



Ajuntament  
de Barcelona

# MEMÒRIA DE L'OFICINA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA DE L'EIXAMPLE (OPEE) 2013-2014





## ÍNDEX

<b>0. CARACTERÍSTIQUES ECONÒMIQUES DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE</b>	<b>4</b>
<b>0.1. L'OFICINA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE</b>	<b>5</b>
• Antecedents	5
• Definició	5
<b>1. COMERÇ: LÍNIES DE TREBALL</b>	<b>8</b>
• <b>CARACTERÍSTIQUES DEL COMERÇ DEL DISTRICTE</b>	<b>8</b>
<b>1.1. PROMOCIÓ DE L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL</b>	<b>8</b>
1.1.1. XARXA EIXAMPLE: ASSOCIA'T	9
<b>1.2. DINAMITZACIÓ COMERCIAL</b>	<b>9</b>
1.2.1. Plans Estratègics de Barri:	9
• Nova Esquerra	10
• Fort Pienc	10
• Sagrada Família	12
1.2.2. Fires i Actuacions consolidades	13
1.2.3. Grup de treball de Fires i Mercats al Districte	15
1.2.4. Formació a comerciants:	16
• Obert al Futur	16
• Formació comerç Xinés	16
1.2.5. Comunicació:	17
• Coordinació amb Premsa del Districte	17
• Torretes	17
1.2.6. Altres:	17
• Recollida comercial (residus)	17
• Campanya de Neteja de persianes	17
• Informació sobre Normativa de terrasses	17
<b>1.3. PROMOCIÓ DEL TREBALL EN XARXA</b>	<b>17</b>
1.3.1. Campanya de Nadal 2013, <a href="http://www.compraeixample.cat">www.compraeixample.cat</a>	17
1.3.2. Targeta Fidelització	18
1.3.3. Campanya presència del Comerç a les xarxes	19
<b>1.4. POTENCIAR ÀMBITS COMERCIALS ESPECIALITZATS</b>	<b>20</b>
• Grup de Treball "Tendències de nous formats de comerç i activitats	20

1.5.	PLA DE COMERÇ DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE	20
1.6.	ORGANS DE PARTICIPACIÓ: CONSELL DE COMERÇ	23
1.7.	SUBVENCIONS	24
<b>2.</b>	<b>TURISME</b>	<b>25</b>
2.1.	PLA DE TURISME DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE	25
	• Projecte de Senyalització	27
	• Desenvolupament Rutes Turístiques	28
<b>3.</b>	<b>EMPRENEDURIA I EMPRESA</b>	<b>29</b>
3.1.	FACILITAR LA GENERACIÓ D'ACTIVITAT ECONÒMICA EN EL DISTRICTE	29
	3.1.1. Implantació d'una "Antena" de Barcelona Activa al Districte	29
3.2.	PROMOCIÓ DE NOVES ACTIVITATS ECONÒMIQUES I DINAMITZACIÓ EMPRESARIAL	30
3.3.	SUPORT A LES INICIATIVES D'EMPRENDIMENT SOCIAL	30
3.4.	SUPORT A LES INICIATIVES QUE FOMENTIN LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	30
<b>4.</b>	<b>OCUPACIÓ</b>	<b>31</b>
4.1.	INICIATIVES DE CIUTAT AL DISTRICTE	31
	4.1.1. Activa't	31
	4.1.2. Coordinació dels programes treball i formació (plans d'ocupació 2013, 2014)	30
4.2.	INICIATIVES DE DISTRICTE	32
	4.2.1. Projecte 15x2 - Youngfish	32
<b>5.</b>	<b>PROJECTES SINGULARS</b>	<b>33</b>
5.1.	URBANITZACIÓ PROVISIONAL DE GLÒRIES	33
5.2.	EIX CÍVIC PASSEIG SANT JOAN	33
5.3.	FORT PIENC ESCÈNIC	33
5.4.	XEIX	35
5.5.	PROJECTE ZONA 11: ÀREA CREATIVA A LA DRETA DE L'EIXAMPLE	37
<b>6.</b>	<b>PRESSUPOST</b>	<b>41</b>
<b>7.</b>	<b>DOCUMENTS CONSULTATS</b>	<b>42</b>

## 0. CARACTERÍSTIQUES ECONÒMIQUES DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE

### • DEMOGRAFIA

El Districte de l'Eixample és el que concentra una major població, amb 265.828 habitants que representen un 16,5% del conjunt de ciutadans de Barcelona.

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 (111), que és lleugerament superior al nivell de base de la ciutat (100), com en la taxa d'atur registrada el passat mes de novembre de 2014, situada en el 7,8% a l'Eixample respecte el 9,6% de l'atur registrat a la ciutat.

En general l'Eixample es caracteritza per ser un districte força residencial. 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.

### • ECONOMIA

En la Mesura de Govern: "Actuacions de proximitat en matèria d'empresa i ocupació de Barcelona" del Consell plenari de 27 de gener de 2012 es diu: L'Eixample es caracteritza per ser el principal districte de la ciutat en volum d'activitat econòmica i per la diversitat i pes de les branques econòmiques que aplega.

Una mostra d'aquest dinamisme econòmic es reflexa en el volum de llicències sol·licitades en el Districte (17.196) a data 18 de desembre de 2014. El nombre total de llicències es pot desglossar per tipologies: d'activitat (2.704), obres (8.550), espai públic (5.942).

Així mateix, en la Mesura de Govern s'indica que l'activitat més destacada de l'Eixample és la terciària. El comerç, tant al detall com a l'engròs, representa un terç de les activitats econòmiques de la ciutat. A l'Eixample hi ha 14 Associacions de Comerciants i 8 Mercats Municipals.

La centralitat i rellevància dels establiments fa que l'Eixample sigui el segon districte després de Ciutat Vella pel que fa als preus mitjans dels locals comercials, amb valors de lloguer i de compra que superen en un 9% i un 12 %, respectivament, la mitjana de la ciutat.

També es caracteritza per la seva atractivitat turística. Absorbeix una proporció molt considerable dels establiments i places hoteleres de la ciutat (el 31,5 i el 24,9% respectivament), només darrere de Ciutat Vella.

L'Eixample és preferit per a la localització d'activitats econòmiques avançades. L'any 2010 concentrava 8.025 empreses de l'àmbit tecnològic i de coneixement, que representen el 41,5% de les de Barcelona. D'altra banda compta amb 7.790 empreses de serveis avançats, de manera que concentra més del 42% d'aquestes empreses a Barcelona i s'hi ubica més de la quarta part de les empreses manufactureres en tecnologia i coneixement (27,6%).

D'altra banda, absorbeix dues cinquenes parts d'empreses del sector de les Tecnologies d'Informació i Comunicació (TIC) amb un pes sobre Barcelona del 41,3 i 40%, respectivament. Finalment, aplega 2.432 empreses creatives al seu territori, més de la tercera part (37,5%) del total barceloní.

### 0.1. L'OFICINA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE (OPEE)

#### • ANTECEDENTS DE L'OPEE

El Marc Estratègic de l'Ajuntament de Barcelona 2012-2015 defineix el full de ruta d'allò que Barcelona aspira a aconseguir en els propers quatre anys. És la base per la formulació del Programa d'Actuació Municipal (PAM) i dels Programes d'Actuació dels Districtes (PAD) per al període 2012-2015. De les mesures de Promoció Econòmica del PAM es vol destacar especialment la que fixa com objectiu fer Barcelona un lloc fàcil per generar activitat econòmica ("Business Friendly") tot vetllant perquè les actuacions municipals estiguin orientades efectivament cap al interès de l'activitat econòmica. Així, es plantegen mesures que van des de l'impuls de sectors emergents d'alt valor afegit, com les indústries creatives, afavorir el desenvolupament de l'activitat econòmica vinculada al turisme o fomentar la millora i la competitivitat del comerç, com a motor del progrés econòmic i social.

Dins d'aquest marc estratègic, la proposta del Programa d'Actuació del Districte 2012-2015 desenvolupa les línies de ciutat en l'Eixample amb la idea que "generar activitat i ocupació, és generar bons nivells de progrés i benestar". Les mesures proposades en el PAD busquen aprofitar totes les potencialitats del districte, de la ciutat i dels seus agents econòmics, culturals, creatius i científics.

En aquets context neix l'oficina de Promoció Econòmica de l'Eixample (OPEE). És una iniciativa que pretén concretar les mesures orientades a promoure i facilitar el desenvolupament econòmic i social del territori amb criteris de practicitat i proximitat per facilitar als diversos agents econòmics del territori implementar els seus projectes.

En l'administració pública, les diferents organitzacions estables tendeixen a ser poc permeables als canvis i perden agilitat en la gestió. L'OPEE, en tant que organització jove i petita és un intent de promoure canvis i estimular la capacitat de crear i implantar projectes ad hoc. Neix amb la vocació d'estar alerta de noves necessitats i oportunitats de desenvolupament del territori, de fer una gestió més basada en el coneixement que en la jerarquia i establir comunicació interna més fluïda i informal.

#### • DEFINICIÓ DE L'OPEE

**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, amb la voluntat de ser útil més enllà del moment de crisi.

Amb una **visió** comunitària de la promoció econòmica, que transcendeix l'acompanyament de projectes empresarials tot considerant imprescindibles els següents criteris:

- la proximitat entre operadors,
- la creació de xarxes cooperatives,
- la promoció del consum local,
- l'exploració de les noves potencialitats turístiques,
- la formació i el suport a la emprenedoria social,
- el foment de la responsabilitat social corporativa dels agents del districte,

Per tant, **els objectius** de L'OPEE són:

- Treballar un model de desenvolupament econòmic de proximitat, vinculat al desenvolupament social i comunitari de les persones, entitats i empreses de l'Eixample.
- Detectar oportunitats i impulsar i mantenir projectes amb participació dels diversos actors, socials i econòmics, promovent col·laboracions, treball en xarxa, etc.
- Innovar, tot promovent experiències i projectes amb nous enfocaments, noves fórmules de treball i d'organització.
- Col·laborar amb el sector privat per promoure i facilitar la implantació d'activitats econòmiques i la dinamització empresarial i comercial, tot considerant també les iniciatives d'economia social i promocionant accions de RSC.
- Implementar i desenvolupar en el territori dels diferents projectes i plans estratègics de ciutat.

**Els Àmbits d'actuació** de L'OPEE són:

Els àmbits en els que s'inscriuen les línies de treball són:

1. Promoció del comerç de proximitat
2. Ordenació i reorientació del turisme a l'Eixample
3. Foment de la ocupació
4. Emprenedoria, amb especial interès per la promoció d'iniciatives d'economia social.
5. Creació de projectes singulars en funció de les diferents oportunitats que ofereix el territori

Per cadascun d'aquests àmbits s'han definit una sèrie d'objectius sectorials en els que ja s'ha començat a treballar.

**Objectius Sectorials:**

A. En relació a l'àmbit de **COMERÇ** :

1. Pla de Comerç
2. Promoció de l'associacionisme comercial.
3. Dinamització comercial.
4. Promoció del treball en xarxa.
5. Potenciar àmbits comercials especialitzats.
6. Promoció d'actuacions i activitats de suport a la inserció laboral.

B. En relació a l'àmbit de **TURISME**:

1. Realització del Pla de Turisme del Districte de l'Eixample.
2. Implementar les actuacions de promoció econòmica del Districte en relació al pla estratègic de Turisme de ciutat.
3. Generar noves oportunitats amb la descentralització i creació de nous atractius turístics al districte.
4. Generar singularitats o identitats

C. En relació a l'àmbit **d'EMPRENEDORIA I EMPRESA**:

1. Facilitar la generació d'activitat econòmica en el Districte.

2. Acompanyament i assessorament en alguns processos més complexos d'implantació de negocis
3. Estudi del territori i reconeixement de potencialitats econòmiques en funció de les seves característiques.
4. Participar i afavorir la implantació de negocis d'acord amb els criteris del Districte
5. Promoció de noves activitats econòmiques i dinamització empresarial.
6. Incentivar l'ocupació de locals buits tot afavorint la informació necessària per la persona emprenedora/empresa que es vulgui ubicar
7. Suport a les iniciatives d'emprenedoria social.
8. Suport a les iniciatives que fomentin la Responsabilitat Social Corporativa (RSC).

### D. En relació a l'àmbit de l' **OCUPACIÓ**:

1. Promoure i facilitar la gestió dels diferents projectes de ciutat que des del Sector de Promoció econòmica i Ocupació es puguin executar al districte.
2. Promoure la creació d'iniciatives innovadores per la cerca d'ocupació de les persones joves.

### E. En relació a la promoció de **PROJECTES SINGULARS**:

Anomenen Projecte Singulars aquells que tant per la seva rellevància com pel seu impacte en el territori impliquen coordinació intramunicipal (intervenen diversos serveis municipals) i integralitat executiva (es coopera temàticament entre diversos àmbits o sectors temàtics en el desenvolupament del projecte).

Es plantegen des de tres òptiques:

1. Potenciar els trets identitaris de diferents zones de l'Eixample que puguin generar desenvolupament econòmic i cohesió social. Per exemple Zona 11 o Fort Pienc Escènic
2. Abordar aspectes que es detecten necessaris, ja sigui per la seva innovació o per la seva capacitat de prevenció de conflictes. Per exemple Comerç Divers (Xeix)
3. Optimitzar la concurrència d'accions i recursos dels diferents projectes estratègics sectorials del Districte per desenvolupar noves iniciatives o projectes. Per exemple la potenciació del Passeig de Sant Joan com un Eix cívic de la ciutat.

### F. El desenvolupament de tots aquests objectius requereix de la coordinació amb altres àmbits municipals.

Actualment l'OPEE participa en:

- Ponència de coordinació d'esdeveniments de la ciutat en representació del Districte de l'Eixample
- Ponència de Comerç
- Grup de treball "Activitats depredadores, locals buits i comerços emblemàtics"
- Grup de treball "Digitalització del comerç"
- Grup de treball "Glòries"
- Taula de tècnics de turisme
- Taula de tècnics de comerç



## 1. COMERÇ

### • CARACTERÍSTIQUES DEL COMERÇ DEL DISTRICTE

Amb més de 15.000 establiments, l'Eixample reuneix un 24,3% del 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%).

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.

Pel que fa a les tipologies principals, la majoria d'establiments en planta baixa 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%), dades del Cens del 2011.

### 1.1. PROMOCIÓ DE L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL

#### • XARXA EIXAMPLE

L'àmbit de Promoció Econòmica de la Direcció de Serveis de Territori, actualment OPEE, va iniciar un treball de coneixement de la realitat de l'associacionisme comercial, les seves potencialitats i deficiències, necessitats, recursos i relacions. Es va obrir un espai de reflexió dels agents i associacions comercials que conformen el territori de l'Eixample sobre les seves necessitats, projectes i visió, que va permetre elaborar un diagnòstic. Van participar 14 Associacions comercials

Els resultats de la diagnosi van ser:

- Atomització de l'associacionisme comercial i una elevada proporció d'organitzacions amb recursos econòmics i humans molt limitats.
- Elevat nivell de voluntariat i organització informal del treball.
- Poca capacitat de resposta a les noves demandes socials i l'aprofitament dels avanços tecnològics.
- Les associacions amb gestió professionalitzada suposen un ajustat 40% del total.
- Accions amb abast limitat, degut a l'escassetat de recursos i amb una dèbil difusió.
- Poca col·laboració entre associacions.
- Excessiva dependència de les Administracions per a definir i realitzar els seus projectes

Es decideix **crear una xarxa col·laborativa** de les associacions més representatives de cada barri amb els següents objectius:

- Compartir recursos, projectes, idees i informació
- Dissenyar i realitzar projectes comuns i de major impacte
- Impulsar la planificació i la professionalització de les associacions comercials
- Promoció d'innovació i utilització de les TIC

La concreció dels objectius ha donat peu a diversos projectes i productes: Associa't, Comerç pròxim +tu, campanya de presència dels comerços a les xarxes (Google Mybusiness), que s'expliquen en diferents punts d'aquesta memòria.

### 1.1.1. ASSOCIA'T

De la diagnosi es van establir els objectius per definir els projectes de col·laboració i es va decidir començar per aconseguir que la majoria dels establiments comercials/negocis del barri estiguessin associats. Així va néixer el projecte "Associat".

Es va decidir realitzar una campanya de captació de socis visitant els establiments, mostrant la necessitat d'associar-se.

#### Activitats:

- Establir la rellevància i necessitat de les associacions per al comerç.
- Comunicar l'impacte de la campanya "Sempre amb tu", dirigida a influir en la ciutadania per a que consumeixi al petit comerç del barri.
- Mostrar que l'Ajuntament considera les associacions territorials de comerç com els interlocutors per aspectes relacionats amb temes de ciutat.

#### Elements de comunicació:

Dirigit als comerciants :

- La Carta de serveis per a que cada associació la pugui adaptar a la seva realitat
- Carta de l'Ajuntament recolzant la necessitat d'enfortir l'associacionisme comercial.

Dirigit al consumidor:

- El document de la campanya "Sempre amb tu". Informa dels beneficis de comprar al comerç del barri. Promoció del consum de proximitat. Col·laboració de la xarxa comercial en projectes de barri com el Camí Amic o el projecte Radars de detecció i suport a persones grans.

## 1.2. DINAMITZACIÓ COMERCIAL

### 1.2.1. PLANS ESTRATÈGICS DE BARRI

Els diferents plans Estratègics dels barris de l'Eixample tenen com a finalitat poder abordar cada una de les diferents realitats territorials des d'un coneixement més objectiu i no només des de la percepció fruit de l'experiència del personal tècnic de l'OPEE o del registre dels diversos imputs que arriben a l'Oficina pels diferents canals.

Les dades objectives, l'anàlisi dels agents del territori, de les sinergies que s'estableixen i la sistematització de les necessitats, demandes i propostes dels protagonistes del comerç de proximitat (professionals i consumidors), ofereix a l'OPEE un marc d'actuació més definit per planificar i endegar iniciatives i accions.

L'elaboració d'aquets plans es relaciona amb l'objectiu, anteriorment definit, de treballar per un model de desenvolupament econòmic de proximitat, vinculat al desenvolupament social i comunitari de les persones, entitats i empreses de l'Eixample.

S'han desenvolupat els Plans de dinamització comercial de tres barris del Districte que, per la seva situació d'estancament comercial, justificava l'elaboració dels mateixos.

- Nova Esquerra
- Fort Pienc
- Sagrada Família

Actualment en procés:

- Dreta
- Antiga Esquerra

### **Projecte de dinamització de la Nova Esquerra de l'Eixample**

El projecte presenta un estudi, anàlisi i diagnòstic del barri, i desenvolupa un Pla d'actuació/Full de ruta amb els objectius que recomanem que es portin a terme durant els dos primers anys d'implementació del pla d'actuació per assolir la dinamització comercial de l'Eix Model-Sopena, actualment Eix Nou Eixample. L'objectiu d'aquest full de ruta és que l'associació disposi d'una eina que l'ajudi en la implementació del pla.

#### **A. Línia estratègica comercial**

OBJECTIUS:

1. Millora a nivell estètic/estructural dels establiments. Incentivar l'obertura de nous locals.
2. Potenciar l'Associació de Comerciants com a motor i interlocutor dels comerços i serveis.
3. Formació i informació als empresaris dels establiments comercials i de serveis.
4. Dinamització del comerç

#### **B. Línia estratègica estructural**

OBJECTIU:

1. Fer més amable i atractiva la zona de l'eix comercial i dotar-lo d'una imatge visual comuna. Es proposa concretament
  - Unificar i incrementar el mobiliari urbà
  - Incrementar la il·luminació
  - Millorar la neteja
  - Senyalitzar la nova realitat de l'Eix Nou-Eixample
  - Estudiar i valorar opcions de millora dels Jardins de Montserrat
  - Treballar per aconseguir zones d'aparcament pels clients
  - Crear una guia d'accessibilitat als comerços

### **Projecte de dinamització de Fort Pienc**

El Projecte de dinamització de Fort Pienc presenta les conclusions del diagnòstic d'aquest barri i els trets distintius i proposa les següents línies estratègiques:

## A. Línia estratègica comercial

### OBJECTIUS:

#### 1. Desenvolupar la identitat i la marca del barri i del comerç

Amb col·laboració amb l'Auditori, el TNC, B:SM, les associacions del barri, altres associacions relacionades amb la cultura i l'espectacle, i els departaments de Turisme i Cultura de les administracions públiques, es proposa:

- Desenvolupar els valors que es volen comunicar.
- Generar activitats i esdeveniments que tinguin repercussió mediàtica.
- Crear i comunicar rutes de lleure i turisme.
- Crear notorietat a través del comerç, les associacions, els departaments de comunicació del TNC, Auditori i B:SM.
- Potenciar els actuals comerços i serveis culturals, i el seu futur establiment.
- Donar suport i difusió dels joves amb talent i a iniciatives socials que millorin la convivència i la integració a través de la cultura.

#### 2. Dinamitzar el comerç

Millorar el coneixement del barri i del comerç entre visitants i treballadors, per a promoure un comerç més pròsper i sostenible. Es proposa:

- Elaborar un pla d'activitats promocionals.
- Realitzar activitats promocionals creuades entre comerços i entitats del barri per arribar a un públic més ampli.
- Divulgar l'oferta dels establiments associats.
- Fomentar l'associacionisme i el treball en xarxa.
- Treballar amb les Administracions Públiques i l'Associació de Veïns per a la millora del barri.

## B. Línia estratègica estructural

### OBJECTIUS

#### 1. Millorar l'atractiu de la zona comercial.

Es proposa:

- Promoure la millora de la imatge dels comerços mitjançant la informació, l'assessorament i la formació, i els ajuts disponibles.
- Aconseguir una interacció positiva amb els comerciants no nacionals, i millorar la diversitat en zones d'alta concentració de comerç no nacional.
- Millorar la imatge i l'actitud de la ciutadania cap el comerç del barri.

2. Aconseguir la implantació d'una oferta comercial variada i competitiva que satisfaci les necessitats de la població i dels visitants de Fort Pienc. Es proposa:

- Afavorir la implantació de noves tipologies de comerç al barri, dels que no hi ha oferta però sí demanda.

- Millorar i facilitar la informació dels locals disponibles i dels tràmits necessaris per a l'obertura de nous negocis.
  - Fer arribar als col·lectius d'interès (nous emprenedors, gremis, entitats especialitzades, etc.) les necessitats de comerços al Fort Pienc, i orientar-los per a què contemplin en el posicionament dels seus negocis la imatge que es vol transmetre al barri.
3. Establir canals de comunicació per afavorir la col·laboració entre l'Associació de comerciants, els grans equipaments culturals, B:SM i altres entitats del barri.

### **Projecte de dinamització de la Sagrada Família**

L'objectiu és definir un pla estratègic del barri de la Sagrada Família a dos anys vista amb la finalitat d'enfortir el comerç i procurar un desenvolupament sostenible del barri, que es troba actualment en estat de recessió. Amb aquesta finalitat, es planteja l'establiment de línies d'acció a nivell de barri, compartides per les associacions, i també línies d'acció singulars, territorials o sectorials, així com l'enfortiment del teixit associatiu i la col·laboració en xarxa.

El projecte té com a punt de partida les necessitats i objectius comuns de les associacions de comerç, que van ser detectats durant la investigació del projecte "Enfortiment del Teixit Associatiu de l'Eixample" (Associa't, veure 1.1.)

Entre els temes que tenen abast a nivell de barri, i que contempla aquest pla estratègic, figuren un pla d'actuació per al turisme i la creació de la identitat del barri (la marca).

El projecte fa un retrat de:

- Evolució urbanística del barri de la Sagrada Família
- Anàlisi socioeconòmic
- Anàlisi de l'estructura comercial
- Anàlisi de l'associacionisme del barri
- Anàlisi dels atractius turístics
- Línies d'acció del pla turístic del Districte de l'Eixample

A partir d'aquí es fan propostes per definir:

1. La identitat del barri
2. Potenciar el impacte econòmic del turisme al barri
3. Promoure la imatge comercial
4. Crear una identitat pròpia del comerç envers d'altres zones: Mercat de la Sagrada Família i zona d'influència, Avinguda Gaudí i Encants Nous.

### **Línies de treball i objectius que contempla el pla estratègic:**

**A) Àmbit de treball 1:** Potenciar l'impacte econòmic del turisme en el comerç

#### **Objectiu:**

Definir i prioritzar itineraris per als visitants que permetin enllaçar a peu els principals atractius turístics i comprar i consumir als establiments del territori.

- L1 promoure rutes dins del barri i amb altres barris.

- L2 senyalització turística i comercial del barri
- L3 estratègia i comunicació de les fires del comerç.

### **B) Àmbit de treball 2:** Promoure la imatge comercial. Transformar el barri en una zona comercial atractiva

#### **Objectiu:**

Millorar la visibilització dels establiments, millorant l'atractiu dels establiments amb potencial turístic i promovent iniciatives que promoguin establiments amb potencial turístic

- L4 crear un canal comú de comunicació de les tres associacions amb els agents turístics, especialment amb apartaments turístics.

### **C) Àmbit de treball 3:** Crear una identitat pròpia del comerç

#### **Objectiu:**

Crear una identitat de zona comercial al voltant de la cultura universal.

- L6 turisme d'experiència" lligat a la gastronomia i la cultura universal
- L7 desenvolupar elements de comunicació de la imatge del comerç del barri

### **D) Àmbit de treball 4:** Treballar les singularitats de cada una de les zones comercials

#### D.1 Mercat de la Sagrada Família i zona d'influència

##### **Objectiu:**

Provocar més tràfic de gent més jove i diversa i potenciar l'atractiu turístic del mercat i la seva oferta comercial

- L8 el mercat com punt de participació intercultural i intergeneracional
- L9 el mercat dels productes del món
- L10 el mercat com punt de servei

#### D.2 L'Avinguda Gaudí

##### **Objectiu:**

Convertir l'Avinguda Gaudí en un espai de moda diferent. Moda sostenible

- L11 Gaudí shopping line
- L12 Gaudí moda sostenible

#### D.3 Encants nous

##### **Objectiu:**

Treballar una nova imatge, negocis emergents, eliminar espais buits (recuperar l'esperit del mercat). Crear el primer centre upcycling de Barcelona

- L13 construir la imatge integral d'Encants Nous com l'espai upcycling Barcelona. Què és UPCICLYNG: Convertir productes que normalment anirien a les escombraries en altres objectes de més valor és la proposta del upcycling o supra-reciclatge, un concepte que conjuga reducció del consum de matèries primeres i de nous productes, alhora que estimula la reutilització. Upcycling afegeix valor mitjançant la transformació o la reinvençió d'un element d'una altra manera un sol ús en alguna cosa de més qualitat. És la última tendència en la reutilització - i un sector completament nou de la indústria està donant forma al seu voltant.

### 1.2.2. FIRES I ACTUACIONS CONSOLIDADES

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.

FIRES I MERCATS – DRETA DE L'EIXAMPLE		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
Street Market	Mostra comerç carrer	Gran Via entre Pg. Gràcia i Pau Claris
Shopping Night	Mostra comerç carrer	Pg. Gràcia entre Diagonal i Plaça Catalunya
Desfilada Pedrera	Mostra producte/serveis	Provença 275
Llibre antic i modern Pg. Gràcia	Mercat periòdic	Pg. Gràcia entre Pça. Catalunya i Consell de Cent
Fira Modernista (En el marc de la Festa Major)	Mercat Puntual	Girona entre Aragó i Av Diagonal
Rams Rbla. Catalunya	Mercat tradicional	Rambla Catalunya
Fira sant Jordi roses	Mercat tradicional	Districte Eixample
Fira sant Jordi llibres	Mercat tradicional	Districte Eixample

FIRES I MERCATS - FORTPIENC		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
Fira de les arts escèniques	Mostra producte/serveis	C/ Padilla /Ribes ( Davant de l'Auditori)
Fira de la Salut	Mostra producte/serveis	Passeig de Sant Joan entre Gran Via i Ausiàs Marc
Fira del llibre infantil i juvenil	Mostra producte/serveis	Passeig de Sant Joan entre Alí Bei i Ausiàs Marc

FIRES I MERCATS – NOVA ESQUERRA DE L'EIXAMPLE		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
Mostra de Comerç i Entitats al Carrer	Mostra comerç carrer	Jardins Montserrat (Còrsega-Rocafort-Rosselló)
Reis Gran Via (joguines, regals, artesanía i casetes)	Mercat tradicional	Gran Via entre Muntaner i Rocafort

## Memòria de l'Oficina de Promoció Econòmica de l'Eixample 2013-2014

FIRES I MERCATS – ANTIGA ESQUERRA DE L'EIXAMPLE		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
Mostra de Comerç i Entitats al Carrer	Mostra comerç carrer (Festa Major)	c/ Diputació entre Casanova i Villarroel
Mostra de Comerç i Entitats al Carrer	Mostra comerç carrer (PRIDE)	c/ Diputació entre Casanova i Villarroel

FIRES I MERCATS – SAGRADA FAMÍLIA		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
Mostra de Comerç (Festa Major)	Mostra comerç carrer	Av Gaudí
Mostra de Comerç (Festa Major)	Mostra comerç carrer	Encants Nous
Mostra de Comerç (Festa Major)	Mostra comerç carrer	Provença entre Padilla i Marina
Mostra de Comerç (Festa de tardor)	Mostra comerç carrer	Av Gaudí
Mostra de Comerç (Festa de tardor)	Mostra comerç carrer	Encants Nous
Mostra de Comerç (Festa de tardor)	Mostra comerç carrer	Provença entre Padilla i Marina
Sagrada Família és Moda	Mostra producte/serveis	C/ Provença entre Padilla i Los Castillejos
Venda no sedentària Pça. Gaudí-Marina	Mercat periòdic	Marina/Pça. Gaudí
Venda no sedentària Sagrada Família	Mercat periòdic	Pça. Sagrada Família
Alimentació Av Gaudí/Provença	Mercat Puntual	Av Gaudí/Provença
Rams Sagrada Família	Mercat tradicional	Pça. Sagrada Família
Nadal Sagrada Família (regals, pessebres, estands i verd)	Mercat Tradicional	Pça. Sagrada Família
Nadal Sagrada Família (alimentació)	Mercat tradicional	Pça. Sagrada Família

FIRES I MERCATS – SANT ANTONI		
Nom de l'esdeveniment	Tipus d'activitat comercial	Localització
FIRANTONI. Vine a menjar la vedella de Sant Antoni (previsió de nova activitat)	Mostra comerç carrer	Voltants Mercat Sant Antoni
Passarel·la de moda BCN	Mostra producte/serveis	carrer Urgell entre Tamarit i Floridablanca
Tapes a Sant Antoni (previsió de nova activitat)	Mostra producte/serveis	Barri de Sant Antoni
Recapte d'Aliments i Escudella Solidària	Mostra producte/serveis	carrer Urgell / Ronda Sant Antoni
Atraccions Av. Mistral (Només per festa major)	Mercat Puntual	Av. Mistral 40



### 1.2.3. GRUP DE TREBALL DE FIRES I MERCATS AL DISTRICTE

L'evolució de l'activitat comercial a l'Eixample fa necessària elaborar una regulació per les nombroses fires que se celebren durant tot l'any a les places i carrers del Districte, per tal de garantir la seva adequació a la normativa. Aquestes fires ajuden a la dinamització de determinades zones del Districte amb concentració comercial i ajuden a la consolidació del seu comerç de proximitat

A tal efecte, l'OPEE coordina un grup de treball al Districte que té l'objectiu de definir els criteris per a l'autorització de fires Comercials (no tradicionals) a l'espai públic del Districte de l'Eixample.

### 1.2.4. FORMACIÓ A COMERCIANTS

- **PROGRAMA OBERT AL FUTUR**

La Direcció Operativa de Territori i Comerç de Barcelona Activa (DOTiC) i l'OPEE acorden com s'organitzarà i com es gestionarà la demanda de la formació les Associacions de comerciants.

La formació del 2013 va començar el dia 10 de maig i va finalitzar el 24 de novembre.

Les càpsules impartides han estat 43, amb un total de 589 participacions, 129 hores impartides, i 1767 hores de formació rebudes.

L'Eixample representa un 20.5% de les participacions de la ciutat.

A la formació d'Obert al Futur al Districte de l'Eixample ha hagut 158 persones participants. La mitjana de participació per alumne ha estat de 3.7 càpsules.

Han participat 113 dones i 45 homes, majoritàriament en edats compreses entre 40 i 54 anys, amb estudis obligatoris acabats i autòctons (aquesta darrera dada destaca del conjunt de ciutat que és del 92.2% i a l'Eixample 78.4%).

Els comerciants han valorat molt positivament el programa formatiu i la seva proximitat al territori.

En relació a les dades del l'any 2014, es disposa de l'avaluació a data de setembre. En aquesta no s'han creuat encara les dades però sabem que han participat 77 persones. Falten les dades del darrer trimestre de l'any

#### **Impacte als mitjans i xarxes de comunicació**

La presència del Programa "Obert al Futur" en diferents mitjans de comunicació ha estat freqüent en tot el període d'implantació del mateix. Des de publicacions de barri o de districte a diaris de tirada nacional; televisió, ràdio; web, facebook i twitter d'associacions de comerciants i del districte. Els formats també han estat diversos, des de la notícia, als redaccionals o les entrevistes a participants.

- **FORMACIÓ COMERÇ XINÈS**

El Programa Xeix<sup>1</sup> facilita l'associacionisme comercial del col·lectiu de comerciants d'origen xinès. Entre altres accions, en relació a la formació, s'han realitzat quatre càpsules formatives, dues finançades per DOTiC dins del programa Obert al Futur, i dues finançades per l'OPEE. Els assistents són comerciants de la comunitat xinesa amb dificultats idiomàtiques. Aquesta formació es va dur a terme els diumenges matí i amb traducció simultània al xinès a través de la medidora del programa Xeix.

Les accions formatives realitzades han estat:

1. Requisits per obrir un negoci
2. Idees pràctiques per fer més atractiu l'interior del nostre comerç: com millorar la imatge de l'establiment fent-lo més atractiu pel client
3. Amb un bon servei fidelitzem la clientela Quins són els serveis que hem d'oferir al client i que no podem obviar
4. Seguretat alimentaria

Han hagut 32 participacions amb un alt nivell de satisfacció.

### 1.2.5. COMUNICACIÓ

- **Coordinació amb Premsa del Districte**

L'OPEE utilitza diversos canals de comunicació dels que disposa tant el Departament de Comunicació del Districte com des de Premsa. De forma regular es passa la informació d'esdeveniments, accions i projectes per a que les persones responsables en facin difusió pel mitjà que considerin adient. És una feina de recopilació i coordinació.

- **Torretes**

Al Districte de l'Eixample hi ha 7 torretes: 1 Antiga Esquerra, 1 Nova Esquerra, 2 Sagrada Família, 1 Dreta i 1 Sant Antoni.

La OPEE ofereix la possibilitat del canvi de la informació cada 3 mesos amb les activitats que duen a terme les associacions de comerciants a cada barri.

Les Torretes disposen de quatre cares per posar informació rellevant de Ciutat, Districte i Barri. Normalment dues cares són per informació de Ciutat, 1 cara per informació de Districte i, 1 cara per informació de les activitats de l'Associació de comerciants del barri on estan emplaçades.

### 1.2.6. ALTRES

Des de l'OPEE es treballa conjuntament amb altres departament o sectors, en determinats aspectes que afecten al comerç i la restauració del Districte.

En relació a temes de neteja i gestió de residus es col·labora la Direcció de Neteja i Gestió de Residus

- **Recollida Comercial (Residus)**  
L'OPEE es coordina amb la Direcció de Serveis de Neteja i gestió de residus per la relació amb les associacions en relació a la recollida comercial de residus.
- El programa Barcelona + Sostenible en la línia de cercar una projecte que treballi diferents aspectes del per millorar el compromís dels comerciants envers la sostenibilitat i no només la reducció de taxes pel que s'havia anomenat "Acord Cívic"
- Neteja de persianes: S'ha realitzat la campanya de neteja de persianes:

---

<sup>1</sup> Desenvolupat a Projectes Singulares - Xeix, en el punt 5.5

164 a Sagrada Família, 62 a ladreta i, 38 a Sant Antoni. Actualment s'ha fet la recollida d'una vintena d'autoritzacions per tal de dur a terme la neteja al Passeig de Gràcia.

## 1.3. PROMOCIÓ DEL TREBALL EN XARXA

**XARXAEIXAMPLE**<sup>2</sup> és la plataforma de treball col·laboratiu entre les principals associacions comercials del Districte. S'inicia per potenciar les sinèrgies entre les associacions més representatives del districte així com l'economia d'escala. Aquestes entitats poden plantejar projectes conjunts que individualment no serien possibles. Des del seu inici en el 2012 s'han realitzat diverses accions conjuntes que progressivament són de major abast i compromís col·lectiu.

### 1.3.1. CAMPANYA DE NADAL 2013:

**iniciativa: SUMEM PER AL BARRI**, WEB on hi ha informació de la iniciativa: promoció on-line amb clau d'entrada off line (imant), els comerços regalen el imant als seus clients, els botiguers regalen el imant amb el nom del web:

**compraexemple.cat SUMEM PEL BARRI**: Clica el projecte solidari i els comerciants del teu barri el farem possible. Al web també hi ha informació pràctica : plànol de les associacions, enllaços a cada associació,...

#### La clau de la promoció i regal als clients



#### WEB SUMEM PER AL BARRI

comerçpròxim + tu

SEGUEIX-NOS

"TOTS JUNTS SUMEM PER FER UN BARRI AMB MÉS COLOR, MÉS VIDA"

EL COMERÇ SEMPRE AMB TU

Aquest Nadal suma. TU també i els comerços col·laboraran en fer-ho possible.

Un passeig pel teu barri. Descarrega el plànol de les botigues de l'Eixample en PDF.

Canço / vídeo del barri

902 15 15 15  
TELÈFON ATENCIÓ CONSUMIDOR

SUMA'T AL PROJECTE SOLIDARI DEL TEU BARRI

PARTICIPA EN EL SORTEIG DE VALS REGAL

Col·labora

Ajuntament de Barcelona

PARTICIPEN

COMERCIALS

CENTRE COMERCIAL Encants'nous de Nova Catalunya

SALESA

Sant Jordi

OPAR

ESPAÑA

SAGRADA FAMÍLIA

sant antoni

<sup>2</sup> Projecte que s'explica al punt 5.4

S'ha creat una cançó que engloba a les set associacions de comerciants participants en el projecte.

Aquesta campanya va ser notícia degut a la unió de les set associacions de comerç, ja que es tractava d'una campanya solidària i va tenir una repercussió mediàtica local.

### **1.3.2. TARGETA FIDELITZACIÓ (posposada per la seva re dimensió com a targeta de ciutat):**

A partir del gener del 2014, es desenvolupa el projecte de creació d'una plataforma on line d'ofertes que ha derivat en la proposta d'una targeta de fidelització emesa per les associacions de comerciants que promou la **fidelització** de la compra en establiments associats.

La targeta de fidelització (acumulació d'euros virtuals de descompte en futures compres) personalitzada per cada associació comercial i per cada establiment amb identificació de dades personals dels consumidors, permet segmentar i personalitzar campanyes, amb explotació estadística de dades de consum. Per tal de desenvolupar-la es van buscar diverses experiències municipals i empreses que tinguessin productes similars.

La proposta és iniciar amb una prova pilot al Districte de l'Eixample, ja que la feina feta situa a diverses entitats de l'Eixample en un punt de maduresa que permetria la progressiva implantació.

El grup XarxaEixample és prou reduït com per facilitar el consens i prou divers com per representar les diferències (diversitat de grandària, de tipologia, d'organització...). Està previst que, un cop definit el projecte, aquest permeti la entrada d'altres associacions i mercats del districte.

L'experiència de la prova pilot permetrà avaluar, descobrir aspectes no previstos i fer els ajustos necessaris per definir la millor manera d'ampliar-ho a la resta de ciutat.

Tots aquests aspectes han fet que el projecte que estava previst que s'iniciés a finals de l'any 2014, es retardi i es preveu que s'hauria d'implementar al 2015, això ha fet que el grup XarxaEixample, es plantegés dur a terme un altre iniciativa innovadora per aquest 2014.

### **1.3.3. CAMPANYA "PRESENCIA DEL COMERÇ A LES XARXES"**

#### **Els comerços associats a Google Mybusiness**

Aquesta és una campanya per aconseguir que la totalitat dels comerços associats estiguin presents a Internet en el nou producte de Google: Google Mybusiness .

Es tracta d'una aposta innovadora, ja que a nivell d'associacions de comerciants o grups de botigues és molt nou el fet de gestionar d'una pujada massiva de perfils bàsics de comerços associats.

#### **Promoció "Comprar aquí te premi"**

Aquesta campanya acompanya l'anterior amb l'objectiu de donar valor a la compra en els establiments de l'Eixample premiant la compra dels consumidors i aconseguir el registre d'usuaris del comerç de proximitat per a la difusió de continguts on line i de propers productes i serveis oferts a través de la xarxa, així com el desplegament d'una tarja de fidelització del comerç de proximitat.

## Materials:



PÒSTER: Per col·locar a les botigues

FLYER:

Per lliurar a les botigues amb el tiquet de compra o com a recordatori de la promoció. Està dissenyat el plegat per, si és el cas, guardar el tiquet de compra.

Pàgina web [www.compraeixample.cat](http://www.compraeixample.cat) amb landpage de la promoció/registre a la web.

## 1.4 POTENCIAR ÀMBITS COMERCIALS ESPECIALITZATS

- Grup de treball "TENDÈNCIES DE NOUS FORMATS DE COMERÇ I ACTIVITATS".

El món del comerç presenta una elevada capacitat d'adaptació i dinamisme, que dona lloc a l'aparició contínua de nous formats i canals de venda, així com a noves fórmules i iniciatives per dirigir-se al consumidor.

En el cas dels establiments comercials en locals de la trama urbana, la normativa no respon amb la mateixa rapidesa a aquesta capacitat d'innovació i dinamisme que el món del comerç requereix i que els empresaris reclamen.

Però també s'ha de tenir en compte les repercussions que els canvis normatius poden tenir sobre el model de comerç de Barcelona.

L'OPEE lidera un grup de treball de ciutat que té com objectiu identificar les noves iniciatives comercials i cercar la possibilitat del seu encaix en la normativa existent o promoure els canvis normatius que s'estimin adients. Recentment s'han acceptat les pop-up stores.

## 1.5 PLA DE COMERÇ DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE

S'ha elaborat el Pla de Comerç del Districte de l'Eixample, on es presenta:

- La caracterització del districte
- El perfil socioeconòmic
- L'oferta comercial
- Els actius del districte amb sinèrgies amb el comerç, els fluxos de mobilitat i la demanda a la ciutat de Barcelona i al districte.

L'estructura del pla és comú a tots els districtes i presenta el diagnòstic comercial del districte, DAFO, i a partir d'aquí presenta el model comercial, es defineixen els objectius i prioritats i es presenten els plans d'actuació.

### 1. Model comercial

### 2. Programes d'actuació

**3. Definició dels objectius i prioritats.** Els objectius específics que s'han treballat conjuntament amb les associacions i els gremis de restauració, hostaleria i apartaments turístics són

- Crear un entorn físic més atractiu per als comerços.
- Ajudar els comerços a:
  - Ser més competitius 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.
- Enfortir l'associacionisme comercial millorant la gestió i la carta de serveis dels eixos i associacions de comerciants.
- Avançar cap que les associacions de comerciants es converteixen en unitats de desenvolupament econòmic i social de la zona on s'ubiquen.
- Mesurar i millorar el impacte i el rendiment dels recursos invertits, tant des de l'administració pública com des de la vessant privada.

La concreció del pla es reflecteix en un conjunt de mesures que s'organitzen en 7 línies de treball

#### A. Governança del districte en comerç

Objectius	Mesures
Orientar l'acció del Districte als reptes del teixit econòmic.	A1. Implementació Oficina de Promoció Econòmica.
La promoció econòmica del territori.	A2. Creació del Consell de Promoció Econòmica.
Enfortir el teixit associatiu (Qualitat, formació i innovació).	A3. Enfortir el teixit associatiu i impulsar sinergies-XarxaEixample
Enfortir la col·laboració entre entitats	A4. Consolidació del pla de incorporació de comerç divers-XEIX A5. Innovació en l'associacionisme comercial.

### B. Comunicació, dinamització i promoció

Objectius	Mesures
Millorar les eines i els canals de comunicació.	B1. Impuls d'accions de promoció conjunta
Sinergies entre sectors, barris i projectes.	B2. Desenvolupament dels criteris de suport / prioritat a les accions de dinamització i promoció
Dinamització, creació de projectes singulars.	B3. Promoure eixos cívics
Presència en els entorns digitals.	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. 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

Objectius	Mesures
Definir i consolidar identitats territorials (Generació de valor i diferenciació)	C1. Elaborar estudis de comerç de zones específiques
Col·laboració com a vehicle de millora de la competitivitat.	C2. Definició d'identitats territorials
Col·laboració com a vehicle de millora de la competitivitat	C3. Promoure projectes compartits - XarxaEixample
Atraure inversió	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. Sinergies entre sectors

Objectius	Mesures
<b>Comerç i turisme</b> (pla de turisme als districtes)	D1. Foment de les sinèrgies, les interrelacions i la col·laboració del Pla de Comerç amb el Pla de Turisme de l'Eixample
Comerç i restauració	
Comerç i hotels, allotjaments	D2. Promoure campanyes de promoció conjuntes entre el comerç i els sectors de la restauració, la cultura,...
Comerç i altres sectors (cultura, etc.)	

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

Objectius	Mesures
Formació permanent Aprofitar les oportunitats de la digitalització del comerç Promoure eines tic per al comerç	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. Participació ciutadana i vessant social

Objectius	Mesures
El valor i la importància social del comerç. La importància del comerç de proximitat (vertebració territorial) Comerç solidari (social street) RSC	F1. Comerç amic de l'escola F2. Participació del comerç en festes i actes emblemàtics F3. Promoure el comerç solidari – Social Street F4. Serveis de comerç per a la gent gran F5. Comunicar la vessant social del comerç - “Sempre amb tu” F6. Impulsar iniciatives de RSC al districte F7. Coordinació amb cossos de seguretat

#### 1.6. ORGANS DE PARTICIPACIÓ: CONSELL DE COMERÇ

El Consell de Comerç és un òrgan de participació de representants del comerç, els gremis i les associacions de comerciants. És un espai d'informació i d'intercanvi. Té la funció de fer el seguiment de la política i les accions comercials del Districte i assessorar-lo en matèria de comerç. Actualment es reuneix una vegada a l'any on es presenta la feina realitzada i els projectes de futur.

Actualment, amb la creació de l'OPEE, es considera que el Consell de Comerç ha d'evolucionar cap el Consell de Promoció Econòmica tal i com preveu el Pla de Comerç del Districte. Actualment s'està treballant en una proposta d'estatuts del futur Consell de Promoció Econòmica.



### 1.7. SUBVENCIONS

L'OPPE gestiona la sol·licitud i atorgament de subvencions a les entitats del Districte de l'Eixample per intervencions de comerç de proximitat i promoció econòmica.

Aquestes han estat les subvencions atorgades en els últims 3 anys.

Sol·licitant	Import 2012	Import 2013	Import 2014
AC ENCANTS NOUS	2.000 €	2.500 €	7.100 €
AC EIX FORT PIENC	3.000 €	3.000 €	3.500 €
AC EIX MODEL SOPENA		2.000 €	2.500 €
AC GRAN EIXAMPLE		1.000 €	1.000 €
AC i PROFESSIONALS COREIXAMPLE	9.000 €	13.300 €	1.500 €
UNIÓ DE BOTIGUERS SANT PAU-GAUDI	1.900 €	4.000 €	3.500 €
EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ			1.500 €
SANT ANTONI Centre Comercial (SACC)	5.400 €	6.400 €	6.900 €
TOTAL	22.000€	32.600 €	27.500 €

L'any 2014 s'incorpora a les subvencions el concepte de promoció econòmica de proximitat, i per tant, les activitats de promoció organitzades per les associacions comercials del districte vinculades a l'àmbit cultural, esportiu, etc. o dins del programa de festa major van ser atorgades per la Direcció de serveis a les Persones i Territori i per tant, no consten en aquesta taula.

## 2. TURISME

### 2.1 PLA DE TURISME DEL DISTRICTE DE L'EIXAMPLE

#### Criteris generals de desenvolupament del Pla de Turisme de l'Eixample

Els criteris sota els quals es proposa el desenvolupament del Pla de Turisme de Districte són els següents:

- Desenvolupament econòmic de proximitat
- Turisme responsable i sostenible
- Potenciar i posar en valor la identitat i la cultura local
- Participació dels agents socials i econòmics
- Identificació d'oportunitats
- Afavorir l'emprenedoria i la generació de noves activitats
- Factibilitat tècnica i econòmica de les propostes
- Involucrar a les institucions i entitats, i a la població local
- Visió transversal integradora respecte al districte i en relació amb els altres districtes

#### Estructura general del Pla d'Actuació de Turisme del Districte

Les principals línies d'actuació proposades són les següents:

- **Donar a conèixer**

Des del punt de vista dels seus atractius turístics, l'Eixample és un districte molt consolidat turísticament, tot i que amb una sèrie de reptes importants relacionats amb la necessitat de fer que altres atractius, barris i sectors del districte incrementin la seva notorietat tant per als turistes i visitants com per al sector turístic professional. En aquesta línia es proposaran accions relacionades amb la comunicació, el màrqueting i el desenvolupament de programes i accions dirigides a potenciar els recursos turístics del districte i potenciar la visita de tots els seus barris.

- **Eixos de desenvolupament turístic. Hi ha tres eixos bàsics per al desenvolupament de l'atractiu turístic del districte:**

- El relacionat amb la **cultura**, fent èmfasi en els equipaments culturals que programen regularment esdeveniments vinculats amb la música i les arts escèniques i fomentant la vessant turística i cultural d'eixos i nodes en transformació com el Paral·lel i les Glòries.
- El relacionat amb el **patrimoni arquitectònic**, afavorint la posada en valor d'altres elements destacats del modernisme al districte més enllà d'aquells ja totalment consolidats turísticament. En aquest sentit, es farà èmfasi en l'aprofitament de les potencialitats d'altres eixos com el de l'Avinguda Gaudí i el Quadrat d'Or.
- El relacionat amb el **comerç i la gastronomia**, apostant per l'aprofitament del potencial que suposa la riquesa comercial, gastronòmica i de restauració del districte, que és rica i variada. A això cal sumar-hi la remodelació d'alguns dels mercats emblemàtics del districte, com el de Sant Antoni, el del Ninot i el dels Encants Vells.

- Influència de grans projectes urbanístics i de ciutat, sobretot el de la Plaça de les Glòries i el del Paral·lel, juntament amb el del Recinte modernista de Sant Pau per la seva proximitat i el projecte de transformació i dinamització del barri del Fort Pienc.
- Consolidació d'estructures de gestió turística a nivell de districte i de relació amb la Direcció Operativa de Turisme i Esdeveniments.
- Projectes transversals, relacionats amb el desenvolupament turístic general de la ciutat, com la senyalització, la mobilitat, la comunicació, etc.

A partir d'aquí s'elabora el mapa turístic del districte amb una nova visió sobre el turisme al districte, que té com a objectiu afavorir una major desconcentració de l'activitat turística, posant de relleu els atractius i oportunitats de desenvolupament turístic dels barris i districtes.

En base a una jerarquia i simbologia, estableixen diverses tipologies de punts d'interès turístic i s'elaboren 6 programes amb les seves accions.

### **Programa 1 – Informació i difusió**

Aquest programa pretén impulsar un conjunt d'accions per tal de continuar consolidant l'atractiu de l'Eixample, els seus icones, recursos, activitats i equipaments, posant en valor més patrimoni i altres atractius dels diferents barris i zones del districte.

#### **Accions:**

- Declinació de la marca Barcelona
- Manteniment, producció i distribució del mapa turístic del districte
- Elaboració de l'agenda turística del districte
- Web [www.bcn.cat](http://www.bcn.cat)
- Senyalització turística
- Informació a la xarxa de transport públic
- Espais d'informació/interpretació visitants

### **Programa 2 – Desenvolupament de l'activitat turística**

Aquest programa pretén posar en valor els atractius i recursos potencials del territori, afavorint el desenvolupament i la creació de producte turístic.

#### **Accions:**

- Posada en valor turístic del patrimoni arquitectònic
- Posada en valor de la música i les arts escèniques
- Posada en valor turístic el comerç
- Posada en valor turístic de la gastronomia
- Projectes amb altres districtes

### **Programa 3 – Projectes territorials estratègics**

L'objectiu d'aquest programa és que la vessant turística dels grans projectes urbanístics i estratègics de ciutat s'incorpori de forma integral en la seva concepció, planificació, disseny, posada en marxa i operació, per tal d'aprofitar les enormes oportunitats que per al desenvolupament turístic dels districtes ofereixen aquests projectes.

### **Accions:**

- Projecte de la plaça de les Glòries (node Glòries)
- Sant Pau recinte Modernista
- Paral·lel
- Eix Cívic Passeig Sant Joan
- Node Passeig de Gràcia

### **Programa 4 – Ordenació i regulació**

Aquest programa té com a objectiu establir les normatives per tal de minimitzar els efectes de l'activitat turística i vetllar pel seu compliment.

### **Accions:**

- Inspecció i control d'allotjaments turístics
- Regulació de les botigues de souvenirs
- Aparcament d'autocars

### **Programa 5 – Foment de l'activitat econòmica**

Aquest programa pretén fomentar l'activitat turística com a generadora d'activitat econòmica i ocupació.

### **Accions:**

- Foment de l'emprenedoria

### **Programa 6 – Gestió turística**

Aquest programa té com a objectiu que el turisme esdevingui una activitat més de gestió per part del districte, en totes les seves vessants, i en coordinació i col·laboració constant amb la resta d'àrees de gestió del districte, la Direcció de Turisme i Esdeveniments (AEEiO), Turisme de Barcelona i altres àrees i departaments de l'Ajuntament de Barcelona.

### **Accions:**

- Ponència turisme i ciutat
- Grup de treball implementació Plans de turisme
- Taules de corresponsabilitat
- Gestió turística del districte
- Taules de coordinació amb operadors i agents turístics
- Formació per a tècnics de districte

De les accions descrites hi ha dues que destaquen especialment:

- **PROJECTES DE SENYALITZACIÓ**

El Pla Estratègic del Districte de l'Eixample defineix programes que pretenen impulsar un conjunt d'accions per tal de continuar consolidant l'atractiu de l'Eixample. Els seus icones, recursos, activitats i equipaments, posant en valor més patrimoni i altres atractius dels diferents barris i zones del Districte.

Des del punt de vista del turista, la possibilitat d'accedir a una destinació amb una senyalització específica que li permeti identificar els atractius turístics que està buscant, li assenyali les rutes i l'ajudi a orientar-se i a accedir als equipaments i instal·lacions d'interès turístic és un element que incrementa de forma notable la seva percepció de qualitat sobre la destinació, al mateix temps que li permet gaudir amb molta més comoditat de la seva experiència i li ofereix seguretat en els seus desplaçaments.

La senyalització turística esdevé un element estratègic de posicionament i de qualitat de la destinació, i part de la seva qualitat és la distribució i ubicació de la mateixa i la seva relació amb la xarxa de transports i comunicacions de la ciutat. Amb això, s'està elaborant un projecte per a la planificació de la senyalització turística de vianants al districte, amb una metodologia flexible que permeti l'elaboració d'un del pla segons l'execució del pla de turisme del districte i les necessitats de senyalització corresponents.

El projecte ha de respondre a dues qüestions bàsiques: què senyalitzar i com senyalitzar.

- **DESENVOLUPAMENT RUTES TURÍSTIQUES**

Per a dotar de contingut els materials de difusió turística de l'eixample que està previst poder elaborar durant l'any 2015 (mapa turístic del districte i APP turística del districte) s'està treballant en la definició de noves rutes turístiques que responguin als criteris i objectius del pla de turisme del districte i que siguin una alternativa a les rutes que ja existeixen a la ciutat i que ja inclouen els principals atractius turístics del districte.

Per tant, l'encàrrec d'elaboració d'aquestes rutes inclou els criteris de desconcentració del turisme, promoció de nous atractius i de promoció de l'especificitat del districte dins de la ciutat.

### 3. EMPRENEDORIA I EMPRESA

#### 3.1 FACILITAR LA GENERACIÓ D'ACTIVITAT ECONÒMICA EN EL DISTRICTE

##### 3.1.1. IMPLANTACIÓ D'UNA "ANTENA" DE BARCELONA ACTIVA AL DISTRICTE

El Districte ha promogut la instal·lació a la seva seu d'una Antena de Barcelona Activa, amb l'objectiu d'apropar l'atenció a persones emprenedores.

L'Antena de Barcelona Activa té com objectius:

- Un servei d'atenció presencial i d'informació a les persones emprenedores en el territori.
- Donar suport a la posada en marxa de projectes en el districte de l'Eixample, complementant el servei d'assessorament i informació mitjançant els serveis oferts des de la DO Emprenedoria com els de la OAE.
- Ajudar a desenvolupar un servei de valor afegit a les persones emprenedores, coordinant-se amb els serveis oferts des de el districte.
- Donar suport a l'objectiu de reduir el nombre de consultes que reben els serveis tècnics, i que no pertanyen al seu àmbit.

El personal tècnic de Barcelona Activa present en l'espai d'atenció, aporta un catàleg de serveis:

**1) Resolució de dubtes puntuals:** relacionats amb la posada en marxa del projecte empresarial de la persona emprenedora. Aquesta consulta pot ser des de quina tipologia de forma jurídica pot triar per al seu projecte, com plantejar un estudi de mercat. En cas de dubtes molt específics i no resolubles en el moment de fer la consulta, es procedirà a:

- Derivar a càpsules formatives específiques a Barcelona Activa.
- Investigar la resposta i buscar procediment (mail, telefònic) per a fer-la arribar a la persona emprenedora.

Les temàtiques les quals s'han de resoldre de forma més recurrent són:

- Consulta validació de l'idea o del model de negoci.
- Formes jurídiques
- Fiscalitat
- Ubicació de negoci
- Tràmits legals
- Fonts de finançament empresarial: capitalització de l'atur,...
- Màrqueting (tant off line com on line i derivades: com fer un estudi de mercat, com fer previsions de vendes,...)
- Pla econòmic financer (desenvolupament de projeccions a 3 anys vista)

**2) Informació sobre formes jurídiques:** s'explica a la persona emprenedora les principals característiques i implicacions de les formes jurídiques, així com les principals variables que cal tenir en compte a l'hora de triar-ne una o una altra. En cas que vulgui tramitar la constitució de la seva empresa, es procedeix a fer una derivació amb dia i hora al servei de tramitació telemàtica de la OAE.

**3) Fonts de finançament:** es dona assessorament sobre les possibles fonts de finançament del projecte, assessorant sobre l'adequació d'alguna d'elles al perfil del equip promotor així com el projecte. Es poden dur a terme derivacions a entitats financeres o als serveis de finançament de l'OAE.

**4) Acompanyament en la definició del projecte empresarial, estudi de viabilitat i realització del pla d'empresa:**

S'acompanya, assessora i revisa el treball de la persona emprenedora en el desenvolupament del seu model de negoci així com en el desenvolupament del pla d'empresa per a validar el seu projecte.

### **3.2. PROMOCIÓ DE NOVES ACTIVITATS ECONÒMIQUES I DINAMITZACIÓ EMPRESARIAL**

L'OPEE dona suport i assessorament a les noves iniciatives, que pel seu abast o complexitat d'implantació requereixin d'un estudi i acompanyament diferenciat, complementari als conductes reglats existents i facilita l'orientació a les mateixes en els procediments de l'administració.

Amb això, es mantenen contactes amb operadors econòmics, urbanístics i immobiliaris per tal de promoure l'activitat empresarial i la inversió a l'Eixample. Es promouen relacions amb els diferents "sectors" econòmics (hoteler, restauració, galeristes, etc.) per tal de crear sinèrgies que afavoreixin la realització de projectes per a la dinamització del territori.

Així mateix es dona una atenció especialitzada a aquelles iniciatives empresarials, que per la seves característiques no encaixen en una tipologia existent en el catàleg d'activitats, o plantegen la combinació de varies, i que per tant, necessiten d'aclariments previs a la tramitació de la seva llicència.

En aquest àmbit s'ha atès a 63 operadors durant el 2013 i 70 durant el 2014.

### **3.3. SUPORT A LA PROMOCIÓ D'INICIATIVES D'EMPRENDIMENT SOCIAL**

Des de l'OPEE es va atendre la petició de l'àmbit de serveis socials i d'una entitat del barri de Sant Antoni que exploraven la via de la creació de microempreses o iniciatives d'empreses socials d'inserció per treballar amb un grup de persones aturades de llarga durada i sense qualificació que formen part o són ateses per les entitats solidàries del barri. Aquesta petició, juntament amb l'evolució del projecte singular Zona 11, que s'explica en el punt 5.5, ha fet que s'iniciïn una sèrie d'iniciatives per promoure el coneixement del concepte i d'iniciatives exitoses d'economia social. Es va organitzar conjuntament amb LabCoop i ESERP una jornada sobre emprenedoria i innovació social que s'explica amb més detall en el punt de projectes singulars.

D'altra banda es va posar en contacte a l'empresa Calidoscoop amb l'Associació de Veïns de Sant Antoni, l'entitat Veí a veí i Serveis socials per a que poguessin concretar un acompanyament a les empreses d'inserció social que volien endegar des d'aquest barri.

### **3.4. SUPORT A LES INICIATIVES QUE FOMENTIN LA RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)**

Hem donat suport a les diverses iniciatives que han organitzat les associacions de comerciants en l'àmbit de Medi Ambient, Solidaritat i altres. Campanyes de consum responsable, productes reciclables, donacions a entitats, recollida d'aliments, activitats solidàries, etc.

## 4. OCUPACIÓ

### 4.1. INICIATIVES DE CIUTAT AL DISTRICTE

#### 4.1.1. ACTIVA'T

L'OPEE ha participat amb Barcelona Activa en la implantació d'un dispositiu d'ocupació a l'equipament de Tres Tombs en el barri de Sant Antoni, per tal de donar resposta a la demanda creixent pel que fa a l'acompanyament individualitzat i continuat en la recerca de feina.

Espais/serveis Ubicats al Districte	Sessions Activa't		PROPER		PISL		BCN Treball Joves		TOTAL	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
<b>ANYS</b>										
<b>Espai 210</b>	142	77							142	77
<b>Tres Tombs</b>			183	192	101	120			284	312
<b>Oficina Jove EE</b>								164	--	164
<b>TOTAL</b>	142	77	183	192	101	120		185	436	553

ACTIVA'T, actualment "BCN treball als Districtes", són sessions informatives sobre les oportunitats laborals i els recursos ocupacionals i formatius existents a Barcelona.

PROPER, és un programa orientat a persones entre 40 i 60 anys amb un baix nivell formatiu i experiència professional d'escassa qualificació

PISL, és un programa orientat per persones en risc d'exclusió. Ofereix un acompanyament més personalitzat

BCN Treball Joves, és un programa per acompanyar joves entre el 16 i els 25 anys en l'accés cap el món laboral

#### 4.1.2. COORDINACIÓ DELS PROGRAMES TREBALL I FORMACIÓ (PLANS D'OCUPACIÓ 2013-2014)

L'OPEE és el referent del Districte de l'Eixample davant Barcelona Activa per tal de realitzar el procés de selecció i posterior incorporació dels participants en els programes d'Experimentació Laboral (Plans d'Ocupació)

A partir de les Ofertes de treball presentades per Barcelona Activa amb la descripció de requisits dels candidats/tes (formació, experiència professional) el SOC fa derivació de les persones que compleixen els requeriments del programa i els requisits competencials sol·licitats.

Barcelona Activa trameta a l'OPEE les dades de contacte dels candidats i candidates pre-seleccionats, així com els seus currículums en format digital. L'Oficina les remetrà a cada responsable de projecte.

L'OPEE vetlla pel compliment del calendari de selecció i contractació per cadascun dels projectes, de forma consensuada amb els diferents operadors municipals i recull en un document resum la baremació de la totalitat de candidats/es de cada projecte.

Per tal de tancar el procés de selecció, una vegada realitzades les entrevistes i baremació de les mateixes en el termini establert en cada cas, l'equip tècnic de Barcelona Activa conjuntament amb els responsables municipals del projecte,



validaran el resultat final del procés de selecció identificant les persones seleccionades i, si s'escau, les persones que quedaran en situació de reserva.

Els Plans d'ocupació 2013-2014 del districte de l'Eixample han estat 10 repartits en els següents àmbits d'actuació:

- Arranjament i manteniment d'equipaments i espais públics – 4
- Promoció activitat econòmica, turisme i comerç - 4
- Serveis a la comunitat. Dinamització i cohesió social – 2

Els Plans d'ocupació 2014-2015 són 10

### 4.2. INICIATIVES DEL DISTRICTE

#### 4.2.1. PROJECTE 15 \* 2 - YOUNGFISH

L'Any 2013 i el 2014, l'OPEE coorganitza la iniciativa 15\*2- Youngfish a l'espai de treball cooperatiu MOB (Makers of Barcelona). Aquesta iniciativa està finançada principalment per la Direcció de Joventut de l'Ajuntament i compta amb la col·laboració de l'OPEE i el suport també de dos sponsors. Barcelona Activa participa fent difusió d'aquesta iniciativa entre els joves del perfil definit.

L'objectiu és millorar l'ocupabilitat dels joves amb formació en situació d'atur fent-los participar en un grup de treball que aborda un repte de Districte. En cada grup treballen 15 Joves durant 10 dies amb una doble finalitat: desenvolupar habilitats laborals d'última generació tot pensant com reactivar i potenciar una zona de la Dreta de l'Eixample, seguint la metodologia innovadora de l'Escola de Disseny de la Universitat de Stanford, amb mentors i personalitats de gran reconeixement.

L'experiència té dues edicions. Per tant participen un total de 30 joves al llarg de 4 setmanes.

Els i les joves provinents de diferents disciplines i nacionalitats treballen conjuntament i de manera intensiva per revitalitzar i dinamitzar la zona de l'Eixample situada entre Gran Via, Passeig de Gràcia, Ronda de Sant Pere i Passeig de Sant Joan, que anomenem **Zona 11**<sup>3</sup>.

Els participants treballen en equips interprofessionals per crear solucions innovadores i holístiques. Sobre la base de l'economia participativa, amb flexibilitat i creativitat, han desenvolupat propostes que aborden les necessitats del barri des de les vessants social, econòmica i urbanística.

Amb actuacions com ara la creació de nous espais col·laboratius, aprofitant la via pública o àrees privades, rutes temàtiques o mobiliari urbà itinerant, es vol reforçar la identitat d'una zona de Barcelona que encara no ha mostrat el seu potencial. L'Ajuntament s'ha compromès a pensar la possibilitat d'implementar algunes d'aquestes propostes.

Cal destacar la col·laboració amb l'Escola de Disseny Parsons de Nova York, que ha treballat paral·lelament el mateix projecte. El seu producte final ha estat un manual sobre com crear marca de ciutat.

La primera edició es va anomenar 15\*2 i la segona s'ha batejat amb el nom de Youngfish.

---

<sup>3</sup> Projecte Singular que s'explica al punt 5.5

## 5. PROJECTES SINGULARS

### 5.1. URBANITZACIÓ PROVISIONAL DE GLÒRIES

L'OPEE porta a terme la calendarització i coordinació de les activitats que es desenvolupen a l'espai públic de Glòries durant la seva urbanització provisional, per tal d'integrar-hi activitats proposades per tots els sectors de l'Ajuntament i del districte de l'Eixample i Sant Martí, i també propostes d'agents econòmics de la ciutat. Es promouen les reunions necessàries per a la definició dels projectes, l'obtenció de les llicències necessàries i la seva implantació en els espais.

Així, s'ha participat en el desenvolupament de les següents accions:

- B. Market univers creatiu.
- Us. Festival d'art urbà. Rebobinart.
- Festa Catalana. Institut de Cultura de Barcelona.
- 1er Aniversari del Mercat de Bellcaire. Institut Municipal de Mercats.
- Eat street (fira de restauració street food).
- Fira de la Rehabilitació. Col·legi d'Aparelladors.
- Bon dia Barcelona. Oferta multidisciplinària amb la música com a protagonista.

A més l'OPEE ha participat en el Grup de treball per a la realització del "Projecte Dinamització Turística de la plaça de les Glòries i dels equipaments, recursos culturals i teixit urbà del seu entorn".

L'OPEE forma part del Grup de Treball de Glòries, liderat per la Gerència Adjunta de Projectes Estratègics.

### 5.2. EIX CÍVIC PASSEIG SANT JOAN

El Passeig de Sant Joan es perfila amb la seva nova configuració entre Diagonal i Arc de Triomf com una gran via urbana de connexió, i alhora amb capacitat per acollir petits esdeveniments en una ubicació prop del centre de la ciutat però alhora ja fora de la densificació dels espais més centrals.

Com a eix Cívic, el Passeig de Sant Joan, vertebrada i afavoreix la connectivitat dels fluxos turístics des de l'Eixample amb el Parc de la Ciutadella i el litoral de la ciutat i presenta unes condicions especials 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 cultural i l'ocupació de locals buits.

El primer tram remodelat entre Arc de Triomf i Tetuan ja ha començat a acollir actes de dinamització comercial i cultural de la zona.

- Sant Jordi del Llibre Infantil i Juvenil, que enguany ha estat la tercera edició. Activitat estable
- Fira de la Salut, enguany ha estat la tercera edició. Activitat estable
- Smart Moto Challenge 2013.- Activitat puntual
- Dia de la Música, enguany ha estat la tercera edició. Activitat estable
- Fira Juga i aprenc 2013

### 5.3. FORT PIENC ESCÈNIC

El pla de desenvolupament social i comercial del barri, elaborat a inicis del 2012, recomana com una de les principals mesures la construcció compartida d'una identitat basada en les sinèrgies i potencialitats que generen els dos grans equipaments culturals del barri de Fort Pienc: l'Auditori i el Teatre Nacional de Catalunya (TNC).

Des de fa dos anys s'ha començat a treballar, de manera molt modesta i, de la mà de l'Associació de Comerciants Eix Fort Pienc, en la potenciació de les arts escèniques com element de desenvolupament econòmic i comercial especial i diferenciat. Aquesta singularitat vol constituir-se en la palanca de canvi de la situació de la zona amb un comerç molt poc atractiu, pocs serveis i un teixit empresarial escàs.

La **mesura de govern** (Juliol de 2013, "Teixint identitats") recull línies d'acció de diferent naturalesa, encaminades a maximitzar les potencialitats i oportunitats que generen a Fort Pienc el comerç divers i la presència d'equipament i centres educatius vinculats a les arts escèniques. En referència al tema que ens ocupa, la mesura diu que aposta per "La promoció del desenvolupament d'activitats econòmiques i culturals al voltant dels oficis vinculats a les arts escèniques de la cultura, com a marca comercial i punt clau en la construcció de la identitat del barri".

Es tracta d'un conjunt d'accions transversals en les que interactuaran tota mena d'agents públics i privats, amb la voluntat d'optimitzar recursos, generar sinèrgies i treballar en xarxa per, en darrer terme, afavorir l'aparició de nous projectes socials, culturals i econòmics no necessàriament vinculats a l'acció de govern, i que sense perdre la vessant comunitària que les inspira reforcin la convivència i la participació en la vida de barri.

Al barri de Fort Pienc hi tenen la seva seu el TNC, l'Auditori i l'ESMUC, el Versus Teatre, la Sala Atrium, la Companyia de Ballet Angel Corella, l'Escola de Ballet d'Eulàlia Blasi, el Centre d'Estudis Musicals Passatge, l'Escola de Maquillatge Professional Montserrat Fajardo, l'Escola Superior d'Art Dramàtic EÒLIA, l'Estudi de Ventura Pons, luthiers i altres establiments dedicats a la música. Aquesta elevada presència d'agents culturals públics i privats fa convenient i possible treballar per posicionar el Fort Pienc com el barri de les arts escèniques.

Per tal de treballar en aquesta línia, es pretén impulsar un projecte holístic, El Fort Pienc Escènic, que es començarà a treballar com a tal al 2015. En els dos darrers anys l'OPEE i l'AC Eix Fort Pienc ha organitzat la celebració anual d'una Fira dels oficis de les Arts Escèniques al Fort Pienc. Ha estat l'inici d'un conjunt d'activitats per a promoure els establiments culturals, d'oci i turístics del barri i donar a conèixer una zona amb locals buits objecte de nous negocis vinculats a la producció i serveis de l'àmbit de les arts escèniques.

A més d'aquest objectiu general, la celebració de la Fira de les Arts Escèniques de Fort Pienc persegueix altres OBJECTIUS:

- Crear identitat del barri, tot considerant, com element clau, la seva vessant comercial.
- Promoure activitat econòmica al voltant dels serveis, oficis i professions vinculades a les arts escèniques i a les oportunitats que promouen l'Auditori, el TNC i l'ESMUC.
- Crear un esdeveniment amb notorietat i únic, que atregui visitants.
- Promocionar els negocis i oficis lligats a les arts escèniques de Fort Pienc: teatres, sales de música, establiments de ball, escoles de les arts escèniques, botigues, lutiers, escenògrafs, maquilladors, creadors de vestuari i atrezzo, professionals d'altres oficis i joves artistes.
- Promoure el turisme cultural al barri.
- Crear sinèrgies entre els establiments culturals, la hostaleria, la restauració i els comerços.
- Facilitar suport i difusió dels joves amb talent.

La implantació de la Fira de Bellcaire en les noves instal·lacions, l'obertura del DHUB i les activitats que s'organitzen en la zona de la urbanització provisional de Glòries poden generar noves oportunitats per potenciar aquest projecte i posicionar Fort Pienc com el barri de les Arts Escèniques.

### 5.4. XEIX. PROJECTE DE PROMOCIÓ DE L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL DE COMERCIANTS D'ORIGEN ASIÀTIC

#### 5.4.1 PROJECTE XEIX AMB LA COMUNITAT XINESA AL BARRI DE FORT PIENC

A rel d'un cens sobre el comerç del districte es va detectar que Fort Pienc té una baixa densitat comercial si el posem en relació a d'altres barris del districte de l'Eixample. També l'oferta resulta poc atractiva, així com la restauració i els serveis.

D'altra banda el barri compta amb un elevat nombre de botigues amb titulars d'origen asiàtic. Això va impulsar a Promoció Econòmica del Districte a fer el primer pla estratègic de comerç de barri. A part de constatar una gran concentració de comerç xinès en aquesta zona es detecta una certa animadversió cap la comunitat que el regenta. En aquell moment no existeix cap associació comercial al barri.

Estratègicament es dóna suport a la creació d'una Associació de Comerciants que es formalitza al desembre de 2011. Des de Promoció econòmica i en paral·lel a les accions d'acompanyament i suport amb l'Associació de Comerciants, s'endega el projecte XEIX amb l'objectiu d'impulsar la incorporació de socis entre els comerciants xinesos. Per fer-ho es compta amb la figura d'una medidora.

El projecte Xeix, finançat per la Direcció d'Immigració de l'Ajuntament, és un projecte de promoció del comerç de proximitat, d'associacionisme comercial com element normalitzador entre els diferents propietaris de les botigues i serveis de la zona. Les necessitats del col·lectiu són compartides més enllà de les nacionalitats d'origen.

**La clau de l'èxit del projecte és que te una orientació de promoció econòmica** i no una orientació des de la perspectiva d'immigració, d'integració de col·lectius d'estrangers de diferents nacionalitats. Tothom és comerciant i pertanyer a una associació i compartir objectius, projectes i campanyes que promocionen el comerç i el barri normalitza relacions, trenca estereotips.

El projecte evoluciona, creix i es valora tant positivament que genera un compromís polític que queda plasmat en una mesura de govern.

La **mesura de govern** "Teixint identitats" de juliol de 2013 recull línies d'acció de diferent naturalesa, encaminades a maximitzar les potencialitats recentment sorgides al barri de Fort Pienc. Com ja hem esmentat en el punt anterior cadascuna pretén incidir en un àmbit diferent, que tot i semblar inconnexos, es complementen i formen diferents cares d'una mateixa realitat. La que aquí ens interessa és la que parla de l'Associacionisme comercial com a punt de trobada i contribució a la generació d'identitat de barri.

#### 5.4.2 EL PROJECTE XEIX, PROJECTE DE FUTUR

Un element destacat en l'avaluació de la primera experiència del projecte Xeix és la progressiva incorporació de la comunitat xinesa en la vida associativa del barri del Fort Pienc, que ja ha començat a donar els seus fruits. Per tot plegat es considera necessari:

- Reforçar la incorporació activa de persones i entitats xineses a les xarxes associatives del barri, fonamentalment la comercial.
- Integrar comerciants nous als grups de treball de l'Associació de Comerciants Eix Fort Pienc (ACEFP) per a que participin en la gènesi i gestió dels diferents projectes de l'associació.
- Dinamitzar la cooperació entre entitats xineses i equipaments i entitats culturals i educatives del barri.

- Iniciar accions en l'àmbit de la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) prioritzant la incorporació al projecte del ICBC ( Industrial and Commercial Bank of China ) i altres empreses ubicades al Fort Pienc.
- Transferir experiències i coneixements que promocienin la inclusió, amb el suport professional de mediació que sigui necessari, a altres zones del districte.
- Fer la difusió del procés i dels èxits als mitjans de comunicació xinesos i autòctons interessats.

Un dels aspectes a destacar és la incorporació de persones novingudes, xineses i no xineses a la formació que s'ofereix, des de Barcelona Activa i el Districte per al petit comerç. Acció que es va iniciar al maig del 2013 amb un èxit important de participants de diferents associacions de comerciants del Districte.

El Xeix ha permès treballar també una **formació específica per comerciants d'origen xinès**, amb traducció simultània i amb un programa dissenyat específicament per a les necessitats detectades i expressades a través del contacte quotidià i de la participació en l'ACEFP. Explicat en el punt 1.2.4

### 5.4.3 LA SEGONA EDICIÓ: PROJECTE XEIX AMB LA COMUNITAT PAKISTANESA AL BARRI DE SANT ANTONI

Fruit dels èxits de la implantació del projecte Xeix en el barri de Fort Pienc, neix la transferència de l'experiència de Fort Pienc al barri de Sant Antoni. L'associació Sant Antoni Comerç (SAC) demana la intervenció al barri amb el col·lectiu pakistanès i xinès.

A l'abril de 2014 s'incorporen a l'equip de l'OPEE, a més de la figura de la intèrpret medidora (experta en comunitat xinesa), la intèrpret medidora (experta en comunitats d'Àsia del Sud: Índia i Pakistan).

L'Associació de comerciants Sant Antoni Comerç (SAC) es va constituir l'any 1995 i compta amb una llarga trajectòria al món associatiu comercial català. El SAC està format per aquests col·lectius: Associacions de venedors del Mercat, Encants i Dominical de Sant Antoni, i associacions de comerciants a través de l' Associació de Veïns.

El barri de Sant Antoni compta amb un teixit associatiu consolidat i equipaments socials i culturals. En la actualitat, el SAC compta amb uns 500 socis (abans de la posada en marxa del projecte amb la presència d'un sol soci d'origen asiàtic i ara ja amb els primers 5 socis).

Un primer anàlisi realitzat pel Departament de Promoció Econòmica del Districte de l'Eixample (actual OPEE) conjuntament amb el SAC posa de relleu la presència creixent del comerç divers a Sant Antoni (diferents col·lectius asiàtics: comunitat pakistanesa, índia, bengalí i xinesa) i, per la seva proximitat amb el barri del Raval, l'existència de pautes similars d'assentament, revitalització del barri i expansió comercial. Així mateix es detecta la necessitat de potenciar la participació dels comerciants novinguts en l'associacionisme comercial.

Es posa en marxa la primera fase del projecte, adaptat al nou barri, amb la incorporació de l'equip (les dues interpretes-mediadores) i de les línies estratègiques (treballar l'associacionisme comercial des de la perspectiva comunitària).

En aquesta primera fase, s'està fent una prospecció del territori on es detecten els comerços, entitats i referents de les comunitats asiàtiques i s'estableixen ponts entre elles i el SAC.

### 5.4.4 ELEMENTS D'ÈXIT

En aquesta fase encara s'estan posant les bases per a crear oportunitats de convivència per fomentar el reconeixement i coneixement mutu. No obstant es poden destacar també alguns elements:

- La concepció de la promoció econòmica des de la perspectiva comunitària, des de la proximitat es treballa els aspectes micro que influeixen i contribueixen a modificar en el context més proper. Cal incorporar una nova forma d'interpretar la promoció econòmica com a motor de promoció social.
- La visibilització de la diversitat en les activitats comercials, culturals i socials del barri: ferries, s'està treballant per incloure a partir de l'oferta del comerç divers del barri activitats en el programa del centre cívic.
- El reconeixement per part de les persones de les juntes de les associacions comercials de les activitats que organitzen les comunitats xinesa, hindi o paquistanesa
- La visibilització de la participació de la diversitat comercial en la vida del barri: propera edició de "Poemes que ens apropen" un projecte de promoció del coneixement del comerç de proximitat i en especial el comerç divers amb les escoles a partir de compartir i crear poesia.
- La valorització del comerç divers com a element atractiu del barri des del punt de vista de la empremoria i el turisme (embrió d'itineraris turístics de comerç divers).
- Consolidació de les pautes del projecte, aprenent de les experiències prèvies i considerant les característiques específiques del territori i dels agents implicats.
- Considerar la concentració del comerç divers en el barri com un element d'oportunitat i de singularitat.
- Promocionar, a partir de les necessitats del comerciants oportunitats per a fomentar la empremoria del comerç divers.
- Empoderament: Fomentar la inclusió de referents i comerciants de tots els col·lectius (comunitat asiàtica, dones, etc.) en els òrgans directius del teixit associatiu comercial.
- Formació i sensibilització a les juntes de les associacions comercials

### 5.5. PROJECTE ZONA 11: ÀREA CREATIVA A LA DRETA DE L'EIXAMPLE

El projecte Zona 11 neix de la necessitat de promocionar una zona del barri de la Dreta que té unes característiques molt especials que la fan especialment interessant per generar un relat de creativitat i innovació que la posi en valor i la visibilitzi.

El projecte es va construir inicialment a partir de la suma de les voluntats de 11 agents de la zona inscrita entre el Passeig de Gràcia i el Passeig de Sant Joan, la Gran Via de les Corts Catalanes i la Ronda de Sant Pere, de treballar conjuntament per tal de posar en valor els actius i les potencialitats d'aquest territori.

La Zona 11 és doncs un àmbit territorial constituït per 11 illes de la Dreta de l'Eixample que compten amb un patrimoni arquitectònic rellevant. Una veritable superilla de la creativitat que compta amb un mosaic de centres de formació empresarials, de teatre, cinema, imatge i so, espais de co-working amb vocació de ser l'embrió d'un proper ateneu de fabricació digital, empreses d'economia social, botigues especialitzades en còmic i joc, editorials i un cert nombre important de locals grans a peu de carrer disponibles que la caracteritza fins al punt d'esdevenir un teòric onzè districte de la ciutat.

#### 5.5.1 LA ZONA 11. ESPAI D'ECONOMIA SOCIAL

La Zona 11 compta entre els seus principals actius, amb la presència d'un grup d'agents que treballen en el camp de l'economia social. Es tracta per exemple, del Grup ECOS ( una cooperativa de cooperatives ), la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya ( XES ), la Coop 57 o la Banca ètica Fiare. També el projecte LabCoop, un laboratori d'empremoria social per acollir nous projectes amb voluntat de transformació social, s'ha ubicat a la Zona 11. Totes aquestes iniciatives venen a sumar-se a d'altres experiències cooperatives amb molt arrelament a la zona com la Cooperativa ABACUS i les més de 40 fundacions i 200 associacions censades a la zona.

### 5.5.2 LA ZONA 11. ESPAI DE CREACIÓ

El col·lectiu Makers of Barcelona (MOB) n'és el màxim exponent a la Zona 11 ja que al voltant d'un local situat al carrer Bailèn, s'han unit uns 120 professionals que treballen en activitats creatives innovadores i d'emprenedoria. És la llavor de l'ateneu de fabricació digital de l'Eixample. Actualment inclou del primer FabCafe d'Espanya.

### 5.5.3 LA ZONA 11. ESPAI DE FORMACIÓ

Les dimensions dels locals de la Zona 11, que fàcilment arriben als 1000m<sup>2</sup>, són òptimes per les instal·lacions acadèmiques. Tant és així que dins la Zona 11 ja hi ha quatre grans centres formatius ( Eòlia, ITES, 9zeros i ESERP ) que tenen matriculats aproximadament 2500 alumnes. L'existència d'un clúster acadèmic és molt important ja que pot funcionar com a nexa entre la creativitat, l'emprenedoria i la innovació. La zona 11 està en condicions d'esdevenir l'àmbit de trobada de creadors, emprenedors i agents facilitadors d'aquesta nova emprenedoria.

### 5.5.4. LA ZONA 11. ESPAI DE CULTURA

La pròpia evolució històrica de la zona, el patrimoni modernista que acumula, la petjada de la maçoneria, la presència actual de negocis que giren entorn al món del còmic i d'altres d'activitats especialitzades en el sector cultural ( editorials, artístiques, etc.. ), constitueixen també una oportunitat de dinamisme i creixement que cal aprofitar.

L'objectiu final de **la mesura de govern** ( juliol de 2014 ) és doncs, el posar en valor aquesta zona de la ciutat mitjançant el desenvolupament d'estratègies de col·laboració entre districte, veïns/es i agents per tal de:

- Generar-hi creixement econòmic amb 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.

### 5.5.5 PARTENARIAT PÚBLIC PRIVAT

L'èxit o el fracàs en l'assoliment dels objectius marcats depèn en bona mesura, de la capacitat que tinguin tots els agents implicats ( públics i privats ) d'organitzar-se adequadament. A tal efecte, es crea un grup impulsor de la Zona 11 que serà clau en aquesta estructura organitzativa.

El grup Impulsor pren decisions sobre estratègia i també aprova el pla d'acció concret. Està format per un representant de cada un dels sectors presents al barri, més un representant del Districte. Amb un mínim de cinc membres i reunions periòdiques. Actualment, el grup impulsor de la Zona 11 compta amb representants de 11 entitats.

L'Oficina de Promoció Econòmica del Districte de l'Eixample (OPEE) és un membre més de l'organització i en els mesos d'impuls s'encarregarà a més, de les funcions pròpies de l'oficina tècnica de la Zona 11, fent-se càrrec de les gestions concretes que permetin el funcionament inicial.

A més, el Districte de l'Eixample a través de l'OPEE, col·laborarà econòmicament en la creació de la marca i la imatge que identifiquin la Zona 11, juntament amb la realització d'un projecte de comunicació i relacions que defineixi la seva projecció a la ciutadania. En aquesta mateixa línia, es crearà un web específic per a la Zona 11, que inclourà les

activitats i informacions pròpies de les entitats del territori, i que esdevindrà una eina indispensable per al desenvolupament del projecte.

### 5.5.6 ZONA 11. PRIMERS FRUITS I ACCIONS DE FUTUR

Fruit de tota la feina feta pels agents implicats i la organització que es recull en la mesura de govern, ja s'han començat a portar a terme accions encaminades a assolir l'objectiu base de fer de la Zona 11, un referent de la creativitat, la formació i l'economia social.

### 5.5.7 ALGUNS EXEMPLES D'ACCIONS QUE JA S'HAN PORTAT A TERME SÓN:

#### 1. Mini Makers Faire:

En el marc del projecte Zona 11, el MOB amb el suport de l'OPEE ha organitzat l'esdeveniment Mini Makers Faire, en el carrer Bailèn de Barcelona.

“La Maker Faire és una iniciativa de Make Magazine que va començar el 2006 als E.E.U.U. Des del 2013 es fa a Barcelona.

L'Entitat MOB (Makers of Barcelona), ubicada al c. Bailen 11, va organitzar l'acte. Es tracta d'una fira d'inventors i creadors (makers) on poden mostrar exemples del seu treball, exposant-hi totes les novetats que s'estan desenvolupant i interactuar amb altres “makers”, i els ciutadans.

El Mini Maker Faire Barcelona va ser la primera fira per a “makers” que se celebra a Espanya.

L'objectiu dels organitzadors és consolidar-se com una trobada de caràcter anual on aquests creadors mostrin els seus múltiples i singulars projectes, alhora que comparteixin el seu coneixement entre ells i amb totes aquelles persones interessades a aprendre.

#### 2. Projecte 15\*2/Youngfish

Joves en situació d'atur que participen en grup de treball amb la doble finalitat de desenvolupar habilitats laborals d'última generació tot definint estratègies per revitalitzar i dinamitzar la Zona 11. Explicat al punt 4.2.1.

#### 3. Jornada sobre emprenedoria i innovació social

Promoguda per l'OPEE i celebrada el passat 11 de juny a la seu d'ESERP Business School de Barcelona. Una jornada destinada a promoure la emprenedoria social mitjançant l'organització de dues Taules Rodones i una xerrada per tal de presentar diferents experiències d'emprenedoria social i donar a conèixer els recursos existents per desenvolupar iniciatives d'economia social.

La Jornada tenia per objectiu oferir una visió general de l'emprenedoria social i els recursos existents, tant de l'administració pública com del sector privat.

Es va adreçar a joves emprenedors, entitats i associacions sense ànim de lucre, veïns, comerciants, persones en processos de tutoratge per a la creació d'empresa, etc.



La va organitzar el grup Impulsor del projecte *ZONA 11*, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona, ESERP i LabCoop

Aquesta Jornada és la primera actuació que organitza *Zona 11*, és una porta que se'ns obre a la participació, l'intercanvi i el progrés.

En aquesta línia es vol treballar al voltant d'un dels conceptes presents en aquest espai del Districte, l'emprenedoria social.

Van participar 82 persones de diferents col·lectius, amb un nivell de satisfacció alt.

#### **4. Creació de rutes turístiques**

L'herència deixada pel moviment modernista a l'àrea de la Zona 11, juntament amb el seu passat burgès, conforma una bona síntesi d'identitat, autenticitat i cosmopolitisme única a Barcelona.

A continuació, es presenten quatre rutes temàtiques que representen àmpliament aquesta riquesa tant d'elements artístics arquitectònics com socials i històrics, per transmetre un missatge positiu i efectiu aportant una interpretació del patrimoni suggeridora, participativa i experimental.

La primera ruta, **Joies Arquitectòniques**, ens ajudarà a diferenciar i reconèixer els diferents estils arquitectònics que es van desenvolupar durant finals del s. XIX i principis del s. XX, a més d'entendre la importància de l'arquitectura com a símbol d'expressió i prestigi durant aquella època.

La ruta **Una nova vida rere de les muralles**, ens aproparà a l'estil de vida de la burgesia catalana nouvinguda a l'Eixample i sobretot a endinsar-nos en el seu dia a dia.

Es pot gaudir d'un agradable recorregut pels alguns dels comerços centenaris més emblemàtics que encara avui hi són presents.

Si us agraden els misteris i llegendes no us podeu perdre la ruta **de Misteris de l'Eixample**, un recorregut ple de llegendes que parlen de religions herètiques, inquisidors, ordres secretes i expedicions a la caça del Sant Greal.

Aquest recorregut a peu es converteix en una aproximació a diverses llegendes relacionades amb la francmaçoneria, la societat secreta més famosa del món, que ha deixat petjada en la fisonomia del barri.

I per últim, una quarta i última ruta, **Barcelona, l'esplendor d'una ciutat nova**, que pretén recollir els punts més emblemàtics de totes les anteriors rutes.

Un recorregut on s'explicarà al visitant com els carrers de Zona11 representen la transformació de la ciutat de Barcelona al començament del s.XX.

És el temps de la formació de la ciutat moderna; probablement en aquests carrers, Barcelona va viure el canvi més important de la seva història.

#### **Accions de futur per la consolidació de la Zona 11:**

- Promoció de la implantació d'ateneus de fabricació digital a la zona, com a espais de formació, recerca i producció a petita escala adaptats a les noves tecnologies.
- Showroom de locals buits i de Tallers i Negocis Oberts, per tal de fer més visible l'activitat i les possibilitats de la Zona 11.

- Implementació de rutes emblemàtiques que posin en valor el patrimoni arquitectònic i cultural de la Zona 11.
- Mesures per ampliar els d'agents implicats en el impuls de la Zona11.
- Mesures de difusió del projecte
- Projecte Creixample, de generació de nous espais en els que la frontera entre el públic i el privat es difumina, mitjançant la instal·lació de contenidors en alguns xamfrans de la Zona 11. Estructures fàcils de moure i reparar, que poden acollir diverses activitats (debats, exposicions, promocions, sensibilitzacions...) La seva col·locació anirà variant i les activitats dels seu interior seran itinerants.

## Memòria de l'Oficina de Promoció Econòmica de l'Eixample 2013-2014

### 6. PRESSUPOST

UNITAT DE DESPESA	2013			2014		
	CONCEPTE	IMPORT	TOTAL	CONCEPTE	IMPORT	TOTAL
			2.267,7			1.895,20
OPEE	SUPPORT	2.262,7		SUPPORT	1.895,20	
			35.285,05			33.154,03
COMERÇ	SUPPORT DINAMITZACIÓ COMERCIAL	13.868,05		SUPPORT DINAMITZACIÓ COMERCIAL	1.762,97	
	XARXAEIXAMPLE	11.132		XARXAEIXAMPLE	16.934,1	
	DIFUSIÓ/COMUNICACIÓ	-		DIFUSIÓ/COMUNICACIÓ	269,71	
	PLANS ESTRATÈGICS	10.285		PLANS ESTRATÈGICS	14.187,25	
			-			8.269,34
TURISME				DESENVOLUPAMENT RUTES TURÍSTIQUES	8.269,34	
				PLA DE SENYALITZACIÓ	15.705,80 <sup>4</sup>	Pressupost no propi
			9.000 <sup>5</sup>			9.000
OCUPACIÓ	15*2	9.000	Pressupost no propi	YOUNGFISH	9.000	Pressupost no propi
			-			1.201,95
EMPRENEDORIA				JORNADA ECONOMIA SOCIAL	1.201,95	
			21.719,50			25.5,6
PROJECTES SIGULARS	FIRA ARTS ESCÈNIQUES	-		FIRA ARTS ESCÈNIQUES	7.115,55	
	XEIX	40.999,64 <sup>6</sup>	Pressupost no propi	XEIX	74.000 <sup>7</sup>	Pressupost no propi
	ZONA 11	21.719,50		ZONA 11	18.396,6	
<b>TOTAL</b>			<b>48.135,25</b>			<b>70.032,12</b>

L'OPEE disposa d'un pressupost anual de 70.000 € anuals per a la contractació dels serveis d'empreses assessores i agents especialistes, que donin suport al desenvolupament dels plans estratègics, cens d'activitats i accions de dinamització comercial dels barris, zones o eixos.

Així mateix, el desenvolupament de les diferents activitats de promoció econòmica requereix del subministrament d'infraestructures a les entitats que ho requereixin i es cregui convenient. A tal efecte es disposa d'un pressupost de 20.000€ contingut en el pressupost general pel "Subministrament d'Infraestructures per a portar a terme les activitats del Districte de l'Eixample" i 10.000 € per a Connexions elèctriques i generadors.

<sup>4</sup> Acció finançada pels fons provinents de la taxa turística

<sup>5</sup> Programa executat per l'OPEE i finançat per la Direcció General de Joventut a través de la Direcció de Serveis a les Persones i Territori

<sup>6</sup> Programa executat per l'OPEE finançat per la Direcció General d'Immigració a través de la Direcció de Serveis a les Persones i Territori

<sup>7</sup> Programa executat per l'OPEE finançat per la Direcció General d'Immigració a través de la Direcció de Serveis a les Persones i Territori

D'altra banda l'OPEE executa projectes de la seva competència però amb fons d'altres direccions generals sectorials així com pot realitzar accions dins del pla de turisme per l'ingrés que suposa la taxa turística.

### 7. DOCUMENTS CONSULTATS

- Mesura de Govern OPEE, pdf.
- Oficina de Promoció Econòmica document complert, Word
- Pla de Comerç del Districte de l'Eixample, pdf.
- Projecte Nova Esquerra, pdf.
- Pla Estratègic Fort Pienc, pdf.
- Pla Sagrada Família, Word
- Informe Obert al Futur 2013 Eixample Gener 2014, pdf.
- Diagnòstic XarxaEixample, Word
- Pla Associat, Word
- Presentació Fortalecer Asociaciones, Power Point
- Presentació Sumem x barri, pdf.
- Sumem clipping, Word
- Informe Targeta Digitalització, Word
- Reunió estat projecte targeta digitalització i opcions finals d'any, Word
- Presentació CompraEixample Campanya My Business i Promo
- Pla Turisme Eixample 2013, pdf.
- Presentació Pla Turisme Gener 2014, Power Point
- Dades EEiO Eixample Anual 2013, pdf.
- Avantprojecte 15x2, pdf.
- Avantprojecte Youngfish, Word
- Memòria 15x2, pdf
- Informe Plans d'Ocupació 2013-2014, Word
- Resum plans d'Ocupació 2013-2014, Excel
- Mini Maker Faire memòria, Word
- Web [www.minimakerfaire.com](http://www.minimakerfaire.com)
- Fort Pienc Teixint Identitats, Mesura de Govern, pdf
- Fitxa bona pràctica Xeix Fort Pienc Sant Antoni
- Zona 11, pdf
- Presentació Zona 11, Power Point