

Els comerços de proximitat de Barcelona posen en marxa una targeta unificada de fidelització de clients

- » El sistema de fidelització es dirà VIBA.BARCELONA i funcionarà de forma unificada amb una targeta que es podrà fer servir en els establiments adherits
- » Viba.Barcelona començarà a funcionar a la tardor a l'Eixample i s'ampliarà a altres districtes, a mesura que les associacions de comerciants decideixin afegir-s'hi
- » Els comerços participants oferiran una gratificació mínima d'1% de la compra que faci al client. A partir d'aquest mínim, cada associació de comerciants i de mercats podrà plantejar altres tipus d'avantatges
- » La posada en marxa de la targeta de fidelització és una acció que s'emmarca en l'estratègia per avançar en la digitalització del comerç de proximitat de la ciutat
- » La iniciativa neix de la col·laboració de Fundació Barcelona Comerç, Barcelona Oberta, FEGRAM, Associació de Mercats Municipals de Catalunya, PIMEC Comerç i l'Ajuntament de Barcelona





Per primera vegada, els comerços de proximitat dels diferents eixos comercials i dels mercats municipals de Barcelona comptaran amb una targeta unificada de fidelització de clients que es podrà fer servir a tots els establiments de la ciutat que estiguin associats als eixos comercials i als mercats. El sistema de fidelització es podrà fer servir a través d'una targeta física o una de virtual al telèfon i també a través d'un identificador digital, un codi que tindrà cada usuari.

El sistema tindrà el nom de Viba.Barcelona, basat en el concepte "Viu a Barcelona, viu al barri" i començarà a funcionar a la tardor d'aquest any al districte de l'Eixample en una primera fase. Posteriorment s'anirà ampliant a altres districtes de la ciutat, a mesura que les

entitats comercials i de paradistes dels mercats es vagin afegint al sistema.

Durant la presentació de la targeta, l'alcaldessa de Barcelona, **Ada Colau**, ha remarcat que "una ciutat habitable és aquella en la que s'hi pot viure, treballar, gaudir i adquirir els productes i serveis per a la nostra quotidianitat. Si això és així a Barcelona és gràcies al comerç de proximitat, un tresor que ens defineix com a ciutat. Ara, en plena actualització digital de la qual Barcelona ja n'és un referent, aquest comerç de proximitat, de llarga història, s'ha d'actualitzar, i l'Ajuntament ha d'acompanyar-lo perquè pugui aprofitar totes les oportunitats que s'hi presenten. La posada en marxa de la targeta de fidelització segueix aquesta lògica."

La targeta de fidelització del comerç de Barcelona es podrà posar en marxa, amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona, gràcies a l'acord entre la Fundació Barcelona Comerç, Barcelona Oberta, la Federació de Gremis Detallistes de Productes Alimenticis i Associacions de Concessionaris de Mercats de Catalunya (FEGRAM), l'Associació de Mercats Municipals de



Catalunya (AMC), PIMEC Comerç, i la regidoria de Turisme, Comerç i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona.

La primera experiència és possible per la col·laboració entre Sant Antoni Comerç, Cor Eixample, Eix Sagrada Família, Encants Nous Eix Comercial, Eix Fort Pienc (que formen la plataforma de col·laboració Compra Eixample, amb 850 socis), el Mercat de Sant Antoni i el Mercat del Ninot, que han constituït l'associació Fidelitza Barcelona, a la que s'hi aniran afegint els eixos i mercats a mesura que comencin a utilitzar el sistema.

A partir de febrer de 2019, s'anirà ampliant a altres districtes de la ciutat, d'acord amb la voluntat de les associacions de comerciants de cada territori i amb l'impuls de l'ajuntament.

Beneficis

El sistema de fidelització de Viva.Barcelona oferirà diferents avantatges als clients, inicialment es proporcionarà una gratificació per les compres realitzades als establiments adherits i posteriorment s'inclouran altres avantatges com ofertes, sortejos, promocions i altres beneficis addicionals.

Els comerços participants hauran d'oferir una gratificació mínima d'1% de la compra que faci al client. A partir d'aquest mínim, cada associació de comerciants podrà plantejar altres tipus d'ofertes o percentatges de gratificació més alts. L'usuari de la targeta podrà bescanviar els punts i descomptes acumulats a partir de la següent compra, en un inici en el mateix establiment.



També l'Ajuntament de Barcelona oferirà als usuaris de la targeta gaudir d'ofertes especials de l'Institut de Cultura de Barcelona, de l'Institut Barcelona Esports i de Barcelona Serveis



Municipals (B:SM). Les propostes concretes que oferiran aquests organismes es coneixeran a partir del setembre.

A banda, l'associació Fidelitza Barcelona crearà un servei centralitzat de comunicació, màrqueting, promoció i dinamització de Viba.Barcelona de manera que els clients puguin rebre les ofertes dels comerciants de la ciutat de manera ordenada i d'acord amb els seus interessos.

L'objectiu és obrir una nova via de promoció per als comerços de proximitat de Barcelona que els permeti fer arribar al major nombre possible de clients les seves ofertes i els seus missatges, sense que això suposi que els clients rebin una quantitat inabordable de correus que no seria útil per a cap de les dues

parts.

Mecanisme de funcionament

Un web i una app seran les eines per poder accedir al sistema de fidelització Viba.Barcelona. Els comerços hi tindran accés per tal de poder aplicar les ofertes corresponents, i els clients hi podran comprovar els punts amb què compten i les ofertes que tenen disponibles. L'Ajuntament serà el titular de la marca global Viba, així com del domini Viba.Barcelona, que està registrada i se'n cedirà l'ús a l'associació Fidelitza Barcelona.

El registre al sistema de fidelització es farà, com en altres sistemes similars, per tres vies. El podrà fer el propi usuari a través del web o a través de l'app, on se li assignarà una targeta virtual i un codi associat, i també es podrà fer a les botigues i parades de mercat on compri el client, on se li facilitarà una targeta física i un codi associat.



A l'hora d'aplicar les ofertes i els punts acumulats, la identificació de l'usuari es podrà fer indistintament amb el codi de barres de la targeta, amb el document d'identitat del client, amb el número de telèfon o amb el seu nom i cognom.

Fruit d'una estratègia per avançar en la digitalització del comerç

El sistema de fidelització del comerç de proximitat s'inscriu en el marc de la Mesura de Govern l'Estratègia de Reforç i Projecció del Comerç de Barcelona 2017-2019 i el Pla Estratègic de Mercats 2015-2025. La mesura inclou entre les seves línies estratègiques, preservar i enfortir el model de comerç de proximitat de Barcelona i la millora de la seva competitivitat, la innovació i la transformació digital.

Aquestes línies estratègiques s'han concretat en la Mesura de Govern de la Transformació Digital del Comerç, Mercats i Serveis de la ciutat de Barcelona, presentada al març de 2018.

Aquesta Mesura de Govern preveu diferents accions perquè els establiments vagin incorporant eines de promoció digital com la presència en xarxes, elaboració de webs o venda *online*. Des de la Direcció de Comerç a través de l'Oficina d'Atenció a les Empreses de Barcelona Activa s'ha posat a disposició dels comerciants i entitats una eina perquè puguin fer un primer diagnòstic del seu nivell de maduresa digital i un assessorament personalitzat que orienta sobre l'itinerari que hauran de seguir cada un per avançar. A partir d'aquí s'estudia cada cas i es proposa a cada establiment un model pausat de formació, suport tècnic i econòmic per acompanyar-los.

El sistema de fidelització del comerç de proximitat de Barcelona pren forma en aquesta estratègia per donar resposta a una demanda històrica del sector comercial. Aquesta iniciativa va molt més enllà de ser una fórmula per a la fidelització, és una acció per avançar en la digitalització dels establiments i en l'aprofitament dels avantatges que la transformació aporta per al seu negoci i per a la relació amb els clients actuals i amb els potencials.

Viba.Barcelona és un model únic, que combina la visió de ciutat i els trets identitaris dels territoris. És un sistema obert, on s'aniran incorporant els diferents eixos comercials de la ciutat.



De fet, neix de la col·laboració de les entitats comercials i l'administració, en el que és una acció principal en el desenvolupament de l'Estratègia de la Digitalització.