

# Procés participatiu per a l'elaboració d'un Pla de Dinamització Comercial a Cassà de la Selva



## MEMÒRIA DE RESULTATS

Abril de 2018

**0.- INDEX DE CONTINGUTS**

- 1.- Introducció (pàg. 3)
- 2.- Objectius i catacterístiques del projecte (pàg. 4)
- 3.- Fases i metodologies de treball (pàg. 5)
- 4.- Resultats del procés (pàg. 10)
- 5.- Conclusions i recomanacions tècniques (pàg. 28)



## **1.- INTRODUCCIÓ**

Tot seguit es presenten els resultats derivats de la dinamització d'un procés participatiu amb comerciants i tècnics municipals de Cassà de la Selva, encaminat a definir de forma compartida estratègies per a la dinamització comercial del municipi. El projecte s'emmarca dins el procés de desplegament del pla Estratègic de Cassà de la Selva que, dins l'estratègia vinculada amb el desenvolupament econòmic local, preveu l'elaboració compartida d'un Pla de Dinamització Comercial al municipi.

El procés de deliberació s'ha fonamentat en tres tallers de participació (2 de diagnosi + 1 de propostes) i ha estat dissenyat, dinamitzat i avaluat a través d'un Nucli Directiu compost pels responsables polítics i tècnics de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Cassà de la Selva i un representant de la Consultoria Neòpolis.

Mitjançant aquest informe es detallen els objectius de partida del procés, les fases i metodologies de treball que s'han aplicat, els agents participants i els resultats obtinguts.

L'informe es tanca amb un darrer apartat de conclusions i recomanacions tècniques que té per objectiu valorar el projecte i assenyalar criteris bàsics de treball que permetin donar continuïtat al procés de revisió i millora de les polítiques de dinamització comercial de Cassà de la Selva.



## 2.- OBJECTIUS I CARACTERÍSTIQUES DEL PROJECTE

El procés participatiu ha servit per donar resposta a una de les propostes d'acció plantejades pel Pla Estratègic de Cassà de la Selva així com per obtenir una orientació, una guia i un espai de col·laboració d'on han sorgit objectius estratègics i propostes d'actuació pel que fa a la dinamització comercial del municipi, i que ha posat les bases per a iniciar un camí de treball conjunt entre el sector públic i el privat en l'àmbit de la dinamització del comerç de Cassà de la Selva.

En aquest sentit, el procés s'ha desenvolupat amb la intenció de donar resposta a diferents objectius de partida. Eren els següents:

- ✓ Adaptar i focalitzar les actuacions de dinamització comercial en funció de les particularitats i necessitats locals.
- ✓ Alinear el agents participants al voltant d'objectius i enfocaments comuns.
- ✓ Animar la cultura estratègica i participativa.
- ✓ Sistematitzar i enriquir el procés de presa de decisions.
- ✓ Concentrar i optimitzar recursos i sinergies.
- ✓ Combinar accions per superar necessitats de present amb estratègies que determinin voluntats de futur.
- ✓ Establir sistemes de control, seguiment i avaluació.

Ahora, s'ha treballat per garantir que el projecte respectés en tot moment les següents característiques:

- **Centralitat:** Potenciar el rol del govern local com a actor rellevant en la promoció econòmica en general i en la dinamització comercial en particular.
- **Dependència:** Reconèixer la impossibilitat d'emprendre accions aïllades i, en conseqüència, la necessita d'establir mecanismes de col·laboració amb d'altres agents del territori. En particular, amb comerciants i altres agents del sector socioeconòmic de Cassà de la Selva.
- **Integralitat:** Adaptar-se a la complexitat de la societat actual i assumir la interdependència entre les diferents esferes de la vida pública.
- **Participació:** Promoure la participació directa dels agents implicats



### 3.- FASES I METODOLOGIES DE TREBALL

El procés deliberatiu amb agents comerciants i tècnics municipals de Cassà de la Selva s'ha estructurat en 3 grans fases. Són les següents:

#### FASE 1: PREPARACIÓ I DEFINICIÓ EXHAUSTIVA DEL PROCÉS

---

**OBJECTIU** = L'experiència ens demostra com n'és d'important una preparació detallada de qualsevol procés participatiu. Aquesta fase ha servit per definir de forma exhaustiva les característiques del procés i per adaptar-se a les característiques de Cassà de la Selva en general, i de la realitat comercial locals en particular.

Concretament, durant la fase de preparació es van definir els següents elements:

- Concreció específica dels agents participants: tècnics locals de diferents àrees i comerciants de Cassà de la Selva.
- Definició dels àmbits de debat per tal de vehicular de forma ordenada les reflexions de les sessions participatives => Finalment es van establir els següents àmbits:
  - CONTEXT LOCAL:
    - Àmbit Urbano-territorial
    - Àmbit Socioeconòmic
  - REALITAT COMERCIAL
    - Comerç local
  - SISTEMA RELACIONAL
    - Sistema relacions (Ajuntament – comerciants)
- Preparació detallada de les sessions de treball: convocatòries, accions de difusió, espai, materials, metodologies, etc.
  - Les convocatòries es van vehicular a través de l'Àrea de Promoció Econòmica.
  - Els 3 tallers han tingut una durada aproximada de 2 hores cada un.
  - En els 3 tallers s'ha treballat a partir de documents informatius ordenats per àmbits:
    - Tallers de diagnosi:



- Quadre DAFO de la diagnosi del Pla Estratègic (PEC) vinculat amb el comerç local informació sobre Què fem i Què tenim en matèria de Promoció Econòmica a Sant Hilari Sacalm
  - Objectiu Estratègic 2 del PEC
  - Eix Estratègic 2 del PEC on s'estableixen estratègies per facilitar el desenvolupament del comerç local
  - Acció del PEC que proposa la necessitat d'elaborar un Pla de Dinamització Comercial de forma compartida
  - Informació sobre accions promogudes des de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament (Què fem?)
  - Informació sobre recursos disponibles vinculats amb la promoció econòmica (Què tenim?)
- Taller de propostes: informació els reptes de partida per cada un dels àmbits de debat, consensuats durant els tallers de diagnosi amb tècnics municipals i comerciants.
- Per tal de garantir igualtat de condicions a tots els participants s'han aplicat metodologies participatives basades en el debat en petits grups

#### **ACCIONS DINAMITZADES:**

- **Sessions** de treball amb el **Nucli Directiu**

#### **FASE 2: DIAGNOSI**

---

**OBJECTIU** = Promoure un espai reflexiu i compartit que ha servit per obtenir un diagnòstic conjunt de la situació actual de Cassà de la Selva en matèria de Dinamització Comercial:

- **CONTEXT LOCAL:**

- Àmbit Urbano-territorial
- Àmbit Socioeconòmic
- REALITAT COMERCIAL
  - Comerç local
- SISTEMA RELACIONAL
  - Sistema relacions (Ajuntament – comerciants)

#### **ACCIONS DINAMITZADES:**

- **Sessió participativa amb tècnics locals (diagnosi):**
  - DATA DE LA SESSIÓ: 10/01/2018
  - DURADA: 2 hores
  - LLOC: Ajuntament
  - NOMBRE DE PARTICIPANTS: 9
  - DINAMITZACIÓ: Neòpolis. Consultoria Sociopolítica, S.L.
  
- **Sessió participativa amb comerciants (diagnosi):**
  - DATA DE LA SESSIÓ: 15/02/2018
  - DURADA: 2 hores
  - LLOC: Can Trinxeria
  - NOMBRE DE PARTICIPANTS: 36
  - DINAMITZACIÓ: Neòpolis. Consultoria Sociopolítica, S.L.

Per tal de facilitar les deliberacions, i garantir l'ordre en els processos de debat i reflexió compartida, les sessió participativa es va estructurar entorn els 3 àmbits de debat, i es va dinamitzar de forma homogènia recollint opinions respecte:

- Les fortaleces i febleses dels diferents àmbits
  - La definició dels principals reptes de partida per cada àmbit
- 
- **Anàlisi, buidatge i retorn de resultats** de les sessions participatives de diagnosi. Els documents, ordenat segons els àmbits de debat per garantir-ne la seva utilitat, recull de forma ordenada les reflexions i consensos generats durant els 2 tallers de diagnosi.



- **Sessió de treball** amb el **Nucli Directiu** (validació del document de diagnosi, preparació de l'espai de generació d'estratègies i propostes).

### FASE 3: ESTRATÈGIES I PROPOSTES D'ACCIÓ

---

**OBJECTIU** = Prendre la informació de diagnosi (on som?) com a referència per a definir estratègies i actuacions (on volem anar?), que hauran d'esdevenir el full de ruta que guï el disseny i desenvolupament de les polítiques de dinamització comercial de Cassà de la Selva.

#### ACCIONS DINAMITZADES:

- **Sessió de treball participativa** (*estratègies i propostes d'acció*)
  - DATA DE LA SESSIÓ: 09/11/2016
  - DURADA: 2 hores
  - LLOC: Auditori del Centre Cultural Sala Galà
  - NOMBRE DE PARTICIPANTS: 22
  - DINAMITZACIÓ: Neòpolis. Consultoria Sociopolítica, S.L.

Per tal de facilitar les deliberacions, i garantir l'ordre en els processos de debat i reflexió compartida, la sessió participativa es va estructurar entorn 3 àmbits de debat (Context Local + Comerç Local + Sistema Relacional), i es va dinamitzar de forma homogènia recollint aportacions respecte:

- Objectius estratègics per cada un dels àmbits de treball
  - Propostes d'acció per assolir els objectius estratègics plantejats
- **Anàlisi i buidatge** de la sessió participativa de propostes.
  - **Tancament del projecte.**



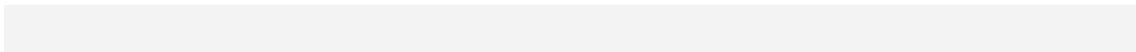


#### **4.- RESULTATS DEL PROCÉS**

A continuació es presenten els resultats obtinguts del procés deliberatiu amb tècnics municipals i comerciants de Cassà de la Selva. Per cada àmbit de debat es presenten:

- Reptes de partida de l'àmbit (*Tallers de diagnosi*)
- Objectius Estratègics (*Taller de propostes*)
- Propostes d'actuació (*Taller de propostes*)

*NOTA: L'Àrea de Promoció Econòmica disposa dels documents integrals de buidatge de resultats de les dues sessions participatives de diagnosi, on es detallen fortaleeses i febleses per cada àmbit, a partir de les quals els participants van plantejar els reptes de partida.*



## CONTEXT LOCAL:

### TERRITORI + REALITAT SOCIOECONÒMICA

## Reptes de partida plantejats a la diagnosi

### COMERCIANTS

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Definir accions per posar més en valor els actius dels que disposa el municipi. Cal consolidar la feina iniciada i seguir avançant en matèria de promoció de la vila. (exemple de millora: distribuir els esdeveniments que s'organitzin per diferents punts del municipi).

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Vincular el desenvolupament d'equipaments existents (CAP, pavelló, centres educatius, etc) amb el comerç. Cal que els visitants i usuaris tinguin incentius per fer compres a Cassà (sobretot amb facilitats per aparcar i d'altres incentius).

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Potenciar el rol de capitalitat de Cassà.

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Mantenir el mercat setmanal i vetllar perquè no "s'adormi" (millorar horaris, facilitats perquè creixi el nombre de paradistes, gestió més rigorosa, etc)

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Organitzar més esdeveniments esportius.

PROMOCIÓ ECONÒMICA: Potenciar el sector industrial. Atraure inversions.

APARCAMENT: Resoldre els dèficits derivats de la manca d'aparcament i plantejar l'opció d'ubicar aparcaments per a bicicletes propers als comerços.

APARCAMENT: Plantejar millores vinculades amb la zona blava. Per exemple, estudiar l'opció que només s'hagi de pagar als matins.

MOBILITAT: Establir mesures per millorar la mobilitat rodada.

MOBILITAT: Millorar la senyalística (sobretot de les zones comercials).

ESPAI PÚBLIC: Millorar les zones verdes que ho requereixin.

ESPAI PÚBLIC: Millorar la il·luminació.

ESPAI PÚBLIC: Millorar la neteja i manteniment de l'espai públic.

URBANISME: Millora de certes infraestructures i espais dels que es disposa (Exemple: espai *caravanning* – es tracta de facilitar que els visitants / usuaris del recurs es quedin més temps).

URBANISME: Mobilitzar i aprofitar els locals buits.

NETEJA: Col·locar més papereres al poble.

COHESIÓ SOCIAL: Establir mesures i estratègies per promoure uns majors volums d'integració de la població immigrant (a hores d'ara, des del punt de vista del comerç, la població autòctona i la població immigrant són dues clienteles diferenciades)



## **TÈCNICS LOCALS**

**PROMOCIÓ ECONÒMICA:** Consolidar i seguir ampliant les accions de promoció de la vila cap a l'exterior, per tal d'atraure visitants.

**PROMOCIÓ ECONÒMICA:** Definir accions comunicatives encaminades a donar a conèixer el comerç local i els seus actius a compradors de fora (cal donar a conèixer de forma atractiva el petit comerç local).

**PROMOCIÓ ECONÒMICA:** Mostrar i posar en valor el patrimoni local.

**PROMOCIÓ ECONÒMICA:** Reduir i mobilitzar els locals buits i abandonats.

**MOBILITAT:** Apostar per la vianalització de la zona centre, destacant els beneficis que se'n deriven.

**MOBILITAT:** Promoure accions encaminades a generar canvis en els hàbits de mobilitat interna de la població.

**MOBILITAT:** Promoció del transport públic.

**MOBILITAT:** Promocionar els preus assequibles de la zona blava.

**MOBILITAT:** Millorar la senyalística (en general, i especialment pel que fa als aparcaments).

## **OBJECTIUS ESTRATÈGICS – CONTEXT LOCAL**

---

### **VETLLAR PER LA PROMOCIÓ DE MILLORES DEL CONTEXT LOCAL I VINCULAR-LES AMB LA DINAMITZACIÓ COMERCIAL I EL DESENVOLUPAMENT DEL COMERÇ**

- PEL QUE FA A L'ÀMBIT URBÀ-TERRITORIAL:
  - o Disposar d'un espai públic de qualitat i agradable
  - o Millorares de mobilitat encaminades a afavorir l'activitat comercial
  
- PEL QUE FA A L'ÀMBIT SOCIOECONÒMIC:
  - o Promoció d'actius locals per a l'atracció de visitants
  - o Incentivar el consum als comerços del municipi, contribuint a la fidelització de la clientela



## PROPOSTES D'ACCIÓ

---

### - MILLORES I MANTENIMENT DE CARRERS

*Definició:* Promoure accions de millora de les condicions de neteja, il·luminació, vegetació i manteniment de l'espai públic. Prioritzant els carrers amb major volum de població i moviment.

*Objectius:* Millora de la qualitat urbana de l'espai públic de Cassà de la Selva, en dos sentits:

- D'una banda amb accions de millora i manteniment que incrementin la qualitat de l'espai públic.
- D'altra banda amb accions de conscienciació que també posin l'accent en la necessitat que la població entengui que l'espai públic és de tots i per a tots, i que cal contribuir al seu manteniment.

*Agents implicats:* Ajuntament, comerços locals i ciutadania en general

### - NETEJA VIÀRIA DE LA ZONA COMERCIAL

*Definició:* Millorar la neteja viària per tal de fer més atractiva i agradable la zona comercial. Es plantegen accions com la instal·lació de més papereres, major freqüència de la maquinària que neteja voreres i vials, control i civisme dels propietaris de gossos, retirar ampolles d'aigua, etc. En la mateixa línia caldria conscienciar a ciutadania (a través de les escoles) i als comerciants sobre la necessitat de fer un ús respectuós dels carrers del municipi.

*Objectius:* Es tracta de:

- Fer més atractiva i agradable la zona comercial, garantint-ne la seva neteja, per tal de promoure el passeig i la compra als comerços per part dels veïns i veïnes del poble.
- Conscienciar a ciutadania en general i als comerços en particular sobre els avantatges de disposar d'un espai públic net i agradable..

*Agents implicats:* Ajuntament (Àrea de Medi Ambient, Brigada municipal i Policia Local), escoles i comerços locals



- **MILLORA DE LA SENYALITZACIÓ DEL CENTRE I DE LA ZONA COMERCIAL**

*Definició:* Emprendre accions de millora pel que fa a la senyalització existent a les afores, en relació a la informació referida al centre del poble i la zona comercial. Caldria definir punts exteriors claus (com la zona esportiva o el polígon) des d'on cal senyalitzar de forma clara i visible la zona comercial i els aparcaments existents.

*Objectius:* Facilitar i promocionar l'accés al centre del municipi i al comerç de proximitat local. Afavorir activitat comercial.

*Agents implicats:* Ajuntament

- **MILLORA DELS APARCAMENTS**

*Definició:* Estudiar mesures específiques vinculades amb els aparcaments en superfície de pagament (zona blava). Es podrien estudiar opcions com l'estacionament gratuït a zones blaves per a residents (períodes de temps raonables), o ampliacions del temps que es pot aparcar si es disposa de targeta client.

*Objectius:* Disposar de facilitats relacionades amb l'aparcament per tal d'atraure possibles compradors (locals i de fora) a la zona comercial. Afavorir activitat comercial.

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços locals.

- **LES GAVARRES COM A ACTIU D'ATRACCIÓ DE TURISME DE QUALITAT**

*Definició:* Garantir la coordinació i el treball conjunt entre administracions diverses per potenciar les Gavarres en tant que actiu per atraure turisme de qualitat (*slow* i de tranquil·litat).

*Objectius:* Aprofitar un gran actiu com les Gavarres per atraure turisme de qualitat.

*Agents implicats:* Administracions de diferents nivells (local, comarcal i provincial).



- ACTIVITATS EXTRAORDINÀRIES, HORARIS ESPECIALS

*Definició:* Acordar horaris especials dels comerços locals quan s'organitzen esdeveniments i activitats extraordinàries al municipi. Es podrien plantejar fires en horaris comercials, així com horaris especials dels comerços quan s'organitzen activitats en dies festius o fora dels horaris comercials habituals.

*Objectius:* Aprofitar esdeveniments i activitats extraordinàries per atraure clientela al comerç local. Contribuir a la fidelització de la clientela.

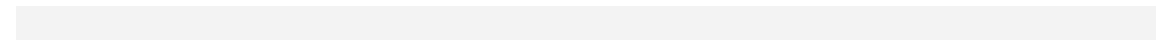
*Agents implicats:* Ajuntament i comerciants

- CAMPANYES COMUNICATIVES ATRACTIVES

*Definició:* Definir estratègies comunicatives innovadores i atractives encaminades a donar a conèixer a la població local i/o al públic de fora l'oferta comercial de Cassà de la Selva. Es podrien identificar elements singulars del municipi per fer alguna campanya comunicativa atractiva, donant-la a conèixer a través de xarxes, tríptics, pancartes als ponts, etc.

*Objectius:* Incentivar la compra als comerços del municipi.

*Agents implicats:* Ajuntament i comerciants



## REALITAT COMERCIAL

### *Reptes de partida plantejats a la diagnosi*

---

#### COMERCIANTS

- Establir rebaixes de certes taxes (per exemple, per posar rètols).
- Promoure accions gratuïtes de publicitat per al comerç local a l'Agenda.
- No pagar per aparèixer a la ràdio si es té informació interessant i amb valor afegit a difondre.
- Compartir a les xarxes socials municipals posts de comerços que puguin ser d'interès.
- Subvencions i suports per promoure un major ús de les xarxes socials per part dels comerços
- Aprofitar els comerços per repartir materials de difusió local.
- Incrementar i innovar pel que fa a les accions de promoció local del teixit comercial de proximitat.
- Estudiar la possibilitat de comptar amb un mercat cobert a alguna ubicació cèntrica del municipi, amb oferta de comerços de proximitat (tipus mercat del Lleó de Girona).



## **TÈCNICS LOCALS**

- Incrementar els nivells d'associacionisme dels comerços, i consolidar i seguir millorant l'activitat i el rol que juga la Unió de Botiguers en aquest sentit.
- Definir el concepte "botiguer" per tal de concretar al detall qui forma part del teixit comercial de proximitat del poble.
- Definir accions encaminades a millorar la visió i la posada en valor del comerç local existent.
- Incrementar la diversitat de l'oferta comercial al municipi.
- Identificar i potenciar singularitats del comerç local.
- Promoure més creativitat dels comerços, i facilitar accions conjuntes entre comerciants.
- Fer arribar i visualitzar millor les activitats locals que s'organitzen des de l'Ajuntament.





## **OBJECTIUS ESTRATÈGICS**

---

**CAMINAR CAP A UNA MILLORA INTEGRAL DE LA REALITAT COMERCIAL DE CASSÀ DE LA SELVA MITJANÇANT LA CONSOLIDACIÓ DE VISIONS DE POBLE I OBJECTIUS COMPARTITS**

- Estratègies de millora de les accions comunicatives i de promoció del comerç local
- Major implicació dels comerços locals en les dinàmiques locals
- Millora i consolidació d'una oferta comercial diversa i de qualitat
- Treball conjunt entre els comerços



## **PROPOSTES D'ACCIÓ**

---

### - COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ DELS COMERÇOS LOCALS

*Definició:* Definir accions comunicatives i publicitàries conjuntes per tal de:

- Promocionar en major mesura els comerços locals, segons zones i/o sectors

Esdevé clau disposar d'un inventari actualitzat de comerços i definir les diferents zones d'oferta comercial al municipi (per establir accions comunicatives específiques, identificar necessitats específiques, etc). També es considera que caldria repartir activitats i esdeveniments a diferents zones del poble.

- Millorar la comunicació i la promoció dels comerços locals a través dels canals de comunicació municipals (especialment a la pàgina web).

*Objectius:* Garantir accions comunicatives i de promoció del comerç local efectivament útils i amb impacte real. Es tracta de prioritzar la reciprocitat; canalitzar accions comunicatives a través de l'Ajuntament ajuda als comerços, disposar d'una oferta comercial clara, diversa i de qualitat fa més atractiu el municipi.

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços locals

### - SUPORT PER ACCIONS DE PUBLICITAT I PROMOCIÓ UNIFICADES

*Definició:* Establir accions municipals de suport als comerços locals que permetin anunciar-se de forma efectiva, unificant les opcions de publicitat disponibles per als comerciants i establint criteris clars i entenedors per a tothom (ràdio, programa FM, agenda, patrocinis, etc)

*Objectius:* Afavorir i facilitar les accions publicitàries als comerços locals

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços locals.



- XARXES SOCIALS I PROMOCIÓ COMERCIAL

*Definició:* Entendre la rellevància actual de les xarxes socials i promoure'n el seu ús per part dels comerços del municipi. Establir accions de motivació i promoció de l'ús de les xarxes a través de formacions, xerrades, suports, etc.

D'una banda, es tracta que l'Ajuntament afavoreixi aquest procés assessorant als comerciants i compartint coneixement

D'altra banda, de garantir que existeix una relació més consolidada de les xarxes socials municipals amb el comerç local.

*Objectius:* Potenciar l'ús de les xarxes socials entre els comerciants.  
Incrementar el retorn de la informació a les xarxes

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços locals

*Altres comentaris:* Tenir en compte que ja es disposa d'un *hashtag* que caldria aprofitar => #compracassà

- UNIÓ DE BOTIGUERS I TREBALL CONJUNT ENTRE COMERÇOS

*Definició:* Seguir avançant en la línia del treball compartit entre comerços establint accions que permetin aglutinar la Unió de Botiguers amb la resta de comerços que no hi estan adherits.

*Objectius:* Disposar d'una Unió de Botiguers amb un major nombre de comerços adherits, facilitar el treball des de visions compartides i major implicació dels comerços locals en les dinàmiques locals

*Agents implicats:* Comerços locals i UBC

- FORMACIONS I ATENCIÓ AL PÚBLIC

*Definició:* Potenciar la formació adreçada als comerciants. Aprofitar les eines i cursos que es posen a disposició des de l'Ajuntament per rebre formacions a mida vinculades amb l'atenció als client

*Objectius:* Millorar l'oferta comercial local millorant el tracte client-comerç i garantint que es transmet al client la professionalitat del comerciant

*Agents implicats:* Ajuntament (formació – promoció econòmica) i comerços locals



- CONÈIXER L'EFECTIVITAT DELS RECURSOS OFERTS PER L'AJUNTAMENT

*Definició:* Garantir que els recursos que s'ofereixen des de l'Ajuntament als comerços locals (cursos, subvencions, suports, etc) s'aprofiten bé

*Objectius:* Saber determinar quins són els recursos més útils i interessants i quins són els moments més adients per emprendre accions de suport des de l'Ajuntament.

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços

- PROMOURE UNA OFERTA COMERCIAL DIVERSA

*Definició:* Incrementar la diversitat de l'oferta comercial de Cassà de la selva a través de:

- Assessoraments i informació sobre diversitat comercial
- Potenciant i afavorint la diversitat de serveis i establiments (estudi de la diversitat actual del comerç de Cassà de la Selva)
- Creativitat a l'hora d'oferir productes innovadors i de qualitat per part dels comerços
- Complementar l'oferta actual, diversificar l'oferta

*Objectius:* Disposar d'una oferta comercial diversa útil per als consumidors

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços,

- APARADORS

*Definició:* La millora de la realitat comercial de Cassà de la Selva també passa per la imatge que s'ofereix. en aquest sentit es planteja

- Netejar aparadors d'establiments tancats
- Utilitzar espais dels aparadors per fer difusió general del municipi i/o del comerç local
- Promoure un mínim de neteja i ordre dels aparadors als propietaris

*Objectius:* Millorar la imatge del poble en general i de l'oferta comercial en particular

*Agents implicats:* Ajuntament en les accions de difusió, comerços actius i propietaris d'establiments tancats.



## SISTEMA RELACIONAL

### COMERCIANTS

- Cal escoltar més i millor al petit comerç.
- Definir un referent clar a l'Ajuntament, que canalitzi el traspàs d'informació de forma clara i útil (Ex.- subvencions Generalitat, existència de fires.
- Complementar les accions d'ajuda i suport als comerços locals.
- Agilitzar els tràmits amb l'Ajuntament. SI es vol canviar quelcom d'un comerç i cal tramitació cal més agilitat, eficàcia i rapidesa
- Definir accions per promocionar millor el municipi cap a l'exterior, a través d'estratègies compartides.
- Promoure més autoestima comercial i major capacitat: formació en màrqueting, xarxes socials, etc.
- Garantir reunions entre comerços i ajuntament efectives: amb dates tancades, convocatòries amb prou marge de temps, etc.
- Els comerços han de mostrar a l'ajuntament la necessitat i rellevància de fer subsistir i avançar al petit comerç local. Cal posar en valor el petit comerç en relació a les grans superfícies ja que són un agent clau per a la cohesió social i la qualitat de vida local.



## **TÈCNICS LOCALS**

Es parteix de la premissa que, pel que fa al sistema relacional, caldria establir un grup de treball estable amb la participació de comerços i agents locals (més enllà de la Unió de Botiguers) per tal de canalitzar les estratègies de dinamització comercial.

Dit això, es plantegen els següents reptes de partida:

- Definir estratègies conjuntes per tal d'incrementar els nivells d'associacionisme del comerç local. Calen mesures per captar nous comerços
- Millorar i consolidar les accions de difusió per donar a conèixer els serveis municipals existents.
- Treballar per a la formalització d'una associació de carnissers.
- Facilitar el desenvolupament d'una Unió de Botiguers més dinàmica i representativa.
- Definir suports i ajuts per tal de facilitar i agilitzar les gestions amb l'Ajuntament.
- Treball conjunt entre Ajuntament i comerços per tirar endavant campanyes.



## **OBJECTIUS ESTRATÈGICS**

---

**APROFITAR EL DESPLEGAMENT DEL PLA DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL PER A CONSOLIDAR UN ESPAI DE TREBALL CONJUNT ENTRE ADMINISTRACIÓ I COMERCIANTS QUE MILLORI EL SISTEMA RELACIONAL, I DESENVOLUPI ACCIONS DES DE LA TRANSVERSALITAT I EL TREBALL EN XARXA**

El desenvolupament d'una planificació estratègica esdevé una gran oportunitat per a millorar i consolidar el sistema de relacions entre l'Ajuntament i el teixit comercial de Cassà de la Selva ja que:

- Suposa una aposta per interpretar el desenvolupament econòmic en general i la dinamització comercial en particular com una prioritat de la política local.
- Hauria d'ordenar les polítiques de dinamització comercials segons àmbits de treball (presa en consideració de es perspectives del comerç en la millora del context local, millora de la realitat comercial, millora del sistema de relacions).
- Promourà espais de transversalitat i treball en xarxa tant per concretar les estratègies i accions del PDC per a desenvolupar-les.

En aquest sentit es planteja la creació d'un espai de treball estable que compti amb la participació de representants locals (de diferents àrees) i de comerciants del municipi



## ***PROPOSTES D'ACCIÓ***

---

La millora del sistema relacional s'ha de fonamentar en:

- La **creació d'un òrgan estable de treball compartit** que compti amb la participació de tècnics locals de diferents àrees i de comerciants. L'òrgan ha de comptar amb lideratge polític per tal d'assegurar la seva utilitat, i s'hauria de reunir de forma periòdica per tal d'esdevenir el motor clau per a:
  - Vehicular un desplegament transversal i en xarxa de les estratègies i accions previstes pel Pla de Dinamització Comercial. Amb objectius ben definits i útils (adaptació a cada època de l'any, amb informacions prèvies i retorns de resultats, espais de treball compartit, sistemes d'avaluació i seguiment, mètodes de treball útils i efectius, etc).
  - Garantir el desplegament d'accions de millora del sistema actual de relacions entre ajuntament i comerciants locals.

### **ACCIONS DE MILLORA DEL SISTEMA RELACIONAL**

#### **REFERENT MUNICIPAL**

*Definició:* Disposar d'un referent únic de contacte clar que esdevingui un nexa efectiu pel que fa a les relacions entre Ajuntament i comerciants. Es tracta de tenir molt clar qui és l'interlocutor municipal i de garantir que aquesta persona canalitzi les demandes ciutadanes, assessori i derivi cap als serveis que pertoqui, si es dona el cas.

*Objectius:* Millorar el sistema de relacions entre Ajuntament i comerciants

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços



- DIFUSIÓ DE LA UNIÓ DE BOTIGUERS

*Definició:* Donar a conèixer la Unió de Botiguers a tot el teixit comercial local.

Des de l'Ajuntament informant a nous empresaris i comerciants. Des de la UBC, definint campanyes motivadores per promoure adscripcions a l'entitat.

*Objectius:* Afavorir, motivar i facilitar l'adhesió a la UBC del màxim nombre de comerços del municipi

*Agents implicats:* UBC

- AGILITZAR TRÀMITS

*Definició:* La millora del sistema relacional també passa per un exercici de simplificació dels tràmits que han de fer els comerços. En aquest sentit caldria identificar de forma compartida quines complexitats existeixen actualment i definir possibles millores i simplificacions en aquest sentit.

*Objectius:* Millorar i agilitzar les relacions entre Ajuntament i comerços

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços

- GARANTIA D'INFORMACIONS CLARES I ÚTILS

*Definició:* Definir de forma compartida com millorar el traspàs d'informació sobre subvencions i ajuts al comerç que s'ofereix des de l'Ajuntament. Es tracta d'identificar quins aspectes serien millorables i d'engegar mesures de correcció al respecte. Alhora, també es podrien identificar possibles informacions que els comerços poden traslladar a l'Ajuntament, com l'existència de locals disponibles per a promoure-hi activitats comercials.

*Objectius:* Millorar el traspàs d'informació Ajuntament - Comerciants

*Agents implicats:* Ajuntament i comerços



## **5.- CONCLUSIONS I RECOMANACIONS TÈCNIQUES**

Un cop exposats els resultats derivats del procés deliberatiu, l'equip tècnic encarregat de dinamitzar el projecte vol exposar una sèrie de reflexions i recomanacions sobre el procés dinamitzat i la seva continuïtat:

- En primer lloc, cal recordar que el procés deliberatiu s'ha d'entendre com l'inici d'un exercici de revisió compartida entorn el desenvolupament de les polítiques de dinamització comercial de Cassà de Selva. Per tant, queda clar que el procés, derivat del Pla Estratègic de Ciutat, pretén obrir un nou camí i que som davant la finalització d'una etapa d'una cursa de llarga durada on cal anar assolint fites.
- També és important destacar la importància de mantenir el component participatiu que ha caracteritzat el procés dinamitzat. L'aposta per la participació s'ha d'entendre com una nova manera d'afrontar les problemàtiques i necessitats del comerç local, assumint que la suma de visions, opinions i compromisos d'agents diversos ens permetrà prendre decisions més adaptades i intel·ligents en un context socioeconòmic extremadament complex.
- En aquest sentit, cal destacar que els nivells de participació assolits han estat prou significatius. Han participat un volum rellevant de comerços i tècnics municipals d'àrees diverses Malgrat tot, cal tenir present que al sector del comerç existeixen pocs precedents participatius en la definició de polítiques públiques i, per tant, no deixa de ser normal que a hores d'ara els nivells d'implicació siguin millorables. S'haurà d'anar avançant de mica en mica des de la constància i, sobretot, garantint que no es frustren les expectatives dels comerciants que han participat.
- De fet, el debat generat durant el taller de propostes va posar de manifest que la millora del sistema relacional passa per garantir, en general, el desenvolupament d'estratègies i actuacions a partir de la transversalitat i del treball en xarxa (el procés deliberatiu ha servit per començar a fer via en aquest sentit).



- Amb tot, el més recomanable seria prendre de referència els resultats d'aquest procés deliberatiu per a iniciar la creació d'un espai estable de treball entre Ajuntament i comerciants que, des de "lògiques de poble":
  - Sigui capaç de vincular estratègies i accions de millora del context local (urabano-territorials i socioeconòmiques) amb la dinamització comercial, assumint que en el fons són dues cares d'una mateixa moneda.
  - Interpreti la dinamització comercial com una necessitat que ens beneficia a tothom.
  - Permeti millorar el sistema de relacions (desplegant les accions plantejades pel PDC en relació al sistema relacional, i plantejant-ne de noves quan pertoqui).
  - Garanteixi un desplegament transversal i en xarxa del PDC, entenent el projecte com una oportunitat per caminar cap a una nova manera de fer política adaptada a la complexitat de la societat actual.

