

## PLA DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL I DE L'ESPAI PÚBLIC DEL BARRI CONGRÉS I INDIANS.

### EN QUIN PUNT ESTEM?

Davant la situació d'empobriment comercial del barri, el 14 de maig de 2018 l'AVV, el Districte i l'UBCI vam mantenir una primera reunió per tal d'iniciar el camí que permeti dinamitzar el comerç de proximitat, és a dir, el comerç que ha de facilitar el dia a dia de 14.000 ciutadans i ciutadanes i que dona vida al nostre entorn més pròxim.

En aquesta reunió l'Associació de Veïns va presentar el document **Proposta de Pla de Dinamització del Comerç i de l'espai públic del barri Congrés-Indians**, que recollia una bona part de les accions proposades en el document encarregat per l'Ajuntament de Barcelona a l'empresa PROCOM, **Diagnosi Comercial zona Felip II, el Congrés i els Indians (2015)**.

Fruit d'aquesta reunió, el Districte es va comprometre a realitzar un estudi que ens va fer arribar a l'agost de 2018 i que es titula **Estudi de Comerç al barri de Congrés i els Indians: la oferta i la demanda**.

L'AVV posa l'atenció en un quart document de gran interès: **Pla de Desenvolupament Econòmic de Sant Andreu (2017-2021)**. La tercera línia estratègica vol promoure precisament el comerç de proximitat.

A continuació presentem la relació de totes les propostes derivades dels 4 documents. El fet de tenir-les presents alhora ens permet una visió de conjunt de les solucions apuntades fins ara. Algunes d'elles ja s'han portat a terme, com per exemple la implementació de l'Àrea Verda però la majoria continuen a l'espera d'una intervenció decidida. Destaquem la necessitat de reforçar l'UBCI mitjançant eines eficaces que impulsin la millora dels comerços i de l'entitat mateixa. Així mateix, hem de buscar solucions per a activar els locals buits que trenquen la continuïtat de la façana comercial. D'altra banda, estem convençuts que determinades modificacions urbanístiques afavoriran l'accessibilitat, la major utilització de l'espai públic i de retruc la dinamització del comerç.

### 7 accions proposades a l'estudi de PROCOM, Diagnosi Comercial zona Felip II, el Congrés i els Indians (2015):

ACCIÓ 1- Cohesió social i econòmica al voltant de l'eix FELIP II.

ACCIÓ 2- Desenvolupar eines de Comerç Social

Acció 2.1.- Creació d'una zona comercial virtual de Felip II.

Acció 2.2.- Crear la figura de l'ENLLAÇ COMERÇ- CIUTADÀ

Acció 2.3.- Cada comerç, pot lligar els seus clients de la base de dades voluntària a un sistema de fidelització. Creació del carnet de resident al barri, amb avantatges per tots aquells clients residents a la zona.

Acció 2.4.- Accions de dinamització comercial pensades sempre al voltant del concepte de COMERÇ SOCIAL.

ACCIÓ 3- Delimitació de la zona de l'Eix de Felip II

ACCIÓ 4- Evitar que més comerços tanquin i ajudar a que s'ocupin locals buits.

Acció 4.1- Obtenir, organitzar i transmetre informació sobre locals buits.

Acció 4.2- Detectar aquells comerços en què els propietaris tenen intenció de tancar a curt termini (1 any aproximadament) i participar o crear plans de re-ocupació.

ACCIÓ 5- Millorar la competitivitat del comerç actual i ajudar a que sigui individualment conegut

Acció 5.1- Formació i Diagnosi comercials dels establiments

Pla de Dinamització comercial. En quin punt estem?  
 Associació de Veïns i Veïnes Congrés i Indians

- Acció 5.2- Suport i ajuda als comerciants a través d'estudiants tutoritzats.  
 Acció 5.3- Recerca de proveïdors i serveis conjunts.
- ACCIÓ 6- Millorar les zones urbanes per a que siguin per als ciutadans  
 Acció 6.1- Millorar urbanísticament les zones obertes del barri per a que sigui per a gaudir els ciutadans.  
 Acció 6.2- Modernitzar i millorar l'estructura urbanística i l'enjardinament de diferents zones: Felip II, Plaça del Congrés, zones interiors d'edificis...  
 Acció 6.3- Crear el bus del comerç, que vagi per tota la zona i faci el recorregut de tota la via de Felip II.  
 Acció 6.4- Més facilitat per travessar d'una vorera a l'altra l'eix de Felip II  
 Acció 6.5- Aprofitar la restauració (bars i restaurants i les seves terrasses) com a un element de dinamització del barri i de trobada.
- ACCIÓ 7- Realitzar accions de comunicació per incrementar la notorietat del comerç.  
 Acció 7.1- Realitzar accions de comunicació que vagin dirigides a l'objectiu d'incrementar la notorietat de cada establiment comercial individual.  
 Acció 7.2- En el marc de la comunicació de l'espai comercial virtual de Felip II....  
 Acció 7.3- Editar un mapa comercial de la zona, lligat amb la zona comercial virtual de Felip II. Ha de seguir la mateixa imatge gràfica i .....
- Acció 7.4- També en el marc de la zona comercial virtual de Felip II desenvolupar, de manera professional i estratègica un programa de comunicació en xarxes socials. Comunicació del comerç social.  
 Acció 7.5- Estudiar el desenvolupament de la zona com a proveïdora de serveis de la ciutat.  
 Acció 7.6- Col·laborar amb el mercat de Felip II  
 Acció 7.7- Seguir amb la col·laboració de l'Eix Maragall.

**Proposta del Pla de Dinamització del Comerç i de l'espai públic del barri Congrés-Indians: 21 accions integrades en 3 línies estratègiques (Associació de Veïns Congrés i Indians, maig 2018)**

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: Reactivació i recolzament al comerç de proximitat que asseguri als veïns i veïnes la possibilitat de consumir productes i serveis de la vida diària sense l'obligació de sortir del barri. Les accions incloses en aquesta línia estratègica incorporen les accions número 1, 2, 3, 4 i 5 de l'estudi de Procom.

Acció 1.1. Delimitar la zona objecte del Pla.

Acció 1.2. Evitar llicències dins la zona objecte del Pla per a reconvertir locals comercials en habitatges per no trencar la continuïtat de la façana comercial.

Acció 1.3. Elaborar un cens bianual de locals comercials: totals, en actiu i amb persianes baixades de tot Congrés-Indians amb la finalitat de contactar amb els propietaris de locals tancats i conèixer les seves intencions respecte la utilització dels seus locals.

Acció 1.4. Realització d'un estudi d'oferta i demanda per a identificar potencials mancances en l'oferta de productes i serveis necessaris per a una vida quotidiana sostenible (ja fet).

Acció 1.5. Oferir subvencions i /o ajuts econòmics per a la implantació o supervivència dels comerços identificats en el punt 1.4.

Acció 1.6. Oferir subvencions i/o ajuts econòmics per a millorar el resultat de l'anàlisi qualitatiu de l'estudi de Procom 2015: el 70% d'establiments van ser catalogats com a "Molt malament", "Malament" i "Regular".

Acció 1.7. Recolzar l'associacionisme comercial: assessorament legal, econòmic i de formació.

Acció 1.8. Oferir suport i ajuda als comerciants a través d'estudiants tutoritzats que realitzin una proposta i implementació d'una imatge de conjunt del comerç que es vulgui afegir al projecte.

Acció 1.9. Crear la figura de l'enllaç comerç-ciudadà proposada a l'estudi Procom per a gestionar les accions 1.5, 1.6, 1.7, 1.8.

Acció 1.10. Explorar si és adient promoure una zona de comerç virtual lligat a la idea del desenvolupament d'eines de comerç social que recull l'estudi de Procom

LÍNIA ESTRATÈGICA 2: Realització de millores urbanístiques que recolzin i facilitin la dinamització del comerç a la zona delimitada. Totes elles han d'implementar-se de manera coordinada i tenir un impacte que sumi a favor de l'objectiu del pla. Les accions incloses en aquesta línia estratègica incorporen l'acció número 6 de l'estudi de Procom.

Acció 2.1. Disseny de la zona verda (ja fet) de forma coordinada amb l'objectiu del pla.

Acció 2.2. Disseny de la il·luminació (ja fet) de forma coordinada amb l'objectiu del pla.

Acció 2.3. Adaptació del circuit del bus de barri de forma coordinada amb l'objectiu del pla.

Acció 2.4. Reforçar, millorar o modificar si cal l'enjardinament de forma coordinada amb l'objectiu del pla.

Acció 2.5. Facilitar el pas i la visibilitat d'una vorera a l'altra com a requisit important indicat a l'estudi de Procom per a donar imatge de concentració i continuïtat del comerç a la zona delimitada objecte del pla.

Acció 2.6. Recolzar el sector de la restauració, en concret les seves terrasses, com a element de dinamització del barri i de trobada de forma coordinada amb l'objectiu del pla.

Acció 2.7. Realitzar els canvis en el disseny urbanístic de la plaça del Congrés que facilitin entendre aquest espai com un lloc central de la vida del barri del Congrés i Indians. Un lloc per "ser-hi" no només per "passar". En aquest espai treballaran de la ma els tres àmbits d'actuació descrits a l'inici: Comercial, Urbanístic i Social, per a què el resultat sigui el més impactant possible.

LÍNIA ESTRATÈGICA 3: Implicació de diferents col·lectius i entitats del barri en la participació d'aquelles accions que van adreçades a dinamitzar i gaudir de determinats espais infrautilitzats.

Acció 3.1. Afavorir que l'espai públic sigui utilitzat per entitats culturals com Can Clariana, Espai Jove del Congrés, Associacions de Teatre, musics, etc.

Acció 3.2. Donar visibilitat a les entitats de caire social que treballen al barri.

Acció 3.3. Incentivar la participació de la gent gran en activitats a l'espai públic ja que constitueixen el 25% de la població del barri.

Acció 3.4. Crear la figura de Dinamitzador/a social que busqui la complicitat de les entitats del barri i coordini les accions a l'espai públic.

## **Estudi elaborat pel Districte sobre el comerç al barri del Congrés i els Indians: la oferta i la demanda: 12 propostes d'intervenció (abril-agost 2018)**

1. Millora de les condicions físiques d'accés al barri. Aprofitar mesures desenvolupades des de treball als barris, plans d'ocupació, etc per:
  - Rehabilitar zones
  - Afavorir civisme
  - Fomentar neteja urbana
  - Incrementar contenidors
  - Obres (campanes informatives, creació altres àrees aparcament temporal...)
  - Seguretat
  - Zones de càrrega i descàrrega
  - Aparcament
2. Foment de l'associacionisme: Fomentar que més comerços s'animin a formar part de Unió de Botiguers.
3. Elaborar un pla de dinamització comercial: Empoderar la figura del/la dinamitzador/a comercial, com a:
  - Interlocutor/a entre comerciants i districte.
  - Actualització de base de dades de comerços.
  - Potenciar activitats de dinamització comercial (fires, campanyes de fidelització de clients: Dia del client, jornada comerç al carrer, concursos d'aparadorisme...)
  - Actualització de normativa sobre l'àmbit comercial, recerca d'ajuts i subvencions i de la seva dinamització.
4. Pla de formació contínua per a comerciants. Elaborar un pla de formació contínua aprofitant els recursos públics (SNL, formació contínua, PROFIT, etc) per tal de millorar els coneixements i les competències en l'àmbit de comerç. En aquest sentit s'haurien d'aprofitar més les diferents càpsules formatives que hi ha durant l'any i aprofitar el projecte de barri obert al futur present del barri.
5. Crear i desenvolupar comerç social i reivindicar el comerç de proximitat: Treballar per la gent del barri, conèixer en profunditat la gent del barri, preocupar-se i cooperar amb la gent del barri.
6. Incrementar l'atracció de consumidors d'altres zones. Els serveis com a negoci d'atracció, els comerços del barri conjuntament i ben organitzats, poden exercir atracció a una zona més ampla.
7. Evitar que tanquin més establiments comercials i potenciar que s'ocupin locals buits de la zona: Fer més rentable econòmicament la zona a partir també de la Re-ocupació i la dinamització de locals buits.
8. Millorar i fer més competitiva l'oferta comercial actual.
9. Aprofitar més el Mercat de Felip II com a equipament comercial de la zona.
10. Millorar les diferents zones i espais oberts del barri (la restauració, terrasses i parcs com a espais de trobada).
11. Col·laborar amb els eixos del voltant per tal de dinamitzar i promocionar el comerç del barri.
12. Millorar les línies de transport públic del barri que pugui facilitar la connexió entre Districte i barri.

**Pla de Desenvolupament Econòmic de Sant Andreu (2017-2021). 3 mesures proposades dins la línia estratègica que proposa la promoció del comerç de proximitat en els set barris del Districte.**

Mesura 3.1. Enfortiment de la visibilitat del comerç. Entre altres accions, el Pla planteja l'elaboració d'estudis d'oferta i demanda. Aquests estudis es vincularan amb la mesura d'impuls d'eines per a l'activació de locals buits.

Mesura 3.2. Impuls de l'associacionisme comercial. Algunes actuacions que el Pla contempla són:

- Professionalitzar la gestió de les entitats de comerç associat del districte.
- Donar suport a l'elaboració d'un catàleg de serveis i activitats de cada associació que permeti visibilitzar la seva tasca, així com les avantatges d'estar associat.
- Establir sinèrgies entre mercats i el comerç de proximitat del seu entorn per aconseguir un reforç mutu.
- Desenvolupament d'accions per generar associacions més plurals que integrin comerciants d'origen divers.

Mesura 3.3. Millora de la competitivitat i l'emprenedoria. A un nivell més concret, algunes actuacions que ja s'estan desplegant o que es desplegaran en relació a aquesta mesura, són:

- El programa Obert al futur, que té per objecte millorar les competències professionals dels comerciants.
- Programes per dinamitzar la presència del comerç a internet i a les xarxes socials.
- Difusió del servei de transmissió empresarial, per afavorir la continuïtat de comerços de proximitat quan un/a comerciant vol tancar el seu negoci per jubilació o altres motius.

A banda, es plantegen accions de nova creació com:

- Assessorament individualitzat a comerços.
- Accions de millora individual del local comercial a nivell d'eficiència energètica, de supressió de barreres arquitectòniques i millora de la imatge exterior del comerç.
- Accions del foment de l'estalvi de costos i la cooperació empresarial, com la compra col·lectiva de productes, serveis o subministres entre comerços i serveis de proximitat.

.....