

**PROPOSTA D'ACCIONS 2017:**

**1. PRESENTACIÓ ESTUDI: CENS DEL TERRITORI BARCELONA OBERTA I ESTUDI COMPARAT DE LA REALITAT COMERCIAL.**

L'objectiu del cens/estudi, entre d'altres ha estat, tenir dades reals que ens permetin conèixer en profunditat els diferents formats presents als nostres eixos.

Descripció de l'acció:

- Presentació a la Junta de Barcelona Oberta
- Impressió de exemplars de l'estudi
- Presentació a Direcció de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona
- Presentació a Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya
- Convocatòria als finançadors amb la Cambra de Comerç i Presentació a mitjans

Calendari: de gener a desembre 2017.

Equip: Direcció de BO, tècnica de comerç de la Cambra de Comerç, equip de comunicació de BO.

**2. PRESENTACIÓ DE L'ESTUDI: IMPACTE SOCIOECONOMIC DEL COMERÇ I DEL TURISME DE COMPRES A LA CIUTAT DE BARCELONA**

L'objectiu general de l'estudi ha estat : Posar en valor la importància socioeconòmica del comerç, la restauració i del turisme de compres a la ciutat de Barcelona, posant èmfasi en els llocs de treball generats tant en el propi sector comercial i de restauració, com en els sectors afins.

Els objectius específics de l'estudi han estat:

1. Analitzar el posicionament competitiu de Barcelona vers altres ciutats
2. Analitzar la importància per a la ciutat de les actuals i potencials polaritats turístic-comercials
3. Identificar altres externalitats positives per a la ciutat derivades del turisme de compres
4. Quantificar l'impacte econòmic i la contribució total de llocs de treball del sector comercial i de la restauració, incloent els efectes indirectes i induïts
  - Identificar també els principals sectors que es beneficien (generen llocs de treball) gràcies a la activitat comercial, i quantificar-ne els llocs de treball generats
5. Quantificar el pes i la importància del turisme de compres en relació als llocs de treball generats en el sector comercial i de restauració
6. Quantificar les oportunitats derivades d'ampliar els horaris comercials en dies festius

Descripció de l'acció:

- Edició i impressió de l'estudi.
- Presentació a la Junta de Barcelona Oberta
- Presentació a la Direcció General de Comerç de la Generalitat i presentació pública a mitjans en el marc de la Setmana del Comerç (març del 2017)

Calendari: Març 2017 en el marc de la Setmana del Comerç organitzat per la Generalitat de Catalunya.

Equip: Direcció de BO, Junta de BO i equip de comunicació de BO.

### **3. JORNADA: III SUMMIT DE BARCELONA OBERTA**

Objectiu: Consolidar el Summit anual de Barcelona Oberta com un espai empresarial de referència a la ciutat.

Descripció de l'acció: Temàtica a definir

Calendari: Novembre 2017.

Equip: Direcció i Junta de BO, equip de comunicació de BO

### **4. CREACIÓ PLATAFORMA TRANSVERSAL DE EMPRESARIS**

Un dels resultats del II Summit va ser la necessitat de crear un espai permanent de debat pels empresaris per fer propostes a les administracions.

Caldrà definir amb Barcelona Global o amb altres agents com i amb quines accions es pot cobrir aquesta necessitat.

Fer propostes en la Línia del Pla Estratègic Metropolita

Lobby sector econòmic (Barcelona Globa. GRB. GHB. Acave. Apartur..etc.

## **5. ACTUALITZACIÓ DE LA MARCA BARCELONA OBERTA.**

Objectiu: Actualitzar, mínimament la marca Barcelona Oberta. Ha de ser mes plural, mes actual, que representi millor l'esperit de Barcelona Oberta.

Descripció de l'acció:

- Demanar diferents propostes a l'equip creatiu.
- Definir amb la Junta de BO quin es el que millor s'adapta a la nostra realitat actual.
- Presentació publica.

Calendari: De gener a desembre del 2017.

Equip: Directora de Barcelona Oberta i membres de la Junta. Equip creatiu. Equip de Comunicació

## **6. PLANS DE COMPETITIVITAT 2017**

Objectiu: Fer arribar de nou als eixos de Barcelona Oberta les ajudes dels Plans de Competitivitat del Ministeri.

Descripció de l'acció:

- Donar suport i Coordinar amb la Cambra de Comerç de Barcelona els Plans de competitivitat del 2017.
- Definir amb els diferents eixos de BO i la Cambra de Comerç els projectes a presentar individual o col·lectivament.
- Seguiment dels processos.

Calendari: De gener a desembre del 2017.

Equip: Equip de la Cambra de Comerç, Equip de gerents de BO, Directora de Barcelona Oberta .

## **7. SUPORT A LA DINAMITZACIÓ DE LES ASSOCIACIONS MEMBRES**

Objectiu: aportar eines per a la millora de la gestió de les entitats membres tant de manera individual com en cooperació amb altres entitats i actors del comerç.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta

Descripció de l'acció:

- Trobades Obertes per a Compartir
- Suport a la professionalització (Equip intern Barcelona Oberta)
- Suport als projectes de les Associacions membres.
- Acompanyament
- Traspàs d'informacions rellevants per les Associacions i els comerciants.
- Convenis amb escoles de comerç i altres agents. Becaris
- Acompanyament en les accions del Pla de Competitivitat
- Etc..

Calendari: de gener a desembre 2017

Equip: El treball serà coordinat per la Direcció de Barcelona Oberta amb el suport dels gerents del eixos membres i a partir de les necessitats específiques dels eixos.

**8. PLA DE COMUNICACIÓ: DINAMITZACIÓ DEL WEB DE BARCELONA OBERTA, DE LES XARXES SOCIALS I COMUNICACIÓ**

Objectiu: Dinamitzar la plataforma digital, les xarxes socials i tenir una presència constant als mitjans de comunicació. L'objectiu es per potenciar el treball el xarxa de les entitats membres i ser un referent a la Ciutat.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta
- Altres entitats empresarials
- Empreses associades a eixos de BCN Oberta
- Administració Pública
- Mitjans de comunicació
- Públic en general

Descripció de l'acció:

- Dinamització de la web responsive amb l'actualització constant dels continguts.
- Dinamització de les xarxes socials en funció de l'objectiu definit (Facebook i twiter)
- Elaboració de continguts, notícies i notes de premsa pels mitjans de comunicació

Calendari: de gener a desembre 2017.

Equip: la dinamització del web, de les xarxes socials i la comunicació es fa amb un equip extern i un community manager. El treball serà coordinat per la Direcció de Barcelona Oberta a partir de les necessitats específiques de la entitat.

#### 9. **PLA DE CAPTACIÓ DE RECURSOS DE BARCELONA OBERTA**

Objectiu: Generar més recursos per fer sostenible l'entitat.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta
- Altres entitats empresarials
- Empreses associades a eixos de BCN Oberta
- Altres empreses
- Administració Pública
- Mitjans de comunicació

Descripció de l'acció:

- Definició de l'estratègia de comunicació del Pla de patrocini.
- Execució del Pla de patrocini.

Calendari: de gener a desembre 2016

Equip: Es comptarà amb un consultor extern per a la presentació i execució del Pla de patrocini.

#### 10. **HORARIS COMERCIALS TURÍSTICS**

Objectiu: Des de Barcelona Oberta perseguim una ampliació horària adequada que permeti obrir per cobrir les necessitats del shopping turístic.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta
- Altres entitats empresarials
- Empreses associades a eixos de BCN Oberta
- Administració Pública
- Mitjans de comunicació

Descripció de l'acció:

Disseny de l'estratègia de comunicació.

- Contactes amb l'administració
- Contactes amb altres organitzacions comercials.
- Contactes i acords amb altres prescriptors i mitjans de comunicació

Calendari: de gener a desembre 2017

Equip: Equip directiu i membres de Barcelona Oberta.

## 11. REPRESENTATIVITAT A LA CIUTAT

Objectiu: Esdevenir una veu reconeguda per l'Ajuntament de Barcelona en la presa de decisions relatives als aspectes que concerneixen en les activitats comercials de la ciutat .

- Aconseguir una major participació del comerç en els òrgans de gestió de Turisme de Barcelona.
- Participar en el debat sobre la organització de les principals accions comercials a Barcelona.

Públic Objectiu:

<sup>35</sup><sub>17</sub> Associacions membres de Barcelona Oberta

<sup>35</sup><sub>17</sub> Turisme de Barcelona. Barcelona Shopping Line. Barcelona Shopping City

<sup>35</sup><sub>17</sub> Administració Pública

Descripció de l'acció:

- Assistir als diferents espais de debat de la ciutat. Formem part de:
  - Consell de Ciutat
  - Consell Municipal de Turisme i Ciutat
  - Consell i Fòrum de Comerç i Ciutat
- Formar part dels espais tècnics de treball de Barcelona Shopping Line.
- Formar part d'altres espais rellevants per la nostre entitat

Calendari: de gener a desembre 2016

Equip: Equip directiu i membres de Barcelona Oberta.

## 12. MOVILITAT

Objectiu: l'objectiu es treballar amb altres agents especialitzats (SABA, RACC, Cooltra, Torrot, etc..) per tal de fer propostes de millora.

Descripció de l'acció:

- Contactar amb els agents
- Pensar un Pla de Comunicació alertant de les problemàtiques afegides al Pla de Mobilitat de l'Ajuntament
- Potenciar l'ús dels vehicles elèctrics

Calendari: de gener a desembre 2016

Equip: Equip directiu i membres de Barcelona Oberta.

### **13. BARCELONA OBERTA + SOSTENIBLE**

Objectiu: l'objectiu es fer posar en valor el retorn social que el món del comerç i en general el sector econòmic fan a la ciutat.

Descripció de l'acció:

- Signatura d'un conveni amb la Xarxa Laboral del Raval, per treballar conjuntament la formació i inserció de persones en risc d'exclusió social i laboral.
- Convenis de practiques amb escoles de comerç-becaris
- Implementació d'accions amb Factor Energia

Calendari: de gener a desembre 2016

Equip: Equip directiu i membres de Barcelona Oberta.

### **14. REEMPRESA. CONVENI AMB CECOT PER FER ARRIBAR ALS SOCIS DELS EIXOS DE BARCELONA OBERTA A QUET SERVEI.**

Objectiu: Oferir als socis del eixos membres de Barcelona Oberta, la possibilitat de tenir un servei de Reempresa.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta

Descripció: Reempresa en un projecte públic privat (patronal Cecot y la Diputació de Barcelona) que te com objectiu vetllar per la continuïtat dels negocis en perill de tancament, posant en contacte als venedors amb possibles compradors i/o emprenedors

### **PROPOSTE DE PROJECTES AMB COL-LABORACIO DE ALTRES AGENTS I ADMINISTRACIONS**

### **15. PARTICIPACIÓ AMB ACCIONS DE DINAMITZACIÓ A LA SETMANA DEL COMERÇ**

Objectiu: Participar amb altres agents i organitzacions econòmiques de la ciutat i del país a la coorganització amb el CCAM de la primera edició de la Setmana del Comerç (març 2017).

Descripció de l'acció: A definir

Calendari: Març 2017 en el marc de la Setmana del Comerç organitzat per la Generalitat de Catalunya.

Equip: a definir

## **16. COORDINACIÓ AMB L'AJUNTAMENT A LA IMPLANTACIÓ DELS BID'S**

Objectiu: Implantar a la ciutat dos projectes pilot Bid's en col·laboració amb l'ajuntament i altres agents econòmics de la ciutat.

Descripció de l'acció 1:

- Participació activa a las reunions tècniques i polítiques de la regidoria de comerç per anar definint els espais Bid's de la Ciutat.
- Cerca de projectes Bid's d'altres ciutats Europees
- Definició i implantació projectes pilots.
- Vetllar per que els Bid's siguin Business Improvement Districts.

Calendari: De gener a desembre del 2017.

Equip: Directora de Barcelona Oberta i membres de la Junta.

Descripció de l'acció 2:

- Co-organització amb altres agents (amb el suport i acord de l'Ajuntament) de unes Jornades sobre els Bid'S

Calendari: A definir.

Equip: Directora de Barcelona Oberta i membres de la Junta. Equip organitzador de les jornades

## **17. PROMOCIÓ INTERNACIONAL DE BARCELONA COM A CIUTAT DE COMPRES.**

Objectiu: Promocionar i posicionar Barcelona com a ciutat de compres de referència mundial aconseguint un equilibri entre els eixos comercials turístics i els eixos de proximitat de les trames urbanes de tota la ciutat.

Públic Objectiu:

- Tots el membres de Barcelona Oberta
- Turisme de Barcelona
- Shopping Line



- Shopping City
- Administracions

Descripció de l'acció: Potenciar conjuntament amb Turisme de Barcelona i el Shopping Line / Shopping City la promoció internacional de Barcelona com a "Destinació d'Interès Turístic i de shopping", permetent a Barcelona:

- Seguir competint amb les grans capitals mundials com són New York, Londres, Paris o Berlin per atraure el turisme d'alt nivell adquisitiu,
- Donant eines i potenciant el turisme de qualitat a la ciutat, pel qual advoquen els principals actors del sector turístic.

Crear vincles de cooperació amb l' Associació AG City: que te per objectius l'enfortiment del comerç, el desenvolupament urbà, la cultura i el turisme en les principals ciutats comercials i turístiques del mon

- Situar a Barcelona a través dels seus carrers comercials (Portal de l' Angel, Passeig de Gracia, Diagonal, etc.) com a membres de l'AG City, l'Associació del carrers comercials mundialment coneguts.

Calendari: de gener a desembre 2016.

Equip: Equip directiu de Barcelona Oberta, Equip directiu de Barcelona Shopping Line i altres a definir.

#### 18. **ESTENDRE ELS BENEFICIS DEL TURISME A ALTRES BARRIS DE LA CIUTAT**

Objectiu: Potenciar els elements turístics de tota la ciutat i buscar l'equilibri per tal de ampliar els beneficis del turisme cap a altres barris i districtes.

Diversificar els eixos de polaritat turística per a que el *shopping* s'estengui per a tota la ciutat.

Públic Objectiu:

- Associacions membres de Barcelona Oberta
- Altres eixos comercials de la ciutat.
- Turisme de Barcelona. Barcelona Shopping Line. Barcelona Shopping City
- Administració Pública
- Mitjans de comunicació
- Públic general

Descripció:

Desenvolupar juntament amb Turisme de Barcelona, plans de dinamització comercial turística a altres eixos comercials de la ciutat a través del programa Barcelona Shopping City.

- Eix Gaudi → Shopping Gaudi
- Paral·lel → Gastronomia-Musical-cultura
- Gaixample → Shopping Gai

- Born → Tendències
- Afavorir contactes amb eixos potencials de promoció dins del Programa SHOPPING CITY
  - Altres eixos fora de Barcelona Oberta: actuacions futures
    - Cor Eixample → Shopping Modernista
    - Poble Nou → shopping ¿Mar?
    - Sant Antoni → shopping mercats
    - Creu Coberta / Pl. Espanya → Shopping de fires
    - Encants → Shopping Brocanters