

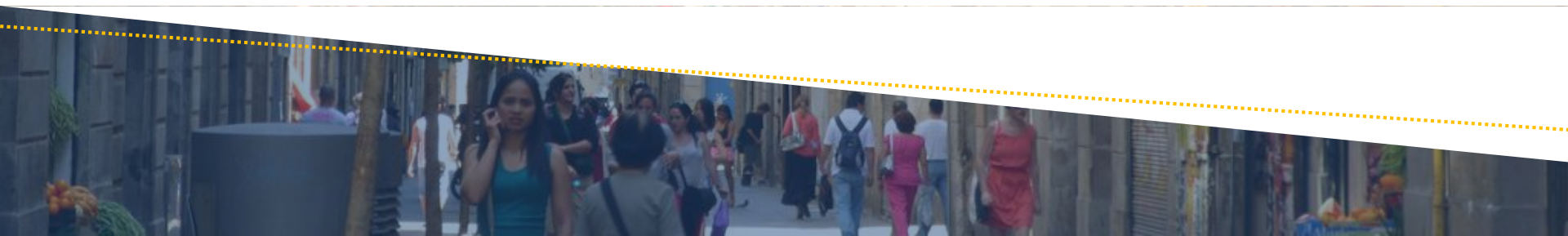
PRESENTACIÓ: Pla estratègic de Fundació Barcelona Comerç



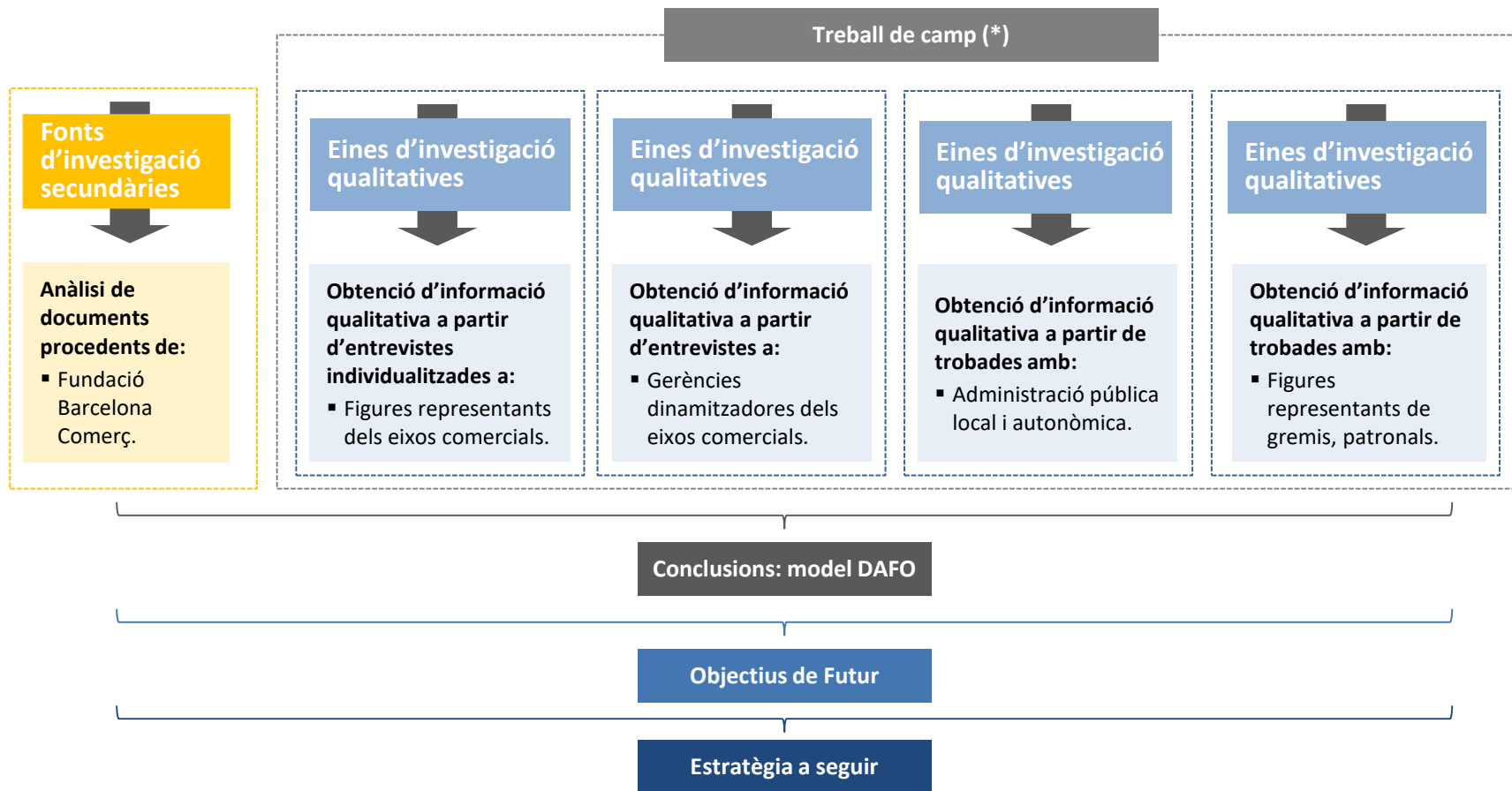
30 d'octubre de 2018

ÍNDEX

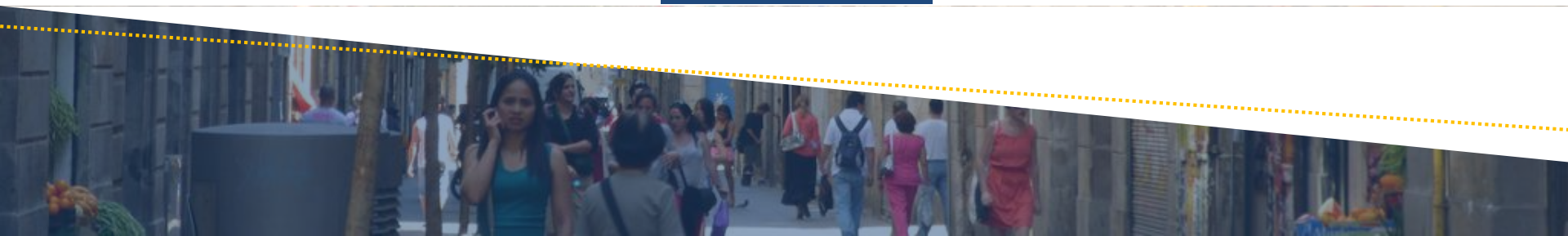
1. QUINA HA ESTAT LA METODOLOGIA DE TREBALL?	3
2. QUIN ÉS EL NOSTRE PUNT DE PARTIDA?	4
3. UN NOU MODEL COMERCIAL PER A LA CIUTAT DE BARCELONA	5
4. QUINS SÓN ELS OBJECTIUS FUTURS	6
5. QUINA ÉS LA NOSTRA PROPOSTA DE VALOR PER AL COMERÇ DE LA CIUTAT?	7
6. QUINES SÓN LES NOSTRES ÀREES DE TREBALL ESTRATÈGIQUES?	8
7. QUINES SÓN LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL FUTURES?	9



1. QUINA HA ESTAT LA METODOLOGIA DE TREBALL?



(*) En relació al treball de camp, s'ha entrevistat a més de 28 agents.



2. QUIN ÉS EL NOSTRE PUNT DE PARTIDA?



73 BARRIS DINS L'ESTRUCTURA DE CIUTAT

+ 57.168 COMERÇOS (any 2018) (*)

APROX. 15% PIB DE BCN (2018)

40 MERCATS MUNICIPALS(**)



23 EIXOS ASSOCIATS

+ de 5.000 COMERÇOS SOCIS

APROX. 90% DELS EIXOS HAN AUGMENTAT O MANTINGUT ELS SEUS SOCIS



LA INFLUÈNCIA DE BARCELONA COMERÇ

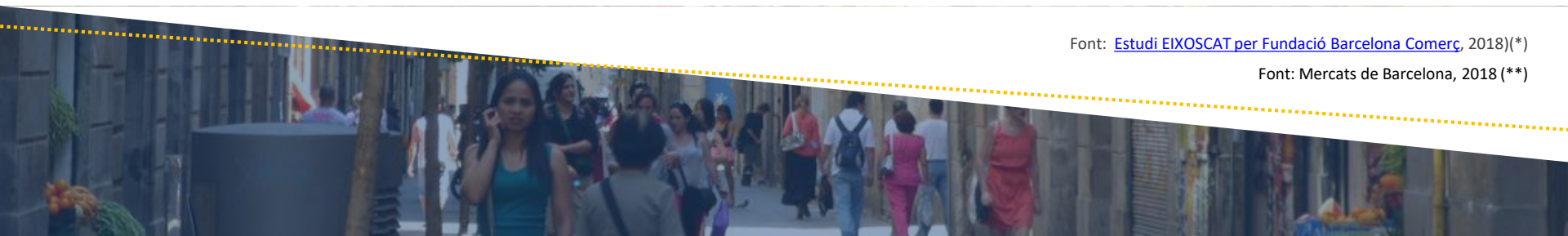
REPRESENTA I INFLUEIX APROX. 25.000 COMERÇOS DE BARCELONA (4t trimestre 2018)

BARCELONA COMERÇ I ELS NOSTRES PARTNERSHIPS



Font: [Estudi EIXOSCAT per Fundació Barcelona Comerç](#), 2018)(*)

Font: Mercats de Barcelona, 2018 (**)



3. UN NOU MODEL COMERCIAL PER A LA CIUTAT DE BARCELONA

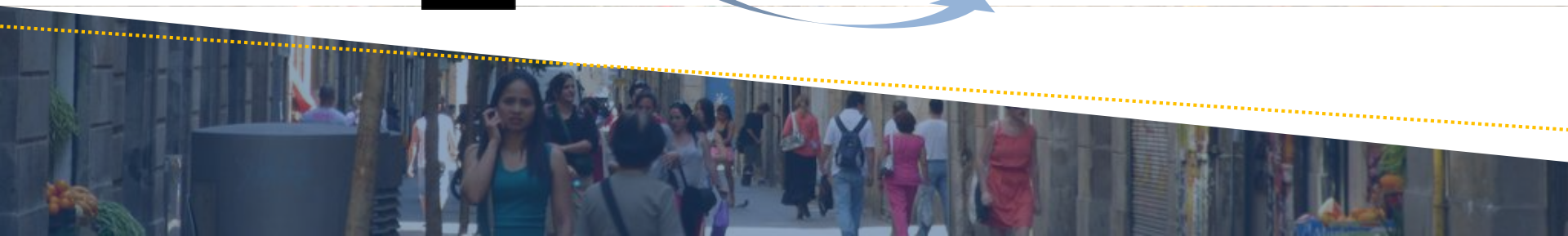
MODEL ACTUAL *El model comercial actual*

- L'associacionisme comercial té dificultat en créixer i consolidar el seu model
- Dificultat en professionalitzar els models associatius actuals
- Pèrdua de la rellevància del sector comerç en l'estructura econòmica i social de la ciutat
- Baix dinamisme col·laboratiu entre esferes públiques i privades, així com amb múltiples sectors
- Dinàmiques de promoció individualitzades per part dels moviments associatius

MODEL FUTUR

Cap a un nou model comercial

- **Construcció d'un model associatiu més ampli i representatiu**
- **Foment de la competitivitat dels models associatius i l'adaptació al context actual**
- **Empoderament i rellevància del comerç en les estructures de la ciutat**
- **Impuls d'un model de gestió associatiu de major consens i cooperació publicoprivada i entre sectors**
- **Impuls dels valors i de la marca de ciutat per part de les associacions de comerciants**



4. QUINS SÓN ELS OBJECTIUS FUTURS?

PRESERVAR

Vetllar i preservar el **comerç** de proximitat de la ciutat de Barcelona.

Idees clau:

- **Model de proximitat.**
- **Empoderament del sector.**

IMPULSAR I LIDERAR

Ser un **agent rellevant** que impulsi i lideri nous **models de gestió i col·laboració públic i públicoprivades** vinculades al comerç de proximitat i a la ciutat.

Idees clau:

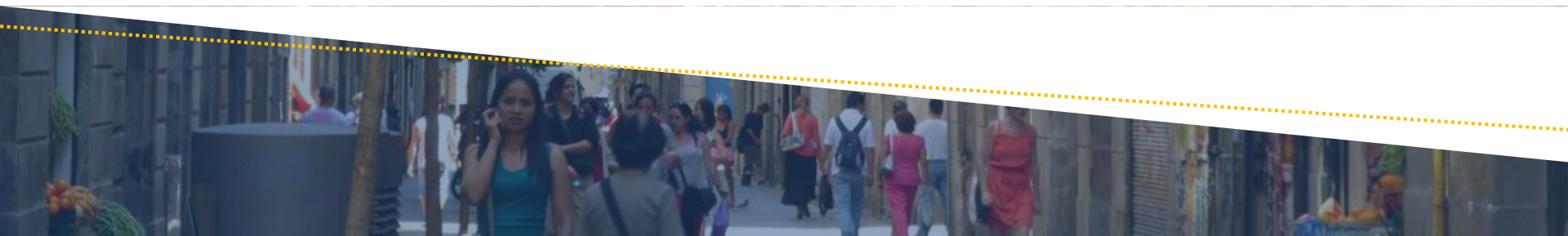
- **Consens.**
- **Col·laboració públicoprivada.**

PROFESSIONALITZAR

Professionalitzar les estructures comercials de la ciutat, a nivell individual i col·lectiu.

Idees clau:

- **Competitivitat.**
- **Modernització.**



4. QUINS SÓN ELS OBJECTIUS FUTURS?

PRESERVAR

*“És una entitat necessària per a la defensa i projecció del comerç”
Singular
Realçar el rol del comerç dins la societat*

Vetllar i preservar el comerç de proximitat de la ciutat de Barcelona.

Idees clau:

- **Model de proximitat.**
- **Empoderament del sector.**

IMPULSAR I LIDERAR

“Definir el nostre propi model de col·laboració publico privat”

Ser un **agent rellevant** que impulsi i lideri nous **models de gestió i col·laboració publico i publicoprivades** vinculades al comerç de proximitat i a la ciutat.

Idees clau:

- **Consens.**
- **Col·laboració publicoprivada.**

“Potenciar l’ús de sinergies amb d’altres sectors”

PROFESSIONALITZAR

Professionalitzar les estructures comercials de la ciutat, a nivell individual i col·lectiu.

Idees clau:

- **Competitivitat.**
- **Modernització.**

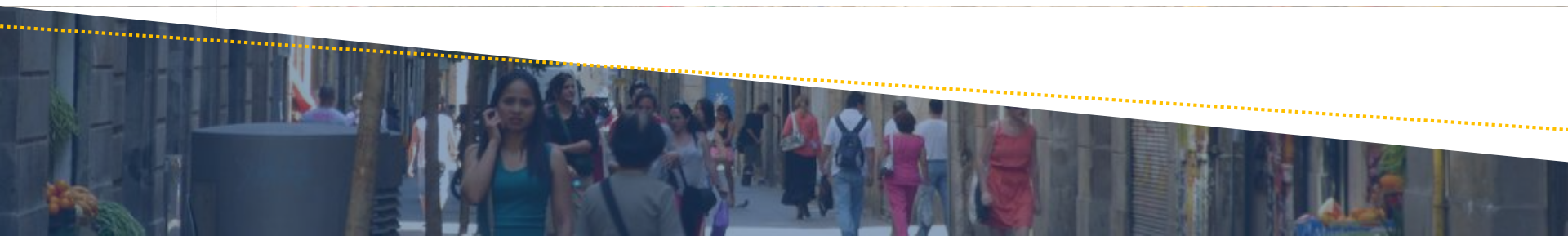
“Caldrà cercar experiències innovadores i poder-les aplicar a la ciutat”

“Convertir Barcelona, en un referent mundial del Comerç”



5. QUINA ÉS LA NOSTRA PROPOSTA DE VALOR PER AL COMERÇ DE LA CIUTAT?

“Entitat que desenvolupa, impulsa, participa i col·labora en les mesures **públiques i publicoprivades orientades a defensar i potenciar el comerç de proximitat** i fer que sigui l’agent de referència per a la ciutat.”



6. QUINES SÓN LES NOSTRES ÀREES DE TREBALL ESTRATÈGIQUES?

1

GESTIÓ

**MODEL DE
GESTIÓ**

2

ESTRATÈGIA

**PROGRAMES
ESTRATÈGICS**

3

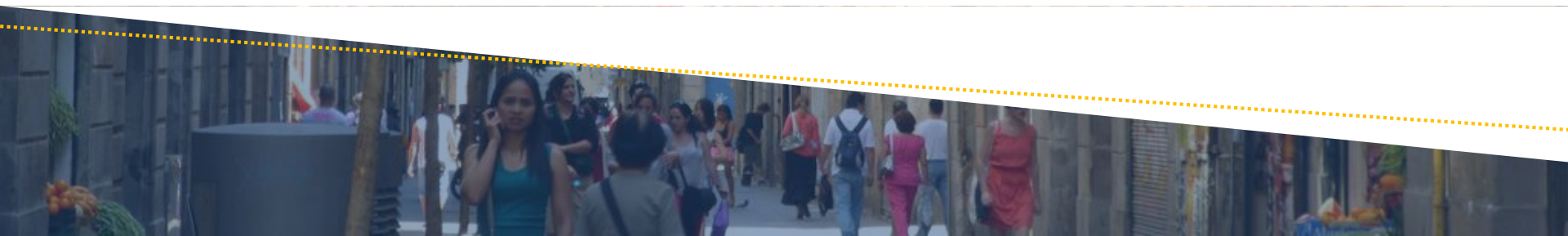
CONEIXEMENT

**FORMACIÓ,
CONEIXEMENT
I TECNOLOGIA**

4

CIUTADANIA

**RELACIÓ AMB
LA CIUTADANIA
I LA CIUTAT**



7. QUINES SÓN LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL FUTURES?

1

GESTIÓ

MODEL DE GESTIÓ

a

Fer-nos partíips del nou model de dinamització comercial català: Futurs APEUs

- Participar en les taules de treball de la futura llei.
- Definir les singularitats pròpies a Barcelona.

b

Manual estratègic singular: Promoure un document de gestió que aglutini els processos de treball

- Definir un Pla estratègic que ens permeti saber cap a on volem anar.
- Tenir un pla d'actuació vinculat a aquest Pla Estratègic.
- Treballar aquesta proposta per vincular-la amb la singularitat de cadascun dels territoris (Eixos).

c

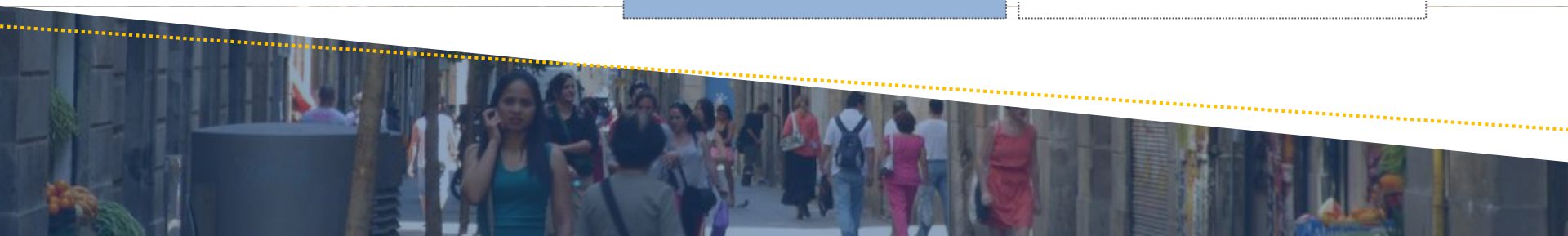
Construir un model econòmic autosuficient

- Passar d'un model basat en subvencions a un model mixt, amb més % de recursos propis.
- Diferenciar entre els recursos recurrents i els variables.

d

Una marca vinculada a la ciutat de Barcelona

- Barcelona Comerç com a marca.
- Vertebrant i singularitzant el comerç de la ciutat com a eslògan.



7. QUINES SÓN LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL FUTURES?

2

ESTRATÈGIA

PROGRAMES ESPECÍFICS

a

Impulsar el projecte Vitrines i la línia internacional de jornades de comerç

- Model associatiu de referència internacional en constant evolució i millora.
- Generadors de fòrums de debat internacionals que promoguin noves solucions.

b

Projecte “Tester Barcelona”

- Definir i liderar el programa “Tester Barcelona”.
- Implementar-lo amb el màxim d'abast possible.
- Convertir-lo en un programa referent.

c

L'observatori del comerç de Barcelona

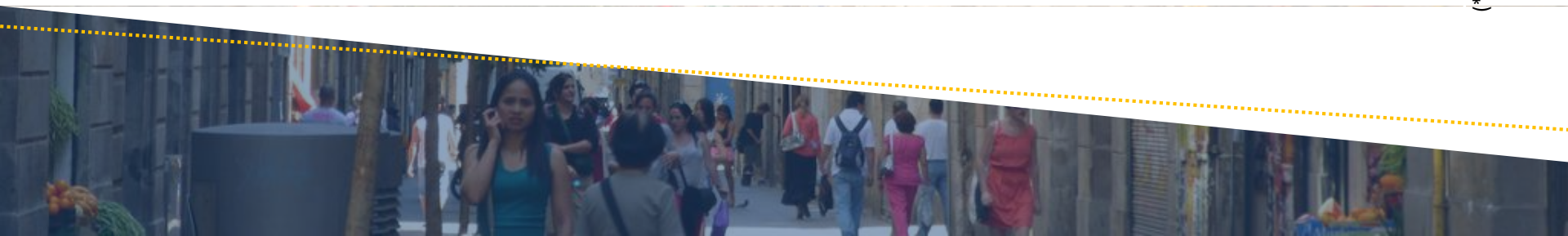
- Definir un estudi quantitatiu fiable com a base de qualsevol decisió estratègia.
- Implementar-lo i donar-lo a conèixer.

d

Targeta de fidelització

- Liderar la Targeta de fidelització de Barcelona.
- Vertebrar-la en la realitat de cada territori.

(*) Seguiment en la línia de treball dels plans d'actuació propis de la FBC



7. QUINES SÓN LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL FUTURES?

3

CONEIXEMENT

FORMACIÓ,
CONEIXEMENT
I TECNOLOGIA

a

**Creació del projecte
*Shopping Lab***

Creació d'un espai interpretatiu que fomenti:

- Un laboratori de pensament.
- Posi en valor la importància del comerç.

b

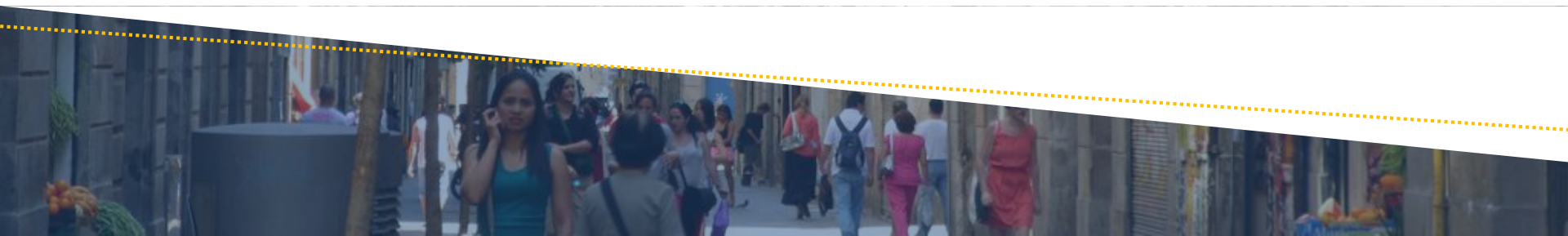
**Programa formatiu per a
la professionalització de
gestors d'espais urbans**

- Aliances amb el sector universitari.
- Professionalització de la gestió.
- Presa de decisions més enllà de la promoció.

c

**Barcelona *retail* centre
de formació**

- Tendències en comerç.
- Reptes d'actualitat del comerç.



7. QUINES SÓN LES NOSTRES LÍNIES DE TREBALL FUTURES?

4

CIUTADANIA

RELACIÓ AMB LA CIUTADANIA I LA CIUTAT

a

Aliances amb els sectors i les entitats dels barris

- Promoure una major conscienciació sobre els valors del comerç dins la ciutat.
- Treballar amb grups de ciutadans.

b

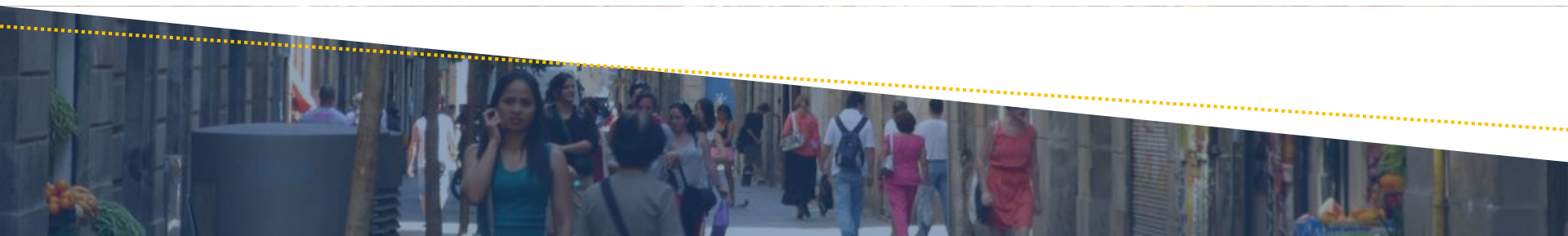
Small shop movement

- Promoure un moviment específic del comerç de proximitat.
- Aproximació a la ciutadania com a gran repte.

c

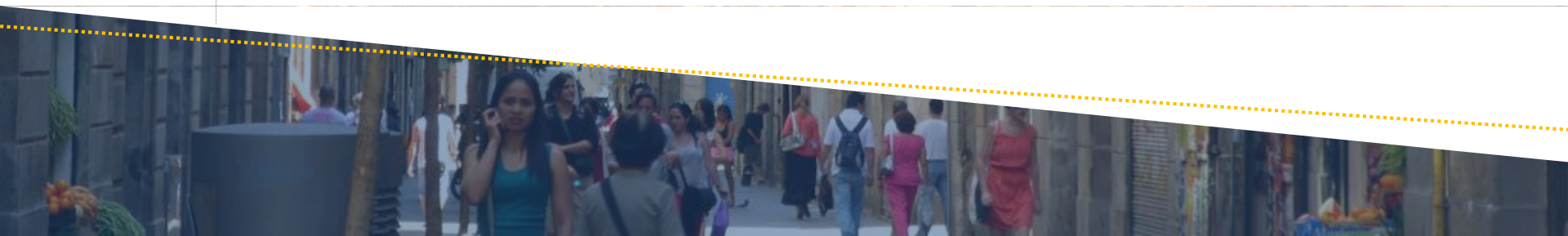
Comerç i cultura: impuls de la cultura als barris

- Promoure una major relació entre comerç, i la cultura i el turisme.



“L’èxit de Barcelona Comerç descansa en tenir els peus a terra i el cap als núvols”

“I requereix de l’equilibri entre la seva ànima social i una visió ben àmplia pel que fa a l’enfortiment de l’activitat econòmica”



Moltes gràcies!!

Execució del treball:

