

Mesures i accions per a l'enfortiment del comerç urbà de

Palafrugell

Fase 2: Pla d'acció



>> 1. Estructura del Pla d'acció

2. Objectius i eixos de treball

3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

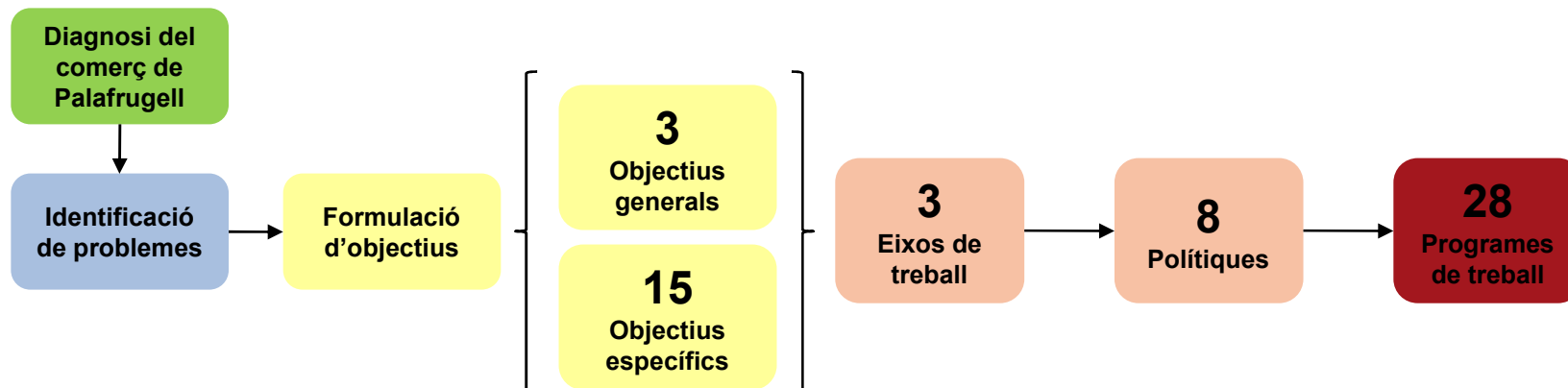
Estructura del pla d'acció

El pla d'acció proposat per a la dinamització del comerç urbà de Palafrugell, anomenat “**Mesures i accions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell**”, s'estructura a partir dels següents elements:

- **Objectius generals.** Els objectius generals són els principals objectius, expressats de forma àmplia i genèrica, que es pretenen aconseguir amb la implementació del pla d'acció. Cada objectiu general inclou, al seu torn, una sèrie d'objectius més específics.
- **Objectius específics.** Els objectius específics són el resultat de desgranar cadascun dels objectius generals en una sèrie d'objectius més concrets, sempre a partir de les particularitats que presenta el comerç de Palafrugell, identificades a través de la diagnosi realitzada.
- **Eixos de treball.** Els eixos de treball són aquells grans àmbits, derivats dels objectius generals i específics formulats, en què pretén incidir el pla d'acció. Cada eix de treball és abordat mitjançant la proposta d'una sèrie de polítiques a implementar.
- **Polítiques.** Les polítiques són les estratègies concretes que es proposen, en cadascun dels eixos de treball, per tal d'acomplir els objectius generals i específics que es persegueixen. Cada política inclou, al seu torn, una sèrie de programes de treball.

Estructura del pla d'acció

- **Programes de treball.** Els programes de treball són conjunts d'actuacions que persegueixen un objectiu comú, sempre en el marc d'una política determinada. Cada programa de treball pot incloure, així doncs, diverses actuacions concretes.
- **Actuacions.** Finalment, les actuacions són cadascuna de les accions concretes que es proposen dins dels programes de treball. Constitueixen l'essència del pla d'acció, ja que indiquen de forma detallada i concreta què cal fer per aconseguir els objectius proposats.



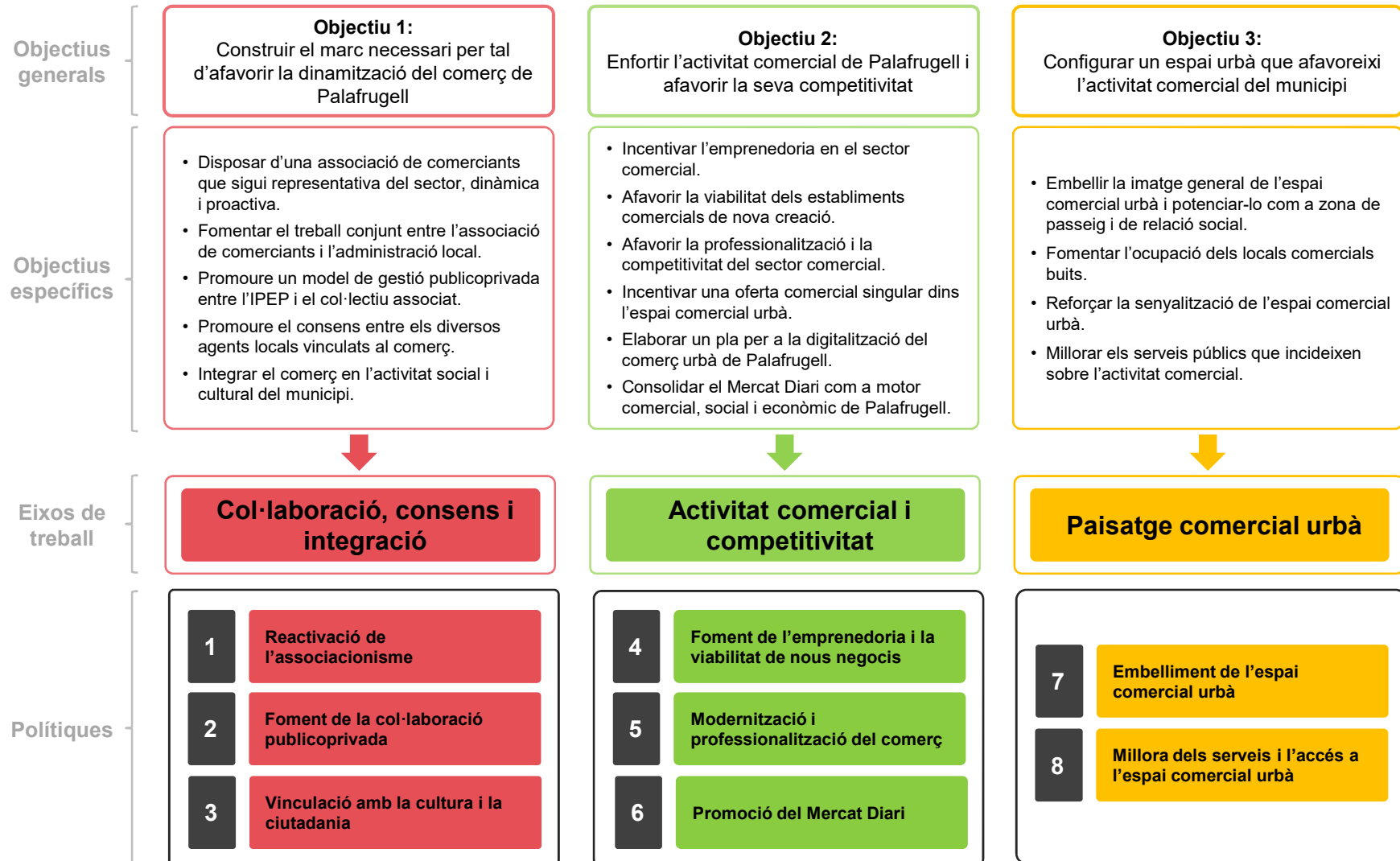
Índex

1. Estructura del Pla d'acció

>> 2. Objectius i eixos de treball

3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

2. Objectius i eixos de treball



1

Reactivació de l'associacionisme



Definició

Per tal d'aconseguir un comerç viu, dinàmic i motor de l'economia local, és important disposar d'una associació de comerciants que sigui **forta, proactiva i representativa** de tot el sector comercial del municipi.

Actualment, l'Agrupació de Comerciants de Palafrugell (ACOPA) compta únicament amb una trentena d'associats, la qual cosa significa **una proporció molt baixa** del total d'establiments susceptibles de formar-ne part. Com a conseqüència, es tracta d'una associació poc representativa del conjunt de comerços i serveis del municipi, alhora que **la seva activitat és força limitada**.

En aquest context, es considera imprescindible actuar per tal de **reactivar l'associació**, a partir d'una nova junta que simbolitzi un canvi d'etapa, la generació de confiança en l'associacionisme, un increment dels serveis que es presta als associats i la cooperació interassociativa, sempre en un clar marc de cooperació pública i privada.

Idees
clau

- Inici d'una nova etapa en l'associacionisme comercial
- Recuperació de la confiança en l'associacionisme
- Fortalesa i representativitat de l'associació
- L'associacionisme com a avantatge comparatiu
- Cooperació interassociativa amb altres entitats locals

2

Foment de la col·laboració publicoprivada



Definició

La dinamització del comerç de proximitat és un repte que no pot ser abordat individualment, sinó que requereix **la col·laboració i el consens** entre tots els agents que hi estan vinculats, des de l'associació de comerciants fins a les entitats socials, culturals i turístiques del municipi, passant òbviament per l'administració local.

Actualment, a Palafrugell, l'escàs dinamisme i representativitat de l'associació de comerciants ha empès l'IPEP a adoptar una **posició de lideratge forçós** en matèria comercial. En aquest sentit, però, cal tenir present que un excessiu protagonisme de l'administració pública pot limitar la implicació i la proactivitat del teixit comercial.

Per aquest motiu, es considera imprescindible que, un cop reactivat el moviment associatiu, es construeixi un **nou marc de col·laboració** entre l'IPEP i l'associació comercial, on ambdues entitats adoptin una posició protagonista i donin lloc a un lideratge fort i compartit. Alhora, també es considera necessari **fomentar el treball conjunt** entre les diverses àrees de l'Ajuntament amb potencial incidència sobre el comerç, així com la **participació de les diverses entitats socials, culturals i turístiques** del municipi en la definició de polítiques, estratègies i esdeveniments comercials.

Idees
clau

- Nou marc de col·laboració entre l'IPEP i l'associació comercial
- Treball conjunt i generació de consens
- Lideratge fort i compartit en matèria comercial
- Treball multidisciplinari dins de l'Ajuntament
- Participació de les entitats socials, culturals i turístiques locals

3

Vinculació amb la cultura i la ciutadania



Definició

El comerç de proximitat és un sector que, més enllà de l'activitat econòmica que genera, també desenvolupa una important **funció social i urbana**, alhora que es beneficia d'una activitat social i cultural intensa. Aquest fet obliga a plantejar estratègies que vagin més enllà de la vessant econòmica, i que tinguin present la relació d'enfortiment mutu entre **comerç, cultura i societat**.

A Palafrugell, l'elevat dinamisme cultural no és sempre prou aprofitat pel teixit comercial del municipi, sovint massa passiu en la celebració d'esdeveniments que aporten potencials consumidors a l'espai comercial urbà. Al mateix temps, el sector comercial tampoc ha sabut posar en valor la seva important funció social i urbana, limitant així **el compromís i l'arrelament** de comerciants i consumidors.

En aquest sentit, es considera necessari **reforçar els vincles** entre el comerç, la cultura i la ciutadania, la qual cosa passa, necessàriament, per una major implicació del comerç en els esdeveniments culturals, una descentralització de les activitats d'animació, la implicació del teixit comercial en iniciatives socials i solidàries, i la reivindicació de la funció social i urbana del comerç.

Idées
clau

- Apropament del comerç a la població local
- Generació de sinèrgies amb el sector cultural
- Descentralització de les activitats d'animació
- Participació del comerç en iniciatives socials i solidàries
- Valorització de la funció social i urbana del comerç

4

Foment de l'emprenedoria i la viabilitat de nous negocis



Definició

Per tal d'aconseguir un comerç viu, dinàmic i atractiu, és necessari que, paral·lelament a l'inevitable tancament d'alguns comerços, també se'n vagin creant de nous que millorin l'oferta existent, i que siguin negocis **viables i competitius** des del primer moment.

A Palafrugell, hi ha una elevada emprenedoria de nous negocis comercials, però la manca de planificació per part d'alguns emprenedors, fa que una part relativament important dels nous comerços no tinguin continuïtat en el temps, per la qual cosa hi ha una **elevada rotació d'establiments**.

Per aquest motiu, es considera necessari actuar per tal d'afavorir la creació de nous negocis comercials que siguin viables i competitius des del primer moment, de tal manera que es fomenti una **emprenedoria planificada i professional**, alhora que s'afavoreixi una oferta comercial contínua i constant.

Idees
clau

- Foment de l'emprenedoria en el sector comercial
- Formació de professionals en el sector
- Viabilitat i competitivitat dels nous negocis
- Millora de l'oferta comercial existent
- Continuïtat de l'oferta comercial

5

Modernització i professionalització del comerç



Definició

En un context com l'actual, caracteritzat per la proliferació de grans superfícies comercials, la irrupció de nous hàbits de consum i la popularització de les eines digitals, el futur del comerç de proximitat passa, inevitablement, per **la modernització i la professionalitat** del sector.

En línies generals, Palafrugell es caracteritza per un comerç de proximitat atractiu, professional i competitiu. No obstant això, hi ha certs establiments al municipi que encara presenten un cert **marge de millora** en aquests àmbits, tant en termes d'imatge de l'establiment, com de professionalitat en la gestió i en el tracte a la clientela.

En aquest context, es considera necessari actuar per tal de millorar la imatge interior i exterior dels establiments menys atractius, així com millorar la professionalitat del teixit comercial i facilitar la seva adaptació a les **noves tecnologies**.

Idees
clau

- **Millora de la imatge interior i exterior dels establiments**
- **Formació adaptada als interessos del sector**
- **Ús de les noves tecnologies**
- **Adaptació als nous hàbits de consum**

6

Promoció del Mercat Diari



Definició

Els mercats són **peces clau** en el dinamisme de molts pobles i ciutats de Catalunya, complint una funció que no és només comercial, sinó també **social**.

A Palafrugell, el Mercat Diari constitueix el principal motor comercial de la ciutat, posicionant el municipi en termes de **producte fresc, de qualitat i de proximitat**, i atraient una gran diversitat de clientela, tant residents, com visitants amb segona residència i de l'entorn proper. Malgrat tot, el Mercat Diari de Palafrugell necessita, com qualsevol altre format comercial, una actuació constant i estratègica per tal de mantenir el seu atractiu i que pugui seguir actuant com a motor comercial del municipi.

Per aquest motiu, es considera necessari actuar en qüestions puntuals, com ara la **imatge del propi Mercat i les parades, la vinculació amb l'activitat local, alguns serveis al consumidor**, etc. amb l'objectiu d'afavorir el propi Mercat i, al mateix temps, tota la resta d'establiments comercials del municipi que es veuen beneficiats pel seu potencial d'atracció.

Idees clau

- **Reforç del Mercat com a motor comercial del municipi**
- **Aposta per la qualitat, la proximitat i la confiança**
- **Millora de la imatge del Mercat i les parades**
- **Generació de sinèrgies locals**
- **Millora de serveis al consumidor**

7

Embelliment de l'espai comercial urbà



Definició

L'activitat comercial té lloc en **espais públics i privats**, les característiques del quals influeixen de manera determinant sobre l'experiència comercial i de passeig de la clientela, la satisfacció de les seves necessitats, el resultat en termes de vendes, el grau de vitalitat i interacció social, etc.

A Palafrugell, l'espai comercial urbà presenta, en línies generals, una imatge atractiva i agradable per al passeig. Tanmateix, hi ha determinats carrers que necessiten algunes **millores urbanístiques** que reforcin la seva imatge. Així mateix, hi ha una certa presència de locals buits que tampoc afavoreixen la vitalitat ni l'atractiu de la zona.

En aquest sentit, es considera necessari realitzar actuacions per tal de potenciar la bellesa inherent de l'espai comercial urbà de Palafrugell, a partir de millores puntuals en l'urbanisme d'alguns carrers, el mobiliari urbà i els locals comercials buits existents.

Idees
clau

- Millora en la imatge dels carrers
- Millora del mobiliari urbà
- Amabilització de l'espai comercial urbà
- Ocupació i embelliment de locals buits
- Foment del passeig i la vida social a l'espai urbà

8

Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà



Definició

Més enllà de la imatge dels carrers, hi ha **altres factors de caire urbanístic**, com ara la prestació de serveis públics bàsics o l'accessibilitat a l'espai comercial urbà, que també tenen un elevat potencial d'incidència sobre l'activitat comercial d'un municipi.

En el cas de Palafrugell, aquells àmbits on s'ha detectat un major marge d'actuació per tal d'afavorir l'activitat comercial del municipi són bàsicament: la senyalització d'accés a l'espai comercial urbà i la revisió de serveis de neteja, recollida de residus i enllumenat.

Idees
clau

- Reforç de la senyalització d'aproximació al centre urbà
- Millora de l'accessibilitat a l'espai comercial urbà
- Prestació de serveis públics adaptats al comerç

Índex

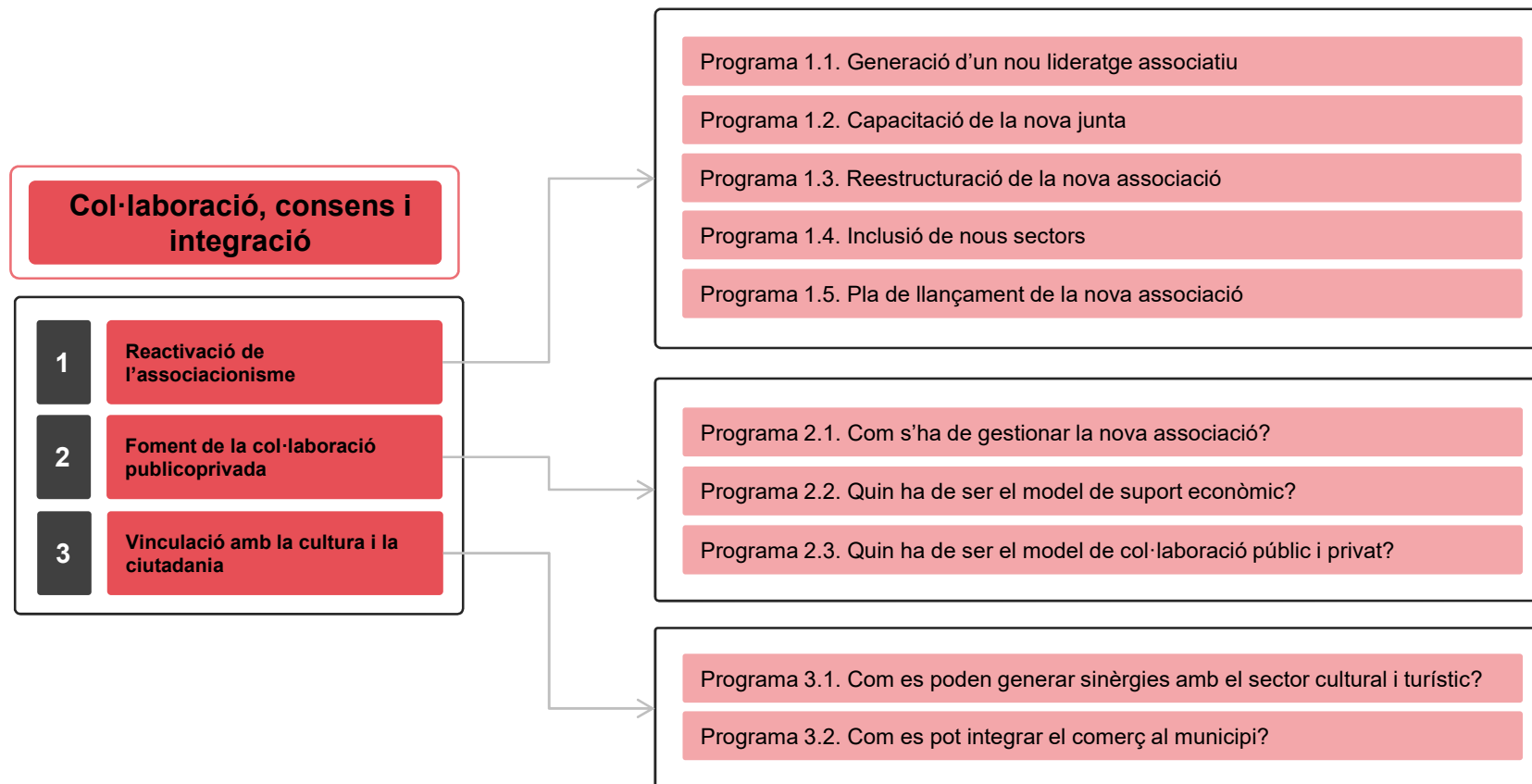
1. Estructura del Pla d'acció

2. Objectius i eixos de treball

>> 3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

Tot seguit, es dona pas al primer **eix de treball anomenat “Col·laboració, consens i integració”**, que conté 3 polítiques i fins a 10 programes **amb tot un conjunt d'actuacions especificades en les properes diapositives**:



1 Reactivació de l'associacionisme

1.1

Generació d'un nou lideratge associatiu

Objectius

Renovar i construir un nou moviment associatiu amb un nou equip de persones motivades i proactives en la projecció del comerç i l'espai urbà de Palafrugell.

Contingut

Aquest primer programa descriu les accions inicials que cal dur a terme per tal de generar un nou lideratge en el teixit associatiu comercial de Palafrugell. Concretament, es tracta de les següents accions:

1. Creació d'un nou equip de treball.

Per tal de promoure el sorgiment d'un nou equip de treball que pugui liderar la futura associació de comerciants de Palafrugell:

- En primer lloc, es planteja que l'IPEP i ACOPA **proposin diversos comerciants** per tal de crear un grup que lideri la futura estructura associativa comercial del municipi. Caldria treballar la **formulació d'aquest col·lectiu en termes de professionalitat i voluntat de treball, així com d'altres elements com la representativitat sectorial i la representativitat territorial** (fora bo que no només representin a negocis del centre urbà sinó també dels voltants). La participació a la junta de comerciants amb establiments de relativa nova creació a Palafrugell, també és un criteri que es considera adequat de valorar (aportació de noves idees, no vinculació amb experiències locals associatives anteriors,...).
- Acte seguit, es proposa que l'IPEP i ACOPA convoquin una **reunió amb tots aquells comerciants escollits i que considerin més adients per liderar el nou projecte associatiu**. En aquesta reunió es tracta que els proposi el repte de formar una nova junta i liderar el nou projecte associatiu que es pretén desenvolupar.
- Caldrà fer palès, però, que aquest grup de potencials líders d'opinió podran formar part d'una proposta de **nova junta la qual haurà de ser ratificada**, en el seu moment pels actuals i futurs associats de l'entitat.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.1

Generació d'un nou lideratge associatiu

Contingut

2. Generació de debat i consens amb la junta actual.

Per tal de facilitar o ampliar la junta actual, es proposa establir un **espai de debat entre el nou equip de treball i la junta actual d'ACOPA**, que serveixi per fer el **traspàs i/o ampliació de poders de forma eficient** i per involucrar-hi, si s'escau, algun possible membre de la junta actual amb motivació per seguir formant part del lideratge associatiu.

Aquest segon punt, inclòs dins la necessitat de generar un nou lideratge associatiu, resultarà clau per tal que tot els professionals del comerç de Palafrugell percebin que el nou projecte no és una continuïtat pròpia de l'antiga ACOPA, ni que tampoc és un nou projecte totalment independent. Al nostre entendre, creiem que cal mediar sobre la necessitat **d'apropar sensibilitats i promoure la màxima voluntat associativa**.

Val a dir que en data d'avui ja s'ha celebrat una reunió amb la junta actual. Per tant, els propers passos, haurien de promoure:

- Una **trobada amb els actuals i els potencials membres de la junta de l'associació** (proposats en l'acció 1 d'aquest mateix Programa 1.1.).



Fotografia del Carrer de Cavallers.

1

Reactivació de l'associacionisme

1.1

Generació d'un nou lideratge associatiu

Contingut

3. Constitució d'una nova junta provisional.

Un cop definides les persones que hauran de liderar el nou projecte associatiu, i vista com quedi la composició de la nova junta, serà el moment **d'oficialitzar i redefinir la proposta de nova junta dins d'ACOPA** (més endavant es proposarà un canvi de nom).

En aquest sentit, cal ressaltar la necessitat que, tal i com ja s'ha mencionat amb anterioritat, que aquesta nova junta inclogui representants de les diverses zones comercials de Palafrugell, i no tan sols del centre urbà.

Finalment, s'entén que aquesta nova junta **serà provisional a l'espera que siguin els seus futurs associats qui els aprovin en junta general.**

Resultats esperats

Una nova junta, definida de manera provisional a l'espera de l'aprovació en la junta general, formada per un equip de comerciants interessats en reactivar el moviment associatiu de Palafrugell.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació de comerciants i comerços líders al municipi.

Prioritat

Alta.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.2

Capacitació de la nova junta

Objectius

Capacitar la nova junta per tal que pugui afrontar els reptes de l'associacionisme comercial, i amb els coneixements, la motivació i la preparació suficient.

Contingut

El segon programa proposat fa referència a la capacitació de l'equip de treball que haurà de liderar el nou projecte associatiu de Palafrugell, i que consta de les següents accions:

1. Motivació de la nova junta.

Un cop constituïda la nova junta provisional de l'associació de comerciants, es proposa que, per tal de motivar els seus integrants amb el repte acceptat, se'ls ofereixi tot un seguit **d'accions orientades a que coneguin les tendències, moviments i corrents actuals vinculats al món del comerç urbà i la promoció d'espais d'interès comercial.**

Tot i que són moltes les variants que es poden oferir a tals efectes, considerem que **seria prioritari portar-ne a terme les següents:**

- **Visites a d'altres municipis.** Es planteja la creació d'un programa de visites a d'altres municipis de Catalunya **que es considerin exemplars en matèria d'associacionisme comercial.** En aquestes visites, els integrants de la nova junta haurien de tenir l'oportunitat de **conèixer de primera mà com es treballa en l'associació de comerciants** del municipi visitat, les estratègies que duen a terme i els resultats obtinguts.

A tall d'exemple, alguns dels municipis que es podrien visitar són Vic, degut a la seva forta dinàmica associativa; Mataró, per la seva manera d'entendre el comerç com un dels eixos de l'economia urbana de la ciutat; i Sant Boi de Llobregat com a referent en la col·laboració publicoprivada.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.2

Capacitació de la nova junta

Contingut

- **Organització de jornades, simposis o actuacions divulgatives dels models de col·laboració publicoprivada.** També caldrà valorar la possibilitat de fer participi la junta en diferents **jornades, simposis o actuacions divulgatives** del món del comerç urbà avui en dia. Actualment, les diferents administracions estan impulsant diferents jornades i actuacions per tal de sensibilitzar als diferents municipis sobre la importància de la col·laboració publicoprivada com a política de futur pel que fa a la dinamització del comerç.

- **Participació en fòrums o realització de jornades sobre nous models de dinamització comercials.** Així mateix, la participació en algun fòrum o l'organització, per part del mateix IPEP, d'alguna jornada sobre nous models de dinamització, seria una bona oportunitat **per posicionar Palafrugell com un municipi de referència en l'àmbit de la promoció del comerç de proximitat.**

La possibilitat d'organitzar aquesta jornada amb una entitat com la pròpia Diputació de Girona, podria ser un bon espai de debat entre la futura junta i els comerços palafrugellencs, al mateix temps que una bona manera de singularitzar el model de dinamització urbà de Palafrugell.



Fotografia del Carrer de Sant Antoni.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.2

Capacitació de la nova junta

Contingut

2. Acompanyament a la nova junta.

Complementàriament a l'acció anterior, es plantegen dues actuacions per tal d'orientar i assessorar a la nova junta:

- **Programa de *mentoring* per a la junta.** Es creu idoni que, des de l'IPEP, s'ofereixi als membres de la nova junta un programa de *mentoring* estructurat en diverses sessions, a través de les quals un professional extern expert en matèria comercial **familiaritzi els integrants de la nova junta amb els reptes que comporta l'associacionisme comercial i amb els models de gestió comercial publicoprivats**, vetllant així per una gestió professionalitzada de la nova associació palafrugellenca.
- **Programa de suport a l'equip gestor del projecte.** Com a complement, també se suggereix que una figura experta en dinamització comercial acompanyi a l'equip gestor del projecte (junta de l'associació i equip professional de l'IPEP – veure *Programa 2.1.*), en la **revisió i seguiment de les línies de treball**, així com en el **suport i seguiment de les taules de treball** del futur Pacte de Comerç de Palafrugell (veure acció 3 del *Programa 2.3.*).

En tot, l'assistència i participació en diferents programes de divulgació de la col·laboració publicoprivada ja de per sí, pot esdevenir una manera indirecta de promoure aquest acompanyament i professionalització de l'equip gestor de la nova associació de comerciants.

Resultats esperats

Una junta professionalitzada, competent i amb capacitat de presa de decisions.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació de comerciants.

Prioritat

Alta.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.3

Reestructuració de la nova associació

Objectius

Definir com ha de ser la nova associació de comerciants de Palafrugell.

Contingut

En aquest tercer programa, es proposen i descriuen les accions que cal seguir per tal de concretar “què?” i “com?” ha de ser la nova associació de comerciants.

1. Canvi de nom de l'associació.

Per tal que el nou projecte associatiu sigui percebut com un veritable canvi d'etapa, i al mateix temps escenifiqui la vocació integradora que pretén tenir el nou model associatiu, es proposa **abandonar l'actual nom d'ACOPA (Agrupació de Comerciants de Palafrugell) i substituir-lo per:**

“Palafrugell Comerç – Àrea de Promoció Econòmica Urbana”

Amb un nom així, **es pretén posar de manifest que:**

- Aquesta entitat ha de ser quelcom més que una simple associació de comerciants i que vol adoptar un **rol protagonista en la dinamització econòmica, social i cultural de Palafrugell.**
- Al mateix temps, el nou nom, ha de servir per transmetre que aquesta associació **té una vocació nova**, amb un nou projecte que va més enllà de les dinàmiques menys positives generades en els darrers anys, quan l'entitat disposava d'un ampli nombre d'associats.
- Sigui com sigui, però, aquest nom, **només és una proposta que caldria que fos validada** amb la nova junta i el mateix equip polític i tècnic de l'IPEP.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.3

Reestructuració de la nova associació

Contingut

2. Concreció de la identitat i la proposta de valor de la nova associació.

Un cop la nova junta estigui preparada i formada, és imprescindible que:

- Juntament amb l'IPEP, **s'aprovi la proposta de valor de l'associació**, és a dir, un document on es defineixi exactament "què ha de ser *Palafrugell Comerç?*" i "quin rol ha de jugar en el conjunt del municipi?".
- Aquesta proposta de valor estratègica del comerç i l'espai urbà de Palafrugell **ha de vetllar per la promoció econòmica i l'espai urbà de la ciutat**, erigint-se com una entitat prou professionalitzada com per **poder participar en la presa de decisions** de determinades polítiques públiques **que afectin la construcció d'un espai urbà** atractiu.
- En d'altres paraules, ha de ser l'ens responsable en construir **un model associatiu privat que col·labori amb l'àmbit públic**, generant així les bases per a un possible futur model de col·laboració publicoprivada en matèria comercial (el dia que la llei de règim local permeti establir una quota fixa per a finançar accions associatives).

3. Definició dels objectius i les quotes.

La creació d'una nova entitat comercial associativa ha de disposar d'una **sèrie d'objectius quantificables** que ha de procurar complir **per a assegurar-ne la seva viabilitat i correcte funcionament**.

Tanmateix, un altre dels elements de major importància en una associació de comerciants és la **capacitat d'autofinançar-se**. Els recursos propis són, per tant, un dels pilars bàsics de la seva subsistència en el futur més proper.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.3

Reestructuració de la nova associació

Contingut

Per aquest motiu, és imprescindible que, des d'un bon inici, es concreti **un objectiu quantificat sobre quines han de ser les quotes de la nova entitat**. En aquest sentit, considerem que una proposta d'inici podria ser la següent:

Quota mensual*	→	30 euros
Derrames especials	→	No previstes
Previsió de socis (a finals del 2019)	→	120 associats
Previsió de socis (a finals del 2020)	→	150 associats

* Es tracta únicament d'un suggeriment, fet en base a les quotes que els comerciants paguen en altres municipis de referència, com ara Figueres, Vic, Olot o Banyoles.

4. Ús d'eines de comunicació interna.

La quarta actuació té per objectiu aconseguir una **comunicació àgil, fàcil i directe** entre els membres socis de *Palafrugell Comerç* **que permeti informar sobre temes relacionats amb comerç** (campanyes de dinamització comercials, subvencions, normatives, notícies vinculades al teixit comercial i sectors econòmics, etc.).

1 Reactivació de l'associacionisme

1.3

Reestructuració de la nova associació

Resultats esperats

Un model associatiu comercial nou i sòlid.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació de comerciants
Palafrugell Comerç.

Prioritat

Alta.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.4

Inclusió de nous sectors

Objectius

Avançar cap a un model associatiu ampli i transversal, que pugui integrar qualsevol tipus de negoci o entitat vinculada al comerç o amb capacitat per influir-hi.

Contingut

El quart programa proposat per tal de reactivar l'associacionisme estableix quins sectors addicionals ha d'incloure la nova associació *Palafrugell Comerç*. Com que el nou model de dinamització comercial de Palafrugell no pretén, només, promoure el comerç, sinó també promoure l'economia urbana del municipi i els diferents actors que en formen part, sembla conseqüent que la nova entitat estigui formada per un ampli ventall de sectors.

A tal efecte, es proposa que **hi tinguin cabuda els següents interlocutors:**

1. Inclusió d'establiments de restauració.

Les entrevistes realitzades mostren que una gran proporció dels comerciants de Palafrugell consideren necessari que l'associació de comerciants del municipi també inclogui establiments del sector de la restauració (bars, restaurants, cafeteries, etc.).

Tenint present aquest desig majoritari, i atès el caràcter inclusiu i transversal que es vol donar a la nova associació, es proposa que *Palafrugell Comerç* **passi a incloure també els establiments de restauració del municipi, la qual cosa implica que aquests establiments també hauran de ser objecte de la campanya de captació de socis plantejada anteriorment.**



Fotografia d'un establiment de restauració del Carrer del Raval Superior.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.4

Inclusió de nous sectors

Contingut

2. Inclusió d'entitats socials i culturals.

Per tal d'aconseguir que *Palafrugell Comerç* sigui una entitat important al municipi i que vagi més enllà de la dinamització comercial, se suggereix que, des de l'IPEP, es proposi a les diverses **entitats socials i culturals del municipi la possibilitat d'entrar a formar part de l'associació**, però sense necessitat de pagar cap quota.

Aquest fet permetria avançar cap a un moviment associatiu que, més enllà d'aglutinar els comerços i serveis del municipi, **vetllés per un municipi viu i dinàmic**, tant en termes comercials i econòmics, com fins i tot socials i culturals, entenent que la vida i l'activitat al carrer són grans aliats del comerç de proximitat.

Així, un dels compromisos d'aquestes entitats, seria la de **realitzar actuacions de ciutat**, actuacions que contribuïssin a genera una vida activa al municipi de manera que contribuís a la dinamització dels comerços.

Fem referència a actuacions de l'estil d'animació cultural, animació sociocultural, coorganització d'activitats lúdiques en els diferents espais comercials de Palafrugell,...

3. Presència dels diferents espais comercials de Palafrugell.

En darrer lloc, cal fer un especial apunt a la necessitat que **l'entitat no se centri exclusivament en els comerços del centre sinó que també tingui present el comerç de les diferents zones** comercials existents a Palafrugell.

Resultats esperats

Una associació de comerciants de base àmplia representada pels sectors inclosos dins l'activitat urbana del municipi.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

La nova associació de comerciants, establiments de restauració i associacions culturals i socials.

Prioritat

Mitja.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.5

Pla de llançament de la nova associació

Objectius

Aconseguir la implicació del màxim nombre de comerciants del municipi en el nou projecte associatiu.

Contingut

Finalment, aquest cinquè programa pretén aportar les pautes necessàries per tal d'aconseguir que els comerciants de Palafrugell s'impliquin en el nou projecte associatiu. En aquest sentit, es proposen diverses accions:

1. Elaboració d'un Pla de serveis.

Per tal que els comerciants de Palafrugell percebin la nova associació *Palafrugell Comerç* com una entitat útil i desitgin formar-ne part, és necessari que aquesta entitat ofereixi un **ampli ventall de serveis als seus associats, que converteixin el fet d'estar associat en un avantatge competitiu respecte els comerciants no associats.**

En aquest sentit, es proposa que l'associació **disposi d'un programa de serveis a l'associat.** Aquest programa de serveis ha de ser un dels pilars que contribueixin a incentivar i implicar el comerciant, des d'un bon inici.

El pla de serveis s'haurà de construir al llarg dels propers mesos, mentre duri el procés de construcció de l'entitat. Així, **els àmbits que aquests serveis haurien d'incloure poden ser els següents:**

- **Acompanyament en tràmits i gestions:** en plena col·laboració amb l'IPEP, l'entitat hauria de poder oferir a tots els seus associats una línia clara de serveis de gestió del punt de venda. Fem referència a la disposició de les normatives i ordenances, informació sobre les línies d'ajut que s'ofereixen amb imports, dates,..., informació sobre els serveis de consum i de defensa de l'establiment i de la clientela,...

1 Reactivació de l'associacionisme

1.5

Pla de llançament de la nova associació

Contingut

- **Política de descomptes:** un dels elements que, sens dubte, poden facilitar el sentit de pertinença, és la percepció que la quota d'associat tingui contraprestacions de caràcter econòmic. En aquest sentit, caldria construir una proposta de descomptes en serveis que, a ulls de l'usuari associat, puguin ser atractius (descomptes per a aparcaments de la clientela, assegurances amb companyies de serveis, comissió bancàries, compres de material de suport a la gestió del punt de venda, gestions relatives a riscos laborals, protecció de dades,...).
- **Campanyes de dinamització transversals:** en la proposta de pla de serveis que s'ofereixi a l'associat, caldrà definir campanyes de dinamització comercial dirigides als comerços associats de totes els barris de Palafrugell, no només del centre. Aquesta actuació està pensada per cohesionar el col·lectiu de comerciants i promoure el sentit de pertinença al municipi.

Tot seguit, s'apunten dos exemples de campanyes d'aquest tipus realitzades en altres municipis: d'una banda, la campanya "Sabadellencament" (elaboració d'un vídeo promocional i repartiment de marxandatge i vals de compra per tot Sabadell); d'altra banda, la campanya "Museu obert" (exposició d'obres d'art dels museus de la ciutat en els aparadors dels comerços de tot Mataró).
- **Visibilitat i promoció de l'associació i dels comerços associats.** Es proposa que una de les actuacions que contempli el pla de treball de l'associació sigui la disposició d'un portal web que serveixi com a plataforma per a fer visible, a través del món digital, tant *Palafrugell Comerç* com els seus membres socis. En aquest sentit, caldrà valorar la possibilitat de reorientar i dinamitzar la web actual d'ACOPA (www.vilashoppingpalafrugell.cat), que ja desenvolupa una funció similar. D'altra banda, el treball amb les xarxes socials també és un element que es creu d'elevat interès. Per tant, un dels beneficis i punt que es considera necessari que inclogui aquest pla de serveis és la presència i participació dels membres socis i que els serveixi com un espai de promoció dels seus negocis.

1 Reactivació de l'associacionisme

1.5

Pla de llançament de la nova associació

Contingut

2. Impuls d'una campanya de captació de socis.

Complementàriament, per tal d'aconseguir una base associativa sòlida, també **es proposa**:

- Dur a terme una **campanya de captació de socis**, basada en la **realització de visites personalitzades** a tots els comerços i serveis del municipi. En aquestes visites, caldria explicar als comerciants el nou projecte associatiu del municipi, així com la importància de tenir un moviment associatiu fort i participatiu.
- Per tal d'optimitzar els resultats d'aquestes visites, seria especialment interessant que es **creés i repartís als comerciants algun tipus de tríptic o fulletó informatiu** sobre la nova associació *Palafrugell Comerç*, posant especial èmfasi en els avantatges que l'entitat ofereix (o oferirà) als seus associats.

3. Organització d'una jornada de presentació i inauguració de la nova associació.

El darrer punt que es proposa portar a terme, és la **jornada de presentació de la nova junta**, amb la seva conseqüent aprovació, el pla de serveis proposat, i en síntesi, el punt de partida de les seves noves activitats.

A la presentació de la nova junta, es tracta que **hi sigui participi l'IPEP, tots els membres de Palafrugell Comerç, així com que sigui obert a tots els sectors comercials i econòmics** del municipi. Aquesta actuació també permetrà acabar de consolidar una estructura associativa major així com incentivar l'entrada de nous associats.

Resultats esperats

Un moviment associatiu comercial que generi interès entre els comerços i pugui satisfer-ne les seves necessitats.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Palafrugell Comerç i sectors comercial i econòmics locals.

Prioritat

Alta.

2 Foment de la col·laboració públicoprivada

2.1

Com s'ha de gestionar la nova associació?

Objectius

Definir com ha de ser gestionada la nova associació de comerciants i promoure un model de gestió del comerç basat en la confiança i la corresponsabilitat públicoprivada.

Contingut

El primer programa d'aquesta segona política estratègica fa referència a la gestió de la nova associació *Palafrugell Comerç*. En aquest sentit, se suggereixen tres etapes diferents i evolutives:

1. Gestió directa de *Palafrugell Comerç* per part de l'IPEP (durant el primer any).

Per tal de facilitar la posada en marxa de la nova associació *Palafrugell Comerç* i assegurar que l'entitat se centri en aquells aspectes que es consideren prioritaris des de l'administració, **es proposa que:**

- Durant el primer any de vida, l'associació *Palafrugell Comerç*, sigui **gestionada, de manera directa, per l'IPEP.**
- Per tant, es fa evident que aquest model col·laboratiu implica necessàriament que, durant un any, **hi ha d'haver una figura tècnica de l'IPEP que acompanyi la nova junta** de l'associació en totes les tasques de gestió de l'entitat.
- **Les tasques** d'aquesta figura tècnica de l'IPEP haurien de ser la de **l'estructuració i construcció de l'associació** (proposta i implementació del pla de serveis i de les actuacions de dinamització, organització d'esdeveniments i professionalització de la junta de l'entitat).
- Tot i la gestió de l'IPEP, **la nova associació ha de comptar amb la participació de l'equip de la junta directiva de Palafrugell Comerç** en la presa de decisions.

Així doncs, l'objectiu final descansa en crear i impulsar el creixement de la nova associació de comerciants.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.1

Com s'ha de gestionar la nova associació?

Contingut

2. Lideratge compartit de *Palafrugell Comerç* (durant el segon any).

Un cop finalitzat el període d'un any de gestió directa de l'associació a través de l'IPEP, es proposa que, a partir del segon any, **l'IPEP encara porti la gestió de *Palafrugell Comerç*, però donant més importància i visibilitat a l'associació.** Així mateix, **es planteja:**

- En el segon any l'associació de comerciants també hi ha d'haver un model de **gestió portada a terme per l'IPEP, però ha de procurar involucrar més a *Palafrugell Comerç*.**
- En aquest sentit, es tracta que **l'associació sigui present i més participa en les dinàmiques de *Palafrugell Comerç***, tot i no perdre de vista que la gestió és a càrrec de l'IPEP.
- Així doncs, es tracta que la **figura tècnica de l'IPEP continuï acompanyant l'associació** en les seves tasques de gestió i dinamització.
- **Pel que fa a les tasques** de la figura tècnica, haurien de ser la de **l'estructuració i planificació de la dinamització de l'associació** (proposta i implementació del pla d'actuacions de dinamització, organització d'esdeveniments, professionalització de l'associació, captació d'un major nombre d'associats, etc.), i no tant enfocades a la construcció de l'entitat.
- La **nova associació ha de comptar amb la participació activa de l'equip de la junta directiva de *Palafrugell Comerç*** en la presa de decisions i debat d'activitats.

Així doncs, l'objectiu final descansa en enfortir i dinamitzar la nova associació de comerciants.

2

Foment de la col·laboració publicoprivada

2.1

Com s'ha de gestionar la nova associació?

Contingut

3. Lideratge autònom de *Palafrugell Comerç* amb suport públic (a partir del tercer any).

Arribat el tercer any des de la creació de la nova associació, l'**escenari ideal de gestió de Palafrugell Comerç seria el que es presenta a continuació:**

- A partir del tercer any l'associació ha de ser gestionada de manera autònoma. En altres paraules, la **línia òptima** seria la consolidació d'un **model associatiu** on la mateixa entitat pogués exercir la **independència del seu propi lideratge**
- Així mateix, es tractaria que la **pròpia junta de Palafrugell Comerç fos l'òrgan encarregat de la gestió** de l'associació.
- **La junta** de l'associació hauria d'encarregar-se de totes aquelles **actuacions necessàries per al bon funcionament i consolidació de Palafrugell Comerç** (proposta i implementació del pla d'actuacions de dinamització, organització d'esdeveniments, professionalització de l'associació, captació d'un major nombre de socis,...).
- En aquesta ocasió, **el rol de l'IPEP seria el de suport** (assessorament i recolzament) en la gestió de l'associació de comerciants, **en comptes de ser l'agent de control directe** d'aquesta.

Val a dir que aquest model es donaria en la casuística que Palafrugell Comerç sigui **una associació altament professionalitzada** i preparada, **i en la que els comerços associats mostrin un elevat grau de compromís** amb l'entitat.

Resultats esperats

Un model de gestió de tendència autònoma per part de l'associació de comerciants que vetlli per la professionalització i bon funcionament del model.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació de comerciants.

Prioritat

Alta.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.2

Quin ha de ser el model de suport econòmic?

Objectius

Definir els criteris que cal seguir en la concessió de suport econòmic a la nova associació *Palafrugell Comerç* per part de l'Ajuntament.

Contingut

Aquest segon programa fa referència al model de suport econòmic de l'IPEP cap a l'associació de comerciants. En aquest cas, també cal diferenciar entre tres etapes, en la línia del programa anterior:

1. Gestió integral dels recursos econòmics per part de l'IPEP (durant el primer any).

Tenint present el model de cogestió proposat per al primer any de vida de la nova associació *Palafrugell Comerç*, es proposa que:

- Durant aquest primer any, **l'entitat no rebi**, inicialment, **cap subvenció**, sinó que sigui el propi IPEP la institució que, a través de la partida destinada al foment del comerç, s'encarregui de reactivar l'associacionisme i de finançar les possibles campanyes que es decideixi dur a terme, **evitant així la possible destinació de recursos cap a altres iniciatives que no es considerin tan prioritàries** durant el primer any de vida d'una associació.
- L'objectiu no descansa en eliminar el suport econòmic sinó en **modificar el model de suport** generat en els darrers anys. En síntesi, l'objecte no és altre que **establir unes bases de treball prou sòlides** en les que la pròpia junta de l'entitat i el propi IPEP defineixin, de forma conjunta, les grans línies i mesures de treball del primer any.
- Tot i així, s'entén que el propi **IPEP haurà de promoure l'associacionisme comercial** a través de programes de subvenció vinculats a la professionalització, compromís i dinamització del desenvolupament comercial i econòmic de Palafrugell.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.2

Quin ha de ser el model de suport econòmic?

Contingut

2. Gestió econòmica de l'IPEP amb suport vinculat a programes específics (durant el segon any).

Un cop superat el primer any de vida de l'associació, i coincidint amb el pas des d'un model de gestió directa de l'associació per part de l'IPEP cap a un model de lideratge compartit, **es proposa recuperar el sistema de finançament a través de subvencions.**

En aquest sentit, es considera que la subvenció de l'IPEP cap a la nova associació *Palafrugell Comerç* hauria de ser igual o superior a la que està rebent actualment ACOPA (8.000€ l'any), però **la seva concessió hauria d'anar necessàriament vinculada a un Pla de treball anual per part de l'associació**, de tal manera que només es concedeixi l'ajuda si l'entitat té un programa de treball definit i coherent amb les necessitats del sector.

Tanmateix, és important remarcar que, per a la viabilitat del nou model associatiu, serà imprescindible que la **línia d'ajuts** que es derivi a *Palafrugell Comerç* estigui **orientada a la professionalització de l'entitat així com al finançament de programes que contribueixin al desenvolupament i dinamització de l'espai comercial urbà del municipi**; fem referència a projectes de la següent naturalesa:

- **Programes de foment de serveis a l'associat** que vetllin per un comerç associatiu implicat i participatiu de les accions que es portin a terme.
- **Programes de col·laboració amb altres agents i ens** socials i culturals del municipi que facin de l'espai urbà, un entorn econòmic fort i atractiu.
- **Suport a la professionalització de la gestió** i els òrgans de govern associatiu de Palafrugell Comerç.
- **Altres projectes de singularitat** manifesta que per la seva naturalesa contribueixin a la **dinamització econòmica i comercial de Palafrugell** i els seus diferents espais comercials.

2

Foment de la col·laboració públicoprivada

2.2

Quin ha de ser el model de suport econòmic?

Contingut

3. Suport econòmic de l'IPEP a la professionalització de l'associació (a partir del tercer any).

A partir del tercer any i en endavant, l'estat òptim seria la total professionalització i consecució d'un lideratge independent per part de *Palafrugell Comerç*. Tanmateix, la dificultat de la professionalització de les associacions, així com la dificultat que tots els comerços s'associïn en un espai comercial urbà, implica que aquest escenari ideal sigui molt difícil d'assolir.

Aquest model proposat pot ser difícil d'assolir al tercer any, però, en tot cas, és el model cap al qual caldria intentar evolucionar en un futur a mig o llarg termini.

Resultats esperats

Una associació de comerciants amb un model de suport econòmic de tendència cada vegada més independent i autosuficient.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

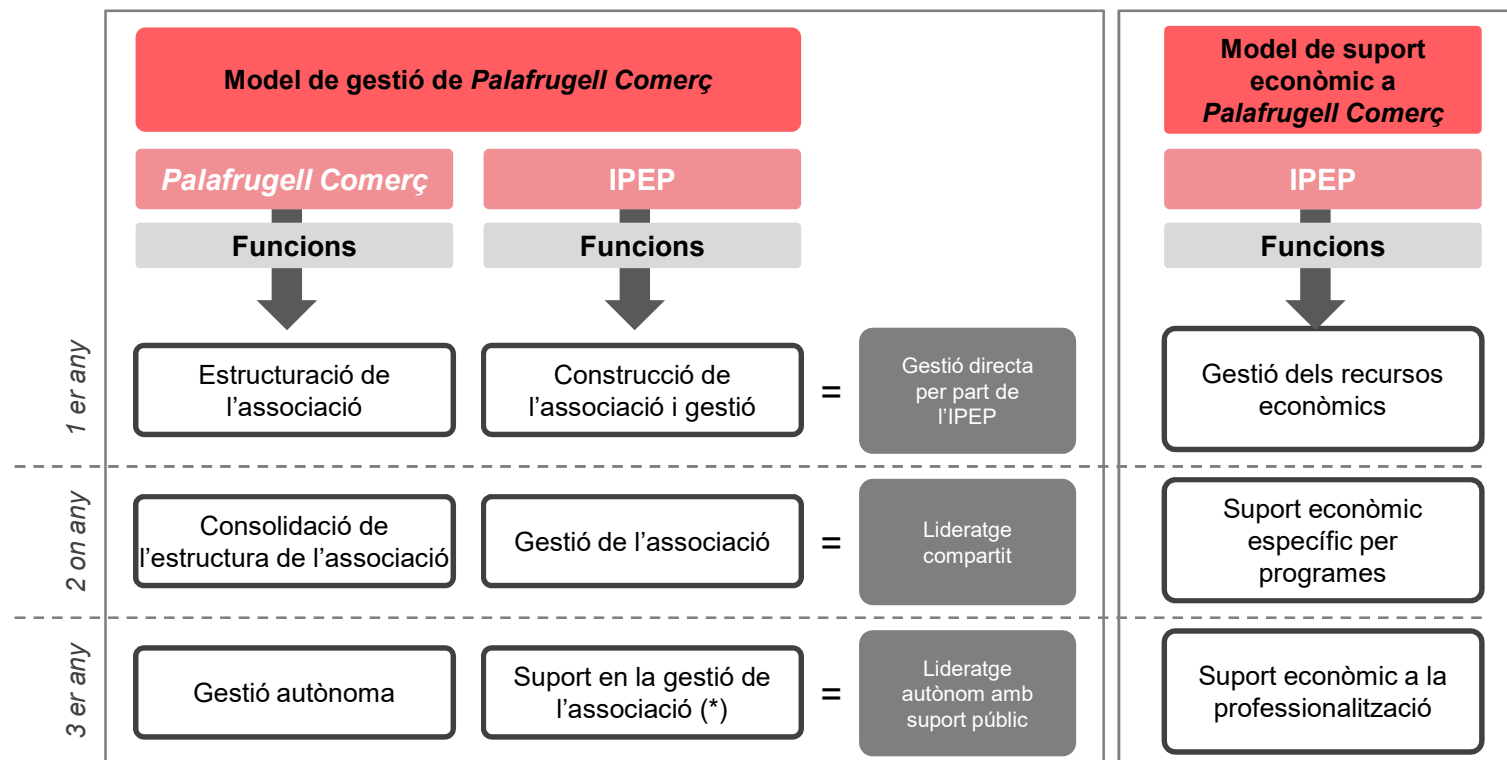
Palafrugell Comerç.

Prioritat

Alta.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

La figura que es presenta a continuació representa, de manera gràfica, l'evolució que hauria de seguir la nova associació **Palafrugell Comerç** en relació al model de gestió i al model de suport econòmic:



(*) Aquesta casuística es donaria en el cas que *Palafrugell Comerç* s'erigeixi com una entitat altament professionalitzada i amb un elevat compromís per part dels membres associats.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.3

Quin ha de ser el model de col·laboració públic i privat?

Objectius

Definir un nou marc de col·laboració entre l'esfera pública i privada de Palafrugell en matèria de comerç.

Contingut

El tercer programa proposat per al foment de la col·laboració publicoprivada pretén definir quin **rol ha de jugar l'administració local en la dinamització comercial del municipi**. En aquest sentit, es proposen **diverses accions**:

1. Creació d'una *Comissió Mixta de Treball*.

Per tal **d'afavorir la coherència entre les diverses polítiques municipals** amb potencial incidència sobre el comerç urbà (urbanístiques, econòmiques, culturals, educatives, ambientals, etc.), es proposa la creació d'una comissió multidisciplinària en el sí de l'Ajuntament de Palafrugell.

En referència als principals **objectius** de la creació de la Comissió Mixta de Treball, **són**:

- **Debatre i consensuar les decisions** que es prenguin des de l'Ajuntament de Palafrugell vinculades al comerç i a d'altres àrees.
- **Incentivar el treball conjunt i la coordinació** de les diverses àrees del propi consistori.
- Fomentar la **transversalitat de les decisions** que afecten l'activitat comercial de Palafrugell.

A través d'aquesta comissió, es tractaria que les **diverses àrees del consistori es reunissin periòdicament** i consensuessin les seves respectives polítiques, la qual cosa permetria assegurar que qualsevol decisió presa des de qualsevol àmbit pugui acabar afavorint (o com a mínim, no perjudiqui) el comerç de proximitat de Palafrugell.

2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.3

Quin ha de ser el model de col·laboració públic i privat?

Contingut

2. Creació d'una *Taula de Comerç*.

Un cop s'hagi aconseguit la reactivació de l'associacionisme i hi hagi una proporció acceptable d'establiments associats a *Palafrugell Comerç* (com a mínim, un 30% de tots els susceptibles de formar-ne part), es proposa avançar cap a un nou marc de col·laboració entre els diversos agents locals públics i privats que es troben vinculats al comerç.

Més concretament, es proposa crear una ***Taula de Comerç integrada per l'IPEP, l'associació Palafrugell Comerç i l'Associació del Mercat Diari de Palafrugell***, a través de la qual **aquestes tres entitats puguin debatre, negociar i planificar conjuntament les polítiques comercials del municipi**.

3. Elaboració del *Pacte de Comerç de Palafrugell*.

Finalment, quan la *Taula de Comerç* ja estigui consolidada i hagi permès consensuar com ha de ser el futur comercial del municipi, es proposa anar un pas més enllà i elaborar un **pacte municipal de comerç**.

Aquest pacte hauria de ser un document **que definís l'estratègia i les línies d'actuació** que cal seguir **per tal d'afavorir el comerç de proximitat de Palafrugell** a curt i mig termini, i sense perjudici del partit polític que governi en cada moment.

Així doncs, els **actors implicats** en l'elaboració d'aquest pacte haurien de ser els mateixos de la ***Taula de Comerç*** (IPEP, associació *Palafrugell Comerç* i Associació del Mercat Diari de Palafrugell), **juntament amb representants de les altres àrees de l'Ajuntament**, dels partits polítics de l'oposició i, fins i tot, d'aquelles **entitats socials, culturals i turístiques** que, per la seva orientació, es considerin influents en l'àmbit del comerç.

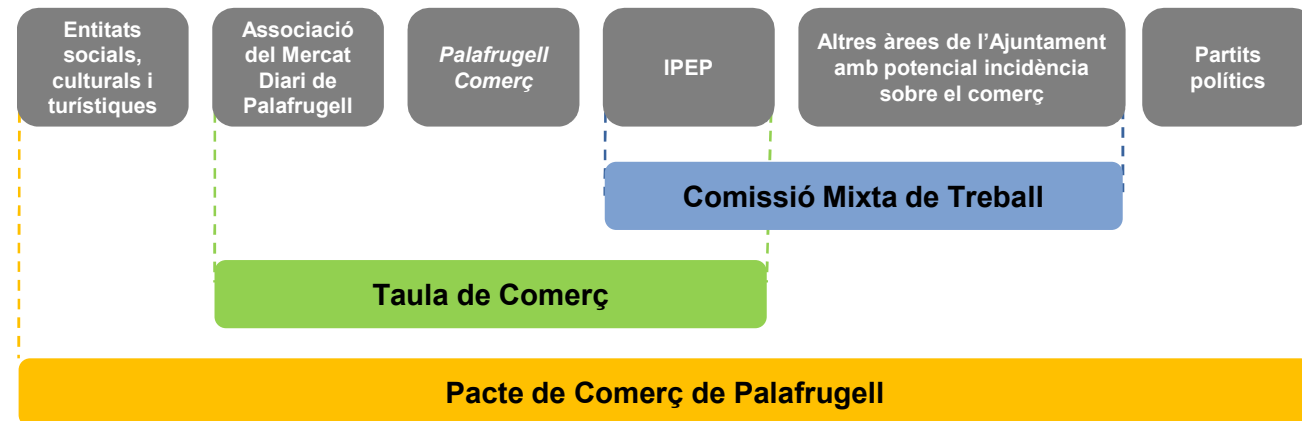
2 Foment de la col·laboració publicoprivada

2.3

Quin ha de ser el model de col·laboració públic i privat?

Contingut

La següent figura representa, gràficament, els diversos agents que s'haurien d'involucrar en la **Comissió Mixta de Treball**, la **Taula de Comerç** i el **Pacte de Comerç de Palafrugell**:



Resultats esperats

Un marc de treball per a la planificació conjunta i estratègica del comerç de Palafrugell.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Palafrugell Comerç, Ajuntament, Mercat Diari i entitats socials, culturals i turístiques.

Prioritat

Alta.

3 Vinculació amb la cultura i la ciutadania

3.1

Com es poden generar sinèrgies amb el sector cultural i turístic?

Objectius

Crear vincles entre el teixit comercial i el sector cultural i turístic del municipi, de tal manera que s'enforteixin mútuament.

Contingut

El primer programa d'aquesta tercera política fa referència a la creació de sinèrgies entre el sector comercial, cultural i turístic, i es concreta en les següents accions:

1. Implicació del teixit comercial en els esdeveniments lúdics, culturals i turístics del municipi.

Per tal d'optimitzar els beneficis que la celebració d'esdeveniments lúdics, culturals i turístics genera sobre el comerç urbà, cal que aquest hi jugui un rol protagonista. En aquest sentit, es proposa que, en la **planificació d'aquest tipus d'esdeveniments** (Flors i Violes, Festes de Primavera, Festival de Jazz, etc.), l'Ajuntament **contempli sempre la manera d'involucrar-hi el teixit comercial** del municipi (a tall d'exemple, això es podria aconseguir a través de concursos d'aparadors, gimcanes temàtiques, premis, sortejos, etc.). Aquest plantejament no només podria suposar un benefici per als comerciants, sinó que fins i tot contribuiria a l'atractiu dels esdeveniments en qüestió.

En tot cas, la seva implementació **requereix necessàriament una estreta comunicació i col·laboració entre l'Àrea de Cultura i l'IPEP, així com entre les diverses entitats culturals del municipi i l'associació Palafrugell Comerç**, la qual cosa reforça la importància de crear una *Comissió Mixta de Treball* (veureu acció 1 del Programa 2.3) i d'incloure entitats socials i culturals dins de l'associació de comerciants (veure acció 2 del Programa 1.4).

3 Vinculació amb la cultura i la ciutadania

3.1

Com es poden generar sinèrgies amb el sector cultural i turístic?

Contingut

2. Col·laboració amb el projecte "Palafrugell +".

"Palafrugell +" es tracta d'un **projecte de col·laboració publicoprivada entre l'IPEP, l'Àrea de Cultura de l'Ajuntament i destacats equipaments culturals del municipi** (Museu del Suro, Fundació Josep Pla, Fundació Privada Vila Casas – Museu Can Mario i la Torre de Can Mario; així com el Jardí Botànic de Cap Roig i la Torre de Guaita de Sant Sebastià).

El projecte, que forma part de "Palafrugell, estratègia Turística" i s'inclou al "Pla per al Desenvolupament econòmic i Cohesió Social 2013-2018", es basa en la **creació d'un tiquet per a la promoció dels espais culturals de Palafrugell**. Aquest, per un preu de 8€ i amb validesa d'un any, **permet visitar els equipaments i realitzar activitats culturals exclusives per mitjà d'un preu reduït, un 2x1 o un accés privilegiat a alguna activitat programada**.

En aquest sentit, i amb l'objectiu de promoure les sinèrgies entre cultura i comerç, es proposa que "Palafrugell +" **s'ampliï a propostes vinculades al sector comercial i la restauració a través de la creació de descomptes, promocions, activitats, etc.**



Portada del fulletó del projecte "Palafrugell +".

Resultats esperats

Una línia de col·laboració conjunta entre el teixit comercial de Palafrugell i la cultura i el turisme.

Agents impulsors

IPEP i Àrea de Cultura.

Parts implicades

Palafrugell Comerç i teixit comercial del municipi.

Prioritat

Mitja.

3 Vinculació amb la cultura i la ciutadania

3.2

Com es pot integrar el comerç al municipi?

Objectius

Enfortir els vincles entre el teixit comercial i la ciutat, així com entre els comerciants i la ciutadania.

Contingut

Aquest segon programa pretén maximitzar la integració i l'arrelament del sector comercial de Palafrugell al municipi. En aquest sentit, es plantegen diverses accions:

1. Apropament del comerç urbà a la població local.

Amb voluntat de maximitzar la capacitat de retenció dels consumidors locals per part del comerç palafrugellenc, es proposa **impulsar una campanya de comunicació dirigida a apropar el comerç local a la població resident** del municipi, mirant de reduir, així, el percentatge de població resident que no compra habitualment a Palafrugell, un fenomen especialment important en la compra de productes d'equipament de la llar i de la persona.

Aquesta campanya de comunicació s'hauria de realitzar a través de **múltiples canals de comunicació** (premsa, ràdio, xarxes socials i activitats *online*, banderoles, fulletons,...) i **hauria d'anar acompanyada d'algun eslògan persuasiu**.

En qualsevol cas, hauria de ser una campanya que mirés de conscienciar la població sobre la necessitat de **prioritzar el comerç local**, a causa de la important contribució urbana i social que desenvolupa, així com la vinculació amb els agents i entitats de Palafrugell.



Fotografia de la Plaça de l'Església.

3 Vinculació amb la cultura i la ciutadania

3.2

Com es pot integrar el comerç al municipi?

Contingut

2. Implicació del teixit comercial en activitats socials i solidàries.

De forma similar que en el cas dels esdeveniments lúdics i culturals del municipi (veure *Programa 3.1*), també es proposa que, per tal de **reforçar el compromís social i local del teixit comercial**, des de l'IPEP i la nova associació *Palafrugell Comerç* es promogui la **participació del teixit comercial en les diverses activitats socials i solidàries** que s'organitzen al municipi, com ara la campanya solidària d'alimentació infantil (on ja participa el Mercat Diari de Palafrugell) o la campanya de recollida de joguines.

Aquesta participació **es podria fer a nivell d'associació**, i en tot cas, hauria d'anar acompanyada de la comunicació corresponent, reivindicant així la vessant social del comerç de proximitat.

Resultats esperats

Un comerç molt proper a la ciutadania i entitats socials i solidàries, i que esdevingui una de les principals opcions de compra per part dels habitants de Palafrugell.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

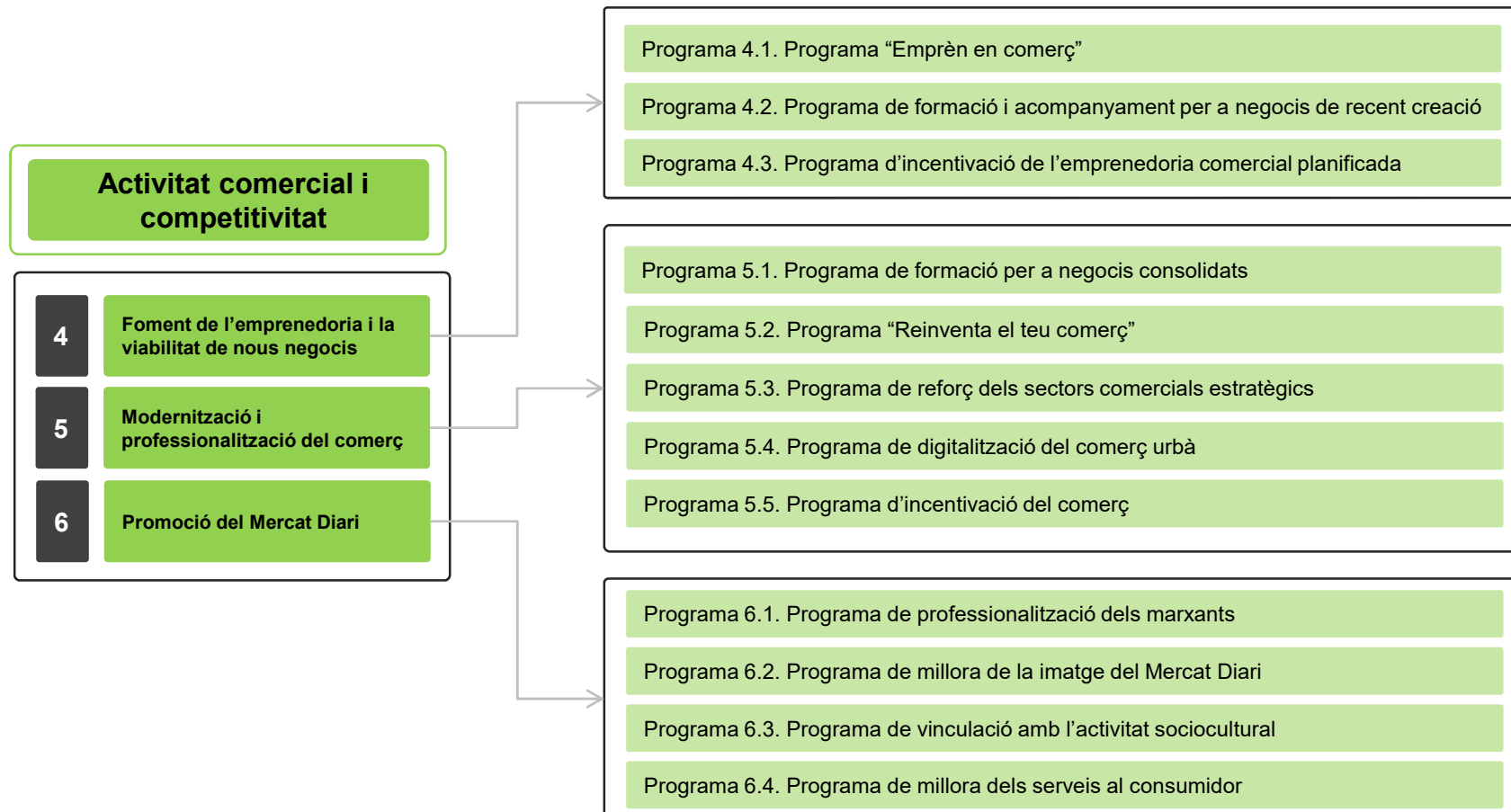
Palafrugell Comerç i entitats socials i solidàries.

Prioritat

Mitja.

3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

A continuació, s'inicia l'eix de treball **“Activitat comercial i competitivitat”**, que inclou 3 polítiques formades per 12 programes (les accions dels quals s'expliquen a les **diapositives contigües**):



4

Foment de l'emprenedoria i la viabilitat de nous negocis

4.1

Programa "Emprèn en comerç"

Objectius

Fomentar l'emprenedoria i la viabilitat de nous negocis comercials de Palafrugell.

Contingut

El primer programa d'aquesta política pretén fomentar l'emprenedoria en el sector comercial, i es concreta en una única acció:

1. Creació del programa "Emprèn en comerç".

Actualment, a través de l'espai "Empresa i Emprenedoria", l'IPEP ja ofereix un servei d'orientació i assessorament als emprenedors que volen muntar un nou negoci empresarial. Aquest servei es caracteritza per tenir una **orientació transversal** (ja que està orientat a qualsevol tipus d'empresa) i per oferir un suport focalitzat en l'**estructura del negoci** i la realització dels **tràmits burocràtics** necessaris per a la seva creació.

Per tal de fomentar l'emprenedoria en el sector comercial, tanmateix, es considera necessari dissenyar un **programa específic** per a aquest sector. Així doncs, es proposa la creació d'un programa de foment de l'emprenedoria **exclusivament dirigit al sector comercial**.

Conseqüentment, cal que sigui un programa **molt especialitzat** en la realitat del sector comercial, i que vagi més enllà del suport en qüestions d'estructura i burocràcia, posant especial èmfasi en **la creativitat i la singularitat** dels nous negocis que es creen a Palafrugell.

A tal efecte, es proposa que aquest programa inclogui, com a mínim, els següents serveis i activitats:

- En primer lloc, **un taller de bones pràctiques**, en què alguns dels comerços de major èxit de Palafrugell expliquin la seva experiència als nous emprenedors, aportant criteris per a la creació d'un negoci comercial reeixit.

4 Foment de l'emprendoria i la viabilitat de nous negocis

4.1

Programa "Emprèn en comerç"

Contingut

- En segon lloc, **un curs formatiu sobre gestió comercial**, que amb una durada aproximada de 20 hores, proporioni als emprenedors els coneixements bàsics i necessaris per a gestionar correctament un negoci comercial.
- I finalment, **un servei d'assessorament individualitzat**, a través del qual els emprenedors que hagin assistit al taller de bones pràctiques i al curs formatiu sobre gestió empresarial, també puguin rebre un acompanyament personalitzat en el procés d'arrencada del seu negoci, incloent la possibilitat de realitzar un estudi de viabilitat econòmica de forma gratuïta.

Resultats esperats

La creació de nous negocis degudament planificats i amb garanties de viabilitat econòmica i durabilitat en el temps.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Emprenedors.

Prioritat

Alta.

4

Foment de l'empresoria i la viabilitat de nous negocis

4.2

Programa de formació i acompanyament per a negocis de recent creació

Objectius

Afavorir el creixement i la consolidació dels negocis més recents a través de la formació dels seus propietaris.

Contingut

El segon programa proposat va dirigit a millorar la competitivitat dels negocis comercials en fase de creixement, i es basa en la següent acció:

1. Creació d'un programa de formació i acompanyament per a negocis de recent creació.

Per tal d'afavorir la viabilitat dels nous negocis comercials de Palafrugell un cop aquests ja estan en marxa, es proposa crear un programa de formació i acompanyament exclusivament dirigit a ells, entenent que són negocis que es troben en **fase de creixement** i que, conseqüentment, requereixen una atenció diferenciada dels negocis més consolidats.

En aquest sentit, es proposa la creació d'un programa doble, és a dir, basat en dues activitats complementàries entre elles:

- D'una banda, un conjunt de **microcàpsules formatives** orientades a optimitzar la **gestió del negoci**. Es tractaria de programar 3 o 4 microcàpsules cada any, cadascuna d'elles molt focalitzada en un tema específic. Alguns dels temes més interessants podrien ser, per exemple: **imatge exterior** de l'establiment, **imatge interior** de l'establiment, **aparadorisme**, **gestió econòmica i financera**, etc. En tot cas, haurien de ser sessions curtes i amb una orientació pràctica.
- D'altra banda, l'assistència a les microcàpsules formatives hauria d'anar acompanyada de la possibilitat de rebre un **acompanyament individualitzat**, consistent en una sessió personalitzada de 2 hores amb un consultor extern, a través de la qual aquest assessorés el comerciant sobre **com fer créixer el seu negoci** i arribar a la fase de consolidació el més aviat possible.

4 Foment de l'empresoria i la viabilitat de nous negocis

4.2

Programa de formació i acompanyament per a negocis de recent creació

Contingut

Malgrat estar dissenyat expressament per als comerços de recent creació, aquest programa de formació i acompanyament **també podria ser ofert**, si es considerés oportú, **als comerços del municipi que ja es trobin en fase de manteniment i/o de maduresa**, entenent que també és un programa vàlid per afavorir la competitivitat dels negocis ja consolidats.



Fotografia d'un establiment del Carrer de Cavallers.

Resultats esperats

Uns negocis joves que funcionin i que es consolidin el més aviat possible, enriquint així el teixit comercial del municipi.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Propietaris de negocis comercials de creació recent.

Prioritat

Alta.

4 Foment de l'emprenedoria i la viabilitat de nous negocis

4.3

Programa d'incentivació de l'emprenedoria comercial planificada

Objectius

Incentivar una emprenedoria professionalitzada en el sector comercial.

Contingut

El darrer programa d'aquesta política fa referència a la generació d'incentius per a l'emprenedoria, i es basa en la següent acció:

1. Adjudicació d'una línia d'ajuts a l'emprenedoria planificada.

Actualment, l'IPEP ja ofereix una línia d'ajuts a tots aquells emprenedors que munten un nou negoci, ja sigui comercial o no. En el cas dels emprenedors comercials, i per tal de fomentar que aquesta emprenedoria sigui planificada, es proposa **reservar una partida extra o prioritzar la concessió d'aquesta subvenció, a aquells emprenedors que hagin participat en alguns dels programes següents:**

- **Programa “Emprèn al comerç”** (veure Programa 4.1).
- **Programa de formació i acompanyament per a negocis de recent creació** (veure Programa 4.2).

Es tracta, en definitiva, d'oferir incentius (en aquest cas, de caire econòmic) per tal que els emprenedors (o potencials emprenedors) del sector comercial **es formin adequadament** abans d'emprendre el nou negoci, alhora que **aprofitin les eines de suport i assessorament** que se'ls ofereix des de l'administració pública local.

Resultats esperats

Uns emprenedors motivats i amb suport econòmic per part de l'administració local.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

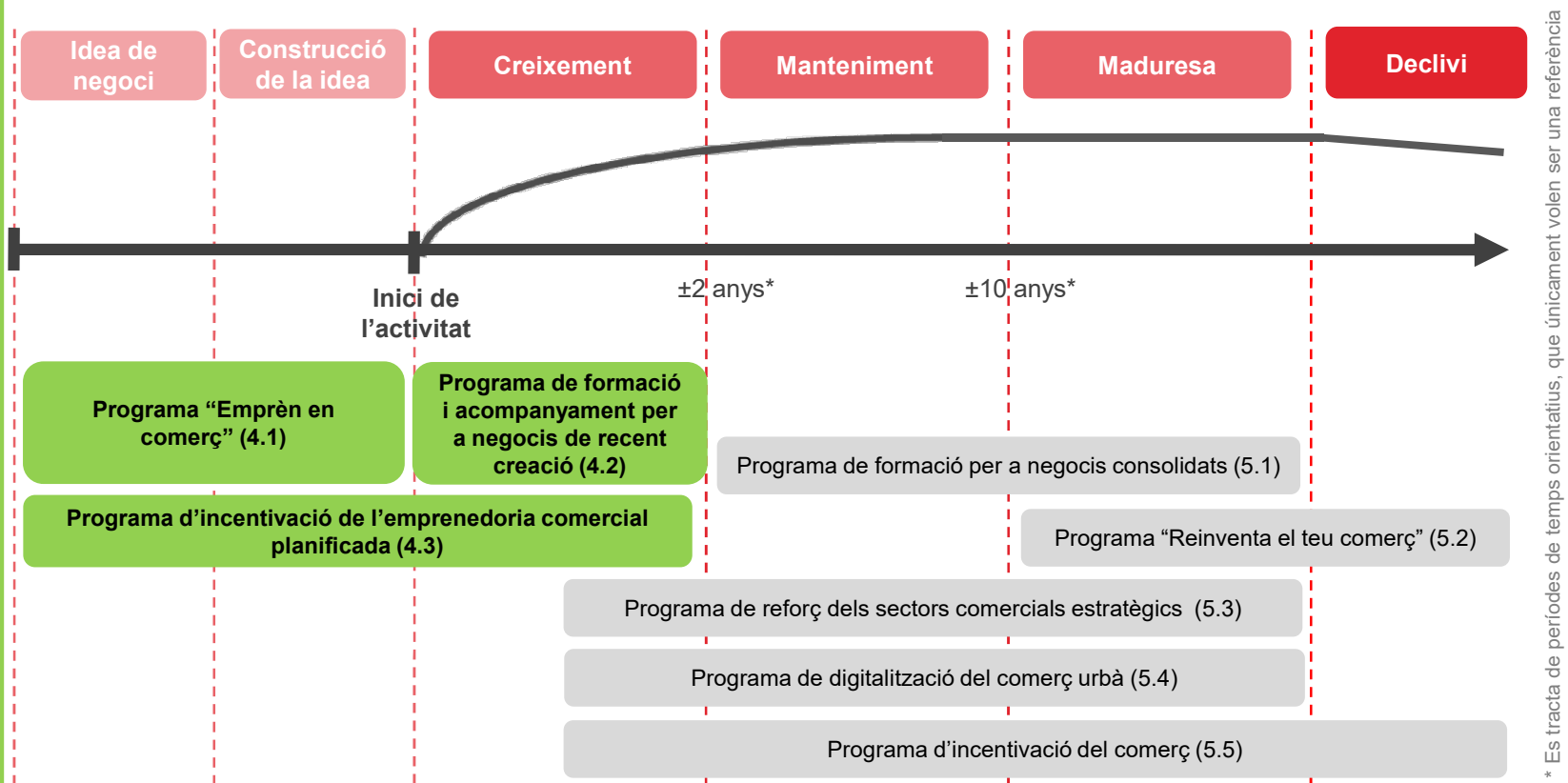
Propietaris de negocis comercials nous al municipi.

Prioritat

Alta.

4 Foment de l'emprendoria i la viabilitat de nous negocis

Tal i com es mostra a la següent figura, els *Programes 4.1 i 4.2* fan referència a les etapes de **planificació i creixement** dins del cicle de vida d'una activitat comercial. Tot seguit, en el marc de la cinquena política del present Pla d'acció, es proposen programes d'actuació dirigits a les etapes posteriors.



5 Modernització i professionalització del comerç

5.1

Programa de formació per a negocis consolidats

Objectius

Promoure la competitivitat dels establiments comercials en fases de manteniment i maduresa de Palafrugell.

Contingut

El primer programa per a la modernització i professionalització del comerç pretén proporcionar eines als establiments comercials consolidats i/o en fase de maduresa, i es concreta en la següent acció:

1. Disseny d'un programa de formació per a negocis consolidats.

Si bé és cert que l'IPEP ofereix formació a tots aquells comerços interessats en temàtiques variades i d'actualitat (xarxes socials, geoposicionament del negoci, fiscalitat, etc.), es creu idoni el disseny d'un **programa de formació específic per als negocis consolidats** i que es basi en dos tipus de formació: una dirigida als empresaris, i una altra dirigida als seus treballadors. Aquesta idea es desprèn de les entrevistes grupals realitzades amb els comerciants, els quals van posar molt èmfasi en el fet de disposar de **programes formatius diferenciats** i adequats a les diverses necessitats.

Així, es proposa que el programa formatiu inclogui els següents continguts:

- **Formació per a empresaris.** Pel que fa a la formació dirigida als empresaris comercials, es proposa que consisteixi en **3 o 4 xerrades anuals d'intercanvi d'experiències comercials**. En aquest sentit, es tractaria de convidar a professionals del sector comercial (preferiblement, comerciants que hagin desenvolupat un negoci d'èxit), els quals puguin aportar el seu coneixement i les vivències personals, oferint així noves solucions i possibles idees per als propietaris dels negocis comercials de Palafrugell.

5

Modernització i professionalització del comerç

5.1

Programa de formació per a negocis consolidats

Contingut

- **Formació per a treballadors.** Pel que fa a la formació dirigida als treballadors dels establiments, es proposen tres tipus d'oferta formativa:
 - **Microcàpsules formatives.** Les microcàpsules formatives són **petites píndoles de diverses temàtiques** com ara la millora de la imatge de l'aparador (opinió expressada per diversos comerços enquestats), la col·locació estratègica de l'oferta a l'interior de l'establiment, les premisses d'estil i coherència del negoci amb la seva imatge de marca, etc.
 - **Cursos formatius de major durada.** La formació de major durada és aquella que es considera necessària desenvolupar en un període més ampli de temps, ja que l'assoliment dels seus **continguts requereixen una dedicació continuada**. En aquest sentit, la temàtica més mencionada pels comerciants enquestats és la formació en **idiomes**.
 - **Tallers formatius en competències.** La formació en competències consisteix en la creació de **diversos tallers** que tractin els aspectes necessaris per a dur a terme una venda de valor (actitud, tracte, servei,...). Aquesta línia de formació coincideix amb els resultats de les enquestes realitzades als comerços, en què donaven importància a realitzar formació **vinculada a vendes i atenció al client**.

Addicionalment a tota aquesta oferta, també es proposa valorar l'opció que els comerços en fase de manteniment i/o maduresa puguin beneficiar-se igualment del programa de formació i acompanyament proposat per als comerços en fase de creixement (veure *Programa 4.2*).

Resultats esperats

Uns negocis consolidats i/o madurs molt preparats i adaptats a les noves dinàmiques del sector comercial.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Comerços en fase de manteniment i/o maduresa.

Prioritat

Mitja.

5 Modernització i professionalització del comerç

5.2

Programa “Reinventar el teu comerç”

Objectius

Fomentar la reinvençió d'aquells comerços més antiquats que comencen a experimentar símptomes de declivi.

Contingut

El segon programa d'aquesta cinquena política va dirigit als comerços que es troben en fase de maduresa o de declivi, i es concreta en la següent acció:

1. Creació del programa “Reinventar el teu comerç”.

Amb l'objectiu d'evitar la decadència i el possible tancament d'aquells comerços de major antiguitat que comencen a notar **certs símptomes de declivi**, es proposa crear un programa específic per tal d'afavorir la seva reconversió i que esdevinguin novament competitius.

En aquest sentit, es proposa crear el programa “Reinventar el teu comerç”, sota el qual es tractaria d'oferir, als comerciants que s'hi acullin, la realització gratuïta d'un **pla estratègic per a la reconversió del seu negoci**. És a dir, un document que diagnostiqui l'estat actual de l'establiment i defineixi les accions necessàries per tal de reconvertir-lo en un comerç renovat, modern i competitiu.

En definitiva, es tractaria d'oferir **assessorament tècnic** a tots aquells comerciants que vegin la necessitat d'actualitzar el seu negoci, afavorint així la seva continuïtat i contribuint a una actualització constant del teixit comercial de Palafrugell.

Resultats esperats

La reconversió i supervivència dels comerços menys actualitzats del municipi.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Negocis comercials en fase de maduresa o declivi.

Prioritat

Alta.

5 Modernització i professionalització del comerç

5.3

Programa de reforç dels sectors comercials estratègics

Objectius

Posicionar Palafrugell com un municipi de referència en termes d'oferta alimentària i gastronòmica.

Contingut

El tercer programa que es proposa per a la modernització i la professionalització del comerç de Palafrugell està orientat a reforçar aquells sectors comercials del municipi que es consideren estratègics, i es basa en la següent acció:

1. Creació d'un programa de formació i acompanyament per als comerciants de sectors estratègics.

A partir del treball de camp efectuat, s'ha constatat que, si bé Palafrugell és un municipi amb una gran diversitat d'oferta comercial, el seu reconeixement com a pol d'atracció comercial ve determinat especialment per dos sectors específics: d'una banda, **el sector de l'alimentació** (gràcies, en bona mesura, a la presència del Mercat Diari), i de l'altra, **el sector de la restauració** (un sector molt vinculat a la condició turística del municipi).

Donat el fet que aquests dos sectors juguen un **rol estratègic** en el municipi, es considera que requereixen una atenció especial. En aquest sentit, es proposa oferir un programa de **formació i acompanyament** específic per als comerciants dels sectors de l'alimentació i de la restauració. De forma similar al programa plantejat per als negocis de recent creació (veure *Programa 4.2*), aquest també hauria d'incloure dos tipus d'activitats formatives:



Fotografia d'establiment comercials de restauració de la Plaça Nova.

5 Modernització i professionalització del comerç

5.3

Programa de reforç dels sectors comercials estratègics

Contingut

- En primer lloc, tot un seguit de **microcàpsules formatives** sobre aspectes específics del sector de l'alimentació i de la restauració, com ara la imatge interior i exterior de l'establiment, l'exposició del producte, l'aposta per productes amb un valor afegit, etc.
- I en segon lloc, un **acompanyament individualitzat** que assessori els comerciants a l'hora de decidir quines actuacions han de dur a terme per millorar el seu negoci.

En definitiva, el que es pretén amb aquest programa és consolidar Palafrugell com un **motor comercial** de la seva àrea d'influència, a partir de potenciar aquells sectors que es consideren estratègics. En aquest sentit, cal precisar que els sectors de l'alimentació i de la restauració podrien ser complementats amb altres sectors de cara al futur, si realment es considera que també juguen un rol estratègic en el municipi.

Resultats esperats

Uns establiments comercials molt competents que pertanyen a sectors estratègics per al posicionament de Palafrugell com a motor comercial.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Establiments d'alimentació i de restauració.

Prioritat

Mitja.

5 Modernització i professionalització del comerç

5.4 Programa de digitalització del comerç urbà

Objectius

Incentivar la visibilitat del teixit comercial de Palafrugell al món digital.

Contingut

El quart programa d'aquesta política està centrat en l'ús de les noves eines digitals per part dels comerços, i descansa en una sola acció:

1. Impuls d'un programa de digitalització del comerç urbà.

El programa es planteja a partir dels resultats de les enquestes als comerciants, en que gairebé la meitat consideraven adient la incorporació de les noves tecnologies com una eina que pot contribuir a la millora dels seus negocis.

El programa formatiu, dirigit a tots aquells establiments comercials en funcionament (tant en fase de creixement, manteniment i/o maduresa) té la finalitat d'**incentivar la visibilitat del teixit comercial de Palafrugell a través de les eines que ofereix el món digital**. En aquest context, **Google my Business, Bing Places, Trip Advisor i Google Alerts** són exemples d'eines digitals que es consideren adequades a treballar.

Tot aquest seguit d'eines permeten al comerciant l'aparició del seu comerç al mapa; promoure que la seva clientela l'identifiqui i el trobi; controlar i actualitzar la informació publicada sobre el seu negoci; i mantenir una relació molt directa amb la clientela.

Val a dir que l'IPEP, a dia d'avui, ja ofereix formació vinculada a les noves tecnologies, però aquest programa que es presenta, a diferència dels tallers formatius actuals, **es basa en la contractació d'un professional que ajudi a implementar, de manera individualitzada, les eines digitals al teixit comercial participant al programa formatiu.**

5 Modernització i professionalització del comerç

5.4 Programa de digitalització del comerç urbà

Contingut

L'acció és especialment interessant degut al fet que una vegada els establiments disposen d'aquestes eines digitals, no tenen cost de manteniment ni requereixen un elevat grau d'atenció.

Resultats esperats

La presència del màxim nombre possible d'establiments comercials a Internet.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Comerços en fase de creixement, manteniment i maduresa.

Prioritat

Mitja.

5 Modernització i professionalització del comerç

5.5

Programa d'incentivació del comerç

Objectius

Incentivar la realització de millores que afavoreixin la competitivitat dels negocis comercials.

Contingut

El cinquè i darrer programa proposat està orientat a incentivar l'activitat comercial, i descansa en aquesta acció:

1. Creació d'una línia d'ajuts per a la modernització i professionalització dels comerços.

Per tal d'incentivar l'aprofitament dels programes de formació i assessorament que s'acaben de descriure, es proposa crear una **línia d'ajuts orientada a subvencionar totes aquelles accions de millora d'un negoci** que derivin de l'assistència en aquests programes per part dels seus propietaris.



Imatge d'un establiment d'alimentació del Carrer de Sant Antoni.

En aquest sentit, se suggereix que, com a **requisit** per optar a aquestes nova línia de subvencions, **els comerciants hagin d'haver-se acollit prèviament a algun dels següents programes descrits:**

- Al programa “**Reinventar el teu comerç**”, orientat a negocis en fase de maduresa o declivi (veure *Programa 5.2*).
- Al programa de **reforç dels sectors comercials estratègics**, específicament dirigit als establiments d'alimentació i de restauració (veure *Programa 5.3*).
- O bé al programa de **digitalització del comerç urbà** (veure *Programa 5.4*).

5 Modernització i professionalització del comerç

5.5

Programa d'incentivació del comerç

Contingut

En síntesi, es tractaria d'oferir incentius econòmics a tots aquells comerciants que s'acullin a algun dels programes plantejats anteriorment, sempre i quan aquest impliqui **la realització d'algun tipus d'inversió**. Per aquest motiu, no es considera necessari donar incentius als beneficiaris del programa de formació per a negocis consolidats (veure *Programa 5.1*), ja que es tracta d'una formació de manteniment.

Resultats esperats

Un teixit comercial proactiu i amb capacitat per afrontar les inversions necessàries per tal d'incrementar o mantenir la seva competitivitat amb el pas del temps.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

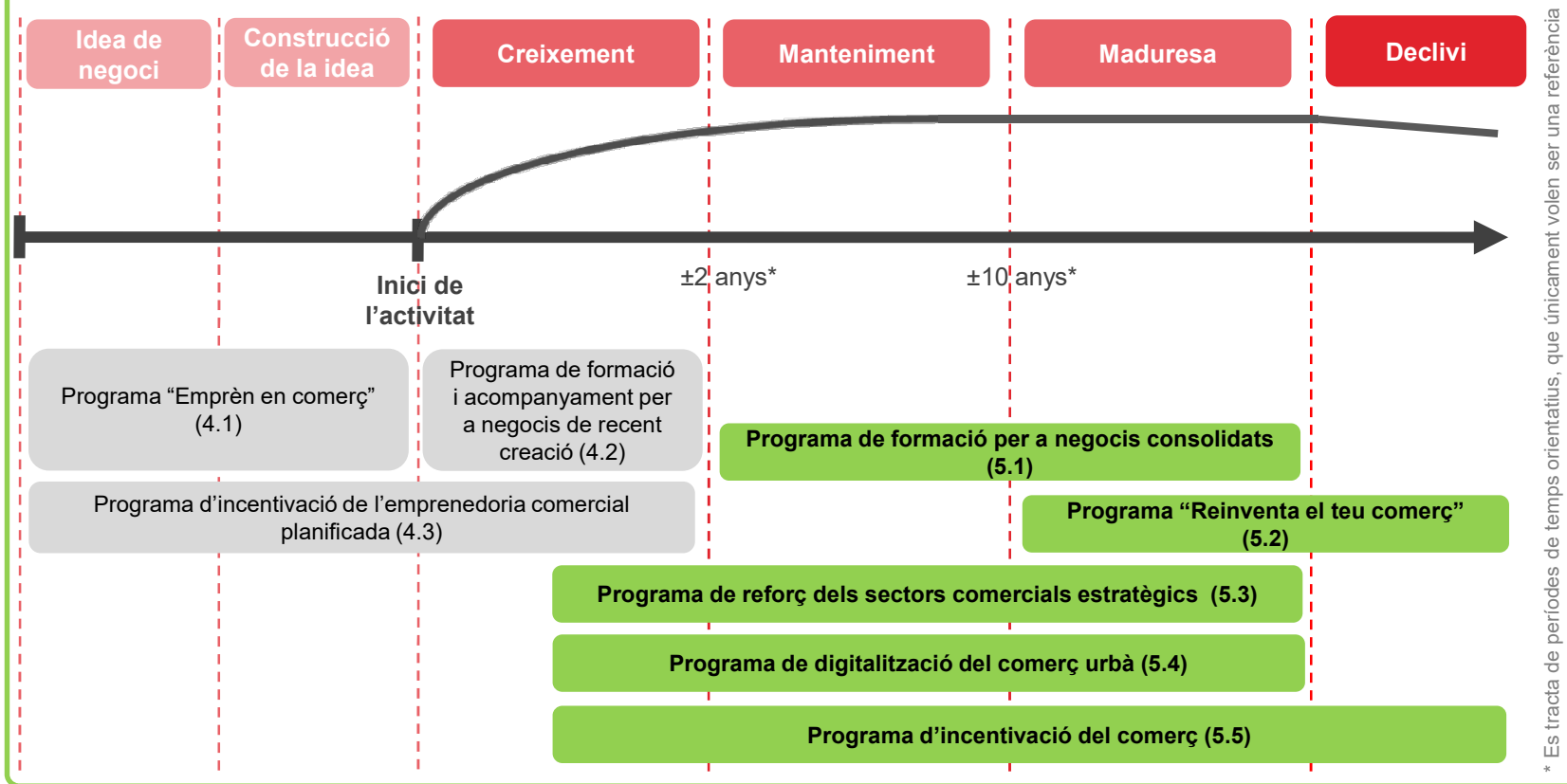
Comerciants del municipi.

Prioritat

Mitja.

5 Modernització i professionalització del comerç

Tal i com es reflecteix en la següent figura, els Programes 5.1, 5.2, 5.3, 5.4 i 5.5 estan orientats als comerços ja existents, complementant així les actuacions proposades en els Programes 4.1 i 4.2, els quals estaven centrats en les etapes anteriors.



6 Promoció del Mercat

6.1

Programa de professionalització dels marxants

Objectius

Millorar el grau de professionalització dels marxants del Mercat Diari de Palafrugell.

Contingut

El primer programa proposat per tal de promocionar el Mercat Diari de Palafrugell fa referència a la professionalització dels marxants, i inclou les següents accions:

1. Creació d'un programa de formació i acompanyament per als marxants del Mercat.

Per tal de millorar els nivells de professionalització dels marxants del Mercat Diari, i afavorir així la competitivitat dels seus negocis en un entorn caracteritzat per una elevada competència i la irrupció de nous hàbits de consum, es proposa impulsar un programa formatiu **exclusiu per als marxants del Mercat Diari**.

Aquest programa formatiu hauria d'incloure dos tipus d'activitats paral·leles:

- D'una banda, una sèrie de **microcàpsules formatives** orientades a millorar **la gestió dels negocis**. Concretament, es proposa planificar unes 3 o 4 microcàpsules cada any, sempre amb un format de **curta durada** i amb un elevat **contingut pràctic**, diferenciant-se així de les sessions teòriques convencionals. A través de les entrevistes realitzades, s'ha pogut constatar que alguns dels temes que podrien resultar més interessants per als marxants del Mercat Diari són els següents: **imatge de la parada, exposició del producte, comptabilitat i tracte al consumidor**.



Fotografia d'una parada del Mercat de la Carn.

6

Promoció del Mercat

6.1

Programa de professionalització dels marxants

Contingut

- D'altra banda, també caldria oferir als marxants la possibilitat de rebre un **acompanyament individualitzat**, és a dir, una sessió d'unes 2 hores de durada, en què un consultor extern expert en la matèria assessorés **de forma personalitzada** al marxant, analitzant els punts forts i febles de la seva parada i donant-li consells per millorar la competitivitat del negoci.

2. Organització de visites col·lectives a d'altres mercats.

Paral·lelament al programa de formació i acompanyament, també es proposa **organitzar una sèrie de visites guiades a altres mercats municipals de Catalunya** que es considerin **referents en termes d'innovació i de vendes**. Alguns dels mercats més interessants podrien ser el Mercat de Sants, el Mercat de la Llibertat, el Mercat de Sant Antoni (amb previsió de ser inaugurat el maig de 2018) o el Mercat del Ninot (tots ells a Barcelona), així com també el Mercat d'Olot.

Aquestes visites col·lectives haurien d'estar guiades per un professional expert en la matèria, i en elles es tractaria de mostrar **exemples de bones pràctiques** als marxants de Palafrugell, per tal que aquests puguin agafar idees per a la millora de la seva parada i del Mercat en general.

Resultats esperats

Un col·lectiu de marxants suficientment preparat per afrontar els reptes de futur del mercat.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació del Mercat Diari de Palafrugell.

Prioritat

Alta.

6

Promoció del Mercat

6.2

Programa de millora de la imatge del Mercat Diari

Objectius

Millorar la imatge interior i exterior dels diversos espais que conformen el Mercat Diari de Palafrugell.

Contingut

El segon programa proposat va dirigit a la millora de la imatge del Mercat Diari. D'una banda, **es proposen actuacions genèriques pel Mercat en tot el seu conjunt**, i d'altra banda, **actuacions específiques per a cadascun dels tres espais** que el conformen: el Mercat de la Carn, el Mercat del Peix i el Mercat de Fruites i Verdures.

1. Actuacions genèriques:

- **Renovació del logotip.** Per tal de millorar la visibilitat del Mercat i afavorir la seva percepció com un espai amb una oferta de productes frescos i de qualitat, es proposa substituir el seu logotip actual per un de nou, tal i com ja ha estat plantejat en algun moment pel propi IPEP. Aquest hauria de ser un **logotip modern**, atractiu visualment i amb capacitat per transmetre els **valors clau del Mercat**: *proximitat, qualitat, producte fresc, confiança, etc.*
- **Promoció dels productes locals, de qualitat i de temporada.** Tal i com s'ha pogut saber a partir de les entrevistes realitzades, l'IPEP té previst impulsar una campanya per a la promoció dels productes locals, de qualitat i de temporada. Aquesta es considera una iniciativa totalment encertada i necessària, ja que permetrà posicionar el Mercat com un espai de venda de productes amb un **valor afegit**.

En aquest sentit, es proposa la **creació de minicartells** que puguin ser col·locats als aparadors, acompanyant aquells productes que es desitgi promocionar. Aquests minicartells podrien incloure informació sobre l'**origen** del producte, la seva **temporalitat**, les seves **propietats nutritives** o, fins i tot, algun **suggeriment de cuina**.

6

Promoció del Mercat

6.2

Programa de millora de la imatge del Mercat Diari

Contingut

- **Reforç de la imatge conjunta del Mercat.** Per tal de generar una imatge de conjunt entre el Mercat de la Carn, el del Peix i el de Fruites i Verdures, es proposa col·locar, en algun punt del carrer Pi i Margall, un **plafó** en què s'expliqui **la història del Mercat** i s'indiquin els tres espais que el conformen actualment, així com un llistat de les seves **parades**.

2. Actuacions específiques per al Mercat de la Carn:

- **Millora de la imatge interior.** Tal i com ja està previst, es considera necessari dur a terme algunes petites millores en la imatge interior del Mercat de la Carn. En aquest sentit, algunes de les actuacions que es consideren més necessàries són les següents:
 - **Renovació o embelliment del paviment i les parets interiors**, tal i com ja està previst realitzar.
 - **Renovació i redistribució del mobiliari urbà interior**, tals com cadires, papereres, taules del bar-restaurant, etc.
 - **Reforç de la il·luminació**, de tal manera que doni més sensació de vitalitat i modernitat.



Fotografia de l'entrada posterior del Mercat de la Carn.

6

Promoció del Mercat

6.2

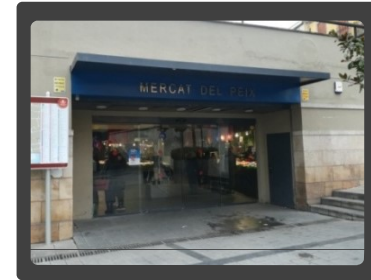
Programa de millora de la imatge del Mercat Diari

Contingut

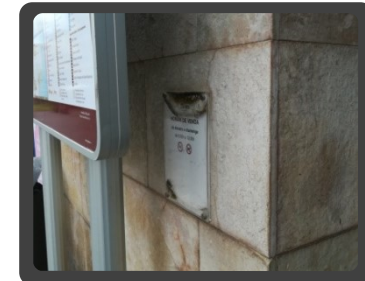
- **Indicació dels horaris del Mercat.** Finalment, també se suggereix incorporar un rètol a l'entrada principal del Mercat de la Carn, indicant de forma clara, llegible i atractiva els horaris del Mercat, ja que actualment només s'indiquen en les entrades lateral i posterior de l'edifici.

3. Actuacions específiques per al Mercat del Peix:

- **Singularització de la imatge exterior.** Per tal de millorar l'aparença exterior del Mercat del Peix i incrementar la seva capacitat d'atracció, es proposa singularitzar l'exterior de seva entrada principal. A continuació s'especifiquen algunes de les possibles actuacions a realitzar:
 - **Col·locació d'algun rètol, vinil o roll-up** en què es promoció l'oferta de peix fresc que es pot trobar a l'interior, incloent alguna foto a tot color que aportí vitalitat a una entrada excessivament freda i grisa.
 - **Incorporació del logotip del Mercat** en la retolació exterior de l'edifici, tal i com ja és present al Mercat de la Carn, i reforçant així la imatge d'unitat entre els tres espais del Mercat.
 - **Renovació i reubicació del rètol indicatiu dels horaris** del Mercat, actualment en mal estat i poc visible.



Entrada principal del Mercat del Peix, la qual es proposa singularitzar.



Rètol indicatiu dels horaris del Mercat del Peix, el qual es proposa renovar i reubicar.

6

Promoció del Mercat

6.2

Programa de millora de la imatge del Mercat Diari

Contingut

- **Millora de la imatge interior.** Per tal de millorar la imatge interior del Mercat del Peix es proposen les següents accions:
 - **Gestió proactiva de la parada buida.** La presència de parades buides redueix considerablement l'atractiu de qualsevol Mercat. Per aquest motiu, es considera necessari dur a terme una gestió proactiva de la parada actualment buida del Mercat del Peix; altrament dit, es proposa a l'IPEP **la cerca de possibles interessats** en la parada i la generació, si s'escau, de possibles incentius per a la seva ocupació el més aviat possible.
 - **Reforç de la il·luminació.** De forma similar que en el cas del Mercat de la Carn, en el Mercat del Peix també es proposa reforçar la il·luminació de l'interior de l'edifici, contribuint així a una imatge més atractiva i moderna de l'equipament.

4. Actuacions específiques per al Mercat de Fruites i Verdures:

- **Millora de la imatge de les parades.** Pel que fa al Mercat de Fruites i Verdures, ubicat a l'exterior, es considera necessari actuar per millorar la imatge de les parades. Tot seguit s'aporta una bateria de possibles petites accions a implementar:
 - **Cobriments de les estructures metàl·liques de les parades.** Per tal d'afavorir la imatge de les parades exteriors, es proposa **proporcionar faldons** (i si es considera adient, també tendals) a les parades que no n'estiguin utilitzant, sense voluntat d'homogeneitzar la imatge de totes les parades, però sí que vetllant per una **imatge més endreçada** i cuidada del Mercat. En aquest sentit, es proposa optar per uns cromatismes més aviat clars.



Imatge d'una parada del Mercat de Fruites i Verdures sense faldó ni tendal, amb l'estructura a la vista.

6

Promoció del Mercat

6.2

Programa de millora de la imatge del Mercat Diari

Contingut

- **Millora de l'exposició del producte.** Tenint present la imatge relativament desendreçada d'algunes parades del Mercat de Fruites i Verdures, es considera altament recomanable que, dins de les microcàpsules formatives suggerides en el programa anterior, se'n programi alguna sobre **exposició de producte**. En aquest sentit, serà especialment necessari fomentar la participació dels marxants de fruita i verdura en aquest taller formatiu.
- **Senyalització del Mercat.** Finalment, per tal de consolidar la percepció del Mercat de Fruites i Verdures com un mercat de productes de qualitat, i al mateix temps reforçar la coherència amb els dos mercats coberts, es proposa incorporar elements de **senyalètica** del propi mercat, tals com banderoles, *roll-ups* o, fins i tot, una **pancarta** de banda a banda del carrer Pi i Margall que l'identifiqui com un espai més del Mercat Diari de Palafrugell, utilitzant el **logotip** del Mercat i indicant els seus **horaris** de forma clara i visible.



Imatge general del Mercat de Fruites i Verdures, sense cap element visual que l'identifiqui com a tal.

Resultats esperats

Un Mercat atractiu, tant en els seus espais coberts com exteriors, afavorint així l'experiència de compra dels consumidors.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Associació del Mercat Diari de Palafrugell i marxants.

Prioritat

Alta.

6

Promoció del Mercat

6.3

Programa de vinculació amb l'activitat sociocultural

Objectius

Integrar el Mercat Diari de Palafrugell en la vida social i cultural del municipi, reforçant així els vincles entre l'equipament i la ciutadania.

Contingut

Aquest tercer programa fa referència a la vessant social i cultural del Mercat Diari de Palafrugell, i es concreta en les següents accions:

1. Integració del Mercat Diari en la vida cultural del municipi.

Tal i com es desprèn de les entrevistes realitzades, la cultura és un àmbit especialment important en el municipi de Palafrugell, donant lloc a un ampli ventall d'activitats, celebracions i esdeveniments al llarg de l'any. Actualment, el Mercat Diari de Palafrugell ja participa en algun d'aquests, com ara el **Flors i Violes** o les activitats de **Nadal**, però en línies generals, la seva connexió amb el món cultural és més aviat escassa.

Tenint present que la cultura al carrer i la vida social són grans aliats del comerç de proximitat i dels mercats en particular, es proposa que, de cara al futur, se cerqui la manera **d'involucrar el Mercat Diari de Palafrugell en tots aquells esdeveniments lúdics i culturals** on això sigui factible, la qual cosa permetria apropar més gent al Mercat, al mateix temps que podria reforçar l'atractiu dels esdeveniments en qüestió.

2. Creació de la campanya "El Mercat de Palafrugell està molt a prop teu".

La segona acció plantejada té la finalitat de promoure el **Mercat com un espai de relació social i molt proper a la seva ciutadania** i visitants que faci **incentivar el sentit de pertinença de l'actual i potencial clientela d'aquest**.

6 Promoció del Mercat

6.3

Programa de vinculació amb l'activitat sociocultural

Contingut

Amb un nom com “El Mercat de Palafrugell està molt a prop teu”, l'actuació consisteix en l'**elaboració d'un mural en que hi apareguin tots o bona part dels marxants del Mercat** en dimensions el més reals possibles. El mural, que es tracta que es col·loqui en algun punt estratègic i visible, es tracta **que fomenti que les persones que passegen pel seu entorn, s'hi facin una fotografia**, que pugui penjar-se a les xarxes socials o bé ser enviada a l'IPEP o a alguna adreça de l'Associació del Mercat Diari de Palafrugell per a realitzar-ne algun concurs o activitat posterior.

Un lloc ideal d'ubicació d'aquest mural es considera que sigui, en el cas que es porti a terme l'actuació, allà on s'ubiqui el plafó amb la història del Mercat i els tres espais que el conformen (veure acció 6.2.1. del *Programa 6.2.*).

L'actuació està inspirada en l'exitosa campanya portada a terme al Mercat Municipal Centre – La Muntanyeta de Sant Boi de Llobregat (fotografia de la dreta).



Imatge de la campanya “Som de Mercat” del Mercat Municipal Centre – La Muntanyeta Font: Portal web de l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat.

6

Promoció del Mercat

6.3

Programa de vinculació amb l'activitat sociocultural

Contingut

3. Foment de la vessant educativa del Mercat Diari.

Per tal d'apropar el Mercat a la ciutadania i sensibilitzar les noves generacions amb els valors del Mercat, es proposa establir un nou marc de col·laboració entre el Mercat i les diverses escoles del municipi. En aquest sentit, es podrien fomentar accions en dos sentits:

- D'una banda, la **visita de marxants a les escoles**, per tal que puguin sensibilitzar els infants sobre la importància de consumir productes locals, de temporada i de qualitat (una iniciativa que, tal i com s'ha pogut saber a partir de les entrevistes realitzades, ja s'ha començat a temptejar).
- D'altra banda, l'organització de **vistes escolars al Mercat**, promovent així que els infants puguin veure i viure el Mercat en primera persona. Per aquesta tasca, es proposa que l'IPEP jugui un rol proactiu, és a dir, que dissenyi un model de visita i proposi a les diverses escoles del municipi la possibilitat de realitzar-la.

4. Foment del Mercat Diari com un espai de tast i degustació.

Finalment, per tal de consolidar el Mercat com un espai no només comercial, sinó també lúdic i social, es proposa potenciar el Mercat com un espai on tastar i degustar productes frescos i de qualitat. A continuació, s'especifiquen algunes de les possibles actuacions o campanyes a desenvolupar amb aquesta finalitat:

- **Facilitar la creació d'espais de degustació** a totes les parades del Mercat que ho desitgin, sempre i quan això sigui possible des d'un punt de vista normatiu.

6

Promoció del Mercat

6.3

Programa de vinculació amb l'activitat sociocultural

Contingut

- **Promoure campanyes promocionals puntuals que incloguin el tast de productes**, tals com una jornada de degustació a l'aire lliure, una vermutada popular o, fins i tot, una nit de tapes, sempre a partir de petits platets cuinats pels marxants amb els seus propis aliments.

Resultats esperats

Un Mercat integrat a la vida social i cultural del municipi, que resulti proper per la ciutadania i que desenvolupi una funció educativa en el conjunt de Palafrugell.

Agents impulsors

IPEP i Associació del Mercat Diari de Palafrugell.

Parts implicades

Teixit cultural, escoles i ciutadania.

Prioritat

Mitja.

6 Promoció del Mercat

6.4 Programa de millora dels serveis al consumidor

Objectius

Promoure que els diversos segments de consumidors del Mercat Diari puguin satisfer les seves diverses necessitats.

Contingut

El darrer programa proposat per a la promoció del Mercat Diari fa referència als serveis del Mercat cap als consumidors, i es basa en aquestes accions:

1. Creació d'un servei de venda a domicili.

Tot i que el món digital té una penetració molt baixa en la compra d'alimentació fresca, és ben cert que la facilitat de compra és un dels elements que el consumidor d'avui en dia més prioritza.

En aquest sentit, considerem important **iniciar un projecte de venda a domicili** que faciliti la compra dels diferents segments de consumidors del Mercat Diari, i que han estat analitzats a l'estudi d'hàbits.

A tals efectes, es valora positivament la creació d'un servei a domicili que faciliti la compra dels ciutadans de Palafrugell i, molt especialment, de les segones residències.



Imatge d'una parada del Mercat de Fruites i Verdures sense faldó ni tendal, amb l'estructura a la vista.

6

Promoció del Mercat

6.4

Programa de millora dels serveis al consumidor

Contingut

2. Redefinició dels horaris comercials del Mercat Diari.

Tot i el bon funcionament del Mercat, es fa ben palès que un dels factors d'èxit dels mercats municipals d'avui en dia és l'ampliació de les hores d'atenció comercial a les tardes.

Els perfils de consumidors, especialment, els més joves, així com els que compren en família, solen prioritzar la compra de divendres a la tarda, i molt especialment, en la darrera franja. És per aquest motiu, que es valora de manera positiva la **possibilitat d'obrir els divendres a la tarda fins a les 20:30 del vespre** (de 19h a 20h és un horari que funciona molt bé en d'altres mercats municipals que així hi han apostat).

Un dels elements, però, a tenir en consideració en aquesta acció, és que es realitzin **tot un seguit d'accions per a promoure un major èxit d'aquest canvi horari:**

- Primerament, el **compromís per part dels marxants** en portar a terme aquest projecte per un període no inferior als 6 mesos.
- En segon terme, i per tal d'acompanyar aquest procés que no deixa de ser complex en sí mateix, caldrà portar a terme una certa **campanya de comunicació** que doni a conèixer aquest nou projecte entre els diferents segments de clientela.

Resultats esperats

Un Mercat que disposi de serveis que en promoguin el seu valor afegit.

Agents impulsors

IPEP i Associació del Mercat Diari de Palafrugell.

Parts implicades

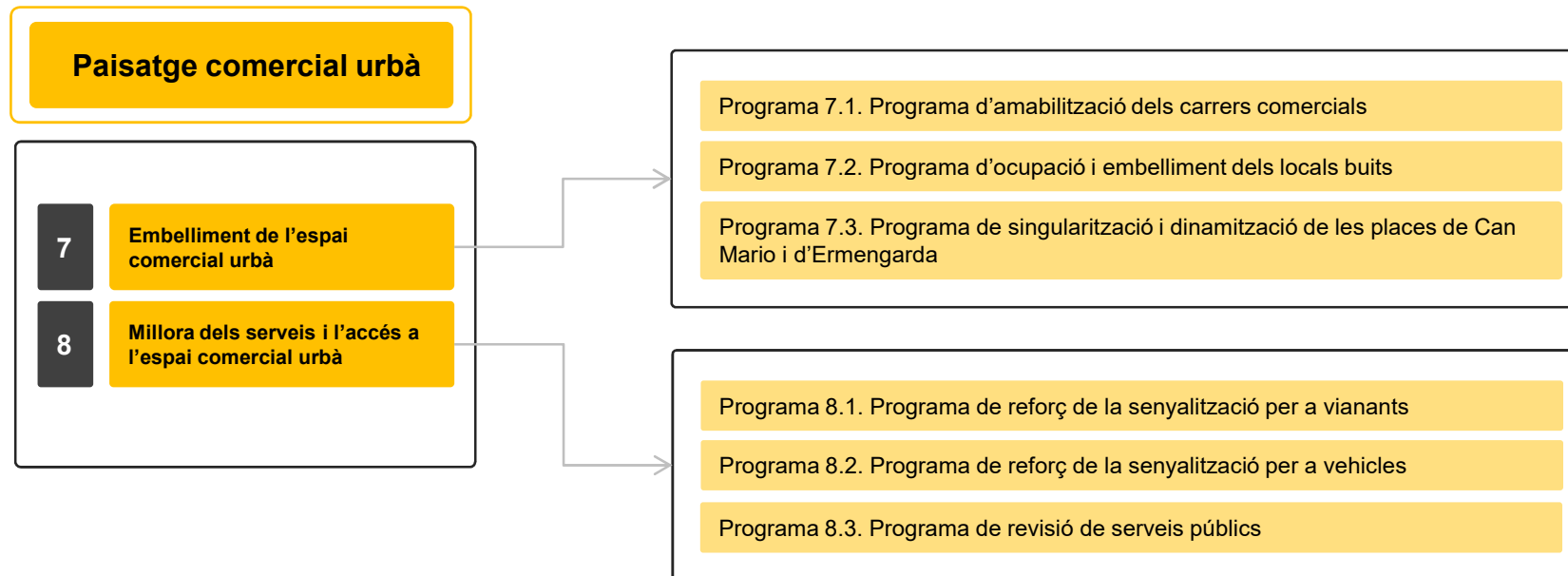
Marxants del Mercat i empresa i/o agent encarregat del sistema de venda a domicili.

Prioritat

Alta.

3. Programes d'actuacions per a l'enfortiment del comerç urbà de Palafrugell

Es presenta l'últim **eix de treball**, “**Paisatge comercial urbà**”, format per 2 polítiques, 6 programes i les seves respectives **accions**:



7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.1

Programa d'amabilització dels carrers comercials

Objectius

Millorar la imatge dels carrers comercials i afavorir-hi el passeig dels vianants.

Contingut

Per tal de reforçar l'atractiu de l'espai comercial urbà, es proposen una sèrie de possibles actuacions urbanístiques a realitzar, entenent que la seva implementació queda subjecta a factors molt diversos, i que difícilment podran ser executades a curt termini. Les propostes de millora s'agrupen segons carrers i segons el seu grau de prioritat.

a) Actuacions prioritàries:

1. Actuacions d'amabilització del Carrer de Torres i Jonama.

- Rehabilitació d'aquelles façanes que mostren una imatge més degradada.
- Renovació del paviment de les voreres entre el Carrer de la Caritat i la Plaça Onze de Setembre.
- Restauració o manteniment del tòtem publicitari que generi una imatge de més netedat i major interès.

2. Actuacions d'amabilització del Carrer de Cavallers.

- Incorporació de jardineres que facin més agradable i atractiu el carrer.
- Control o regulació de l'exposició de producte exterior dels establiments comercials que faciliti el pas dels vianants i contribueixi a generar una millor imatge del propi producte.
- Eliminació dels cotxes-joguina per a nens que disposen alguns establiments, ja que es creu que no afavoreixen una imatge comercial de proximitat ni singular.



Fotografia del Carrer de Cavallers.

7

Embelliment de l'espai comercial urbà

7.1

Programa d'amabilització dels carrers comercials

Contingut

3. Actuacions d'amabilització del Carrer de Sant Sebastià.

- Conversió del carrer en una plataforma única (actuació prevista per l'Ajuntament per al 2018).
- Incorporació d'elements d'enjardinament que promoguin una imatge de carrer comercial, una vegada el carrer hagi patit la transformació esmentada. Es proposa que aquests siguin d'estil penjats, entenent que el carrer també permetrà el pas de vehicles motoritzats i, doncs, l'espai no serà molt ampli.
- Rehabilitació de certes façanes que presenten una imatge de menor atractiu.

4. Actuacions d'amabilització del Carrer de Barris i Buixó.

- Renovació del paviment (tant de la part interior com exterior de la porxada) per tal de d'afavorir una imatge més endreçada i nova.
- Embelliment de les porxades amb actuacions com l'increment de l'enllumenat, el cobriment de la paret amb pintura, la col·locació de petits elements d'enjardinament,...

5. Actuacions d'amabilització de la Plaça Camp d'en Prats.

- Renovació dels actuals bancs de pedra per uns més homogenis a la resta de carrers comercials, i que no incloguin publicitat de negocis.
- Actualització o manteniment del tòtem publicitari que ajudi a donar una imatge més favorable de la Plaça.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.1

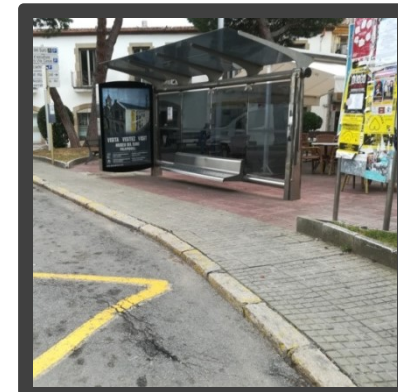
Programa d'amabilització dels carrers comercials

Contingut

6. Actuacions de singularització de la Plaça Onze de Setembre.

La Plaça Onze de Setembre és un espai d'unió i connexió amb els principals carrers comercials. Aquesta, a l'actualitat, no es considera especialment atractiva. És per aquest motiu, que es plantegen un seguit d'accions per tal que la Plaça esdevingui un punt més atractiu i singular i afavoreixi, de retruc les activitats comercials del seu entorn.

- Restauració o millora del manteniment del panell publicitari que generi una imatge més cuidada i esdevingui un element que desperti l'interès.
- Renovació del paviment, que es considera que presenta una imatge antiga, per un altre més homogeni als carrers de l'entorn.
- Arranjament de la calçada ja que es valora que el seu estat és millorable.
- Rehabilitació de les façanes de determinats edificis que presenten un poc atractiu estat de conservació.
- Col·locació de jardineres amb elements florals que dotin de més color i vida a la Plaça.



Fotografia de la Plaça Onze de Setembre.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.1	Programa d'amabilització dels carrers comercials				
Contingut	<p>b) Actuacions complementàries:</p> <p>7. Actuacions d'amabilització del Carrer de Sant Martí.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Col·locació d'elements d'enjardinament</u> per tal que esdevingui un carrer de més interès i atracció comercial. <p>8. Actuacions d'amabilització del Carrer de la Tarongeta.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Incorporació de jardineres</u> d'estil penjat (poc espai de pas per a vianants i vehicles motoritzats) en aquells trams més propers al Carrer de Pi i Maragall. <p>9. Actuacions d'amabilització del Carrer de Sant Josep.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Conversió del carrer en una plataforma única.</u> Si bé és cert que el Carrer de Sant Josep no és un destacat carrer de concentració comercial, aquest disposa d'unes voreres molt estretes per al passeig dels vianants. Degut a aquest fet, i a la seva ubicació i connexió entre dos carrers amb estructures de plataformes úniques (Carrer de la Tarongeta i Carrer de Sant Sebastià – futura plataforma única), es proposa que el Carrer de Sant Josep també ho sigui. 				
Resultats esperats	Disposar de carrers comercials molt atractius i que satisfacin les necessitats dels vianants i compradors del comerç urbà de Palafrugell.				
Agents impulsors	IPEP.	Parts implicades	Àrea d'Urbanisme, propietaris d'establiments comercials i edificis.	Prioritat	Mitja.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.2

Programa d'ocupació i embelliment dels locals buits

Objectius

Millorar la imatge i promoure l'activitat comercial en l'entramat de carrers comercials de Palafrugell.

Contingut

Durant els darrers anys, l'Ajuntament de Palafrugell **ha impulsat diverses accions** per tal de reduir el nombre de locals buits a l'espai comercial urbà. Tanmateix, els resultats d'aquestes iniciatives han estat relativament discrets, ja que l'Ajuntament s'ha trobat amb un nombre considerable de propietaris que, per motius diversos, **no mostren predisposició** a vendre ni llogar el seu local.

Malgrat aquest context desfavorable, es considera que cal plantejar noves iniciatives per tal d'afavorir que, en aquells casos en què hi hagi **voluntat per part dels propietaris**, els locals buits siguin venuts o llogats, o si més no, embellits per tal de reduir el seu impacte visual.

Abans d'especificar les mesures anunciades, s'esmenten els **carrers en els quals es creu més prioritari** realitzar les actuacions (vegeu el mapa de la pàgina següent):

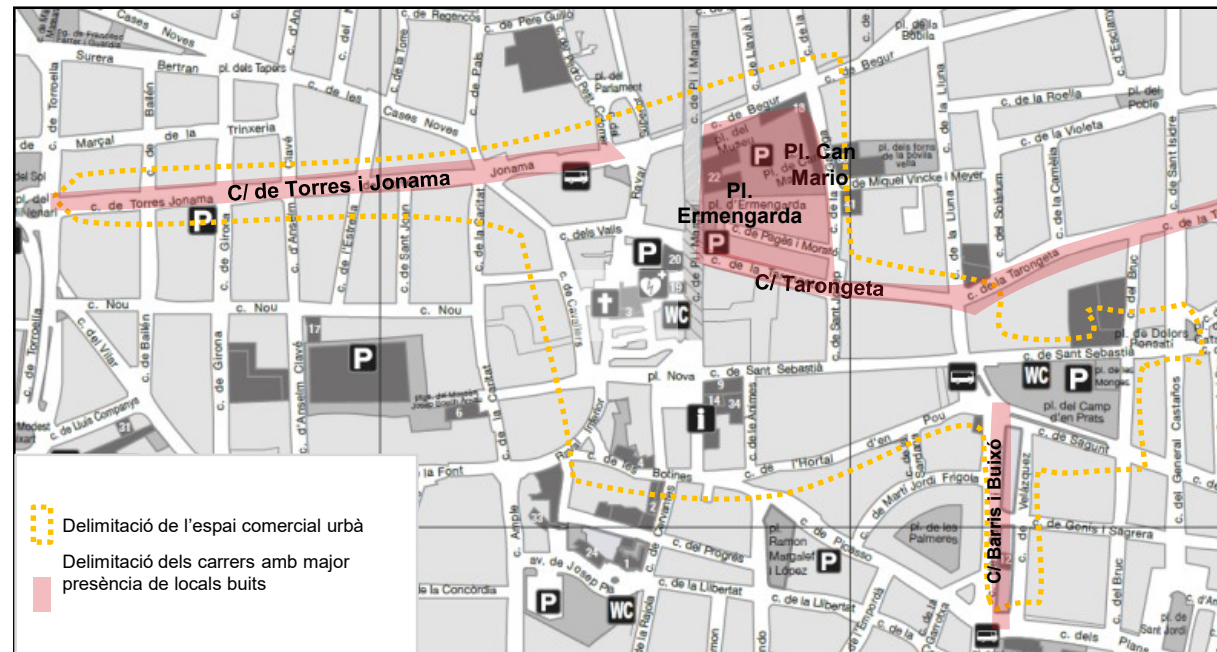
- Carrer de Torres i Jonama.
- Carrer de la Tarongeta.
- Carrer de Barris i Buixó.
- Plaça de Can Mario.
- Plaça d'Ermengarda.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.2

Programa d'ocupació i embelliment dels locals buits

Contingut



Mapa 1. Delimitació de l'espai comercial urbà de Palafrugell i dels carrers amb major presència de locals buits. Font: Elaboració pròpia a partir del plaol del portal web de l'Ajuntament de Palafrugell, 2017.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.2

Programa d'ocupació i embelliment dels locals buits

Contingut

Tot seguit, es proposen les possibles accions a implementar:

1. Creació d'un lloc web informatiu dels locals buits disponibles de Palafrugell.

La primera actuació té per objectiu **donar a conèixer de manera àgil i còmode els locals comercials buits o inactius del municipi per a les possibles persones interessades en crear negoci a Palafrugell**, i facilitar el contacte amb els seus propietaris.

Aquesta, consisteix en la **creació d'un lloc web amb informació relativa als locals comercials buits o inactius que estan en lloguer o venda**. El lloc web es tracta que estigui integrat dins el portal web de l'IPEP i/o de l'Ajuntament de Palafrugell i **que inclogui, com a mínim, un mapa del municipi amb els locals comercials disponibles geolocalitzats, a la vegada que aquelles dades bàsiques com són, a tall d'exemple, les dimensions, el preu de lloguer i/o venda, l'estat actual del local, l'activitat anterior, els serveis dels que disposa (aigua, llum, gas, telèfon, etc.),... i les dades de contacte de la propietat dels locals**.

En aquest context, per exemple, municipis com Calella dediquen un espai al seu portal web (<https://www.calella.cat/ajuntament-seu-electronica/ajuntament-1/cercador-de-local-comercials>) com a cercador de locals comercials en que hi apareix informació relativa a aquests (fotografies, adreça, superfície total, categoria, estat, tipus, preu i número de telèfon de contacte). A més, per tal de ser àgil per als internautes, en el cas de Calella, el web disposa d'una secció amb una selecció de determinats criteris que permeten ajustar la cerca desitjada (fotografia de la dreta).

Opcions de cerca

Text

Categoria
 Buit
 Amb activitat

Tipus
 Venda
 Traspàs
 Lloguer

Estat
 Nou
 Reformat
 A reformar

Preu
Des de € Fins a €

Preu de lloguer
Des de € Fins a €

Superfície total
Des de m² Fins a m²

Fotografia del cercador de locals comercials de l'Ajuntament de Calella.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.2

Programa d'ocupació i embelliment dels locals buits

Contingut



Fotografia del Carrer de la Tarongeta.

2. Creació del projecte “Cultura als aparadors”.

L'IPEP va impulsar el projecte “Aparadors amb Vida” amb el doble objectiu de promocionar els esdeveniments locals i millorar la imatge dels carrers amb presència de locals inactius. Tot i així, el projecte només es va poder implementar en un dels locals del municipi (Carrer de Sant Antoni).

És per aquest motiu, i seguint amb la idea **d'afavorir la imatge dels carrers comercials amb locals inactius, així com de vincular el sector comercial amb la cultura de palafrugellenca**, que es planteja la creació del projecte anomenat, a mode d'exemple, “Cultura als aparadors”.

Aquest es basa en la **col·locació**, als aparadors dels locals buits, **d'elements vinculats a la cultura i història de Palafrugell** (exposicions, fotografies, elements d'ornamentació de les festivitats i activitats,...) **procedents tant de l'administració pública com cedits de les diverses entitats locals**.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.2

Programa d'ocupació i embelliment dels locals buits

Contingut

3. Disseny de la campanya “Comerç pop-up a Palafrugell”.

La darrera de les actuacions pretén que aquelles persones interessades en **crear negoci al municipi, tinguin l'oportunitat d'ubicar-se als locals buits durant un període temporal o curt de temps, per a donar-se a conèixer.**

La campanya “Comerç pop-up a Palafrugell” consisteix en la identificació i selecció de **locals inactius** del municipi (principalment dels carrers mencionats anteriorment) i la seva **disposició temporal per a persones emprenedores i amb intenció d'obrir un establiment comercial.**

Els locals buits seleccionats per a la realització de la campanya, es tractaria que tinguessin uns preus de lloguer temporal assequibles per a les persones interessades.

Per tal de poder portar a terme de la manera més òptima i estructurada, algunes de les actuacions que es proposen en aquest programa, es creu adient que l'Ajuntament realitzi un cens comercial. Aquesta eina, permetria, més enllà de saber el mix comercial, l'estat i imatge dels comerços, la clara identificació dels locals buits o inactius.

Resultats esperats

Un conjunt de carrers comercials molt potents i atractius que es converteixin en veritables espais d'atracció per al passeig i la compra.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Propietaris de locals buits, emprenedors, Àrea de Cultura i entitats locals.

Prioritat

Mitja.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.3

Programa de singularització i dinamització de les places de Can Mario i d'Ermengarda

Objectius

Promoure l'embelliment, l'afluència i l'activitat comercial a la Plaça de Can Mario i la Plaça d'Ermengarda.

Contingut

La Plaça de Can Mario i la Plaça d'Ermengarda, malgrat estar ubicades a la zona de major concentració comercial de Palafrugell, són espais **poc transitats pels vianants i compten amb una presència molt baixa d'activitats econòmiques.**

En aquest context, es proposen tot un seguit de possibles actuacions per a la seva singularització i dinamització, únicament a tall de suggeriments, i entenent que la seva implementació queda subjecta a múltiples factors:

1. Actuacions de singularització de les places de Can Mario i d'Ermengarda.

- Construcció d'un espai de joc infantil (jocs pintats al paviment, gronxadors,...) que generi interès entre la quixalla i afavoreixi el passeig de les famílies.
- Increment dels elements d'enjardinament que generin una imatge d'espai més càlid.
- Augment del mobiliari urbà per tal que generi més interès i satisfaci possibles necessitats dels vianants. Es proposen elements com més bancs, una font i aparca-bicicletes.
- Restauració i manteniment del tòtem publicitari, garantint que sigui un element atractiu i que pugui despertar interès.



Fotografia de la Plaça de Can Mario.

7 Embelliment de l'espai comercial urbà

7.3

Programa de singularització i dinamització de les places de Can Mario i d'Ermengarda

Contingut

2. Actuacions de dinamització de les places de Can Mario i d'Ermengarda.

- Tot i que ja se celebren algunes activitats a les dues places, es planteja que totes aquelles celebracions i activitats lúdiques, festives i comercials (concerts, espectacles, fires, parades del Mercat Setmanal,...), en la mesura del possible, es portin a terme en aquestes dues places.

Així doncs, es tracta de treure profit d'un espai molt ampli, modern i ubicat, precisament, a la zona comercial del municipi.



Fotografia de la Plaça d'Ermengarda.

Resultats esperats

Disposar de dues places que es esdevinguin un punt més d'interès per als habitants i visitants de Palafrugell, i que afavoreixin, també, la presència de més activitat comercial en elles i el seu entorn.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Àrea d'Urbanisme.

Prioritat

Mitja.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.1 Programa de reforç de la senyalització per a vianants

Objectius

Reforçar la senyalització comercial dirigida als vianants, per tal de donar a conèixer l'oferta comercial existent i afavorir l'accés a l'espai comercial urbà.

Contingut

El primer programa d'aquesta vuitena política fa referència a la senyalització comercial orientada als vianants, i descansa en les següents accions:

1. Actualització dels plafons d'informació comercial.

L'espai comercial urbà de Palafrugell es caracteritza per una elevada presència de plafons informatius sobre el teixit comercial existent, els quals inclouen **un mapa** de l'espai comercial més proper a la seva ubicació, així com un **llistat dels establiments** que hom hi pot trobar.

Aquests plafons es consideren **extremadament valuosos**, ja que faciliten el coneixement i la localització dels diversos establiments comercials del municipi, per la qual cosa es recomana efusivament el seu manteniment. Tanmateix, són plafons que **requereixen ser actualitzats periòdicament**, ja que per contra, podrien proporcionar informació errònia als consumidors i perjudicar la seva experiència de compra i passeig al municipi.

En aquest sentit, i tal com ja està previst pel propi IPEP, es proposa procedir a la **renovació dels esmentats plafons a curt termini**, la qual cosa requerirà verificar la continuïtat i la ubicació de tots els establiments senyalitzats en l'edició anterior.



Fotografia d'un plafó d'informació comercial al Pàrquing Casal Popular.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.1

Programa de reforç de la senyalització per a vianants

Contingut

Adicionalment, aquesta actuació de renovació també pot ser aprofitada per revisar la col·locació dels plafons, procurant la seva ubicació en tots els **pàrquings de capacitat mitjana i alta**, així com en les **principals entrades** que utilitzen els vianants des de la perifèria cap al centre de la vila.

2. Senyalització del temps de desplaçament des dels pàrquings fins al centre.

L'aparcament és un dels aspectes menys ben valorats pels comerciants i els consumidors de Palafrugell, ja que molts d'ells consideren que n'hi ha poc, que és excessivament car i, fins i tot, que està **massa allunyat del centre**, fruit d'un creixent hàbit (generat, en bona mesura, per les grans superfícies) de voler aparcar just davant del destí desitjat.

Per tal de combatre aquesta percepció i posar de manifest **l'elevada proximitat** entre els principals pàrquings del centre i l'espai comercial urbà (Plaça Nova, Carrer de Cavallers, Mercat Diari, etc.), es proposa incorporar, en cadascun dels pàrquings més propers a aquesta zona, un **rètol indicatiu del temps de desplaçament** que hi ha, a peu, entre el propi pàrking i el centre de la vila.



Fotografia d'una senyalització del temps de desplaçament a peu entre el Pàrquing Casal Popular i el centre de la vila, incorporada en el rètol de senyalització del pàrquing des del Carrer de Torres i Jonama.

8

Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.1

Programa de reforç de la senyalització per a vianants

Contingut

Cal destacar que aquest tipus d'indicacions ja existeixen actualment en algun punt concret de l'espai urbà (com ara a la cantonada entre els carrers de Torres i Jonama i d'Anselm Clavé, en la senyalització del Pàrquing Casal Popular), però es considera convenient col·locar-ne més, no només en els **retols de senyalització** dels pàrquings, sinó també **en els propis pàrquings**.

Resultats esperats

Un espai comercial urbà fàcilment accessible pels vianants i amb una oferta comercial senyalitzada i fàcil de localitzar.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Àrea d'Urbanisme.

Prioritat

Mitja.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.2

Programa de reforç de la senyalització per a vehicles

Objectius

Facilitar l'accés en vehicle motoritzat a l'espai comercial urbà de Palafrugell.

Contingut

Aquest segon programa està centrat en reforçar la senyalització de l'espai comercial urbà de cara als vehicles motoritzats, i es concreta en una única acció:

1. Increment de la senyalització a les principals rutes d'accés a l'espai comercial urbà.

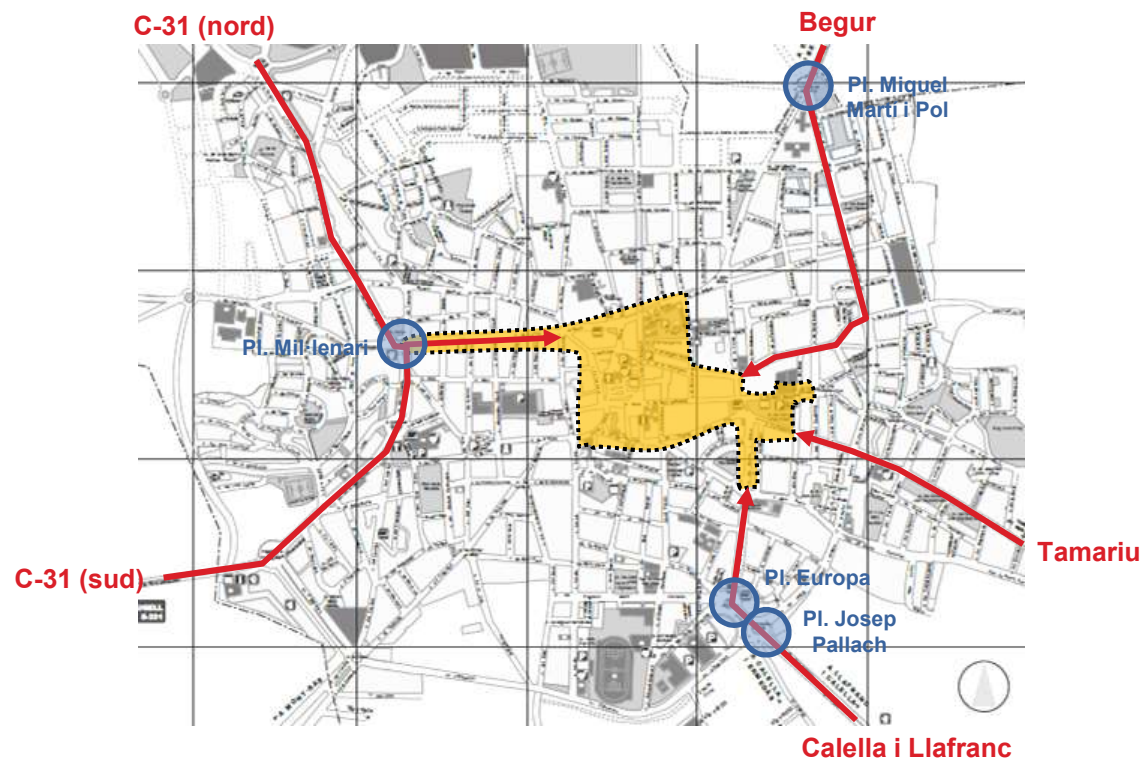
Tal i com s'ha constatat en les entrevistes realitzades, l'accés al centre de Palafrugell en vehicle motoritzat és un aspecte **relativament complicat**, especialment pels consumidors no residents al municipi, que desconeixen la millor ruta a seguir i, tot sovint, es veuen empesos cap enfora degut al complex entramat de carrers i el seu sentit de circulació.

Per tal de contrarestar aquest factor, i facilitar l'accés dels consumidors que es desplacen en vehicle fins a l'espai comercial urbà, es proposa **incrementar la senyalització** d'aquest en les principals rutes d'accés. Més concretament, es creu convenient reforçar la senyalització en els següents punts:

- A la **Plaça del Mil·lenari** i al llarg del **Carrer Torres i Jonama**, principal ruta d'accés des de la carretera C-31.
- A la **Plaça Josep Pallach**, la **Plaça Europa** i el **Carrer de Barris i Buixó**, principal ruta d'accés des de Calella i Llafranc.
- A la **Plaça de Miquel Martí i Pol**, l'**Avinguda de Pompeu Fabra** i el **Carrer de la Tarongeta**, principal ruta d'accés des de Begur.
- Al **Carrer del Brugerol** i el **Carrer de Sagunt**, principal ruta d'accés des de Tamariu.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

La següent figura mostra un mapa del nucli urbà de Palafrugell, amb la delimitació del seu espai comercial urbà i les principals rutes d'accés on es proposa reforçar la senyalització per als vehicles motoritzats:



Mapa 2. Principals accessos a l'espai comercial urbà de Palafrugell. Font: Elaboració pròpia a partir del plànol del portal web de l'Ajuntament de Palafrugell, 2017.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.2

Programa de reforç de la senyalització per a vehicles

Resultats esperats

Un espai comercial urbà fàcilment accessible pels visitants que es desplacen en vehicle motoritzat.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Àrea d'Urbanisme.

Prioritat

Mitja.

8 Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.3

Programa de revisió de serveis públics

Objectius

Reflexionar sobre la incidència comercial de determinats serveis públics i valorar la possibilitat de revisar-los a mig o llarg termini.

Contingut

Per acabar, en aquest darrer programa s'aporten tot un seguit de recomanacions referents a determinats serveis públics que, per la seva incidència sobre el comerç, es considera que haurien de ser revisats a mig o llarg termini, sempre en la mesura de les possibilitats, i entenent que el marge d'actuació és, en alguns casos, limitat:

1. Reforç de l'enllumenat.

De les enquestes i entrevistes realitzades a comerciants del municipi, se'n desprèn que **un dels aspectes urbanístics que caldria millorar**, a ulls dels comerciants, és **la il·luminació dels carrers**.

En aquest sentit, se suggereix que, quan això sigui possible, l'Ajuntament valori la possibilitat de **reforçar l'enllumenat públic, com a mínim:**

- En aquells **carrers més comercials** de Palafrugell que afavoreixen una sensació de seguretat i atractivitat.
- I, especialment durant els **mesos d'hivern**, quan hi ha més hores de foscor i menys activitat al carrer.



Fotografia del Carrer de la Tarongeta.

8

Millora dels serveis i l'accés a l'espai comercial urbà

8.3

Programa de revisió de serveis públics

Contingut

2. Revisió dels horaris de la recollida de residus.

El treball de camp realitzat també posa de manifest que, tant en opinió dels comerciants com dels consumidors, caldria repensar els horaris del servei de recollida de residus, entenent que aquest **no hauria de coincidir amb els horaris de major activitat comercial**, ja que inevitablement genera soroll i males olors que poden perjudicar l'experiència de compra i de passeig.

Així, es proposa que, de cara al futur, l'Ajuntament valori la possibilitat de **modificar els horaris de recollida de residus, tant pel que fa:**

- **Residus comercials**, la recollida dels quals es fa en horari de migdia, coincidint amb l'hora del vermut o de dinar.
- **Residus domèstics**, els quals es recullen durant la nit, un horari adequat per als mesos d'hivern, però no tant per als mesos d'estiu, quan encara hi ha molta activitat al carrer.

3. Intensificació del servei de neteja.

Finalment, les enquestes i entrevistes realitzades també reflecteixen que **la neteja** és un aspecte que, malgrat no ser especialment crític, **presenta un cert marge de millora**. En aquest sentit, es recomana a l'Ajuntament fer un exercici d'autoavaluació, identificant aquells carrers que presenten unes condicions de neteja millorable i actuant, si s'escau, per tal d'equiparar-los amb els principals carrers del centre, els quals es caracteritzen, en línies generals, per presentar unes bones condicions de neteja.

Resultats esperats

Oferir uns serveis públics coherents amb les necessitats del sector comercial.

Agents impulsors

IPEP.

Parts implicades

Àrea d'Urbanisme.

Prioritat

Baixa.



info@focalizza.com

www.focalizza.com

Telèfon 93 432 58 10