixar els criteris per tal de garantir que els recursos públics invertits reverteixin en el màxim nombre d'establiments i beneficiïn al màxim nombre de comerços.

En aquest context, es proposa prioritzar les accions de dinamització i promoció a partir dels criteris següents:

- Que maximitzin el nombre de beneficiaris esperats.
- Que incorporin en la proposta la col·laboració, sinèrgies amb altres sectors, i/o incloguin la participació / col·laboració / encaix amb actius del territori (turístics, culturals, etc.).
- Que millorin significativament l'atracció de visitants.
- Que perdurin i tinguin continuïtat en el temps (actuacions recurrents, periòdiques, etc.).
- També es suggereixen requisits complementaris, com ara que sempre estiguin acompanyades d'un pla de comunicació i divulgació sòlid i consistent, incorporant els nous canals d'informació virtuals, que permetin arribar al màxim nombre de clients potencials i que permetin atraure el màxim de demanda possible.

Aquesta mesura contempla:

- Generar una relació de criteris per avaluar les propostes d'activitats de dinamització en el marc de decisió del districte.
- Donar suport en la mesura de la capacitat del districte a les entitats comercials en totes aquelles activitats de promoció i dinamització del territori que desenvolupin al llarg de l'any.
- Donar suport a activitats o propostes innovadores en la promoció i dinamització del territori (nous models d'experiència, activitat, etc.)
- Potenciar que les associacions, eixos i mercats col·laborin amb els cicles festius de cada barri.
- Promoure activitats de dinamització comercial en tots els barris.
- Promoure el desenvolupament de plans específics de dinamització i promoció vinculats al desenvolupament de les identitats territorials (veure Actuació C2)
- Potenciar la col·laboració entre les entitats comercials i els mercats municipals en les accions de promoció i dinamització (p.e. IMMB).

### **Actuació B3. Promoure eixos cívics**

L'objectiu d'aquesta mesura es desenvolupar el concepte de eixos cívics com a entorns urbans on desenvolupar activitats relacionades amb la cultura i l'oci, que permetin revitalitzar l'entorn, cohesionar el barri, dinamitzar l'espai públic i contribuir a assentar activitat econòmica, especialment en relació al comerç i l'ocupació de locals buits.

Es preveu elaborar un pla d'actuacions per a desenvolupar l'eix cívic del Passeig de Sant Joan (dia de la música, juga i aprèn, Sant Jordi infantil i juvenil, etc.)

### **Actuació B4. Millorar la visibilitat de les accions de promoció (via eines virtuals)**

L'ús de les eines virtuals per difondre les activitats de promoció i dinamització que tenen lloc al districte és un element clau per accedir, a priori, a la demanda potencial. El desenvolupament d'estratègies de comunicació en clau de districte (més que de forma individual i aïllada per part de cada eix, associació, etc.) permet generar efectes multiplicadors en els resultats que s'obtenen, ja que el posicionament en aquests canals està directament lligat amb la capacitat de generar massa crítica de tràfic.

Aquesta actuació es complementa amb la B5 dirigida a promoure la digitalització del comerç.

La mesura preveu:

- Identificar noves formes de dinamització i promoció en els espais virtuals.
- Donar difusió en els entorns virtuals d'una agenda unificada de totes les activitats comercials de promoció i dinamització que tenen lloc al districte (veure Actuació B7). Avaluar la idoneïtat de publicar també altres esdeveniments singulars que contribueixin a donar a conèixer el comerç de proximitat.

### **Actuació B5. Promoure la digitalització del comerç**

Aquesta actuació té com a objectiu promoure el desenvolupament i ús d'eines que facilitin la presència del teixit comercial als entorns virtuals, de forma complementària a la Actuació B4 encaminada a millorar-ne la difusió i comunicació en aquests espais.

La mesura preveu estudiar possibles línies de treball en diferents camps: web, APP, targeta fidelització, QR, etc.

En particular, amb l'objectiu de millorar la informació disponible per als veïns i veïnes, turistes i visitants es proposa optimitzar l'elaboració d'aplicacions informàtiques (APPs) que recullin informació dels recursos, productes i serveis del districte.

La disponibilitat de cartografia, itineraris sobre plànols, esdeveniments, serveis i equipaments comercials / turístics per a dispositius mòbils tipus tauletes, *smartphones*, etc., conjuntament amb les infraestructures de punts d'accés *wifi* de la ciutat, impulsarà la millora de la quantitat i qualitat de la informació i incrementarà l'interès per la visita al districte.

Aquesta informació s'haurà de poder categoritzar de diverses maneres, entre les quals destaca poder personalitzar la informació d'interès en funció de la necessitat que es vol cobrir per part del visitant (visita de cap de setmana, anar de tapes, visita cultural, els interessos de compra, etc.) o del turista (en funció del seu lloc d'allotjament, en funció del temps que tingui disponible, etc.).

La informació d'interès comercial, turístic, etc. s'haurà de recollir en les diferents plataformes i recursos digitals més adients, així com també la informació pràctica, com la xarxa de transports, serveis de conveniència, serveis de suport (sanitat, seguretat,...), etc. Per tal de promoure l'associacionisme, es donarà prioritat a les empreses associades a alguna de les entitats.

Les actuacions previstes són:

- Aprofitar tota la informació recopilada i organitzada en els mapes i esdeveniments.
- Identificar els serveis que poden ser d'interès i d'utilitat per al resident i el turista (esports, espais verds, etc.).
- Integrar en la web del districte tota la informació relativa als esdeveniments, activitats de promoció, difusió, etc. que tenen lloc a l'Eixample.
- Promoure la incorporació a l'APP de turisme de la informació relativa al comerç.
- Idear un sistema per donar a conèixer i fer extensiu el seu ús.
- Desenvolupar i desplegar el programa de targeta de fidelització al districte i la APP de la plataforma corresponent
- Coordinar amb l'Ajuntament de Barcelona i l'IMI el desplegament de punts *wifi* al districte que facilitin l'accés a la xarxa a turistes i visitants, en el marc de les polítiques municipals i les capacitats de l'Ajuntament.
- Promoure la incorporació, l'ús i difusió de codis QR que enllacin amb la web, o amb la descàrrega de la APP per a smartphones o tablets.

### **Actuació B6. Mapa d'actius del districte**

Es fa palesa la necessitat de mantenir permanentment actualitzada la informació sobre els actius del districte (comercials, turístics, restauració, oci, cultura, etc.) per tal d'aprofitar aquesta informació de base en múltiples iniciatives i mesures del present pla:

- Per a la presa de decisions i l'anàlisi del sector.
- Per construir i alimentar el quadre d'indicadors.
- Per servir com a informació de base per promocionar el districte.
- Per servir com a informació de base per atraure inversions.

Pel que fa al cens comercial i de locals buits, si bé es considera necessari desenvolupar-lo i mantenir-lo actualitzat amb el major detall possible, el cost que requereix pot esdevenir una barrera considerable.

L'actuació preveu identificar els mecanismes i recursos interns a nivell municipal que permetin poder mantenir aquestes dades actualitzades de forma permanent.



## **Actuació B7. Agenda única d'esdeveniments**

L'actuació preveu elaborar una agenda única d'esdeveniments relacionats amb al districte. El calendari hauria de contenir tota la informació relativa a accions de promoció, fires, mercats, mostres de comerç, actes etc. que tenen lloc al districte i –especialment- aquelles que incideixen en benefici del comerç.

La mesura contempla:

- Elaborar una agenda única d'esdeveniments.
- Elaborar un protocol de comunicació sistemàtic per tal d'alimentar i actualitzar l'agenda de forma permanent.
- Implicar les associacions en les estratègies de comunicació del districte per tal de donar a conèixer als grups d'interès els esdeveniments amb antelació.

## **Actuació B8. Mercats i fires no sedentàries**

La realització d'esdeveniments com fires i mostres de comerç al carrer constitueix un important vehicle de comunicació i de promoció del comerç de proximitat i contribueix a generar fluxos d'atractivitat per a conèixer i dinamitzar el comerç local, i és un element de promoció altament valorat per els comerciants.

No obstant, cal compatibilitzar l'ocupació i ús del sòl públic que impliquen aquestes activitats no sedentàries amb les necessitats i els interessos dels residents del propi districte.

L'actuació del districte en aquest camp es focalitzarà en els següents aspectes:

- En primer lloc en seguir treballant i garantint que les fires, mercats i mostres de comerç al carrer que actualment ja tenen lloc al districte es desenvolupen garantint l'aplicació de les diferents normatives, els interessos i necessitats tant dels residents com dels comerciants, vetllant per l'aplicació de la política del districte en aquest àmbit.
- En segon lloc, continuar prioritzant que els fires que es desenvolupin en cada territori estiguin liderades per les associacions de comerciants d'aquell territori, i que hi participin majoritàriament els comerços de la pròpia zona.
- En tercer lloc, promoure que en les fires que s'organitzin en un territori del districte, hi participin també comerços d'altres zones del propi districte, com a forma de donar-se a conèixer i promocionar-se.
- L'Ajuntament continuarà treballant en l'establiment d'altres criteris que siguin d'interès general.

## Actuació B9. Impulsar el Zona 11

L'entorn Zona 11 delimitat per els carrers de Passeig de Gràcia, Passeig de Sant Joan, la Gran Via de les Corts Catalanes i la Ronda de Sant Peres, constitueix un entorn i espai dirigit a la creativitat, la innovació i les noves tecnologies, l'economia social i l'emprenedoria.

Compta amb una sèrie d'actius importants:

- En el marc de la creació, cal destacar el col·lectiu MOB (Makers of Barcelona) i els més de 120 professionals en activitats creatives innovadores i emprenedoria amb qui treballen.
- En el marc de la formació, destaquen 4 grans centres formatius (Eòlia, ITES, 9zeros i ESERP) que configuren un clúster acadèmic del territori amb més de 2.500 alumnes.
- En el marc de l'economia social, hi són presents un important nombre d'agents en aquest àmbit (Grup ECOS, la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya, Coop 57, o la Banca ètica Fiare, juntament amb altres entitats cooperativistes (Abacus, etc.) i més de 40 fundacions i 200 associacions. En paral·lel, s'impulsa el projecte LabCoop, un laboratori d'emprenedoria social.
- En el mar de la cultura, cal destacar el patrimoni modernista propi de la zona, així com la presència d'activitats econòmiques culturals (món del còmic, editorials, etc.)
- En el món de la cultura del còmic i del joc de rol, (El triangle Friky), amb Kaburi, Norma còmic i Gigamesh.

La mesura preveu:

- Posar en valor la zona del Zona 11 i generar-hi creixement econòmic i valor afegit
- Dinamitzar econòmicament la zona reforçant la cohesió social i el teixit cívic del barri
- Posar en valor el patrimoni històric, la vida cultural, els espais de barri i el talent de les persones.
- Potenciar el Grup de promoció del Zona 11 format actualment per 11 agents (públics i privats).
- Definir la marca i la imatge del Zona 11
- Crear una web específica per el Zona 11
- Donar continuïtat a les accions dutes a terme de forma conjunta (per exemple el Mini Makers Faire, el Projecte 15x2, les jornades sobre emprenedoria i innovació social) i impulsar-ne de noves.
- Creació de rutes de Tallers i Negocis Oberts, per tal de fer més visible l'activitat creativa de la Zona 11.
- Creació de rutes emblemàtiques que posin en valor el patrimoni arquitectònic i cultural de la Zona 11.
- Creació de taules de treball específiques.
- Mesures per ampliar el nombre d'agents implicats en l'impuls de la Zona 11.

## 5.3 Programa C. Millora de la competitivitat del teixit comercial i l'emprenedoria

### 5.3.1 Objectiu

El programa de Millora de la competitivitat i l'emprenedoria té com a objectius principals canalitzar les actuacions dirigides a enfortir el teixit comercial i a atraure emprenedors al districte.

En relació amb la consolidació i enfortiment del teixit empresarial, el programa del districte es focalitza en impulsar la consolidació d'un model empresarial sòlid i adaptat a la nova demanda i a l'entorn a partir de:

- Promoure l'associacionisme i la vertebració del món del comerç al voltant d'entitats sòlides i sostenibles que els representin. La millora de la competitivitat també passa per a què les associacions siguin ens de promoció econòmica del barri o territori de referència, tal i com s'ha exposat en l'actuació A5.
- Promoure la col·laboració entre les entitats del món del comerç i les entitats d'altres sectors i d'activitats econòmiques afins amb l'objectiu de generar sinèrgies, en el marc del nou consell de promoció econòmica del districte.
- Promoure la dinamització dels locals comercials, especialment locals buits, per tal d'evitar les discontinuïtats generades pels locals sense activitat.
- Atraure emprenedors i inversions al districte en el sector comercial.

En relació amb l'emprenedoria, el programa es centra en informar sobre els recursos i programes d'emprenedoria existent, i en atendre emprenedors i inversors del món comercial.

### Actuació C1. Elaborar estudis de comerç de zones específiques

En línia amb les mesures del PAD, és necessari establir un programa d'anàlisi i diagnosi de les zones requereixen dinamització i promoció comercial específica, bé perquè actualment presenten una baixa activitat econòmica, bé perquè presenten un potencial de creixement que actualment no s'està aprofitant.

La mesura contempla actuacions en dues tipologies de zones comercials:

- Per un costat, potenciar el comerç de proximitat en aquells barris i zones amb menor presència d'establiments. Aquest conjunt de mesures actives hauran de servir per la reactivació de zones especialment necessitades. Es pretén generar nova activitat comercial a determinades àrees afavorint l'obertura de nous comerços de proximitat. Cal desenvolupar un estudi a cada zona per avaluar el seu potencial de desenvolupament i les mesures requerides:
  - De forma específica es defineix en el moment de la redacció d'aquest document la zona de: Sagrada Família, , Antiga Esquerra i Dreta de l'Eixample.
- Per altra banda, elaborar estudis específics en aquelles zones que presenten un potencial de creixement significatiu que actualment no s'està capitalitzant.

- De forma específica es defineix en el moment de la redacció d'aquest document la zona de: El Fort Pienc i Zona 11.

## **Actuació C2. Definició d'identitats territorials**

La definició d'identitats territorials constitueix una aposta estratègica del districte per tal de crear un posicionament específic en determinades zones del districte, basant-se en les particularitats i actius que s'hi troben.

El districte presenta una forta heterogeneïtat i riquesa d'actius que permet definir identitats individualitzades de determinades zones, sempre i quan estiguin alineades amb l'estratègia de posicionament del districte.

Alguns exemples poden ser:

- Fort Pienc escènic - Oficis i arts escèniques a Fort Pienc
- Eix Cívic Passeig de Sant Joan
- Zona 11
- Gai Example
- Desenvolupar el Shopping Line a l'Avinguda Gaudí, aprofitant l'obertura de l'Hospital de Sant Pau.

Per tal de millorar la visió econòmica del territori, agregar i articular les necessitats dels diferents usos i activitats es proposa que en determinades zones d'alta intensitat econòmica, s'impulsi la creació d'una plataforma de treball que representi tot el territori i sigui corresponsable, juntament amb el districte, de la definició de:

- Una identitat territorial singular i diferenciada
- Una estratègia d'actuació conjunta en la zona

Aquesta mesura contempla les actuacions següents:

- Identificar les zones prioritàries per a definir les identitats territorials.
- Promoure la creació d'una entitat associativa o un grup de treball que representi i inclogui els comerciants, empreses, veïns, etc. de cada entorn on definir una identitat territorial.
- Elaborar un pla de desenvolupament socio-econòmic de cada zona. Aquest pla ha de contenir un element identitari i singular que permeti la generació de marca i que sigui coherent amb l'estratègia global del districte.
- Col·laborar en definir i articular una fórmula de gestió acordada i compartida en relació a la identitat territorial que s'acordi.
- Promoure la creació d'un pla mestre d'actuacions a la zona per a consolidar la identitat definida.

### **Actuació C3. Promoure projectes col·laboratius – Xarxaeixample**

La mesura té com a objectiu seguir impulsant el projecte de treball en xarxa Xarxaeixample, com a vehicle per a promoure un teixit associatiu de qualitat, integral, transversal en tot el districte.

La mesura preveu, complementàriament a la Actuació B1, actuacions tals com:

- Fomentar els serveis compartits entre les diferents associacions del districte, que permetin millorar les economies d'escala.
- Promoure el desenvolupament de projectes conjunts (per exemple la targeta de fidelització, etc.)
- Promoure la participació i col·laboració d'altres associacions en les activitats que desenvolupa una associació (per exemple, incorporar en les fires d'un territori a comerços d'altres zones del districte)
- Promoure la col·laboració i l'intercanvi d'experiències entre les associacions, els sectors comercials i els sectors econòmics.
- Promoure les compres de materials i serveis conjunts.

### **Actuació C4. Pla d'aprofitament dels locals buits**

L'ocupació de locals buits vindrà derivada de l'atracció real d'emprenedors comercials al districte, per a lo que es defineixen les Actuacions C5 i C6.

No obstant, mentre aquests locals no s'ocupen de forma efectiva, creen una discontinuïtat comercial important que genera efectes no desitjats (trenca ment del continu comercial, empitjorament de la sensació de seguretat, il·luminació, activitat al carrer, etc.).

D'altra banda, aquests locals constitueixen un actiu important per encabir-hi un seguit d'activitats que es podrien iniciar si la normativa ho permet.

L'actuació preveu, de forma genèrica, estudiar les diferents línies d'acció per promoure totes aquelles activitat i iniciatives que la normativa permeti.

En particular també inclou:

- Procurar mantenir actualitzat el cens de locals buits i identificar els gestors/immobiliàries/propietaris dels principals *pools* de locals al districte.
- Facilitar la informació sobre locals buits als serveis d'atenció als emprenedors de Barcelona Activa.
- Promoure el contacte entre les associacions i els gestors immobiliaris per aprofitar els locals buits Aplicar les diferents mesures municipals en relació a incentius o bonificacions que, si fos el cas, podrien atorgar-se als propietaris que posin el local buit al servei de les iniciatives i activitats que s'identifiquin..
- Avaluar internament en el marc del Grup de Treball de Noves Activitats l'encaix de la normativa vigent amb els usos temporals dels locals buits anteriorment descrits i, si s'escau i és viable, promoure'n la modificació necessària per tal de facilitar al màxim la seva ocupació.

- Així mateix, s'estudiarà la millor manera de promoure (via normativa o via incentiu) iniciatives per minimitzar els efectes dels locals buits en la percepció de l'entorn comercial, amb mesures com ara:
  - Incentivar el manteniment dels llums oberts i la façana en bon estat per fomentar la "sensació" de continu comercial als carrers.
  - Promoure la decoració i el manteniment en bon estat de les persianes dels locals buits per fer més "amigable" l'espai urbà.

### **Actuació C5. Promoure l'emprenedoria comercial**

Aquesta actuació pretén fomentar l'activitat comercial com a generadora d'activitat econòmica i ocupació al districte de l'Eixample,. En aquest sentit, és important posar a disposició dels emprenedors i joves els mecanismes de suport perquè les seves idees puguin donar forma a nous negocis.

L'actuació preveu, de forma concreta:

- Mantenir la implantació d'una antena de Barcelona Activa a la seu del districte per donar atenció de proximitat a l'emprenedoria.
- Identificar projectes i oportunitats d'emprenedoria en l'àmbit local.
- Continuar informant sobre els programes d'emprenedoria amb les necessitats específiques del districte.
- Potenciar el paper de les entitats de comerciants com a referents en matèria d'informació i orientació a emprenedors.
- Utilitzar de forma activa el programa Ubica't o altres recursos per tal d'identificar oportunitats per a activitats no presents o insuficientment representades als barris o per noves activitats que encara no han arribat.
- Promoure acords de col·laboració amb entitats prescriptores d'innovació, com per exemple el Retail tour, Cambra de Comerç.
- Impulsar projectes d'emprenedoria en el marc de l'economia social. Un exemple podria ser l'articulació d'un projecte de "Social Street".
- Impulsar la participació dels comerços de la zona en les activitats de promoció econòmica que s'organitzin.
- Impulsar programes i campanyes de comunicació per estimular l'emprenedoria per a joves del districte.

### **Actuació C6. Guia "Inverteix a l'Eixample" per atraure emprenedors en comerç i serveis**

La mesura té com a objectiu posar en valor les oportunitats del districte de l'Eixample com a zona per implantar nous comerços per als nous emprenedors.

Aquesta mesura s'engloba en el marc de les actuacions de l'OPE.

En el marc d'aquesta actuació, es plantegen les accions següents:

- Elaborar un argumentari que posi en valor la importància d'invertir i obrir un comerç a l'Eixample (actius del districte, gran afluència de turistes i visitants, multiplicitat d'activitats, etc.).
- Zonificar el districte segons la seva idiosincràsia i característiques, per determinar, *a priori*, la millor idoneïtat per implantar un negoci. Conjuntament amb BCN Activa en el marc del projecte UBICA't.
- Informar sobre els recursos que ofereix l'Ajuntament (oficina d'atenció a l'empresa, antena de l'Eixample, etc.) per atendre els nous emprenedors.
- Definir un mapa de prescriptors de la guia i un pla de comunicació, promovent la coordinació amb Barcelona Activa, entitats del món del comerç, etc.

### **Actuació C7. Campanyes d'inspecció i control**

Aquesta mesura pretén reforçar les actuacions de l'autoritat administrativa en el control d'horaris, llicències... dels establiments de pública concurrència i de determinats establiments comercials del districte mitjançant campanyes concretes.

Continuar col·laborant amb la Guàrdia Urbana per lluitar contra la competència deslleial i la delinqüència, a partir de desenvolupar programes d'inspecció específics i de reforçar la interlocució i coordinació amb les entitats del món del comerç locals.

Entre altres actuacions:

- Vigilància i control de la venda ambulant.
- Vigilància i control de la venda efímera (venda en pisos en períodes concrets).
- Campanyes d'inspecció específiques que es definiran i planificaran des de la Taula de Policia Administrativa de Districte.

## 5.5 Programa D. Sinèrgies amb altres sectors

### 5.5.1 Objectiu

El programa de Sinèrgies amb altres sectors té com a objectiu incentivar la vinculació entre el comerç i altres activitats econòmiques del districte, incrementar la despesa i les oportunitats creuades existents.

Aquestes mesures van dirigides fonamentalment a impulsar les oportunitats amb el segment turístic i de visitants, les oportunitats amb el sector de la restauració, el sector hotelier i els centres i equipaments especialitzats en turisme de negocis, així com amb activitats turístiques, culturals, etc.

### **Actuació D1. Foment de les sinèrgies, les interrelacions i la col·laboració del Pla de Comerç amb el Pla de Turisme de l'Eixample**

La vigència d'un Pla de Turisme del districte de l'Eixample ha de suposar el descobriment del districte per a turistes i visitants de la pròpia ciutat de Barcelona i l'àrea metropolitana.

L'exercici de trobar els elements que identifiquen millor els barris del districte, des del punt de vista de l'atracció de visitants, ha permès trobar en el comerç i la restauració un dels puntals per entrelaçar comerç i turisme a fi de fer créixer econòmicament el territori, de manera que cal fer un esforç per treballar conjuntament des d'aquests dos sectors (i des d'altres que també es puguin considerar estratègics), amb l'objectiu de generar activitat econòmica i benestar a les persones que viuen al districte, així que cal que el Pla de Comerç de districte es complementi amb el Pla de Turisme per assolir-ho.

En aquesta línia, és necessari promoure el contacte entre els professionals dels diferents sectors, per tal que es coneguin i troben formes de col·laborar. La realització de tallers, visites a zones del districte per conèixer-les millor i poder recomanar-les, així com un procés estructurat de cerca de sinèrgies i oportunitats de col·laboració són necessàries perquè una mesura d'aquest tipus tingui èxit.

En concret, aquest conjunt d'actuacions es centra en:

- Col·laboració de les entitats comercials en la difusió del pla de turisme i viceversa.
- Fomentar rutes turístiques i temàtiques: comerç i gastronomia, riquesa arquitectònica, culturals, oficis tradicionals, Xina, Índia, ruta del modernisme, etc.
- Fomentar itineraris turístic-comercials
- Desenvolupar propostes de valor per a col·lectius turístics específics: turisme musical, turisme d'arts escèniques, turisme de negocis, etc.
- Aprofitament de les eines TIC per donar a conèixer l'oferta comercial i de serveis.
- Aprofitar les modificacions en la senyalització per incorporar la informació que es determini sobre les zones d'interès turística o comercials d'acord amb les instruccions generals.



## **Actuació D2. Promoure campanyes de promoció conjuntes entre el comerç i els sectors de la restauració, hotels, HUT's, cultura,...**

Fer-se visible i atractiu entre els clients i visitants potencials és vital per posar en valor elements i esdeveniments d'interès i generar fluxos d'atracció de persones al districte. En aquest sentit, és molt important unificar esforços de promoció, de generació d'agendes conjuntes,... entre diversos sectors, aprofitant el potencial que ofereixen les eines TIC i, d'aquesta manera, crear un sistema únic i idoni que aconsegueixi minimitzar recursos econòmics i maximitzar beneficis entre les persones que formen part de cadascun dels sectors d'interès estratègics en particular, i entre els propis habitants del districte en general.

Aquesta actuació preveu:

- Promoure l'increment de la visualització dels comerços en els cercadors aprofitant les noves aplicacions tecnològiques.
- Donar suport a iniciatives de promoció, dinamització, i ofertes creuades en esdeveniments especials (per exemple en la celebració de la 080)

## 5.6 Programa E. Innovació, TIC, formació i qualitat

### 5.6.1 Objectiu

El programa d'Innovació, TIC, formació i qualitat concentra les mesures adreçades a promoure la modernització del teixit comercial i a facilitar la seva capacitat per donar resposta a les noves demandes del consumidor.

En concret, i d'acord amb la situació actual, el programa se centra en:

- Facilitar la formació dels comerciants en eines de gestió i d'administració.
- Potenciar la formació en TIC i canvis en la demanda.
- Potenciar la presència activa a la xarxa dels comerços del districte.
- Millorar el coneixement d'idiomes.
- Promoure un comerç de proximitat de qualitat.

### Actuació E1. Formació en TIC, xarxes socials i posicionament digital

La mesura té com a objectiu l'impuls i el suport a la formació dels comerciants de forma permanent en diferents temàtiques (gestió, posicionament, estratègia empresarial, màrqueting, condicionament dels aparadors, idiomes, atenció al client, etc.).

De forma especial, el posicionament a les xarxes socials, l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) i l'aprofitament dels canals virtuals esdevé un element necessari per als comerços de cara al futur.

En aquest marc, el document de Creació de Xarxes amb el Teixit Associatiu Comercial de l'Eixample ja inclou en les seves conclusions la necessitat d'impulsar projectes dirigits a millorar la comunicació i les vendes dels comerços a Internet.

Les accions previstes són:

- Seguir treballant per promoure l'assistència als cursos de Comerç Obert al Futur de Barcelona Activa, i la seva realització en el districte.
- Creació d'un itinerari formatiu específic en aquests àmbits, en col·laboració amb Barcelona Activa
- Realització de sessions de formació específiques al districte per a tots els responsables de les associacions i eixos comercials del districte, ja que la seva implicació en les accions de comunicació vinculades als canals virtuals ha de ser una prioritat.

## **Actuació E2. Pilotar les oportunitats de digitalització del comerç – smart commerce**

L'objectiu de la actuació és dedicar els recursos des del districte per tal de identificar i elaborar pilots en base a les oportunitats vinculades al *smart commerce*.

L'any passat ja es va fer una primera prova en el marc de la campanya conjunta de Nadal "comerç pròxim +Tu", on es va iniciar una primera relació amb les TIC des del teixit comercial través de la promoció via web de diferents concursos i activitats. La campanya del 2014 suposarà la digitalització de bona part dels comerços associats, així com la canalització via canals virtuals de processos participatius (concurs)

En el marc d'aquesta mesura es preveuen proves pilot:

- Prova pilot per al desplegament d'una targeta emesa per les associacions de comerciants que promociona la fidelització de la compra en establiments associats. Aquest projecte és conseqüència dels treballs iniciats per a la creació d'una plataforma on line d'ofertes, que progressivament ha derivat cap a la oportunitat d'implantació progressiva d'una targeta de fidelització.  
Aquest projecte ha de ser de les associacions comercials. Això suposa que és pel comerç associat i d'aquesta manera es dóna valor a l'associacionisme i se'l promociona.
- Prova pilot per a la digitalització del comerç (desenvolupar la presència del comerç a google business)

## **Actuació E3. Millora de les TIC i de la presència del comerç a les webs**

La mesura té com a objectiu el foment de la implantació de les TIC entre els comerciants i en les associacions, i millorar la presència i el posicionament del comerç en les webs i espais virtuals.

Es preveuen diferents actuacions, entre elles:

- Identificar línies d'ajut i suport per a la implantació d'eines TIC i la creació de webs per part dels comerciants.
- Identificar i promoure la presentació de projectes des de les associacions i eixos, per a desenvolupar eines TIC conjuntes en benefici de tots els seus associats (web compartida, presència a les xarxes socials,...).
- Identificar els prescriptors i entorns virtuals de major interès per al comerç de l'Eixample (és a dir, aquells espais on els clients potencials busquen opinió).
- Impulsar la presència del comerç de l'Eixample en aquests entorns. Per fer-ho es proposa articular-ho a través de les associacions i els eixos comercials, conjuntament amb el departament de comunicació del propi districte.
- Fomentar per part de les associacions i eixos comercials la seva presència en les xarxes socials "habituals" (*facebook*, etc.), així com també l'impuls a noves activitats de comunicació en xarxes socials "emergents" (per exemple, promoure *Instameet* en el marc de la xarxa de *Instagram*).

- Fomentar els projectes que permetin traslladar l'experiència de venda en botiga del món real cap al món virtual, de manera que el comerç es trobi còmode a la web, i de mica en mica desenvolupi la capacitat de vendre a través d'Internet, sense deixar el món físic.

## 5.7 Programa F. Integració habitat urbà i comerç

### 5.7.1 Objectiu

El programa d'Integració de l'hàbitat urbà i el comerç té com a objectiu impulsar els projectes de millora permanent de l'espai urbà i compatibilitzar els usos i interessos econòmics amb els dels residents.

#### Actuació F1. Actuacions als mercats municipals

Les actuacions encaminades a millorar els Mercats Municipals queden recollides en el Pla estratègic de Mercats Municipals 2015-2025.

Des del districte es seguirà treballant en col·laborar amb Institut de Mercats Municipals de Barcelona per a dur a terme les actuacions que en el citat pla es defineixin.

En particular, cal destacar les remodelacions dels mercats de Bellcaire, Ninot i Sant Antoni.

#### Actuació F2. Millora de l'espai urbà i el mobiliari urbà

Un espai urbà consolidat, ben equipat i de qualitat és un dels millors aparadors per al teixit comercial d'un territori i contribueix a millorar l'experiència de barri. Existeixen diferents plans i actuacions que de de l'Ajuntament es duen a terme de forma continuada per a millorar la qualitat de l'hàbitat urbà.

En el marc del districte de l'Eixample hi ha un conjunt de transformacions i remodelacions urbanes que, per la seva transcendència i rellevància convé detallar de forma específica, ja que totes elles representaran una millora de l'experiència i qualitat de l'hàbitat en les que tenen lloc, millorant i ajudant als comerços de la zona a disposar d'un entorn més còmode i atractiu:

- Obres de Millora del **Pg. De Gràcia**, (Av. Diagonal-Pl. Catalunya).
- Transformació de **Av. Diagonal** (Balmes-Pg. Gràcia)
- Transformació d'**Av. Paral·lel** (6 noves illes)
- Transformació del **Pg. Sant Joan** (Gran Via-Av. Diagonal)
- Transformació de **Glòries**.
- Urbanització de **Balmes** (Aragó-Gran Via); millores a **Comte d'Urgell** (Av. Roma-Gran Via) i **Av. Josep Tarradellas** (Av. Sarrià-Pl. Francesc Macià).

## 5.9 Programa G. Participació ciutadana i vessant social

### 5.9.1 Objectiu

El programa de Participació ciutadana i vessant social està encaminat a posar en valor la contribució del comerç en aquells aspectes més enllà de la seva activitat econòmica, és a dir, la seva funció territorial (vertebració de l'espai urbà, seguretat, ambientació urbana, etc.) i la seva funció social, especialment en un districte amb una clara orientació dirigida als residents del propi barri (vinculació amb les escoles, activitats socials, etc.).

En aquest sentit, el programa pretén:

- Enfortir els espais de diàleg, comunicació i trobada entre comerç i ciutadans.
- Enfortir la relació entre comerç i ciutadans.
- Millorar la percepció ciutadana del comerç a través de projectes vinculats amb els residents i per als residents.
- Facilitar l'acollida de nousvinguts i la seva incorporació i participació en el teixit associatiu del comerç.

### Actuació G1. Comerç amic de l'escola

Existeixen tres línies de treball entre el comerç i les escoles:

- **Programa comerç i escoles**

La Direcció de Comerç i Consum i l'Institut d'Educació de l'Ajuntament de Barcelona impulsen i organitzen el programa educatiu "El comerç i les escoles", adreçat a l'alumnat de la ciutat de Barcelona, que té per objectiu afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric de la ciutat mitjançant el comerç de barri i de la ciutat i, al mateix temps, educar per un consum crític i responsable. El programa ha experimentat un important èxit i creixement l'últim any.

El districte treballarà activament per impulsar aquest programa en cada barri, de manera coordinada amb la Direcció de Comerç i Consum i l'Institut d'Educació de l'Ajuntament de Barcelona.

En relació amb aquesta actuació el projecte "xarxaEixample" ja inclou una línia d'acció per a treballar amb les escoles i altres equipaments/entitats del barri per tal de difondre els valors del comerç de proximitat i del consum responsable.

- **Poemes que ens apropen**

Desenvolupat en el marc del projecte Xeix, on es donava a conèixer el comerç de barri a través dels nens utilitzant la literatura i poesia com a vehicle d'expressió durant la celebració del Sant Jordi.

- **Camins escolars**

Itineraris flexibles que permeten el desplaçament a peu dels nens i nenes per anar a l'escola. La col·laboració dels establiments del barri es bàsica ja que tenen una presència permanent i oberta al carrer, i els establiments adherits a la iniciativa són un punt de referència per als infants.

La iniciativa neix del treball conjunt entre diferents àmbits de l'Ajuntament de Barcelona, direcció si professorat de entres educatius, AMPA, alumnat, i entitats del món del comerç.

En particular es preveuen les següents accions (algunes d'elles incloses en el projecte Associa't):

- Col·laborar amb l' Institut d'Educació per a implantar als col·legis (CEIP i IES) de l'Eixample el seu programa "El comerç i les escoles".
- Impulsar i fer difusió del programa de comerç i escoles a cada barri
- Promoure la relació i comunicació entre les entitats de món del comerç i les escoles de la seva zona d'influència
- Treballar conjuntament amb les entitats del món del comerç per a establir camins escolars
- Facilitar la senyalització dels establiments adherits als camins escolars
- Col·laborar amb el programa de l'Eixample "Camí Escolar". Comerç Amic.
- Col·laborar amb els AMPAS de les escoles en un concurs de contes infantils que treballi els valors comerç i difongui els valors del comerç de barri.
- Seguir desenvolupant el programa de "Poemes que ens apopen"

### **Actuació G2. Participació del comerç en festes i actes emblemàtics**

Amb l'objectiu de promoure una major interacció del comerç amb la ciutadania i les entitats socials i culturals, es promourà la participació i implicació del comerç en aquells esdeveniments de caire més social, festiu i cultural del districte.

En aquest sentit, serà especialment important fomentar la coordinació i una major implicació de les associacions comercials amb les entitats socials i culturals dels barris.

### **Actuació G3. Promoure el comerç solidari – Social Street.**

Social street és una iniciativa desenvolupada entre Serveis Socials i Hàbitat Urbà que té com a objectiu desenvolupar una zona a través de promoure l'ocupació de locals buits amb comerç solidari.

El districte de l'Eixample, compromès amb la visió, valors i importància del comerç solidari, ha ofert l'espai del Zona 11 per a acollir la prova pilot del Social Street.

La mesura preveu treballar i facilitar els recursos – en la mesura del possible- per tal de constituir i implantar el projecte Social Street al Z11.

## **Actuació G4. Serveis de comerç per a la gent gran**

Dins l'àmbit de l'activitat social del comerç, pren especial rellevància el col·lectiu de la gent gran, que augmentarà de forma important en els propers anys.

L'objectiu d'aquesta mesura és potenciar i impulsar les accions per apropar la relació i col·laboració del món del comerç i la gent gran. Entre altres mesures es pretén una doble interacció amb la gent gran:

### **1. Com a col·lectiu que construeix una riquesa social del districte:**

- El col·lectiu de la gent gran constitueix un actiu social de primer nivell que pot aportar molt en l'àmbit del comerç. L'experiència, els coneixements, les capacitats i aptituds de la gent gran són d'alt valor i convé aprofitar-les al màxim, tant en el vessant social com econòmic, municipal, etcètera.
  - Col·laborar en programes d'assessorament als comerços.
  - Fer d'amfitrions als comerços de nous, i ajudar-los en la seva integració al barri.
  - Participar en els actes de promoció i dinamització del comerç.
  - Col·laborar en la custòdia i gestió de l'espai urbà.
  - Col·laborar en el programa de comerç i escola, o col·laborar i acompanyar els nens en el marc dels camins escolars.
  - Acompanyament a la gent gran amb problemes de mobilitat per anar a comprar.

### **2. Fomentar serveis i projectes dirigits a la gent gran per millorar-ne l'experiència de compra.**

- Entrega a domicili
- Compra telefònica
- També cal promoure actuacions dirigides a la tercera edat no centrades només en l'acte de compra, sinó també dirigides a la millora de la qualitat de vida a la ciutat de la gent gran. Així, per exemple, experiències com ara habilitar cadires i punts de descans en els comerços per facilitar el passeig per la ciutat a la gent gran (iniciativa de Ciutat Vella "Un comerç, una cadira per a la gent gran") contribueixen a enfortir el valor social del comerç.

En particular es preveu:

- Projecte RADARS
- Promoure la participació amb activitats de valor de la gent gran en la comunitat i el comerç, tant en la fórmula de models de voluntariat com en altres que es puguin plantejar (sempre que no es lesioni el mercat de treball).



- Impulsar els projectes que vagin dirigits a promoure des del comerç iniciatives per facilitar l'acte i l'experiència de compra i millorin la qualitat de vida de la gent gran, especialment els col·lectius que per raons de salut, mobilitat, etcètera, tenen dificultats.

### **Actuació G5. “Sempre amb tu”**

El projecte “XarxaEixample” inclou una línia d'actuació dirigida a potenciar que els consumidors comprin al barri, reactivant el comerç de proximitat. Es tracta de la campanya “Sempre amb tu” / “Gaudeix de tu”, on es posa en valor no només el comerç com a una activitat comercial, sinó el comerç un element vertebrador del barri i cohesionador de la societat.

En particular es preveu:

- Dissenyar una campanya de RRPP que canviï els hàbits i potenciï les compres al barri i al comerç detallista.
- Cicle de xerrades i activitats sobre el comerç de proximitat en els centres cívics.
- Promoure bibliografia, contes, etc., relacionats amb el comerç, a les Biblioteques
- Promoure recorreguts de visites i altres activitats a l'entorn dels comerços per a diversos col·lectius.
- Sensibilitzar sobre la importància de la compra responsable – de proximitat per a retenir i mantenir ocupació i activitat econòmica al barri.

### **Actuació G6. Impulsar iniciatives de RSC al districte**

L'objectiu d'aquesta mesura és promoure el desplegament de projectes i estratègies de RSC en el marc del món del comerç. És important la participació del comerç en projectes de sensibilització amb el medi ambient, la gestió dels residus, la conciliació laboral i familiar dels comerciants i treballadors del comerç, el foment de l'ocupació juvenil, el foment i motivació dels joves per evitar l'abandonament escolar.

En particular es preveu:

- Promoure que cada associació / eix defineix un conjunt de mesures en el marc de la RSC
- Impulsar projectes de col·laboració en RSC en el marc de Xarxaeixample
- Promoure la participació i col·laboració del món del comerç amb les entitats del tercer sector i amb els bancs d'aliments.
- Promoure campanyes de sostenibilitat i educació en el reciclatge.
- Analitzar l'oportunitat de vincular la targeta de fidelització de “Compraeixample” per a establir un programa d'acumulació de “punts socials” que, posteriorment, el client pugui entregar a finalitats i programes socials del districte, en comptes de bescanviar-los per descomptes.
- Col·laboració amb Acord Cívic/Agenda 21.
- Promoure l'ús de les places i carrers per a activitats que fomentin la inclusió social amb la col·laboració del comerç (per exemple la Fira de la salut solidària a Fort Pienc)
- Promoure la compra responsable

## **Actuació G7.- Coordinació amb els cossos de seguretat**

Aquesta línia d'actuació té per objecte mantenir els nivells de seguretat en el districte. Entre altres accions es preveu:

- Donar continuïtat a les campanyes d'atenció preferent al comerç per part de Guàrdia Urbana i Mossos d'Esquadra per garantir la seguretat de botiguers i clients.
- Col·laborar amb les patrulles de proximitat de Guàrdia Urbana per un major control preventiu en eixos comercials i zones turístiques (control venda ambulants il·legal...).
- Mantenir el patrullatge de proximitat per tots els barris del districte.
- Mantenir el Pla de proximitat de la Guàrdia Urbana, amb presència als barris i reforç de la prevenció.
- Mantenir les relacions amb la comunitat i el teixit associatiu, mitjançant el contacte directe del servei de proximitat i patrullatge per les zones comercials del districte.
- Mantenir canals de comunicació àgils amb les entitats i els ciutadans representatius del districte (associacions de veïns, associacions de comerciants, entitats, centres educatius...): adreça electrònica de proximitat i telèfon de proximitat.