



Ajuntament  
de Barcelona

# Mesura de govern per a la preservació i la promoció dels establiments comercials emblemàtics a Barcelona

## 2021-2024

Febrer del 2022

Direcció de Serveis de Comerç,  
Restauració i Consum

**Mesura de govern per a la preservació i la  
promoció dels establiments comercials  
emblemàtics a Barcelona 2021-2024**

Presentada al Plenari Municipal de Barcelona el dia 25  
de febrer de 2022 per Montserrat Ballarín España,  
regidora de Comerç i Mercats, Consum, Règim Interior i  
Hisenda.

## CONTINGUT

1. JUSTIFICACIÓ
2. OBJECTIUS
3. DIAGNOSI
  - a. Radiografia dels establiments emblemàtics 2021
  - b. Fortaleses, oportunitats i reptes del comerç emblemàtic
4. FASES DE LA MESURA DE GOVERN
5. LÍNIES D'ACTUACIÓ
  - a. PRESERVACIÓ
  - b. PROMOCIÓ
  - c. COMPETITIVITAT
    - i. Formació i professionalització
    - ii. Digitalització
    - iii. Assessorament jurídic i legal
6. PARTICIPACIÓ, CORRESPONSABILITAT I AVALUACIÓ
7. PRESSUPOST
8. ANNEXOS

# 1. JUSTIFICACIÓ

Al llarg dels segles, Barcelona ha anat creant un teixit comercial molt important. Tot aquest llegat ha perdurat fins als nostres dies i ha permès que avui en dia la ciutat gaudeixi d'un nombre important d'establiments que han sabut vèncer el pas del temps i que són testimoni del nostre passat i, alhora, un patrimoni cultural de primer nivell que cal preservar i difondre entre els seus veïns i veïnes, i també a l'entorn metropolità.

Barcelona s'ha consolidat en els darrers anys com una de les principals destinacions urbanes europees. El seu atractiu ha fet augmentar el nombre de turistes de forma constant, ha consolidat l'economia de serveis destinada a l'atenció de visitants i ha transformat una bona part del territori central de la ciutat en molt pocs anys. Aquesta situació no està exempta de reptes, un dels quals és la preservació dels establiments emblemàtics de la ciutat. Aquests establiments són símbol i expressió de la identitat de Barcelona, uns espais on la singularitat s'anteposa a l'homogeneïtzació i que contribueixen així a configurar un model de ciutat sostenible, que afavoreix la convivència social. Fenòmens com els de la globalització, l'especulació o l'augment del preu del lloguer han irromput amb força, amenaçant la continuïtat de molts comerços històrics.

En aquest sentit, la Mesura de govern per a la preservació i la promoció del comerç emblemàtic s'ha dut a terme amb l'objectiu de traçar el full de ruta de les polítiques municipals sobre la base d'una diagnosi en treball de camp i participada, que alhora vol generar nou coneixement al voltant de les matèries que aborda. Aquest procés de treball també ha de vetllar per integrar, de forma concurrent, les mesures, els plans i les accions que ja estaven en marxa i garantir-ne la coherència i la complementarietat.

En la diagnosi presentada el setembre del 2021 al grup de treball d'emblemàtics, es va fer una anàlisi en profunditat de la situació actual dels establiments catalogats l'any 2016 per l'Ajuntament de Barcelona. I, per tal de donar-hi resposta, a continuació es presenten, de forma detallada i estructurada, les línies d'actuació fruit d'un treball intensiu d'escolta activa d'una pluralitat d'agents, de veus expertes i d'anàlisi de documents. Les línies d'acció han estat compartides amb el grup de treball dels establiments emblemàtics el 25 de gener de 2022.

Aquestes propostes, estructurades en tres línies d'actuació (preservació, promoció i competitivitat) fonamenten les mesures de salvaguarda dels establiments emblemàtics de Barcelona. Les propostes assumeixen la complexitat que envolta aquest tipus d'establiments, on conflueixen en un fràgil equilibri conceptes com, d'una banda, la propietat privada, amb les seves derivades (com la conservació patrimonial) i, d'altra banda, l'interès públic basat en el gaudi dels comerços mateixos i en la preservació de l'activitat econòmica que s'hi duu a terme i que dona singularitat a la ciutat (patrimoni immaterial). En definitiva, aquest conjunt de propostes vol oferir nous marcs de possibilitats per gestionar el futur del comerç emblemàtic i vetllar per la seva sostenibilitat, conciliant el màxim possible tots els elements en joc i promovent el màxim retorn social possible de l'activitat econòmica.

### **Nous escenaris, mateixes prioritats**

La Mesura de govern per a la preservació i la promoció del comerç emblemàtic a Barcelona ha de donar resposta als nous escenaris que amenacen el comerç emblemàtic i mantenir com a prioritat que tingui una continuïtat sostenible. En definitiva, ha de convertir el comerç emblemàtic en palanca de canvi per projectar al món la singularitat i la riquesa del teixit comercial de Barcelona, un model basat en el comerç de proximitat que afavoreix la convivència i la cohesió social als barris de la ciutat.

## 2. OBJECTIUS

1. **Impulsar la preservació i la promoció** dels comerços emblemàtics de què disposa la nostra ciutat com a símbol i expressió de la identitat de Barcelona.

2. **Posicionar Barcelona com a referent de ciutat** que preserva el seu comerç emblemàtic i establir el full de ruta per a l'elaboració de polítiques locals amb i per als establiments emblemàtics de la ciutat de caire jurídic, de dinamització comercial i de promoció.

3. **Articular mitjans i eines** que ens permetin conèixer la situació dels establiments emblemàtics de forma objectiva, sistemàtica i rigorosa al servei del sector i de les polítiques municipals.

4. **Fer partícips els establiments emblemàtics de les polítiques municipals** envers el comerç de proximitat per tal de garantir-ne la competitivitat.

- a. Avançar en la professionalització del sector a través de la formació.
- b. Avançar en la digitalització com a nova via de negocis i com a eina d'innovació en la gestió.
- c. Oferir assessorament jurídic i legal acompanyant-los en la gestió de la seva activitat econòmica.

## 3. DIAGNOSI

El document de diagnosi presentat el setembre del 2021 recull els resultats de l'estudi dut a terme, d'acord amb les prescripcions tècniques marcades en les bases del concurs promogut per l'Ajuntament de Barcelona.

Les dades d'aquest informe han estat recopilades presencialment en els 209 establiments catalogats durant els mesos de maig, juny i juliol del 2021 mitjançant un treball de camp encarregat per la Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l'Ajuntament de Barcelona, on també es facilita tota la informació sobre el tractament de les dades obtingudes. Aquest procés ha culminat amb l'exposició de la memòria de la diagnosi estructurada en sis àmbits temàtics:

Àmbit 1. Dades referents al valor patrimonial

Àmbit 2. Dades bàsiques de l'establiment. Distribució geogràfica

Àmbit 3. Dades referents a l'activitat i a la singularitat dels negocis

Àmbit 4. Dades referents a la transformació digital

Àmbit 5. Dades referents a modificacions respecte al catàleg del 2016

Àmbit 6. Dades referents a continuïtat del negoci

Seguidament es presenten els sis àmbits temàtics i les dades principals obtingudes, així com també una anàlisi de les fortaleeses, les oportunitats i els reptes del comerç emblemàtic a Barcelona.

## a. RADIOGRAFIA DELS ESTABLIMENTS EMBLEMÀTICS EL 2021

### Àmbit 1. Dades referents al valor patrimonial

L'any 2016 l'Ajuntament de Barcelona va aprovar el Pla especial de protecció de la qualitat urbana i va crear el catàleg de protecció arquitectònic, històric i paisatgístic dels establiments emblemàtics de la ciutat de Barcelona, que inclou un total de 209 establiments protegits en categories diverses segons les seves característiques patrimonials i arquitectòniques.

#### **Categoria 1: Establiments de gran interès**

Establiments proveïdors d'un interès remarcable a escala patrimonial que han quedat lliures de modificacions substancials o d'afegits que els puguin desfigurar.

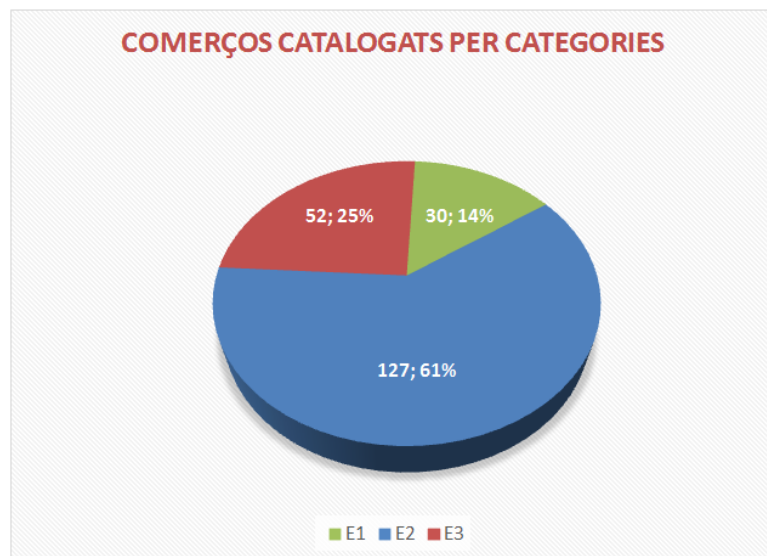
#### **Categoria 2: Establiments d'interès**

Establiments que posseeixen elements o conjunts patrimonials d'interès singular, però que, en intervencions posteriors a la seva construcció, han perdut la coherència unitària inicial genuïna.

#### **Categoria 3: Elements d'interès paisatgístic**

S'atorga als elements que encara formen o han format part d'establiments que defineixen un ambient o paisatge urbà determinat, amb valors patrimonials coherents.

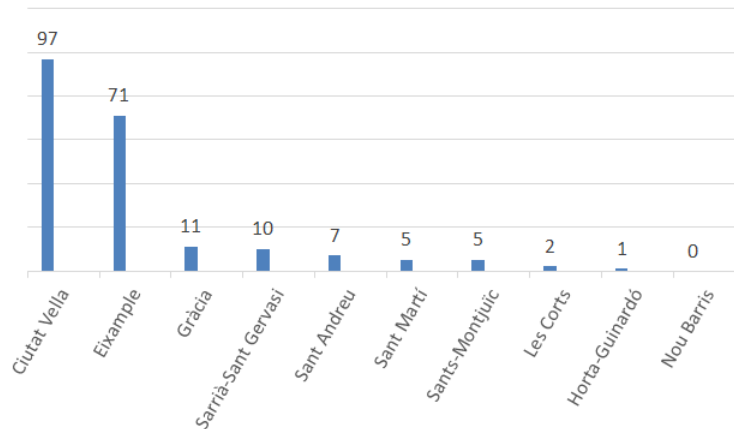
*Dels 209 establiments catalogats el 2016 per l'Ajuntament de Barcelona, 30 (14%) pertanyen a la categoria màxima E1, 127 (52%) a la E2 i 52 (25%) a la E3.*





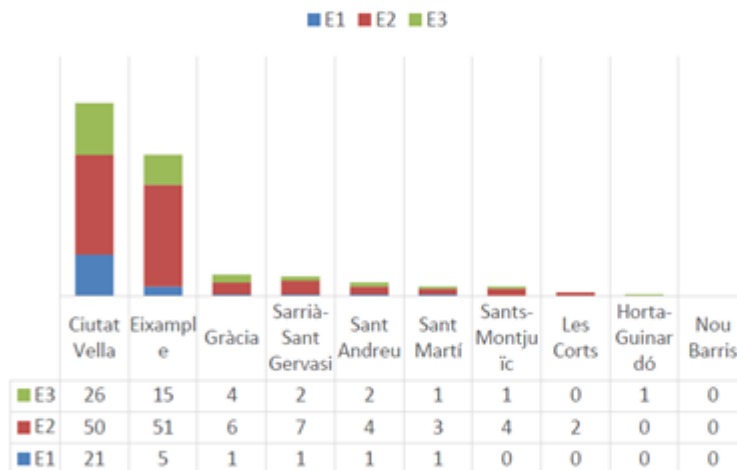
## Àmbit 2. Dades bàsiques de l'establiment. Distribució geogràfica

### DISTRIBUCIÓ PER DISTRICTES



L'Ajuntament té catalogats un total de 209 comerços emblemàtics distribuïts als districtes.

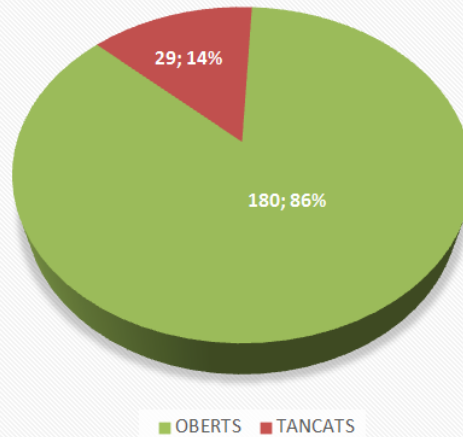
### DISTRIBUCIÓ PER DISTRICTES



L'Ajuntament té catalogats un total de 209 comerços emblemàtics distribuïts als districtes.

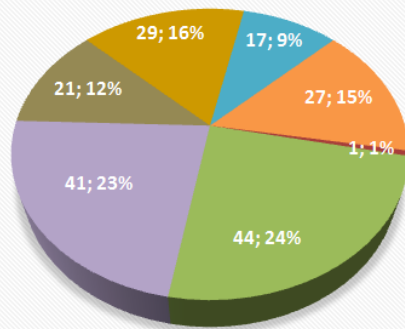
### Àmbit 3. Dades referents a l'activitat i a la singularitat dels negocis

#### ESTAT ACTUAL: OBERTS/TANCATS



*Dels 209 establiments catalogats el 2016 per l'Ajuntament de Barcelona, 180 (86%) continuen oberts i 29 (14%) estan tancats.*

#### GRÀFIC PER SECTORS

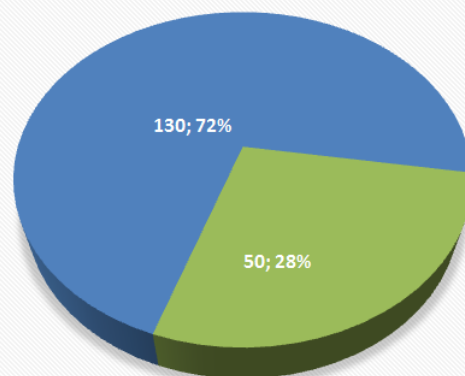


*Salut (24%) i Restauració (23%) són els dos sectors amb més pes específic pel que fa als establiments actius.*

*S'han comptabilitzat 61 activitats. Les farmàcies, bars, restaurants i pastisseries són les activitats més nombroses.*

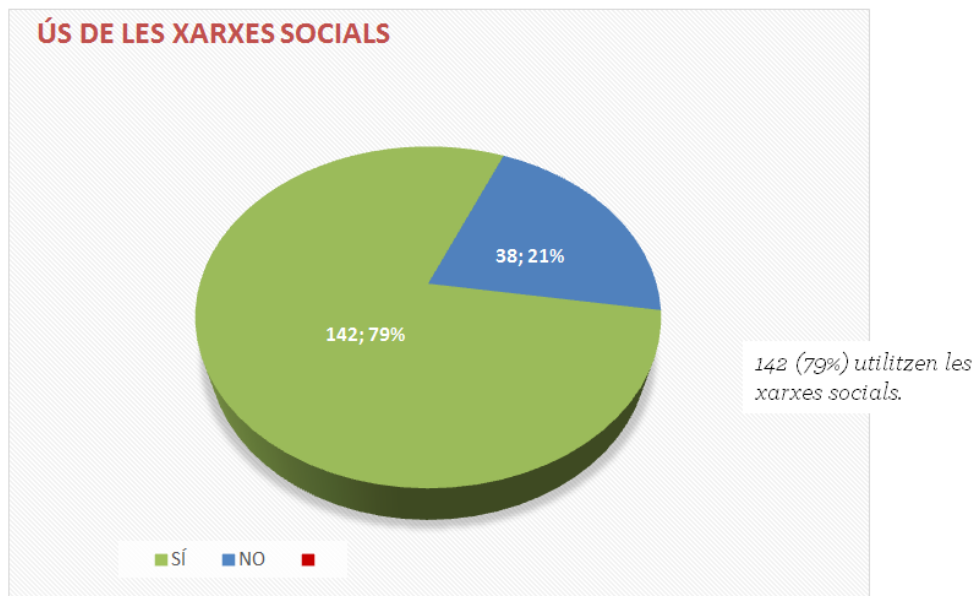
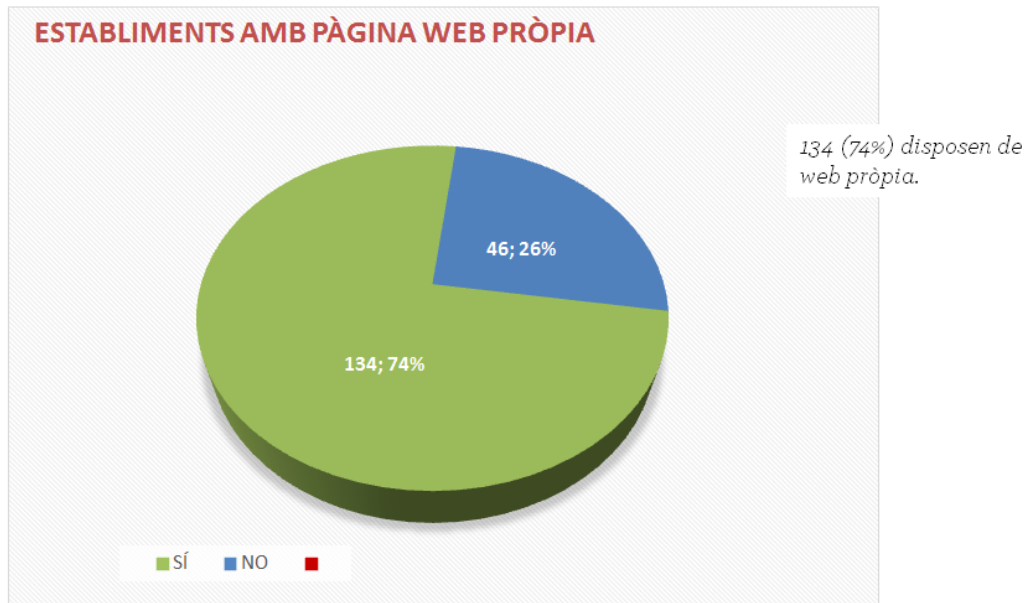
TIPUS SINGULARITAT	ESTABLIMENTS SINGULARS
<b>Singularitat vinculada al manteniment de les pràctiques comercials d'abans</b> (venda de vi a doll, ús de formules herbals tradicionals, venda a granel....)	6
<b>Singularitat vinculada a l'exclusivitat del negoci o activitat</b> (botigues de màgia i de parallamps més antigues del món, forn de llenya per torrar més antic d'Europa, petit museu de drogueria, col.lecció de miralls única a l'Estat )	6
<b>Singularitat vinculada a pràctiques de producció artesanal</b>	17
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Existència d'obrador</b> en el cas d'establiments vinculats a l'alimentació (patisseries, forns de pa...)</li> </ul>	18
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Existència de taller</b> en els cas d'altres activitats artesanals (taller de reparació de barrets, taller de restauració d'imatgeria, taller de fabricació de marcs, taller d'esmolat...)</li> </ul>	18
<b>Singularitat vinculada a reconeixements i mèrits per la qualitat del producte</b> (premi a millor paella del món 2019, creació de l'emblemàtica tapa "la bomba"...)	3

### ESTABLIMENTS SINGULARS



*Del total d'establiments catalogats actius, 50 (28%) es poden considerar singulars. Posseeixen determinades qualitats que els distingeixen de la resta aportant un valor afegit al seu producte.*

#### Àmbit 4. Dades referents a la transformació digital

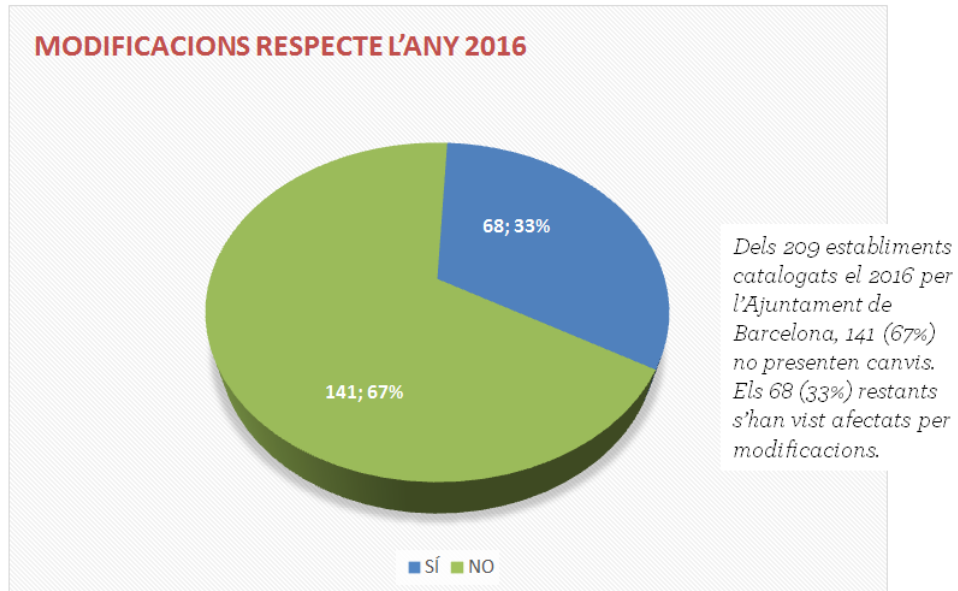


L'Enquesta d'activitat del sector comercial de Barcelona 2020 ens aporta les dades següents:

- Establiments amb lloc web: 43%
- Establiments que fan venda en línia: 65,20%
- Xarxes utilitzades:
  - Facebook: 44,60%
  - Instagram: 44,20%
  - WhatsApp: 39,50%

Tot i que les dades dels establiments emblemàtics són, en general, superiors a les esmentades anteriorment, encara queda recorregut en la implantació i l'ús eficient de les eines digitals.

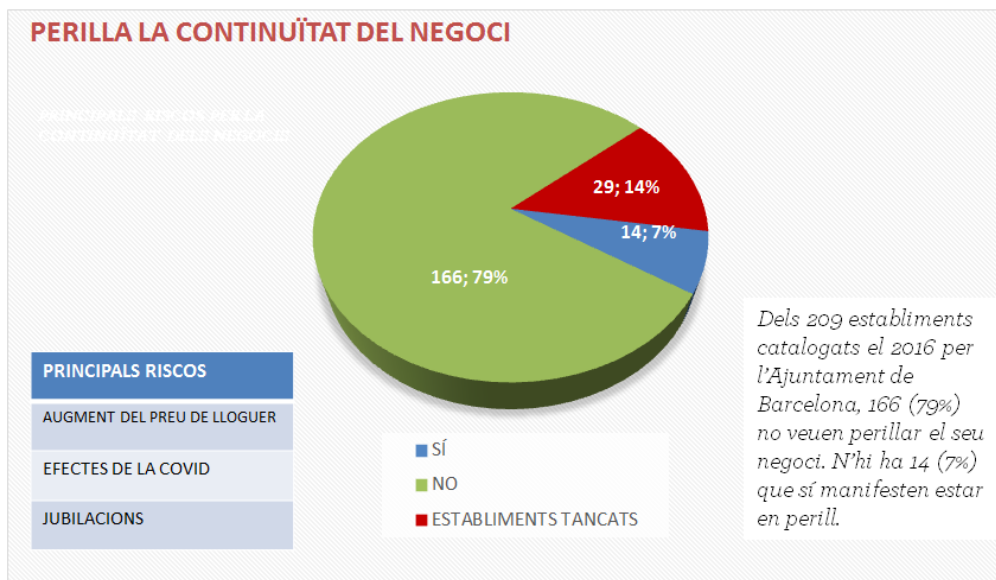
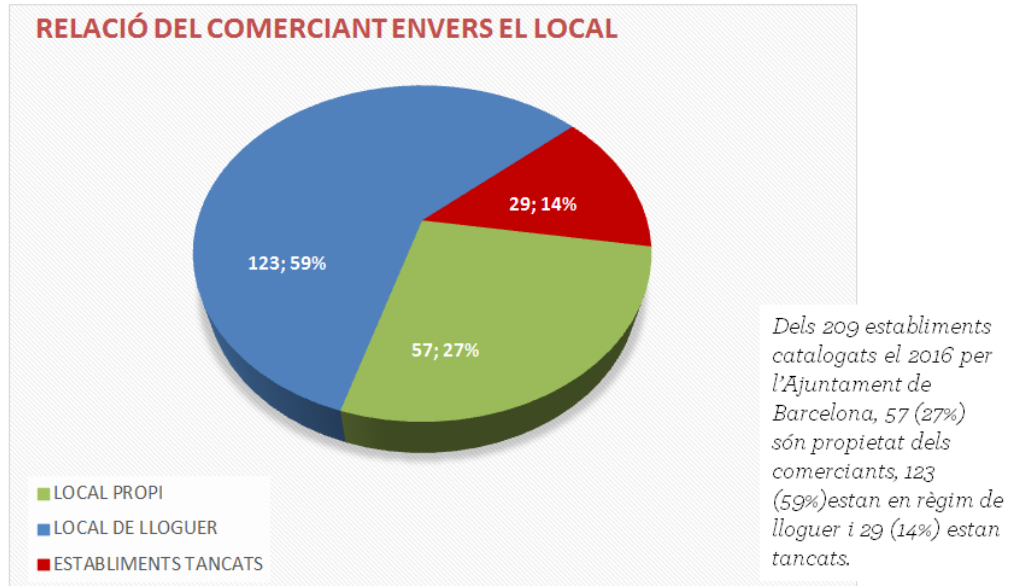
## Àmbit 5. Dades referents a modificacions respecte al catàleg del 2016



### MODIFICACIONS. ESTAT ACTUAL

MODIFICACIONS	E1	E2	E3	TOTAL
<b>OBERT.</b> SENSE MODIFICACIONS	24	87	30	<b>141</b>
<b>OBERT. TRASPÀS DEL NEGOCI</b> ES MANTÉ L'ACTIVITAT	2	19	2	<b>23</b>
<b>OBERT. TRASPÀS DEL NEGOCI</b> CANVI D'ACTIVITAT	1	6	9	<b>16</b>
<b>LOCAL TANCAT</b> SENSE ACTIVITAT	3	12	7	<b>22</b>
<b>LOCAL TANCAT</b> TRASLLAT DE L'ACTIVITAT	0	2	3	<b>5</b>
<b>LOCAL TANCAT</b> MANTÉ L'ACTIVITAT ON LINE	0	1	1	<b>2</b>
	<b>30</b>	<b>127</b>	<b>52</b>	<b>209</b>

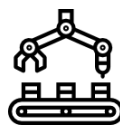
## Àmbit 6. Dades referents a continuïtat del negoci



## b. FORTALESES, OPORTUNITATS I REPTES DEL COMERÇ EMBLEMÀTIC

### Fortaleses i oportunitats

- El comerç emblemàtic és un factor d'identitat de ciutat i un testimoni del nostre passat, alhora que un patrimoni cultural de primer nivell.
- El comerç emblemàtic és comerç de proximitat i contribueix a la cohesió social i a la sostenibilitat ambiental i a generar una ciutat més amable.
- Té una oferta àmplia pel que fa a la tipologia i extensa, tot i que una gran part està a les zones més turístiques. Satisfà les necessitats quotidianes de la ciutadania en el seu entorn pròxim i les de les persones visitants. És ben valorada per la seva qualitat i singularitat.
- Barcelona està ben valorada com a destí de visites. La marca Barcelona és reconeguda i potent. Els establiments emblemàtics hi contribueixen amb la seva singularitat, que s'anteposa a l'homogeneïtzació.
- Els i les comerciants expressen un lligam molt estret amb el seu negoci i amb el que representa per a la ciutat com a proposta comercial i d'identitat de Barcelona.



### Reptes

- Hi ha una manca de continuïtat en l'activitat en el moment de jubilar-se.
- Els preus del lloguer augmenten d'una forma inassolible per fer viable la continuïtat del negoci.
- Hi ha un baix nivell d'associacionisme.
- Hi ha una escassa digitalització en l'oferta, en la gestió i en competències per a la venda en línia.
- Els sectors amb facturació estacional no continuen en el temps.
- Hi ha una pèrdua parcial o total de la singularitat de l'activitat comercial en molts establiments.



## 4. FASES DE LA MESURA DE GOVERN

El procés d'elaboració de la Mesura de govern per a la preservació i la promoció dels establiments comercials emblemàtics a Barcelona consta de quatre fases: disseny; diagnosi; propostes i formalització, i desenvolupament i seguiment.

Durant la fase de disseny, que va tenir lloc entre el gener i l'abril del 2021 es van assentar les bases per configurar els continguts que havia d'incloure el document de diagnosi dels establiments emblemàtics catalogats l'any 2016.

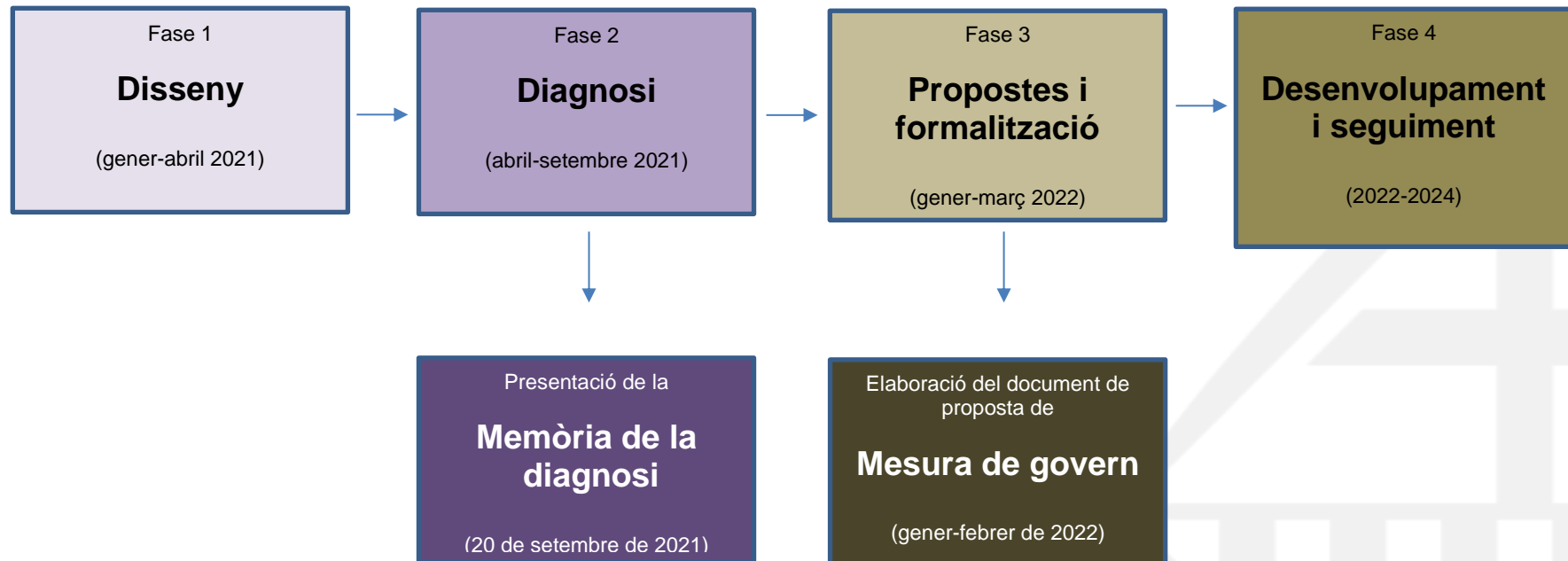
El 20 de setembre de 2021 es va presentar, als representants dels grups polítics municipals i de les associacions comercials, la memòria de la diagnosi amb tots els resultats obtinguts en l'estudi i que oferia una foto actualitzada de la situació dels establiments emblemàtics de Barcelona. En aquesta diagnosi es van definir i recopilar dades sobre sis àmbits temàtics.

La tercera fase, objecte d'aquest document, se centra en el disseny de l'estructura i en la redacció de fins a tres línies d'actuació que donen resposta als reptes de la diagnosi. Aquest document desplega el contingut d'aquestes línies d'actuació, que van ser compartides en el grup de treball dels emblemàtics el 25 de gener de 2022.

La quarta fase s'abordarà un cop s'hagi formalitzat el pla i s'haurà de fer el seguiment i l'acompanyament de les línies d'actuació i avaluar de forma continuada l'estat de les actuacions en els espais de participació plurals que es considerin. Així mateix, la Mesura de govern per a la preservació i la promoció dels establiments comercials emblemàtics a Barcelona continuarà nodrint-se de coneixement sobre les qüestions considerades oportunes a través d'un espai de debat continu.



## Fases d'elaboració



## 5.LÍNIES D'ACTUACIÓ

En aquest document es presenten les tres línies d'actuació concebudes per donar resposta als reptes del comerç emblemàtic. La situació actual fa que els propòsits exposats en cadascuna de les línies d'actuació estiguin relacionats estretament entre si i, per tant, no es poden concebre com a compartiments estancs, sinó que, degut a la seva interdependència, formen part d'una estratègia conjunta.

La construcció de les propostes presentades a continuació ha estat complexa i s'hi han integrat diverses fonts d'informació i coneixement, així com els resultats recollits en la diagnosi.

A més, el procés d'elaboració de les propostes s'ha nodrit de diversos espais de treball en grups sobre temàtiques concretes, així com de reunions celebrades amb els principals agents implicats.

Per tal que aquestes línies d'actuació siguin efectives, és indispensable que els i les comerciants tinguin un paper actiu en tot el procés. Cal implicar-los i estar-hi en comunicació directa i contínua per tal que rebin la informació de tot allò que s'està fent. L'aliança Administració-comerciant és bàsica per a l'èxit de la implantació de la Mesura de govern per a la preservació i la promoció dels establiments comercials emblemàtics a Barcelona.

A partir de la diagnosi feta, es desenvolupen tres línies d'acció concebudes per donar resposta als reptes relacionats amb els establiments emblemàtics.

## a. Línia d'actuació 1 | PRESERVACIÓ

La normativa de la Generalitat no permet una protecció integral dels comerços emblemàtics ni ofereix una denominació o conceptualització unívoca (històric, centenari, emblemàtic, singular, etcètera). L'Ajuntament de Barcelona disposa d'una protecció de caràcter urbanístic constituïda pel Pla especial de protecció de la qualitat urbana: catàleg de protecció arquitectònic, històric i paisatgístic dels establiments emblemàtics de la ciutat de Barcelona, aprovat pel Plenari del Consell Municipal, en sessió celebrada el dia 26 de febrer de 2016.

Això comporta que actualment el patrimoni material dels establiments emblemàtics (continent del local) estigui protegit, però l'activitat (contingut) està desprotegida. Així doncs, caldria ampliar la protecció a l'activitat que es duu a terme en alguns establiments considerats emblemàtics, perquè les administracions puguin protegir les activitats que es faran en aquests locals i incentivar que es mantingui l'activitat que constitueix l'essència d'aquell local emblemàtic. De fet, Barcelona ja té l'experiència en protegir activitats econòmiques singulars en els seus mercats municipals.

En la legislació vigent, no hi ha prou habilitacions perquè els ajuntaments puguin complir actes o aprovar plans que facin exigible l'obligació d'ús, és a dir, d'executar efectivament activitats concretes en uns immobles determinats per protegir els establiments comercials emblemàtics de la ciutat. Una de les possibilitats per protegir els establiments emblemàtics podria ser modificar la legislació catalana de protecció del patrimoni cultural (Llei 9/1993 del patrimoni cultural català), per fer que incorpori formes d'activitat comercial concretes com a integrants del patrimoni cultural immaterial del país o de les ciutats i viles del país.

Així doncs, a fi que l'Ajuntament pugui protegir millor els comerços emblemàtics seria necessari que disposés de més instruments i recursos, per la qual cosa es fa imprescindible que la Generalitat desplegui les seves competències en la matèria. No obstant aquestes limitacions, l'Ajuntament, de la mà del sector, està creant, i ho continuarà fent, accions de protecció dels comerços emblemàtics amb les eines que té actualment.

En aquest sentit, es preveu dur a terme les accions següents:

Nom d'actuació	Accions	Indicadors	Agent/s encarregat/s
<p><b>1. Manteniment de la informació sobre els establiments emblemàtics a Barcelona.</b></p>	<p>Establir mecanismes sistemàtics a fi de tenir actualitzada la informació sobre establiments emblemàtics recollida a l'informe del 2021 i ampliar-la si escau; en els següents àmbits:</p> <p>Àmbit 1. Dades referents al valor patrimonial</p> <p>Àmbit 2. Dades bàsiques de l'establiment. Distribució geogràfica</p> <p>Àmbit 3. Dades referents a l'activitat i a la singularitat dels negocis</p> <p>Àmbit 4. Dades referents a la transformació digital</p> <p>Àmbit 5. Dades referents a modificacions respecte al catàleg del 2016</p> <p>Àmbit 6. Dades referents a la continuïtat del negoci</p>	<p>Actualitzacions per any</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p>
<p><b>2. Manteniment i actualització del Catàleg del patrimoni, historicoartístic i paisatgístic dels establiments emblemàtics de la ciutat de Barcelona del 2016</b></p>	<p>Elaborar i consensuar les propostes de supressions, ampliacions i altres canvis dels comerços emblemàtics</p>	<p>Nombre d'establiments:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suprimits</li> <li>• Ampliats</li> <li>• Que han sofert canvis</li> </ul>	<p>Ecologia Urbana de l' Ajuntament de Barcelona</p>

<p><b>3. Acompanyament personalitzat als comerços emblemàtics.</b></p>	<p>Disposar un referent tècnic municipal per al comerç emblemàtic.</p> <p>Elaborar un díptic que inclogui informació bàsica sobre els recursos i els serveis existents. <i>Distribuïts entre els comerços emblemàtics en versió física i digital (vegeu annex).</i></p> <p>Posar al servei dels establiments un correu electrònic i un telèfon de contacte d'ús privatiu.</p>	<p>2021 Atenció personalitzada: <i>31 visites presencial realitzades octubre-desembre .</i></p> <p>2021. Díptic publicat (<b>annex 1</b>) <i>1.000díptics. Octubre</i></p> <p>2021. <i>Correus electrònics gestionats</i> <i>46 correus gestionats, octubre-desembre.</i></p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p>
<p><b>4. Creació d'eines que permetin a l'Ajuntament de Barcelona acompanyar millor els comerços emblemàtics quan hi hagi canvis de titularitat o d'ús</b></p>	<p>Modificar l'article 21 de la Llei del patrimoni cultural per obligar les persones titulars de comerços emblemàtics a comunicar amb antelació els canvis de titularitat o d'ús.</p> <p>Crear un protocol intern de l'Ajuntament per actuar quan es produeixi un canvi de titularitat o d'ús en establiments emblemàtics.</p>	<p>Elaboració i tramitació de la proposta. (Sí/No)</p> <p>Implantació de la normativa. (Sí/No)</p>	<p>Ecologia Urbana de l'Ajuntament de Barcelona.</p> <p>Grup de treball dels establiments emblemàtics</p>
<p><b>5. Modificació de lleis i normes per fer possible que l'Ajuntament protegeixi activitats d'interès especial dutes a terme en establiments emblemàtics</b></p>	<p>Creació d'una taula de participació per consensuar propostes concretes de reformes legislatives:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- per determinar la inclusió de determinades activitats en la definició de <i>patrimoni cultural immaterial</i>.</li> <li>- per a supòsits en què es pugui incentivar o protegir el manteniment de determinades activitats dutes a terme en establiments emblemàtics.</li> </ul>	<p>Elaboració i tramitació de la proposta. (Sí/No)</p> <p>Modificació de la llei (Sí/No)</p>	<p>Grup de treball dels establiments emblemàtics</p>

<p><b>6. Adquisició de locals emblemàtics per garantir-ne la continuïtat</b></p>	<p>Valorar la possibilitat d'adquirir establiments comercials emblemàtics quan la seva desaparició suposi una pèrdua rellevant per a la ciutat. La mesura ja s'ha aplicat en casos com la Cereria Subirà.</p> <p>Garantir que els establiments emblemàtics tinguin un tractament especial dins les polítiques municipals d'adquisició de locals comercials, com el programa "Amunt persianes" amb la compra de l'establiment "Ingenio".</p>	<p>Nombre d'establiments adquirits:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cereria Subirà</li> <li>• La Manual Alpargatera</li> <li>• Bar Marsella</li> <li>• El Ingenió (adquisició recent)</li> </ul>	<p>Ajuntament de Barcelona (transversal)</p>
<p><b>7. Subvencions per al comerç emblemàtic</b></p>	<p>Crear programes per fomentar la rehabilitació d'establiments emblemàtics i destacar-ne tots els elements de valor patrimonial.</p>	<p>Nombre d'establiments subvencionats. Subvencions i quanties atorgades.</p>	<p>Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida de l'Ajuntament de Barcelona.</p> <p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l'Ajuntament de Barcelona</p>
<p><b>8. Servei de mediació per promoure la continuïtat de l'activitat original de l'establiment emblemàtic (protecció del patrimoni immaterial)</b></p>	<p>Estudiar la creació d'un servei de mediació amb el suport de Barcelona Activa, per tal de promoure la continuïtat de l'activitat original de l'establiment emblemàtic, davant de situacions de canvi de titularitat, amb la finalitat de protegir el patrimoni immaterial.</p>	<p>Nombre d'agents implicats. Nombre de consultes ateses. Nombre de peticions resoltes.</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l'Ajuntament de Barcelona Barcelona Activa</p>

## a. Línia d'actuació 2 | PROMOCIÓ

S'ha de continuar construint un relat al voltant del comerç emblemàtic que en promogui la història, el valor patrimonial i l'oferta comercial diferenciada i de caràcter singular. Cal que sigui percebut per la ciutadania i per les persones visitants com un actiu comercial de la ciutat, com una de les seves característiques diferencials. Per aquest motiu, les accions de promoció han d'anar adreçades a generar i enfortir aquest sentiment d'identitat per fer que els ciutadans i les ciutadanes valorin adequadament aquest fet diferencial que té Barcelona respecte a altres ciutats.

En aquest sentit, es preveu dur a terme, o continuar duent a terme, les accions següents:

Nom d'actuació	Accions	Indicadors	Agent/s encarregat/s
<b>1 Realització de programes de televisió dedicats a la promoció dels establiments emblemàtics</b>	Continuar amb la realització dels programes <i>Va passar aquí</i> de Betevé. Incorporació de codis QR a cada establiment per l'accés al programa a través del mòbil	<p>Programes realitzats 2020: 10 programes 2021: 18 programes</p> <p>Codis QR realitzats 2021: 10</p>	<p>Betevé</p> <p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l'Ajuntament de Barcelona</p>
<b>2 Publicacions que ajudin en la promoció del comerç emblemàtic.</b>	<p>Editar la guia de butxaca Emblemàtics Barcelona.</p> <p>Col·laborar en iniciatives públiques o privades sobre aquesta qüestió.</p>	<p>Nombre de guies editades 2021: 1.700 (<b>annex 2</b>)</p> <p>Iniciatives a les quals s'ha donat suport 2020-2021: Edició del llibre "Comerços Emblemàtics de Barcelona" (<b>annex 3</b>)</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum. De l'Ajuntament de Barcelona</p> <p>Servei de Publicacions de l'Ajuntament de Barcelona.</p>

<p><b>3 Promoció del lloc web</b> <b>www.rutadelsemblematics.cat</b></p>	<p>Traduir els continguts al castellà i l'anglès per arribar a més públic.</p> <p>Difondre materials i recursos, com a eina de promoció turística, comercial,..</p>	<p>Nombre i data de les actualitzacions <i>2021 es tradueix el web al castellà i a l'anglès.</i></p> <p>Materials creats i divulgats</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p> <p>Fons d'imatges del Comerç de Catalunya</p>
<p><b>4 Vinculació de les escoles de disseny al comerç emblemàtic</b></p>	<p>Projecte "Els llums de Nadal il·luminen el comerç". Disseny d'aparadors de Nadal aplicat als establiments emblemàtics.</p>	<p>Nombre d'escoles de disseny i comerços emblemàtics <i>2021:10 escoles de disseny i 10 comerços emblemàtics a Ciutat Vella. (annex 4)</i></p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p> <p>Barcelona Centre de Disseny</p>
<p><b>5 Programa sobre comerç a les escoles</b></p>	<p>Donar a conèixer el comerç emblemàtic entre l'alumnat dels centres educatius utilitzant:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geoemblemàtics,</li> <li>- visites guiades virtuals,</li> <li>- visites presencials.</li> </ul>	<p>Nombre d'escoles i comerços emblemàtics visitats</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum. De l' Ajuntament de Barcelona</p> <p>Institut Municipal d'Educació de Barcelona</p>
<p><b>6 Integració del màrqueting turístic en l'estratègia de comunicació i promoció dels establiments emblemàtics</b></p>	<p>Promoure "La ruta dels emblemàtics" en circuits turístics i en activitats de valor turístic, com ara tallers, conferències o rutes específiques i estudiar la possibilitat de dissenyar un logotip d'autor, que permeti identificar i visualitzar físicament els establiments emblemàtics.</p>	<p>Nombre de comerços integrats.</p> <p>13 comerços emblemàtics a "Barcelona Unique Shops"</p>	<p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p> <p>Consorti de Turisme de Barcelona</p>



<b>7 Creació d'estratègies amb altres ciutats referents pel que fa a la preservació del patrimoni comercial.</b>	Trobada nacional/internacional de governs municipals i entitats representatives de ciutats per intercanviar el coneixement i l'experiència en accions de promoció i preservació dels establiments emblemàtics.	Ciutats participants Assistents Conclusions	Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum. Ajuntament de Barcelona
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------

## Línia d'actuació 3 | COMPETITIVITAT

Els comerços emblemàtics, en la majoria dels casos, tal com passa en el comerç de proximitat, necessita eines per enfortir-se i ser prou competitiu comercialment.

En aquest sentit, és imprescindible la màxima professionalització possible de les persones que en són titulars, la seva digitalització i l'assessorament professionalitzat.

- **La formació** permet garantir l'eficàcia, l'eficiència i la qualitat de l'activitat a través de la millora i l'enfortiment de les capacitats de les persones.
- **La digitalització** permet adaptar-se a les noves formes de negoci i oferir noves opcions més adequades per a les persones consumidores.
- **L'assessorament** permet garantir la sostenibilitat econòmica de l'establiment.

En aquest sentit, es preveu dur a terme les accions següents:

### i. FORMACIÓ I PROFESSIONALITZACIÓ

Nom d'actuació	Accions	Indicadors	Agent/s encarregat/s
<b>1 Manteniment i impuls a l'activitat comercial</b>	Garantir la participació dels comerços emblemàtics en els programes de suport al comerç de proximitat.	<p>Nombre de comerços emblemàtics que participen en cada programa.</p> <p><i>2016-2021: El 46% dels establiments emblemàtics han fet activitat formativa.</i></p>	<p>Oficina d'Atenció a les Empreses. Barcelona Activa (BASA)</p> <p>Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum de l' Ajuntament de Barcelona</p>

## ii. DIGITALITZACIÓ

Nom d'actuació	Accions	Indicadors	Agent/s encarregat/s
<b>1 Promoció de la digitalització dels establiments emblemàtics</b>	Garantir la participació efectiva del comerç emblemàtic en els programes municipals de digitalització del comerç, subvencions, Barcelona Marketplace, etcètera.	Nombre de comerços participants en el programa de digitalització 2021: <i>8 subvencions atorgades, per un import de 14.727,76 euros.</i>	Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum. De l'Ajuntament de Barcelona  Barcelona Activa

## iii. ASSESSORAMENT JURÍDIC I LEGAL

Nom d'actuació	Accions	Indicadors	Agent/s encarregat/s
<b>2 Assessorament jurídic i legal</b>	Acompanyar directament en temes relacionats amb lloguer de locals, fiscalitat i transmissió del negoci.	Nombre de tràmits atesos 2021: <i>2 demandes per lloguer, 3 demandes per traspassos de negoci i 26 demandes diverses.</i>	Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum. De l'Ajuntament de Barcelona  Barcelona Activa

## 6. PARTICIPACIÓ, CORRESPONSABILITAT I AVALUACIÓ

El comerç emblemàtic de Barcelona té un gran potencial a l'hora de generar sinergies amb altres serveis municipals i amb sectors i agents de la ciutat. Àmbits com el sector cultural, el turisme i la restauració destaquen per aquests forts vincles que mantenen amb el conjunt d'establiments comercials emblemàtics de Barcelona. Així mateix, és necessari destacar diverses iniciatives privades que s'han dut a terme per promocionar el comerç emblemàtic (rutes, guies, etcètera).

El Govern municipal, per tal d'impulsar i afavorir la corresponsabilitat social en la consecució de reptes complexos, articula diverses formes de participació amb els agents claus del sector a escala política, associativa i acadèmica. Es proposen accions que facin possible l'intercanvi de coneixements i experiències vinculades al comerç emblemàtic tant localment com internacionalment.

### **Grup de treball de comerços emblemàtics**

Existeix un grup de treball, per ara no formalitzat, que té com a objectius prioritaris socialitza el treball que es fa per la preservació i la promoció del comerç emblemàtic de la ciutat, i cercar i consensuar mesures per protegir, promocionar i preservar els comerços emblemàtics de la nostra ciutat. També es vol fer el seguiment i l'avaluació de la mesura de govern a partir dels indicadors establerts.

Aquest grup de treball es impulsat i coordinat per la regidoria de Comerç, Mercats, Consum, Règim Interior i Hisenda a través de la Direcció de Comerç, Restauració i Consum .

Està compostat per:

1. Representants polítics de l'Ajuntament de Barcelona
  - Esquerra Republicana
  - Junts per Catalunya
  - Ciutadans
  - Barcelona pel Canvi
  - Partit Popular
  - Regidora no adscrita
  
2. Representants tècnics de les àrees municipals directament implicades
  - Direcció de Comerç, Restauració i Consum
  - Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida
  - Ecologia Urbana - Serveis d'Arquitectura
  - Ecologia Urbana - Patrimoni Arquitectònic Històric i Artístic
  - Barcelona Activa

### 3. Associació de comerciants

- Barna Centre - Fundació Barcelona Oberta
- Fundació Barcelona Comerç
- Associació d'Establiments Emblemàtics

### **Taules monogràfiques específiques**

Es preveu la possibilitat de crear taules de treball específiques. Aquestes taules seran puntuals, per treballar temes específics, i permetran facilitar la interlocució entre el comerç emblemàtic i l'Ajuntament de Barcelona, així com amb altres agents d'arreu. La seva composició es farà depenent dels temes que s'hi tractin.

A la sessió del grup de Treball dels establiments emblemàtics del 25 de gener de 2022 es va constituir una taula específica per treballar els canvis legislatius.

## 7.PRESSUPOST\*

ACCIONS	2021	2022	2023	2024	TOTAL 2021-2024
Preservació	33.300,00	56.200,00	80.200,00	32.200,00	201.900,00
Promoció	48.800,00	48.800,00	48.800,00	72.800,00	219.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>82.100,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>129.000,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>421.100,00</b>

- Aquest pressupost només contempla les accions que es porten a terme des de la Direcció de Serveis de Comerç, Restauració i Consum dirigides específicament als establiments comercials emblemàtics (no inclou adquisicions, subvencions extraordinàries, ni la participació d'aquests comerços en els programes generals).

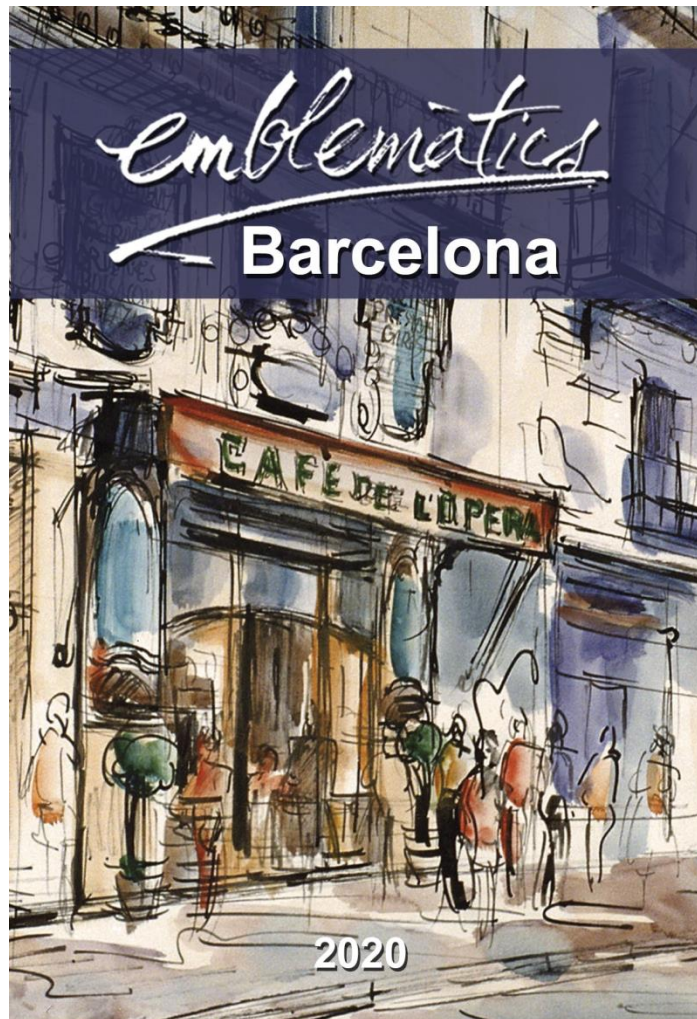
## 8. ANNEXOS

**Annex 1: Díptic dirigit als comerciants sobre serveis i recursos municipals**





**Annex 2: Guia EMBLEMÀTICS BARCELONA. 2020**





**Annex 3:** Suport edició llibre COMERÇOS EMBLEMÀTICS DE BARCELONA. 2021. editorial Efadós.



**Annex 4: Els llums de Nadal il·luminen el comerç". Disseny d'aparadors de Nadal aplicat als establiments emblemàtics. 2021**





Ajuntament  
de Barcelona

# **Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los establecimientos comerciales emblemáticos en Barcelona**

## **2021-2024**

**Febrero del 2022**

**Dirección de Servicios de Comercio,  
Restauración y Consumo**

**Medida de gobierno para la preservación y la  
promoción de los establecimientos comerciales  
emblemáticos en Barcelona 2021-2024**

Presentada en el Plenario Municipal de Barcelona el  
25 de febrero de 2022 por Montserrat Ballarín España,  
concejala de Comercio y Mercados, Consumo,  
Régimen Interior y Hacienda.

## CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN
2. OBJETIVOS
3. DIAGNOSIS
  - a. Radiografía de los establecimientos emblemáticos 2021
  - b. Fortalezas, oportunidades y retos del comercio emblemático
4. FASES DE LA MEDIDA DE GOBIERNO
5. LÍNEAS DE ACTUACIÓN
  - a. PRESERVACIÓN
  - b. PROMOCIÓN
  - c. COMPETITIVIDAD
    - i. Formación y profesionalización
    - ii. Digitalización
    - iii. Asesoramiento jurídico y legal
6. PARTICIPACIÓN, CORRESPONSABILIDAD Y EVALUACIÓN
7. PRESUPUESTO
8. ANEXOS

# 1. JUSTIFICACIÓN

A lo largo de los siglos, Barcelona ha ido creando un tejido comercial muy importante. Todo este legado ha perdurado hasta nuestros días y ha permitido que hoy en día la ciudad disfrute de un considerable número de establecimientos que han sabido vencer el paso del tiempo y que son testigo de nuestro pasado y, a su vez, un patrimonio cultural de primer nivel que debe preservarse y difundirse entre sus vecinos y vecinas, y también en el entorno metropolitano.

Barcelona se ha consolidado en los últimos años como uno de los principales destinos urbanos europeos. Su atractivo ha hecho aumentar el número de turistas de forma constante, ha consolidado la economía de servicios destinada a la atención de visitantes y ha transformado una buena parte del territorio central de la ciudad en muy pocos años. Esta situación no está exenta de retos, uno de los cuales es la preservación de los establecimientos emblemáticos de la ciudad. Estos establecimientos son símbolo y expresión de la identidad de Barcelona, unos espacios donde la singularidad se antepone a la homogeneización y que contribuyen, así, a configurar un modelo de ciudad sostenible, que favorece la convivencia social. Fenómenos como los de la globalización, la especulación o el aumento del precio del alquiler han irrumpido con fuerza, amenazando la continuidad de muchos comercios históricos.

En este sentido, la Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los comercios emblemáticos en Barcelona se ha llevado a cabo con el objetivo de trazar la hoja de ruta de las políticas municipales sobre la base de una diagnosis en trabajo de campo y participada, que al mismo tiempo quiere generar nuevo conocimiento en torno a las materias que aborda. Este proceso de trabajo también tiene que velar por integrar, de forma concurrente, las medidas, los planes y las acciones que ya estaban en marcha y garantizar su coherencia y complementariedad.

En la diagnosis presentada en setiembre del 2021 al grupo de trabajo de emblemáticos, se hizo un análisis en profundidad de la situación actual de los establecimientos catalogados en el año 2016 por el Ayuntamiento de Barcelona. Y, con el fin de darle respuesta, a continuación se presentan, de forma detallada y estructurada, las líneas de actuación fruto de un trabajo intensivo de escucha activa de una pluralidad de agentes, de voces expertas y de análisis de documentos. Las líneas de acción han sido compartidas con el grupo de trabajo de los establecimientos emblemáticos el 25 de enero de 2022.



Estas propuestas, estructuradas en tres líneas de actuación (preservación, promoción y competitividad) fundamentan las medidas de salvaguarda de los establecimientos emblemáticos de Barcelona. Las propuestas asumen la complejidad que rodea a este tipo de establecimientos, en que confluyen en un frágil equilibrio conceptos como, por una parte, la propiedad privada, con sus derivadas (como la conservación patrimonial), y, por otra parte, el interés público basado en el disfrute de los propios comercios y en la preservación de la actividad económica que se lleva a cabo y que aporta singularidad a la ciudad (patrimonio inmaterial). En definitiva, este conjunto de propuestas quiere ofrecer nuevos marcos de posibilidades para gestionar el futuro del comercio emblemático y velar por su sostenibilidad, conciliando al máximo todos los elementos en juego y promoviendo el máximo retorno social posible de la actividad económica.

### **Nuevos escenarios, mismas prioridades**

La Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los establecimientos comerciales emblemáticos en Barcelona debe dar respuesta a los nuevos escenarios que amenazan al comercio emblemático y mantener como prioridad que tenga una continuidad sostenible. En definitiva, debe convertir el comercio emblemático en una palanca de cambio para proyectar al mundo la singularidad y la riqueza del tejido comercial de Barcelona, un modelo basado en el comercio de proximidad que favorece la convivencia y la cohesión social en los barrios de la ciudad.

## 2. OBJETIVOS

1. **Impulsar la preservación y la promoción** de los comercios emblemáticos de los que dispone nuestra ciudad como símbolo y expresión de la identidad de Barcelona.

2. **Posicionar Barcelona como referente de ciudad** que preserve su comercio emblemático, y establecer una hoja de ruta para la elaboración de políticas locales con y para los establecimientos emblemáticos de la ciudad, de tipo jurídico, de dinamización comercial y de promoción.

3. **Articular medios y herramientas** que nos permitan conocer la situación de los establecimientos emblemáticos de manera objetiva, sistemática y rigurosa, al servicio del sector y de las políticas municipales.

4. **Hacer partícipes a los establecimientos emblemáticos de las políticas municipales** dirigidas al comercio de proximidad con el fin de garantizar la competitividad.

- a. Avanzar en la profesionalización del sector mediante la formación.
- b. Avanzar en la digitalización como nueva vía de negocios y como herramienta de innovación en la gestión.
- c. Ofrecer asesoramiento jurídico y legal acompañándolos en la gestión de su actividad económica.



## 3. DIAGNOSIS

El documento de diagnóstico presentado en setiembre del 2021 recoge los resultados del estudio llevado a cabo, de acuerdo con las prescripciones técnicas marcadas en las bases del concurso promovido por el Ayuntamiento de Barcelona.

Los datos de este informe han sido recopilados presencialmente en los 209 establecimientos catalogados durante los meses de mayo, junio y julio del 2021 mediante un trabajo de campo encargado por la Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona, en el que también se facilita toda la información sobre el tratamiento de los datos obtenidos. Este proceso ha culminado con la exposición de la memoria de la diagnosis estructurada en seis ámbitos temáticos:

Ámbito 1. Datos referentes al valor patrimonial

Ámbito 2. Datos básicos del establecimiento. Distribución geográfica

Ámbito 3. Datos referentes a la actividad y a la singularidad de los negocios

Ámbito 4. Datos referentes a la transformación digital

Ámbito 5. Datos referentes a modificaciones con respecto al catálogo del 2016

Ámbito 6. Datos referentes a la continuidad del negocio

A continuación, se presentan los seis ámbitos temáticos y los principales datos obtenidos, así como un análisis de las fortalezas, las oportunidades y los retos del comercio emblemático en Barcelona.

## a. RADIOGRAFÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS EMBLEMÁTICOS EN EL 2021

### Ámbito 1. Datos referentes al valor patrimonial

En el 2016, el Ayuntamiento de Barcelona aprobó el Plan especial de protección de la calidad urbana y creó el catálogo de protección arquitectónico, histórico y paisajístico de los establecimientos emblemáticos de la ciudad de Barcelona, que incluye un total de 209 establecimientos protegidos en categorías diversas según sus características patrimoniales y arquitectónicas.

#### **Categoría 1. Establecimientos de gran interés**

Establecimientos proveedores de un interés destacable en el ámbito patrimonial que han quedado libres de modificaciones sustanciales o de añadidos que los puedan desfigurar.

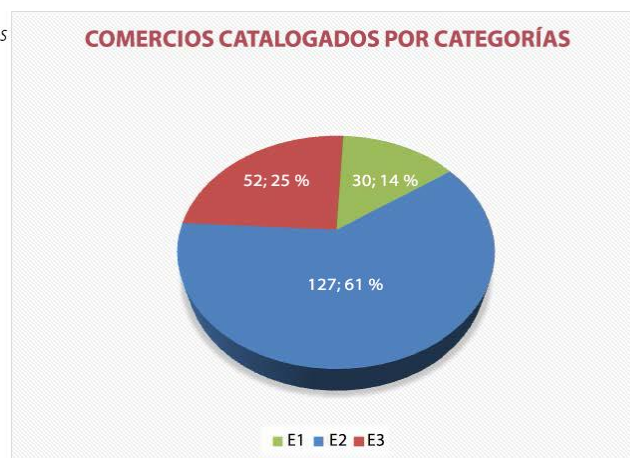
#### **Categoría 2. Establecimientos de interés**

Establecimientos que poseen elementos o conjuntos patrimoniales de interés singular, pero que, en intervenciones posteriores a su construcción, han perdido la coherencia unitaria inicial genuina.

#### **Categoría 3. Elementos de interés paisajístico**

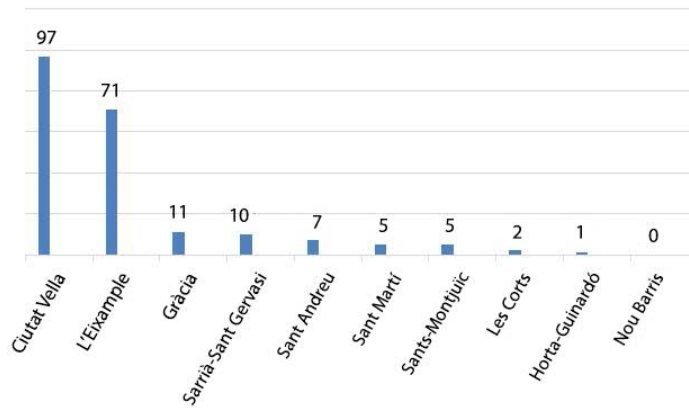
Se otorga a los elementos que aún forman parte o que han formado parte de establecimientos que definen un ambiente o paisaje urbano determinado, con valores patrimoniales coherentes.

*De los 209 establecimientos catalogados en el 2016 por el Ayuntamiento de Barcelona, 30 (14 %) pertenecen a la categoría máxima E1, 127 (52 %), a la E2, y 52, (25 %) a la E3.*



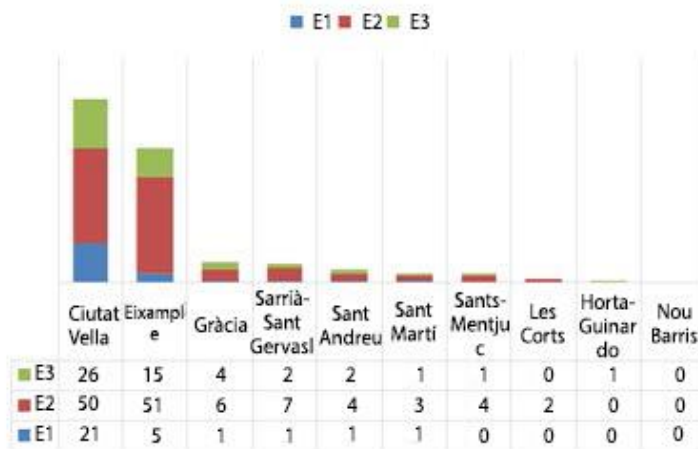
## Àmbit 2. Datos básicos del establecimiento. Distribución geográfica

### DISTRIBUCIÓN POR DISTRITOS



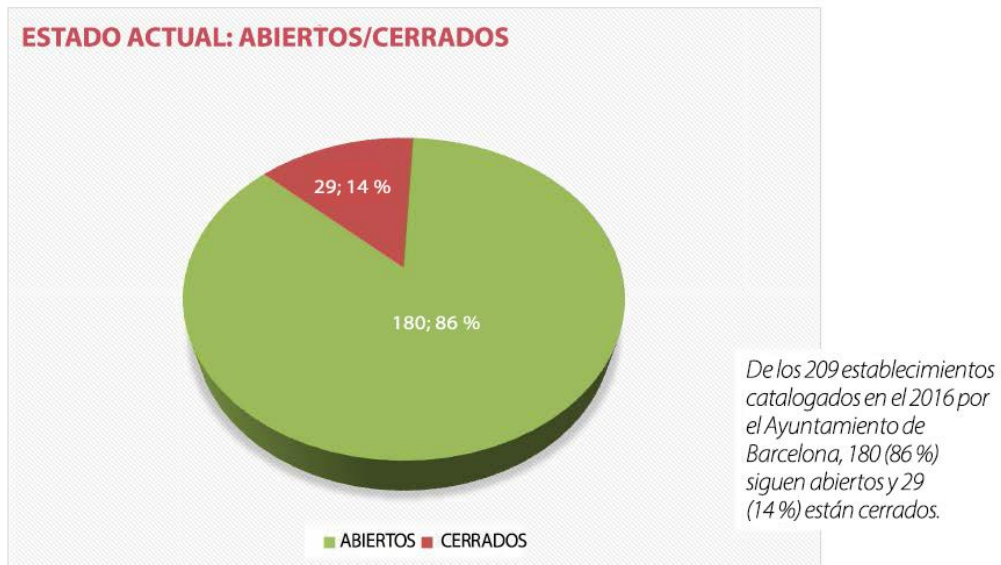
El Ayuntamiento tiene catalogados un total de **209 comercios emblemáticos** distribuidos en los **distritos**.

### DISTRIBUCIÓN POR DISTRITOS



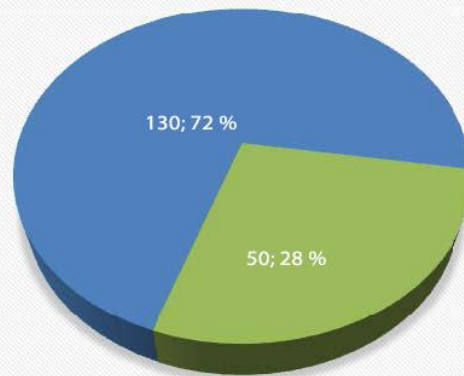
El Ayuntamiento tiene catalogados un total de **209 comercios emblemáticos** distribuidos en los **distritos**.

### Àmbit 3. Datos referentes a la actividad y a la singularidad de los negocios



<b>TIPO DE SINGULARIDAD</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS SINGULARES</b>
<b>Singularidad vinculada al mantenimiento de las prácticas comerciales de antes</b> (venta de vino a granel, uso de fórmulas herbales tradicionales, venta a granel, etc.)	6
<b>Singularidad vinculada a la exclusividad del negocio o actividad</b> (tiendas de magia y de pararrayos más antiguas del mundo, horno de leña para tostar más antiguo de Europa, pequeño museo de droguería, colección de espejos única en el Estado)	6
<b>Singularidad vinculada a prácticas de producción artesanal</b>	17
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Existencia de obrador</b> en el caso de establecimientos vinculados a la alimentación (pastelerías, panaderías, etc.)</li> <li>• <b>Existencia de taller</b> en el caso de otras actividades artesanales (taller de reparación de sombreros, taller de restauración de imaginería, taller de fabricación de marcos, taller de afilar, etc.)</li> </ul>	18
<b>Singularidad vinculada a reconocimientos y méritos por la calidad del producto</b> (Premio a la mejor paella del mundo 2019, creación de la emblemática tapa "la bomba", etc.)	3

### ESTABLECIMIENTOS SINGULARES

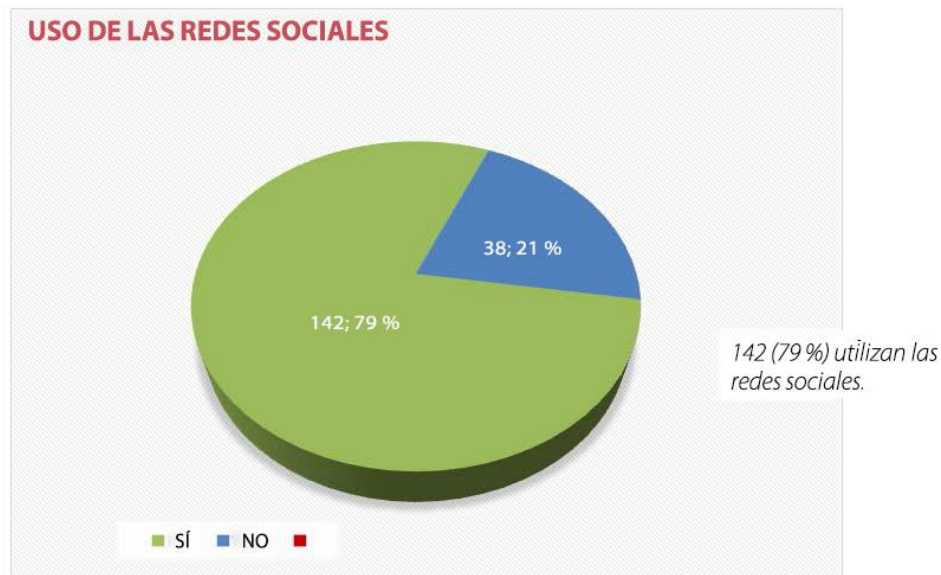
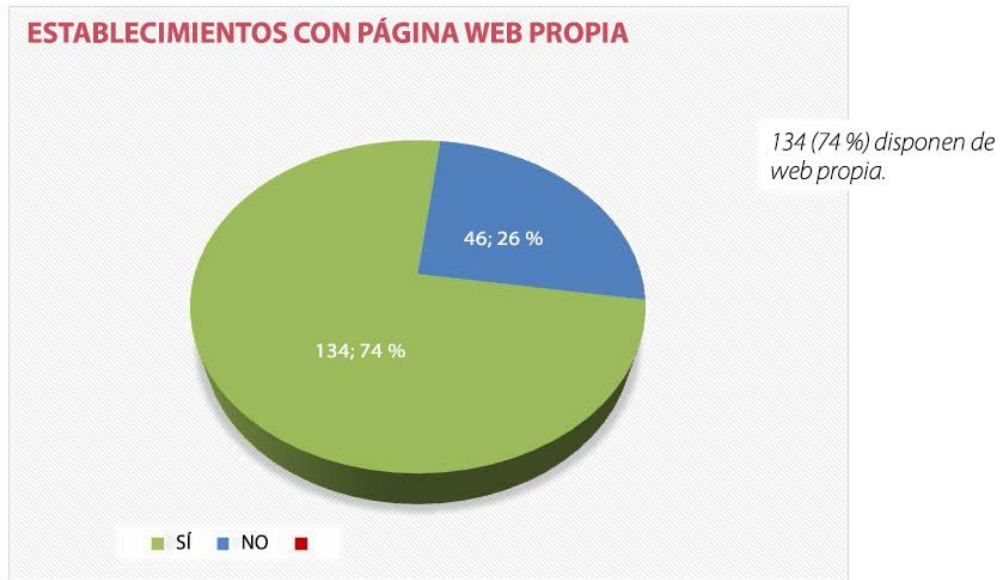


*Del total de establecimientos catalogados activos, 50 (28 %) se pueden considerar singulares. Poseen determinadas cualidades que los distinguen del resto, lo que aporta un valor añadido a su producto.*

■ SÍ ■ NO



#### Àmbit 4. Datos referentes a la transformación digital

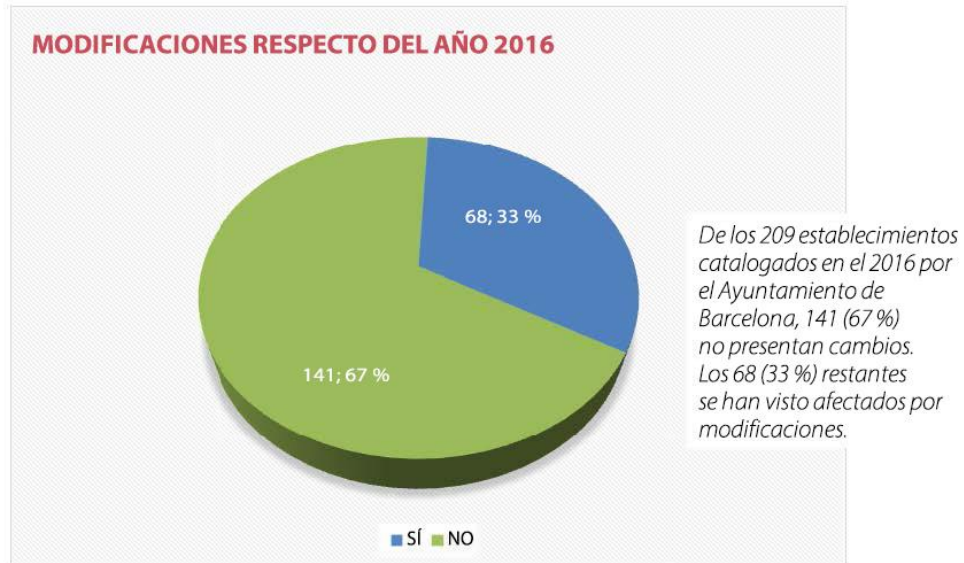


La Encuesta de actividad del sector comercial de Barcelona 2020 nos aporta los siguientes datos:

- Establecimientos con sitio web: 43 %
- Establecimientos que ofrecen venta en línea: 65,20 %
- Redes utilizadas:
  - Facebook: 44,60 %
  - Instagram: 44,20 %
  - WhatsApp: 39,50 %

Aunque los datos de los establecimientos emblemáticos son, en general, superiores a los mencionados anteriormente, aún queda recorrido en la implantación y el uso eficiente de las herramientas digitales.

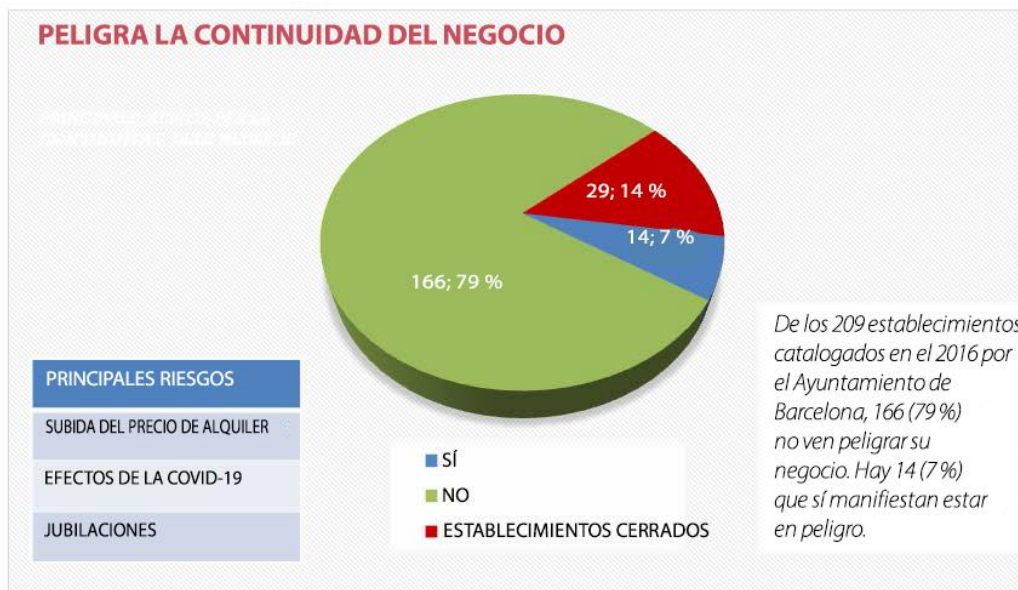
## Àmbit 5. Datos referentes a modificaciones con respecto al catálogo del 2016



### MODIFICACIONES. ESTADO ACTUAL

MODIFICACIONES	E1	E2	E3	TOTAL
ABIERTO. SIN MODIFICACIONES	24	87	30	141
ABIERTO. TRASPASO DEL NEGOCIO SE MANTIENE LA ACTIVIDAD	2	19	2	23
ABIERTO. TRASPASO DEL NEGOCIO CAMBIO DE ACTIVIDAD	1	6	9	16
LOCAL CERRADO SIN ACTIVIDAD	3	12	7	22
LOCAL CERRADO TRASLADO DE LA ACTIVIDAD	0	2	3	5
LOCAL CERRADO MANTIENE SU ACTIVIDAD EN LÍNEA	0	1	1	2
	30	127	52	209

## Àmbit 6. Datos referentes a la continuidad del negocio

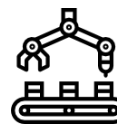




## b. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES Y RETOS DEL COMERCIO EMBLEMÁTICO

### Fortalezas y oportunidades

- El comercio emblemático es un factor de identidad de ciudad y un testigo de nuestro pasado, a la vez que un patrimonio cultural de primer nivel.
- El comercio emblemático es comercio de proximidad y contribuye a la cohesión social y a la sostenibilidad ambiental y a generar una ciudad más amable.
- Tiene una oferta amplia con respecto a la tipología, y extensa, aunque una gran parte se encuentra en las zonas más turísticas. Satisface las necesidades cotidianas de la ciudadanía en su entorno próximo y las de las personas visitantes. Es bien valorada por su calidad y singularidad.
- Barcelona está bien valorada como destino de visitas. La marca Barcelona es reconocida y potente. Los establecimientos emblemáticos contribuyen con su singularidad, que se antepone a la homogeneización.
- Los y las comerciantes expresan un vínculo muy estrecho con su negocio y con lo que representa para la ciudad como propuesta comercial y de identidad de Barcelona.



### Retos

- Hay una falta de continuidad en la actividad en el momento de jubilarse.
- Los precios del alquiler aumentan de manera inaccesible para hacer viable la continuidad del negocio.
- Hay un bajo nivel de asociacionismo.
- Hay una escasa digitalización en la oferta, en la gestión y en competencias para la venta en línea.
- Los sectores con facturación estacional no perduran en el tiempo.
- Hay una pérdida parcial o total de la singularidad de la actividad comercial en muchos establecimientos.



## 4. FASES DE LA MEDIDA DE GOBIERNO

El proceso de elaboración de la Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los establecimientos comerciales emblemáticos en Barcelona consta de cuatro fases: diseño; diagnóstico; propuestas y formalización, y desarrollo y seguimiento.

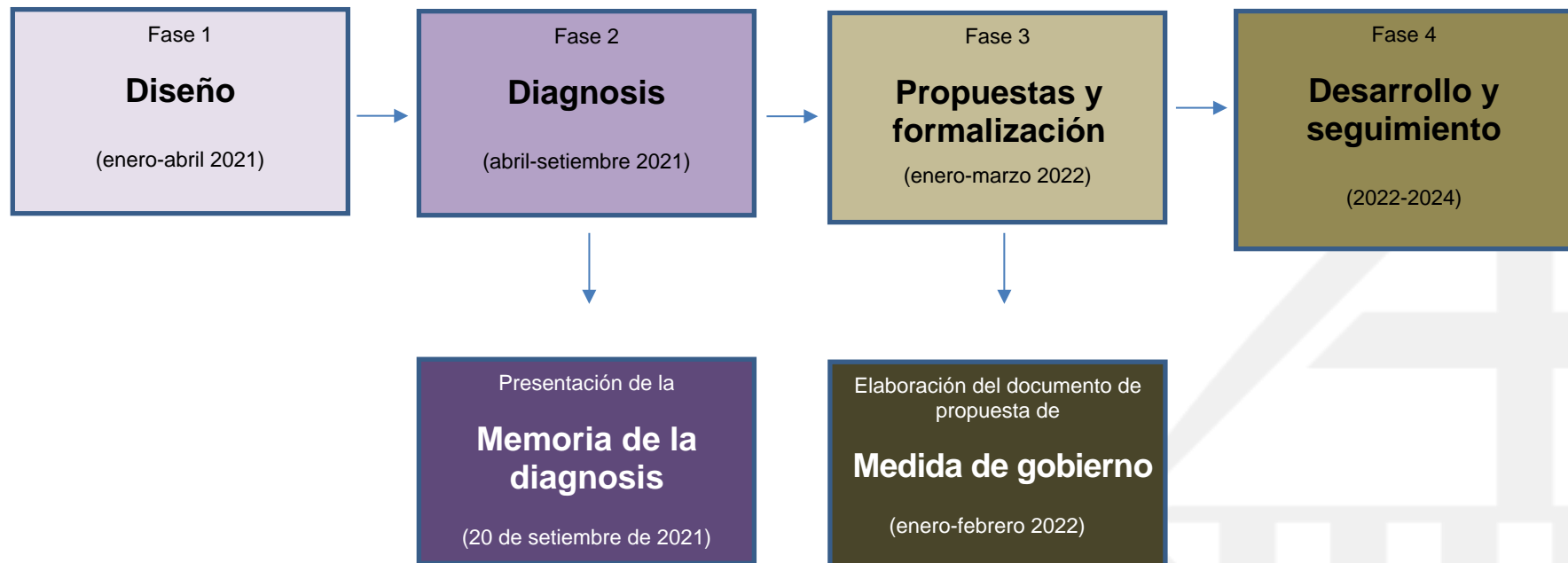
Durante la fase de diseño, que tuvo lugar entre enero y abril del 2021, se asentaron las bases para configurar los contenidos que debía incluir el documento de diagnóstico de los establecimientos emblemáticos catalogados en el 2016.

El 20 de setiembre de 2021 se presentó, a los representantes de los grupos políticos municipales y de las asociaciones comerciales, la memoria de la diagnosis con todos los resultados obtenidos en el estudio y que ofrecía una foto actualizada de la situación de los establecimientos emblemáticos de Barcelona. En esta diagnosis se definieron y recopilaron datos sobre seis ámbitos temáticos.

La tercera fase, objeto de este documento, se centra en el diseño de la estructura y en la redacción de hasta tres líneas de actuación que dan respuesta a los retos de la diagnosis. Este documento despliega el contenido de estas líneas de actuación, que fueron compartidas en el grupo de trabajo de los emblemáticos el 25 de enero de 2022.

La cuarta fase se abordará una vez se haya formalizado el plan, momento en el que se hará un seguimiento y acompañamiento de las líneas de actuación, y se evaluará de manera continuada el estado de las actuaciones en los espacios de participación plurales que se consideren. Asimismo, la Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los establecimientos comerciales emblemáticos en Barcelona seguirá nutriéndose de conocimiento sobre las cuestiones consideradas oportunas mediante un espacio de debate continuo.

## Fases de elaboración



## 5. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

En este documento se presentan las tres líneas de actuación concebidas para dar respuesta a los retos del comercio emblemático. La situación actual hace que los propósitos expuestos en cada una de las líneas de actuación estén relacionados estrechamente entre sí y, por lo tanto, no se pueden concebir como compartimentos estancos, sino que, debido a su interdependencia, forman parte de una estrategia conjunta.

La construcción de las propuestas presentadas a continuación ha sido compleja, y se han integrado varias fuentes de información y conocimiento, así como los resultados recogidos en la diagnosis.

Además, el proceso de elaboración de las propuestas se ha nutrido de varios espacios de trabajo en grupos sobre temáticas concretas, así como de reuniones celebradas con los principales agentes implicados.

Para que estas líneas de actuación sean efectivas, es indispensable que los y las comerciantes tengan un papel activo en todo el proceso. Es necesario implicarlos y estar en comunicación directa y continua con ellos para que reciban la información de todo lo que se está haciendo. La alianza Administración-comerciante es básica para el éxito de la implantación de la Medida de gobierno para la preservación y la promoción de los establecimientos comerciales emblemáticos en Barcelona.

A partir de la diagnosis hecha, se desarrollan tres líneas de acción concebidas para dar respuesta a los retos relacionados con los establecimientos emblemáticos.

## a. Línea de actuación 1 | PRESERVACIÓN

La normativa de la Generalitat no permite una protección integral de los comercios emblemáticos ni ofrece una denominación o conceptualización unívoca (histórico, centenario, emblemático, singular, etcétera). El Ayuntamiento de Barcelona dispone de una protección de carácter urbanístico constituida por el Plan especial de protección de la calidad urbana: catálogo de protección arquitectónico, histórico y paisajístico de los establecimientos emblemáticos de la ciudad de Barcelona, aprobado por el Plenario del Consejo Municipal, en sesión celebrada el día 26 de febrero de 2016.

Ello comporta que actualmente el patrimonio material de los establecimientos emblemáticos (continente del local) esté protegido, pero la actividad (contenido) está desprotegida. Así, pues, habría que ampliar la protección a la actividad que se lleva a cabo en algunos establecimientos considerados emblemáticos, para que las administraciones puedan proteger las actividades que se harán en estos locales e incentivar que se mantenga la actividad que constituye la esencia del local emblemático en cuestión. De hecho, Barcelona ya tiene experiencia en proteger actividades económicas singulares en sus mercados municipales.

En la legislación vigente, no hay suficientes habilitaciones para que los ayuntamientos puedan cumplir actos o aprobar planes que hagan exigible la obligación de uso, es decir, ejecutar efectivamente actividades concretas en unos inmuebles determinados para proteger los establecimientos comerciales emblemáticos de la ciudad. Una de las posibilidades para proteger los establecimientos emblemáticos podría ser modificar la legislación catalana de protección del patrimonio cultural (Ley 9/1993, del patrimonio cultural catalán), para hacer que incorpore formas de actividad comercial concretas como integrantes del patrimonio cultural inmaterial del país o de las ciudades y villas del país.

Así, pues, para que el Ayuntamiento pueda proteger mejor los comercios emblemáticos sería necesario que dispusiese de más instrumentos y recursos, por lo que se hace imprescindible que la Generalitat despliegue sus competencias en la materia. No obstante estas limitaciones, el Ayuntamiento, de la mano del sector, está creando, y lo seguirá haciendo, acciones de protección de los comercios emblemáticos con las herramientas de las que dispone actualmente.

En este sentido, se prevé llevar a cabo las siguientes acciones:

Nombre de la actuación	Acciones	Indicadores	Agentes encargados/as
<p><b>1. Mantenimiento de la información sobre los establecimientos emblemáticos en Barcelona</b></p>	<p>Establecer mecanismos sistemáticos para poder tener actualizada la información sobre establecimientos emblemáticos recogida en el informe del 2021 y, en su caso, ampliarla; en los siguientes ámbitos:</p> <p>Ámbito 1. Datos referentes al valor patrimonial</p> <p>Ámbito 2. Datos básicos del establecimiento. Distribución geográfica</p> <p>Ámbito 3. Datos referentes a la actividad y a la singularidad de los negocios</p> <p>Ámbito 4. Datos referentes a la transformación digital</p> <p>Ámbito 5. Datos referentes a modificaciones con respecto al catálogo del 2016</p> <p>Ámbito 6. Datos referentes a la continuidad del negocio</p>	<p>Actualizaciones por año</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p>
<p><b>2. Mantenimiento y actualización del Catálogo del patrimonio, histórico-artístico y paisajístico de los establecimientos emblemáticos de la ciudad de Barcelona del 2016</b></p>	<p>Elaborar y consensuar las propuestas de supresiones, ampliaciones y otros cambios de los comercios emblemáticos.</p>	<p>Número de establecimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suprimidos</li> <li>• Ampliados</li> <li>• Que han sufrido cambios</li> </ul>	<p>Ecología Urbana del Ayuntamiento de Barcelona</p>

<p><b>3. Acompañamiento personalizado a los comercios emblemáticos</b></p>	<p>Disponer de un referente técnico municipal para el comercio emblemático.</p> <p>Elaborar un díptico que incluya información básica sobre los recursos y los servicios existentes. <i>Distribuidos entre los comercios emblemáticos en versión física y digital (véase el anexo).</i></p> <p>Poner al servicio de los establecimientos un correo electrónico y un teléfono de contacto de uso privativo.</p>	<p>2021 Atención personalizada: <i>31 visitas presenciales hechas octubre-diciembre</i></p> <p>2021. Díptico publicado (<b>anexo 1</b>) <i>1.000 dípticos, octubre</i></p> <p>2021. Correos electrónicos gestionados 46 correos gestionados, octubre-diciembre</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p>
<p><b>4. Creación de herramientas que permitan al Ayuntamiento de Barcelona acompañar mejor a los comercios emblemáticos cuando haya cambios de titularidad o de uso</b></p>	<p>Modificar el artículo 21 de la Ley del patrimonio cultural para obligar a las personas titulares de comercios emblemáticos a comunicar con antelación los cambios de titularidad o de uso.</p> <p>Crear un protocolo interno del Ayuntamiento para actuar cuando se produzca un cambio de titularidad o de uso en establecimientos emblemáticos.</p>	<p>Elaboración y tramitación de la propuesta (Sí/No)</p> <p>Implantación de la normativa (Sí/No)</p>	<p>Ecología Urbana del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Grupo de trabajo de los establecimientos emblemáticos</p>
<p><b>5. Modificación de leyes y normas para hacer posible que el Ayuntamiento proteja actividades de interés especial llevadas a cabo en establecimientos emblemáticos</b></p>	<p>Creación de una mesa de participación para consensuar propuestas concretas de reformas legislativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para determinar la inclusión de determinadas actividades en la definición de <i>patrimonio cultural inmaterial</i>.</li> <li>- Para supuestos en que se pueda incentivar o proteger el mantenimiento de determinadas actividades llevadas a cabo en establecimientos emblemáticos.</li> </ul>	<p>Elaboración y tramitación de la propuesta (Sí/No)</p> <p>Modificación de la ley (Sí/No)</p>	<p>Grupo de trabajo de los establecimientos emblemáticos</p>

<p><b>6. Adquisición de locales emblemáticos para garantizar su continuidad</b></p>	<p>Valorar la posibilidad de adquirir establecimientos comerciales emblemáticos cuando su desaparición suponga una pérdida relevante para la ciudad. La medida ya se ha aplicado en casos como la Cereria Subirà.</p> <p>Garantizar que los establecimientos emblemáticos tengan un tratamiento especial dentro de las políticas municipales de adquisición de locales comerciales, como el programa “Persianas arriba”, con la compra del establecimiento El Ingenio.</p>	<p>Número de establecimientos adquiridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cereria Subirà</li> <li>• La Manual Alpargatera</li> <li>• Bar Marsella</li> <li>• El Ingenio (adquisición reciente)</li> </ul>	<p>Ayuntamiento de Barcelona (transversal)</p>
<p><b>7. Subvenciones para el comercio emblemático</b></p>	<p>Crear programas para fomentar la rehabilitación de establecimientos emblemáticos y destacar todos los elementos de valor patrimonial.</p>	<p>Número de establecimientos subvencionados.</p> <p>Subvenciones y cuantías otorgadas</p>	<p>Instituto Municipal del Paisaje Urbano y la Calidad de Vida del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p>
<p><b>8. Servicio de mediación para promover la continuidad de la actividad original del establecimiento emblemático (protección del patrimonio inmaterial)</b></p>	<p>Estudiar la creación de un servicio de mediación con el apoyo de Barcelona Activa para promover la continuidad de la actividad original del establecimiento emblemático, ante situaciones de cambio de titularidad, con la finalidad de proteger el patrimonio inmaterial.</p>	<p>Número de agentes implicados. Número de consultas atendidas. Número de peticiones resueltas</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Barcelona Activa</p>



## a. Línea de actuación 2 | PROMOCIÓN

Se debe seguir construyendo un relato en torno al comercio emblemático que promueva la historia, el valor patrimonial y la oferta comercial diferenciada y de carácter singular. Tiene que ser percibido por la ciudadanía y por las personas visitantes como un activo comercial de la ciudad, como una de sus características diferenciales. Por este motivo, las acciones de promoción deben ir dirigidas a generar y fortalecer este sentimiento de identidad para hacer que los ciudadanos y las ciudadanas valoren adecuadamente este hecho diferencial que tiene Barcelona con respecto a otras ciudades.

En este sentido, se prevé llevar a cabo, o seguir llevando a cabo, las siguientes acciones:

Nombre de la actuación	Acciones	Indicadores	Agentes encargados/as
<b>1 Realización de programas de televisión dedicados a la promoción de los establecimientos emblemáticos</b>	Continuar con la realización de los programas <i>Va passar aquí</i> , de Betevé. Incorporación de códigos QR en cada establecimiento para el acceso al programa a través del móvil.	Programas realizados <i>2020: 10 programas</i> <i>2021: 18 programas</i>  <i>Códigos QR realizados en el</i> <i>2021: 10</i>	Betevé  Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona
<b>2 Publicaciones que ayuden en la promoción del comercio emblemático</b>	Editar a la guía de bolsillo <i>Emblemáticos Barcelona</i> .  Colaborar en iniciativas públicas o privadas sobre esta cuestión.	Número de guías editadas <i>2021: 1.700 (anexo 2)</i>  <i>Iniciativas a las que se ha dado apoyo</i> <i>2020-2021: edición del libro Comercios emblemáticos de Barcelona (anexo 3)</i>	Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona  Servicio de Publicaciones del Ayuntamiento de Barcelona

<p><b>3 Promoción del sitio web</b> <b>www.rutadelsemblematics.cat</b></p>	<p>Traducir los contenidos al castellano y al inglés para llegar a más público.</p> <p>Difundir materiales y recursos, como herramienta de promoción turística, comercial, etc.</p>	<p>Número y fecha de las actualizaciones <i>2021 se traduce la web al castellano y al inglés</i></p> <p>Materiales creados y divulgados</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Fondo de Imágenes del Comercio de Cataluña</p>
<p><b>4 Vinculación de las escuelas de diseño con el comercio emblemático</b></p>	<p>Proyecto “Las luces de Navidad iluminan el comercio”. Diseño de escaparates de Navidad aplicado a los establecimientos emblemáticos.</p>	<p>Número de escuelas de diseño y comercios emblemáticos <i>2021: 10 escuelas de diseño y 10 comercios emblemáticos en Ciutat Vella (anexo 4)</i></p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Barcelona Centro de Diseño</p>
<p><b>5 Programa sobre comercio en las escuelas</b></p>	<p>Dar a conocer el comercio emblemático entre el alumnado de los centros educativos utilizando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geoemblemáticos,</li> <li>- visitas guiadas virtuales,</li> <li>- visitas presenciales.</li> </ul>	<p>Número de escuelas y comercios emblemáticos visitados</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Instituto Municipal de Educación de Barcelona</p>
<p><b>6 Integración del marketing turístico en la estrategia de comunicación y promoción de los establecimientos emblemáticos</b></p>	<p>Promover “La ruta de los emblemáticos” en circuitos turísticos y en actividades de valor turístico, como talleres, conferencias o rutas específicas, y estudiar la posibilidad de diseñar un logotipo de autor, que permita identificar y visualizar físicamente los establecimientos emblemáticos.</p>	<p>Número de comercios integrados. 13 comercios emblemáticos en “Barcelona Unique Shops”</p>	<p>Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona</p> <p>Consortio de Turismo de Barcelona</p>

<b>7 Creación de estrategias con otras ciudades referentes con respecto a la preservación del patrimonio comercial</b>	Encuentro nacional/internacional de Gobiernos municipales y entidades representativas de ciudades para intercambiar el conocimiento y la experiencia en acciones de promoción y preservación de los establecimientos emblemáticos.	Ciudades participantes Asistentes Conclusiones	Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo Ayuntamiento de Barcelona
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

## Línea de actuación 3 | COMPETITIVIDAD

Los comercios emblemáticos, en la mayoría de los casos, tal como pasa con el comercio de proximidad, necesitan herramientas para fortalecerse y ser suficientemente competitivos comercialmente.

En este sentido, es imprescindible la máxima profesionalización posible de las personas que son titulares de ellos, su digitalización y el asesoramiento profesionalizado.

- **La formación** permite garantizar la eficacia, la eficiencia y la calidad de la actividad mediante la mejora y el fortalecimiento de las capacidades de las personas.
- **La digitalización** permite adaptarse a las nuevas formas de hacer negocio y ofrecer nuevas opciones más adecuadas para las personas consumidoras.
- **El asesoramiento** permite garantizar la sostenibilidad económica del establecimiento.

En este sentido, se prevé llevar a cabo las siguientes acciones:

### i. FORMACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN

Nombre de la actuación	Acciones	Indicadores	Agentes encargados/as
<b>1. Mantenimiento e impulso a la actividad comercial</b>	Garantizar la participación de los comercios emblemáticos en los programas de apoyo al comercio de proximidad.	Número de comercios emblemáticos que participan en cada programa  <i>2016-2021: el 46 % de los establecimientos emblemáticos han hecho actividad formativa</i>	Oficina de Atención a las Empresas. Barcelona Activa (BASA)  Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona

## ii. DIGITALIZACIÓN

Nombre de la actuación	Acciones	Indicadores	Agentes encargados/as
<b>1 Promoción de la digitalización de los establecimientos emblemáticos</b>	Garantizar la participación efectiva del comercio emblemático en los programas municipales de digitalización del comercio, subvenciones, Barcelona Marketplace, etcétera.	Número de comercios participantes en el programa de digitalización <i>2021: 8 subvenciones otorgadas, por un importe de 14.727,76 euros</i>	Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona  Barcelona Activa

## iii. ASESORAMIENTO JURÍDICO Y LEGAL

Nombre de la actuación	Acciones	Indicadores	Agentes encargados/as
<b>2 Asesoramiento jurídico y legal</b>	Acompañar directamente en temas relacionados con el alquiler de locales, la fiscalidad y la transmisión del negocio.	Número de trámites atendidos <i>2021: 2 demandas por alquiler, 3 demandas por traspasos de negocio y 26 demandas diversas</i>	Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo del Ayuntamiento de Barcelona  Barcelona Activa

## 6. PARTICIPACIÓN, CORRESPONSABILIDAD Y EVALUACIÓN

El comercio emblemático de Barcelona tiene un gran potencial a la hora de generar sinergias con otros servicios municipales y con sectores y agentes de la ciudad. Ámbitos como el sector cultural, el del turismo y el de la restauración destacan por estos fuertes vínculos que mantienen con el conjunto de establecimientos comerciales emblemáticos de Barcelona. Asimismo, es necesario destacar varias iniciativas privadas que se han llevado a cabo para promocionar el comercio emblemático (rutas, guías, etcétera).

El Gobierno municipal, con el fin de impulsar y favorecer la corresponsabilidad social en la consecución de retos complejos, articula varias formas de participación con los agentes clave del sector en los ámbitos político, asociativo y académico. Se proponen acciones que hagan posible el intercambio de conocimientos y experiencias vinculados al comercio emblemático tanto local como internacionalmente.

### **Grupo de trabajo de comercios emblemáticos**

Existe un grupo de trabajo, por ahora no formalizado, que tiene como objetivos prioritarios socializar el trabajo que se hace por la preservación y la promoción del comercio emblemático de la ciudad, y buscar y consensuar medidas para proteger, promocionar y preservar los comercios emblemáticos de nuestra ciudad. También se quiere hacer un seguimiento y evaluación de la medida de gobierno a partir de los indicadores establecidos.

Este grupo de trabajo lo impulsa y coordina la Concejalía de Comercio, Mercados, Consumo, Régimen Interior y Hacienda a través de la Dirección de Comercio, Restauración y Consumo.

Está compuesto por los siguientes miembros:

1. Representantes políticos del Ayuntamiento de Barcelona
  - Esquerra Republicana
  - Junts per Catalunya
  - Ciutadans
  - Barcelona pel Canvi
  - Partit Popular
  - Concejala no adscrita
  
2. Representantes técnicos de las áreas municipales directamente implicadas
  - Dirección de Comercio, Restauración y Consumo
  - Instituto Municipal del Paisaje Urbano y la Calidad de Vida
  - Ecología Urbana - Servicios de Arquitectura
  - Ecología Urbana - Patrimonio Arquitectónico Histórico y Artístico
  - Barcelona Activa

### 3. Asociación de comerciantes

- Barna Centre - Fundación Barcelona Oberta
- Fundación Barcelona Comerç
- Asociación de Establecimientos Emblemáticos

### **Mesas monográficas específicas**

Se prevé la posibilidad de crear mesas de trabajo específicas. Estas mesas serán puntuales, para trabajar temas específicos, y permitirán facilitar la interlocución entre el comercio emblemático y el Ayuntamiento de Barcelona, así como con otros agentes de otros lugares. Su composición se hará en función de los temas que se traten.

En la sesión del Grupo de trabajo de los establecimientos emblemáticos del 25 de enero de 2022 se constituyó una mesa específica para trabajar los cambios legislativos.



## 7. PRESUPUESTO\*

ACCIONES	2021	2022	2023	2024	TOTAL 2021-2024
Preservación	33.300,00	56.200,00	80.200,00	32.200,00	201.900,00
Promoción	48.800,00	48.800,00	48.800,00	72.800,00	219.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>82.100,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>129.000,00</b>	<b>105.000,00</b>	<b>421.100,00</b>

- Este presupuesto solo contempla las acciones que se llevan a cabo desde la Dirección de Servicios de Comercio, Restauración y Consumo dirigidas específicamente a los establecimientos comerciales emblemáticos (no incluye adquisiciones, subvenciones extraordinarias ni la participación de estos comercios en los programas generales).

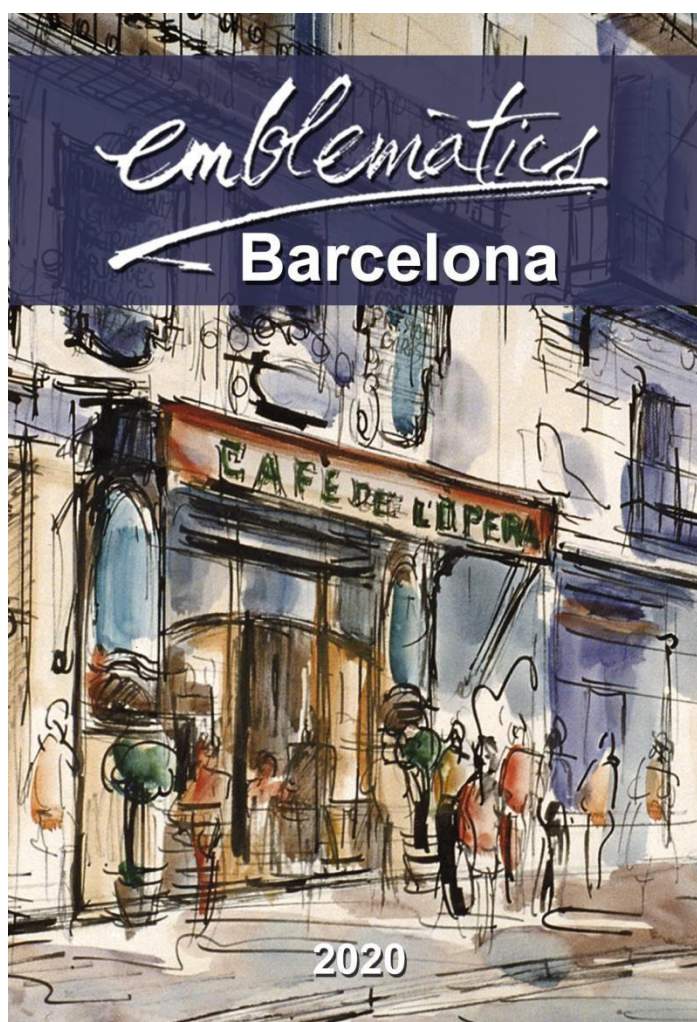


## 8. ANEXOS

**Anexo 1. Díptico dirigido a los comerciantes sobre servicios y recursos municipales**



Anexo 2. Guía **EMBLEMÁTICOS BARCELONA**. 2020



Anexo 3. Apoyo a la edición del libro *COMERÇOS EMBLEMÀTICS DE BARCELONA*. 2021. Editorial Efadós





**Anexo 4. “Las luces de Navidad iluminan el comercio”. Diseño de escaparates de Navidad aplicado a los establecimientos emblemáticos. 2021**

