

Pla de dinamització comercial de la Vila de Gràcia

B
BC
BN



Í N D E X

1. Justificació

2. Línies estratègiques

3. Programes

3.1. Programa de promoció comercial

3.1.1. Campanyes comercials generals

3.1.2. Campanyes sectorials

3.1.3. Campanya comercial amb els mercats municipals.

3.1.4. Promoció comerç de proximitat

3.2. Pacte de barri

3.3. Programa de recolzament al comerç singular

3.4. Programa “El comerç regentat per persones nouvingudes: Una oportunitat”

Campanya: “El comerç s’uneix i ens uneix”.

Campanya: “Som d’aquí, som de tot arreu”

3.5. Foment de l’associacionisme i el treball en col·laboració

4. Recursos, calendari i pressupost

5. Seguiment de la mesura

1. Justificació

La Vila de Gràcia és un barri amb una intensa vida associativa, amb una nombrosa xarxa d'entitats socials, culturals i veïnals, que treballen pel foment dels valors de ciutadania, civisme i respecte des de la cultura popular, l'acció social, la cultura o la col·laboració veïnal, entre d'altres.

El comerç de la Vila de Gràcia ha estat sempre un motor de promoció econòmica del barri, però també de cohesió social dins de la xarxa de carrers i places que el conformen.

Els comerços, des de fa anys, estan associats en diverses associacions de comerciants representatives dels diferents carrers de la Vila, i treballen per a promoure els valors que el comerç urbà aporta: proximitat, tracte personalitzat, qualitat de servei, producte,...

Més recent és la formació d'una federació que aglutina la majoria d'entitats comercials de la vila de Gràcia per tal de permetre treballar coordinament per assolir objectius comuns.

Així mateix, la Federació ha de ser una eina que permeti al teixit comercial contribuir a la transformació socialment responsable del seu entorn, establint marcs estables de treball amb la resta del teixit associatiu de Gràcia.

L'objectiu principal del treball és promoure un projecte comú dels comerciants de la Vila de Gràcia a partir del qual puguin treballar per fomentar i promoure els valors de la Vila de Gràcia des de l'àmbit del comerç.

2. Línies estratègiques

2.1. Treballar per promoure la identitat del comerç de Gràcia associada als valors que la fan singular i única: ànima de vila, comerç de proximitat, espai urbà emblemàtic, cultura popular, cultura innovadora, singularitat en l'oferta comercial, oferta sectorialitzada que aporta valor –artesania, llibreries, restauració, ecologia i noves propostes-.

Accions: rutes sectorials, comerç verd, Fira 100% Gràcia, Fira dels llibreters.

2.2. Model associatiu de treball col·laboratiu conjunt.

Fomentar el treball conjunt entre les diferents entitats de la Vila i del districte.

Reforçar l'existència d'una arquitectura de marques que configuri imatge comercial comuna. Aquesta imatge ha de reforçar-se en el sentit dels valors de la Vila de Gràcia (proximitat, qualitat, vila, cultura, innovació i tradició,...).

Accions: Acompanyar i recolzar l'esforç de les entitats comercials d'agrupar-se i treballar de manera col·laborativa.
Incentivar la recerca d'objectius que permetin millorar el model comercial i de barri.

2.3. Model de dinamització comercial

Col·laborar en la realització d'actuacions de dinamització conjuntes entre les entitats que potenciïn el comerç com un conjunt i n'optimitzin els recursos.

Associacions de comerciants que esdevinguin associacions de promoció econòmica, cultural i social de la Vila de Gràcia amb la implicació i participació de les entitats culturals, socials, lúdiques, associacions de veïns, mercats municipals,...

Accions: projectes i activitats de col·laboració entre entitats comercials, socials, culturals o veïnals.

2.4. Promoure la comunicació digital

Facilitar i reforçar la creació i utilització d'eines digitals per treballar els objectius dels comerciants de la zona. Vetllar per la imatge de qualitat i que transmetin els valors de barri.

Accions: Portal web del comerç de la Vila de Gràcia.
Xarxes socials: *Facebook*, *Instagram*, apps.

3. Programes

3.1. Programa de promoció comercial

Realitzar actuacions d'animació comercial per a promoure el conjunt del comerç de Gràcia i del propi barri, fomentant la vida al barri i la relació i cohesió social i cultural. El programa d'animació comercial pretén, a banda de promoure el comerç de proximitat, singular i de qualitat de Gràcia, **donar a conèixer i posar en valor la resta d'agents del barri, promovent-ne un sentit conjunt i global.**

3.1.1. El manteniment de les actuals quatre campanyes comercials que la majoria d'associacions de comerciants de Gràcia realitzen a dia d'avui:

- ✓ Les nits Liles (maridatge entre comerç, restauració i música)
- ✓ Les dues **Campanyes de Sortida de Comerç al Carrer**.
- ✓ La **Campanya de Nadal** (actuacions d'animació i promoció comercial de Nadal i les Llums de Nadal) , repensant les actuacions per tal de singularitzar el districte de Gràcia.

3.1.2. El reforç de de les incipients campanyes amb les associacions i entitats sectorials de Gràcia (**artesanía, 100%Gràcia, Llibreters: la fira dels llibres, menjar ecològic, tallers oberts...**)

3.1.3. La realització d'alguna campanya comercial amb els mercats municipals del barri. Amb la realització d'actuacions que incloguin els mercats municipals, es pretén, per una banda, treballar la cohesió i relació dels agents del barri, i, per altra banda, oferir al visitant i comprador una oferta de productes molt variada i de qualitat que en resulti una experiència comercial molt completa.

3.1.4. Promoció comerç de proximitat

Donar suport a les accions de promoció del comerç de proximitat

- ✓ Vinculades amb el barri i, concretament, amb els equipaments culturals, socials, veïnals, mercats municipals,...
- ✓ S'identifiquin amb els valors dels productes i serveis de Gràcia: qualitat, ecològic, reciclable, productes saludables, de proximitat, innovació,... Per tal de promoure'n el seu valor afegit i distingir-se d'altres campanyes comercials promocionals de la ciutat.
- ✓ Promoguin els productes fets a Gràcia, com és el cas de l'artesanía.

3.2. Pacte de barri

Treballar per la creació d'un pacte de barri que impliqui:

- ✓ **Definició del model de comerç de proximitat**, els valors que aporta, les seves repercussions positives en la vida del barri, i la seva capacitat de vertebració i cohesió social.
- ✓ El **coneixement del model comercial de proximitat** que té el barri de Gràcia, **amb els seus valors i característiques**.
- ✓ La **identificació amb el comerç per part del veïnat**: forma part intrínseca del barri, i li aporta vida, seguretat i singularitat
- ✓ El **foment de l'obertura de nous establiments** en carrers amb discontinuïtat comercial o alta rotació comercial.
- ✓ **"Decàleg" de compromisos**
 - Reconeixement del comerç com a part integrant de la vida del barri
 - Voluntat de treballar conjuntament per tal de promoure objectius comuns de respecte i convivència.



- Voluntat de realitzar accions transversals en que diverses entitats i el sector comercial treballin conjuntament, especialment en esdeveniments de marcat caràcter de barri com la Festa Major.
 - Compromís de realitzar, en la mesura del possible, les seves compres com a entitat als comerços del barri, fomentat així l'economia de proximitat.
- ✓ Campanya **de coneixement de la realitat del comerç del barri als centres educatius del districte** per tal de donar a conèixer la cara més humana del comerç als escolars de Gràcia, fomentant que entenguin la importància de protegir el format comercial actual, en front a altres formats de comerç més impersonals i sense arrelament territorial.
 - ✓ Incentivar la participació activa del comerç en els esdeveniments culturals claus en la vida associativa i cultural del barri (Foguerons, Festa Major, Sant Medir...)

3.3. Programa de recolzament al comerç singular

Protegir i promoure el comerç històric i emblemàtic amb mesures de promoció i professionalització.

3.4. Programa “El comerç regentat per persones nouvingudes: Una oportunitat”

Donar a conèixer el comerç regentat per a persones nouvingudes com a part de la riquesa comercial del barri de Gràcia, i que contribueix a fer-lo especial.

- Campanya: “El comerç s'uneix i ens uneix”. Donar a conèixer les associacions de comerciants aquells comerços nouvinguts que no formen part de cap associació.
- Campanya: “Som d'aquí, som de tot arreu” dirigida al veïnat per tal que conegui aquests nous comerços, qui hi ha al darrera i la seva història.

3.5. Foment de l'associacionisme i el treball en col·laboració

- Consolidar i reforçar la col·laboració i treball conjunt de les associacions de comerciants
- Promocionar el treball en xarxa de les associacions
- Contribuir a la construcció de la identitat pròpia de la Vila de Gràcia, des de l'àmbit comercial.
- Fomentar la professionalització del teixit comercial del districte Gràcia

4. Recursos, calendari i pressupost

Pressupost global: 40.000 € anuals

1. Programa de promoció comercial

2017: 15.000€

2018: 15.000€

2019: 15.000€

2. Pacte de barri

2017: 1.000€

2018: 1.000€

2019: 1.500€

3. Programa de recolzament al comerç singular

2017: 2.000€

2018: 3.000€

2019: 4.500€

4. Programa “El comerç regentat per persones novingudes: Una oportunitat”

2017: 2.000€

2018: 3.000€

2019: 4.000€

5. Foment de la l'associacionisme i el treball en col·laboració

2017: 20.000€

2018: 18.000€

2019: 15.000€

5. Seguiment de la mesura

El **seguiment** de compliment d'aquesta mesura es durà a terme mitjançant el **Consell de Comerç** del districte de Gràcia.

PROGRAMA	ACCIONS	NOMBRE ACCIONS/ANY Altres indicadors
1. PROMOCIÓ COMERCIAL	Nit Lila	1 acció
	Comerç al carrer	2 edicions per zona comercial
	Campanya de Nadal	1 programa conjunt d'activitats
	Accions comercials mercats i Associacions	2 accions conjuntes
	Suport accions associacions	Col·laboració en un mínim d'una acció
2. PACTE DE BARRI	Projecte de definició del model comercial	Definició a l'any 2017
	Pacte de barri	Any 2018- 2019
	1 Campanya d'acció als centres educatius	
	Participació anual del comerç en dos actes claus de la vida cultural	Els anys 2017 i 2018
3. PROGRAMA DE RECOLZAMENT AL COMERÇ SINGULAR	Actualització periòdica del llistat dels comerços singulars (1 anual) Accions de recolzament (2 anuals)	
4. COMERÇ DE PERSONES NOUVINGUDES	Campanya. "El comerç s'uneix i ens uneix"	Nombre de comerços de persones nouvingudes incorporades al teixit associatiu comercial
	"Som d'aquí, som de tot arreu" Definició de la campanya comunicativa i execució	Definició a l'any 2018
5. FOMENT DE L'ASSOCIACIONISME		Nombre de comerços associats (comparativa)