

Pla de viabilitat per a la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro

Índex de continguts

01	Introducció	3
02	Context del territori	15
03	Anàlisi tècnica de l'espai comercial urbà	22
04	Anàlisi de la percepció publicoprivada	54
05	Conclusions i escenaris de futur de l'APEU	63
06	Model futur de l'APEU de Castell - Platja d'Aro	73
07	Properes passes	88

(*) Fes clic en cadascun dels apartats per anar-hi directament.

01

Introducció

En aquest apartat:

1.1 Consideracions inicials

1.2 Objectius

1.3 Procés de treball



1.1 Consideracions inicials

Aquest informe és un document de treball pensat per a donar resposta a les inquietuds generades sobre el nou context de la dinamització de l'activitat comercial i la revitalització dels centres urbans catalans a través de la posada en marxa de les Àrees de Promoció Econòmica Urbana (d'ara en endavant APEU).

Si bé és cert que es tracta d'un moment de reflexió, de debat i de proves, el que està clar és que el comerç català està davant d'una oportunitat per a molts municipis que tenen l'objectiu de promoure nous mecanismes de treball que fomentin la creació de projectes de col·laboració publicoprivada i que permetin la millora de la presa de decisions en l'àmbit de la planificació estratègica dels centres urbans.

En aquest sentit, Platja d'Aro, en constituir un entorn de gran atractiu turístic i de gran aflluència i trànsit de visitants al llarg de l'any pot ser objecte d'estudi per a d'implementació d'una APEU.



1.1 Consideracions inicials

Però, quin és l'origen de les APEU?

El model de gestió de les zones comercials urbanes que coneixem com a BID (Business Improvement Districts) es va començar a implementar al Canadà pels voltants del 1970. Aquest model, que sovint adapta la seva nomenclatura en funció del país –“Business Improvement Areas” (BIA), “Sociétés de Développement Communautaire” (SDC), etc. – va sorgir de la necessitat dels comerciants i propietaris dels locals de contribuir al desenvolupament dels seus entorns i àrees urbanes. Veien necessari crear plans estratègics a mitjà i llarg termini per garantir la qualitat, la competitivitat i la transformació de les zones comercials, i per complementar els serveis aportats pels ens públics.

En aquest sentit, a partir de la promulgació de lleis específiques que van crear el marc legal pels BIDs, es van començar a instaurar els primers organismes de gestió formats pels propietaris dels locals de les àrees d'implementació; Aquests organismes es finançaven per mitjà de taxes obligades per la llei que nodrien de pressupost els plans d'actuació estratègics i atorgaven una sobirania directa de decisió als contribuents.

Des de la creació del primer BID, molts han estat els països que també han desenvolupat aquest model de gestió publicoprivada (Estats Units, Regne Unit, Alemanya,...), actualment hi ha més de 2500 BIDs a tot el món. Les APEUs han de ser les següents.

Quines són les característiques principals de les APEU?

- Es tracta d'un projecte que ha de ser **consensuat entre l'administració local i el propi teixit comercial**.
- Per posar en marxa el projecte, aquest ha de ser **aprovat pel ple de l'ajuntament**.
- Les mesures d'una APEU tenen com a objectiu **complementar les actuacions** que du a terme el propi ajuntament, en cap cas substituir-les.
- És una eina que atorga **sobirania i capacitat de decisió** als comerciants de l'àrea delimitada sobre quines seran i com es faran les **accions de dinamització i millora del seu entorn urbà**.
- El finançament s'efectua per mitjà de **quotes obligatòries en funció dels metres cadastrals** per a tots els locals comercials amb accés directe des de la via pública que es troben en l'àrea delimitada.
- Requereix d'un **procés de votació per aprovar-lo** entre els locals implicats i els propietaris de solars (tan els ocupats com els que no ho estan).
- Son **projectes planificats a 3 o 5 anys vista**. Es tracta, doncs, de projectes que no donen peu a la improvisació sinó que requereixen d'una **planificació estratègica adequada i una gestió constant**.

1.1 Consideracions inicials

Quines són les funcions de les APEU?

- Impuls de les estratègies de dinamització de l'activitat comercial urbana d'una zona determinada.
- Reforç de la competitivitat i la professionalització del teixit econòmic de la zona delimitada.
- Millora de l'espai comercial urbà, la seva imatge comercial i la percepció positiva per part del visitant.
- Garantir processos de transformació urbana de l'espai urbà que millorin l'atractiu comercial de la zona.
- Impuls de la digitalització i implementació de les tecnologies dins l'espai urbà i als comerços.
- Reactivació de tota l'estructura comercial urbana, de manera que faciliti la millora del propi espai urbà i el seu teixit econòmic.

Quins poden ser els principals beneficis de la implementació d'una APEU?

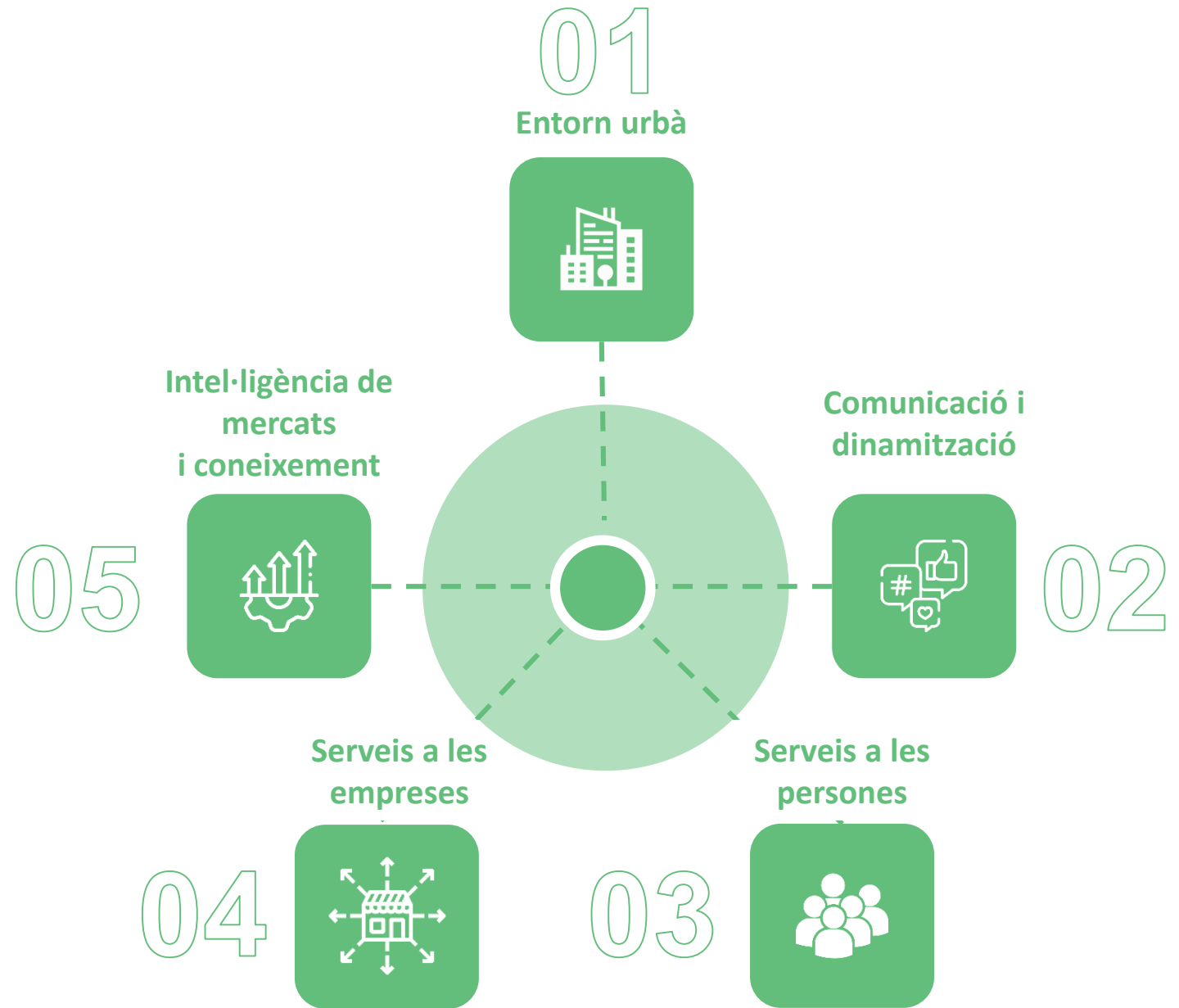
Les APEU ofereixen un ampli ventall de possibilitats per a ser concebudes com a espais de millora de l'atractiu urbà. Entre els seus principals beneficis trobem els següents:

- Garanteix la viabilitat i permanència en el temps dels projectes estratègics de dinamització i millora urbana perquè assegura un finançament estable durant 3 o 5 anys
- Contribueix a la millora en la planificació estratègica de l'àrea comercial delimitada, propiciant-ne la reactivació i/o l'enfortiment a través de polítiques, mesures i accions concretes.
- Propicia una major professionalització del sector.
- Potencia la participació i representativitat dels comerciants a l'ens gestor de l'àrea.
- Elimina els *freeriders* (*negocis que no paguen cap tipus de quota i es beneficien de les iniciatives de dinamització comercial de les associacions*).
- Facilita la transversalitat i creació de sinergies entre els diferents actors econòmics, socials i públics del municipi.



1.1 Consideracions inicials

Quins podrien ser els eixos de treball de les APEU?



01



Entorn urbà

Què ens pot aportar l'APEU en la millora de l'espai urbà?

- **Manteniment i sanejament:** aquest primer apartat fa referència a mesures dirigides a la millora del sanejament i el manteniment d'elements relatius a l'espai urbà (és el cas d'accions concretes relatives al manteniment de mobiliari urbà, neteja de pintades als carrers, millora de la neteja).
- **Seguretat ciutadana:** inclou accions relatives a un increment en la vigilància d'una determinada zona, a la coordinació amb la policia local, la disposició de càmeres de control, mesures de prevenció i conscienciació sobre seguretat ciutadana,...).
- **Accessibilitat i mobilitat:** mesures que contribueixen a la millora de l'accessibilitat en una zona APEU tals com accions que impulsin la creació de nous espais d'aparcaments, mesures que fomentin la mobilitat no motoritzada,....
- **Paisatge urbà:** inclou la gestió de mesures que millorin la imatge i la funcionalitat del mobiliari urbà d'una zona, la millora de la il·luminació així com altres mesures relatives a la millora en infraestructures urbanes de la zona.
- **Enjardinament i àrees verdes;** accions dirigides a millorar la imatge de parcs i jardins així com a l'impuls de mesures que impulsin el dinamisme d'aquests espais.



02



Comunicació i dinamització

Què ens pot aportar l'APEU en la millora de les estratègies de comunicació i de dinamització?

- **Comunicació digital:** les APEU són àrees delimitades que solen portar a terme un intens treball de comunicació i difusió dels seus diferents projectes. L'ús d'eines socials com les xarxes socials, les newsletter, la disposició d'una pàgina web,...són accions àmpliament utilitzades per aquestes entitats de gestió publico privada.
- **Comunicació offline:** en aquest cas, molts projectes APEU poden utilitzar un ampli ventall de suports de comunicació per fer difusió i promoció dels seus comerços, serveis i activitats, en general.
- **Esdeveniments:** la realització d'esdeveniments és un dels recursos més utilitzats en les APEU per tal de promoure la zona delimitada. La realització d'activitats al carrer, esdeveniments de caràcter social, cultural,.... formen part de l'ampli ventall d'esdeveniments que es poden portar a terme.
- **Mercats i fires:** de manera molt similar a l'àmbit anterior, les APEU poden ser un immillorable model d'impuls de les fires i els mercats. La realització de mesures de dinamització comercial vinculades als mercats resulten molt importants en l'impuls de l'espai urbà delimitat.



03



Serveis a les persones

Què ens pot aportar l'APEU en la millora dels serveis a les persones?

- **Serveis orientats a l'experiència de compra:** serveis com el servei a domicili, servei de consigna, informació addicional a les persones usuàries,... són elements que molts centres de gestió de les APEU utilitzen com a referent per a la millora competitiva d'aquest model.
- **Serveis a les persones i la ciutadania:** un dels valors de les APEU és la creació d'una xarxa de serveis que millorin l'experiència de compra i de passeig de les persones. Serveis de consigna, la millora de la xarxa wifi, un servei de bústia de recollida de problemes del municipi, informació al visitant (informadors, punts d'informació), són serveis, àmpliament utilitzats per aquest tipus de model de gestió.
- **Reforç de la senyalització comercial de la zona:** ja sigui la senyalització d'aproximació, la senyalització d'espais urbans i d'elements singulars,...
- **Reforç del treball comunitari:** les APEU també poden impulsar projectes de treball conjunt amb la ciutadania i les diferents entitats que les representen ja sigui a través de la col·laboració amb el tercer sector com amb entitats del municipi.



04



Serveis a les empreses

Què ens pot aportar l'APEU en la millora dels serveis a les empreses?

- **Assessorament i formació:** les APEU poden contribuir a la generació d'oportunitats per a l'actualització i la millora dels negocis de la seva àrea. Les mesures d'acompanyament i assessorament individualitzat, nous recursos formatius,... solen ser els instruments que s'utilitzen en aquest model com a referència per a l'impuls de l'àrea delimitada.
- **Jornades i networking empresarial:** de manera similar a l'actuació anterior, les APEU també poden ser models que impulsin el treball conjunt i que desemboquin en la creació d'espais per a compartir coneixements i experiències.
- **Transformació digital:** les mesures dins l'àmbit de la transformació digital són un dels àmbits en els que les APEU poden tenir una major incidència. Actuacions vinculades a l'actualització digital, la capacitació del teixit comercial,... en són alguns bons exemples.



05



Intel·ligència de mercat i coneixement

Què ens pot aportar l'APEU en la millora de la intel·ligència de mercat i el coneixement?

- **Coneixement de les persones consumidores:** l'impuls d'una APEU permet que les àrees comercials en qüestió puguin disposar dels recursos necessaris per a l'impuls d'estudis de satisfacció comercial, hàbits de compra,...
- **Dades de l'espai urbà:** de la mateixa manera, les APEU solen disposar de dades relatives al moviment de les persones dins els carrers comercials. Una de les tecnologies més emprades és el control de les persones que passen per aquests carrers (comptatge de persones).
- **Indicadors de salut comercial:** tot aquest conjunt de dades permet un anàlisi més detallat i objectiu que facilita que aquestes àrees puguin disposar d'indicadors de salut comercial. Indicadors que, al mateix temps, són una immillorable font de coneixement per concretar accions més específiques i més orientades als diferents focus de treball que es volen resoldre amb la implantació de l'APEU.



1.2 Objectius

L'objectiu principal del projecte és avaluar la possibilitat de dissenyar i implementar una APEU a l'illa comercial del municipi de Castell-Platja d'Aro. Com a objectius específics, es planteja:

01

Definir l'àrea geogràfica més idònia per a la implementació de l'APEU.

02

Sensibilitzar i acompanyar al agents implicats en el procés d'implementació de l'APEU.

03

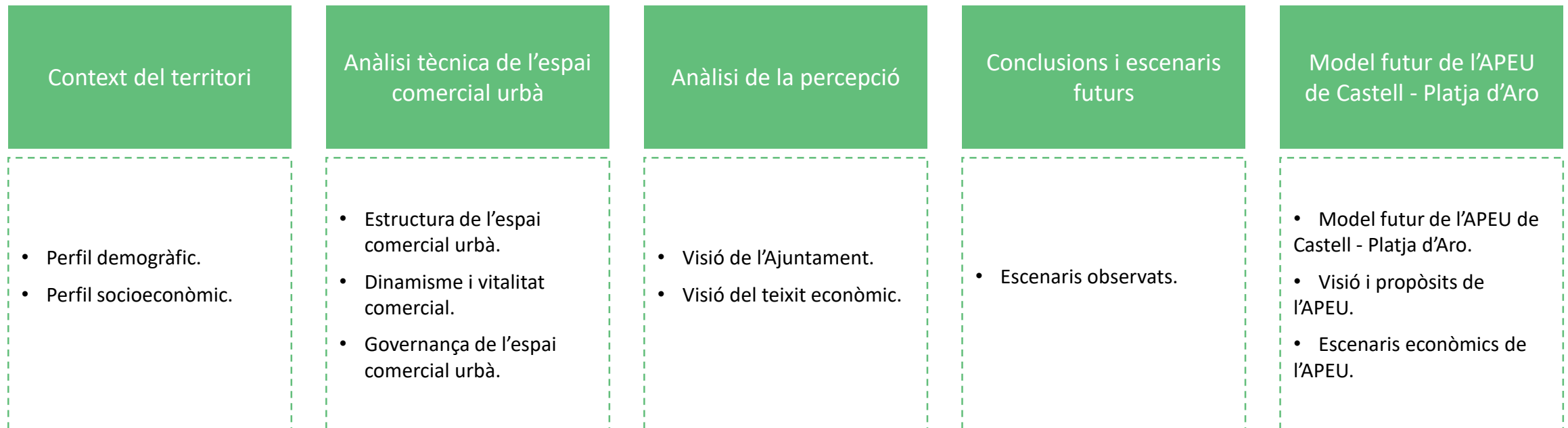
Contribuir a la identificació dels propòsits i els àmbits de treball del pla d'actuació del futur APEU.



1.3 Procés de treball

En primera instància, es plantegen 3 escenaris dins d'una mateixa àrea que per les seves característiques podrien ser considerades com a potencials Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU). En aquest sentit, per tal d'avaluar la viabilitat d'implementació d'una APEU en cadascun d'aquests escenaris, s'han recollit una sèrie de dades tant qualitatives com quantitatives que ens permetin identificar els principals trets característics de cada zona i analitzar si encaixarien en un model de col·laboració publicoprivada com són les APEU.

En aquest sentit, l'anàlisi de viabilitat es centrarà en l'anàlisi de tres grans elements com són:



02

Context del territori

En aquest apartat:

2.1 Perfil demogràfic

2.2 Perfil socioeconòmic

2.3 Afluències i accessibilitat



2.1 Perfil demogràfic

El municipi de Castell – Platja d’Aro té una població d’11.030 habitants agafant les dades de l’IDESCAT que ofereix per l’any 2020.

Compta amb una població petita, en una localitat fragmentada territorialment en tres nuclis que són Castell d’Aro, Platja d’Aro i S’Agaró. Així com el primer constituïria l’espai més estable a nivell poblacional, a les altres dues zones la població estacional hi juga un paper molt destacat per la seva condició de destinació turística vinculada al sol i la platja, rebent en temporada alta fins a 120.000 persones.

La tendència del municipi a nivell poblacional els darrers 20 anys ha estat de creixement, sobretot en la primera dècada, tot i que a dia d’avui continua augmentant.

Pel que fa a la piràmide poblacional cal destacar la tendència de les societats occidentals a tenir una piràmide més ampla a les franges d’edat mitjana – avançada, fet que porta al progressiu envelliment de la població, que té origen en la baixa natalitat i mortalitat que hi ha a Europa.



Població de Castell - Platja d’Aro (2020)

11.030
habitants

2.054
Persones
de 0 a 19 anys

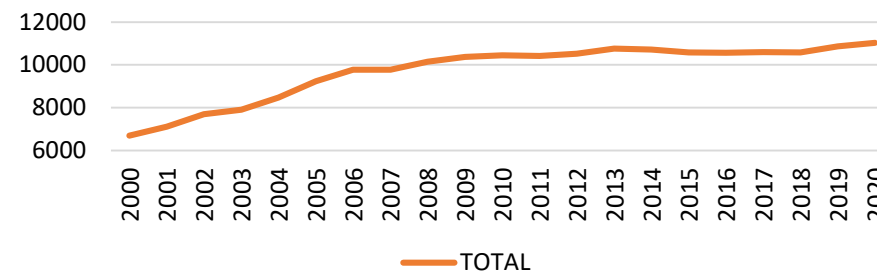
6.814
Persones
de 20 a 64 anys

2.162
Persones
majors de 65 anys

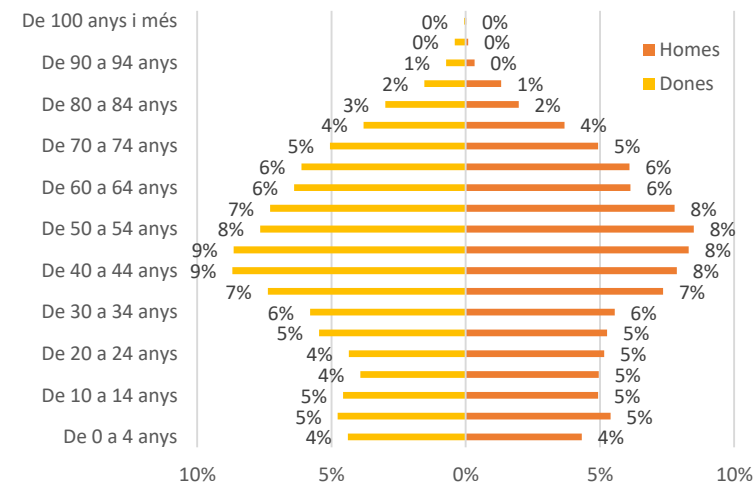
5.426 homes

5.604 dones

Evolució de la població de Castell - Platja d’Aro (2000-2020)



Estructura de la població de Castell - Platja d’Aro (2020)



2.1 Perfil demogràfic

Gairebé el 70% de la població de Castell – Platja d’Aro és de procedència espanyola, si bé és cert que aquest percentatge és baix en comparació en d’altres municipis. Aquest fet es pot explicar pel tipus de municipi que és, situat a la costa, en un entorn atractiu per als turistes i per a la població estrangera.

D’aquesta manera, destaca sobretot la presència de persones d’altres països d’Europa, que sobretot arriba en un gran nombre fins al 2007, moment en el qual es frena com a conseqüència de la crisi, però torna a augmentar considerablement fins a l’actualitat, en la qual hi continua una tendència a l’alça. Aquest col·lectiu prové sobretot de Rússia, Ucraïna, França i Romania com a principals centres emissors.

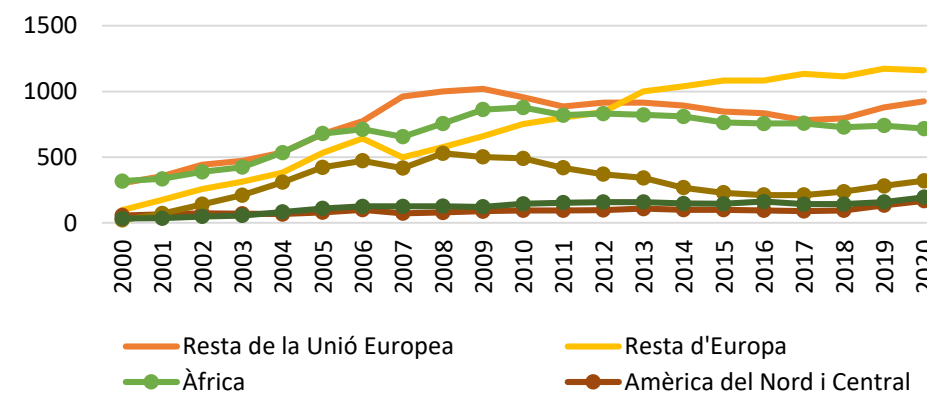
Per contra, cal mencionar el baix percentatge de població d’origen en el continent americà o africà, que contrasta amb la gran presència d’aquests col·lectius en molts d’altres municipis de la geografia catalana.



Població estrangera de Castell – Platja d’Aro (2020)

TOTAL	Nacionalitat espanyola	Resta de la UE	Resta d’Europa
11.030	7.543	925	1.162
	68,4%	8,4%	10,5%
Àfrica	Amèrica del Nord i Central	Amèrica del Sud	Àsia i Oceania
717	168	320	195
6,5%	1,5%	2,9%	1,8%

Evolució de la població estrangera de Castell – Platja d’Aro (2000-2020)

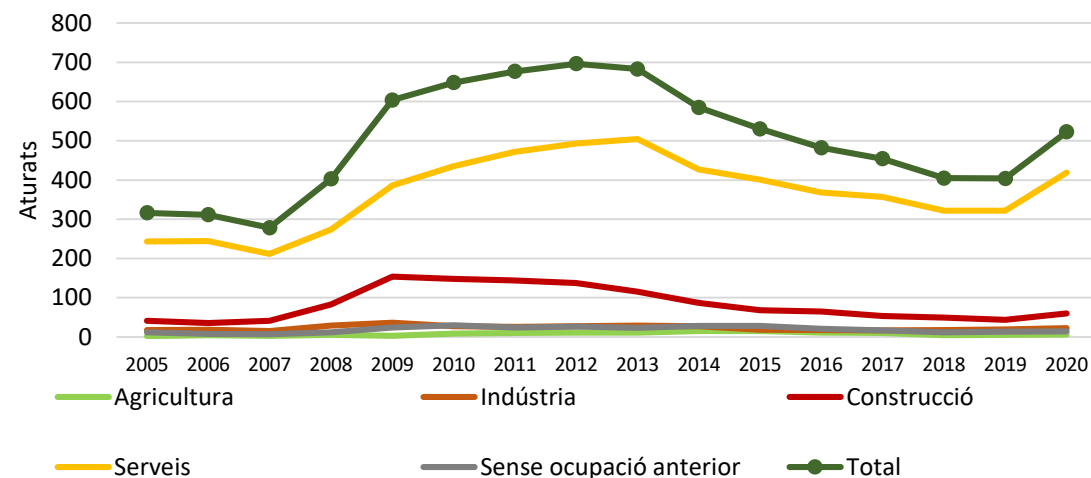


2.2 Perfil socioeconòmic

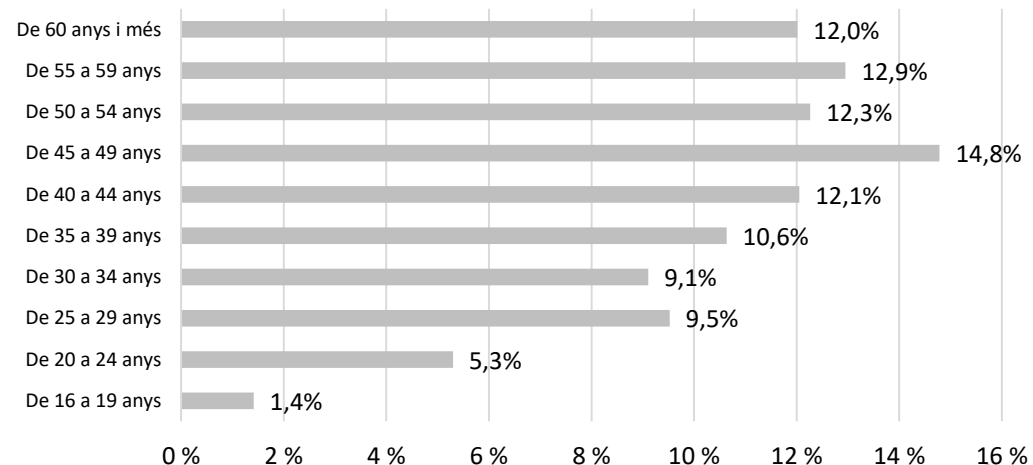
A nivell de l'atur, s'observa com la mitja anual d'atur registrat per sectors ha experimentat un increment important amb l'inici de la pandèmia amb gairebé un increment del 20% , on en termes quantitatius el sector més afectat són els serveis que amb aquesta darrera crescuda se situa en els més de 400 aturats. Així, l'efecte de la pandèmia és clau per explicar aquest nou repunt ja que des de l'inici de la crisi de 2007, a on l'atur es va disparar i es va mantenir fins al 2012-2013, la tendència era clarament a la baixa.

Per edats, el grup que té una major taxa d'atur és aquell que es troba entre els 40 i els 44 anys, amb un 14,8% d'aturats. També cal comentar, com es podrà veure en la següent diapositiva com canvia la contractació en funció de l'època de l'any.

Mitjana anual d'atur registrat per sectors a Castell – Platja d'Aro (2005-2020)



Mitjana anual d'atur registrat per edats a Castell – Platja d'Aro (2020)

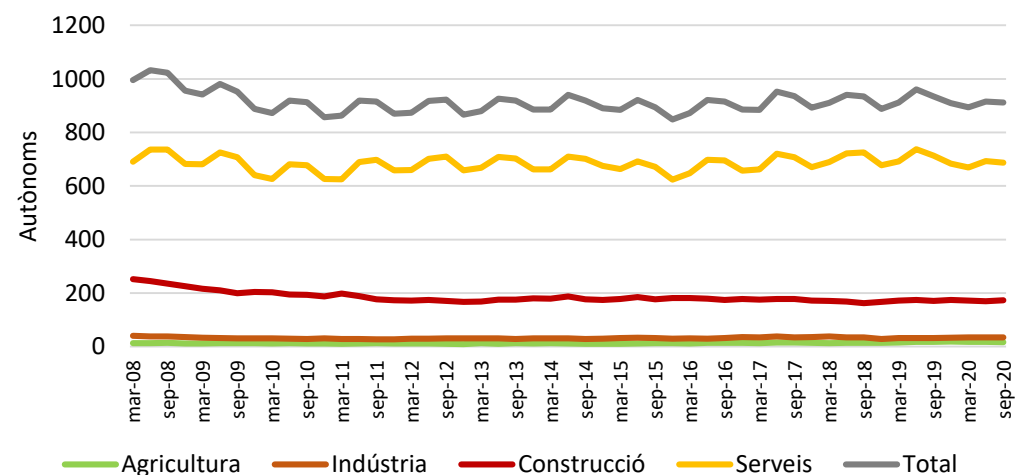


2.2 Perfil socioeconòmic

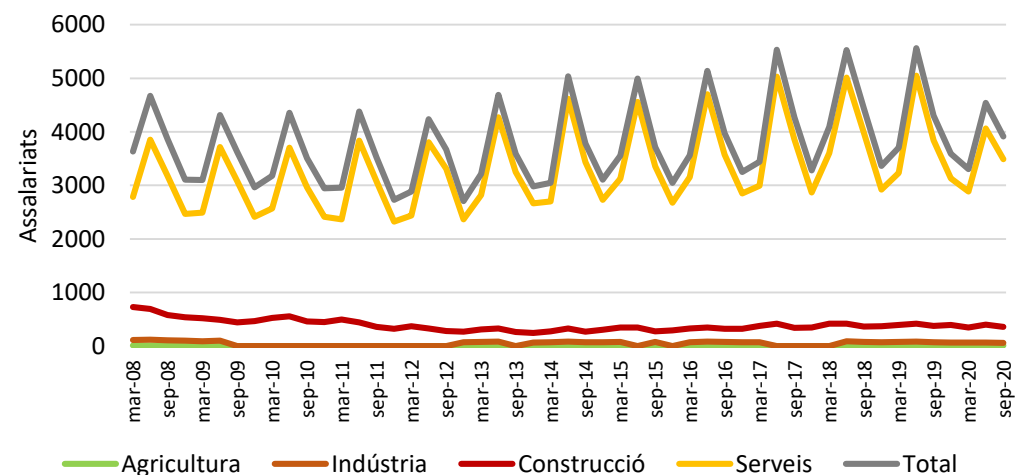
Analitzant les estadístiques vinculades a les afiliacions a la seguretat social de les persones autònomes, es pot copsar com aquest nombre va fluctuant en funció de l'època de l'any en la que ens trobem, però només en el sector serveis, que és el que presenta un major caràcter estacional. Així, en els mesos de temporada alta la nombre d'afiliacions augmenta mentre que en temporada baixa torna a disminuir, per la qual cosa en conjunt no es veu una tendència ni creixent ni decreixent.

Pel que fa a les afiliacions a la seguretat social de les persones treballadores en règim d'assalariats, passa exactament el mateix que en el cas dels autònoms, però més accentuat perquè hi ha més persones assalariades. Així, com que Castell – Platja d'Aro és una destinació turística vinculada al sol i a la platja, en la gràfica es pot veure com el nombre d'assalariats, només en el sector serveis augmenta durant la temporada alta (els mesos d'estiu) i disminueix en temporada baixa.

Afiliacions a la seguretat social en règim d'autònoms (2008-2020)



Afiliacions a la seguretat social en règim d'assalariat (2008-2020)



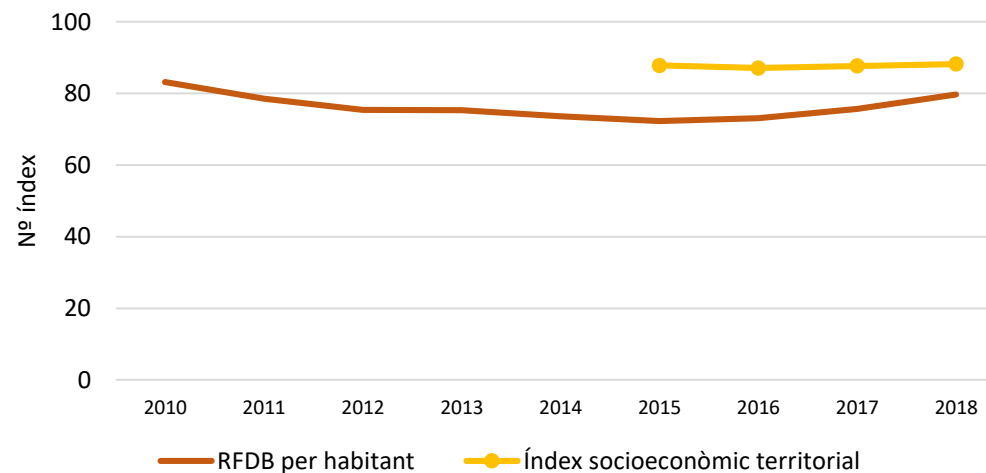
2.2 Perfil socioeconòmic

També comptem amb informació relacionada amb l'evolució de la renda familiar disponible bruta (RFDB) i de l'índex socioeconòmic territorial. D'entrada cal comentar que Castell – Platja d'Aro té una RFDB que es troba força per sota de la mitjana de Catalunya (que està en els 100). De totes maneres, si bé la tendència que portava el municipi del 2010 al 2015 era d'un progressiu empobriment de la seva població, en els darreres tres anys ha experimentat un notable augment, fet que porta a pensar que l'índex continuarà pujant i apropant-se a la mitjana catalana.

Pel que fa a l'índex socioeconòmic territorial, es tracta d'un índex sintètic per un conjunt d'indicadors que permet resumir en un únic valor diverses característiques socioeconòmiques de la població i permet ser comparat en base a la mitjana de Catalunya. Els indicadors que conjuga són: població ocupada, treballadors de baixa qualificació, població amb estudis baixos, població jove sense estudis postobligatoris, estrangers de països de renda baixa o mitjana i la renda mitjana per persona.

Evolució de la renda familiar disponible bruta - RFDB (2010-2018) i índex socioeconòmic territorial (2015-2018)

Any	RFDB per habitant (milers d'€)	RFDB per habitant. Índex Catalunya = 100	IST. Índex Catalunya = 100
2010	16.800 €	83,2	-
2011	16.700 €	78,5	-
2012	15.800 €	75,4	-
2013	15.800 €	75,3	-
2014	16.000 €	73,6	-
2015	16.600 €	72,3	87,8
2016	17.000 €	73,1	87,1
2017	17.300 €	75,7	87,7
2018	17.600 €	79,7	88,2



2.3 Afluències i accessibilitat

Segons les dades aportades per l'Ajuntament, a través d'un sistema de sensors de comptatge de persones, l'espai comercial del municipi disposa d'una font d'informació important a l'hora de mesurar el pas i l'afluència de potencials persones consumidores. Aquest fet és un element important a tenir en compte, ja que si bé és cert que el municipi compta amb unes 10.000 persones residents, a l'estiu aquesta població passa a ser de fins a 120.000 persones gràcies a la seva vinculació amb el turisme.

En aquest sentit, algunes idees clau derivades d'aquest comptatge de persones i de l'accessibilitat de la zona són:

- En relació als dies de la setmana, els dimarts i els dimecres són els dies més fluixos.
- La zona que experimenta més canvis en l'afluència de persones respecte l'estacionalitat són les galeries, ja que de maig a octubre pateixen una disminució important i només algunes de les botigues segueixen obrint (sobretot a les Galeries Neptú).
- Segons s'ha pogut comprovar, hi ha una diferència del 90% entre l'afluència de persones a l'Avinguda de S'Agaró i a l'interior de les Galeries.
- La zona compta amb un elevat nivell d'accessibilitat, gràcies a la disponibilitat d'aparcament i a l'habilitació d'espais per a les persones.
- Ja s'ha aprovat un pla per pacificar l'Avinguda Doctor Fleming que millorarà l'accessibilitat entre la Fira i el pàrquing i la zona comercial. La disponibilitat d'aquests espais d'aparcament a l'entorn comercial contribueixen a que el visitant hagi de passar per la zona comercial abans d'arribar a la platja.



03

Anàlisi tècnica de l'espai comercial urbà

En aquest apartat:

- 3.1 Estructura de l'espai comercial urbà
- 3.2 Dinamisme i vitalitat comercial
- 3.3 Governança de l'espai comercial urbà



Anàlisi tècnica de l'entorn

Pel que fa a l'anàlisi tècnica de l'espai, es tracta de l'apartat en el que l'equip de treball s'ha centrat en la recopilació d'informació a través de la realització de sessions de treball individualitzades amb diferents àrees de l'Ajuntament i representants del sector privat, per tal d'identificar els principals elements

A més a més, en aquest apartat s'inclouen els diferents aspectes analitzats a través de la realització del treball de camp, tant de caràcter quantitatiu com qualitatiu que serveix com a base per a l'anàlisi de les següents dimensions de l'espai comercial urbà:

**Estructura de l'espai
comercial urbà**

**Dinamisme i vitalitat
comercial**

**Governança de l'espai
comercial urbà**



3.1

Estructura de l'espai comercial urbà



3.1 Estructura de l'espai comercial urbà

En aquest tercer apartat, i fruit de la realització d'un intensiu treball de recollida d'informació de dades a peu de carrer, s'ha identificat el teixit econòmic existent en cadascun dels escenaris inicials, així com la construcció d'una sèrie d'indicadors de salut comercial que poden ajudar a prendre la decisió de delimitació de la zona.

Per al desenvolupament del present projecte, es parteix de la realització d'un cens i un reconeixement qualitatiu per part de l'equip de Focalizza que contempli les quatre àrees que s'han plantejat com a potencials zones APEU.

La informació treballada es centra en:

- Reconeixement del territori i el perfil socioeconòmic.
- Reconeixement i revisió de l'espai comercial urbà de les quatre zones d'estudi proposades inicialment.
- Geolocalització dels negocis i de la seva adreça a partir de la capa d'edificis extreta de la Seu Electrònica del Cadastre. D'aquesta manera, i en cas que l'Ajuntament no disposi de la informació necessària per a realitzar el càlcul de la superfície construïda cadastral dels negocis, es podrà creuar la ubicació dels negocis amb la seva referència cadastral per tal de contactar amb la propietat dels immobles situats a l'àrea finalment delimitada.
- Classificació dels negocis de la zona en sectors i subsectors.
- Qualificació de la imatge general dels locals comercials per tal de determinar aquelles zones amb un major atractiu per als compradors. Aquest valor, com s'ha indicat en la diapositiva anterior, s'ha obtingut a partir de la valoració qualitativa de cada negoci.
- Estructuració de la base de dades resultant.
- Resum d'escenaris i indicadors.
- Relació d'aspectes positius i negatius de cadascun dels escenaris.



3.1 Estructura de l'espai comercial urbà

Quins són els
indicadors
analitzats a
l'espai
comercial?

Índex d'ocupabilitat comercial
(IOC)



$$IOC = \frac{n^{\circ} \text{ de locals ocupats}}{n^{\circ} \text{ d'establiments comercials}} \times 100$$

Índex d'impuls comercial
(IIC)



$$IIC = \frac{n^{\circ} \text{ comerç no quotidià}}{n^{\circ} \text{ de locals ocupats}} \times 100$$

Índex de quotidianitat
comercial (IQC)



$$IQC = \frac{n^{\circ} \text{ comerç quotidià}}{n^{\circ} \text{ de locals ocupats}} \times 100$$

Índex de Serveis de Restauració
(ISR)



$$ISR = \frac{n^{\circ} \text{ restauració}}{n^{\circ} \text{ establiments actius}} \times 100$$

Índex de clonatge comercial
(ICC)



$$ICC = \frac{n^{\circ} \text{ marques clòniques}}{n^{\circ} \text{ establiments actius}} \times 100$$

3.1 Estructura de l'espai comercial urbà

A

Índex de quotidianitat comercial (IQC)

$$IQC = \frac{\text{n}^{\circ} \text{ comerç quotidià}}{\text{n}^{\circ} \text{ de locals ocupats}} \times 100$$

L'Índex de quotidianitat comercial determina el percentatge d'establiments comercials de caràcter quotidià respecte el total d'establiments comercials ocupats. Podem definir aquells establiments comercials dedicats a la **venta de productes de consum quotidià** com aquells que estan compresos en els sectors de quotidià alimentari i quotidià no alimentari. A partir de conèixer el paper del comerç de primera necessitat, l'indicador permetrà avaluar el grau de proximitat del model en relació a la població resident.

B

Índex d'impuls comercial (IIC)

$$IIC = \frac{\text{n}^{\circ} \text{ comerç no quotidià}}{\text{n}^{\circ} \text{ de locals ocupats}} \times 100$$

Aquest indicador posa en relació el número d'establiments comercials no quotidians (**equipaments de la llar, equipament de la persona i la cultura i el lleure**) amb el total d'establiments amb activitat comercial multiplicat per 100. Ens permetrà determinar el % d'establiments comercials amb una oferta de productes que no són de primera necessitat i per tant, els potencials consumidors no hi acudeixen diària o setmanalment. Aquests sectors són els que en determinats casos, poden impulsar l'activitat comercial d'un espai determinat motivant el desplaçament dels consumidors per tal de poder adquirir els seus productes.

- Més de 15% ● **Adequat**
- Entre 10 i 15% ● **Millorable**
- Entre 5 i 10% ● **Precari**
- Menys de 5% ● **Inadequat**

- Més de 30% ● **Gran impuls comercial**
- Entre 20 i 30% ● **Cert impuls comercial**
- Entre 10 i 20% ● **Poc impuls comercial**
- Menys de 10% ● **Baix impuls comercial**

3.1 Estructura de l'espai comercial urbà

C

Índex d'ocupabilitat comercial (IOC)

$$IOC = \frac{n^{\circ} \text{ de locals ocupats}}{n^{\circ} \text{ d'establiments comercials}} \times 100$$

Per obtenir les dades de l'indicador, és necessari **dividir el nombre d'establiments ocupats entre el nombre total d'establiments amb capacitat de ser ocupats, multiplicats per 100**. Aquest índex ens **permet fer una lectura dels negocis ocupats respecte el total d'establiments que poden ser ocupats**.

L'indicador es pot calcular, també, per sectors comercials així com per eixos comercials, i ens assenyalà la major o menor necessitat de fer polítiques de foment dels espais buits.

D

Índex de serveis de restauració (ISR)

$$ISR = \frac{n^{\circ} \text{ restauració}}{n^{\circ} \text{ establiments actius}} \times 100$$

Aquest indicador ens indica el pes del sector de l'hostaleria i la restauració respecte el total del teixit comercial urbà. En aquest sentit, es poden identificar els principals espais amb una major concentració d'aquests tipus de negocis. Per a calcular-lo, es divideix el nombre d'establiments vinculats al subsector de l'hostaleria i la restauració entre el total d'establiments actius per 100.

E

Índex de clonatge comercial (ICC)

$$ICC = \frac{n^{\circ} \text{ marques clòniques}}{n^{\circ} \text{ establiments actius}} \times 100$$

L'indicador de clonatge comercial mesura el grau de clonicitat de l'espai comercial respecte altres espais comercials similars. Per a calcular-lo, és necessari **dividir el nombre de comerços que representen a marques clòniques (grans marques, franquícies i cadenes) entre el total de negocis actius**. Aquest indicador és especialment rellevant a l'hora d'analitzar la personalitat de l'eix comercial, ja que com més gran sigui la concentració d'aquestes marques resta personalitat i identitat a l'espai i el paisatge comercial.

- Més de 90% ● Adequat
- Entre 80 i 90% ● Millorable
- Entre 70 i 80% ● Precari
- Menys de 70% ● Inadequat

- Més de 30% ● Gran pes de la restauració
- Entre 20 i 30% ● Cert pes de la restauració
- Entre 10 i 20% ● Poc pes de la restauració
- Menys de 10% ● Baix pes de la restauració

- Menys de 10% ● Singular
- Entre 10 i 20% ● Original
- Entre 20 i 30% ● Similar
- Més de 30% ● Clònic



3.1 Estructura de l'espai comercial urbà



Escenari galeries



138

Establiments



Escenari illa comercial



211

Establiments



Escenari global



238

Establiments



Tornar a la secció



Escenari galeries

138

Establiments

116

Actius

22

No actius



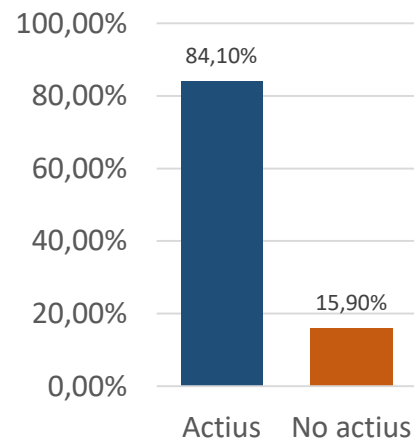
Tornar a la secció



Escenari galeries

Principals indicadors:

Escenari Galeries APEU Platja d'Aro	Comerços al detall	Serveis	Altres Activitats econòmiques	Total Actius	Total no actius	TOTAL establiments
Nº d'activitats	80	32	4	116	22	138
% d'activitats	69,0%	27,6%	3,4%	84,1%	15,9%	-
Imatge comercial	3,51	3,44	3,50	3,49	2,59	3,35



83,3
Índex
d'Ocupació
Comercial

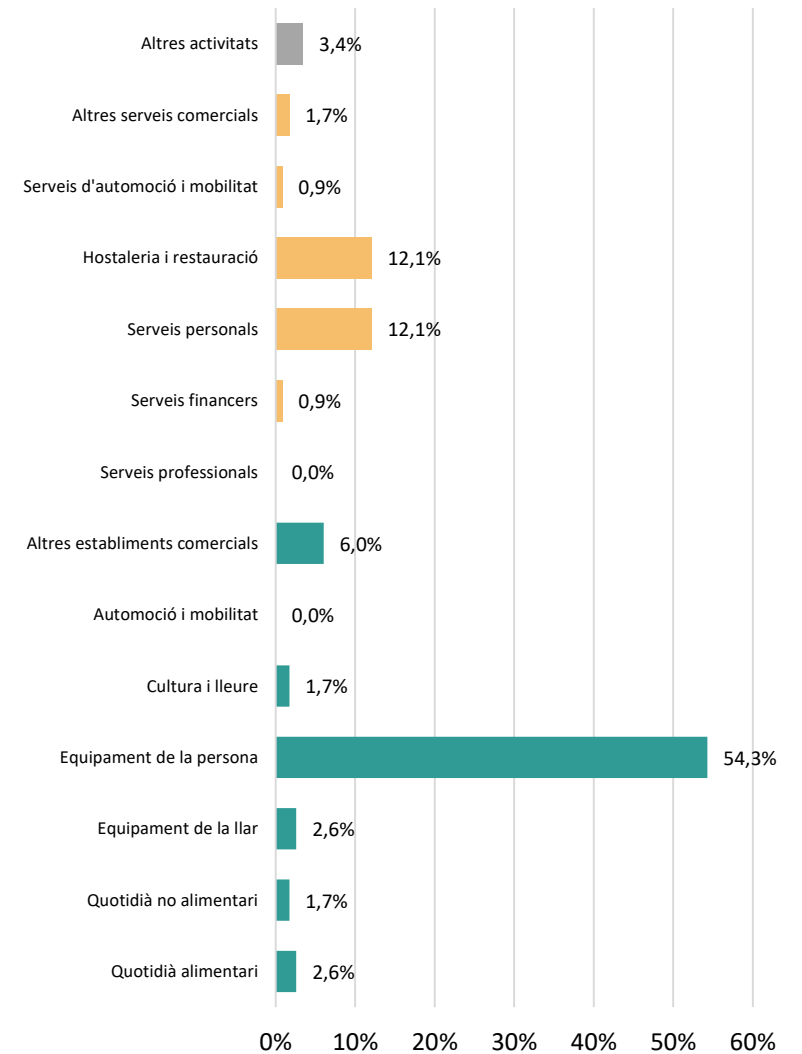
4,3
Índex de
Quotidianitat
Comercial

58,6
Índex
d'Impuls
Comercial

12,1
Índex de
Serveis de
Restauració

1,7
Índex de
Clonatge
Comercial

Activitats a peu de carrer





Escenari illa comercial

211

Establiments

183

Actius

28

No actius



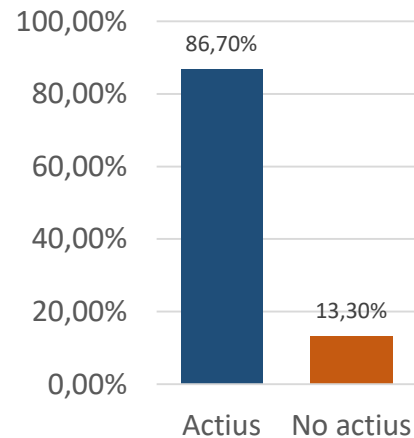
Tornar a la secció



Escenari Illa Comercial

Principals indicadors:

Escenari Illa Comercial APEU Platja d'Aro	Comerços al detall	Serveis	Altres Activitats econòmiques	Total Actius	Total no actius	TOTAL establiments
Nº d'activitats	122	56	5	183	28	211
% d'activitats	66,7%	30,6%	2,7%	86,7%	13,3%	-
Imatge comercial	3,75	3,61	3,20	3,69	2,51	3,55



86,7
Índex
d'Ocupació
Comercial

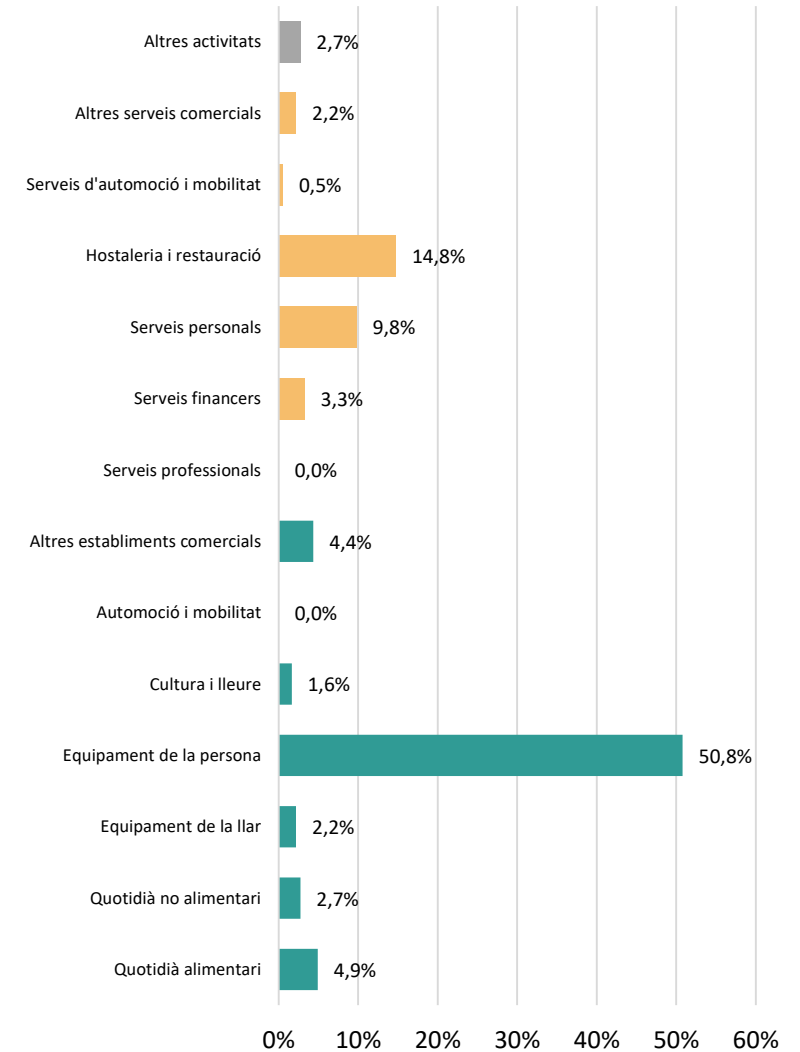
7,7
Índex de
Quotidianitat
Comercial

54,6
Índex
d'Impuls
Comercial

14,8
Índex de
Serveis de
Restauració

13,1
Índex de
Clonatge
Comercial

Activitats a peu de carrer





Escenari global

Des de l'Ajuntament, es decideix prendre aquest escenari com a escenari base un cop estudiats i presentats tots els casos, entenent la importància estratègica i la representativitat del comerç del municipi.

D'aquesta manera es dona cabuda a totes les galeries i les seves singularitats, alhora que s'impliquen les illes situades a l'extrem nord-oest per tal d'assegurar la continuïtat comercial i el discurs urbà.

238

Establiments

207

Actius

31

No actius

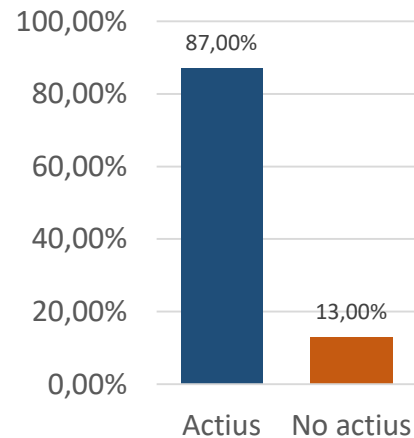




Escenari global

Principals indicadors:

Escenari Global APEU Platja d'Aro	Comerços al detall	Serveis	Altres Activitats econòmiques	Total Actius	Total no actius	TOTAL establiments
Nº d'activitats	127	75	5	207	31	238
% d'activitats	61,4%	36,2%	2,4%	87,0%	13,0%	-
Imatge comercial	3,80	3,58	3,00	3,70	2,57	3,56



87,0
Índex
d'Ocupació
Comercial

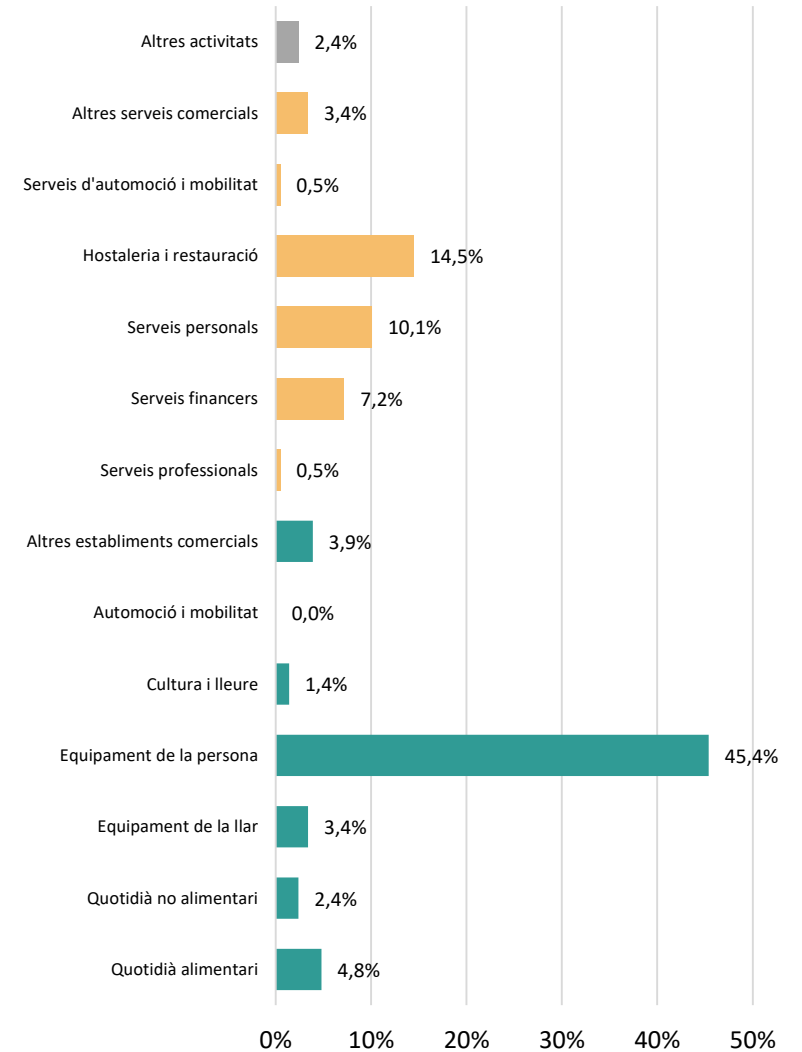
14,5
Índex de
Serveis de
Restauració

7,2
Índex de
Quotidianitat
Comercial

15,0
Índex de
Clonatge
Comercial

50,2
Índex
d'Impuls
Comercial

Activitats a peu de carrer



3.1 Estructura de l'espai comercial urbà

Taula resum d'indicadors

En aquesta taula resum veuríem representats els diferents indicadors comercials en funció de l'escenari pel qual s'aposti.

Escenaris APEU Castell- Platja d'Aro	Comerços al detall	Serveis	Altres activitats	Total Actius	Locals buits	TOTAL Establiments	Índex d'Ocupabilitat Comercial	Índex de Quotidianitat Comercial	Índex d'Impuls Comercial	Índex de Serveis de Restauració	Índex de Clonatge Comercial	Imatge comercial
Escenari 1 Galeries	79	33	2	114	24	138	82,6 %	4,4 %	58,7 %	11,4 %	1,8 %	3,35
Escenari 2 Illa Comercial	122	56	5	183	28	211	86,7 %	7,7 %	54,6 %	14,8 %	13,1 %	3,55
Escenari 3 Global	127	75	5	207	31	238	87,0 %	7,2 %	50,2 %	14,5 %	15,0 %	3,56

3.2

Dinamisme i vitalitat comercial



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

En aquest segon bloc d'anàlisi, es posa el focus en els diferents elements que contribueixen a que un espai comercial urbà sigui més o menys dinàmic. Fem referència a diferents factors com poden ser l'existència de locomotores comercials i econòmiques, però també a l'existència d'equipaments i centres d'acció que permetin la presència de persones amb diferents interessos i necessitats que circulin a diferents moments del dia i de la setmana.

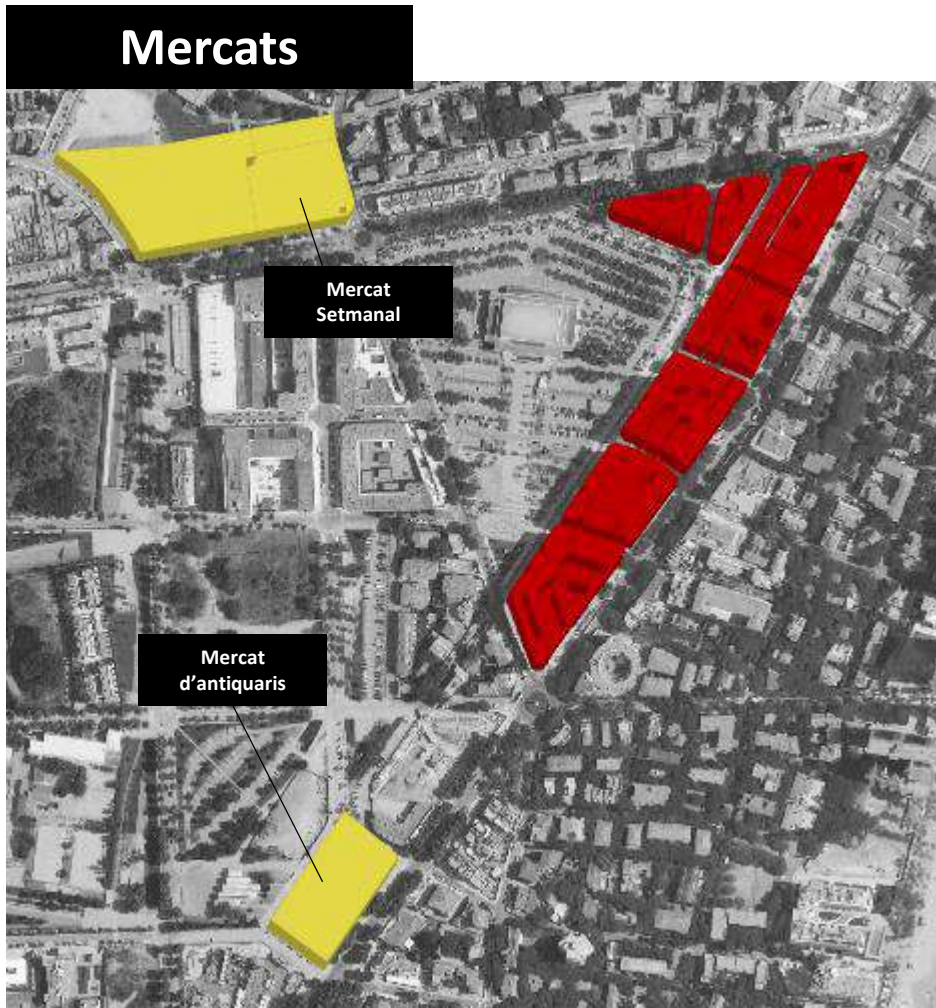
Per a fer-ho, s'analitzaran els següents aspectes:

- Locomotores comercials.
- Equipaments i centres d'acció.
- Places i espais recreatius.
- Imatge del teixit comercial.
- Urbanisme i espai públic.



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locomotores comercials



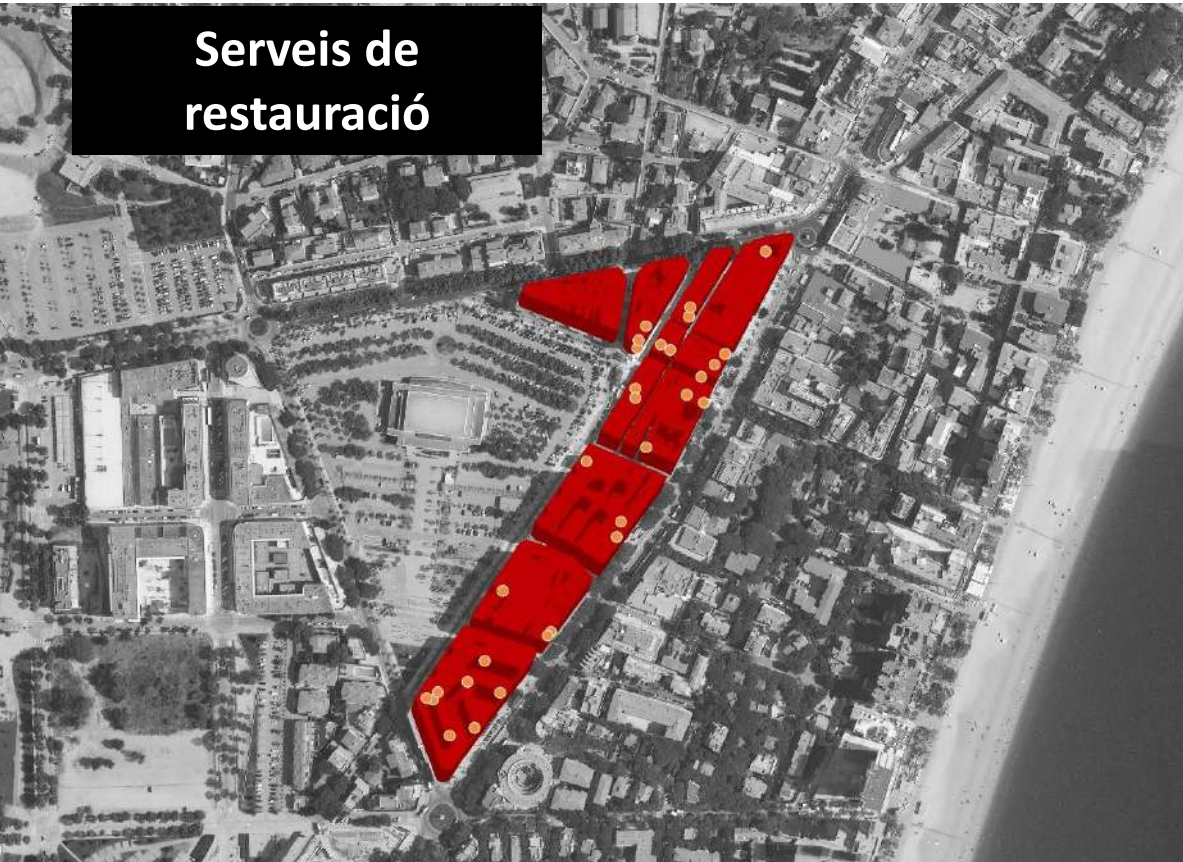
El municipi de Castell - Platja d'Aro compta amb 2 mercats ambulants, un que es celebra tot l'any i l'altre només a l'estiu:

- El **Mercat Setmanal** és un dels principals esdeveniments que es duen a terme al municipi tot l'any. Es celebra el divendres a l'entorn de l'Aparcament de la Masia Bas, que constitueix un espai molt ample i agradable. En el mateix hi conviuen parades de productes alimentaris amb establiments de venda de roba, sabates, complements, ferreteria o productes de regal.
- El **Mercat d'Antiquaris**: és un mercadet d'antiquaris (antiguitats, objectes de segona mà, llibres i col·leccionisme) que desenvolupa la seva activitat els dimecres i divendres des del 22 de juny al 31 d'agost a la plaça dels Estanys

3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locomotores comercials

Serveis de restauració

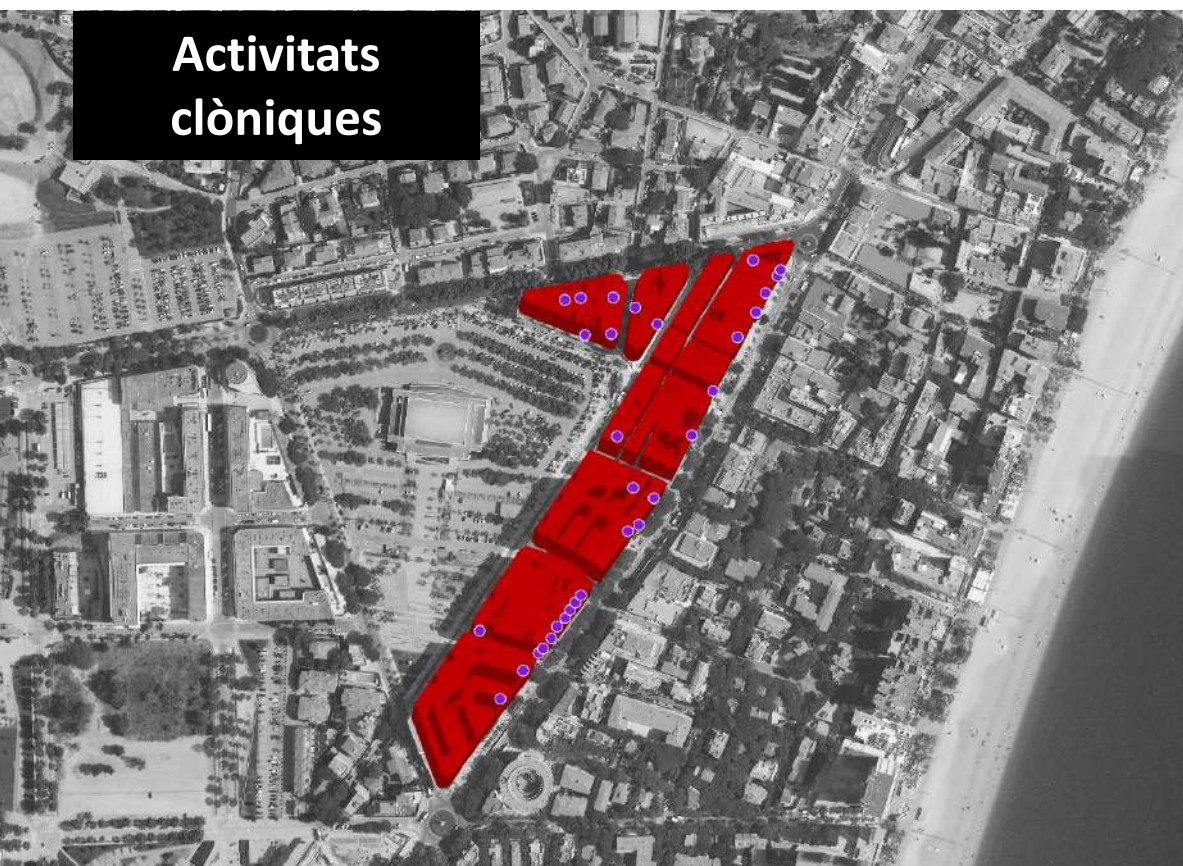


El sector de la restauració és un sector molt important per al funcionament i el dinamisme d'un municipi mediterrani i al mateix temps, una font de riquesa i de desenvolupament local i generació de llocs de treball molt important. En aquest sentit, i un cop identificat el teixit econòmic ubicat a les zones proposades per a la proposta d'APEU s'observa la següent distribució de les activitats de restauració:

- La distribució de les activitats de restauració es troben ubicades en el conjunt de l'espai comercial delimitats pels diferents escenaris plantejats, si bé és cert que mentre a la galeria Albatros hi ha un clar predomini de restaurants a la galeria Sant Lluís la seva presència és escassa, ja que compta amb un conjunt d'activitats relacionades amb la compra complementària. Les galeries Neptú, per la seva banda, tenen locals de restauració variats, des de restaurants a gelateries, passant per bars i cafeteries.
- Pel que fa a l'Avinguda de S'Agaró, els establiments del sector de la hostaleria i restauració es combinen amb els locals de compra comparada, si bé es pot percebre com a la banda del carrer que es troba més pròxima al mar hi ha una major concentració que a l'altra, en la qual es localitzen més establiments de compra comparada. A més, la imatge d'aquests locals és molt bona.

3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locomotores comercials



En relació a les activitats clòniques, fem referència a les activitats que es vinculen amb marques de caràcter global a través de la seva vinculació a cadenes o franquícies. En aquest sentit, es considera que aquestes activitats poden exercir de locomotores comercials i generar majors fluxos de persones en aquells entorns en els quals s'ubiquen.

- Les activitats clòniques es concentren en la seva gran majoria a l'Avinguda de S'Agaró, que concentra fins a 50 de les 68 activitats clòniques registrades a l'entorn de les APEU, el que suposa el 73,5 % del total d'aquest tipus d'establiments. En aquest sentit, aquest eix reuneix totes les grans firmes multinacionals no només d'activitats de compra comparada i de restauració, fet pel qual atrau a molts visitants provinents d'arreu del planeta, atrets per l'atractiu de les botigues i també per la qualitat dels productes i serveis que s'ofereixen.

3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locomotores comercials



Les activitats de compra complementària són aquelles activitats vinculades als sectors de l'equipament de la persona, l'equipament de la llar i la cultura i lleure. Aquestes activitats acostumen a concentrar-se en entorns i eixos comercial dinàmics i suposen un factor clau a l'hora de mesurar l'atractivitat dels carrers i eixos comercials. A l'àrea estudiada la presència d'aquest tipus d'activitats puja fins al 48.9%, per tant els comerços de compra complementària esdevenen els principals conformadors de la identitat de l'entramat comercial de l'àrea. Els principals pols de concentració són:

- Les Galeries Sant Lluís i continuació Galeries Neptuno, on els comerços són principalment firmes de caràcter local i botigues de dimensions petites sobretot als passadissos i passatges interiors.
- Per altra banda al llarg de l'avinguda de S'Agaró i als locals exteriors de les galeries que donen a la mateixa avinguda, s'hi concentren activitats de compra complementària però sobretot de grans firmes clòniques degut a la major visibilitat, fluxos de visitants i dimensions grans dels locals.
- Finalment també es detecten concentracions de menor magnitud a l'avinguda de Castell-Platja d'Aro, sobretot en la prolongació de les galeries Neptuno i la seva entrada. A la vorera nord també s'hi concentren locals grans alternats amb activitats d'hostaleria i restauració.

3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Principals equipaments i centres d'acció

L'existència d'equipaments i centres d'acció a la trama urbana són un dels factors i condicionants de l'èxit d'un espai urbà. Això és així, ja que esdevenen usos primaris que utilitza la ciutadania en diferents moments del dia i de la setmana per a satisfer les seves necessitats.

És en aquest context, que els carrers i places del municipi esdevenen els connectors d'aquestes necessitats, sent una d'elles la d'abastir-se de productes i serveis. Per tant, el sector del comerç es nodreix dels fluxos de persones generats per aquests usos primaris i potencia la diversitat de persones que canalitzen cap a l'espai públic.

L'entorn que ocupa els possibles escenaris de les APEU compta només amb el Palau d'Esports i Congressos, un gran i important equipament en el sí del municipi i de la comarca, així com també l'Ajuntament es troba pròxima a l'espai de les galeries.

No obstant això, la resta d'equipaments i centres d'acció es troben fora de l'àrea comercial (tals com escoles, biblioteques, espais per a entitats, equipaments esportius,...), per la qual cosa la rellevància d'aquest aspecte en la definició de l'APEU pot no ser clau.

Per la morfologia urbana i les característiques comercials i turístiques de l'entorn del municipi es percep una certa mancança d'espais oberts i que fomentin espais de trobada diària.

Així, aquestes zones queden reduïdes a la Plaça del Mil·lenari, a on s'organitzen nombrosos esdeveniments i entorn on s'ubica també el Palau d'Esports i Congressos i a l'Avinguda de s'Agaró, situada a la façana marítima i que es converteix en un emplaçament atractiu per a circular i passejar.



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Principals equipaments i centres d'acció

1. Palau d'Esports i Congressos.
2. Ajuntament.
3. Biblioteca.
4. EIPP Baix Empordà.
5. Escola els Estanys.
6. Escola Pública Fanals d'Aro.
7. Skatepark.
8. Centre Cívic Vicenç Bou.

Places i espais recreatius

9. Plaça del Mil·lenari.
10. Entorn del Passeig Marítim i de la platja
11. L'Avinguda de S'Agaró.
12. L'entorn de les Galeries.

Aparcaments

De pagament:

13. Aparcament del Palau d'Esports i Congressos.

Gratuïts:

14. Aparcament públic municipal.
15. Parking de la Plaça de l'entorn dels Estanys



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Imatge de l'espai comercial

Una altra variable rellevant que s'ha considerat interessant per a l'anàlisi dels diferents escenaris de l'APEU respon a la imatge de l'espai comercial.

A partir d'una metodologia de caràcter qualitatiu a partir de l'observació dels locals per part del nostre equip, s'ha classificat els diferents espais de l'1 al 5 sent 1 una molt mala imatge i 5 una molt bona imatge. A la part dreta de la diapositiva està especificat amb exemples cada una de les categories.

Els criteris que s'han utilitzat responen a la valoració d'aspectes com la pulcritud de la façana, que el rètol estigui en bones condicions i que vagi d'acord amb la imatge que ofereix el local, la brutícia que hi hagi al portal i la imatge que ofereixi els aparadors o les reixes o cristalls en el cas dels locals buits.

D'aquesta manera, es poden detectar carrers i espais els quals són molt atractius i per tal hi ha més probabilitat que hi hagi un trànsit de persones alhora que també es pot veure aquelles zones en les quals cal treballar l'aspecte de la imatge.

1- Molt mala imatge



2- Mala imatge



3- Correcte



4- Bona Imatge



5- Molt bona Imatge



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Imatge de l'espai comercial



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locals no actius

La presència de locals no actius té una gran influència sobre la imatge i el paisatge comercial dels entorns urbans. En aquest sentit, la discontinuïtat comercial produïda per la presència d'espais buits redueix el dinamisme i l'atractiu dels carrers, alhora que també pot afectar al rendiment de la resta del teixit econòmic present en un espai d'aquestes característiques. Aquest fet, s'hi suma que la imatge d'aquests establiments i espais buits no acostuma a ser una imatge atractiva i cuidada, la qual cosa pot afectar a la percepció de seguretat i a la circulació de persones per aquesta zona. A fi de poder posar en funcionament mesures i propostes que vagin orientades a la reactivació d'aquests locals cal conèixer la seva distribució espacial així com el seu estat de situació i també la seva imatge.

Pel que fa al seu estat de situació cal diferenciar aquells locals en els quals s'informa si estan en lloguer o en venda o si bé no se sap quin ús n'està donant la propietat. En aquest sentit es considera que el primer cas, en haver-hi una voluntat de reactivació, són aquells locals que seran susceptibles de ser intervinguts per tal de contribuir a la seva comercialització.



3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Locals no actius

ESCENARI Galeries	Nº de locals no actius	En %
Lloguer	4	18,2 %
Venda	1	4,5 %
En venda i lloguer	0	0,0 %
Sense informació	12	54,5 %
Estacional	5	22,7 %
TOTAL	22	100 %

ESCENARI Illa Comercial	Nº de locals no actius	En %
Lloguer	3	16,7 %
Venda	1	5,6 %
En venda i lloguer	0	0,0 %
Sense informació	9	50,0 %
Estacional	5	27,8 %
TOTAL	18	100 %



ESCENARI Global	Nº de locals no actius	En %
Lloguer	5	16,1 %
Venda	2	6,5 %
En venda i lloguer	0	0,0 %
Sense informació	17	54,8 %
Estacional	7	22,6 %
TOTAL	31	100 %

3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Imatge de l'espai comercial

Pel que fa a **la imatge dels carrers**, es pot veure com l'entorn de les galeries constitueix un espai atractiu, singular en la configuració dels diferents carrers. No obstant això, la preponderància de l'Avinguda de S'Agaró, que compta amb totes les grans firmes multinacionals en un mateix eix i combina establiments de compra comparada amb locals d'hostaleria i restauració, fet pel qual les galeries passen a un segon pla i hi ha molts visitants que ni tan sols coneixen de la seva existència ni de la tipologia d'establiments que s'hi troben presents. Bona mostra d'això és que tal i com ha comprovat l'Ajuntament, l'afluència de persones a l'Avinguda de S'Agaró és d'un 90% més gran que a les diferents galeries.

En relació a **l'enjardinament** sí que es percep una manca d'elements naturals a l'interior de les galeries, mentre que l'Avinguda S'Agaró compta a banda i banda de carrer amb arbrat urbà que dóna aixopluc tant en les èpoques plujoses com a l'estiu, ja que són refugis climàtics del Sol. Caldria buscar fórmules per a intentar naturalitzar l'entorn, sobretot en el cas de les galeries.

Pel que fa a la Plaça del Mil·lenari es considera que per les seves dimensions ha de constituir un gran centre d'acció i hi acull usos molt diversos.

S'entén que la presència del Palau d'Esports i Congressos amb l'aparcament al costat pot esdevenir un desencadenant per a que aquesta plaça sigui el centre d'esdeveniments, fires i activitats de caràcter divers.

En general les zones compten amb presència de **mobiliari urbà**, tot i que de la mateixa manera són un conjunt d'elements poc singulars i potser no van gaire en consonància amb l'atractiu de les façanes de les botigues.

També s'ha constatat la presència de **barreres arquitectòniques** que poden entorpir el pas dels vianants, en especial aquells col·lectius que requereixen de més espai com serien les famílies amb cotxet per a bebès o les persones que van en cadira de rodes.

Per acabar, es considera que la **senyalització** podria ser millor, ja que les galeries podrien comptar amb uns panells més vistosos per fer-los més visibles de cara al visitant i que els mateixos coneguin i se'n adonin que l'activitat comercial no es troba només a l'Avinguda de S'Agaró, sinó que a l'entorn de les galeries trobaran un estil diferent de botigues que poden complementar i millorar la seva experiència de compra.



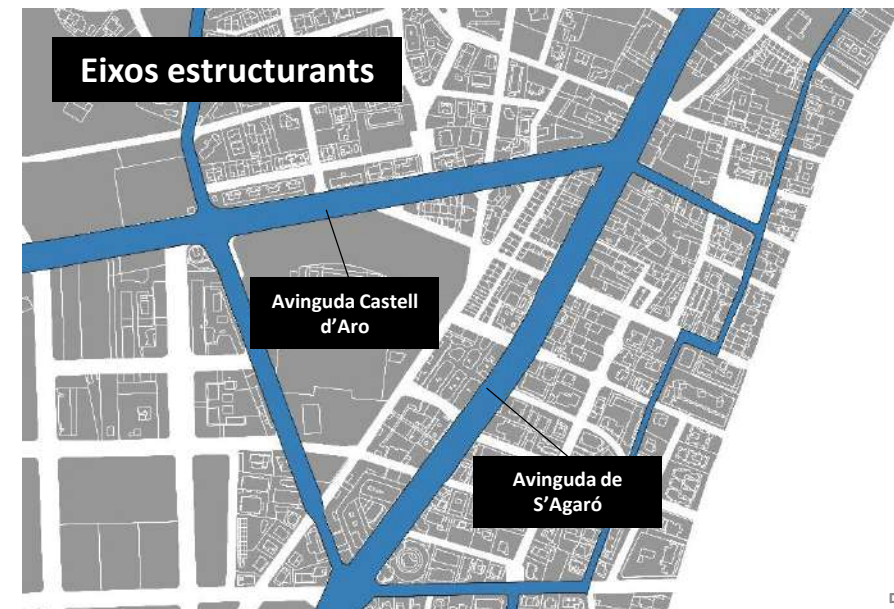
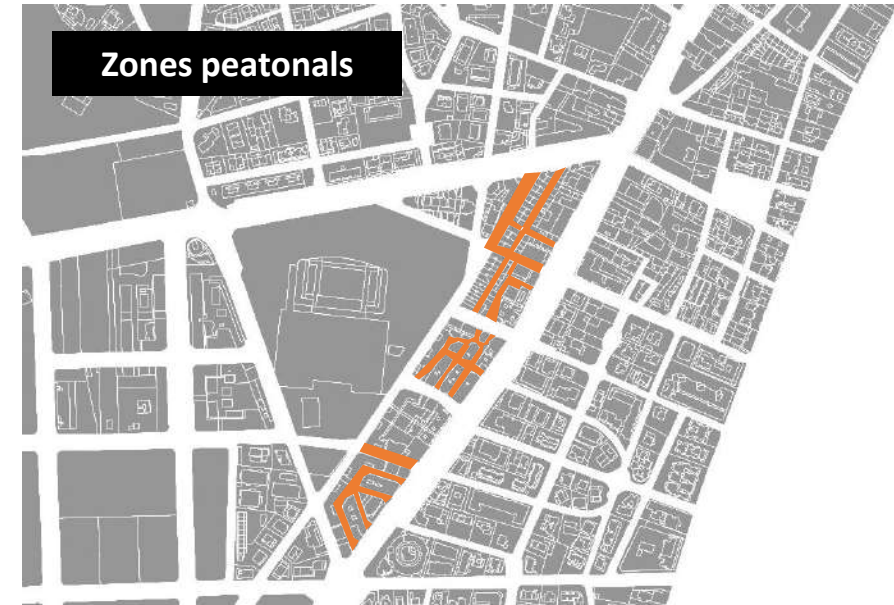
3.2 Dinamisme i vitalitat comercial

Imatge de l'espai comercial

Pel que fa a l'espai comercial urbà del municipi, es percep un entorn molt atractiu, tot i que més enllà de la bona imatge dels locals comercials i la baixa presència de locals buits (sobretot a l'Avinguda de S'Agaró), genera una continuïtat comercial que confereix a la zona d'un espai agradable per a circular i visitar les botigues que s'hi troben presents.

En termes **d'accessibilitat i mobilitat**, es percep com l'entorn a on es situen els diferents escenaris de l'APEU presenten grans zones d'aparcament dissuasoris ben a prop de l'àrea comercial del municipi, per la qual cosa l'accés a peu i també en vehicle privat és molt fàcil i còmode, tal i com es pot veure als mapes.

Els **dos grans eixos a nivell de vehicle motoritzat** és l'Avinguda de S'Agaró, que travessa el municipi de Nord a Sud des de Sant Feliu de Guíxols en direcció a Palamós i l'altre és l'Avinguda de Castell d'Aro, que dona l'accés a la localitat a través de l'autovia C-31.



3.3

Governança de l'espai comercial urbà



3.3 Governança de l'espai comercial urbà

Estat de situació del moviment associatiu:

Dades bàsiques de l'Associació:

- **Nom:** Associació d'Empresaris Castell – Platja d'Aro i s'Agaró (ADEM)
- **Any creació:** 1977.
- **Nº socis:** 180 socis.
- **Quota:** De base 160€ anuals o opció de 40€ trimestrals, sobretot pensant en els comerços estacionals. També tenen la figura dels Associats protectors/patrocïnadors amb qui es negocien les quotes i aportacions.
- **Pressupost 2021:** En matèria de subvencions han rebut 19500€ del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, 2500€ de la Diputació de Girona i de l'Ajuntament de Castell – Platja d'Aro 22.000€, això ho complementen amb els ingressos per quotes.
- **Presència al territori:** L'àrea d'influència de l'Associació abraça pràcticament el conjunt de l'espai urbà de Castell-Platja d'Aro i amb molta presència a les galeries. Es coordinen constantment amb l'Ajuntament per la dinamització i suport comercial.



Principals àmbits de treball de l'Associació

Accions de
dinamització
comercial.

Cooperació amb
altres entitats i
funció de lobby.

Suport a les
empreses.

3.3 Governança de l'espai comercial urbà

Principals actuacions de dinamització de l'activitat comercial urbana:

Actuacions d'animació i promoció comercial

- L'estiu comença a Castell - Platja d'Aro.
- Botigues al carrer.
- Nadal Shopping Castell - Platja d'Aro.
 - Mercat artesanal
- Gran sorteig Nadal

Accions fidelització

- Campanya Castell - Platja d'Aro portes obertes.
- Trobades de socis

Accions de col·laboració

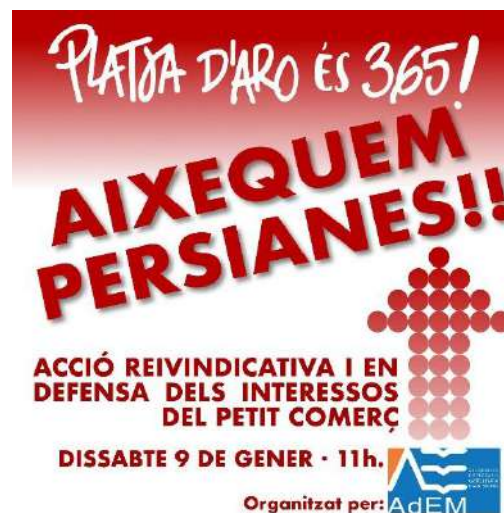
- Projecte IdA 2015 Europe 4U – Camí de Ronda
- El Village de la Costa Brava
- Intercanvi amb Multikulturelles Forum e.V. (Alemanya)

Accions i serveis al comerciant

- Accions per Imprimir "Aixequem Persianes".

Accions de participació

- Platja d'Aro in Love.



04

Anàlisi de la percepció publicoprivada

En aquest apartat:
4.1 Resultats obtinguts

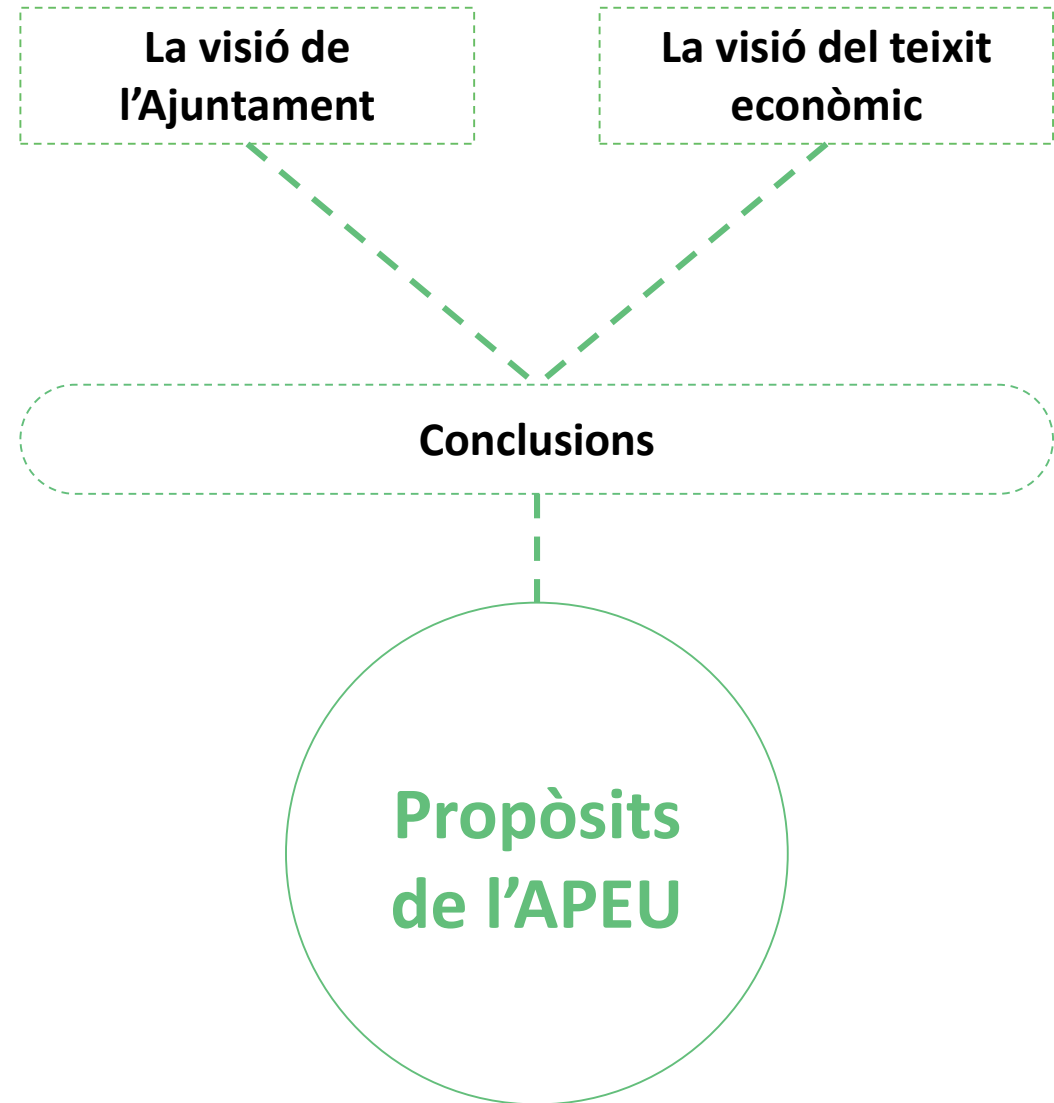


4.1 Resultats obtinguts

En aquest apartat es presenten els principals resultats obtinguts de l'anàlisi dels elements que s'han treballat amb anterioritat i de la percepció tant dels comerciants com dels resultats de diferents taules de treball que s'han dut a terme amb els actors de involucrats de les galeries de Castell – Platja d'Aro. Alhora també es mostra la proposta d'actuació urbanística a la zona per part de l'Ajuntament

En el marc del debat i el diagnòstic de quins haurien de ser els principals propòsits de l'APEU, s'ha considerat la realització de diferents actuacions que permetin identificar els principals elements que configuren la visió tant pel que fa al sector públic representat per l'Ajuntament, com pel que fa al teixit econòmic, representat tant per part dels moviments associatius, com per part del teixit econòmic independent.

La percepció publicoprivada és essencial per entendre l'encaix que pot arribar a tenir una APEU i quins propòsits ha d'acomplir. Aquests propòsits caldrà que es tradueixin en unes línies estratègiques del Pla d'Actuació acords amb les necessitats detectades. Posteriorment caldrà que acabin esdevenint línies de finançament dins del pressupost final del Pla d'Actuació.



4.1 Resultats obtinguts

La visió del teixit econòmic

La percepció de l'entorn comercial de les galeries per part dels comerciants va ser treballada en tres taules de participació amb els comerciants i propietaris dels locals. Aquest procés s'emmarcava dins el Pla d'enfortiment comercial de les galeries comercials en el marc del Pla per a la millora i l'impuls del comerç local de Platja D'Aro.

En aquestes taules, no només s'hi van tractar els aspectes a millorar i els aspectes positius de cadascuna de les galeries, sinó també quin model de gestió es vol promulgar i quin model d'imatge es vol transmetre en cadascuna d'elles.

Les diferents sessions van permetre poder tractar les particularitats de cada galeria de manera directa i generar un recull de millores i propostes rellevants que adaptem en aquest informe per a la percepció de les APEU

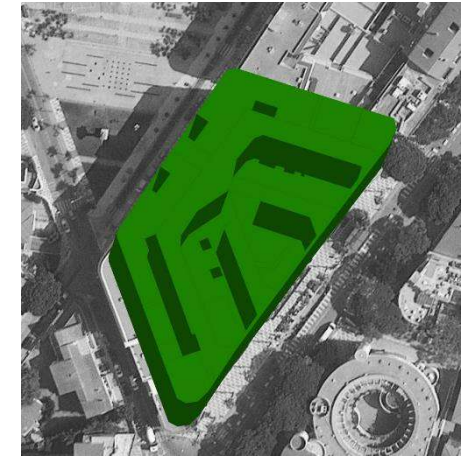
Galeries Neptuno



Galeries Sant Lluís



Galeries Albatros



4.1 Resultats obtinguts

Projectes d'adequació urbana previstos per l'Ajuntament

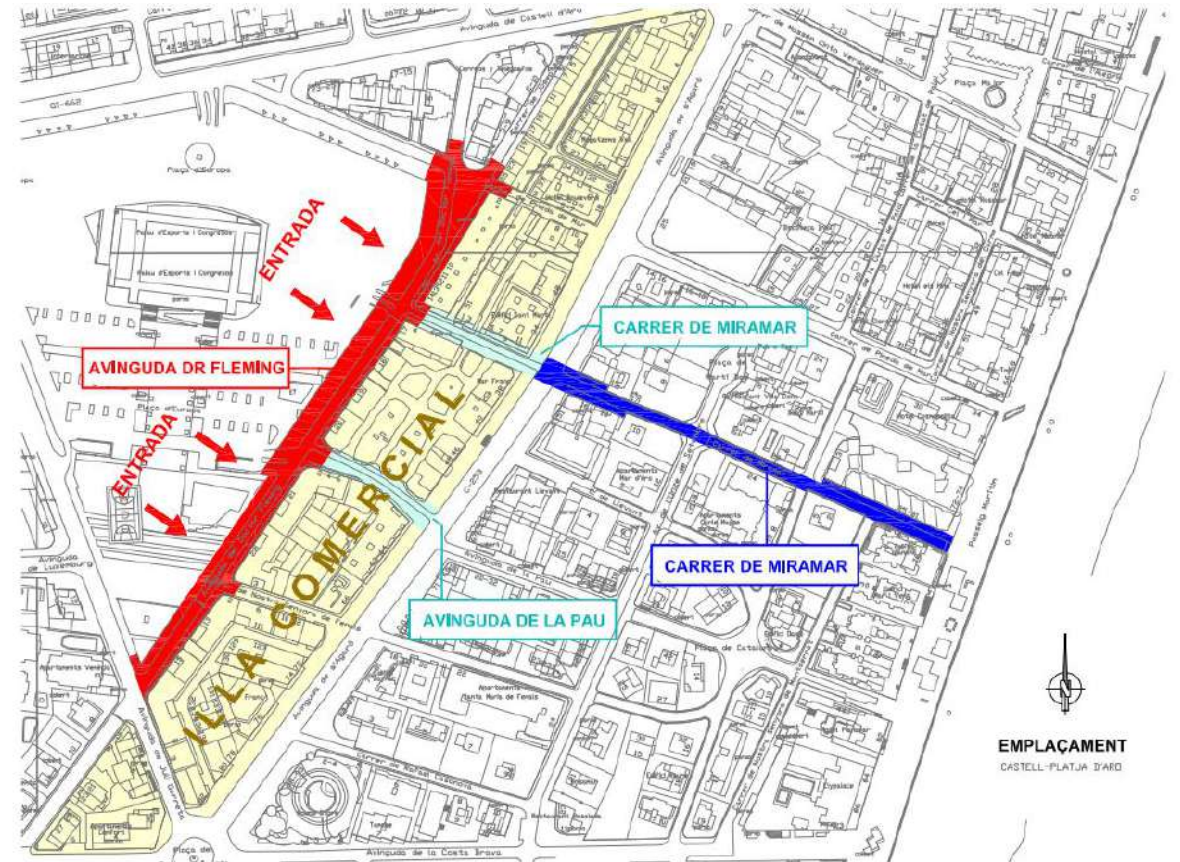
Reestructuració de l'Avinguda Fleming secció de Plaça d'Europa – Carrer Juli Garreta

Es proposa una modificació de les voreres i de la calçada de la següent manera:

- Augment de la secció de vorera a la banda de les galeries fins als 12m de secció per facilitar i potenciar la caminabilitat i l'espai per terrasses i exposició de producte.
- Reducció de la secció de calçada per a vehicles i nova estructuració més propera a l'aparcament de Plaça Europa.

Peatonalització del Carrer Miramar i l'Avinguda de la Pau entre Av. Fleming i Av. S'Agaró

- Millora de l'accessibilitat a les galeries
- Facilitat de lectura del circuit fins a la platja



Font: Detall de les actuacions urbanístiques previstes a la via pública. Aroimpulsa i Ajuntament de Castell – Platja d'Aro, 2017

4.1 Resultats obtinguts

Propostes de Models de Galeria – Model A

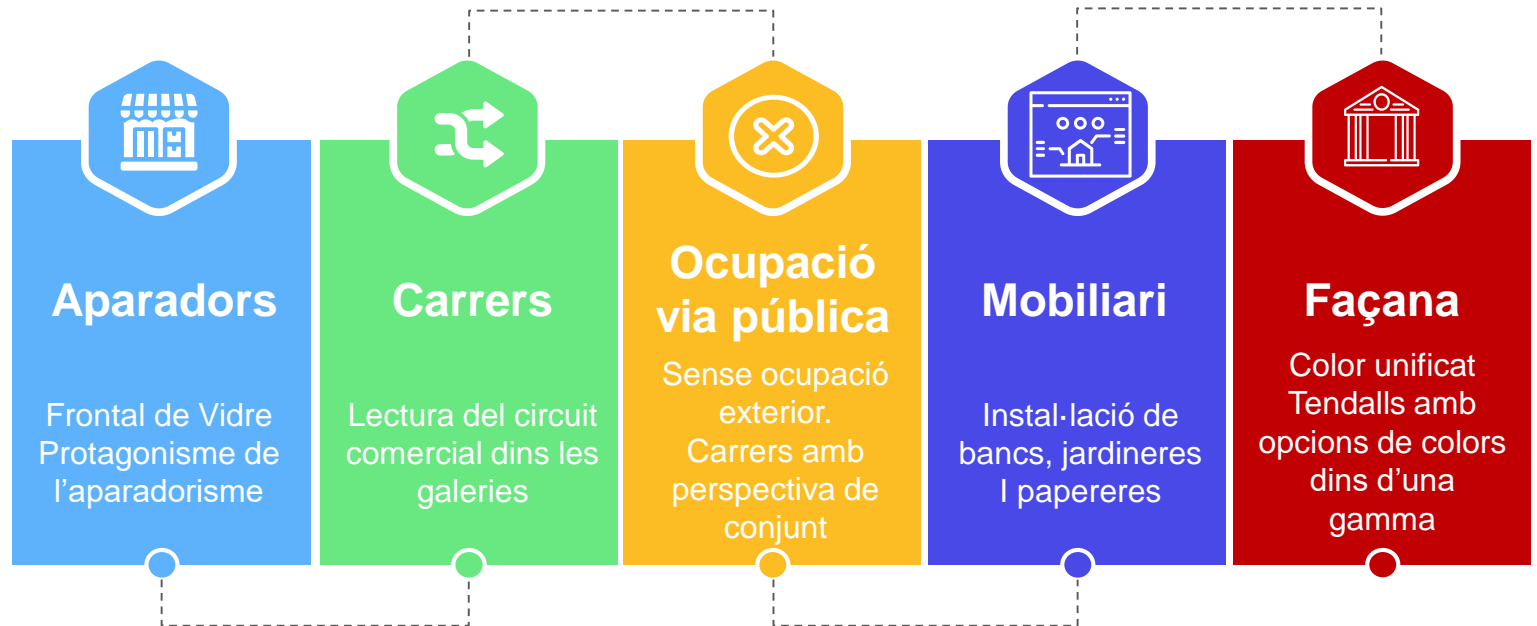
Essent cadascuna de les galeries un espai singular i amb una personalitat i morfologia urbanes pròpies, es proposa als comerciants i propietaris decidir entre dos models genèrics de galeries a partir dels quals generar una personalització i detectar les necessitats i aspectes a millorar.

El **model A** advoca per una major visibilització dels aparadors i per centrar el protagonisme en els comerços tot creant un circuit comercial intel·ligible.

Valoració Model A per part dels comerciants i propietaris:

- Millora l'aspecte visual de les galeries i l'accessibilitat dels vianants.
- Genera una proposta de valor que pot augmentar la categoria de les galeries.
- No correspon amb la identitat actual de les galeries.
- S'ha de considerar que els establiments són de dimensions reduïdes.
- A les galeries Neptuno i Sant Lluís hi ha poc espai pel mobiliari urbà.
- Si el comerç no té expositor es perd part important de la venda.
- Permet unificar imatge del terra o d'altres elements.
- Propicia l'aspecte identitari de cada galeria.

Model A
Imatge on es dona valor al
conjunt



(*) En el cas de les galeries Neptuno enlloc de Carrers es tracten els Tendalls. Element de major interès per als actors de la galeria, doncs l'estatus privat de les galeries dificulten les accions al carrer.

4.1 Resultats obtinguts

Propostes de Models de Galeria – Model B

És primordial entendre la relació dels cinc elements tractats en els models i com els canvis que es produeixen en cadascun d'ells han de ser coordinats i coherents.

El model B prioritza més la singularitat comercial i el tret diferencial que atorga personalitat a les galeries i els seus comerços.

Valoració Model B per part dels comerciants i propietaris:

- És positiu que correspongui al caràcter i identitat actuals de les Galeries.
- Manté el model actual i per tant no hi ha un canvi significatiu.
- El producte a fora ajuda a vendre i actua de reclam dels visitants.
- Facilita el passeig i fomenta un entorn i imatge agradables.
- Cal que estigui acompanyat d'una normativa d'ocupació.
- No propicia l'atracció de botigues amb un producte diferenciat.
- Molt centrat en la temporada d'estiu.



Model B
Imatge més heterogènia on la singularitat és un valor

(*) En el cas de les galeries Neptuno enlloc de Carrers es tracten els Tendalls. Element de major interès pels actors de la galeria, doncs l'estatus privat de les galeries dificulta les accions al carrer.

4.1 Resultats obtinguts

Galeries Neptuno

Model de Galeries

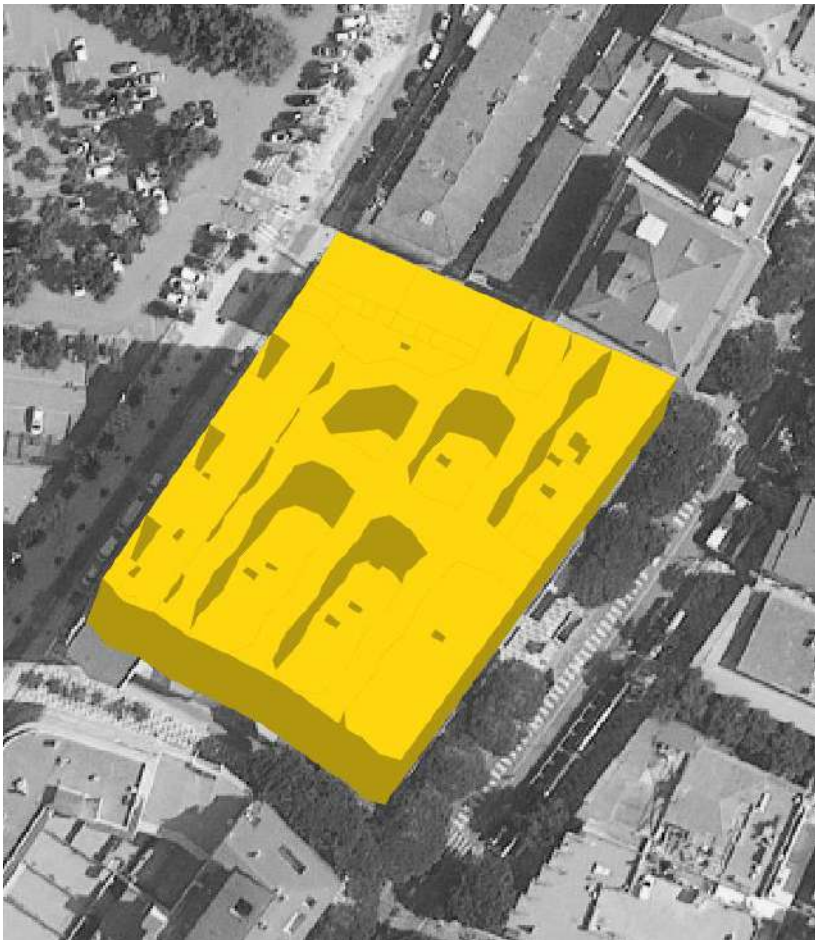
- **Ocupació de la via pública de màxim 0.80cm** i amb una regulació clara i amb sancions aplicables.
- Regulació de l'**ocupació de l'exterior de les galeries i les entrades**. Sobretot de les terrasses perquè no obstaculitzin.
- **Alçada màxima d'expositors d'1,10m**
- Establir una normativa **d'ocupació de façanes**.
- Tenir en compte el **tret diferencial** de les diferents seccions de les galeries (Cara a Plaça Europa/Porxades)
- Tractament de les **terrasses superiors dels locals comercials**:
 - **Opció A: Terrassa visible** amb la barana oberta, posant flors i preveient sistema de manteniment
 - **Opció B: Tapant terrasses** unificant la barana a una alçada d'1,10m i tapant màquines d'aire condicionat.

MODEL DE GESTIÓ

- Canvi a **Gestió pública** a partir del Pla de Millora urbana.
- Redacció d'una d'ordenança de façanes.



4.1 Resultats obtinguts



Galeries Sant Lluís

Model de Galeries

- **Sense ocupació de la via pública** però amb dinamització del circuit comercial de les galeries.
- Fomentar l'atracció del visitant amb **elements de mobiliari**, senyalització, enllumenat i tractament de la **imatge dels voladissos**.
- Diferenciar l'ocupació de l'avinguda s'Agaró a l'ocupació de l'interior de les galeries.
- Incloure els **propietaris dels aparcaments** en el procés de presa de decisions del canvi o no del model de gestió.

MODEL DE GESTIÓ

- Preferència de **canvi a Gestió Pública** a partir del Pla de Millora Urbana.
- Propietari passaria només a ser el **propietari del volum de l'establiment i el soterrani** on hi ha el pàrquing.
- **Si la gestió continua sent privada**, fomentar **acords** perquè l'**ajuntament assumeixi els serveis** de neteja, enllumenat i regulació ocupació.

4.1 Resultats obtinguts

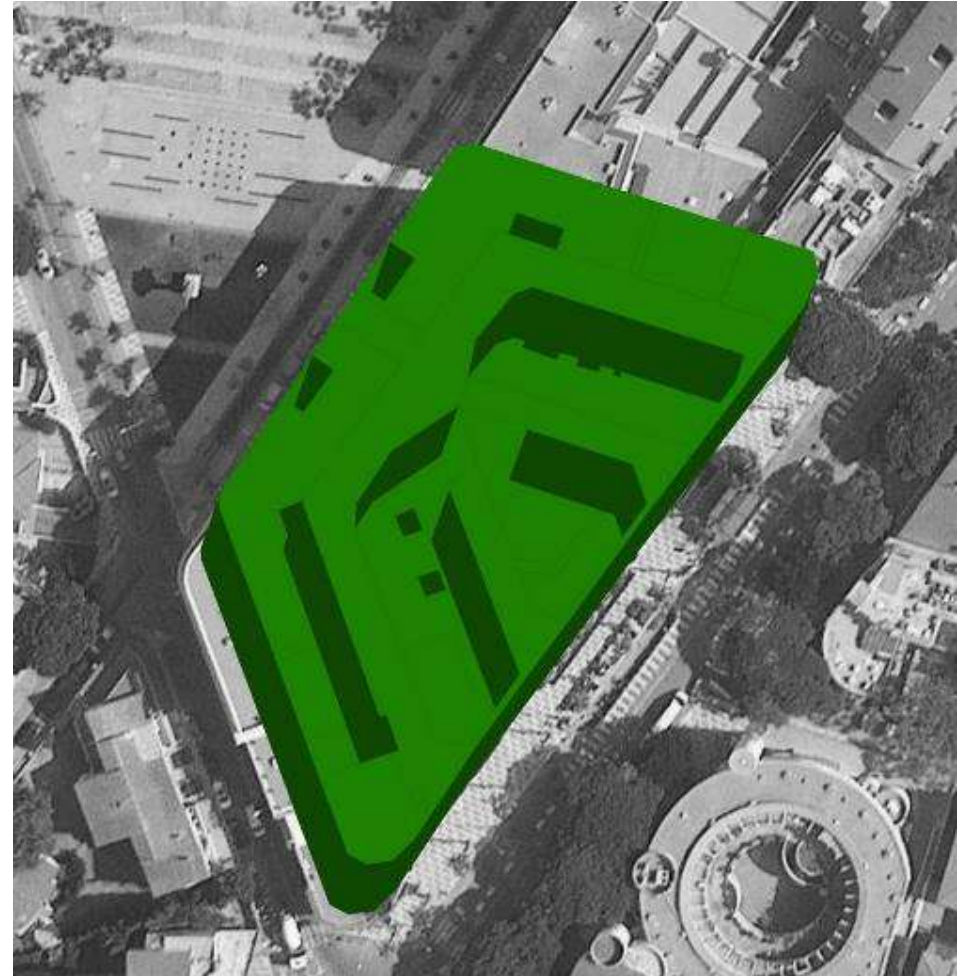
Galeries Albatros

Model de Galeries

- Preferència per model amb **mínima ocupació**, hi ha locals on els propietaris prohibeixen l'ocupació però no hi ha una gestió estandarditzada a les galeries.
- **Regular l'ocupació dels restaurants a les entrades** perquè no obstaculitzin l'entrada a les galeries.
- Que sigui el **producte a dins dels locals** el principal reclam per als visitants
- Optar per una **Regulació de l'alçada dels expositors**
- Incorporar **mobiliari urbà de dimensions adequades** a les galeries i **mobiliari de valor afegit** de caire tecnològic com carregadors de mòbil, wi-fi...

MODEL DE GESTIÓ

- Existeix predisposició a passar les **galeries a gestió pública**.
- Necessari explorar les adequacions necessàries per garantir el pas de gestió privada a gestió pública.
- La comunitat ha estat fent petites millores a les galeries.



05

Conclusions i escenaris de futur de l'APEU

5.1. Escenaris observats

- Escenari de partida - Galeries
- Escenari del conjunt de l'Illa Comercial
- Escenari Global



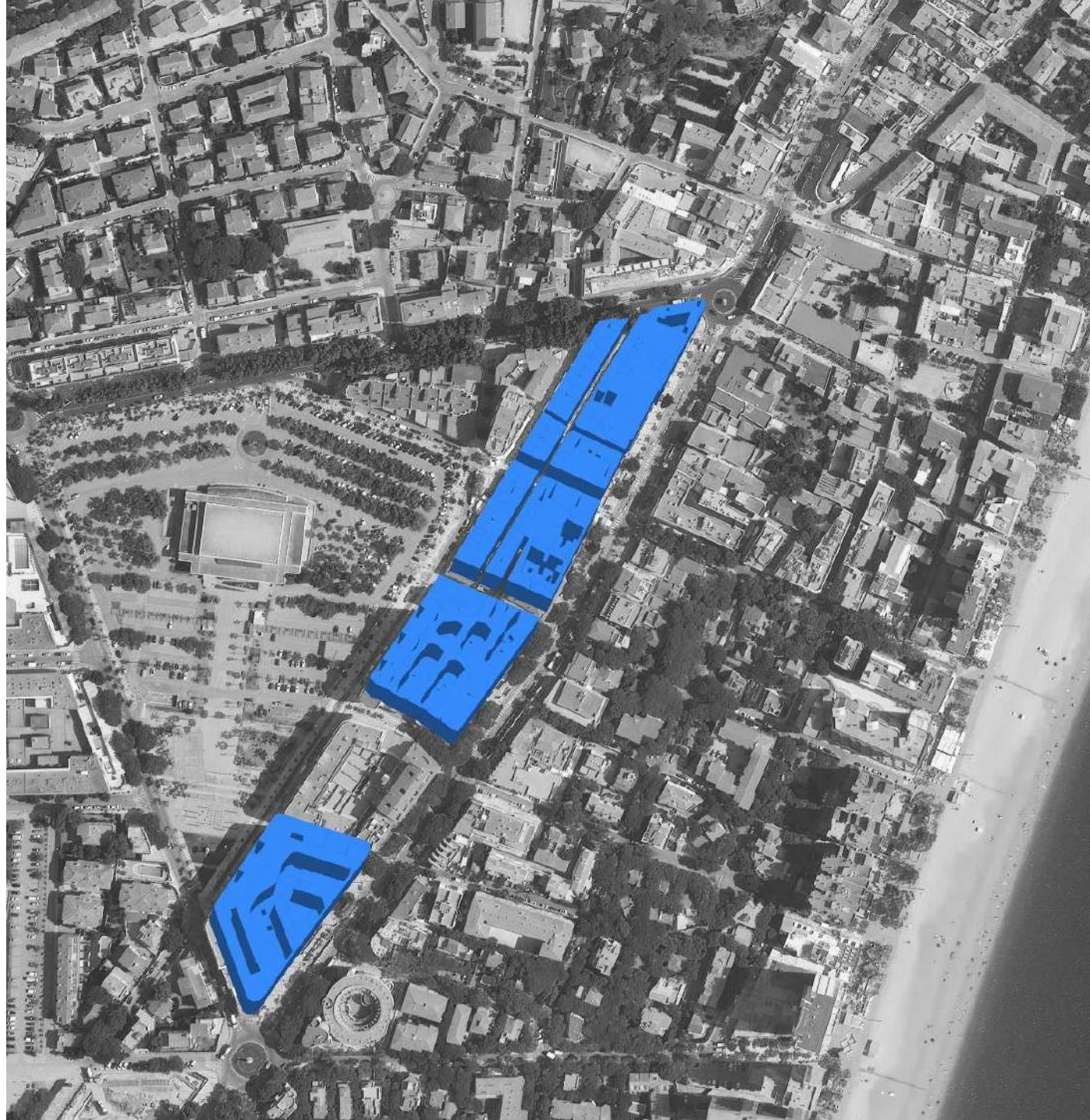
5.1 Escenaris observats

Escenari de partida - Galeries

Les galeries es troben al centre del gran eix comercial del municipi. Des de l'aparcament públic de l'Ajuntament de Castell - Platja d'Aro i l'aparcament del Palau d'Esports i Congressos, les galeries esdevenen un espai de pas tant per accedir a l'Avinguda S'Agaró, gran eix comercial del municipi, com a la platja.

En aquest primer escenari es proposa que l'àrea de l'APEU estigui formada per les galeries Neptú, Sant Lluís i Albatros. Es tracta d'un espai fragmentat, ja que aquesta última es troba separada de les altres dos. En aquest primer escenari, no es contemplen aquells negocis que es troben a les parts exteriors de les galeries i que no compten amb una entrada a l'interior de les mateixes.

L'objectiu d'aquest primer escenari possible per a la creació d'una APEU, passa per dinamitzar la'activitat i el dinamisme comercial dels interiors de les galeries doncs, segons dades de l'Ajuntament rep un 90% menys de visitants que l'Avinguda S'Agaró.



5.1 Escenaris observats

Escenari de partida - Galeries

Elements positius per a la projecció d'una APEU:

- Es troba al mig dels grans centres d'acció del municipi, entre el Palau d'Esports i Congressos i l'Avinguda de S'Agaró.
- Es tracta d'una zona pacificada, que compta amb una bona il·luminació i és agradable al passeig.
- La majoria dels establiments d'aquesta zona es consideren de caràcter singular i amb una imatge comercial relativament atractiva i cuidada, sobretot a l'interior de les galeries.
- Existeix una elevada concentració d'establiments de compra complementària, sobretot a les galeries Neptú i Sant Lluís, mentre que l'Albatros presenta un major nombre d'establiments de restauració.
- Hi ha un baix nombre de locals buits en aquest entorn, i molts ho són de manera estacional.
- Es tracta d'una àrea relativament petita i amb un marcat caràcter original i diferenciat.
- Hi ha poca presència d'establiment clònic, que es concentra a l'Avinguda de S'Agaró.



5.1 Escenaris observats

Escenari de partida - Galeries

Elements que poden dificultar la projecció d'una APEU:

- La llei de les APEU especifica que l'àrea de la mateixa ha de ser contínua. En aquest cas, l'escenari on només es tingui en compte les galeries no compleix aquesta condició.
- La presència d'un eix amb gran potencial com l'Avinguda de S'Agaró provoca un menor trànsit de persones a l'interior de les galeries i, per tant, un menor dinamisme.
- Les mesures que s'han impulsat des de l'Ajuntament no han aconseguit dinamitzar i impulsar l'activitat comercial de l'entorn. Gran rotació comercial i estacionalitat dels comerços.
- Manca una certa senyalització de la presència d'un espai comercial singular com són les galeries.
- Hi ha una baixa dotació d'enjardinament o de verd urbà, si bé és cert que la naturalesa d'espai urbà compacte en dificulta la seva implementació.
- La galeria Albatros queda aïllada de la resta en la delimitació d'aquest escenari, per la qual cosa o bé caldria unir tot l'entorn, o bé eliminar la galeria Albatros i restar només amb la Neptú i Sant Lluís, com es proposa en el segon escenari.



5.1 Escenaris observats

Escenari del conjunt de l'Illa Comercial

Aquest segon escenari comprèn un total de 211 establiments, sense diferenciar els que es troben a l'interior o a l'exterior de les galeries i tenint en compte, també, els negocis ubicats a l'illa urbana que generava la discontinuïtat amb les galeries Albatros.

D'aquesta manera es crea una zona compacta amb un Índex d'Ocupabilitat alt (86,7%) i una activitat comercial enfocada sobretot a la compra comparada.

En aquest cas, es busca que els negocis ubicats a l'Avinguda S'Agaró i a l'Avinguda Castell d'Aro ajudin als locals situats a l'interior de les galeries, buscant unir estratègies conjuntes per tal de crear iniciatives i activitats que ajudin a dinamitzar l'entorn de les galeries.

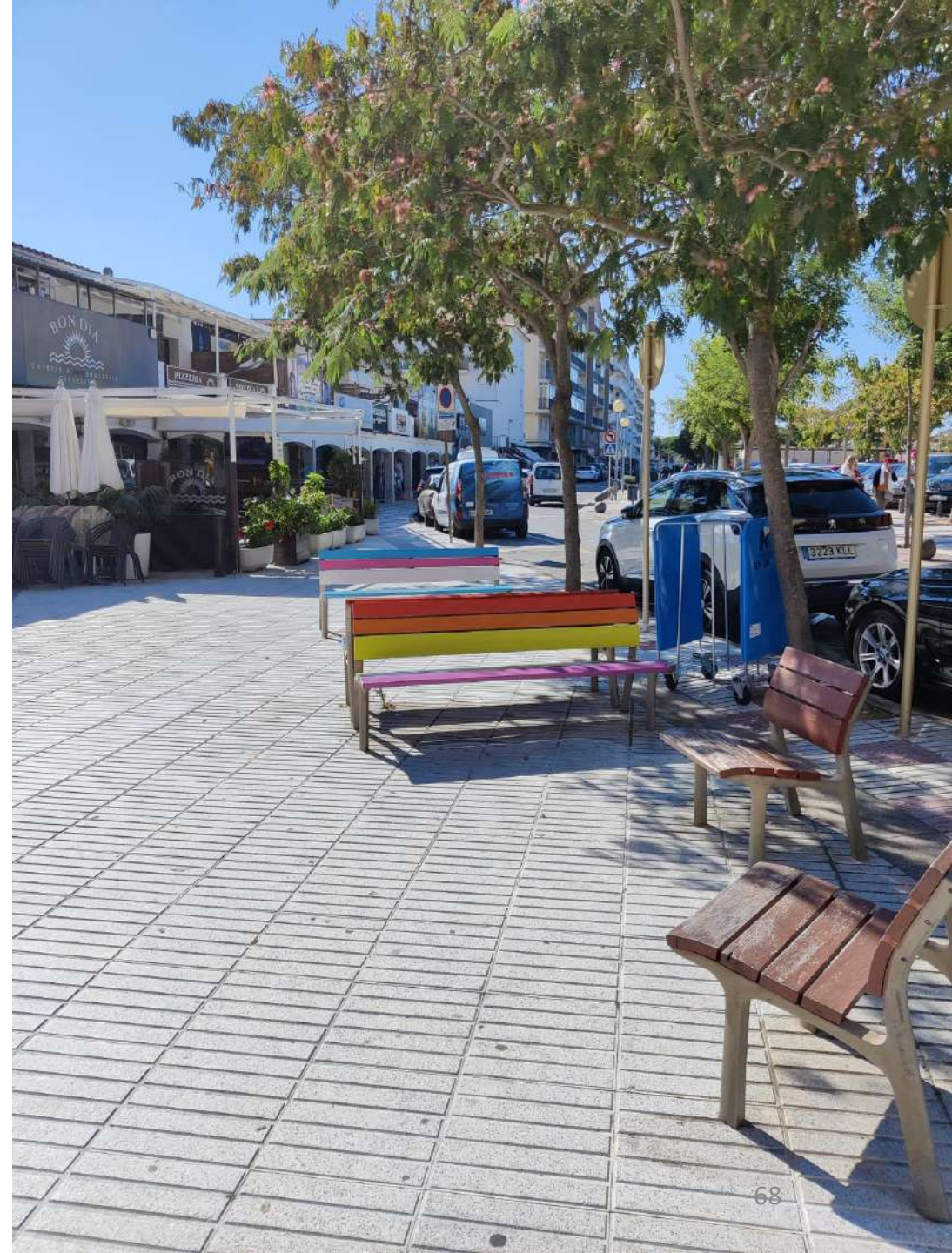


5.1 Escenaris observats

Escenari del conjunt de l'Illa Comercial

Elements positius per a la projecció d'una APEU:

- Es troba al mig dels grans centres d'acció del municipi, entre el Palau d'Esports i Congressos i l'Avinguda de S'Agaró.
- Notable presència d'establiments dedicats a la compra comparada, tot i que hi ha una mixtura d'usos en l'espai comercial, predomina la cadena de valor d'aquelles activitats vinculades a la compra comparada a les galeries Neptú i Sant Lluís, i les activitats vinculades a la restauració i degustació a la galeria Albatros
- Imatge dels locals comercials molt cuidada i atractiva a ulls del comprador.
- Teixit comercial de característiques diverses: mentre que a les zones exteriors de les galeries s'hi troben establiments clònics a l'interior de les galeries hi ha un comerç de proximitat, fet que complementa l'oferta comercial de l'entorn.
- Suficient teixit econòmic com per garantir la viabilitat econòmica a l'entorn de les galeries.
- Baix nombre de locals buits a l'espai comercial.



5.1 Escenaris observats

Escenari del conjunt de l'Illa Comercial

Elements que poden dificultar la projecció d'una APEU:

- Els negocis de l'interior de les galeries i els que es troben a l'Avinguda de S'Agaró tenen problemàtiques i demandes diferents.
- L'entorn de les galeries a dia d'avui és un espai amb un baix dinamisme que atrau pocs visitants.
- La gran rotació comercial i estacionalitat dels negocis de l'entorn de les galeries no ajuda a crear un entorn propici per a la reactivació de les mateixes.
- Manca una certa senyalització de la presència d'un espai comercial singular com són les galeries.
- Hi ha una baixa dotació d'enjardinament o de verd urbà, si bé és cert que la naturalesa d'espai urbà compacte en dificulta la seva implementació.
- Baix nombre d'establiments de compra quotidiana.



5.1 Escenaris observats

Escenari global

El darrer escenari, i pel qual finalment s'ha apostat com a inicial per aquesta prova pilot de l'APEU de Castell – Platja d'Aro, agrupa un total de 238 activitats en el que es presenta com un escenari de caràcter més global, en forma de número 1.

En aquest escenari s'inclou el primer tram de l'Avinguda de Castell d'Aro que toca amb les galeries i amb el Palau d'Esports i de Congressos, i, per tant, també engloba les dues illes de cases des d'aquesta Avinguda fins al carrer Josep Bas i l'Avinguda Fleming, en la qual hi ha un gran projecte de pacificació que tindria implicacions directes en el conjunt de l'entorn de l'APEU.

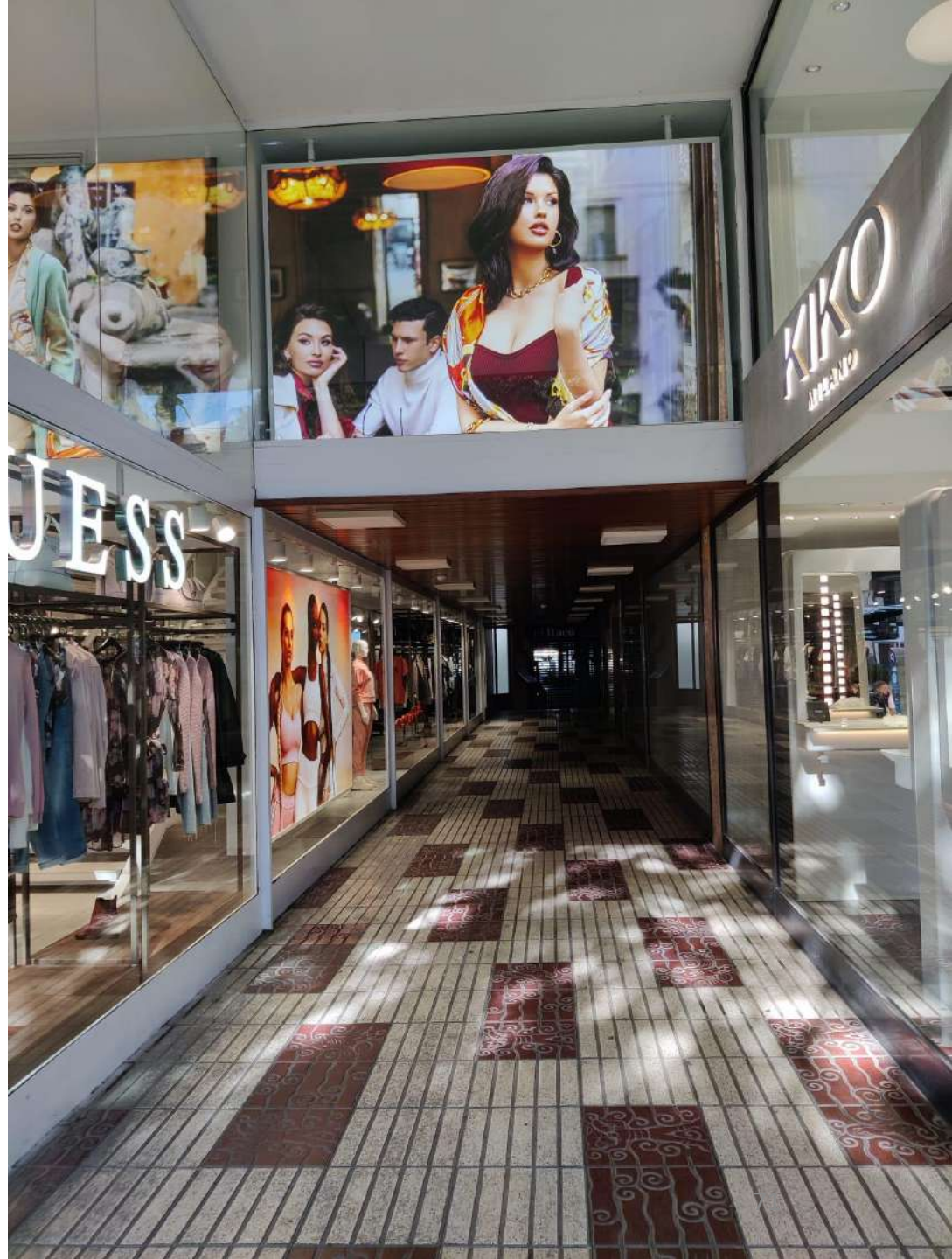


5.1 Escenaris observats

Escenari global

Elements positius per a la projecció d'una APEU:

- Entorn que engloba el conjunt de l'espai comercial del municipi, connectant-lo des de les zones d'aparcament cap a la platja.
- Gran trànsit i afluència de persones en diferents moments de la setmana i del dia.
- Gran dinamisme de l'entorn de l'Avinguda de S'Agaró.
- Imatge molt positiva i atractiva del conjunt d'establiments presents a l'espai comercial.
- Es considera que hi ha una mixtura d'activitats comercials, tot i que existeix un clar predomini de la cadena de valor de la compra complementària i de la hostaleria i restauració.
- La presència d'un gran nombre de franquícies i establiments clònics és una gran font d'atracció de visitants.
- Baix nombre de locals buits presents a l'entorn de l'APEU.
- Suficient teixit econòmic com per garantir la viabilitat econòmica de l'APEU.



5.1 Escenaris observats

Escenari global

Elements que poden dificultar la projecció d'una APEU:

- Zones que tenen llenguatges, interessos i necessitats diferents per la qual s'haurà d'establir estratègies i objectius específics per a cadascun dels espais.
- Alta rotació comercial i baix dinamisme de l'entorn de les galeries, que a dia d'avui no pot competir amb l'eix comercial de l'Avinguda de S'Agaró.
- Hi ha una baixa dotació d'enjardinament o de verd urbà, si bé és cert que la naturalesa d'espai urbà compacte en dificulta la seva implementació.
- Millorar la senyalització informativa respecte als espais comercials i a la tipologia de botigues que es poden trobar, en especial a l'entorn de les galeries.
- Baixa dotació d'establiments de compra quotidiana, que pot suposar la manca d'establiments per a satisfer les necessitats diàries de la població local.



06

Model futur de l'APEU de Castell - Platja d'Aro

En aquest apartat

6.1 Visió i propòsits del model d'APEU a Castell - Platja d'Aro

6.2 Escenaris econòmics de l'APEU de Castell – Platja d'Aro



6.1 Visió i propòsits del model d'APEU a Castell - Platja d'Aro

Tal i com s'ha descrit les APEU són un model de gestió publico privada que tenen per objectiu la professionalització de l'espai comercial urbà. En el cas de Castell - Platja d'Aro, el municipi no pot quedar al marge d'aquest model de gestió i, en conseqüència, ha de vetllar per desenvolupar el model de la millor manera possible.

En aquest context, el model futur de l'APEU de Castell - Platja d'Aro ha de basar-se en la coordinació i la cooperació entre tots els agents involucrats. Concretament cal que les diferents àrees implicades amb personalitats, identitats i registres comercials diferents, acostin postures per treballar conjuntament i vetllar pel futur del comerç del centre del municipi

Així, el present document, proposa un model d'APEU basat en una gran àrea de gestió publico privada que reuneixi l'entorn de les Galeries i de l'Avinguda S'Agaró i l'Avinguda Castell d'Aro. Agafant els escenaris de l'Illa Comercial i l'escenari Global com a punts de partida, serà mitjançant un anàlisi qualitatiu del comerç de les zones i les necessitats de l'empresariat el que determinarà la zona exacta on implementar l'APEU.



6.1 Visió i propòsits del model d'APEU a Castell - Platja d'Aro

Propòsits del model APEU a Castell - Platja d'Aro

El model d'APEU haurà de disposar de tot un seguit de propòsits i valors comercials que permetin nodrir de valor i rellevància els comerços, negocis i espai públic de la zona. Això implica apostar per una imatge unitària, per una col·laboració constant i una idea clara de què es vol transmetre a nivell comercial.

En el cas de Castell – Platja d'Aro i en base a la seva idiosincràsia com a pol d'atracció turístic, les accions i iniciatives que s'hi contemplin poden tenir com a referents els TIDs (Tourism Improvement Districts), BIDs centrats en elements del turisme, en posar de relleu els seus actius patrimonials i en crear sinergies enfocades en millorar l'experiència del visitant d'aquest tipus d'activitat. Aquests reptes hauran de venir determinats, segons les inquietuds del col·lectiu empresarial així com de la visió de les polítiques públiques generades pel mateix consistori. En aquest sentit, una primera aproximació als vectors i línies estratègiques al voltant dels quals podria pivotar l'APEU a Platja d'Aro són els que es detallen tot seguit:

01

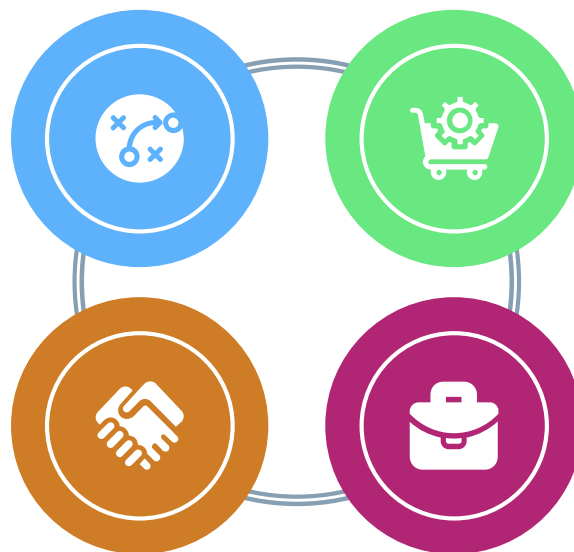
Millora urbana

Impulsar i millorar el circuit comercial de la zona APEU que permeti una millora de la imatge urbana i la seva personalització comercial i dels seus comerços.

03

Col·laboració i cooperació

Limpuls de mesures de treball conjunt entre tots els agents públics i privats del municipi que enforteixin les mesures de millora competitiva de l'APEU.



Identitat i comunicació

Una marca unitària d'APEU a on s'hi potenciïn les singularitats de cada galeria i de tota la zona delimitada de l'APEU.

02

Suport a l'empresariat

Impuls de mesures de comunicació, assessorament i serveis varis que permetin l'actualització i l'enfortiment de les empreses incloses dins l'APEU.

04



01 | Millora urbana

Castell - Platja d'Aro presenta tots aquells elements ideals per promoure un espai de compra complementària i impulsora del comerç tractora de grans fluxos de visitants. Així, la gran presència de restauració i un teixit comercial atractiu permet mantenir un volum estable de visitants amb els pics durant els mesos més turístics. Aquest escenari ha d'anar acompanyat de projectes de millora de l'espai urbà que facilitin la lectura del circuit de passeig als visitants i generi el mínim de friccions possibles en el seu moviment i accés al comerç, sobretot de dins les galeries. Les principals línies de treball en aquest primer gran àmbit són les següents:

1.1 MILLORA DEL PAISATGE URBÀ

Dibuixar el circuit urbà que es vol que segueixin els visitants i col·locar elements físics o de disseny unitaris que en facilitin la lectura, l'accessibilitat i el paisatge urbà de cada galeria.



1.3 NETEJA I MANTENIMENT

Establir uns criteris de neteja complementaris als aportats pels serveis de neteja de l'ajuntament i assolir-los contractant personal de neteja específic de l'APEU.



1.2 SENYALITZACIÓ COMERCIAL

Situar en un mapa tots els comerços, mantenir-ho actualitzat i instal·lar mapes visibles a les galeries que informin als visitants.



1.4 REGULACIÓ DE VIA PÚBLICA

Establir els criteris per una ordenança d'ocupació de la via pública que sigui clara i adequada per poder preservar la imatge, facilitat de desplaçament i la visibilitat del comerç. Que sigui un document revisable i dinàmic si cal.



02

Identitat i comunicació

Les Galeries de Castell – Platja d’Aro son singulars i úniques, especialment els seus interiors. Espais històrics que han evolucionat de la mà del municipi. Per això cal que es potenciï una marca unitària de tot l’espai de l’APEU però on hi tinguin cabuda les marques úniques i específiques de cada Galeria. Així, en consonància a la imatge que es vol transmetre, centrar aquesta línia en campanyes de comunicació, esdeveniments i en general una marca comercial singular, diferenciadora i clara, que permeti posicionar-se de manera competitiva l’àrea comercial.

2.1 IMPULS DE LA MARCA

Definir amb exactitud què es vol transmetre com a conjunt i quins valors vol promulgar cada Galeria i crear un canal de comunicació col·lectiu.

2.2 CULTURA VIVA

Potenciar actes de petit format adequats a les dimensions reduïdes dels interiors de les galeries. Actes que permetin la capilaritat dels visitants i que siguin de qualitat i amb valor (cantautors, mostres d’artistes locals, exposicions d’escultures...)

2.3 CAMPANYES DE FIDELITZACIÓ

Crear una bateria d’activitats, concursos i sorteigs potenciats des de l’APEU que fomentin la fidelització dels visitants o que un cop ja no estiguin al municipi puguin seguir comprant.



03

Col·laboració i cooperació

La suma d'esforços ha de ser el motor vertebrador del futur APEU de les Galeries. Tinguin model de gestió privada o pública, cal que hi hagi canals de comunicació i de xarxa entre els comerciants i actors de les diferents galeries. Poder actuar com a grup de defensa de les necessitats, incentivar l'agilitat de les gestions, disposar d'una estructura de gestió específica que es coordini amb l'associació comercial i amb l'ajuntament ha de ser un propòsit clar del Pla d'Actuació. Les línies que proposem son les següents:



3.1 XARXA DE SUPORT

Crear un espai mensual de gestió conjunta que permeti incidir en les millores i els problemes del dia a dia presents a cada galeria però que facilitin l'intercanvi d'experiències i de canals de suport.

3.2 SERVEI AL CONSUMIDOR

Contractar serveis col·lectius, ja siguin de logística, de repartiment a domicili, de col·locació de guixetes de recollida de paquets, o qualsevol altre servei que es consideri.

3.3 OFICINA D'INFORMACIÓ

Establir un espai en un dels locals buits comercials de l'àrea que sigui un espai multifuncional al servei tant dels visitants com dels comerciants, aportant informació, espai d'emmagatzematge, de reunions...



04

Suport a l'empresariat

Un dels principals elements que condiciona el fet que la ciutadania i les persones consumidores acudeixin a un espai comercial determinat és la facilitat d'accés, la comoditat i els serveis que es poden trobar en el mateix espai. En aquest sentit, Platja d'Aro i les seves galeries han de potenciar circuits de lectura fàcil pel visitant i cal entendre els seus eixos comercials com espais que esdevingui un escenari el qual estigui pensat per a garantir la comoditat de les persones consumidores i la ciutadania en general.

4.1 DIGITALITZACIÓ

Exemples de creació d'Aplicació de mòbil de l'APEU i instal·lació d'elements digitals a l'àrea (wi-fi, pantalles tàctils, vídeo cartells...)



4.2 FORMACIÓ

Que l'APEU financi packs de formació acords amb els interessos dels comerciants, ja siguin en aparadorisme, tallers de gestió de xarxes socials, etc.



4.3 REACTIVACIÓ DE LOCALS BUITS

Inventariar tots els locals buits i crear una plataforma de consulta i un llistat que vetlli per l'ocupació d'aquests locals o en faciliti la dinamització. Idear iniciatives per generar continuïtat comercial.



4.4 ANÀLISI DE DADES

Instal·lar sensors i elements que permetin estudiar el comportament dels visitants dins les galeries i en tot l'entorn de l'APEU per tal de poder definir estratègies i tenir un major coneixement dels hàbits de consum.

6.2 Escenaris econòmics de l'APEU

Mitjançant les idees recollides en els propòsits del model d'APEU de Castell – Platja d'Aro, elaborem dos exercicis teòrics de pressupost per la proposta d'àrea de l'Illa Comercial.

La proposta d'estructura pressupostària l'hem basat en diferents partides i subpartides generades a partir de les taules de participació, dels propòsits del model d'APEU i de l'anàlisi de pressupostos i plans de BIDs internacionals.

Això ens ha permès elaborar una primera radiografia teòrica dels possibles pressupostos i quin pes econòmic teòric podria tenir cadascuna de les línies estratègiques i les accions del pla.

Pel que fa a la temporalitat, considerem rellevant mostrar el pressupost amb perspectiva de 5 anys, pel valor estratègic que comporta que per llei els ingressos estiguin assegurats durant tot el projecte.

La proposta orientativa d'estructura pressupostària l'hem basat considerant només els ingressos que aportaria el cobrament d'una quota base. En base a l'estudi dels BIDs Internacionals, la quota varia en funció del número de membres i dels projectes, de mitjana però per poder tenir un pressupost òptim, aquesta oscil·la els 40-50€. La nostra proposta de quota base l'hem fet de 40€ mensuals, 480€ anuals.



6.2 Escenaris econòmics de l'APEU

Així, els grups de partides que hem considerat i que caldrà tenir en compte en un pressupost futur de l'APEU serien els següents:



Estructura de Gestió: Essencial i obligada per llei, la presència d'una o més persones gestores serà primordial per al futur de l'APEU i per a l'execució del futur Pla d'Actuació. En base a l'estudi de pressupostos de BIDs internacionals acostuma a suposar entre el 20 i el 35% del pressupost, però en funció de les necessitats reals que detectin els membres, es pot considerar un major o menor percentatge.



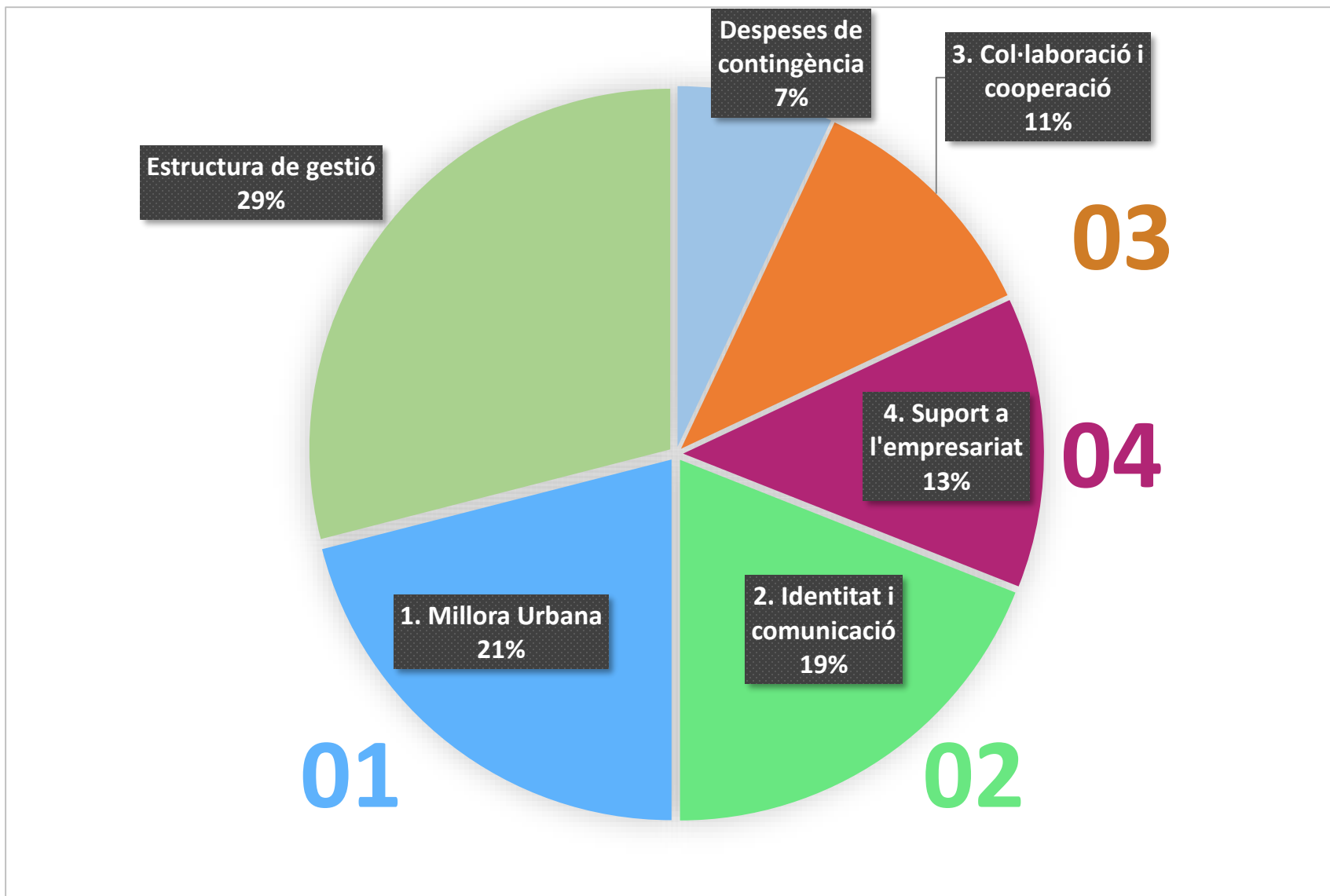
Propòsits dels models d'APEU de Castell – Platja d'Aro: Aquestes partides caldrà desenvolupar-les detalladament en funció de les necessitats específiques que es decideixin en el futur Pla d'Actuació. Seran la columna vertebral de l'APEU i on es dotarà de pressupost totes les accions que es vulguin dur a terme. De moment considerem una primera distribució per a cadascuna d'elles adaptada en base a l'estudi de les taules de participació, dotant de major pressupost teòric aquelles línies que poden acabar tenint més importància. A nivell total, acostuma a suposar entre el 50 i el 65% del pressupost.



Despeses de contingència i altres: La llei contempla la necessitat de tenir un fons de reserva per a contingències i contemplar altres elements com assegurances, assessoraments... en base a l'estudi de pressupostos de BIDs internacionals, acostuma a suposar en total entre el 5 i el 10% del pressupost



6.2 Escenaris Econòmics – Distribució per Propòsits del Model



6.2 Escenaris econòmics de l'APEU



Escenari illa comercial

La proposta de pressupost de l'APEU de l'escenari de l'Illa Comercial de Castell – Platja d'Aro implicaria un total de 211 membres. Analitzant casos de BIDs internacionals, aquells amb un volum de membres més reduït adapten les seves mesures a les dimensions de l'àrea que gestionen, alhora que es contemplen quotes elevades per garantir unes mesures Premium i rellevants per l'àrea. La distribució pressupostària concreta de les línies estratègiques, com s'estipula anteriorment, l'hem adaptat percentualment a les necessitats detectades en l'anàlisi de les taules participatives:

CONCEPTE	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5	Totals	% Respecte al total
DESPESES	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	506.400 €	
Estructura de gestió	29.371 €	29.371 €	29.371 €	29.371 €	29.371 €	146.856 €	29%
1. Millora Urbana	21.269 €	21.269 €	21.269 €	21.269 €	21.269 €	106.344 €	21%
2. Identitat i comunicació	19.243 €	19.243 €	19.243 €	19.243 €	19.243 €	96.216 €	19%
3. Col·laboració i cooperació	11.141 €	11.141 €	11.141 €	11.141 €	11.141 €	55.704 €	11%
4. Suport a l'empresariat	13.166 €	13.166 €	13.166 €	13.166 €	13.166 €	65.832 €	13%
Despeses de contingència i altres	7.090 €	7.090 €	7.090 €	7.090 €	7.090 €	35.448 €	7%
INGRESSOS	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	506.400 €	
Ingressos Quotes Anuals APEU	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	101.280 €	506.400 €	
Quota Base Anual	480 €	480 €	480 €	480 €	480 €		
Establiments de l'àrea	211	211	211	211	211		

6.2 Escenaris econòmics de l'APEU



Escenari global

L'escenari Global del potencial APEU de Castell – Platja d'Aro implicaria un total de 238 comerços i permetria encabir al projecte tot l'entramat comercial tant de les galeries com de les illes més properes. Això germanitzaria una multiplicitat de visions i una suma d'esforços entre molts actors comercials diferents però amb un objectiu comú clar de dinamitzar el territori. Seguint el mateix raonament teòric de proposta de pressupost, aquest quedaria de la següent manera:

CONCEPTE	Any 1	Any 2	Any 3	Any 4	Any 5	Totals	% Respecte al total
DESPESES	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	571.200 €	100%
Estructura de gestió	33.130 €	33.130 €	33.130 €	33.130 €	33.130 €	165.648 €	29%
1. Millora Urbana	23.990 €	23.990 €	23.990 €	23.990 €	23.990 €	119.952 €	21%
2. Identitat i comunicació	21.706 €	21.706 €	21.706 €	21.706 €	21.706 €	108.528 €	19%
3. Col·laboració i cooperació	12.566 €	12.566 €	12.566 €	12.566 €	12.566 €	62.832 €	11%
4. Suport a l'empresariat	14.851 €	14.851 €	14.851 €	14.851 €	14.851 €	74.256 €	13%
Despeses de contingència i altres	7.997 €	7.997 €	7.997 €	7.997 €	7.997 €	39.984 €	7%
INGRESSOS	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	571.200 €	
Ingressos Quotes Anuals APEU	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	114.240 €	571.200 €	100%
Quota Base Anual	480 €	480 €	480 €	480 €	480 €		
Establiments de l'àrea	238	238	238	238	238		

6.2 Escenaris econòmics de l'APEU – Tractament de quotes

Els ingressos basats en quotes que generarà l'APEU són l'element bàsic vertebrador del projecte. Com hem estipulat en el dibuix dels escenaris considerem que la proposta d'una quota base ha de partir d'un consens real entre els potencials membres de l'APEU. Alhora caldrà que aquesta quota s'adeqüi a la magnitud i dimensió del projecte de Pla d'Actuació.

La nostra proposta de partir d'una quota orientativa de 40€ mensuals, 480€ anuals, respon a les dinàmiques i tendències que hem observat en els casos de BIDs Internacionals on les quotes mostren grans oscil·lacions entre projectes en funció del Pla d'Actuació i els objectius que es vulguin assolir. També el volum en establiments implicats és un condicionant a l'hora de determinar la quota base. Però remarquem el caràcter introductori i d'inferència d'aquest exercici.

Entenem necessari aquest exercici prospectiu per poder encabir totes les realitats potencials de les futures APEU. Aquestes realitats hauran de dependre directament de les intencions i propostes dels futurs membres de l'APEU. De la mateixa manera cal remarcar com estem considerant quotes base, en funció de la llei de regulació de les APEU, la quota base només s'aplicarà als locals per sota dels 300m² de superfície cadastral. A partir d'aquest nivell s'incrementaran en base als coeficients estipulats a l'Article 7 de la Llei 15/2020 reguladora de les àrees de promoció econòmica urbanes. Tot aquest argumentari ens porta a introduir la possibilitat d'augmentar aquesta quota base que proposàvem de 480€ de manera proporcional establint tres tipus de pressupostos:



+0%
480€/Any



+25%
600€/Any



+50%
750€/Any

6.2 Possible Escenari econòmic de l'APEU de Castell – Platja d'Aro



Escenari illa comercial

En base als supòsits categòrics explicats amb anterioritat, una primera proposta teòrica de pressupost en tres trams diferenciats de quota, permetria incrementar la força econòmica disponible per afrontar projectes de major envergadura i ambició. Així en el cas de l'escenari de l'Illa Comercial implicant 211 establiments seria el següent:

Pressupost APEU Castell – Platja d'Aro. Escenari Illa Comercial	Pressupost Total - 5 anys		
	Pressupost Bàsic	Pressupost Mig (+25%)	Pressupost Premium (+50%)
DESPESES	506.400 €	633.000 €	791.250 €
Estructura de gestió	146.856 €	183.570 €	229.463 €
1. Millora Urbana	106.344 €	132.930 €	166.163 €
2. Identitat i comunicació	96.216 €	120.270 €	150.338 €
3. Col·laboració i cooperació	55.704 €	69.630 €	87.038 €
4. Suport a l'empresariat	65.832 €	82.290 €	102.863 €
Despeses de contingència i altres	35.448 €	44.310 €	55.388 €
INGRESSOS	506.400 €	633.000 €	791.250 €
Ingressos Quotes Anuals APEU	506.400 €	633.000 €	791.250 €
Quota Base Anual	480 €	600 €	750 €
Establiments de l'àrea	211	211	211



6.2 Possible Escenari econòmic de l'APEU de Castell – Platja d'Aro



Escenari global

En el cas de l'escenari Global, com estem considerant un major volum d'establiments de l'àrea implicats, els pressupostos Mig i Premium a cinc anys s'incrementarien presentant un escenari d'APEU teòric amb més d'un milió de pressupost:

Pressupost APEU Castell – Platja d'Aro. Escenari Illa Comercial	Pressupost Total - 5 anys		
	Pressupost Bàsic	Pressupost Mig (+25%)	Pressupost Premium (+50%)
DESPESES	571.200 €	714.000 €	892.500 €
Estructura de gestió	165.648 €	207.060 €	258.825 €
1. Millora Urbana	119.952 €	149.940 €	187.425 €
2. Identitat i comunicació	108.528 €	135.660 €	169.575 €
3. Col·laboració i cooperació	62.832 €	78.540 €	98.175 €
4. Suport a l'empresariat	74.256 €	92.820 €	116.025 €
Despeses de contingència i altres	39.984 €	49.980 €	62.475 €
INGRESSOS	571.200 €	714.000 €	892.500 €
Ingressos Quotes Anuals APEU	571.200 €	714.000 €	892.500 €
Quota Base Anual	480 €	600 €	750 €
Establiments de l'àrea	238	238	238



07

Properes passes

En aquest apartat:

7.1 Descripció de les següents passes

- Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana a Castell – Platja d'Aro
 - Fase 1: Aterrem el projecte
 - Fase 2: Diagnostiquem la viabilitat de l'APEU
 - Fase 3: Definim es propòsits de l'APEU



7.1 Descripció de les següents passes.

De cara a la projecció del potencial model APEU de Castell - Platja d'Aro, el projecte es troba, avui en dia, en una fase força inicial, centrada en una prospecció i un reconeixement previ de tot el context comercial. Una vegada definides les diferents potencials àrees APEU dins el municipi, caldrà treballar amb el conjunt d'agents de Castell – Platja d'Aro vinculats a la dinamització i la promoció de l'activitat comercial de la zona per tal de conèixer fins a quin punt volen fer de les APEU el principal instrument per a l'enfortiment del teixit econòmic i la revitalització de l'espai comercial urbà de Castell - Platja d'Aro. La continuïtat, doncs, d'aquest procés implicarà un procés de treball amb tot un seguit de passos que es descriuen a continuació:

01

Delimitació inicial de l'àrea geogràfica

1. **Prospecció i reconeixement previ de la zona (Fase ja realitzada).**
2. **Elaboració del cens de locals i caracterització de les activitats econòmiques de l'àrea proposada.**
3. **Delimitació de la planta de l'APEU.**

02

Procés de participació i diagnòstic

4. Disseny i realització del procés de participació.
5. Redacció del Pla d'actuació.
6. Presentació del pla d'actuació i consulta prèvia.

03

Implementació de l'APEU

7. Preparació de la votació.
8. Creació dels estatuts i el conveni.
9. Creació de l'entitat gestora.
10. Pla de comunicació de l'APEU.



7.1 Descripció de les següents passes.

01

Delimitació inicial de l'àrea geogràfica

De la primera fase, s'ha pogut realitzar una primera relació de negocis ubicats a partir de l'escenari proposat per part de l'Ajuntament i la resta d'activitats censades per a confeccionar els altres 2 escenaris. En aquest sentit, la informació generada ha permès establir una primera pauta de la concentració de les activitats econòmiques, però que caldrà seguir treballant en la confecció de la base de dades i adaptar-la a les necessitats del projecte, tal i com marca la llei de les APEU.

Les àrees delimitades fins al moment no són definitives ni exactes, de manera que des de l'administració local caldrà que, un cop s'hagi acabat de perfilar l'àrea de treball, treballi en la recopilació de les referències cadastrals i la superfície cadastral construïda per tal de poder establir les quotes finals.

Un cop fet això, es podrà concloure en una delimitació de la planta de l'APEU amb un caràcter definitiu.

Alguns aspectes a tenir en compte a l'hora de seguir treballant en aquesta fase seran els següents:

- Hi haurà parcel·les i edificis que no tindran feta la divisió horitzontal en el registre cadastral, de manera que no es podrà identificar la superfície construïda cadastral dels establiments.
- La taxa de residus, en cada municipi recull una informació diferent, però acostuma a tenir en compte la superfície de venda, que pot diferir de la superfície construïda cadastral.
- Caldrà acabar de definir quin és l'estat de situació dels establiments catalogats com a espais sense informació, és a dir, que no es troben en situació de lloguer o venda, però que formen part del llistat d'espais buits en planta baixa.



7.1 Descripció de les següents passes.

02

Procés de participació i diagnòstic

En paral·lel a la primera fase de delimitació i recollida d'informació dels dos espais que finalment seran proposats com a potencial APEU, caldrà establir una segona fase que es centri en el procés de participació i de diagnòstic.

Aquesta segona fase haurà de vetllar per establir les pautes i validar els propòsits proposats en aquest treball, i que finalment hauria de tenir l'APEU com a mecanisme de col·laboració publicoprivada per a la millora de l'espai comercial urbà del municipi.

Així, es proposa que aquesta fase, la més àmplia, inclogui totes les veus possibles en el procés, el qual proposem que es desenvolupi en 3 etapes:

- **Etapa 1. Aterratge del projecte al sector:** aquesta primera etapa pretén donar a conèixer i sensibilitzar els comerços i els negocis, en general, que formen part dels diferents escenaris en els que es pot crear una APEU a Castell – Platja d'Aro.

- **Etapa 2. Implicació i participació del sector en l'APEU:** una vegada s'hagi realitzat la fase d'aterratge, serà el moment de concretar l'àmbit exacte de l'APEU proposat.
- **Etapa 3. Definició i concreció dels propòsits de l'APEU:** realitzades les altres dues fases, caldrà portar a terme un procés participatiu en la que els comerços puguin ser partícips de les accions específiques que caldrà concretar dins el nou APEU.

A les següents pàgines s'adjunta la proposta d'objectius, idees clau i tipus d'actuacions que es plantegen desenvolupar en cadascuna de les tres etapes mencionades.

Cadascuna de les accions que es plantegen són potencials metodologies que podrien ser interessants explorar en cada cas, però que cal adaptar a la realitat del municipi de Castell - Platja d'Aro i als diferents escenaris plantejats.



Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) a Castell – Platja d'Aro



Què proposem?

Amb l'objectiu d'involucrar al màxim d'agents implicats, proposem l'impuls de diferents actuacions de sensibilització, de diagnòstic participatiu i de generació de propostes per tal de contribuir a la millora de l'espai comercial urbà a través de les APEU.

Com ho volem fer?

Plantegem un procés participatiu centrat en tres grans fases:

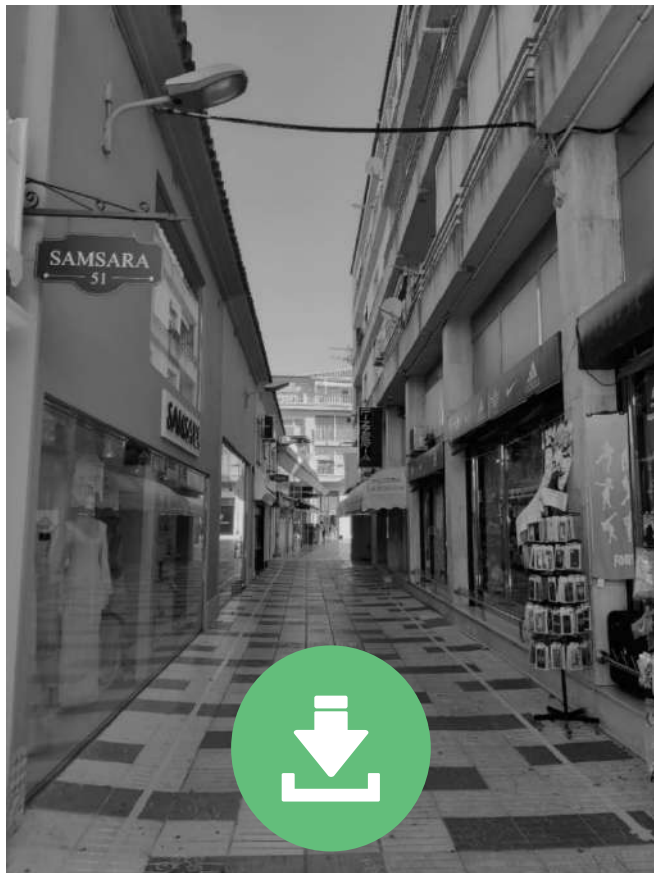
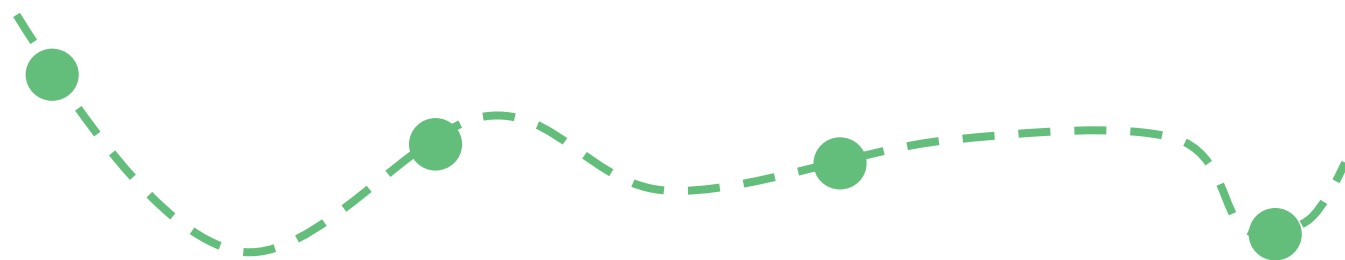
- Fase 1. Aterrem el projecte.
- Fase 2. Diagnostiquem la viabilitat del projecte.
- Fase 3. Definim els propòsits de l'APEU.

Amb qui ho volem fer?

La participació ha de ser oberta i transparent, de manera que considerem que els agents a tenir en compte haurien de ser:

- Negocis ubicats en planta baixa a la zona.
- Col·lectiu de propietaris dels locals buits.
- Entitats ubicades a la zona (econòmiques, culturals, socials).
- Equipaments de la zona.
- A la societat, en general.

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro



Fase 1. Aterrem el projecte

Objectius

- Establir un punt de partida per donar a conèixer el model de les APEU a Castell - Platja d'Aro.
- Sensibilitzar el teixit econòmic i el col·lectiu de propietaris de l'oportunitat d'impulsar una APEU al municipi.

Idees clau

- Què són les APEU?
- Qui forma part de l'APEU i quines funcions poden desenvolupar?
- Límits i beneficis de la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro.

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...
- Grups polítics de l'ajuntament.
- Equips tècnics del mateix consistori.

Accions proposades

1. Elaboració d'un *site* dins la web de l'ajuntament. Sota el títol "Coneix les APEU", aquest espai servirà per informar i donar a conèixer el concepte i les característiques pròpies del projecte:
 - Descripció dels orígens del model
 - Definició de les APEU i marc legal.
 - Característiques del model.
 - Beneficis de la implementació del model al municipi.
 - Exposició d'algunes iniciatives i experiències internacionals.
2. Creació d'un calendari informatiu sobre els continguts relatius al procés d'implementació del projecte APEU:
 - Documentació generada dins el procés de creació.
 - Documentació bibliogràfica complementària.
 - Exposició de bones pràctiques internacionals i/o properes.
 - Altres qüestions d'interès que puguin anar sorgint durant el procés de creació.

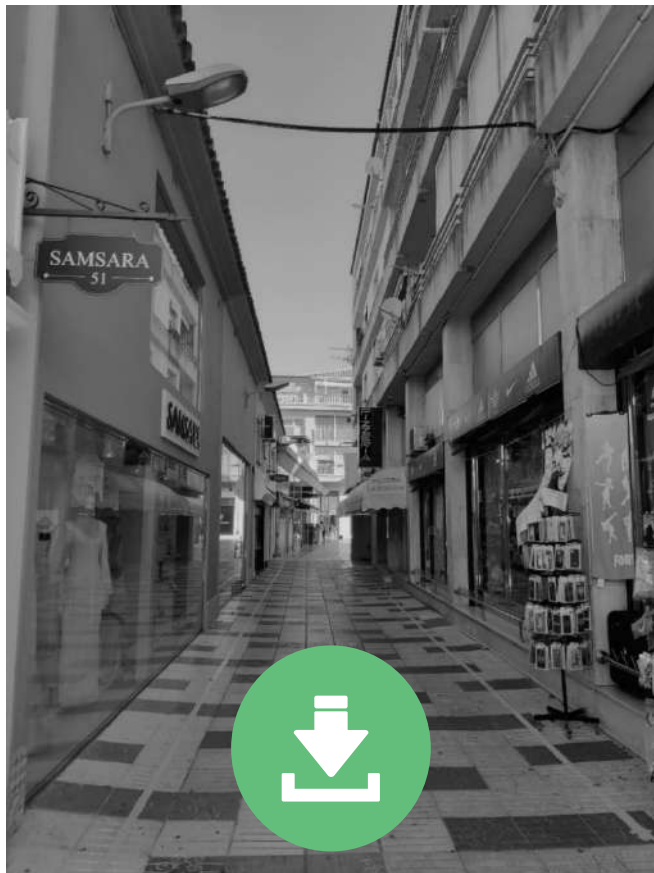
Calendari

Març 2022

Març, en endavant (Fi projecte)

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro

Fase 1. Aterrem el projecte



Objectius

- Establir un punt de partida per donar a conèixer el model de les APEU a Castell - Platja d'Aro.
- Sensibilitzar el teixit econòmic i el col·lectiu de propietaris de l'oportunitat d'impulsar una APEU al municipi.

Idees clau

- Què són les APEU?
- Qui forma part de l'APEU i quines funcions poden desenvolupar?
- Límits i beneficis de la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro.

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...
- Grups polítics de l'ajuntament.
- Equips tècnics del mateix consistori.

Accions proposades

3. Sessió de treball inicial amb referents de carrer (*) amb l'objectiu de sumar prescriptors del projecte i de la seva futura implementació. Es fa referència a:
 - Negocis emblemàtics i singulars, negocis amb tradició familiar, negocis en expansió a d'altres municipis i ciutats.
 - Negocis que tot i no estar associats siguin actius, vius i arrelats al municipi.
 - Potencials prescriptors d'un futur projecte APEU.
 - Caldrà establir diferents formats comercials: empresa familiar, franquícies, cooperatives i altres models de negoci dins el format de comerç de proximitat (*).
4. Sessions informatives del projecte amb:
 - Equip de govern.
 - Equip tècnic de l'ajuntament.
 - Equip de l'oposició.
5. Realització d'una jornada de sensibilització de les APEU:
 - Què són les APEU?
 - Els models internacionals.
 - Exposició de casos pràctics internacionals.
 - Taula rodona.

Calendari

Abril 2022

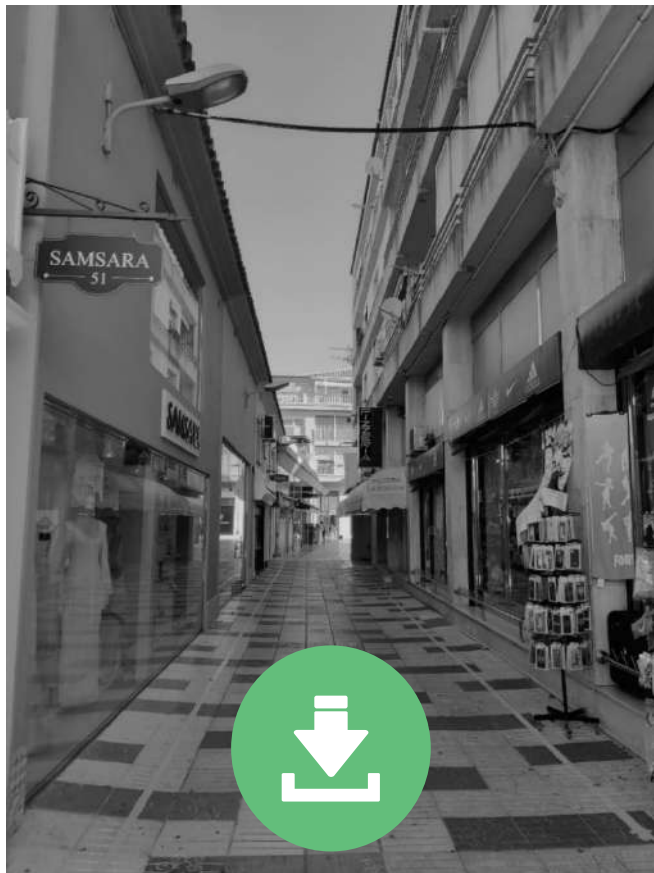
Abril 2022

Maig - Juny 2022

(*) En aquesta sessió de treball, i durant una durada d'unes 2 hores, es tractaran temes relatius a: Orígens de les APEU, casos pràctics internacionals, i aplicabilitat al municipi i el perquè.

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro

Fase 1. Aterrem el projecte



Objectius

- Establir un punt de partida per donar a conèixer el model de les APEU a Castell - Platja d'Aro.
- Sensibilitzar el teixit econòmic i el col·lectiu de propietaris de l'oportunitat d'impulsar una APEU al municipi.

Idees clau

- Què són les APEU?
- Qui forma part de l'APEU i quines funcions poden desenvolupar?
- Límits i beneficis de la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro.

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...
- Grups polítics de l'ajuntament.
- Equips tècnics del mateix consistori.

Accions proposades

6. Realització d'un enquesta sobre la definició de problemàtiques comercials al municipi:
 - Elecció d'una mostra del 100 de comerços ubicats a les galeries comercials i l'avinguda S'Agaró i que comptin amb un indicador de major atractiu comercial al municipi.
 - Enquesta individualitzada sobre la percepció de l'espai comercial urbà a Castell - Platja d'Aro (100 comerços).
 - Explotació dels resultats per carrers i exposició dels factors rellevants per carrers o zones comercials del municipi.
7. Edició d'una *infografia* sobre el que són les APEU i els seus beneficis per als centre urbà (*).
8. Bústia de suggeriments i preguntes per tal que els comerços i qualsevol entitat o persona ciutadana puguin preguntar els seus dubtes (aquesta bústia hauria de penjar del mateix *site* elaborat per l'ajuntament (*veure acció 1*)).

Calendari

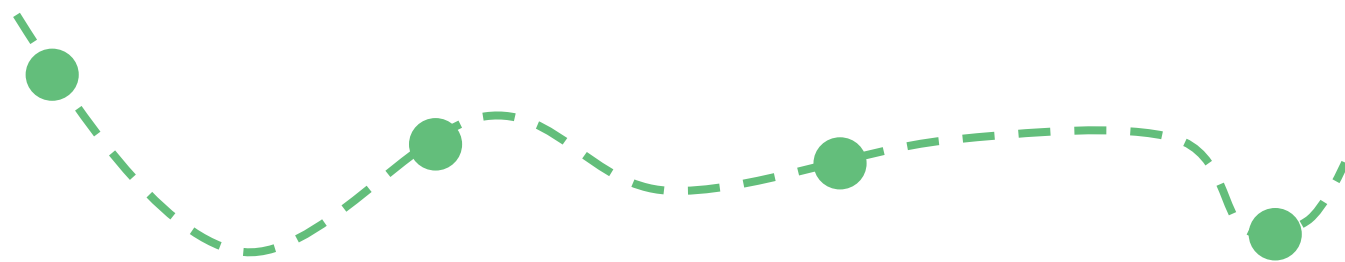
Abril - Maig 2022

Abril - Maig 2022

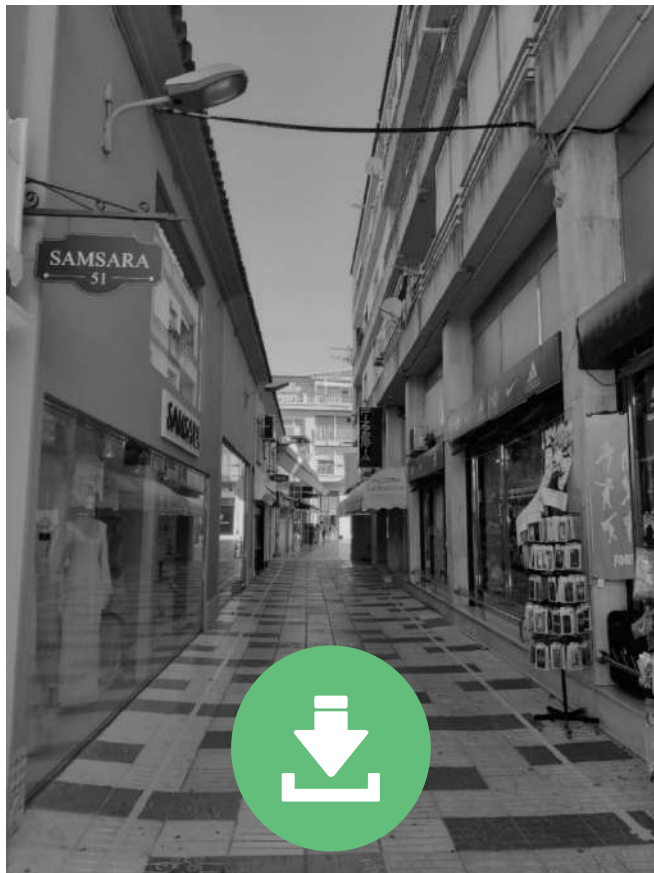
Abril - Maig 2022

(*) Existeixen diferents *infografies* fetes pel CCAM així com per l'àrea de comerç de la Diputació de Barcelona que es poden utilitzar com a referència.

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro



Fase 1. Aterrem el projecte



Objectius

- Establir un punt de partida per donar a conèixer el model de les APEU a Castell - Platja d'Aro.
- Sensibilitzar el teixit econòmic i el col·lectiu de propietaris de l'oportunitat d'impulsar una APEU al municipi.

Idees clau

- Què són les APEU?
- Qui forma part de l'APEU i quines funcions poden desenvolupar?
- Límits i beneficis de la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro.

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...
- Grups polítics de l'ajuntament.
- Equips tècnics del mateix consistori.

Accions proposades

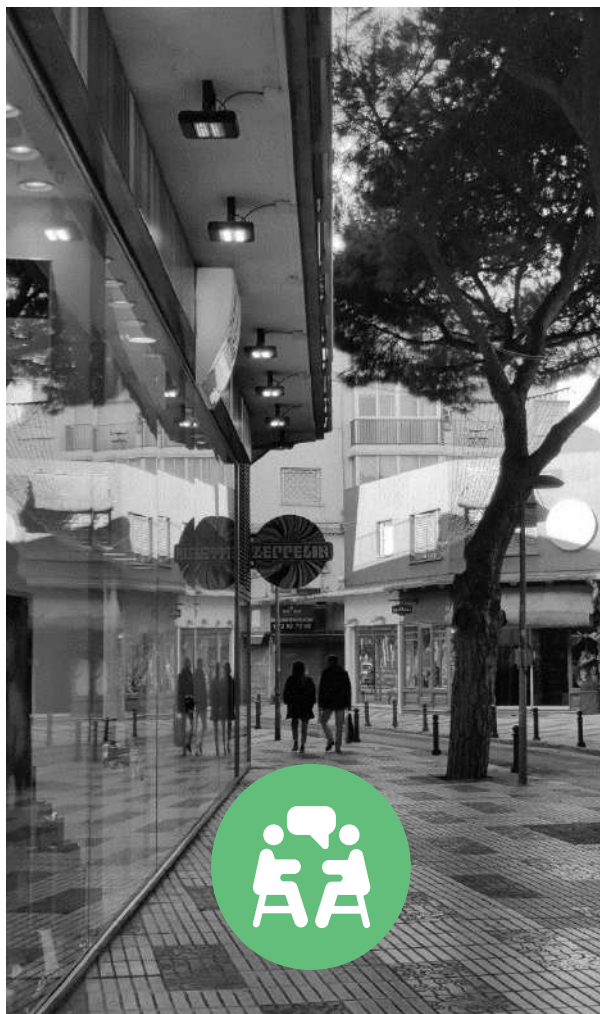
9. Ús dels mitjans de comunicació de les entitats presents dins el grup de treball previst per a la implementació de l'APEU:
 - Difusió de la jornada a les xarxes socials.
 - Enviament de *newsletters* als associats amb la informació relativa a les accions anteriorment descrites.
10. Ús dels mitjans de comunicació de l'ajuntament a través de:
 - Realització de notes de premsa dels diferents passos, acords, actuacions realitzades en el marc del projecte.
 - Habilitació d'un baner informatiu que redireccioni al *site* de l'ajuntament així com a les webs de les entitats empresarials, revistes locals,...
 - Difusió de les accions realitzades a través de les xarxes socials del propi ajuntament.

Calendari

Març en endavant

Març en endavant

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro



Fase 2. Diagnostiquem la viabilitat de l'APEU

Objectius

- Iniciar un procés de diagnosi participativa entre els diferents agents econòmics, cívics i culturals del municipi.
- Detectar de les potencials problemàtiques per al funcionament de l'espai comercial urbà.
- Prendre consciència de la importància de professionalitzar la gestió de l'espai urbà.

Idees clau

- Quina ha de ser l'àrea més adequada per a la creació d'una APEU?
- Quines problemàtiques té l'espai comercial urbà i què hi pot fer l'APEU?

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...

Accions proposades

11. Presentació dels resultats obtinguts en la realització de les enquestes (*Veure punt 6. Enquesta problemàtiques comercials del municipi*).
12. Realització de tallers temàtics de diagnòstic. Aquests tallers serviran per definir l'estat actual de l'espai comercial urbà i els elements prioritaris per a la seva creació. En aquest sentit, es poden proposar tallers relatius a:
 - Taller 1. Estructura i vitalitat de l'espai comercial.
 - Taller 2. Urbanisme comercial i espai públic.
 - Taller 3. Promoció i dinamització de l'espai comercial.
13. Construcció d'un mapa per prioritats que permeti una aproximació a la delimitació per prioritats zonals així com a la delimitació per zones comercials.
14. Difusió de les sessions de treball per part de les diferents entitats empresarials a les seves persones associades.
15. Difusió a les xarxes socials de l'ajuntament i de les entitats i gremis del municipi per tal de donar a conèixer el projecte al municipi (*aquesta acció dona continuïtat a l'acció 10 de la fase anterior*).

Calendari

Abril en endavant
Març en endavant

Abril en endavant

Abril en endavant

Impulsem l'Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) de Castell - Platja d'Aro

Fase 3. Definim els propòsits de l'APEU

Objectius

- Recopilar propostes d'actuació entre els diferents agents econòmics, cívics i culturals del municipi.
- Validar les principals línies d'actuació que ha d'incloure un futur APEU a Castell - Platja d'Aro.

Idees clau

- Propostes de millora relatives a l'estructura i la vitalitat comercial.
- Propostes de millora relatives a l'urbanisme comercial.
- Propostes de millora relatives a la promoció i dinamització de l'espai comercial urbà.

Destinataris

- Comerços de Castell - Platja d'Aro (associats a entitats i no associats).
- Entitats econòmiques, cíviques, culturals,...

Accions proposades

16. Elaboració d'una proposta de delimitació final de l'APEU del municipi:
 - Definició de la proposta de delimitació.
 - Encaix de la resta del municipi en el projecte APEU.
17. Realització de tallers temàtics amb el teixit comercial per a la generació i la definició dels futurs propòsits de l'APEU.
18. Formulari de recollida de propostes i bústia de suggeriments de les propostes generades.
19. Redacció del pla d'acció final amb els àmbits, mesures concretes i pressupost de l'APEU per als 5 propers anys.
20. Edició gràfica del pla de negoci de l'APEU segons els criteris establerts en el punt anterior.
21. Presentació final de la proposta del projecte d'APEU.
22. Ús dels mitjans de comunicació de l'ajuntament a través de:
 - Realització de notes de premsa dels diferents passos, acords, actuacions realitzades en el marc del projecte.

Calendari

Abril en endavant
Abril en endavant

Abril en endavant

Abril en endavant



03

Implementació de l'APEU

La última de les fases que entenem que caldria activar per a la futura implementació de les APEU passaria per la difusió dels continguts i els resultats obtinguts a través de les fases anteriors.

En aquest sentit, un cop identificats els propòsits i els projectes que s'activaran en base a aquests, caldrà presentar-los al conjunt del teixit econòmic i validar-los per tal de definir els elements que es sotmetran a votació. En aquest punt es recomana que ja s'hagi estat realitzant una certa campanya de comunicació per tal que tota la informació es canalitzi a totes les parts interessades.


Posteriorment, la preparació de la votació caldrà que aquesta sigui notificada a tots els titulars del dret de possessió de les activitats econòmiques de l'àrea i la votació seria exercida per part de l'ajuntament. La notificació s'hauria de fer almenys 15 dies abans de la votació a través de tots els mitjans possibles per assolir el màxim de vots possibles.


Organitzada i realitzada la votació, caldria comunicar els resultats obtinguts de la votació i en cas que sigui positiva, caldria començar a constituir l'entitat gestora per tal que aquest es formalitzi a través d'escriptura pública en el termini de tres mesos.


Constituída l'APEU i la seva entitat gestora, caldrà subscriure un conveni amb l'Ajuntament en el qual es detallin els aspectes clau del projecte, i en el termini d'un mes de la subscripció del conveni, l'Ajuntament haurà d'inscriure l'APEU resultant en el Registre de les àrees de Promoció Econòmica Urbana de Catalunya (RAPEUC).



Pla de viabilitat per a la implementació d'una APEU a Castell - Platja d'Aro

 www.focalizza.com

 info@focalizza.com

 93 432 58 10