



Pla de reactivació de l'activitat comercial urbana a Benicarló

Treball realitzat per:



Ajuntament
de Benicarló



Índex

01

Introducció

Consideracions inicials
El nostre model
Procés metodològic
Anàlisi DAFO

Pàg. 3

02

Marc estratègic

Definició del model per a la reactivació
de l'activitat comercial urbana
Objectius generals
Proposta de valor

Pàg. 19

03

Pla d'acció

Línies estratègiques
Descripció dels programes i les accions
Cronograma

Pàg. 28



01

Introducció

En aquest apartat:

- 01.01. Consideracions inicials
- 01.02. El nostre model
- 01.03. Procés metodològic
- 01.04. Anàlisi DAFO

01. Introducció

01.01. Consideracions inicials

El teixit econòmic de les ciutats i viles esdevé **un dels factors que més contribueix a la seva diferenciació i a la capacitat d'aquests indrets per esdevenir competitius**. Al mateix temps, també contribueix a la riquesa turística, a la vertebració territorial, a la cohesió social i, en síntesi, a generar vida i dinamisme als territoris. Si bé és cert que el paper de l'activitat econòmica és un factor fonamental per entendre el model del territori, avui dia es reconeix que hi ha diversos factors que condicionen el seu dinamisme.

En primer lloc, la democratització de les eines i dispositius digitals ha creat un nou escenari virtual i ha posat a l'abast de la població un nou món d'informació que circula en xarxa i que acaba provocant una sèrie de canvis de valors en la manera de fer de la societat. Actualment, qualsevol territori amb un valor afegit i una infraestructura turística madura, requereix d'una presència constant i de qualitat a les xarxes socials i als canals de promoció digitals.

Tot i això, no val qualsevol mena de promoció ni de projecció de marca, sinó que aquesta ha de respondre a uns valors actuals i conseqüents amb el que es vol transmetre com a territori i amb el tipus de públic objectiu que es vol atraure. Alguns d'aquests valors passen per la **conscienciació de la població** respecte al valor afegit de **la proximitat i el tracte personalitzat**, el **respecte pel medi ambient i la salut** i la **responsabilitat social i el retorn d'aquella activitat al mateix territori**.

Per tot plegat, el procés de transformació digital del teixit comercial de proximitat esdevé un dels principals reptes de futur que caldrà tenir en compte per tal d'adaptar-se al nou context actual.

En segon lloc, un altre repte és la necessària diversificació dels territoris, tot impulsant mesures que contribueixin a preservar i enfortir la seva activitat econòmica. Aquest fet pot contribuir, per tant, a modificar l'estructura del paisatge urbà i la composició del teixit comercial i, al mateix temps, pot condicionar el dinamisme i el bon funcionament de la localitat, en tots els aspectes.

En el cas de Benicarló, el municipi no és ni ha de ser aliè a tot aquest conjunt de variables. Benicarló ha de posar una mirada en l'enfortiment i la promoció de la seva activitat comercial urbana. Per fer-ho, caldrà que tingui present que la professionalització i modernització juntament amb l'impuls de la visibilitat i promoció de l'activitat comercial urbana són dos dels grans vectors per a la millora del seu dinamisme comercial mitjançant una estratègia comuna entre els diferents actors del territori.

En aquest context, el present projecte pretén contribuir a la definició del **Pla de reactivació de l'activitat comercial urbana a Benicarló** per tal que esdevingui un instrument que ajudi a definir un conjunt de línies estratègiques i accions que contribueixin a la millora de la competitivitat del teixit comercial actual per tal de posicionar el municipi com un territori actiu comercialment.

01. Introducció

01.01. Consideracions inicials

Els ODS i l'activitat comercial urbana

L'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible és el pla adoptat per l'Assemblea General de l'ONU a favor de les persones, el planeta i la prosperitat. Té també la intenció d'enfortir la pau universal, el partenariat i l'accés a la justícia. L'Agenda està **organitzada en 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)** que plantegen 169 fites que abasten l'àmbit econòmic, social i ambiental, i interpel·len a tothom, és a dir, governs, empreses i ciutadania. Més específicament, en l'àmbit de la reactivació econòmica i del comerç, responsable i compromès, els ODS més destacables per a aquest projecte a Benicarló són els que es detallen al llarg de les següents pàgines i son els que serviran de marc per a articular el pla per a la reactivació de l'activitat comercial urbana.



01. Introducció

01.01. Consideracions inicials

Els ODS i l'activitat comercial urbana

ODS	Nº	Nom de l'objectiu	Aplicabilitat a l'àrea APEU
	ODS 5	Assolir la igualtat de gènere.	La millora de la competitivitat i modernització de l'activitat comercial urbana requereix una visió conscient de la perspectiva de gènere. Les accions proposades pretenen assolir un marc de treball que tingui present l'impuls de la igualtat com a element motor per a la qualitat i bon funcionament de l'activitat comercial urbana i, per extensió, de les viles i ciutats. Així, la perspectiva de gènere ha de ser una eina d'anàlisi transversal a tots els programes i accions que es proposin en el projecte.
	ODS 8	Treball decent i creixement econòmic.	La reactivació de l'activitat comercial urbana ha d'anar de la mà de mesures de caràcter innovador i que millorin la sostenibilitat del teixit econòmic. Per això, aquest projecte planteja mesures que impulsin la competitivitat del sector com, per exemple, donant eines per a la seva digitalització, així com accions per preservar i promocionar els establiments que treballen en clau de proximitat i sostenibilitat, que impulsen el creixement econòmic al municipi i que generen ocupació de qualitat.
	ODS 9	Indústria, innovació i Infraestructura.	Les actuacions d'aquest projecte pretenen desenvolupar un teixit econòmic resilient capaç de reaccionar i adaptar-se als diferents canvis sobrevinguts. Es cerca potenciar una activitat comercial urbana pròpia de Benicarló que pugui donar resposta a les demandes de la població local així com de les persones visitants al territori. En aquest sentit, cal especialment potenciar la transformació digital i mediambiental així com l'impuls de la competitivitat del sector.
	ODS 11	Ciutats i comunitats sostenibles.	Benicarló ha de vetllar per un teixit econòmic de proximitat sostenible en el temps. En aquest sentit, el projecte pretén apostar per establir mecanismes de millora de la gestió i la planificació de l'activitat comercial urbana, fomentant el caràcter participatiu i la col·laboració publicoprivada, que generin també coneixement per prendre decisions estratègiques i impulsar mesures territorialitzades a les casuístiques del territori.
	ODS 12	Producció i consum responsables.	El teixit econòmic, en concret, i l'activitat comercial urbana de Benicarló, en termes generals, han de potenciar un model de producció propi sorgit de les singularitats comercials, el producte local i del seu arrelament a la vida i al municipi. Així, s'ha de potenciar també la conscienciació del consumidor envers la compra local i de proximitat.
	ODS 13	Acció pel clima.	Les accions dirigides a la millora de la competitivitat i de la modernització de l'activitat comercial urbana de Benicarló han d'anar de la mà de forma transversal amb accions per al desenvolupament sostenible i contra el canvi climàtic. Així doncs, la reactivació econòmica de l'activitat comercial urbana cal que també segueixi aquesta línia.

01. Introducció

01.02. El nostre model

Com hem vist, els espais urbans es troben **en un procés de transformació constant** que ve **condicionat per la tipologia d'usos i activitats** que hi desenvolupen els diferents agents socials i econòmics i que acaben determinant **el funcionament i el dinamisme del teixit comercial**. Aquest fet condueix explícitament a abordar l'anàlisi dels diferents aspectes que, en el seu conjunt, esdevenen indicadors del funcionament de l'espai comercial, amb l'objectiu de detectar aquells que necessiten de certa intervenció per tal de contribuir a una millora de l'estat actual.

En aquest sentit, l'anàlisi de l'activitat comercial urbana suposa un trencament amb els patrons tradicionals de l'anàlisi del sector comercial anant una passa més enllà i **posant el focus en una anàlisi de l'espai comercial urbà de caràcter transversal**. Amb l'objectiu de sintetitzar tot aquest procés, **es proposa el següent model explicatiu**, on es presenten les diferents esferes on actuen els agents implicats en la dinamització de l'activitat comercial urbana segons la seva naturalesa:

1. **Esfera pública.** El sector públic esdevé una peça clau de l'engranatge, sent un dels principals òrgans encarregats de posar en marxa diferents mecanismes de consens i de treball conjunt davant qualsevol iniciativa o problemàtica que sorgeixi envers l'activitat comercial urbana. La integren tant l'equip polític com l'equip tècnic de l'Ajuntament així com la resta de grups municipals.
2. **Esfera privada.** El sector privat, entès com el conjunt de sectors econòmics que desenvolupen la seva activitat econòmica en el territori, conforma la segona peça fonamental de la dinamització de l'activitat comercial urbana. El teixit associatiu també és un agent a tenir en compte per la seva capacitat de mobilització i d'interlocució.
3. **Ciutadania.** La ciutadania comprèn la resta d'entitats, associacions i agrupacions que donen vida al territori a través del desenvolupament de la seva activitat quotidiana. Entenem que també han de jugar un paper clau en la presa de decisions en l'àmbit públic a través de la seva participació.

**“Construïm un nou marc de relació
publicoprivat a través d'una visió més
participativa”**

01. Introducció

01.02. El nostre model

Les 3 esferes de l'activitat comercial urbana

● Esfera pública

● Esfera privada

● Ciutadania



Figura 1. El nostre model, esferes de l'activitat comercial urbana. Elaboració pròpia.

01. Introducció

01.02. El nostre model

L'anàlisi del **funcionament d'aquestes tres esferes d'acció**, en les que es poden classificar els agents implicats en la dinamització de l'activitat comercial urbana, **ha de permetre identificar les principals fortaleeses i debilitats de l'espai comercial urbà**, entenent-lo com el **continent on conflueixen i es manifesten les dinàmiques generades**.

En aquest sentit, l'**objecte d'estudi** que permet diagnosticar l'estat de situació de l'activitat comercial urbana **passa a ser l'espai comercial urbà**, el qual considerem que cal abordar a través d'una mirada centrada en 5 grans dimensions. La interpretació conjunta dels elements que configuren les cinc dimensions de l'espai comercial urbà és el que ens permet diagnosticar l'estat de situació de l'activitat comercial urbana.

En definitiva, la transversalitat de l'objecte d'estudi aporta una visió integral del funcionament del sector, però al mateix temps ens trobem davant d'una gran complexitat a l'hora d'atribuir una responsabilitat directa en la gestió i la supervisió d'alguna d'aquestes dimensions per part dels diferents agents implicats. En aquest sentit, és necessari parlar d'una coresponsabilitat, o responsabilitat compartida.

“Treballem de manera transversal a partir de l'anàlisi de 5 dimensions que configuren l'espai comercial urbà”

Les 5 dimensions de l'espai comercial urbà



Figura 2. Les 5 dimensions de l'espai comercial urbà. Elaboració pròpia.

01. Introducció

01.02. El nostre model

Tot seguit, aprofundim en les 5 dimensions de l'espai comercial urbà:

1. L'**estructura de l'espai comercial urbà**, centrat en analitzar una primera radiografia de l'activitat comercial urbana a partir de l'observació d'un conjunt d'aspectes que el configuren com són la concentració, la continuïtat o la composició del mix comercial.
2. La **imatge de l'espai comercial urbà**, entesa com la confluència de la imatge de l'espai urbà i la imatge dels establiments comercials que configuren una imatge comercial global.
3. L'**accessibilitat de l'espai comercial urbà**, un dels aspectes clau a treballar pel que fa a la mobilitat de les persones a l'hora d'accedir amb facilitat i desplaçar-se amb comoditat per l'espai comercial urbà.
4. L'**ús i dinamisme de l'espai comercial urbà**, ja que la disponibilitat d'espais públics atractius complementen l'activitat comercial urbana i formem part indissolublement de l'experiència de compra i de passeig de les persones usuàries. Els usos que se'n facin i els recursos i singularitats comercials que hi són presents, són elements que cal analitzar en el seu conjunt.
5. La **governança de l'espai comercial urbà**, és l'àmbit a partir del qual es posa de manifest com són les relacions que es donen a l'espai comercial urbà entre les diferents esferes analitzades: l'esfera pública, l'esfera privada i la ciutadania, en tots aquells aspectes que tinguin a veure amb la definició de l'activitat comercial urbana.



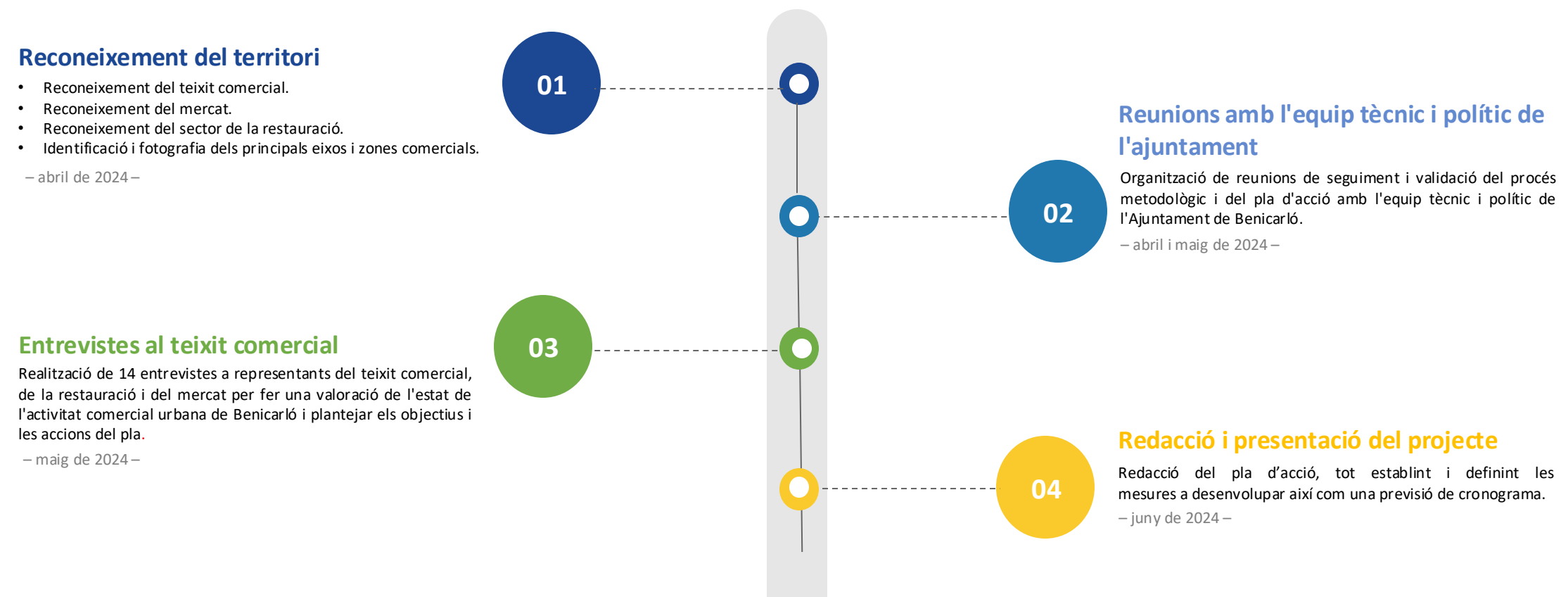
01. Introducció

01.03. Procés metodològic

Pel que fa al procés metodològic a seguir per a l'anàlisi i la realització del **Pla de reactivació de l'activitat comercial urbana a Benicarló**, aquest s'ha caracteritzat per la recerca d'una visió integral del teixit comercial del municipi amb l'objectiu de detectar aquells elements i dinàmiques que avui dia estan condicionant l'activitat comercial urbana de Benicarló.

En aquest context, el treball parteix d'una **voluntat pràctica** entregant com a **resultat final una sèrie de línies d'actuació que permetin construir una estratègia d'enfortiment comercial del municipi** així com tot un seguit de **accions de treball específiques per a la consecució d'aquests objectius**. L'enfocament del projecte ha estat multidisciplinari, aplicant una metodologia diversa que facilita espais i mecanismes de debat, de col·laboració i participació per tal de definir objectius i estratègies conjuntes amb el mateix equip tècnic i polític i el teixit econòmic de Benicarló.

Així doncs, tot seguit es presenta, de manera gràfica, el procés metodològic seguit:



01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

L'anàlisi DAFO ens permetrà obtenir una radiografia de l'estat actual de l'activitat comercial urbana de Benicarló a partir de la qual es podran identificar aquells àmbits que permetin impulsar un futur projecte de reactivació econòmica al municipi.

La realització d'aquest DAFO s'ha basat en el reconeixement del territori previ i en l'anàlisi i recopilació d'informació relativa a projectes estratègics del municipi, així com en les entrevistes i reunions grupals realitzades a persones representants del teixit econòmic, comercial i cultural de Benicarló i les reunions de treball amb l'equip tècnic i polític del propi ajuntament.

L'anàlisi DAFO, per tant, resulta una eina dispensable per justificar la necessitat d'impulsar un nou marc de treball per a l'enfortiment del comerç i la restauració del municipi a través, en aquest cas, de la creació d'un pla per a la reactivació econòmica del municipi.



Anàlisi DAFO

Debilitats

Amenaces

Fortaleses

Oportunitats

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Debilitats

- El sector comercial de Benicarló es troba ara mateix en una situació de molta inactivitat que genera una creixent desaparició d'oferta comercial atractiva.
- Hi ha una creixent falta d'oferta comercial especialitzada i de qualitat.
- Manca d'una proposta de valor i un relat propi de l'activitat comercial urbana de Benicarló.
- Manca una estratègia de visibilitat i promoció del comerç de Benicarló que dificulta la seva reactivació i dinamització.
- La imatge dels establiments comercials es percep envellida i abandonada.
- Manca de relleu generacional del comerç de Benicarló i falta d'emprenedoria en el sector comercial per la falta de solvència i atractivitat d'aquest.
- No hi ha una zona comercial identificable a Benicarló i els comerços es troben dispersats, fet que contribueix a una manca de concentració comercial i d'unitat.
- Hi ha una manca de locomotores comercials a Benicarló que actuïn com a nodes d'atracció de persones consumidores.
- Manca d'una estratègia d'embelliment i decoració actualitzada de les principals zones i eixos comercials.
- Hi ha hagut una manca d'estratègia posterior a la peatonalització d'alguns carrers de Benicarló, com per exemple amb l'aparcament.
- El comerç de Benicarló es troba poc digitalitzat.

Amenaces

- El preu de lloguer dels locals buits en planta baixa, que cada cop és més elevat i dificulta l'impuls de l'emprenedoria i la reactivació de locals buits.
- Els canvis en els hàbits de compra i de consum entre la població, intensificats després de la pandèmia de la Covid 19, amb un augment de la tendència a comprar més en grans superfícies o a través de canals online, cosa que actua en detriment dels comerços locals i de proximitat.
- L'increment notable del comerç electrònic, les grans plataformes i la digitalització esdevenen un risc per al comerç tradicional entès com fins ara.
- El poder d'atractiu comercial de Vinaròs amb oferta comercial especialitzada i bona imatge comercial pot suposar una competència que dificulti l'activitat econòmica del municipi.
- L'aparició de grans superfícies alimentàries com Mercadona pot tenir una repercussió, especialment per al Mercat Central de Benicarló.
- Tendència a la manca d'habitatge habitual i enfoc a lloguers turístic.
- L'entrada d'una tipologia d'activitat econòmica de serveis que redueix la vitalitat i el dinamisme comercial d'algunes zones de Benicarló.

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Debilitats

- Manca d'unitat d'horaris entre els comerços que es tradueix en una sensació de discontinuïtat i falta d'unió.
- Existeix una falta de persones treballadores qualificades i professionalitzades, especialment en el sector de la restauració, que provoca que, fins i tot, a vegades s'hagin de reduir torns de servei.
- La mobilització de les persones consumidores es dona principalment en moments en què hi ha una celebració o un esdeveniment i això provoca que el dia a dia hi hagi menys flux de persones a l'espai comercial urbà.
- Es percep una falta de motivació i ambició entre el sector comercial per impulsar accions de millora d'imatge, d'innovació, etc.
- Es percep una manca de reconeixement de la feina del sector comercial i de la restauració.
- Es percep l'existència d'un gran nombre de locals buits en planta baixa a les principals zones comercials del municipi.
- A la zona del Casc Antic hi ha una sèrie de locals amb problemàtiques d'accessibilitat i de dimensió molt petita, que complica la possibilitat d'adaptar-los a usos comercials i econòmics.
- Els propietaris de locals buits en planta baixa no estan sensibilitzats i no tenen visió comercial.
- Falta d'una estructura organitzativa i de recursos humans a l'àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament per a dur a terme accions estratègiques i innovadores.
- Falta d'un full de ruta planificat d'accions per reactivar i dinamitzar l'activitat comercial urbana.
- Manca d'ajudes i accions dirigides a la reactivació del comerç per part de l'ajuntament en els darrers anys.
- L'estratègia d'enfortiment del teixit comercial de Benicarló ha estat en els darrers anys vinculada únicament a accions i campanyes de promoció i dinamització, i no s'ha treballat tant la millora en la competitivitat i la professionalització del sector.
- Manca d'estratègia conjunta entre sectors estratègics del municipi com les àrees de comerç i cultura per dur a terme accions conjuntes amb l'objectiu de reactivar l'activitat comercial urbana.
- L'ajuntament de Benicarló no compta amb un cens actualitzats dels establiments comercials i de restauració que hi ha a la ciutat.
- L'ajuntament de Benicarló no ha impulsat en els darrers anys una estratègia de reactivació i recuperació de locals buits en planta baixa.
- Manca de col·laboració entre l'Ajuntament i l'hostaleria en l'organització d'activitats i esdeveniments a nivell de ciutat.

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Debilitats

- Falta d'ajudes i subvencions a l'obertura de nous negocis que no faciliten l'emprenedoria i la reactivació de locals buits.
- El servei d'atenció a l'emprenedoria de l'Ajuntament de Benicarló no disposa de personal tècnic i atén a molt poques persones emprenedores.
- Existeixen ajudes a l'emprenedoria des de la Generalitat Valenciana, però no es sol·liciten.
- Les diferents associacions de comerços, restauració i mercats no tenen mecanismes de col·laboració entre elles, especialment amb l'associació de comerciants, i no comparteixen estratègies ni recursos. Tot això es tradueix en una falta d'unitat i d'imatge conjunta entre el sector econòmic i comercial.
- Les diferents associacions no compten amb una estructura organitzativa i pressupostària professionalitzada per poder impulsar accions estratègiques i poden dedicar-se únicament a organitzar campanyes de promoció i dinamització.
- L'Associació de Bars i Cafeteries en els darrers anys ha perdut representants del sector de la restauració, en contraposició a membres de bars i cafeteries.
- El mercat central de Benicarló compta amb unes infraestructures que requereixen de reformes per modernitzar i millorar l'experiència al mercat.
- Hi ha la tendència entre les parades de mercat de deixar d'obrir en horari de tarda, cosa que repercuteix en la vitalitat i atractivitat del mercat.
- Falta una estratègia de manteniment i embelliment de les parades buides del Mercat Central.
- Per qüestions de licitacions i concessions, hi ha poc moviment i ocupació de parades del Mercat Central de Benicarló.
- Hi ha reticències entre les persones que tenen parades en el mercat central d'incorporar eines digitals en la gestió i promoció dels seus punts de venda i del mercat; únicament utilitzen les xarxes socials.
- Existeixen dinàmiques de falta d'unitat i visió de col·lectiu entre les persones paradistes del Mercat Central i també en el sector de la restauració, que individualment en general sí que treballen correctament i aposten per millorar els seus negocis.
- Les campanyes que s'organitzen des de l'Associació del Mercat al propi mercat han estat darrerament de poques dimensions i sense gaire abast.
- El canvi d'ubicació del mercat no sedentari de fruita i verdura dels dimecres de la zona del voltant del mercat sedentari a un altre lloc del municipi es considera que ha afectat negativament les parades del mercat sedentari.

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Fortaleses

- Benicarló compta a una història comercial de tradició; havia estat un dels principals nuclis comercials de la província.
- El comerç de Benicarló és principalment comerç local del territori.
- Benicarló es caracteritza per tenir un sector de restauració i gastronòmic de molta qualitat i molt professional, cosa que el converteix en un dels atractius principals de la ciutat i que treballa en base al producte local de proximitat.
- Existeix innovació i emprenedoria en el sector de la restauració i l'hostaleria.
- El municipi es caracteritza per tenir una cultura festiva, amb la celebració de molts esdeveniments impulsats per entitats i associacions al llarg de l'any com les jornades gastronòmiques del pop i la carxofa, que generen molt moviment de persones alhora que afavoreixen la desestacionalització de l'activitat comercial urbana.
- Existeix un gran nombre d'associacions socials, esportives, culturals, etc. N'hi ha més de 300.
- La clientela de Benicarló és diversa, des de persones que hi viuen, fins a clientela d'altres localitats del voltant o turistes.
- La ciutadania de Benicarló segueix conscienciada de la importància del consum local i responsable i valora el producte de proximitat.
- Benicarló compta amb una sèrie de persones artesanes de diferents productes amb capacitat d'enriquir l'activitat comercial urbana del territori.

Oportunitats

- El posicionament del municipi fa que sigui un punt d'atracció per a persones d'altres localitats properes.
- El comerç de la ciutat té potencial per esdevenir l'agent comunicador i de promoció del municipi.
- Benicarló no compta amb una forta activitat turística, cosa que fa que la seva activitat comercial no estigui tant condicionada al component d'estacionalitat i tingui una activitat econòmica més constant durant tot l'any.
- La presència d'importants nuclis turístics a prop de Benicarló, com Peñíscola, que no tenen gaires establiments comercials posiciona el municipi com a complement de l'experiència turística i genera moviment i atracció de potencial clientela.
- La peatonalització d'alguns carrers com a potencial per crear eixos comercials dinàmics i que afavoreixin el consumidor i la seva accessibilitat.

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Fortaleses

- Es valora positivament el rol actual de l'ajuntament en el suport a la reactivació de l'activitat comercial del municipi.
- Benicarló compta amb recursos de caràcter econòmic i empresarial com l'Associació Secot o un centre on es cedeixen aules per fer formacions.
- L'ajuntament ofereix un programa formatiu exclusivament per a 15 comerços minoristes que incorpora diagnosi inicial, sessions grupals i tutories individualitzades.
- Existeixen línies d'incentius per al comerç amb molt potencial. Són ofertes per la Generalitat Valenciana i s'arriben a donar entre 30.000-40.000 euros per establiment per a reformes, equipament informàtic, etc.
- Es preveu incorporar una nit addicional del comerç en el marc de l'activitat de la Nit en Vetla, que consisteix en una nit amb activitats culturals.
- Benicarló compta amb un sector cultural actiu, amb diversos equipaments culturals on s'organitzen tot tipus d'activitats culturals i lúdiques.
- L'Ajuntament ha impulsat accions de caràcter sostenible com la recollida d'escombraries per fomentar el reciclatge o el repartiment de bosses.
- Les associacions comercials, de restauració i de mercats de Benicarló compten amb un nombre elevat d'associats i tenen participació en les activitats que organitzen.
- Les associacions de Benicarló aposten per la preservació i promoció de l'economia local i el producte i la gastronomia de proximitat.
- S'aposta per cercar accions de promoció i dinamització des de les associacions en èpoques de temporada turística baixa per desestacionalitzar l'activitat comercial urbana.
- L'associació de comerciants Unió de Comerços impulsa accions de dinamització i promoció del sector comercial com el Comerç al Carrer, sortejos i vals per gastar en comerços de l'associació, campanyes de Nadal, accions de fidelització de la clientela...
- Les associacions de restauració i mercat tenen una estructura de gestió professionalitzada que els dona solidesa i capacitat d'innovació.
- Les associacions de Benicarló compten amb xarxes socials per a fer promoció dels establiments que en formen part.
- Des de l'Associació de Bars i Cafeteries i del mercat, s'intenta traspasar molta informació que pugui ser d'interès a les persones associades així com cercar formacions i oferir-les a aquests.
- La gerent de l'Associació del Mercat actua com a mecanisme de comunicació entre les persones paradistes i l'ajuntament així com amb d'altres ens locals com la Confederació de Mercats.

01. Introducció

01.04. Anàlisi DAFO

Fortaleses

- El mercat de Benicarló es posiciona com a referent al territori, funciona molt bé i atrau moltes persones tot l'any tant de Benicarló com de pobles i ciutats d'a prop. A més, fa horari de matí i de tarda.
- L'activitat i vitalitat del mercat de Benicarló ha suposat que la zona del voltant del mercat s'estigui posicionant com un nucli comercial dinàmic i atractiu.
- Els mercats de Benicarló i Vinaròs son els únics de tota la Comunitat Valenciana que obren en horari de matí i de tarda durant tota la setmana.
- El mercat de Benicarló treballa majoritàriament amb producte local del territori, on destaca el peix, i compta amb bars que ofereixen el servei de cuina de producte del mercat.
- El mercat Central de Benicarló és referència de producte local i pretén mantenir el seu posicionament com a mercat de compra quotidiana local i com a punt de trobada social i no convertir-se en un mercat de caire més gastro-turístic.
- Des de l'Associació del Mercat, s'impulsen principalment campanyes de promoció i dinamització pel Dia de la Dona, jornades de tast de vins, campanyes de sortejos, etc.
- No hi ha gaires parades buides al mercat de Benicarló, i els traspassos es fan de forma molt ràpida, fet que mostra que hi ha interès per ocupar les parades.
- El mercat de Benicarló compta amb xarxes socials conjuntes on es promocionen les parades i les activitats que es fan, així com, en general, cada parada compta amb la seva xarxa social pròpia.
- Se celebren dos mercats no sedentaris els dimecres a Benicarló, de roba i d'alimentació, que tenen capacitat d'atracció i generen moviment de persones tant de Benicarló com de localitats del voltant.

02

Marc estratègic

En aquest apartat:

- 02.01. Definició del model per a la reactivació de l'activitat comercial urbana
- 02.02. Objectius generals
- 02.03. Proposta de valor

02. Marc estratègic

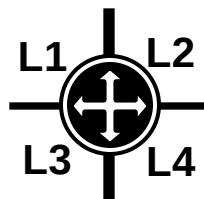
02.01. Definició del model per a la reactivació de l'activitat comercial urbana

En aquest apartat, i com a exercici de reflexió amb visió estratègica, plantejem una sèrie d'aspectes que vindran a determinar el model per a la reactivació econòmica de l'activitat comercial urbana a Benicarló. Les línies de treball i les accions a impulsar tenen en compte no només l'impuls de l'activitat comercial urbana, sinó també la promoció del consens i la col·laboració publicoprivada, tot tenint present el marc de treball plantejat pels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS, en endavant).

Com és el model econòmic actualment?



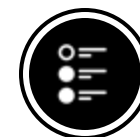
Línies estratègiques



Justificació i Objectius específics



Actuacions a desenvolupar



Com volem que sigui el model econòmic en un futur?



02.01. Definició del model per a la reactivació de l'activitat comercial urbana

Col·laboració publicoprivada i governança

Un teixit econòmic amb absència d'un instrument o un grup de mecanismes que permetin treballar en la planificació, la gestió i la dinamització de l'activitat comercial urbana de manera conjunta.

Un model amb una activitat comercial urbana governada per un òrgan o un instrument que permeti **treballar amb un enfocament molt participatiu i de caràcter transversal a Benicarló.**

Imatge comercial

Un model econòmic poc propens a la realització de mesures per a l'actualització i la millora de l'atractivitat de la imatge dels seus negocis.

Un nou model de **suport a l'actualització del teixit a través d'eines** per a la millora de la imatge comercial, també per embellir l'espai comercial urbà.

Emprenedoria i ocupació

Un municipi on no hi ha propostes emprenedores i que requereix eines de suport i acompanyament per facilitar l'aparició de nous negocis emprenedors.

Un model econòmic que aposta per **impulsar l'emprenedoria i l'ocupació professionalitzada**, reduint la manca de relleu generacional, incentivant un clima econòmic favorable a aquesta.

Locals actius

Un espai comercial urbà que compta amb locals buits en planta baixa, cosa que genera falta d'atractivitat, dinamisme i continuïtat de l'espai comercial urbà.

Un espai comercial urbà **actiu i dinàmic**, que té activitat comercial, cultural i social als locals en planta baixa i que és **atractiu per a l'experiència de compra** en el seu conjunt.

Transformació digital

Un teixit econòmic i un espai comercial urbà poc adaptat a l'ús de les eines digitals com a mecanisme per enfortir la seva adaptabilitat i relació amb la clientela.

Un teixit econòmic i un espai comercial urbà centrat en **aprofitar les eines digitals** per reforçar el valor de la proximitat amb les persones consumidores.

Planificació de l'activitat comercial urbana

Un model econòmic amb certes mancances pel que fa al coneixement del seu teixit que afebleix la seva capacitat d'estratègia i enfortiment.

Un model econòmic que compta amb una **base d'informació i estadística completa i actualitzada** del teixit que li permet analitzar el seu funcionament i definir estratègies per enfortir-lo.

Model associatiu

Un municipi que compta amb una sèrie d'associacions que requereixen d'una major professionalització i, alhora, fomentar el treball conjunt entre elles.

Un municipi amb una activitat comercial urbana liderada per **associacions professionalitzades** que **col·laboren** per dur a terme accions i **comparteixen recursos i visibilitat.**

Professionalització de sectors

Un teixit econòmic poc propens a la realització de mesures per a l'actualització i la millora de la resiliència dels seus negocis.

Un teixit econòmic que té eines per **adaptar-se i innovar** en un **context de canvi** en els hàbits de compra i de consum, de digitalització del punt de venda, etc.

02.01. Definició del model per a la reactivació de l'activitat comercial urbana

Transformació mediambiental

Un teixit econòmic que ha d'introduir més eines de gestió ambiental i energètica eficients a la seva activitat i que no està conscienciat sobre la responsabilitat mediambiental.

Un teixit econòmic que és **conscient de la crisi climàtica i mediambiental** i que introdueix eines per millorar la seva **sostenibilitat i eficiència energètica**.

Promoció i visibilitat

Un teixit econòmic que no té un relat comú ni una estratègia de promoció i visibilitat dels seus atractius que li permeti enfortir la imatge i la unitat de la seva activitat comercial urbana.

Un model de promoció comercial que defineixi una estratègia de comunicació per crear **un relat comú que millori la imatge i l'atractiu** del territori a ulls tant de la població local com de nous visitants.

Singularitat i proximitat

Un model de dinamització comercial que no aplica una estratègia de preservació i promoció del seu comerç de proximitat per a fer-lo més atractiu i únic.

Un model de dinamització comercial enfocat en la **promoció del comerç de proximitat i singular** com una estratègia per a enfortir la seva activitat comercial urbana a través d'una oferta comercial de qualitat.

Enfortiment del mercat

Un Mercat Central que té potencial per esdevenir un nucli comercial de referència i que li manquen estratègies de promoció, professionalització i col·laboració.

Un mercat que és **referència del comerç de proximitat** del territori, que és **viu i actiu** i que té una **estructura professionalitzada i col·laborativa**.

Comerç i cultura

Un municipi que té potencial tant a nivell comercial com a nivell cultural, però que no compta amb una estratègia de col·laboració entre ambdós sectors per dinamitzar l'activitat comercial urbana.

Un municipi que compta amb una activitat comercial urbana que és representativa dels **valors i la identitat** del territori a través del **treball de consens** amb el **sector cultural**, compartint recursos i visibilitat.

Dinamització comercial

Un model de dinamització comercial poc orientat a la definició d'estratègies conjuntes per potenciar el territori entre els seus diferents nodes d'activitat (econòmica, turística, cultural, etc.).

Un model de dinamització econòmica pensat en treballar de **manera conjunta la dinamització de l'activitat comercial urbana amb l'activitat cultural, social i turística**.

02. Marc estratègic

02.02. Objectius Generals

- 01** Incentivar un model comercial de proximitat, impulsant una oferta comercial singular i promovent el consum local entre la ciutadania.
- 02** Promoure la innovació i adaptabilitat de l'activitat comercial urbana mitjançant el consens i la col·laboració publicoprivada.
- 03** Promoure un espai comercial urbà més visible i identificable a ulls de la persona consumidora.
- 04** Fer del mercat municipal el referent comercial i econòmic del municipi.



02. Marc estratègic

02.03. Proposta de valor



COM VOLEM QUE SIGUI L'ACTIVITAT COMERCIAL URBANA DE BENICARLÓ A L'HORIZZÓ DE L'ANY 2030?

Benicarló ha d'apostar per treballar col·laborativament amb els diferents agents implicats en l'enfortiment de la seva activitat comercial urbana per establir un full de ruta comú que reactivi el model econòmic local. El municipi ha de preservar la proximitat de l'activitat comercial urbana i promoure la seva singularitat, impulsant alhora la millora de la seva innovació i professionalització. Cal treballar també per a què l'activitat comercial urbana de Benicarló construeixi el seu relat i la seva marca pròpia per promocionar-se i dotar de valor la seva feina al llarg dels anys.



01 | Governança i col·laboració publicoprivada

Benicarló necessita treballar l'enfortiment de la seva activitat comercial urbana mitjançant la col·laboració publicoprivada i el treball transversal amb tots els agents implicats en aquesta activitat, generant informació estratègica sobre el teixit comercial per impulsar mesures efectives i treballant per construir un model associatiu professionalitzat i sòlid.



PROFESSIONALITZACIÓ ASSOCIATIVA

Un municipi que compta amb una sèrie d'associacions professionalitzades dins l'activitat comercial urbana i que aquestes treballen de forma col·laborativa compartint recursos i mesures a impulsar.



COL·LABORACIÓ PUBLICOPRIVADA

Un municipi que treballa la reactivació i l'enfortiment de l'activitat comercial urbana buscant mecanismes de treball i comunicació eficients entre el sector públic i el sector privat.

TRANSVERSALITAT

Una localitat que, per mitjà del treball de caràcter transversal, té capacitat per establir sinergies entre el teixit comercial, el sector públic i recursos territorials de diferent índole, i treballar en un full de ruta comú que agrupi les múltiples visions.

PLANIFICACIÓ

Un municipi que coneix els seus recursos econòmics i que compta amb una estratègia de planificació i gestió sobre informació relativa a l'activitat comercial urbana i als hàbits de consum.



02 | Regeneració i inversió

L'activitat comercial urbana de Benicarló necessita treballar en la millora de la seva resiliència i competitivitat impulsant mesures en termes de transformació digital i mediambiental, impuls de nova activitat comercial, reactivació de locals buits en planta baixa per incentivar l'atractivitat i la continuïtat de l'espai comercial urbà i professionalitzar el sector amb ofertes formatives innovadores.



EMPRENEDORIA

Un municipi que es posiciona com a eix potencial per atraure talent, fomentar nova activitat i establir sinergies per a la reactivació comercial del territori.

PROFESSIONALITZACIÓ

Un teixit comercial actiu i que compta amb eines que li donen solidesa, capacitat d'adaptar-se i de prendre decisions davant canvis en els hàbits de consum, noves tendències en el sector comercial, etc.

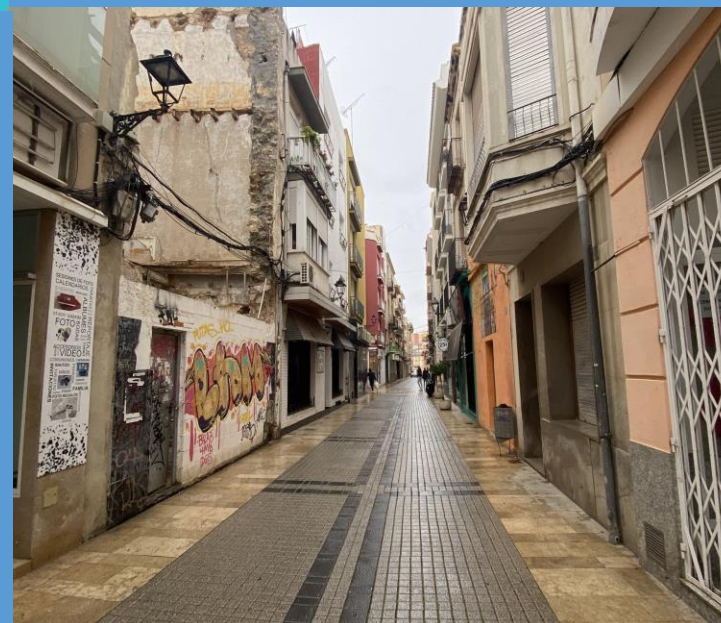


LOCALS BUITS

Un municipi que compta amb una activitat comercial dinàmica i atractiva en els locals en planta baixa que millora la percepció de vitalitat i continuïtat de l'espai comercial urbà.

TRANSFORMACIÓ DIGITAL

Uns establiments que s'han format respecte les possibilitats de la transformació tecnològica i un espai comercial urbà que compta amb eines tecnològiques intel·ligents que generen dades i informació per definir estratègies.



SOSTENIBILITAT

Un teixit comercial que necessita alinear l'enfortiment de la seva activitat econòmica amb el desenvolupament sostenible com a part d'una estratègia que incideixi en la conscienciació sobre hàbits de consum responsable i impuls del comerç de proximitat.

03 | Visibilitat i vibrant

L'activitat comercial urbana de Benicarló té potencial per millorar la seva atractivitat. Tot i això, el municipi requereix d'una estratègia de comunicació i promoció dels seus atractius econòmics que serveixi per a enfortir la seva marca i contribuir al seu posicionament. Alhora, la preservació i promoció de la història comercial de Benicarló passa pel suport al comerç i la restauració de caràcter local, emblemàtica i de proximitat.

MARCA COMERCIAL

El teixit comercial de Benicarló necessita millorar la seva visibilitat mitjançant la creació d'un relat que millori la seva imatge i el faci identificable a nivell d'espai comercial urbà.



SINGULARITAT

Un entorn urbà amable, atractiu i acollidor que permeti incrementar la identitat de l'espai urbà, incentivant el comerç singular i emblemàtic i sectors estratègics com la restauració i la gastronomia local.

SINERGIES

Una activitat comercial urbana que estableix connexions amb altres sectors com la cultura per organitzar esdeveniments, promoure la seva pròpia oferta diferencial i dinamitzar l'espai urbà.



RECONeixEMENT

El municipi necessita fomentar el sentiment de pertinença i el reconeixement del teixit comercial per incentivar la seva motivació per impulsar mesures innovadores.



03

Pla d'acció

En aquest apartat:

03.01. Línies estratègiques

03.02. Descripció dels programes i les accions

03.03. Cronograma

03. Pla d'acció

03.01. Línies estratègiques

A partir de l'anàlisi i les conclusions recollides, es desenvolupa el següent marc estratègic general que estructurarà el **Pla de reactivació de l'activitat comercial urbana a Benicarló**. El pla d'acció s'organitza segons tres línies estratègiques, que es desprenen dels objectius generals i a partir de les quals es durà a terme el procés d'implementació del pla.

En aquest sentit, entenem que els reptes identificats han de permetre incorporar noves iniciatives i tenir la capacitat de donar resposta als reptes que puguin sorgir.

Com a tal, els programes que es derivin d'aquestes línies han de ser prou concrets per a ser operatius, però també han de resultar flexibles per a permetre la seva revisió i adaptació a les possibles dinàmiques de transformació que afectin el territori.

Concretament, es plantegen les següents tres línies estratègiques:



L1

Impuls d'una governança més col·laborativa.



L2

Regeneració i inversió a l'activitat comercial urbana.



L3

Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà.



03. Pla d'Acció

03.02. Descripció dels programes

En base a aquestes 3 grans línies estratègiques, es plantegen una sèrie de programes per a cadascun dels àmbits. Així, el pla d'acció s'estructura en un total de 8 programes:

L1. Impuls d'una governança més col·laborativa.

P1. Programa d'impuls d'una governança més innovadora.

P2. Programa per a la planificació de l'activitat comercial urbana.

L2. Regeneració i inversió a l'activitat comercial urbana.

P3. Programa per la reactivació i recuperació de locals buits.

P4. Programa de professionalització i modernització del sector.

P5. Programa d'enfortiment del Mercat Central.

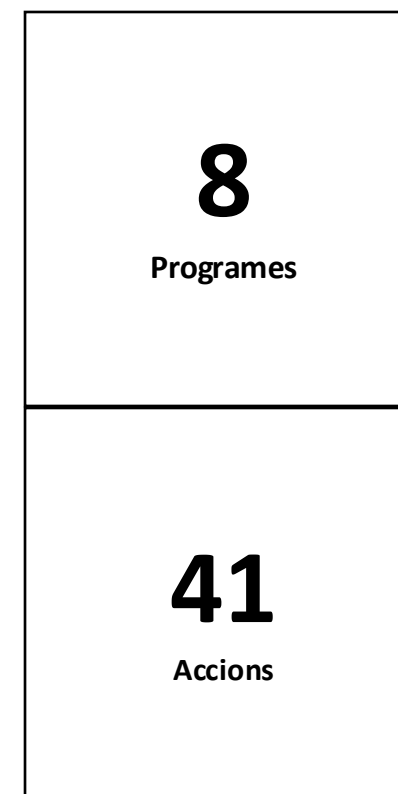
P6. Programa per la transformació digital i mediambiental.

L3. Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà.

P7. Programa d'impuls de la promoció i visibilitat de l'activitat comercial urbana.

P8. Programa de singularització de l'estructura comercial.

En aquest sentit, a continuació es marca la tipologia de les actuacions i mesures que es plantegen en funció de la seva naturalesa i el pressupost estimat per a la implementació global del projecte, sense comptar els recursos interns.



03. Pla d'acció



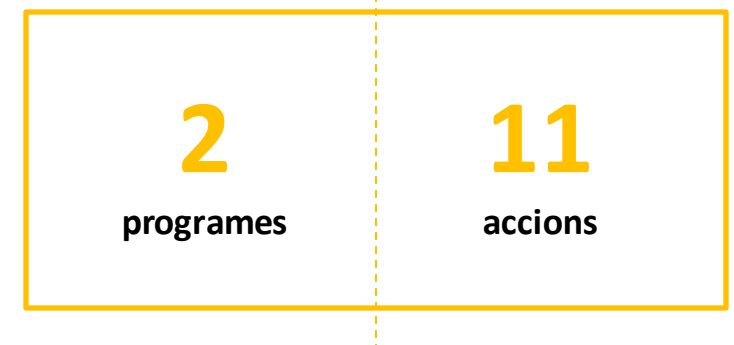
L1 Impuls d'una governança més col·laborativa

Explicació de la línia

Un dels elements més importants en la dinamització comercial de qualsevol territori és l'impuls de la col·laboració públicoprivada. Benicarló compta amb una sèrie d'associacions en el sector comercial i de restauració amb molta representació i que impulsen accions diverses, però que requereixen la promoció d'un full de ruta comú entre elles i amb l'ajuntament per dissenyar i executar polítiques públiques de suport a la competitivitat i innovació del teixit econòmic. Alhora, cal que puguin millorar la seva professionalització i sostenibilitat econòmica interna de cara a impulsar accions estratègiques i innovadores. Convé, en aquest sentit, implementar mesures que contribueixin a l'impuls d'un marc de treball públicoprivat que generi consens per incentivar la innovació compartida i la proposta conjunta d'actuacions, el reforç i/o ampliació del model associatiu i l'establiment de les bases per a la disposició d'una major informació relativa al teixit econòmic i a les dinàmiques que el condicionen actualment.

Objectius generals

1. Integrar la visió dels diferents agents del territori en la definició de les estratègies d'enfortiment de l'activitat comercial urbana.
2. Treballar en la millora de la recollida d'informació i planificació sobre el teixit econòmic del municipi.
3. Enfortir i professionalitzar l'associacionisme existent en el sector econòmic de Benicarló.



Programes a desenvolupar		Prioritat	Pàgina
P1	Programa d'impuls d'una governança més innovadora.	● ● ● ● ●	Alta
P2	Programa per a la planificació de l'activitat comercial urbana.	● ● ● ● ●	Alta

L1 – Impuls d'una governança més col·laborativa



P1 Programa d'impuls d'una governança més innovadora

Justificació

- La necessitat que el municipi enforteixi el treball col·laboratiu i de consens entre el teixit econòmic i l'ajuntament pel seu potencial a impulsar accions transformadores i esdevenir una eina clau per fomentar una visió transversal i integradora en la definició de mesures en l'àmbit de l'activitat comercial urbana.
- La necessitat d'enfortir i professionalitzar aquelles entitats i associacions que es dediquen a la promoció i l'impuls del teixit econòmic de Benicarló, alhora que també s'incentivi la seva col·laboració amb la definició d'un full de ruta compartit.



Prioritat	Complexitat	ODS				
● ● ● ● ●	Alta	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Descripció del programa

Benicarló no disposa de cap eina de treball col·laboratiu ni estratègia compartida entre els principals actors implicats en l'activitat comercial urbana del territori que permeti impulsar accions innovadores alhora que consensuades entre els agents implicats. Cal que a l'hora de definir estratègies d'enfortiment i promoció comercial se cerquin mecanismes de col·laboració i de diàleg, donant suport a l'enfortiment de les entitats associatives existents al municipi com a eina essencial de col·laboració publicoprivada.

Així, l'Ajuntament de Benicarló cal que generi espais i mecanismes de treball conjunt entre els diferents actors i associacions estratègiques implicades en l'activitat comercial urbana del municipi per definir un full de ruta consensuat en la reactivació econòmica del municipi així com que impulsi mesures innovadores en col·laboració amb altres municipis i localitats per compartir reptes estratègics i crear sinergies en el sector.

Objectius específics

1. Impulsar la col·laboració publicoprivada en la reactivació de l'activitat comercial urbana.
2. Enfortir l'estructura associativa del municipi.
3. Promoure espais de debat i reflexió en relació a l'enfortiment econòmic de Benicarló que impliquin actors de diferents sectors estratègics.

Actuacions proposades

P1_A1. Creació del Consell de Comerç de Benicarló.

P1_A2. Creació d'una Comissió de treball transversal per a la reactivació de l'activitat comercial urbana.

P1_A3. Programa d'ampliació de les bases i el suport econòmic a l'associacionisme.

P1_A4. Jornades de comerç "Comerç, proximitat i espai urbà": reptes del comerç a la Comunitat Valenciana.

P1_A5. Intercanvi d'experiències supramunicipals "Grup impulsor del comerç en municipis mitjans".

P1_A6. Elaboració d'un pacte publicoprivat per a la preservació i promoció de l'activitat comercial urbana de Benicarló.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P1_A1. Creació d'una taula de seguiment de la dinamització comercial de Benicarló.

Descripció

El projecte de reactivació econòmica de l'activitat comercial urbana requereix que s'incorpori una visió integral i transversal dels reptes que afronta. Aquest ha de sorgir del debat i el consens de totes les àrees de l'ajuntament implicades en aquest àmbit així com dels principals agents econòmics.

És per això que aquest projecte proposa treballar l'estratègia de reactivació de l'activitat comercial urbana integrant no només les àrees de promoció econòmica i de comerç, sinó també implicant altres sectors com la cultura, la planificació urbanística, l'educació, el medi ambient, etc. Es proposa crear una taula de seguiment per la dinamització comercial de Benicarló, que es reuneixi periòdicament per buscar sinergies i debatre les mesures que es volen tirar endavant a nivell de promoció econòmica i valori aquelles que ja s'han dut a terme. D'aquesta manera, també es transmet una visió de conjunt sobre l'activitat urbana i la dinamització dels espais urbans.

Objectius específics

- Plantejar projectes de reactivació urbana de caràcter transversal i integrador al municipi.
- Dinamitzar els espais urbans buscant sinergies entre sectors per compartir visibilitat i recursos.

Passes a seguir

- Establiment d'un departament, que podria ser el Departament de Comerç, com a impulsor de la taula de seguiment i detecció dels departaments que s'hi volen incloure.
- Decisió sobre el format i la calendarització de les taules de seguiment.
- Presentació i comunicació pública del nou format de treball en l'estratègia de reactivació de l'activitat comercial urbana.

Indicadors de seguiment

Nombre de departaments representats en la taula de seguiment.
Nombre de reunions anuals celebrades.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Cultura; Departament d'Educació; Departament de Participació Ciutadana; Departament de Medi Ambient; Departament d'Urbanisme; Departament de Turisme.

ODS vinculats



Acció

P1_A2. Creació d'una Comissió de treball transversal per a la reactivació de l'activitat comercial urbana.

Descripció

Després del debat i la definició del projecte mitjançant taules de treball amb un grup amb persones representants del sector comercial, de la restauració i del mercat de Benicarló, aquest mecanisme s'ha de convertir en una eina de treball periòdica, institucionalitzada i que actui sota el nom de la comissió. Aquesta comissió serà clau perquè s'implementin i s'avaluin les mesures acordades en el projecte i es faci seguiment de manera col·laborativa.

Aquesta comissió ha d'estar formada per persones representatives del teixit comercial, de restauració i del mercat, així com per l'equip tècnic i polític del Departament de Comerç de l'ajuntament. Per a projectes singulars, es pot plantejar la incorporació puntual de membres, per exemple, d'entitats i associacions culturals o qualsevol altre sector d'interès. El grup motor ha de ser, també, un actor impulsor, divulgador i motivador de tot el procés de reactivació econòmica i comercial del municipi.

Objectius específics

- Donar continuïtat a les taules de treball creades per elaborar el projecte perquè s'implementin i s'avaluin les mesures acordades.
- Consolidar una estructura de treball col·laborativa en l'estratègia de reactivació de l'activitat comercial urbana.

Passes a seguir

- Detecció d'entre 10 i 12 persones que formin part del teixit econòmic i comercial així que siguin representatives i puguin vehicular correctament els interessos del sector al que representen.
- Definició d'un cronograma conjuntament on s'indiquin les reunions de treball periòdiques i els seus objectius.
- Realització de reunions de treball on es debati, consensui i avaluï l'estratègia de reactivació de l'activitat comercial urbana.
- Seguiment i avaluació del funcionament de la Comissió.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones representants de cada sector participant (comerç, restauració i mercat).
Variació entre les persones participants al grup motor i a la comissió.
Variació entre les persones participants al grup motor i a la comissió per sector.
Nombre de reunions anuals celebrades.
Nombre de persones participants a les reunions.
Nombre d'acords/mesures resultants de la comissió anualment.

Departament de Comerç; Departament de Participació Ciutadana.

Agents implicats

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P1_A3. Programa d'ampliació de les bases i el suport econòmic a l'associacionisme.

Descripció

El progrés econòmic de qualsevol territori requereix l'impuls de mecanismes per a promoure la col·laboració i el consens entre els diferents actors implicats en l'activitat econòmica del territori. Així, aquesta acció se centra en posar la mirada en donar suport i solidesa a les associacions de comerç, restauració i mercats de Benicarló, enteses com a mecanismes claus de col·laboració publicoprivada.

En aquest sentit, les associacions de Benicarló funcionen i tenen múscul de persones associades però requereixen de mesures de professionalització i de suport econòmic per poder impulsar accions innovadores. Alhora, aquesta acció també pretén cercar mecanismes que possibilitin el treball conjunt entre les associacions, entenent que moltes vegades els interessos i els objectius convergeixen entre elles.

Objectius específics

1. Professionalitzar i dotar de recursos econòmics les associacions del sector econòmic del municipi.
2. Impulsar espais de debat i reflexió per incentivar el treball conjunt entre associacions.

Passes a seguir

1. Realització de taules de treball amb 2/3 representants de cada associació per marcar objectius i interessos comuns.
2. Establiment de trobades conjuntes cada un determinat període de temps per impulsar accions conjuntes.
3. Obertura d'una línia de subvencions per a associacions del sector econòmic.
4. Anàlisi de les necessitats formatives de professionalització de les associacions.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones participants de cada associació.
 Nombre de reunions anuals celebrades.
 Nombre d'accions compartides realitzades en el període d'un any.
 Nombre de línies d'ajut econòmic a les associacions impulsades.
 Nombre d'accions de professionalització de l'associacionisme realitzades.

Agents implicats

Departament de Comerç; Unió de Comerços de Benicarló; Associació Bars i Cafeteries; Associació del Mercat Municipal.

ODS vinculats



Acció

P1_A4. Jornades de comerç “Comerç, proximitat i espai urbà”: reptes del comerç a la Comunitat Valenciana.

Descripció

L'acció inclou el disseny, la comunicació i la realització d'unes jornades pioneres per tractar la importància de la preservació i l'impuls de l'economia local i de proximitat a la Comunitat Valenciana, remarcant els beneficis del consum local tant a nivell col·lectiu com a nivell individual en el marc dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

Les jornades poden incloure un seguit de ponències breus seguides on es tractin i es debatin temàtiques relacionades amb el comerç de proximitat, els reptes que aquest afronta en termes de digitalització, canvis en els hàbits de compra i de consum, responsabilitat mediambiental, competitivitat i professionalització, etc. i els seus beneficis (salut i benestar personal, contribució a la responsabilitat mediambiental i a la sostenibilitat, suport a les persones productores i emprenedores del territori, creixement econòmic, etc.) tant amb persones expertes en aquest àmbit com membres del teixit comercial. Alhora, es poden plantejar temàtiques relacionades amb la creació d'espais comercials urbans saludables i accessibles i que formin part també de l'experiència comercial de la població.

Objectius específics

1. Esdevenir un territori pioner en la preservació i promoció de l'economia i el comerç local i de proximitat.
2. Enfortir i dotar de reconeixement el sector comercial que treballa en clau de proximitat.
3. Conscienciar a la població dels beneficis del consum local i responsable.

Passes a seguir

1. Organització d'una taula de treball amb l'equip tècnic, persones expertes i persones representants del sector comercial per definir el contingut i els recursos necessaris per a la realització de les jornades.
2. Disseny d'una estratègia de comunicació per a la difusió de les jornades.
3. Preparació d'una base per a les inscripcions a les jornades.
4. Seguiment i avaluació de l'execució.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones assistents en les jornades.
 Nombre de persones assistents en les jornades del sector comercial.
 Nombre de persones participants en les jornades del sector comercial.
 Nombre de temàtiques tractades.

Agents implicats

Departament de Comerç; Persones expertes en comerç de proximitat i consum responsable; Teixit comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P1_A5. Intercanvi d’ experiències supramunicipals “Grup impulsor del comerç en municipis mitjans”.

Descripció

Son diversos els municipis que estan posant el focus en la preservació i promoció de la seva activitat comercial local i de proximitat enfront a les tendències de globalització i de canvis en els hàbits de compra i de consum que posen en perill aquest sector i requereixen que s'impulsin mesures per enfortir-se en un context canviant.

En aquest sentit, cal treballar l'enxarxament i el treball col·laboratiu com a mecanismes per compartir experiències entre municipis que estiguin treballant en aquesta línia com una manera eficaç de compartir solucions i mesures innovadores, així com accions que no han obtingut bons resultats. Per això, es proposa la creació d'un grup impulsor del comerç de proximitat, liderada per l'Ajuntament de Benicarló, entre municipis amb característiques sociodemogràfiques i comercials similars com una estratègia d'enfortiment i benefici mutu.

Objectius específics

- Reforçar l'estratègia de preservació i promoció de l'activitat comercial urbana de proximitat del municipi.
- Establir sinergies amb actors estratègics que treballen en la mateixa línia de promoció econòmica i comercial.

Passes a seguir

- Organització d'unes jornades de networking entre persones referents en el sector comercial de l'ajuntament de municipis mitjans.
- Organització de reunions individuals entre municipis amb similituds i objectius compartits per a compartir experiències i crear sinergies.
- Identificar entre 8 i 10 persones participants en aquestes activitats per crear un grup impulsor del comerç local.
- Establiment de reunions periòdiques del grup impulsor per acordar estratègies i compartir coneixement i actualitzacions en el sector.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones assistents en les jornades de networking.
 Nombre de reunions individuals celebrades.
 Nombre de municipis representats en les jornades i les reunions.
 Nombre de municipis representants en el grup impulsor.
 Nombre de reunions realitzades entre el grup impulsor.

Agents implicats

Departament de Comerç.

ODS vinculats



Acció

P1_A6. Elaboració d'un pacte públicoprivat per a la preservació i promoció de l'activitat comercial urbana de Benicarló.

Descripció

Després de l'elaboració i debat del projecte a través de les taules de treball, cal que s'estableixi un document escrit que esdevingui un pacte que reculli els objectius i les mesures que es volen dur a terme per reactivar l'activitat comercial urbana durant els propers 4 anys. Aquest document ha de deixar unes bases col·laboratives i de consens amb el sector pel que fa a la reactivació i dinamització de l'activitat comercial urbana. Per tant, ha de sorgir d'un consens transversal entre l'Ajuntament de Benicarló, el teixit econòmic i comercial i entitats associatives comercials, socials, culturals i d'altre índole involucrades en l'activitat comercial urbana del territori.

Així, cal establir les bases i els compromisos que es volen assumir durant el procés de reactivació econòmica, en aquest cas, principalment, el compromís per preservar i promoure l'economia i el comerç local.

Objectius específics

- Tenir un document marc que reculli tant el treball elaborat durant el procés de definició del projecte com els compromisos i accions a du a terme en els propers anys.
- Potenciar la visió participativa i el treball transversal en la reactivació de l'activitat comercial urbana.

Passes a seguir

- Detecció de les persones participants en la definició i redacció del pacte.
- Organització i realització d'una sèrie de taules i reunions de treball entre l'equip tècnic i polític i el teixit econòmic i comercial del municipi per definir les bases del document.
- Redacció i presentació oficial del pacte per a la reactivació del comerç i la preservació de l'economia i el comerç local a la ciutadania.
- Avaluació anual de les bases i l'abast del pacte.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones participants en l'elaboració del pacte.
 Nombre d'acords assolits en l'elaboració del pacte al cap d'un any.
 Nombre d'acords assolits en l'elaboració del pacte al cap de 4 anys.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Participació Ciutadana.

ODS vinculats





P2 Programa per a la planificació de l'activitat comercial urbana

Justificació

- La necessitat de disposar d'informació sobre l'estat de situació i de l'evolució de les dinàmiques econòmiques en el context en què es troba el municipi per tal de definir una estratègia específica a la seva casuística i per a la definició d'un model comercial de futur.
- La necessitat que Benicarló faci un pas endavant i disposi d'informació relativa a les dinàmiques de compra i de consum tant de la seva població local com de les persones visitants.



Prioritat	Complexitat	ODS			
● ● ● ● ●	Alta	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Descripció del programa

Benicarló no disposa de cap eina de planificació i gestió de processos que treballin en la generació d'informació en relació a l'activitat comercial urbana existent al municipi amb una base de dades on estiguin recollides i actualitzades les activitats econòmiques en planta baixa així com les seves característiques, el grau de maduresa digital dels establiments comercials i de restauració, etc. Això fa molt difícil la possibilitat de dissenyar una estratègia de desenvolupament de l'activitat comercial urbana innovadora, que doni resposta a les necessitats específiques del sector i que sigui sostenible en el temps.

En aquesta línia, es considera pertinent que l'ajuntament de Benicarló doti de més recursos la seva àrea de promoció econòmica per tal que aquesta pugui posar solució a la casuística de manca de planificació de l'activitat comercial urbana. Alhora, es creu necessària una revisió de les regulacions i normatives que afecten l'activitat econòmica en planta baixa per tal d'ordenar i definir els usos a l'espai comercial urbà.

Objectius específics

1. Impulsar un marc de treball per generar informació relativa al teixit econòmic de Benicarló.
2. Definir una estratègia per part de l'Ajuntament de Benicarló per tal d'enfortir la seva estructura organitzativa i pressupostària.

Actuacions proposades

P2_A1. Realització d'un cens comercial i creació d'indicadors de salut comercial.

P2_A2. Realització d'un estudi d'activitat comercial urbana.

P2_A3. Estratègia d'enfortiment de l'estructura organitzativa i pressupostària de l'àrea de promoció econòmica.

P2_A4. Pla de revisió i definició de la normativa reguladora de l'activitat comercial urbana al municipi.

P2_A5. Guia per a la comunicació de les ordenances comercials de Benicarló.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P2_A1. Realització d'un cens comercial i creació d'indicadors de salut comercial.

Descripció	Aquesta acció pretén impulsar una estratègia de planificació i coneixement de l'activitat comercial urbana per tal d'analitzar l'evolució del sector econòmic i comercial i poder actuar amb una base més consolidada d'informació. A més, la creació d'aquesta base d'informació sobre l'activitat comercial urbana de Benicarló suposa, també, una visió de futur per totes aquelles polítiques i mesures que es vulguin impulsar des de l'ajuntament. L'actuació, per tant, inclourà la creació d'una base de dades i informació actualitzada constantment que beurà de la realització de censos comercials i de la recollida d'indicadors de salut comercial, establint una periodicitat concreta, que aportin dades relatives a l'activitat econòmica del municipi actualitzades.
Objectius específics	1. Obtenir una radiografia actualitzada de l'activitat comercial urbana del municipi. 2. Definir estratègies i mesures de reactivació comercial en base a informació actualitzada.
Passes a seguir	1. Definició de les dades i la informació que es vol obtenir. 2. Contractació d'una persona o grup de persones que es dediquin a la recollida, gestió i sistematització de la informació obtinguda. 3. Cerca de mecanismes de gestió de dades per poder tenir la informació actualitzada de forma sistematitzada. 4. Anàlisi de les dades i la informació obtinguda per definir accions prioritàries.
Indicadors de seguiment	Nombre de comerços participants en la recopilació de dades. Nombre d'àmbits d'informació recollida. Nombre de vegades que s'han utilitzat les dades.
Agents implicats	Departament de Comerç.
ODS vinculats	   

Acció

P2_A2. Realització d'un estudi d'activitat comercial urbana.

Descripció	En la línia de treballar per tenir un major coneixement de l'activitat econòmica urbana del municipi i així poder dissenyar una planificació estratègica per al seu enfortiment, es planteja la necessitat de realitzar una sèrie d'estudis per analitzar l'estat de situació del sector en diversos àmbits i, a partir d'aquí, dissenyar plans d'actuació per abordar les necessitats concretes. En aquest sentit, es proposen algunes accions com la realització d'un estudi de maduresa digital del sector econòmic per obtenir una fotografia d'aquest a nivell de digitalització i dissenyar estratègies a mida o la realització d'una anàlisi de la situació quant a manca de relleu generacional per al disseny d'un pla de xoc amb l'objectiu de pal·liar les conseqüències d'aquest fenomen en el comerç i la restauració.
Objectius específics	1. Obtenir coneixement de l'estat de situació de l'activitat comercial urbana del municipi en àmbits estratègics per al seu enfortiment. 2. Dissenyar i implementar accions a mida basades en les necessitats i interessos detectats en els estudis realitzats.
Passes a seguir	1. Definir els àmbits a estudiar conjuntament entre l'equip tècnic del Departament de Comerç i el sector comercial i de restauració. 2. Definir els recursos necessaris i la metodologia a emprar per a la realització dels estudis. 3. Organitzar una taula de treball per analitzar els informes i definir les actuacions a impulsar.
Indicadors de seguiment	Nombre d'estudis realitzats. Nombre d'àmbits tractats en els estudis realitzats. Nombre d'actuacions impulsades en resposta als estudis realitzats. Nombre d'establiments comercial i de restauració participants.
Agents implicats	Departament de Comerç; Sector comercial.
ODS vinculats	  

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P2_A3. Estratègia d'enfortiment de l'estructura organitzativa i pressupostària de l'àrea de promoció econòmica.

Descripció

L'estructura organitzativa i pressupostària del Departament de Comerç de l'Ajuntament de Benicarló presenta una manca de recursos que han provocat la dificultat d'impulsar mesures innovadores per reactivar l'activitat comercial urbana del municipi.

Per impulsar l'elaboració del projecte, es necessitaran més recursos, tant humans com econòmics. Es considera que caldrà augmentar el nombre de persones que treballen al Departament de Comerç així com augmentar el pressupost. Aquesta estructura convindrà que es mantingui posteriorment a la realització del projecte en la línia de consolidar el compromís de treballar per la reactivació de l'activitat comercial urbana i la promoció de l'economia de proximitat de Benicarló.

Objectius específics

- Comptar amb més recursos humans i econòmics per impulsar mesures estratègiques per la reactivació de l'activitat comercial urbana.
- Dotar de més recursos el Departament de Comerç en una estratègia de donar més reconeixement a l'activitat comercial urbana i al sector econòmic de proximitat.

Passes a seguir

- Revisió de les necessitats econòmiques i humanes del Departament de Comerç.
- Cerca de recursos i finançament extern per a augmentar els recursos humans i econòmics del Departament de Comerç.

Indicadors de seguiment

Increment del nombre de recursos humans del Departament de Comerç en el període d'un any.
Increment del nombre de recursos econòmics del Departament de Comerç en el període de 4 anys.

Agents implicats

Departament de Comerç.

ODS vinculats



Acció

P2_A4. Pla de revisió i definició de la normativa reguladora de l'activitat comercial urbana al municipi.

Descripció

La regulació de l'activitat comercial contribueix a la millora de l'espai comercial urbà de qualsevol nucli amb presència d'oferta comercial. Així doncs, l'actuació es basa en posar al centre d'acció la necessària revisió del pla d'usos comercial, de serveis i d'oferta complementària per tal d'ajustar l'oferta tot cercant i motivant la seva qualitat i el seu encaix amb el model de desenvolupament comercial que es vol incentivar.

En segon lloc, caldrà fer revisions parcials i concretes de les ordenances que vetllen per la ordenació de la via pública en relació a elements sortints, tendalls, marquesines, aparadorisme, etc. sobre el que cal que l'ajuntament intervingui amb instruments de seguiment i control adients.

Objectius específics

- Millorar els aspectes reguladors, d'embelliment i d'accessibilitat dels espais comercials urbans de Benicarló.
- Treballar per un espai comercial urbà que sigui un reflex del model comercial de proximitat que es vol forjar al municipi.

Passes a seguir

- Definició d'una taula de treball amb els departaments implicats per definir els objectius, els passos a seguir i les actuacions a realitzar.
- Redacció i presentació de la proposta de revisió del pla d'usos comercial, de serveis i d'oferta complementària.
- Redacció i presentació de la proposta de revisió de les ordenances que vetllen per l'ordenació de la via pública.
- Establir mecanismes de conscienciació i pedagogia al sector afectat per les noves mesures.

Indicadors de seguiment

Nombre de modificacions realitzades.
Nombre de mesures implementades.
Nombre de participants en les taules de treball.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament d'Urbanisme.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P2_A5. Guia per a la comunicació de les ordenances comercials de Benicarló.

Descripció	Una de les mancances que ha quedat palesa a l'anàlisi efectuat és la necessitat de revisar i donar a conèixer les diferents normatives de l'ajuntament en matèria de comerç. És per això que aquesta acció busca elaborar una guia on s'expliquin les diferents ordenances relacionades amb el comerç que té l'ajuntament. Ha de quedar clar el seu funcionament i com els afecta la regulació als establiments, entre d'altres. D'aquesta manera, es pretén que qualsevol negoci existent o de futura creació disposi d'una eina que li faciliti el coneixement del marc normatiu comercial de Benicarló. La guia requerirà de revisions periòdiques per actualitzar possibles normatives que l'ajuntament canviï amb el temps, al mateix temps que pot afegir continguts que el teixit comercial reclami.
Objectius específics	1. Facilitar i incentivar la creació de nous negocis i l'emprenedoria a Benicarló així com la conservació d'establiments existents. 2. Identificar i millorar les ordenances existents en clau de l'activitat comercial urbana.
Passes a seguir	1. Definició, juntament amb persones expertes i personal de l'ajuntament, del les normatives que es voldran explicar a la guia. 2. Redacció, disseny i producció de la guia. 3. Presentació del resultat final i publicació, tant a través de mitjans físics com digitals. 4. Realització de les actualitzacions pertinents i avaluació dels resultats.
Indicadors de seguiment	Nombre d'ordenances presents a la guia. Nombre de comerços que han fet ús de la guia (accés online). Nombre de guies publicades. Nombre de consultes posteriors realitzades pel teixit comercial.
Agents implicats	Departament de Comerç; Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local; Teixit Comercial.
ODS vinculats	  

03. Pla d'acció



L2 Regeneració i inversió a l'activitat comercial urbana

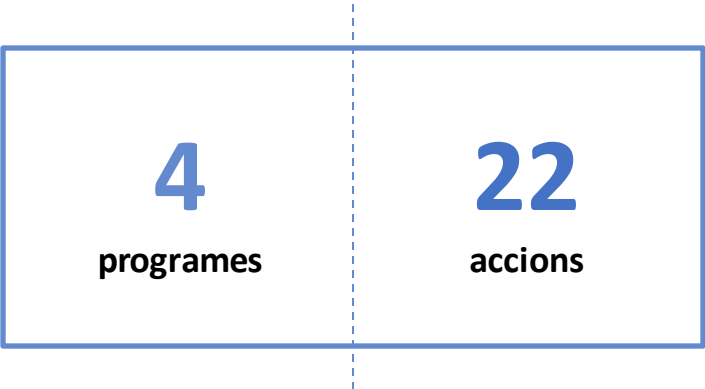
Explicació de la línia

A l'hora de promoure la resiliència i la competitivitat de l'activitat comercial urbana d'un territori com Benicarló cal, per una banda, que s'impulsin tot un conjunt de mesures que possibilitin l'actualització i la modernització del teixit econòmic existent i, per altra banda, que contribueixin a generar noves iniciatives i nous llocs de treball de qualitat.

Per les característiques de l'activitat comercial urbana de Benicarló, es considera que caldria que s'impulsin un ampli ventall de programes i mesures que donin eines al teixit econòmic del municipi per modernitzar-se i professionalitzar-se a través de l'actualització dels negocis a les noves tendències, la promoció de la transformació digital i ambiental del sector, la millora de la imatge comercial, l'enfortiment del Mercat Central com a node de l'activitat comercial urbana del municipi, etc. En aquest sentit, esdevé necessari que totes aquestes mesures es facin en la línia de la promoció del comerç de proximitat i local, incentivant projectes emprenedors que treballin en aquesta direcció. Alhora, és un element prioritari d'aquesta línia la definició d'una estratègia de reactivació de locals buits en planta baixa per reactivar l'activitat dels espais comercials urbans.

Objectius generals

1. Captar noves inversions i/o nous models de negoci.
2. Actualitzar els coneixements i les eines del teixit econòmic davant nous reptes en el sector.
3. Promoure la reactivació de locals buits i l'emprenedoria en el sector econòmic.
4. Acompanyar el sector cap a la seva digitalització i transformació mediambiental.



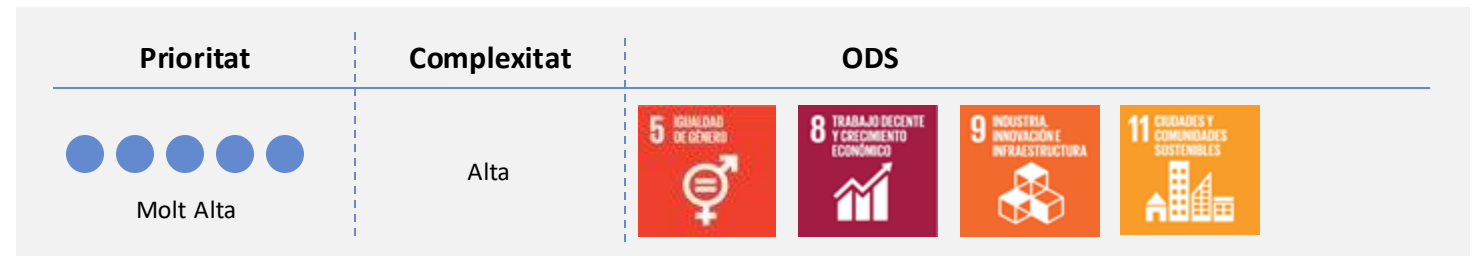
Programes a desenvolupar		Prioritat	Pàgina
P3	Programa per la reactivació i recuperació de locals buits.	● ● ● ● ● Molt Alta	Pàgina 41
P4	Programa de professionalització i modernització del sector.	● ● ● ● ● Alta	Pàgina 45
P5	Programa d'enfortiment del Mercat Central.	● ● ● ● ● Mitjana	Pàgina 49
P6	Programa per la transformació digital i mediambiental.	● ● ● ● ● Alta	Pàgina 52



P3 Programa per la reactivació i recuperació de locals buits

Justificació

- La necessitat de reduir l'impacte negatiu que tenen els locals buits existents en el paisatge urbà i crear un teixit comercial saludable, sostenible i amable amb l'entorn.
- La necessitat d'impulsar la vitalitat, l'atractiu i la continuïtat de l'espai comercial urbà amb propostes comercials que generin interès i transmetin uns valors representatius del territori.
- La necessitat de disposar de fluxos comercials i recorreguts que impulsin l'activitat comercial i el passeig de les persones consumidores.



Descripció del programa

Aquest programa pretén contribuir a la definició de mesures que promoguin la reactivació de l'espai urbà de Benicarló així com l'embelliment de la imatge dels locals en planta baixa i el seu entorn. En aquest sentit, es pretén millorar la imatge dels establiments buits en planta baixa, així com impulsar accions per donar un ús temporal als aparadors dels locals buits en planta baixa amb l'objectiu que aquests puguin servir per informar, promocionar i posar en valor els atractius i les singularitats de Benicarló mentre no s'hi instal·li una nova activitat econòmica.

També, el programa se centra en la proposta de mesures pensades amb l'objectiu d'incentivar una reactivació econòmica directa dels locals buits identificats a través de l'establiment de noves iniciatives econòmiques competitives que aportin una modernització i professionalització del sector així com també una diversificació en les opcions de compra i de consum. Aquestes mesures es poden utilitzar, també, per potenciar una tipologia de comerç concreta que compleixi uns requisits com, per exemple, de proximitat, de sostenibilitat, de responsabilitat social, etc.

Objectius específics

1. Impulsar un marc de treball per generar informació relativa als locals en planta baixa de Benicarló.
2. Promoure espais de debat i reflexió en relació a l'activació i l'embelliment de l'espai comercial urbà entre agents estratègics.

Actuacions proposades

- P3_A1.** Realització d'un cens de locals buits.
- P3_A2.** Campanyes de promoció als aparadors.
- P3_A3.** Creació d'una línia d'incentius per a la creació de nous comerços a Benicarló.
- P3_A4.** Desenvolupament d'accions culturals als locals buits.
- P3_A5.** Projecte "Testeja el comerç benicarlando" (Botiga Tester).

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P3_A1. Realització d'un cens de locals buits.

Descripció

Per tal de conèixer el context de l'activitat comercial urbana de Benicarló quant a locals comercials buits en planta baixa, es proposa realitzar un cens per obtenir dades i informació respecte aquesta realitat. En aquest cens, s'haurà d'identificar els locals, on es troben ubicats i, si és possible, recollir el seu estat en el mercat immobiliari (en lloguer, en venda, traspàs...) i les seves característiques.

A partir d'aquest cens, serà important mantenir una base de dades actualitzada, que podria actuar com una borsa de locals disponibles per a noves iniciatives comercials, sobre l'obertura i tancament dels locals al municipi, per així tenir un registre sobre l'activitat que hi ha i analitzar les dinàmiques comercial amb l'aplicació del pla.

Objectius específics

- Tenir coneixement de la situació quant a locals buits en planta baixa.
- Tenir una base per poder començar a idear plans de reactivació d'aquests locals amb noves propostes comercials que reactivin l'economia local.

Passes a seguir

- A partir de contractació d'experts o de personal tècnic de l'ajuntament, realitzar el registre de tots els locals buits en planta baixa del municipi (o d'una zona comercial concreta) i recollir fitxes amb dades de cadascun d'ells.
- Tenir tota la informació en un programa de fàcil actualització.
- Fer una revisió periòdica per tal de mantenir el cens actualitzat.

Indicadors de seguiment

Nombre de locals buits en planta baixa.
 Nombre de locals buits en planta baixa sense informació.
 Nombre de locals buits en planta baixa amb informació.
 Nombre de locals que s'han reactivat en el darrer any.
 Nombre de locals buits reactivats en 5 anys.

Agents implicats

Departament d'Urbanisme; Departament de Comerç.

ODS vinculats



Acció

P3_A2. Campanyes de promoció als aparadors.

Descripció

Aquesta acció s'emmarca dins l'objectiu general de proposar mesures que contribueixin a la dinamització i a la millora de la imatge dels aparadors dels establiments buits en planta baixa per tal de donar-los visibilitat i millorar l'aprofitament i la continuïtat de l'espai urbà comercial.

L'objectiu és que aquests aparadors puguin ser una eina de promoció i reconeixement dels atractius comercials, turístics i culturals del municipi (campanyes de promoció del comerç de proximitat, intervencions culturals i artístiques per part d'artistes locals, panells de promoció turística, etc.). Per a realitzar-ho, es poden utilitzar tant mitjans físics (cartelleria, vinils, etc.) com mitjans digitals (codis QR). Cal entendre aquesta mesura també com una acció a curt termini, que es fa mentre el local buit no és ocupat per una nova activitat comercial o econòmica.

Objectius específics

- Promocionar els atractius comercials, turístics i culturals del municipi a l'espai comercial urbà.
- Donar continuïtat i vitalitat a l'espai comercial urbà.

Passes a seguir

- Detecció i sensibilització de les persones propietàries de locals buits disponibles per a cedir els aparadors temporalment.
- Redacció d'un conveni de col·laboració amb les persones propietàries on s'estableixin les bases de l'acord per cedir els aparadors temporalment.
- Definició i selecció dels elements comercials, turístics i culturals que es volen difondre: fotografies del municipi, rutes comercials, elements patrimonials i turístics a visitar, intervencions culturals i artístiques temporals, etc.
- Definició i selecció dels mitjans físics i digitals que es volen utilitzar pels aparadors: vinils físics, codis QR, cartelleria digital i/o física, etc.

Indicadors de seguiment

Nombre de locals buits amb accions de promoció als aparadors.
 Nombre de locals buits amb accions de promoció als aparadors reactivats econòmicament (llogats o venuts).
 Nivell d'afluència a les zones amb locals buits amb accions de promoció.
 Nivell d'utilització dels recursos oferts (exemple: ús codis QR).

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Cultura; Departament de Participació Ciutadana; Associacions comercials; Associacions culturals.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P3_A3. Creació d'una línia d'incentius per a la creació de nous comerços a Benicarló.

Descripció

Aquesta mesura se centra en el disseny d'un programa o un paquet d'incentius que contribueixi a sumar esforços a la iniciativa comercial que l'ajuntament pugui oferir per tal de facilitar el procés d'ocupació d'aquests establiments en desús així com potenciar l'aparició de noves propostes comercials. Alguns dels elements a subvencionar son:

- Accions de visibilitat i publicitat de l'immoble inscrit a la borsa de locals buits en un espai web.
- Presentació de l'establiment inscrit a la borsa de locals buits a la cartera de potencials persones emprenedores i creació de la ruta de persones emprenedores per a visitar els immobles.
- Bonificació de l'IBI per una durada determinada en el moment que l'establiment sigui reactivat.
- Bonificació de despeses de rehabilitació i millora de la imatge de l'establiment.
- Serveis donats d'alta (llum, especialment).

Objectius específics

1. Disposar d'un suport econòmic que permeti facilitar el procés d'emprenedoria i reactivació de locals buits a Benicarló.
2. Acompanyar a les persones emprenedores en el procés d'iniciar el projecte i fomentar l'aparició de noves propostes comercials al territori.

Passes a seguir

1. Disseny del programa d'incentius i elecció de les mesures a incloure.
2. Desenvolupament del procediment intern per posar en vigor les mesures establertes.
3. Comunicació i promoció del paquet d'incentius per tal que les persones interessades s'hi puguin acollir.
4. Avaluació del pla d'incentius a nivell quantitatiu i qualitatiu.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones que sol·liciten el paquet d'incentius.
 Nombre de persones que adquireixen un local buit en planta baixa.
 Nombre de persones que porten realitzant l'activitat en el local més d'1 any.
 Nombre de locals buits reactivats a través del projecte en 5 anys.

Agents implicats

Departament de Comerç.

ODS vinculats



Acció

P3_A4. Desenvolupament d'accions culturals als locals buits.

Descripció

Aquesta acció busca poder aprofitar l'espai d'alguns locals buits de la vila, a partir de l'organització de diferents activitats, esdeveniments i tallers culturals i artístics. A partir d'aquests usos, serà possible beneficiar-se d'un recinte inutilitzat al mateix temps que dins l'espai comercial urbà conviuran el comerç de Benicarló amb elements culturals i artístics del municipi, podent reforçar el sentiment de pertinença i reconeixement.

Aquestes accions culturals, en aquest cas, no només pretenen una projecció a l'exterior dels locals, sinó que es proposa fer servir també l'interior dels mateixos que estiguin disponibles. Alguns dels possibles usos a realitzar podrien ser l'exposició d'obres d'artistes locals, exhibicions sobre la història de Benicarló o la realització de representacions teatrals, de dansa, etc.

Objectius específics

1. Reactivar un local en planta baixa en desús i dinamitzar l'espai comercial urbà.
2. Potenciar el treball transversal entre diversos sectors de la vila, com és el comercial i el cultural.

Passes a seguir

1. Realització de trobades i reunions amb el sector cultural, comercial i persones propietàries dels locals per definir i debatre propostes d'activitat que s'hi vulgui realitzar: teatre, dansa i música, lectura de poemes i relats, creació de concursos literaris, etc.
2. Selecció dels locals buits disponibles que compleixen els criteris bàsics per a aquesta funció.
3. Revisió del protocol a seguir per adquirir aquests locals buits, ja sigui temporalment o definitivament per part de l'Ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre de locals buits amb accions culturals a l'exterior i/o interior.
 Nombre de locals buits amb accions culturals a l'exterior i/o interior reactivats econòmicament (llogats o venuts).
 Nivell d'afluència a les zones amb locals buits amb accions culturals a l'exterior i/o interior de locals buits.
 Nivell de participació en les accions culturals a l'exterior i/o interior de locals buits.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Cultura; Departament d'Urbanisme; Artistes locals; Sector Comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P3_A5. Projecte "Testeja el comerç benicarlando" (Botiga Tester).

Descripció

Aquesta acció consisteix en la compra o lloguer d'un local comercial en desús, que, a mans de l'ajuntament, sigui remodelat amb una imatge neutre perquè les persones emprenedores puguin iniciar i mostrar el seu projecte d'emprenedoria durant un temps determinat en l'espai. L'ajuntament s'encarregarà de disposar de l'espai, així com de reformar-lo per tal que aquest compleixi amb els requisits mínims que pugui necessitar qualsevol tipus de negoci.

Un cop realitzada la reforma, oferirà l'espai de forma temporal a iniciatives innovadores que s'emmarquin dins el comerç de proximitat, valorant l'impacte positiu que podrien tenir a la vila. L'objectiu és que aquests projectes puguin testear la seva viabilitat alhora que s'inicien al món laboral d'una forma amable i amb un acompanyament que faciliti el seu èxit.

Objectius específics

1. Donar ús a espais inutilitzats en l'entorn comercial de Benicarló.
2. Ajudar a dinamitzar la zona comercial.
3. Potenciar l'emprenedoria en clau de proximitat i amb un impacte positiu.

Passes a seguir

1. Adquisició d'un local comercial, ja sigui mitjançant la compra o el lloguer, per part de l'ajuntament.
2. Adequació de l'espai amb reforma, si es requereix, i introducció dels equipaments necessaris per a realitzar les activitats organitzades, així com els subministraments requerits.
3. Determinació de les característiques tècniques del projecte i inici del procés de cerca i sol·licitud de persones i temàtiques d'interès per a les activitats i els projectes d'emprenedoria a realitzar.
4. Seguiment i avaluació del desenvolupament de les iniciatives emprenedores que s'hi estableixen.

Indicadors de seguiment

Nombre de sol·licituds per instal·lar-se a la botiga.
 Nombre de sol·licituds de projectes de comerç de proximitat per instal·lar-se a la botiga.
 Nombre de sol·licituds de projectes d'emprenedoria comercial de persones entre 20 i 30 anys.
 Nivell d'ingressos durant el període d'estada a la botiga.
 Nombre de projectes que segueixen després d'estar a la botiga.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament d'Urbanisme.

ODS vinculats

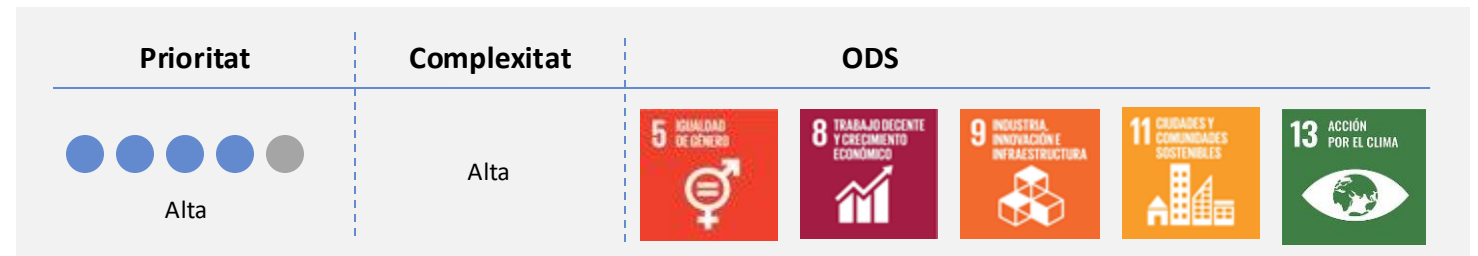




P4 Programa de professionalització i modernització del sector

Justificació

- La necessitat de donar eines al teixit econòmic de Benicarló per tenir la capacitat d'adaptar-se i prendre decisions davant nous contextos i noves tendències en el sector comercial, canvis en els hàbits de consum, etc.
- La necessitat d'impulsar eines per professionalitzar els diferents sectors d'activitat comercial urbana.
- La necessitat d'impulsar el sector de la restauració de Benicarló perquè complementi l'experiència comercial al municipi.



Descripció del programa

El teixit comercial i l'activitat comercial urbana dels territoris estan sotmesos a un elevat nombre de transformacions que requereixen d'actualitzacions constants per assegurar la seva viabilitat futura. Benicarló necessita treballar en la solidesa i la resiliència del seu teixit econòmic així com en la seva capacitat d'innovació i modernització.

En aquest sentit, enfortir la competitivitat del sector pot ser un element clau per evitar el tancament de negocis i, per tant, la presència de locals buits en planta baixa. Un dels elements que millor pot contribuir a assolir aquests objectius es fonamenta en la realització de programes de formació adaptats a les necessitats de les persones al capdavant dels negocis que formen part del teixit econòmic. Alhora, aquestes accions formatives s'han de complementar amb una sèrie d'ajuts per a poder aplicar els canvis apresos així com també s'han de promoure accions que impulsin l'ocupació professionalitzada i de qualitat per a la solvència dels negocis.

Objectius específics

1. Impulsar la resiliència i l'adaptació del teixit econòmic a nous reptes innovadors i a transformacions en els hàbits de consum i de compra.
2. Professionalitzar la gestió de l'activitat econòmica així com l'ocupació que treballa en el sector.
3. Dotar de recursos al teixit econòmic per a poder aplicar mesures eficients i innovadores en els seus negocis.

Actuacions proposades

P4_A1. Programa formatiu de millora de la competitivitat i la gestió empresarial.

P4_A2. Creació d'una línia d'incentius per a negocis existents per a la millora de la gestió i la imatge dels establiments.

P4_A3. Pla de foment de l'ocupació professionalitzada i de qualitat en el sector de l'activitat comercial urbana.

P4_A4. Programa "Benicarló essencial".

P4_A5. Programa "Fes brillar el comerç de Benicarló".

P4_A6. Pla per a l'impuls del relleu generacional en el comerç i la restauració.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P4_A1. Programa formatiu de millora de la competitivitat i la gestió empresarial.

Descripció

Aquesta acció busca potenciar i millorar la gestió dels negocis comercials de Benicarló, per així fer-los més competitius dins la vila i respecte a altres zones comercials properes. Es proposa l'elaboració d'un pla de continguts formatius, que contindrà àmbits com incorporar més elements tecnològics dins de l'activitat econòmica corresponent, sobre com ser una empresa més sostenible i innovadora, com millorar l'eficiència energètica, l'aplicació de tècniques de venda més eficients, etc.

Les formacions es podran realitzar en diversos formats, tan físics com en línia, i aquestes han de tenir una estratègia de comunicació perquè la seva realització arribi al teixit econòmic i comercial de Benicarló.

Objectius específics

1. Millora de la competitivitat i professionalització del sector comercial.
2. Millora de l'experiència comercial de les persones consumidores.

Passes a seguir

1. Definició d'un pla de continguts de la formació amb la participació de l'equip tècnic, persones formadores especialitzades i el teixit econòmic i comercial.
2. Calendarització de les sessions formatives conjuntament amb el sector econòmic i comercial.
3. Accions de promoció a través de canals físics i digitals de les formacions.
4. Preparació del mitjà d'inscripció i obertura del període d'inscripció a través de canals físics i digitals.
5. Seguiment i avaluació final de les sessions formatives amb el sector econòmic i comercial.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones inscrites.
Nombre de persones inscrites per sector econòmic (comerç, restauració, mercat...).
Nombre de comerços que han aplicat algun contingut après en un període d'un any.

Agents implicats

Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local; Departament de Comerç; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P4_A2. Creació d'una línia d'incentius per a negocis existents per a la millora de la gestió i la imatge dels establiments.

Descripció

Amb l'objectiu de modernitzar la imatge i professionalitzar la gestió del teixit econòmic de Benicarló, aquesta acció pretén impulsar una línia d'incentius que permetin als negocis millorar l'aparadorisme i l'embelliment del seu establiment, així com incorporar eines per a la millora de la gestió del seu punt de venda i la seva activitat econòmica.

Per fer-ho, es proposa donar un ajut econòmic per tal que puguin aplicar millores tant en la seva imatge i aparadorisme com per incorporar eines digitals i físiques per millorar la gestió de l'establiment i la seva activitat. Això ha d'anar acompanyat d'un equip d'assessorament que permeti ajudar als negocis a aplicar mesures útils per la seva activitat, fet que també servirà perquè després els comerços puguin justificar en què han invertit els ajuts.

Objectius específics

1. Actualitzar la imatge del teixit comercial de Benicarló.
2. Facilitar la professionalització de la gestió de l'activitat econòmica dels establiments.
3. Adequar el teixit econòmic de Benicarló a les tendències i canvis en el sector.

Passes a seguir

1. Creació d'un grup de treball amb equip tècnic, persones formades en disseny i gestió comercial i representants del teixit comercial per dissenyar una línia de treball conjunta.
2. Obertura del període d'inscripció per sol·licitar l'ajut.
3. Concessió dels ajuts.
4. Seguiment i avaluació del projecte.

Indicadors de seguiment

Nombre de comerços sol·licitants de les ajudes.
Nombre de comerços que realitzen el canvi d'imatge.
Nombre de vendes dels comerços abans i després dels canvis incorporats amb el programa.

Agents implicats

Departament de Comerç; Sector econòmic.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P4_A3. Pla de foment de l'ocupació professionalitzada i de qualitat en el sector de l'activitat comercial urbana.

Descripció

L'estratègia de reactivació de l'activitat comercial i de restauració de Benicarló requereix, també, de l'existència de persones treballadores qualificades que puguin oferir un servei professional a la clientela. Actualment, Benicarló compta amb una manca de personal qualificat, especialment en el sector de la restauració, que provoca que els serveis no es puguin oferir amb normalitat.

Es proposa en aquesta acció el disseny d'una estratègia per connectar persones, preferiblement residents al municipi, que es trobin en situació d'atur amb les necessitats de personal d'aquests establiments i així dissenyar una oferta formativa per aquests individus específica per als llocs de treball necessaris. Així, es pot fer un abordatge més específic i, per tant, més efectiu per posar solució a aquesta problemàtica.

Objectius específics

- Promoure un servei de qualitat i professionalitzat en els negocis comercials i de restauració del municipi.
- Generar ocupació entre els residents del municipi.

Passes a seguir

- Identificació de les necessitats de llocs de treballs dels establiments comercials i de restauració.
- Identificació de col·lectius desocupats amb possibilitat d'incorporar-se en aquests llocs de treball.
- Disseny d'una proposta formativa específica per a persones en situació d'atur del municipi en aquestes professions.

Indicadors de seguiment

Nombre de places a cobrir.
 Nombre de places a cobrir per sector.
 Nombre de persones en situació d'atur residents al municipi.
 Nombre de persones contractades al sector comercial.
 Nombre de persones contractades al sector de la restauració.

Agents implicats

Departament de Comerç; Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local; Sector comercial i de restauració.

ODS vinculats



Acció

P4_A4. Programa "Benicarló essencial".

Descripció

Aquesta acció busca posar en valor i ajudar al comerç quotidià de Benicarló, duent a terme actuacions que mostrin els beneficis que aporta el comerç local del dia a dia a la vila, fet cada cop més necessari davant de la globalització i els grans establiments comercials.

En aquest sentit, es proposa fer diverses accions per promocionar aquest tipus de negocis, com un programa de formació específic pels comerços quotidians on es donin pautes sobre gestió del negoci i la importància del producte ofert, donar subvencions per iniciar aquest tipus de projectes i mantenir els existents, fer campanyes que difonguin la importància de comprar els productes al mercat i als petits establiments davant les grans superfícies, etc.

Objectius específics

- Conscienciar a la població de Benicarló de la importància de consumir i comprar productes de proximitat.
- Ajudar a potenciar el comerç essencial del dia a dia, ja sigui a partir de l'emprenedoria com d'un relleu generacional.

Passes a seguir

- Crear una taula de treball entre personal tècnic de l'ajuntament i representants del comerç essencial de Benicarló per dissenyar i crear les possibles accions a realitzar.
- Recerca de persones especialitzades per poder fer les formacions.
- Calendarització de les sessions formatives, les dates per demanar ajudes o les possibles activitats i campanyes a realitzar.
- Avaluació de les activitats executades.

Indicadors de seguiment

Nombre de comerços essencials a Benicarló.
 Nombre de comerços que han participat a les activitats i formacions.
 Avaluació de l'afectació del programa als comerços.

Agents implicats

Departament de Comerç; Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local; Sector comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P4_A5. Programa "Fes brillar el comerç de Benicarló".

Descripció

Per tal de modernitzar la imatge del teixit comercial de Benicarló i vincular-la amb la cultura i tradició de la vila, es proposa realitzar una campanya que motivi i ajudi als comerços a renovar el seu aparador i embelliment durant determinats moments de l'any.

Això es podria fer a partir de la decoració d'aparadors per diverses festivitats o moments concrets, com podria ser l'època nadalenca, la pasqua o l'arribada de la tardor. Per encoratjar a la participació a la iniciativa, es podrien celebrar concursos que premiïn els aparadors més ben decorats, o també fer partícip la ciutadania en el procés fent que, per exemple, siguin els infants de la vila els encarregats de decorar-los.

Objectius específics

- Modernitzar i fer més atractiva la imatge comercial de Benicarló
- Vincular les festivitats de la vila amb el teixit comercial.
- Crear eines de reclam per comprar i entrar als comerços de Benicarló.

Passes a seguir

- Definició d'una taula de treball amb personal de l'ajuntament i representants del sector comercial on es decidiran en quines festivitats o moments de l'any s'aplicarà el programa, i calendarització dels mateixos.
- Definició dels recursos i els mitjans necessaris per realitzar les campanyes.
- Accions de promoció a partir de mitjans físics i/o digitals de les campanyes.
- Preparació del mitjà i període d'inscripció a possibles concursos a través de canals físics i digitals.
- Seguiment de les activitats i avaluació dels resultats.

Indicadors de seguiment

Nombre de decoracions realitzades al llarg de l'any pels comerços.
 Nombre de comerços participants a les campanyes.
 Nombre d'altres entitats/persones participants en la decoració dels comerços.

Agents implicats

Departament de comerç; Departament d'Educació; Departament de Cultura; Entitats culturals, educatives, socials i associatives; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P4_A6. Pla per a l'impuls del relleu generacional en el comerç i la restauració.

Descripció

Per tal d'assegurar la continuïtat del teixit comercial de Benicarló, es proposa realitzar mesures per potenciar el relleu generacional d'aquest, al mateix temps que s'ajuda a les noves persones propietàries a combinar una preservació del negoci juntament amb una modernització d'aquest.

Entre les accions a realitzar, se suggereix donar ajuts als comerços per tal d'aportar finançament que permeti la seva modernització (fet que permetria a les noves persones propietàries sentir-se més a gust i identificats amb els seus negocis), una senyalització d'aquells locals històrics que hagin portat famílies benicarlandes durant diverses generacions, la creació de xarxes de suport entre diverses persones comerciants joves de la vila per compartir idees i impressions sobre la situació del comerç a Benicarló i per realitzar accions conjuntes (com campanyes de descomptes o recomanacions entre persones botigueres, etc.), etc.

Objectius específics

- Preservar el comerç històric de Benicarló.
- Motivar l'emprenedoria entre la gent jove acompanyant i donant suport en el procés.
- Fomentar la innovació i modernització de l'espai comercial al mateix temps que es manté l'essència del comerç benicarlando.

Passes a seguir

- Definició d'una taula de treball amb el sector comercial i personal tècnic de l'ajuntament i de l'Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local per definir les possibles accions a realitzar.
- Definició, pressupost i planificació de les accions escollides.
- Difusió de la campanya.
- Seguiment de les accions i avaluació dels resultats.

Indicadors de seguiment

Nombre de comerços demandants d'ajudes.
 Nombre d'activitats de dinamització realitzades.
 Nombre de comerços amb relleu generacional en els últims 10 anys.
 Avaluació anual del nombre de comerços que han tingut relleu generacional en el darrer any.

Agents implicats

Departament de Comerç; Sector Comercial, Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local.

ODS vinculats





P5 Programa d'enfortiment del Mercat Central

Justificació

- La necessitat de dissenyar una imatge pròpia del Mercat municipal de Benicarló, amb una proposta de valor única i diferenciadora per poder-se promocionar i fer-se més visible.
- La necessitat d'impulsar una modernització de l'estructura exterior i les parades del mercat per tal de millorar la seva atractivitat i homogeneïtzar la imatge de les darreres, generant una sensació de conjunt i unió al mateix temps que una imatge pròpia.
- La necessitat de tenir una oferta comercial al mercat diversa i atractiva, potenciant alhora activitats i esdeveniments que el dinamitzin.



Prioritat	Complexitat	ODS			
● ● ● ● ● Mitjana	Mitjana	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN RESPONSABLE

Descripció del programa

Els mercats municipals dels pobles i les ciutats actuen com a motors no només comercials, sinó també econòmics, turístics, així com també de nodes de creació i enfortiment de la cohesió social i de la vida comunitària dels territoris. És per això que cal treballar per preservar i potenciar aquesta tipologia d'activitat comercial. A Benicarló, el Mercat municipal compta amb un bon funcionament i té potencial d'esdevenir el nucli per a la reactivació de l'activitat comercial urbana del municipi.

En aquest programa es pretén donar eines per enfortir i modernitzar l'estructura de mercat municipal existent, construint una proposta de valor pròpia i que el diferenciï, millorant la seva estructura i la seva imatge i consolidant-lo com l'espai de referència del producte local i de qualitat del territori. Alhora, es planteja també la necessitat de continuar potenciant la vitalitat del mercat amb l'organització d'activitats culturals, socials, gastronòmiques i de lleure així com fomentant la col·laboració amb el sector comercial per impulsar activitats innovadores.

Objectius específics

1. Impulsar la modernització i homogeneïtzació de la imatge exterior i de les parades del mercat.
2. Promocionar i fer més visible el mercat de Benicarló com a referent del producte local i de qualitat del territori.
3. Incentivar l'organització d'activitats de dinamització, també col·laborant amb el sector comercial.

Actuacions proposades

P5_A1. Programa de millora de la imatge i la gestió comercial dels operadors del mercat.

P5_A2. Pla de recuperació dels espais actualment en desús.

P5_A3. Impuls de la promoció del mercat com a referent de producte local de Benicarló.

P5_A4. "El comerç de proximitat i el mercat de Benicarló treballem junts".

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P5_A1. Programa de millora de la imatge i la gestió comercial dels operadors del mercat.

Descripció

Per tal de crear una imatge més moderna i professionalitzada de les parades del mercat i ajudar a que puguin realitzar una millor gestió de la seva activitat, proposem la creació d'un programa d'accions diverses que doni suport i acompanyament als comerciants del mercat.

Per fer-ho, s'oferirà una línia d'incentius als quals puguin accedir. Aquests poden ser ajudes o subvencions econòmiques que doni l'ajuntament per finançar un canvi d'imatge de les parades o la incorporació d'eines digitals i físiques per millorar la seva gestió. Tot això ha d'anar acompanyat d'un equip d'assessorament que els guiï en veure quines són les inversions més pertinents. A part, l'equip d'experts podria oferir un programa de formacions on s'ensenyi als comerciants a fer un millor ús dels seus recursos.

Objectius específics

1. Millorar i modernitzar la imatge del Mercat de Benicarló.
2. Facilitar la professionalització de la gestió de l'activitat econòmica del les parades.

Passes a seguir

1. Creació d'un grup de treball amb equip tècnic, persones formades en disseny i gestió comercial i representants del teixit comercial per dissenyar una línia de treball conjunta.
2. Obertura del període d'inscripció per sol·licitar l'ajut.
3. Concessió dels ajuts.
4. Reunions entre comerciants i dissenyadors i posterior aplicació del la nova imatge dels comerços. Reunions entre comerciants i experts en gestió per la inversió en recursos útils per les parades.
5. Realització d'una possible formació per comerciants i avaluació dels resultats.

Indicadors de seguiment

Nombre de parades sol·licitants dels ajuts.
 Nombre de parades que realitzen un canvi d'imatge.
 Nombre de parades que milloren la seva gestió comercial.
 Nombre de parades inscrites a les formacions.

Agents implicats

Departament de Comerç; Associació del Mercat.

ODS vinculats



Acció

P5_A2. Pla de recuperació dels espais actualment en desús.

Descripció

Aquesta acció busca poder donar un ús a les parades inactives del mercat de Benicarló. Mentre aquestes no siguin adquirides o llogades per un nou comerciant, l'objectiu seria que poguessin ser utilitzades per realitzar accions que promocionin i dinamitzin el mercat. Alguns exemples d'activitats a realitzar podrien ser: un tast de productes locals que s'ofereixin a les parades, la realització d'un curs de cuina amb productes de la zona, un expositor d'activitats que es realitzin a la vila o on es pugui mostrar la història del mercat i dels diferents comerciants que hi venen, etc.

En cas que aquestes activitats funcionin i donin els seus fruits, l'Ajuntament podria plantejar adquirir una de les parades i continuar duent-les a terme, realitzant canvis periòdicament.

Objectius específics

1. Aprofitar els espais inutilitzats del mercat.
2. Poder augmentar el moviment i la ocupació de les parades del mercat, al mateix temps que aquest es torna més acollidor i viu.

Passes a seguir

1. Realitzar una reunió entre representants de l'Associació del Mercat i personal tècnic de l'ajuntament per definir les possibles funcions que se li podrien donar a les parades.
2. Definició, planificació i calendarització de les activitats escollides.
3. Accions de promoció a partir de mitjans físics i/o digitals de les activitats.
4. Valoració dels resultats de les activitats i exposicions.

Indicadors de seguiment

Nombre de parades ocupades per la realització del pla.
 Nombre de parades del mercat participants de les activitats organitzades.
 Nombre d'activitats organitzades.
 Nombre de persones inscrites i finalment participants a les activitats.

Agents implicats

Departament de Comerç; Associació del Mercat.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P5_A3. Impuls de la promoció del mercat com a referent de producte local de Benicarló.

Descripció

Aquesta acció es basa en el disseny d'una proposta de valor i marca pròpia del Mercat de Benicarló que reculli els elements i valors que aquests volen transmetre amb l'objectiu de crear una campanya de comunicació i promoció del mercat, principalment com un referent del producte local. En el procés de definició de la campanya, no només s'establirà la imatge i identitat d'aquesta, sinó que també es vetllarà per tal que totes les accions vinculades al projecte de revitalització del mercat de Benicarló compleixin amb els valors i objectius d'aquest.

Pel que fa a la determinació de l'equip de treball impulsor del projecte, caldrà analitzar si, a part de les persones responsables per part de l'ens impulsor, en aquest cas l'Ajuntament i l'associació del Mercat, hi ha altres figures que poden ser susceptibles de participar en la definició d'aquesta imatge de marca. S'hi podria implicar la ciutadania, al sector cultural, als infants, etc. així com a artistes i dissenyadors locals del municipi.

Objectius específics

- Disposar d'una identitat corporativa del projecte (imatge i relat).
- Potenciar una proposta de valor pròpia del Mercat de Benicarló per a la seva promoció i dinamització.

Passes a seguir

- Definició del nom del projecte i creació del manual d'identitat corporativa (imatge visual, identitat, aplicacions...).
- Creació del relat i les característiques associades a la campanya de promoció del mercat i el producte local (missió, visió i valors).
- Determinació de les persones que formaran part de l'equip de treball per impulsar el projecte i en el disseny de la imatge de marca.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones participants en el disseny del projecte.
 Nombre de canals de difusió físics i digitals de comunicació del projecte.
 Nombre de visualitzacions de la campanya en canals digitals.
 Nombre d'aplicacions de la marca del projecte en mitjans físics i digitals.
 Variació en el nivell d'afluència als mercats.
 Variació en el nivell de vendes de les parades dels mercats.

Agents implicats ODS vinculats

Departament de Comerç; Mercat Central; Departament de Comunicació.



Acció

P5_A4. "El comerç de proximitat i el mercat de Benicarló treballem junts".

Descripció

Els mercats i el comerç de proximitat són dos dels màxims representants de l'activitat comercial urbana local. És per això que cal, a banda d'impulsar mesures concretes per a cadascuna de les estructures comercials, construir una idea conjunta d'aquests dos models comercials per treballar paral·lelament la seva reactivació i dinamització.

Per assolir aquest objectiu, es proposa la realització de campanyes i esdeveniments conjunts entre el comerç de proximitat, la restauració i el Mercat de Benicarló com, per exemple, els següents: campanya de conscienciació i d'incentius a la compra de proximitat, campanya de comerç i mercat sostenibles, campanya de bons per la compra al mercat als comerços locals, fira anual del producte local a Benicarló, etc.

Objectius específics

- Impulsar conjuntament la dinamització dels dos models comercials de proximitat: el comerç i la restauració de proximitat i el mercat.
- Construir un relat i uns valors conjunts per preservar el comerç i el producte de proximitat.

Passes a seguir

- Definició d'un relat, una marca i una imatge comercial conjunta.
- Definició d'una agenda de campanyes i accions a impulsar de caràcter anual.
- Comunicació d'aquesta agenda d'esdeveniments a través de canals físics i digitals.
- Seguiment i avaluació de les campanyes realitzades.

Indicadors de seguiment

Nombre d'establiments comercials participants en les campanyes de promoció conjunta.
 Nombre d'establiments de restauració participants en les campanyes de promoció conjunta.
 Nombre de campanyes i accions plantejades.
 Nombre de campanyes i accions implementades.

Agents implicats

Departament de Comerç; Sector comercial; Restauració; Mercat Central.

ODS vinculats





P6 Programa per la transformació digital i mediambiental

Justificació

- La necessitat de consolidar el teixit econòmic i el mercat de Benicarló amb una oferta comercial competitiva i professionalitzada que, alhora, sigui capaç de donar una resposta innovadora als canvis en els hàbits de compra i de consum de la clientela.
- La necessitat d'impulsar un espai comercial connectat, tant per millorar l'experiència de compra del client com per obtenir informació i dades sobre els hàbits i dinàmiques comercials, fidelitzar el client, definir estratègies personalitzades, etc.
- Els canvis de model econòmic cap a la sostenibilitat requereixen d'accions pràctiques i senzilles que serveixin per crear consciència i fomentar la participació activa del teixit econòmic.



Descripció del programa

Un aspecte rellevant en la millora de la competitivitat i modernització del teixit econòmic és la digitalització de la gestió i el punt de venda dels propis negocis i de les parades de mercat perquè es pugui recollir informació útil de cara a definir estratègies de promoció econòmica així com millorar l'experiència de la clientela.

Un altre aspecte és la transició ambiental i sostenible del teixit econòmic i de les parades de mercat, entenent-la com una intersecció d'aspectes ambientals, econòmics i socials. Aquesta visió, aplicada al sector de l'activitat comercial urbana, forma part d'un component de responsabilitat que estan adoptant les empreses per tal de connectar amb un públic consumidor cada cop més conscient de les problemàtiques en matèria de sostenibilitat a escala global. Així, en aquest programa es proposen una sèrie de mesures que tenen per objectiu la mobilització del teixit econòmic local de Benicarló en l'impuls de la sostenibilitat.

Objectius específics

1. Impulsar la competitivitat digital del teixit econòmic i la implantació de tecnologia intel·ligent en el punt de venda i la gestió del negoci per obtenir informació estratègica sobre la clientela, millorar el tracte amb aquesta, optimitzar la gestió del punt de venda, etc.
2. Incentivar i sensibilitzar sobre les pràctiques sostenibles, de responsabilitat mediambiental i d'economia circular del teixit econòmic i comercial.

Actuacions proposades

- P6_A1.** Programa formatiu en línia "Connecta't amb la tecnologia".
- P6_A2.** Guia de bones pràctiques per a la transformació digital.
- P6_A3.** Programa per a la implementació de tecnologia a l'espai comercial urbà.
- P6_A4.** Programa de formació i acompanyament en eficiència energètica.
- P6_A5.** Pla d'impuls de mesures d'economia circular.
- P6_A6.** Programa de foment de la compra i el consum responsable.
- P6_A7.** Elaboració d'auditories per a la sostenibilitat dels establiments comercials.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P6_A1. Programa formatiu en línia "Connecta't amb la tecnologia".

Descripció

Aquesta acció té per objectiu fer arribar i potenciar l'aprenentatge i incorporació de diferents eines tecnològiques al teixit comercial de la vila. Consisteix en l'elaboració d'un pla de continguts formatius que ajudarà a fer que els comerços puguin tenir una gestió més eficient dels seus negocis en àrees com la comptabilitat, el control d'inventari i existències, la gestió de recursos humans, etc. A través de les eines digitals.

Aquestes formacions poden realitzar-se en diferents formats, a través de canals físics o digitals, i han de comptar amb una estratègia de comunicació perquè la informació arribi eficientment al teixit econòmic i comercial del municipi.

Objectius específics

1. Modernitzar, professionalitzar i fer més competitiva l'activitat comercial urbana a Benicarló.
2. Incorporar eines de gestió digital dins dels comerços com un element de valor afegit.
3. Millorar l'experiència de compra de la clientela.

Passes a seguir

1. Definició d'un pla de continguts de la formació amb la participació de l'equip tècnic, persones formadores especialitzades i el teixit econòmic i comercial.
2. Calendarització de les sessions formatives conjuntament amb el sector econòmic i comercial.
3. Accions de promoció a través de canals físics i digitals de les formacions.
4. Preparació del mitjà d'inscripció i obertura del període d'inscripció a través de canals físics i digitals.
5. Seguiment i avaluació final de les sessions formatives amb el sector econòmic i comercial.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones inscrites.
Nombre de persones inscrites per sector (comerç, restauració, mercat...)
Nombre de persones participants.
Nombre de persones participants per sector.
Nombre de comerços que han aplicat alguna eina en un període d'un any.

Agents implicats

Departament de Comerç; Agència d'Ocupació i Desenvolupament Local

ODS vinculats



Acció

P6_A2. Guia de bones pràctiques per a la transformació digital.

Descripció

Aquesta acció busca donar un cop de mà als comerços perquè puguin fer una transició cap a la utilització de noves tecnologies com a eines de gestió i ús pel seu negoci. Es proposa fer una guia on s'expliquin diversos recursos i eines informàtiques que permeten estalviar costos i temps i facilitar el dia a dia dels comerciants. A part, la guia haurà de donar especial importància i recomanar pautes sobre seguretat en línia, protegint els negocis de possibles estafes o activitats fraudulentament.

Aquesta guia hauria d'estar disponible en línia, i rebre revisions periòdiques per actualitzar possibles recursos en línia que hagin canviat el seu mode d'ús o les seves polítiques de privacitat, com també introduir noves eines que podrien ser útils pels negocis.

Objectius específics

1. Modernitzar i actualitzar el teixit comercial de Benicarló.
2. Millorar l'experiència de la clientela.
3. Ajudar als negocis a fer una transició digital segura.

Passes a seguir

1. Definició, juntament amb persones expertes, dels criteris que es voldran explicar a la guia.
2. Disseny i producció de la guia.
3. Presentació del resultat final i publicació.
4. Realització de les actualitzacions pertinents.

Indicadors de seguiment

Nombre de pràctiques esmentades a la guia.
Nombre de comerços que han aplicat mesures de la guia en el període d'un any.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Serveis Informàtics; Departament d'Educació.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P6_A3. Programa per a la implementació de tecnologia a l'espai comercial urbà.

Descripció

Per tal de millorar l'experiència de compra de l'usuari i tenir un major coneixement del seu comportament, es proposa la implementació de tecnologia en l'espai comercial urbà. En concret, es proposen les següents mesures:

- Implementació d'un sistema de xarxa Wifi als carrers més comercials de Benicarló.
- Implementació de pantalles de "audience analysis" que permetin promocionar l'oferta comercial del municipi, ja siguin establiments, campanyes que es realitzin o possibles ofertes i promocions que s'ofereixin.

Aquesta tecnologia es proposa implantar-la als carrers més comercials de Benicarló així com al mercat municipal.

Objectius específics

- Promocionar la xarxa comercial de Benicarló.
- Poder extreure informació dels fluxos comercials.
- Fer més agradable l'experiència de compra pels consumidors.

Passes a seguir

- Definició, juntament amb persones expertes, de les diferents tecnologies que es podrien aplicar a l'espai comercial urbà.
- Definició dels continguts que es mostrarien a les pantalles de promoció.
- Contractació i instal·lació de la xarxa Wifi.
- Avaluació dels resultats obtinguts.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones que s'han connectat a la xarxa Wifi.
Nombre de campanyes i promocions mostrades a les pantalles.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Serveis Informàtics; Departament d'Obres i Serveis.

ODS vinculats



Acció

P6_A4. Programa de formació i acompanyament en eficiència energètica.

Descripció

Per tal d'ajudar els negocis a ser més sostenibles i reduir costos, es proposa realitzar un programa per acompanyar i guiar als comerciants en el camí de ser més eficients energèticament. Per això, es faran unes formacions de lliure accés pel teixit comercial de la vila on s'explicaran pràctiques per la reducció d'emissions i reaprofitament energètic, nous productes que estiguin al mercat i permetin una reducció de costos, possibles subvencions o ajudes a les quals puguin tenir accés, etc.

Aquestes formacions aniran acompanyades d'un posterior acompanyament per experts i personal de l'ajuntament, que estarà pendent que els comerços hagin pogut aplicar els coneixements apresos i resoldran possibles dubtes que es trobin en el procés. Al mateix temps, els hi faran arribar novetats en cas que hi hagi canvis en la regulació o nous productes més eficients al mercat. Si es demanés, es podria fer una auditoria energètica on es permeti identificar les àrees de major consum d'energia dels comerços de forma individualitzada.

Objectius específics

- Permetre una reducció del consum d'energia i dels costos que han d'afrontar els comerciants.
- Fer més competitiu i sostenible el teixit comercial de Benicarló.

Passes a seguir

- Definició de les persones expertes que realitzaran les formacions, el contingut que s'explicarà i la calendarització d'aquestes.
- Comunicació als negocis locals de la realització de les formacions i període d'inscripció.
- Realització de les formacions.
- Període d'acompanyament i servei d'ajuda als comerços per identificar possibles problemes de forma individualitzada.

Indicadors de seguiment

Nombre de comerços que obtenen la formació.
Nombre de consultes posteriors realitzades pels comerços.
Variació en el consum i cost d'energia en el període d'un any.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Medi Ambient; Sector econòmic.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P6_A5. Pla d'impuls de mesures d'economia circular.

Descripció

Per tal de situar Benicarló com un referent cap a un canvi de model més sostenible, es proposa fer arribar i aplicar els valors de l'economia circular dins del teixit comercial de la vila.

Per poder produir, consumir i gestionar els recursos de manera més eficient i verda, se suggereix buscar un grup de negocis comercials, de restauració i serveis pioners que vulguin aplicar els principis de l'economia circular. Algunes de les possibles accions que aquests negocis podrien realitzar són: la incorporació d'embalatge reciclable o reutilitzable pels productes a la venda, que els comerços mostrin diverses maneres de poder reutilitzar els seus articles un cop ja s'han utilitzat per a la seva finalitat principal, potenciar la compravenda de productes de segona mà, ajudar a donar una segona vida als productes un cop ja han estat utilitzats pels clients, plantejar un sistema de lloguer de productes que comunament són fets servir en poques ocasions, etc.

Objectius específics

- Aprofitar tots els beneficis de l'aplicació de l'economia circular, com l'optimització de recursos, la motivació de noves oportunitats de negoci, foment de la innovació, adaptar als negocis a possibles regulacions actuals i futures, etc.
- Reducció dels residus i l'impacte mediambiental del sector.
- Sensibilització dels problemes mediambientals i la importància de realitzar pràctiques sostenibles entre el teixit comercial i la població.

Passes a seguir

- Definició, juntament amb una persona experta, de les diverses pràctiques que podrien aplicar els comerços per introduir els principis de l'economia circular.
- Identificació i selecció del grup dels negocis interessats a participar.
- Aplicació i confecció de forma individualitzada de les pràctiques esmentades.
- Seguiment i atenció individualitzada als comerços.

Indicadors de seguiment

Nombre d'establiments que han aplicat pràctiques d'economia circular.
 Nombre d'actuacions incorporades per part del sector en el període posterior a un any.
 Nombre de persones participants en les accions realitzades pels establiments.

Agents implicats

Departament de Comerç, Departament de Medi Ambient.

ODS vinculats



Acció

P6_A6. Programa de foment de la compra i el consum responsable.

Descripció

Aquesta acció busca promoure i fer palesos els valors de la responsabilitat mediambiental i el consum de proximitat i sostenible entre la ciutadania i el propi sector comercial de Benicarló. Per fer-ho, es proposa aprofitar la visibilitat, recursos i els productes que ofereixen els comerços, serveis de restauració i mercat per mostrar els avantatges i la importància de realitzar un consum responsable, tant a nivell de producte local com de sensibilització amb el planeta.

La promoció d'aquests valors de compra es pot realitzar simplement deixant clara la qualitat, procedència i elaboració del producte o servei presentat, com també fent campanyes de recollides de materials com piles o taps, una ruta amb geocaching als aparadors dels comerços vinculada a sensibilitzar la ciutadania sobre la crisi climàtica, jornades de xerrades sobre consum responsable al mercat, etc.

Objectius específics

- Promoure la conscienciació en termes de sostenibilitat entre la població i el teixit comercial.
- Vincular el sector comercial i la ciutadania en un objectiu comú: fomentar la responsabilitat mediambiental i conscienciar sobre la crisi climàtica.

Passes a seguir

- Identificació i determinació dels comerços, parades de mercat i serveis de restauració que ofereixin productes de consum responsable i sostenible.
- Definició del les persones que formaran part del equip de treball per impulsar les accions i activitats de promoció sostenible.
- Disseny i preparació de possibles campanyes o accions.

Indicadors de seguiment

Nombre d'establiments participants.
 Nombre d'accions impulsades.
 Nombre de persones participants en les accions.

Agents implicats

Departament de Medi Ambient; Departament d'Agricultura i Pesca; Departament de Comerç; Sector comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P6_A7. Elaboració d'auditories per a la sostenibilitat dels establiments comercials.

Descripció	Per tal d'ajudar els negocis a fer una transició cap a pràctiques més sostenibles, aquesta acció proposa la realització d'auditories que ajudin a identificar el nivell de responsabilitat mediambiental que empren els establiments. D'aquesta manera, podran conèixer quin és el seu grau d'eficiència energètica i sostenibilitat, i a partir d'aquí començar a desenvolupar mesures que impulsin bones pràctiques dins dels negocis i serveixin per millorar elements deficitaris. Així, aquesta acció permetrà la recol·lecta de dades de l'estat dels comerços i informació estratègica sobre els mateixos que alhora servirà per definir un pla d'actuació personalitzat i eficient que abordi les qüestions que necessiten una intervenció més immediata. A partir d'una primera auditoria on es faria una diagnosi inicial de l'estat dels comerços, es plantejaria un pla d'actuació individualitzat per cadascun d'ells, i al cap d'un any es realitzaria una segona auditoria per comprovar com ha estat la implementació de les mesures, la millora pel que respecte a la sostenibilitat i trobar possibles noves línies d'actuació.
Objectius específics	1. Obtenir informació estratègica en termes de sostenibilitat dels comerços per definir actuacions concretes i eficients. 2. Posicionar el teixit comercial de Benicarló com a referent en termes de sostenibilitat aplicada al comerç. 3. Facilitar i acompanyar el teixit comercial en el seu procés de transformació cap a models de negoci més sostenibles i mediambientalment responsables.
Passes a seguir	1. Definició de les persones expertes que realitzaran les auditories i els mitjans que s'utilitzaran. 2. Comunicació als comerços locals de la realització de les auditories en les dates acordades. 3. Anàlisi i definició del pla d'actuació individualitzat per a cada comerç en funció del resultat de les auditories. 4. Programació de les auditories al cap d'un any.
Indicadors de seguiment	Nombre d'establiments que han demandat i rebut una auditoria. Nombre de plans d'actuació definits i implementats. Variació de resultats entre la primera i la última auditoria.
Agents implicats	Departament de Comerç; Departament de Medi Ambient.
ODS vinculats	    

03. Pla d'acció



L3 Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà

Explicació de la línia

A mesura que el municipi hagi començat a desenvolupar els diferents programes proposats en les línies d'aquest projecte, haurà d'entomar paral·lelament l'estratègia de comunicació i promoció de seva activitat comercial urbana. Així doncs, caldrà que les mesures de comunicació a emprendre es basin en la resta de programes inclosos al pla i persegueixin els mateixos objectius de promoció del teixit comercial del municipi, així com que estiguin en coherència amb els valors que es transmeten en els diferents programes.

Al mateix temps, i en la línia de promoció de l'activitat comercial urbana del municipi, cal definir una estratègia per promoure el treball col·laboratiu i de consens entre sectors estratègics i la ciutadania per compartir recursos i visibilitat i fomentar una visió transversal i comuna de la reactivació comercial del territori. Així mateix, es pretén impulsar una singularització de l'estructura comercial del municipi amb l'objectiu de construir un teixit econòmic en planta baixa singular i atractiu, alhora que local i de proximitat.

Objectius generals

1. Construir un relat comú del municipi, de les seves singularitats i dels seus atractius comercials.
2. Definir un marc de treball conjunt entre els diferents sectors estratègics del territori.
3. Promoure la singularització de l'estructura comercial del municipi.



Programes a desenvolupar		Prioritat	Pàgina
P7	Programa d'impuls de la promoció i visibilitat de l'activitat comercial urbana.	Molt Alta	Pàgina 40
P8	Programa de singularització de l'estructura comercial.	Alta	Pàgina 41

L3 – Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà



P7 Programa d'impuls de la promoció i visibilitat de l'activitat comercial urbana

Justificació

- La necessitat de promocionar el teixit econòmic a través de la construcció d'una marca pròpia, que es basi en els valors que es volen transmetre com a municipi i com a espai comercial de referència i que li permetin comunicar-se i posicionar-se en la ment de les persones consumidores.
- La necessitat d'incentivar la motivació i el sentit de pertinença del sector econòmic, reconeixent el valor de la seva feina i el seu impacte positiu en el territori, per a dur a terme accions innovadores i transformadores.



Prioritat	Complexitat	ODS			
● ● ● ● ● Molt Alta	Alta	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Descripció del programa

Posicionar i visibilitzar un espai comercial urbà significa establir una imatge del mateix en la ment de les potencials persones compradores i visitants. Per afavorir el seu posicionament comercial, el teixit econòmic de Benicarló necessita la definició d'una estratègia de promoció i comunicació de la seva proposta de valor quant a activitat comercial urbana. Actualment, el municipi no compta amb una marca comercial i una personalitat pròpia i això es transmet en una sensació de confusió i desorientació de la clientela.

Per aquest motiu, es considera que cal treballar en una estratègia de definició, posicionament i màrqueting que construeixi una identitat conceptual i gràfica del teixit comercial de Benicarló i dels valors que aquest vol transmetre. Alhora, en aquest programa es planteja la necessitat de motivar el teixit econòmic i aconseguir que aquest cregui en un projecte comú innovador i al mateix temps implicar altres sectors com la cultura i la ciutadania en una visió holística per reactivar l'activitat comercial urbana.

Objectius específics

- Construir un relat comú i una marca pròpia de l'activitat comercial urbana, emfatitzant les seves singularitats i els seus atractius comercials i de restauració.
- Acostar i il·lusionar el teixit econòmic amb un projecte comú transformador i col·lectiu.

Actuacions proposades

P7_A1. Creació i comunicació de la marca comercial del teixit econòmic de Benicarló, amb una imatge visual.

P7_A2. Creació d'una pàgina web del comerç de Benicarló.

P7_A3. Creació de la campanya "Viu el comerç de Benicarló".

P7_A4. Programa d'impuls de les sinergies entre comerç, cultura i ciutadania.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P7_A1. Creació i comunicació de la marca comercial del teixit econòmic de Benicarló, amb una imatge visual.

Descripció

Amb l'objectiu d'assolir una major visibilitat del sector comercial a Benicarló i convertir-lo en una de les cartes de presentació del municipi, es proposa crear una marca comercial. L'acció requerirà la identificació d'elements propis de l'activitat comercial urbana de Benicarló, i la marca podrà invocar a quelcom relacionat amb l'esmentada, com ara l'antiga història comercial del municipi.

Per tal de tirar endavant el projecte, serà necessari un equip de treball definit, que busqui promocionar aquest de forma transversal, amb una comunicació tan digital com a partir de mitjans físics, per així arribar a tots els perfils de població de Benicarló i de la zona.

Objectius específics

1. Promocionar l'activitat comercial urbana de Benicarló.
2. Renovar la imatge del sector comercial i mostrar una xarxa de comerços connectada.
3. Millorar la visibilitat i fer més identificable el teixit comercial de Benicarló, remarcant els seus valors i la seva identitat.

Passes a seguir

1. Definició del nom del projecte i creació del manual d'identitat corporativa (imatge visual, identitat, aplicacions, canals de comunicació, etc...).
2. Creació del relat i les característiques associades a la campanya de reactivació i promoció del comerç de Benicarló (missió, visió i valors).
3. Determinació de les persones que formaran part del equip de treball per impulsar el projecte.

Indicadors de seguiment

Nombre d'accions de promoció realitzades.
Nombre de visualitzacions de les accions de promoció.
Nombre de localitats amb accions de promoció.
Nivell de ventes al comerç de proximitat de Benicarló.

Agents implicats

Departament de Comunicació; Departament de Comerç; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P7_A2. Creació d'una aplicació del comerç i el turisme de Benicarló.

Descripció

Per tal de millorar la visibilitat i promoció de l'activitat comercial urbana a Benicarló i poder potenciar el seu atractiu turístic, es proposa crear una aplicació específica on es pugui trobar informació d'interès sobre les activitats, esdeveniments i fets relacionats amb el comerç de la ciutat i els interessos turístics de la ciutat. Aquesta ha de ser una aplicació útil per aquells que vinguin a visitar Benicarló, però també pels seus habitants.

Els continguts que podria incorporar l'aplicació són els següents: catàleg dels comerços amb informació i imatges d'aquests, dades de contacte dels comerços, mapa amb les ubicacions dels comerços, agenda d'activitats i campanyes, newsletter, zones d'interès turístic, recomanacions d'establiments de restauració, etc.

Objectius específics

1. Facilitar l'obtenció d'informació relativa a l'activitat comercial de Benicarló.
2. Recopilar tota la informació necessària en un mateix canal.
3. Promocionar l'activitat comercial des dels mitjans digitals.

Passes a seguir

1. Determinació dels continguts que es volen incorporar a l'aplicació conjuntament amb l'equip tècnic i el sector comercial.
2. Determinació de les persones encarregades de realitzar el disseny de l'aplicació.
3. Recollida de la informació necessària per incorporar a l'aplicació.
4. Comunicació i presentació oficial de l'aplicació.

Indicadors de seguiment

Nombre d'elements incorporats a l'aplicació.
Nombre de comerços participants en el disseny i recollida d'informació.
Nombre de descàrregues de l'aplicació.

Agents implicats

Departament de Comunicació; Departament de Comerç; Departament de Turisme; Sector comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P7_A3. Creació de la campanya “Viu el comerç de Benicarló”.

Descripció

Per tal d'unir la ciutadania amb el sector comercial del municipi i fer que senti una vinculació amb el mateix, es proposa realitzar una sèrie d'accions que connectin ambdós agents. Aquestes han de buscar donar reconeixement i valoració a la tasca del teixit comercial, fet que li podrà generar motivació per impulsar accions innovadores i que siguin atractives per la població de Benicarló. En aquesta estratègia, es poden incloure diferents activitats, com per exemple:

- Jornades d'activitats als centres educatius (on les persones comerciants vagin a explicar la seva feina, experiència, la importància del consum responsable i de proximitat, etc.), o excursions dels infants al mercat (on se'ls parli de la importància del producte local i de qualitat).
- La realització de tallers on la informació obtinguda en les jornades i les rutes permeti, en funció del nivell escolar, fer decoració pels aparadors amb fotografies de qui hi ha darrere els comerços de Benicarló, dissenyar una campanya de promoció per al comerç, redactar articles informatius, etc.

Objectius específics

1. Apropar el teixit comercial local de Benicarló a la ciutadania.
2. Animar la motivació del comerç per impulsar mesures innovadores.

Passes a seguir

1. Definició d'una taula de treball amb l'equip tècnic de les diferents àrees de l'ajuntament i amb associacions per definir l'estratègia i les accions a impulsar.
2. Promoció i explicació de les activitats a centres participants, com centres educatius o centres culturals.
3. Calendarització de les activitats.
4. Seguiment i avaluació de l'activitat.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones participants a les activitats.
 Nombre de centres i associacions participants.
 Nombre de centres i associacions participants per sector.
 Nombre d'accions realitzades.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament d'Educació; Departament de Cultura; Entitats culturals, educatives, socials i associatives; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P7_A4. Programa d'impuls de les sinergies entre comerç, cultura i ciutadania.

Descripció

Per afavorir l'activitat comercial urbana, és important buscar sinergies i col·laborar amb altres sectors dins del municipi que involucrin la seva ciutadania, com podria ser el cultural. Aquesta acció pretén que els dos àmbits aprofitin i comparteixin els seus recursos per promocionar-se mútuament i impulsar valors comuns.

Tot això es podria fer a partir de la creació d'una taula de treball transversal que es reuneixi periòdicament per buscar sinergies entre els sectors i pensar possibles mesures o activitats conjuntes a tirar endavant. Alguns exemples de possibles pràctiques a realitzar són:

- Crear una guia de bones pràctiques de projectes compartits entre cultura i comerç, on hi hagi un recull de projectes i accions concretes que s'hagin impulsat en altres territoris on el sector cultural hagi tingut un paper en la reactivació de l'activitat comercial urbana.
- Definir una campanya de bons per la compra al comerç local que es tradueixi en descomptes en activitats culturals que se celebrin al municipi (obres de teatre, concerts, exposicions culturals, etc.). L'entrega d'aquests bons es pot realitzar o bé físicament en els mateixos comerços o bé a través d'un canal digital.

Objectius específics

1. Promoure eines de treball transversal entre el teixit comercial i altres sectors estratègics, com el cultural.
2. Transmetre una visió de conjunt sobre l'activitat urbana i la dinamització dels espais urbans a través de, també, la difusió de la cultura pròpia del territori.
3. Generar un major vincle entre la ciutadania i el seu territori.

Passes a seguir

1. Creació de taules de treball amb el sector comercial, el sector cultural i personal tècnic de l'ajuntament per definir possibles activitats, esdeveniments, campanyes i promocions que es puguin realitzar conjuntament.
2. Decisió sobre el format i la calendarització de les taules de treball.
3. Presentació i comunicació pública del nou format de treball en l'estratègia de reactivació de l'activitat comercial urbana.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones participants en la taula de treball transversal.
 Nombre de reunions anuals celebrades.
 Nombre d'acords, mesures i possibles activitats resultants de la taula de treball.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament d'Educació; Departament de Cultura; Entitats culturals, educatives, socials i associatives; Sector comercial.

ODS vinculats



L3 – Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà



P8 Programa de singularització de l'estructura comercial

Justificació

- El model comercial necessita reconvertir-se amb projectes i iniciatives que posin en valor la identitat territorial i les singularitats comercials sorgides d'aquesta.
- La necessitat de preservar el teixit econòmic de proximitat i singular, posant en valor la seva tasca en un context d'aparició de grans cadenes comercials i franquícies que podrien substituir aquesta tipologia d'establiments locals.
- La necessitat de potenciar una estructura d'espai comercial urbà que també reforci la singularitat del teixit i sigui clarament identificable i comprensible.



Prioritat	Complexitat	ODS				
● ● ● ● ● Alta	Alta	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Descripció del programa

El teixit comercial urbà és un dels elements que contribueix a la construcció d'un ideari de ciutat. En aquest sentit, Benicarló no n'és una excepció i els propis negocis que formen part de l'estructura urbana acaben generant un paisatge i una identitat pròpia del municipi. Aquest programa, per tant, pretén impulsar algunes mesures que contribueixin a impulsar les singularitats del teixit econòmic de la ciutat així com de l'espai comercial urbà per promoure la diferenciació del territori com un element d'alt valor afegit que contribueixi a la dinamització de l'activitat econòmica.

La singularització de l'oferta comercial comportarà una millora de la qualitat d'aquesta i la promoció d'un comerç més responsable i de proximitat. Alhora, es vol potenciar un espai comercial urbà també singular i que sigui agradable i atractiu per l'experiència comercial. Duent a terme accions en aquest sentit, es pretén contribuir també a millorar el sentiment de pertinença i l'arrelament al territori per tal que, alhora, motivi la millora en la singularització i preservació del teixit comercial del municipi.

Objectius específics

1. Posar en valor l'activitat comercial urbana més singular i que treballa en clau de proximitat.
2. Promoure la preservació i la singularització de l'activitat comercial urbana.
3. Potenciar un espai comercial urbà atractiu i accessible per a la clientela.

Actuacions proposades

P8_A1. Projecte Emblemàtics Benicarló.

P8_A2. Projecte "Emprenem en comerç de proximitat" (impuls emprenedoria en clau de proximitat).

P8_A3. Projecte de millora de la trama urbana i l'amabilització de l'espai comercial urbà.

P8_A4. Pla de senyalització comercial i per la creació de recorreguts singulars.

03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P8_A1. Projecte Emblemàtics Benicarló.

Descripció

Aquest projecte neix amb l'objectiu de protegir i promocionar aquells comerços que, ja sigui per la seva antiguitat, història, singularitat, arrelament a la vila o patrimoni material i/o immaterial d'aquesta, poguessin ser considerats com a emblemàtics o significatius de la història comercial del municipi.

Per tal de preservar aquest tipus d'establiments, es proposa donar-los una sèrie d'incentius, com una senyalització amb distintius de la seva condició "d'emblemàtics", l'organització d'activitats de promoció com podria ser una ruta d'establiments emblemàtics, creació d'ajudes a la preservació i restauració del patrimoni dels locals, etc.

Objectius específics

1. Ajudar a preservar el patrimoni comercial físic i històric de Benicarló.
2. Tenir un cens d'establiments emblemàtics amb uns criteris definits.
3. Potenciar el relleu generacional entre el teixit comercial més rellevant.
4. Impulsar accions de promoció per potenciar i promocionar Benicarló com un referent a nivell comercial a partir de la seva història.

Passes a seguir

1. Establir una comissió de treball que determini una base i un procediment per classificar els comerços com a emblemàtics i comunicar-ho als establiments.
2. Creació del relat associat a la campanya (missió, visió i valors) i definició de les mesures que es volen impulsar en el marc d'aquesta.
3. Monitorar l'evolució dels emblemàtics de forma periòdica, a partir de formularis.

Indicadors de seguiment

Nombre d'establiments emblemàtics o amb característiques singulars identificats.
 Nombre d'activitats realitzades.
 Nombre de persones participants a les activitats.
 Nivell de vendes dels comerços considerats emblemàtics.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament de Patrimoni; Departament de Cultura; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P8_A2. Projecte "Emprenem en comerç de proximitat".

Descripció

Per tal de poder potenciar l'emprenedoria a la vila, aquest projecte pretén oferir diversos incentius i serveis per promoure la creació de noves iniciatives comercials, principalment entre els joves.

Per assolir aquests objectius, es buscarà potenciar un programa d'emprenedoria que doni formació i acompanyament de forma individualitzada als diferents projectes que es vulguin posar en marxa. D'altra banda, es proposa aplicar un programa d'incentius per aquests projectes, amb una millora del servei d'atenció a l'emprenedoria de l'ajuntament i un suport a l'hora de demanar possibles ajudes que es donin des del govern. En darrer lloc, es proposa la creació d'una pàgina web d'emprenedoria que contingui informació relativa a: locals disponibles, manuals i guies per ajudar a obrir un negoci, qüestionaris de resolució de dubtes...

Objectius específics

1. Motivar l'emprenedoria entre la gent jove, acompanyant-la i donant-li suport durant el procés.
2. Ajudar a crear noves iniciatives comercials que millorin la competitivitat i la diversitat de productes oferts a la zona.

Passes a seguir

1. Definició i calendarització d'un pla de continguts de la formació.
2. Accions de promoció a través de canals físics i digitals de les formacions i preparació del mitjà d'inscripció i obertura del període d'inscripció.
3. Definició i preparació de les bases i la metodologia per a la campanya d'incentius amb l'equip tècnic de l'ajuntament.
4. Contractació d'una persona externa per a la creació de l'espai web.
5. Reforç del servei d'atenció a l'emprenedoria de l'ajuntament.

Indicadors de seguiment

Nombre de persones inscrites a les formacions.
 Nombre de persones participants a les formacions.
 Nombre de persones sol·licitants d'ajuts.
 Nombre de noves iniciatives comercials a Benicarló en el període posterior d'un any.

Agents implicats

Agència d'ocupació i desenvolupament local.

ODS vinculats



03. Pla d'Acció

03.03. Descripció de les accions

Acció

P8_A3. Projecte de millora de la trama urbana i l'amabilització de l'espai comercial urbà.

Descripció

Per tal de millorar l'accessibilitat i amabilitat de les zones comercials, es proposa el disseny i implementació d'una sèrie de mesures que incentivaran i faran més agradable l'experiència comercial.

Algunes de les accions a realitzar podrien ser: millorar el mobiliari urbà, comunicar de forma comprensible i visible les possibilitats d'aparcament a Benicarló, assegurar i millorar els serveis de neteja a les zones comercials més concorregudes...

Objectius específics

1. Millorar l'atractivitat de l'espai comercial urbà i l'experiència comercial dels ciutadans.
2. Generar més flux de persones de perfils diversos.
3. Fer més accessible la zona comercial a possibles persones visitants.

Passes a seguir

1. Definició d'una taula de treball amb l'equip tècnic de les diferents àrees implicades per definir les accions que es volen dur a terme.
2. Reunions de treball amb el sector comercial per incorporar la seva visió sobre les necessitats i prioritats.
3. Detecció de zones prioritàries d'acció.
4. Definició d'un pla a 5 anys vista per calendaritzar les diferents accions que es volen impulsar.
5. Definició dels recursos materials i humans necessaris per a dur a terme les accions.
6. Presentació a la ciutadania del pla establert.
7. Seguiment i avaluació del projecte.

Indicadors de seguiment

Nombre de comerços participants en la definició del projecte.
 Nombre d'accions acordades per dur a terme.
 Nombre d'accions implementades al cap d'un any.
 Nombre d'accions implementades en el període posterior a 5 anys.

Agents implicats

Departament d'Obres i Serveis; Departament de Comerç; Sector comercial.

ODS vinculats



Acció

P8_A4. Pla de senyalització comercial i per la creació de recorreguts singulars.

Descripció

Aquesta acció pretén ajudar a identificar i fer més visible el teixit comercial de la vila. A partir d'un pla de senyalització de la zona comercial, els habitants o visitants podran reconèixer i ubicar més fàcilment els productes i comerços que cerquin. A més a més, es proposa la creació de recorreguts singulars dins de Benicarló, a partir d'una ruta i senyalització de locals i comerços emblemàtics de la localitat.

Algunes de les accions a realitzar podrien ser: indicacions a partir de fletxes i/o cartells que ajudin als individus a dirigir-se a la zona comercial, la creació d'un mapa tant en format físic com digital on es mostri el barri comercial, establiments emblemàtics de la ciutat, zones de restauració i la ubicació de patrimoni de la ciutat, etc.

Objectius específics

1. Unificar i donar una delimitació més clara de quina és la zona comercial de Benicarló.
2. Fer més agradable i senzilla l'experiència de compra.
3. Donar a conèixer el sector comercial de Benicarló tant dins com fora de la vila.

Passes a seguir

1. Concretar els establiments i la zona comercial que es vol senyalitzar.
2. Col·locació de cartells i senyals a zones de Benicarló que indiquin on es troba el nucli comercial.
3. Creació i distribució del mapa de comerços.

Indicadors de seguiment

Nombre i ubicació de senyals col·locades a Benicarló.
 Nombre de vegades que s'han consultat els mapes en línia i/o físicament.
 Nombre de comerços presents dins dels mapes i les senyalitzacions.
 Nivell de vendes dels comerços senyalitzats.

Agents implicats

Departament de Comerç; Departament d'Obres i Serveis; Departament de Patrimoni; Sector comercial.

ODS vinculats



03. Pla d'acció

03.03. Cronograma de les accions

L1. Impuls d'una governança més col·laborativa.	2025	2026	2027	2028	2029
P1. Programa d'impuls d'una governança més innovadora.					
P1_A1. Creació del Consell de Comerç de Benicarló.					
P1_A2. Creació d'una Comissió de treball transversal per a la reactivació de l'activitat comercial urbana.					
P1_A3. Programa d'ampliació de les bases i el suport econòmic a l'associacionisme.					
P1_A4. Jornades de comerç "Comerç, proximitat i espai urbà": reptes del comerç a la Comunitat Valenciana.					
P1_A5. Intercanvi d'experiències supramunicipals "Grup impulsor del comerç en municipis mitjans"					
P1_A6. Elaboració d'un pacte publicoprivat per a la preservació i promoció de l'activitat comercial urbana de Benicarló.					
P2. Programa per a la planificació de l'activitat comercial urbana.					
P2_A1. Realització d'un cens comercial i creació d'indicadors de salut comercial.					
P2_A2. Realització d'un estudi d'activitat comercial urbana.					
P2_A3. Estratègia d'enfortiment de l'estructura organitzativa i pressupostària de l'àrea de promoció econòmica.					
P2_A4. Pla de revisió i definició de la normativa reguladora de l'activitat comercial urbana al municipi.					
P2_A5. Guia per a la comunicació de les ordenances comercials de Benicarló.					

03. Pla d’acció

03.03. Cronograma de les accions

L2. Regeneració i inversió a l'activitat comercial urbana.	2025	2026	2027	2028	2029
P3. Programa per la reactivació i recuperació de locals buits.					
P3_A1. Realització d'un cens de locals buits.					
P3_A2. Campanyes de promoció als aparadors.					
P3_A3. Creació d'una línia d'incentius per a la creació de nous comerços a Benicarló.					
P3_A4. Desenvolupament d'accions culturals als locals buits.					
P3_A5. Projecte "Testeja el comerç benicarlando".					
P4. Programa de professionalització i modernització del sector.					
P4_A1. Programa formatiu de millora de la competitivitat i la gestió empresarial.					
P4_A2. Creació d'una línia d'incentius per a negocis existents per a la millora de la gestió i la imatge dels establiments.					
P4_A3. Pla de foment de l'ocupació professionalitzada i de qualitat en el sector de l'activitat comercial urbana.					
P4_A4. Programa "Benicarló essencial".					
P4_A5. Programa "Fes brillar el comerç de Benicarló".					
P4_A6. Pla per a l'impuls del relleu generacional en el comerç i la restauració.					

03. Pla d’acció

03.03. Cronograma de les accions

L2. Regeneració i inversió a l'activitat comercial urbana.	2025	2026	2027	2028	2029
P5. Programa d'enfortiment del Mercat Central.					
P5_A1. Programa de millora de la imatge i la gestió comercial dels operadors del mercat.					
P5_A2. Pla de recuperació dels espais actualment en desús.					
P5_A3. Impuls de la promoció del mercat com a referent de producte local de Benicarló.					
P5_A4. "El comerç de proximitat i el mercat de Benicarló treballem junts".					
P6. Programa per la transformació digital i mediambiental.					
P6_A1. Programa formatiu en línia "Connecta't amb la tecnologia".					
P6_A2. Guia de bones pràctiques per a la transformació digital.					
P6_A3. Programa per a la implementació de tecnologia a l'espai comercial urbà.					
P6_A4. Programa de formació i acompanyament en eficiència energètica.					
P6_A5. Pla d'impuls de mesures d'economia circular.					
P6_A6. Programa de foment de la compra i el consum responsable.					
P6_A7. Elaboració d'auditories per a la sostenibilitat dels establiments comercials.					

03. Pla d’acció

03.03. Cronograma de les accions

L3. Millora de la visibilitat de l'espai comercial urbà.	2025	2026	2027	2028	2029
P7. Programa d’impuls de la promoció i visibilitat de l’activitat comercial urbana.					
P7_A1. Creació i comunicació de la marca comercial del teixit econòmic de Benicarló, amb una imatge visual.					
P7_A2. Creació d'una pàgina web del comerç de Benicarló.					
P7_A3. Creació de la campanya "Viu el comerç de Benicarló".					
P7_A4. Programa d'impuls de les sinergies entre comerç, cultura i ciutadania.					
P8. Programa de singularització de l'estructura comercial.					
P8_A1. Projecte Emblemàtics Benicarló.					
P8_A2. Projecte "Emprenem en comerç de proximitat".					
P8_A3. Projecte de millora de la trama urbana i l'amabilització de l'espai comercial urbà.					
P8_A4. Pla de senyalització comercial i per la creació de recorreguts singulars.					



Pla de reactivació de l'activitat comercial urbana a Benicarló

Treball realitzat per:



Ajuntament
de Benicarló

