

ACTA DEL CONSELL SECTORIAL D'ECONOMIA, HISENDA I COMERÇ

A Barcelona, a les 18.00 hores del 8 de febrer de 2022, s'inicia la sessió del Consell sectorial d'economia, hisenda i comerç, presidit per la consellera tècnica i d'economia Irene Morales Morales, a la sala de Plens del Districte de les Corts (plaça de Comas, 18).

Persones assistents:

- Eix Comercial Sants - les Corts, Reyes de la Corte
- Associació de comerciants El Mirall de Pedralbes, Lourdes García
- Associació de comerciants El Cor de les Corts, Julian Ortiz i Pedro Imaz
- Taula d'igualtat, M. Victòria García
- Taula de dones, Carme Maggi
- AVV CORDINADORA D'ENTITATS LES CORTS, Adela Agelet
- AVV EL RACÓ DE LES CORTS, Eduard Català
- Banc solidari, Pedro Alonso
- Manuel Becerra, PSC
- Jordi Guillén, BCN en Comú
- Josep M Gebelli, ERC
- Ivan Condés, Junts per Catalunya (assistència telemàtica)
- Joan Castelló, BCN x Canvi
- Iria García, directora de Serveis a les Persones i al Territori
- Ramon Vilà, coordinador sectorial Serveis a les Persones i al Territori
- Manuel Vázquez, director de la Direcció de Comerç , Restauració i Consum.
- Sandra Nafria, secretària del Consell (en funcions)

Ordre del dia:

1. Benvinguda i salutació
2. Intervenció de l'Ima. Sra. Montserrat Ballarín, regidora de Comerç, Mercats, Consum, Règim Interior i Hisenda
3. Precs i preguntes

La presidenta de la Taula, Irene Morales, consellera d'economia del Districte de les Corts, dona la benvinguda a les persones assistents.

Passa la paraula a la regidora de Comerç, Montserrat Ballarín, que explica les línies de treball de la Direcció de Comerç queressalta la importància de treballar de manera conjunta amb el personal tècnic i polític referent de comerç dels deu districtes de la ciutat i agraeix la presència de Manel Vázquez, director de Comerç , Restauració i Consum i de Sandra Nafria, tècnica de comerç del Districte.

La seva intervenció se centra en quatre punts: el model de comerç, el que ha afectat la pandèmia en el comerç, en l'e-commerce en relació amb el de proximitat, i els programes més rellevants per consolidar i potenciar el comerç que volem.

El model de comerç de la nostra ciutat està molt reconegut fora de Barcelona i es considera un model de referència. Al Pla estratègic de mercats 2015-2025 es va fer servir una frase per definir els mercats i també defineix què és el comerç de proximitat: és l'ànima dels barris, ja que si no hi ha comerç falta alguna cosa més enllà de l'ofici, és també el motor econòmic perquè té un pes en la riquesa i en l'ocupació de la ciutat i, a més, aquesta ocupació no es deslocalitza i, alhora, és motor de sostenibilitat: si hi ha comerç comprem més a prop i, des de punt de vista social, tenim més sostenibilitat. En general, hi ha un consens social i polític als diferents àmbits i la societat civil de Barcelona sobre el fet que aquest model de comerç forma part de la identitat de Barcelona i que és bo treballar conjuntament per mantenir-lo.

Aquest model es va veure molt afectat per la pandèmia: dos de cada tres comerços van haver de tancar, deixant un paisatge desèrtic i les persones van comprovar què suposa no tenir comerç al costat de casa. Va generar reaccions diferents, per una banda, algunes persones van descobrir les compres en línia i, d'altra banda, es va apreciar el valor del comerç de proximitat al no ser-hi. En reobrir, molta gent va tornar a comprar per solidaritat amb els i les comerciants. També, es va constatar que la ciutat té dos models comercials: el comerç de barri i el del centre de la ciutat, més afectat que el dels barris en reduir-se les visites a la ciutat. Actualment el comerç de barri s'ha recuperat.

En el moment actual i de cara al futur, hem de tenir present que haurem de conviure amb dues modalitats de comerç, el físic i l'e-commerce. S'ha d'equilibrar aquestes dues modalitats, ja que totes les persones en un moment determinat podem ser clients de les dues. La Direcció de Comerç, Restauració i Consum té molt present a l'hora de fer les accions i polítiques de comerç de la ciutat que el comerç físic s'ha de mantenir a tots els barris de la ciutat i és per això que cal donar-li eines per sobreviure i coexistir amb l'ecommerce. És prioritari ajudar-los a assolir l'accés a la digitalització per tal d'oferir un aparador en línia on exposar els seus productes, i servir-se de les eines que proporciona el comerç en línia. També hi ha hagut un canvi amb la pandèmia, així, l'any 2019 es van oferir ajuts amb un import de 300.000 € per implantar la digitalització, dels quals van sobrar 150.000 €. El 2020 es va multiplicar per deu els ajuts per a la digitalització, dedicant-se 1.500.000 €. Això demostra que hi va haver una sensibilització enorme arran la pandèmia sobre la importància de fer el pas de digitalitzar-se per sobreviure. També, la digitalització del comerç ha estat una oportunitat per a joves emprenedors *start-up* i empreses petites de tecnologia que estan oferint moltes solucions tecnològiques al comerç. Un exemple ha estat el BcnMarket que va ser dissenyat per joves emprenedors de la ciutat.

Passa a explicar les línies de treball i programes de la direcció.

Les polítiques que es fan és per evitar desertització comercial, dirigides a què a tots els barris hi hagi un mínim de comerç de proximitat, i donar serveis pe als veïns i veïnes. Hi ha algunes mesures més emblemàtiques:

- La més significativa ha estat l'Amunt Persianes. Mitjançant aquest programa l'Ajuntament de Barcelona ha comprat locals buits en planta baixa mitjançant un concurs públic per qui vulgui vendre locals amb una dotació de 16.000.000 €(deu per a

tota la ciutat i sis per Ciutat Vella). Ara s'estan redactant les bases per decidir quines activitats i projectes estaran als nous locals.

- Transformació digital. Subvencions directes als establiments lligades a la formació i acompanyament per a la realització de projectes al comerç i restauració.
Entre altres, el BcnMarket. Es vol fer un *market place* de la ciutat que es pugui convertir en referència per al comerç, la restauració i per a la ciutadania. La Fundació Barcelona Comerç i Barcelona Oberta s'han fusionat en Barnacom, una associació sense afany de lucre que és el titular de la plataforma BarcelonaMarket, oberta a tothom, associat o no, i per a tot el comerç i restauració. La plataforma compta amb dues empreses joves, Manzaning, que ha assumit la part tecnològica de la plataforma i Tiendeo, que ha assumit la part de màrqueting. L'objectiu és que esdevinguin l'aparador de tota la ciutat de Barcelona i que es pugui fer cerques per territori i per producte. També, es vol donar a conèixer productes o serveis que tens a prop i que pots anar a buscar de manera molt immediata.
Per enfortir la plataforma, una de les idees va ser el Bonus consum, dotat de quatre milions d'euros, i amb el que s'ha duplicat la venda, com a mínim, ja que qui comprava ho feia per més de 20 €. Van participar-hi 1.900 establiments i es va arribar a 154.000 persones.
- Formació i professionalització: Barcelona activa ofereix cursos en línia o càpsules de formació adreçats al comerç.
- És fonamental la col·laboració amb els eixos comercials i es treballa per incrementar les subvencions als eixos comercials. La seva feina és imprescindible pels motius següents:
 - a. Generar múscul amb el comerç de l'entorn
 - b. Impulsar projectes de proximitat tenint en compte el territori on està cada eix.
 - c. Coordinar la interlocució amb la direcció de ComerçAmb els eixos es porten a terme projectes com ara el Dissenyem Comerç, iniciat al districte de les Corts i amb la participació d'alumnes de disseny.
- Àrea de promoció econòmica urbana (APEUs) amb la connotació de proximitat (a peu). És una figura que es va iniciar al Canadà fa cinquanta anys i té l'objectiu que totes les activitats econòmiques de la zona participin d'un projecte pactat amb l'Ajuntament amb una durada, un finançament, que es desenvolupi de manera professionalitzada i tothom de l'entorn pagui una quota petita. És una via perquè determinats eixos puguin fer un pas més.
S'ha fet una llei l'any 2020 que obre la porta a què puguin crear-se. Com Ajuntament estem treballant per fer un concurs per portar a terme la formació sobre el concepte i com es pot implementar i als interessats se'ls farà un acompanyament.
- Restauració. el 2019 hi havia 10.000 bars i restaurants i 70.000 persones que treballaven directament. És el sector que més ha patit, juntament amb l'oci. S'ha fet el possible per ajudar-los, en un moment inicial ampliant l'espai públic on podien estar i el 2020 es va fer un decret per ampliar terrasses. El 2022 s'ha modificat l'ordenança que les regula, perquè es puguin consolidar terrasses que estan a la calçada.

Districte de les Corts

Direcció de Serveis a les Persones i al Territori

- Campanya de Nadal, pensada pels barcelonins i els barris i també inclou una campanya per al centre que té més visibilitat a l'exterior i han estat els més afectats. Així mateix es volen reforçar les activitats que es fan a districte i alhora es volen lligar al comerç i a la cultura i activitats familiars. Perquè hi hagi aquesta comunió entre comerç i el veïnatge del districte.

Irene Morales, obre el torn de paraules.

Intervencions:

- Sobre l'espai que treuen les terrasses a les persones vianants (Eduard Català).
- Sobre les mesures de control i la limitació d'accés al Bonus. Demana ampliar la campanya a altres períodes quan les vendes són més baixes que al Nadal, valora adequat el Reconnecta'm (Reyes de la Corte).
- Cal considerar i valorar l'opinió de la gent gran sobre el petit comerç (Manel Becerra).
- Sobre activitats de gran potència com l'espectacle Natura encesa celebrat als jardins de Pedralbes i el seu impacte envers la vegetació i la fauna (Adela Agelet).
- Cal preveure l'accessibilitat de la gent gran a campanyes com el Bonus consum i tenir-ho en compte per a la propera campanya (Lourdes García).
- Sobre el marge de maniobra de finançament del petit comerç a la campanya Bonus consum, que ha fet que comerç es tirés enrere (Pedro Imaz).
- Sobre el coneixement del Bonus consum per part de la gent gran de la sala (Maria Victòria).

Resposta Montserrat Ballarín:

En relació a la gent gran com a consumidors, la campanya Bonus consum no era una campanya per als consumidors/es, sinó per als comerciants per tal de promoure el consum i donar a conèixer el *Market Place* BarcelonaMarket. Des del punt de vista del comerç ha estat molt útil i la gent més jove que no coneixia el comerç de proximitat, ho ha fet.

Pel que fa a la gent gran, el comerç de proximitat és un servei que possibilita a la gent gran poder fer les compres a prop. Amb la protecció d'aquest comerç es contribueix a fer una ciutat més amable per a les persones grans o a les persones amb problemes d'accessibilitat.

Sobre la tresoreria del comerç i el disseny de límits, terminis de pagament, etc., s'informa que es va fer conjuntament amb Barnacom. Inicialment es va decidir un mes però posteriorment es va canviar a quinze dies.

La regidora, fa referència a altres àmbits on la gent gran no pot accedir per la manca de formació en noves tecnologies, com per exemple al portal lamevasalut, un tema important on també tenen dificultats per accedir-hi. És per això que l'Ajuntament treballa per oferir suport a les persones grans en aquest aspecte, mitjançant programes de formació digital.



Districte de les Corts

Direcció de Serveis a les Persones i al Territori

Sobre el tema de les terrasses, remarca les diferents visions de la qüestió que tenen des del sector de la restauració i la del veïnat. És per això que es treballa per trobar un equilibri. Ballarín aclareix que la modificació afecta les terrasses en calçada que eren extraordinàries i ara algunes es consoliden i passen a ser ordinàries. Les situades a sobre de les voreres han de complir les condicions de sempre tal com s'estableixen l'ordenança de terrasses.

En resposta a la intervenció sobre a l'espectacle Natura encesa als jardins de Pedralbes, creu que s'ha fet amb totes les garanties. Als parcs també es donen altres usos sempre de manera respectuosa amb la flora i fauna dels espais. Irene Morales intervé per dir que tècnics/es i polítics treballen per preservar l'estat de l'espai. En aquest sentit, s'ha fet un estudi d'impacte mediambiental que estableix si es possible la seva celebració garantint la conservació i manteniment l'espai públic. També hi ha un estudi posterior i s'ha convocat a una visita a les associacions de veïns més properes, de Zona Universitària i Pedralbes per mostrar l'impacte és mínim. Adela Agelet comenta que al Parc de la Maternitat abans s'escoltaven els rossinyols i ara no s'escolten.

Sense més assumptes a tractar, el consell es clou a les 20.00 hores.

La secretària en funcions

Vistiplau

Sandra Nafría Vázquez

Presidenta del Consell
Irene Morales Morales

PENDENT D'APROVACIÓ