

Pla de dinamització comercial de **La Ràpita**

Juny del 2023

Índex

| | | |
|-----------|---|---------------|
| 01 | Introducció Consideracions inicials Vers el desenvolupament sostenible Objectius del projecte Procés metodològic | Pàg. 3 |
|-----------|---|---------------|

| | | |
|-----------|---|----------------|
| 02 | Reconeixement Estat de situació respecte a l'activitat comercial i el mercat | Pàg. 14 |
|-----------|---|----------------|

| | | |
|-----------|--|----------------|
| 03 | Marc estratègic Proposta de valor Definició del model de desenvolupament Línies estratègiques | Pàg. 20 |
|-----------|--|----------------|

| | | |
|-----------|---|----------------|
| 04 | Pla d'acció Programes de treball Actuacions a desenvolupar | Pàg. 31 |
|-----------|---|----------------|

| | | |
|-----------|----------------------------|----------------|
| 05 | Annex Cronograma | Pàg. 68 |
|-----------|----------------------------|----------------|

01

Introducció

En aquest apartat:

Consideracions inicials

Vers el desenvolupament sostenible

Objectius del projecte

Procés metodològic

01. Introducció

Consideracions inicials

El teixit comercial, turístic i econòmic dels municipis esdevé **un dels factors que més contribueixen a la seva diferenciació i a la millora de la competitivitat**. Al mateix temps, també contribueix a la riquesa turística, a la vertebració i la cohesió social i, en síntesi, a donar vida i dinamisme econòmic.

Si bé és cert que el paper de l'activitat econòmica és un factor fonamental per entendre el model de municipi, 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 el disseny i posada en marxa d'una estratègia digital pròpia. La capacitat per idear i potenciar una marca ha d'estar alineada amb els valors i fets diferencials del municipi, el qual ha de tenir ben present el seu model de desenvolupament.

Alguns d'aquests valors passen per la **conscienciació de la població, tant local com visitant**, respecte al valor afegit de **la proximitat i el tracte personalitzat**, el **respecte pel medi ambient i la seva preservació**, la **responsabilitat social i el retorn d'aquella activitat al propi territori**.

En segon lloc, un altre dels principals reptes econòmics de qualsevol municipi, passen per la seva diversificació i per l'impuls de mesures que contribueixin a preservar i enfortir la seva activitat econòmica. Fer front a aquest repte pot suposar, en funció de les accions desenvolupades, la millora del paisatge urbà, l'enfortiment de la col·laboració publicoprivada entre entitats i empreses implicades en l'activitat econòmica, etc.

En el cas de La Ràpita, el municipi no és ni ha de ser aliè a tot aquest conjunt de variables. El municipi ha de posar una mirada en la dinamització i la diversificació i l'enfortiment del seu teixit econòmic comercial i turístic, els dos vectors que, per mitjà de la seva estreta vinculació han de guiar l'estratègia per la millora de la resiliència del municipi.

En aquest context, el present projecte pretén contribuir a la definició del **Pla de dinamització comercial de La Ràpita**, que esdevingui un instrument que ajudi a definir un conjunt de línies estratègiques i mesures que contribueixin a la modernització del teixit econòmic i a la dinamització del model turístic del municipi per tal de posicionar-lo com un referent de dinamització econòmica dins la comarca del Montsià i la marca turística que representa el Delta de l'Ebre.

01. Introducció

Vers el desenvolupament sostenible

Una vegada plantejades les consideracions inicials és cabdal indicar que el present pla vindrà a presentar un model de desenvolupament econòmic, comercial i turístic del tot ajustat a les premisses que marquen els **Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)**. Els ODS formen part de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible, aprovada el 2015 per l'Assemblea General de l'ONU a favor de les persones, el planeta i la prosperitat.

Dels 17 ODS n'hi ha 9 que tenen una incidència més directa al projecte. En concret són aquells objectius relatius al creixement econòmic sostenible, la producció i el consum, i l'ús sostenible dels oceans i recursos marins i terrestres. A les properes pàgines es mostra amb major detall com el projecte vol treballar en l'assoliment dels objectius anat, per tant, més enllà d'una aspiració i sent, així doncs, una fita del Pla de dinamització comercial de La Ràpita.

Els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS):



ODS amb major incidència al projecte:



01. Introducció

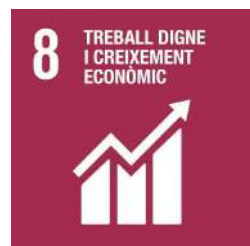
Vers el desenvolupament sostenible



La gastronomia és un element clau per la promoció i foment de la singularitat dels pobles on el turisme és un dels principals motors de desenvolupament. Garantir la sostenibilitat dels sistemes de producció alimentària així com l'enfortiment dels punts de venda locals són elements que el present projecte vol impulsar.



Mesures com la diversificació de l'activitat econòmica o l'aposta per un model turístic sostenible, de valor afegit requereixen una visió i perspectiva de gènere, essent així, aquest ODS un element de caràcter transversal del Pla.



El comerç local i el teixit productiu de proximitat són elements vinculats a la riquesa i dinamisme territorial. És cabdal, doncs, incorporar estructures de treball transversal i col·laboratives entre agents dels sectors turístic i econòmic orientades a la promoció del creixement sostenible al llarg del temps.



Millorar l'accessibilitat i la connectivitat entre els nuclis de població i els llocs amb major potencial turístic. Així com impulsar el sector turístic tot enfortint la presència i l'estratègia digital orientada, aquesta, a la generació de paquets turístics orientats a perfils turístics específics.



El municipi de La Ràpita ha de treballar conjuntament amb els altres municipis del Delta en la preservació dels recursos naturals del territori, apostant per un model turístic d'acord amb els principis de sostenibilitat.



Tots els actius comercials, turístics i socials han de ser un element referent d'economia circular. El model a definir ha de ser resilient i apostar per l'ús eficient dels recursos naturals, la reducció de residus i del malbaratament alimentari.



Un model de desenvolupament que integra accions contra el canvi climàtic, centrades en la conscienciació i educació de la població local i visitant per tal que aquesta tingui eines per actuar davant situacions i fenòmens de distorsió.



Treballar de manera alineada amb la protecció i conservació dels ecosistemes marins, un valor afegit i característic del Delta de l'Ebre, en general, i de La Ràpita, concretament.



Promoure la conservació de la vida i els ecosistemes per mitjà del foment d'una gestió i planificació sostenible i respectuosa del territori amb una especial atenció als espais i espècies protegides i en situació d'amenaça.

01. Introducció

Vers el desenvolupament sostenible

L'Agenda Urbana Espanyola és un document estratègic conforme els criteris establerts per l'Agenda 2030 de les Nacions Unides a escala nacional. L'agenda proposa 10 objectius estratègics acompanyats d'unes línies d'actuació amb possibles alternatives per incidir en els objectius.













En relació amb aquest treball, tant el reconeixement de l'estat de situació actual referent a l'activitat comercial i turística com les accions a emprendre per la definició d'un model de desenvolupament econòmic diferenciat es troben estretament relacionats amb bona part dels objectius estratègics de l'Agenda. El caràcter transversal del comerç i el turisme i l'estreta relació d'aquests amb els atributs naturals i paisatgístics de La Ràpita, fa que aquest tingui relació amb la majoria dels objectius.

01. Introducció













Vers el desenvolupament sostenible

En darrer terme, i com a conclusió d'aquest apartat, es presenta un quadre que mostra l'alineació entre els ODS i els objectius estratègics de l'Agenda Urbana Espanyola. Cal esmentar, també, que el pla d'acció que es presentarà més endavant és del tot sensible a aquests objectius i presenta mesures concretes per a fer-los tangibles i contribuir al seu assoliment.

| Agenda Urbana Espanyola (Objectius Estratègics) | ODS (fites) | Agenda Urbana Europea (partenariats) |
|--|--|--|
| 1.1. Ordenar el sòl de manera compatible amb seu entorn territorial |  2.4 Pràctiques agrícoles sostenibles i resilientes  11.a Vincles zones urbanes, periurbanes i rurals | Ús sostenible del sòl i solucions basades en la natura |
| 1.2. Conservar i millorar el patrimoni natural i cultural i protegir el paisatge |  6.6. Protegir i restablir els ecosistemes relacionats amb l'aigua  11.4 Patrimoni cultural i natural  14.1 Contaminació marina 14.2 Gestió d'ecosistemes marins i costaners 14.5 Conservació zones marines i de costa  15.1 Conservar i usos sostenibles d'ecosistemes 15.2 Gestió sostenible de boscos 15.3 Lluita contra la desertificació 15.4 Conservació ecosistemes muntanyosos 15.a Recursos financers 15.b Recursos per la gestió forestal | Patrimoni Cultural |
| 1.3 Millorar les infraestructures verdes i blaves i vincular-les amb el context natural |  15.5 Degradació i pèrdua de biodiversitat 15.9 Plans sensibles al medi ambient | Ús sostenible del sòl i solucions basades en la natura |
| 2.3 Garantir la qualitat i l'accessibilitat dels espais públics |  11.7 Accés a zones verdes i espais urbans segurs | Ciutats segures |
| 3.1. Adaptar el model territorial i urbà als efectes del canvi climàtic i avançar en la seva prevenció |  13.2 Polítiques Estratègiques i plans nacionals 13.3 Educació i sensibilització | Transició energètica Qualitat de l'aire Canvi Climàtic |
| 3.2. Reduir les emissions de gasos amb efecte hivernacle |  3.9 Salut mediambiental  11.6 Residus i contaminació en ciutats | |















01. Introducció

Vers el desenvolupament sostenible

| Agenda Urbana Espanyola (Objectius Estratègics) | ODS (fites) | Agenda Urbana Europea (partenariats) |
|--|---|--|
| 3.3. Millorar la resiliència davant el canvi climàtic |  1.5 Resiliència davant desastres econòmics, socials i ambientals  11.5 Desastres i reducció de vulnerabilitat  13.1 Resiliència i adaptació | Transició energètica Qualitat de l'aire Canvi Climàtic |
| 4.1. Ser més eficient energèticament i estalviar energia |  7.1 Accés universal a l'energia 7.2 Energies renovables 7.3 Eficiència energètica 7.a Investigació i inversió en energies netes 7.b Infraestructures i tecnologies en països en desenvolupament | |
| 4.2. Optimitzar i reduir el consum d'aigua |  6.1. Accés a l'aigua potable so a l'agua potable 6.2. Accés al sanejament i higiene 6.3. Qualitat de l'aigua 6.4. Incrementar l'ús eficient dels recursos hídrics 6.5. Implementar la gestió integrada dels recursos 6.b Suport a les entitats locals en la gestió de l'aigua i el sanejament | Economia circular Transició energètica Canvi Climàtic |
| 4.3. Fomentar el cycle dels materials |  12.2 Ús eficient de recursos naturals | |
| 4.3. Reduir els residus i afavorir el seu reciclatge |  12.2 Ús eficient de recursos naturals 12.4 Gestió de residus i productes químics 12.5 Prevenció, reducció, reciclatge i reutilització de deixalles  11.6 Residus i contaminació de ciutats | |
| 5.2. Potenciar models de transport sostenibles |  11.2 Transport públic | Mobilitat urbana Qualitat de l'aire |
| 6.2. Buscar la igualtat d'oportunitats des d'una perspectiva de gènere, edat i capacitat |  4.4 Competències per accedir al treball  5.5 Participació plena de la dona i igualtat d'oportunitats  10.3 Igualtat d'oportunitats | Inclusió de persones refugiades i migrants Pobresa i regeneració urbana |

01. Introducció

Vers el desenvolupament sostenible

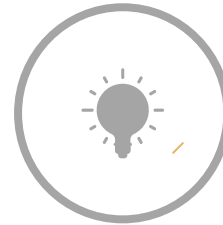
| Agenda Urbana Espanyola (Objectius Estratègics) | ODS (fites) | Agenda Urbana Europea (partenariats) |
|---|---|---|
| 7.1. Buscar la productivitat local, la generació d'ocupació i la dinamització i diversificació de l'activitat econòmica |  1.b Marcs normatius per acabar amb la pobresa  2.c Volatilitat de preus dels aliments  5.a Igualtat de drets als recursos econòmics  8.1 Creixement econòmic 8.2 Diversificació, tecnologia i innovació 8.3 Foment de la petita i mitjana empresa 8.4 Producció i consum eficient i respectuós 8.6 Plena ocupació i treball decent  9.2 Indústria inclusiva i sostenible 9.3 Accés Pimes a serveis financers i cadenes de valor  12.6 Empreses i informes sobre sostenibilitat | Treball i capacitació de l'economia local |
| 7.2. Fomentar el turisme sostenible i de qualitat i els sectors clau de l'economia local |  8.9 Turisme sostenible  12.b Turisme sostenible | |
| 9.1. Afavorir la societat del coneixement i avançar en el desenvolupament de ciutats intel·ligents (Smart cities) |  9.5 Investigació científica i capacitat tecnològica | Transició digital (Smart Cities) |
| 9.2. Fomentar l'administració electrònica i reduir la bretxa digital |  5.b Ús de tecnologia i TIC | |
| 10.2. Assegurar la participació ciutadana, la transparència i afavorir la governança multinivell |  16.7 Participació ciutadana  17.18 Creació de capacitat estadística | |
| 10.4 Dissenyar i posar en marxa campanyes de formació i sensibilització en matèria urbana així com l'intercanvi i la difusió de la informació |  4.7 Educació global per al desenvolupament sostenible  16.7 Participació ciutadana | |

01. Introducció

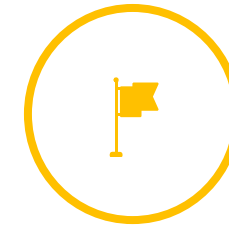
Objectius del projecte



Impulsar la creació d'un nou model de desenvolupament comercial i turístic més resiliència i que, sempre sota criteris de sostenibilitat, permeti posar en valor i enfortir el municipi.



Promoure un nou marc de col·laboració entre el teixit econòmic, social i les administracions que actuen sobre La Ràpita.



Fer possible la consolidació de La Ràpita com a territori més sostenible, cohesionat, dinàmic, digital i resiliència.



01. Introducció

Metodologia

Pel que fa al **procés metodològic** a seguir per a l'anàlisi i la realització del **Pla de dinamització comercial de La Ràpita**, ha descansat en la realització de **diferents mètodes d'anàlisi i estudi** i s'ha caracteritzat per la recerca d'una visió integral de l'activitat per tal de detectar aquells elements i dinàmiques que a dia d'avui estan condicionant a l'activitat comercial i turística del municipi.

Així doncs, el treball parteix d'una voluntat pràctica i ajustada a la realitat i les necessitats de La Ràpita, entregant com a resultat final una sèrie de línies d'actuació que permetin construir una estratègia per a reforçar l'activitat empresarial del municipi. Les propostes tenen especial consideració les singularitats i atributs paisatgístics de La Ràpita, els seus formats comercials i les dinàmiques que els hi afecten, i la convivència d'aquests amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible mencionats anteriorment.

L'enfocament del projecte serà al mateix multidisciplinari, aplicant una metodologia diversa que faciliti espais i mecanismes d'exposició i conversa, tals com les entrevistes en profunditat, espais de debat, de col·laboració i participació com les reunions, per tal de definir conjuntament i de manera participativa entre tots els agents implicats les mesures a emprendre.

A la següent pàgina s'indica, de manera gràfica com es desenvolupa metodològicament el Pla.

01. Introducció

En aquesta pàgina es presenta, de manera gràfica, el procés metodològic i participatiu desenvolupat al **Pla de dinamització comercial de La Ràpita**.

Reunions amb l'equip tècnic i polític

Trobades tant de caràcter introductorí com de seguiment sobre la contextualització del projecte i per a la definició dels resultats esperats.

01

Document 1.

Línies estratègiques i programes d'actuació
maig 2023

02

Entrevistes en profunditat

A entitats vinculades a l'associacionisme empresarial, comercial i del mercat de La Ràpita, així com persones vinculades als sectors comercials i turístic amb punts de vista rellevants.

03

Definició del pla d'acció per a la dinamització de l'activitat comercial

Elaboració del document de consens que desenvolupa tot el seguit de mesures necessàries per a la definició del Pla.



Pla de dinamització comercial de La Ràpita

02

Reconeixement

En aquest apartat:

Estat de situació respecte a l'activitat comercial i el mercat

02. Reconeixement

Principals reflexions del teixit econòmic

En aquest punt, es presenten els resultats obtinguts de les diverses entrevistes en profunditat realitzades.

Així doncs, tot seguit es mostren les reflexions que l'empresariat vinculat a activitats comercials, turístiques i gastronòmiques de La Ràpita ha exposat. Així doncs, les persones participants, ja sigui en representació pròpia com en veu de les entitats que lideren, han pogut expressar les seves opinions, inquietuds i valoracions sobre l'estat actual de l'activitat comercial i turística de La Ràpita.

Les següents pàgines mostren informació referida als següents elements:

1. Situació actual i reptes del comerç de La Ràpita

2. Elements d'atractiu i valor afegit del municipi

3. Promoció i dinamització de l'activitat comercial i turística

4. Col·laboració, associacionisme i polítiques públiques



02. Reconeixement

Principals reflexions del teixit econòmic

1. Situació actual i reptes del comerç de La Ràpita

El caràcter i singularitat del comerç de La Ràpita, el fet de ser “comerç de poble” és un dels trets més valorats pels agents comercials.

Derivat d'aquest primer punt, els propis operadors consideren que un repte que té al davant La Ràpita és mantenir el caràcter del seu comerç tot cercant maneres que aquest respongui a les necessitats derivades del desenvolupament turístic del municipi (horaris i serveis).

En general es considera que l'oferta comercial de La Ràpita és correcta, arrelada i amb capacitat per satisfer les necessitats de la població local.

Algunes de les persones entrevistades, manifesten que altres municipis propers estan impulsant accions per potenciar el seu comerç i això pot suposar una amenaça per al comerç de La Ràpita.

Bona part de les persones entrevistades manifesten la seva preocupació per la situació actual i les perspectives del mercat municipal. Coincideixen en les dificultats que presenta actualment el que hauria de ser un dels motors econòmics, socials i turístics del municipi.

Es coincideix en el fet que la situació generada per la pandèmia, ha reforçat els vincles entre el comerç de proximitat i la població local. Es considera que cal mantenir aquesta tendència.

Hi ha un total consens per part dels agents comercials del que és la zona comercial més dinàmica de La Ràpita: el carrer d'en Gorria, el carrer Sant Francesc, carrer Sant Isidre..., un entorn que concentra l'activitat comercial, des del mercat fins al front marítim.

L'aparcament de vehicles privats és un aspecte que preocupa a les persones entrevistades. Alguns comerciants indiquen que seria apropiat disposar de rotació d'aparcament al centre del poble per tal de facilitar la compra d'una població acostumada a moure's en vehicle privat.

Els locals en desús, sense activitat comercial, en alguns dels carrers principals no només afecten la continuïtat comercial sinó que també tenen incidència en la percepció de l'amabilitat i fins i tot la seguretat d'aquests eixos. Aquesta afirmació es veu referida, principalment a l'enllumenat dels carrers, considerat insuficient si no fos per la llum que aporten els comerços.

Es manifesta una certa preocupació per la venda ambulants, indicant que aquesta exerceix una competència deslleial i que posa en risc la viabilitat de l'activitat econòmica tradicional dels comerços locals. S'indica que caldria adoptar mesures pel control d'aquesta.

02. Reconeixement

Principals reflexions del teixit econòmic

2. Elements d'atractiu i valor afegit del municipi

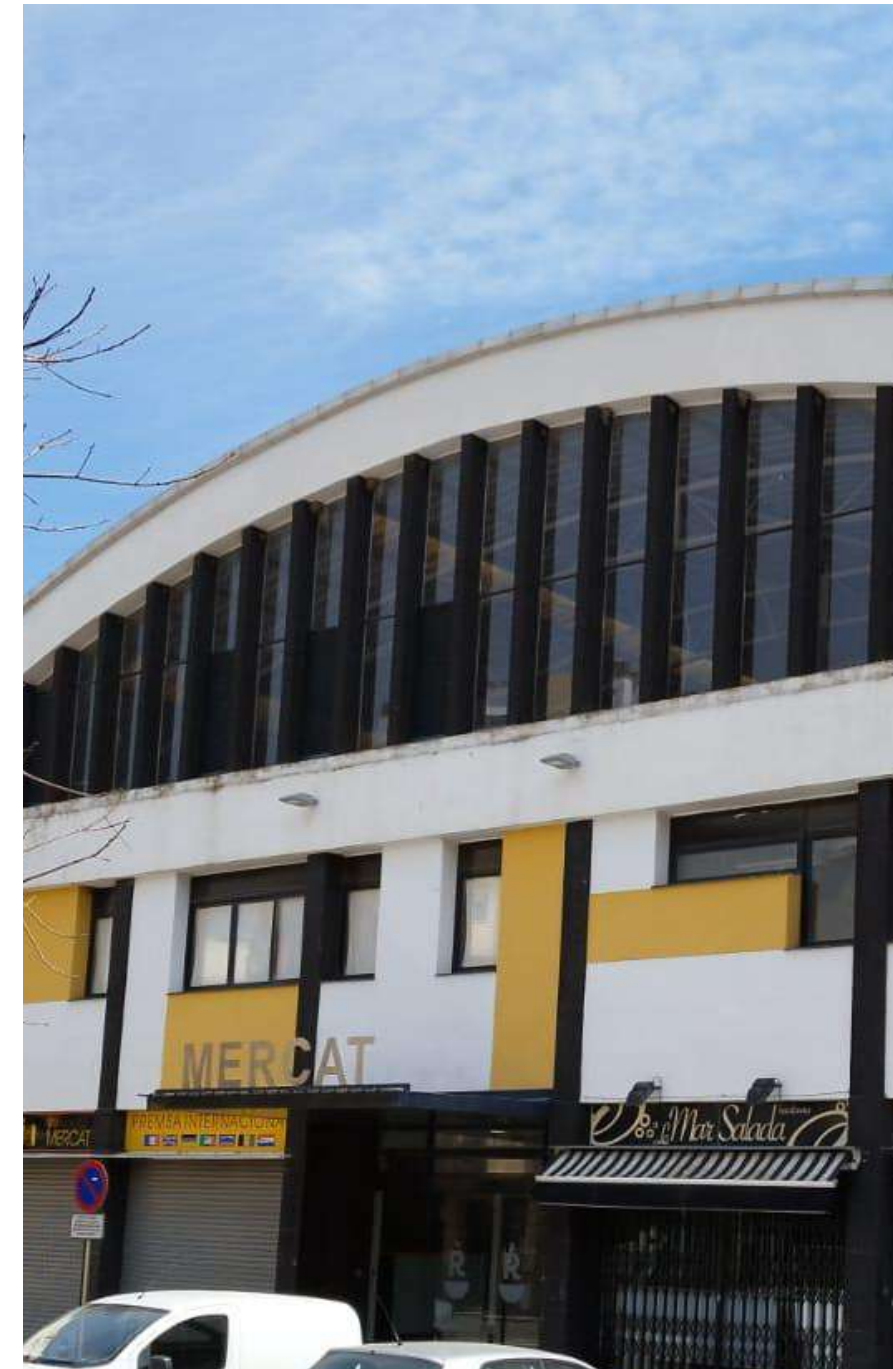
En general, les persones que han participat a les entrevistes coincideixen en afirmar que la varietat de negocis i de comerços localitzats a l'espai comercial és un element de valor afegit del municipi.

Un dels elements que més consens ha generat és l'existència d'un marcat sentit de pertinença de la població, i el seu paper en les dinàmiques de l'activitat urbana i el teixit comercial.

El fet de disposar d'un entorn paisatgístic únic, amb propostes vinculades al mar, però també a la muntanya, el converteixen en un element diferencial i únic de La Ràpita, que genera atractiu per la captació i fidelització de perfils compradors de fora del municipi.

En general es coincideix que la restauració és un dels motors de l'activitat econòmica del municipi. Hi ha, però algunes dinàmiques que estan afectant la seva marxa, com és, per exemple el canvi de tendències a l'hora d'organitzar celebracions familiars.

El Col·lectiu de Cuina La Ràpita - Delta de l'Ebre, format principalment per quinze restauradors de Sant Carles de la Ràpita i quinze productors agroalimentaris de les Terres de l'Ebre, vol transformar els sectors econòmics, millorant la qualitat dels seus serveis, a través de la creativitat i la innovació, per donar al turisme i a la gastronomia el valor que es mereixen com a elements de transmissió de la història i la cultura d'aquesta zona.



02. Reconeixement

Principals reflexions del teixit econòmic

3. Promoció i dinamització de l'activitat comercial i turística

Els agents comercials entrevistats coincideixen en afirmar que la dinamització comercial necessita ser millorada per tal de millora tant l'experiència d'estada i de compra com per promocionar millor el municipi i captar l'atenció del públic objectiu.

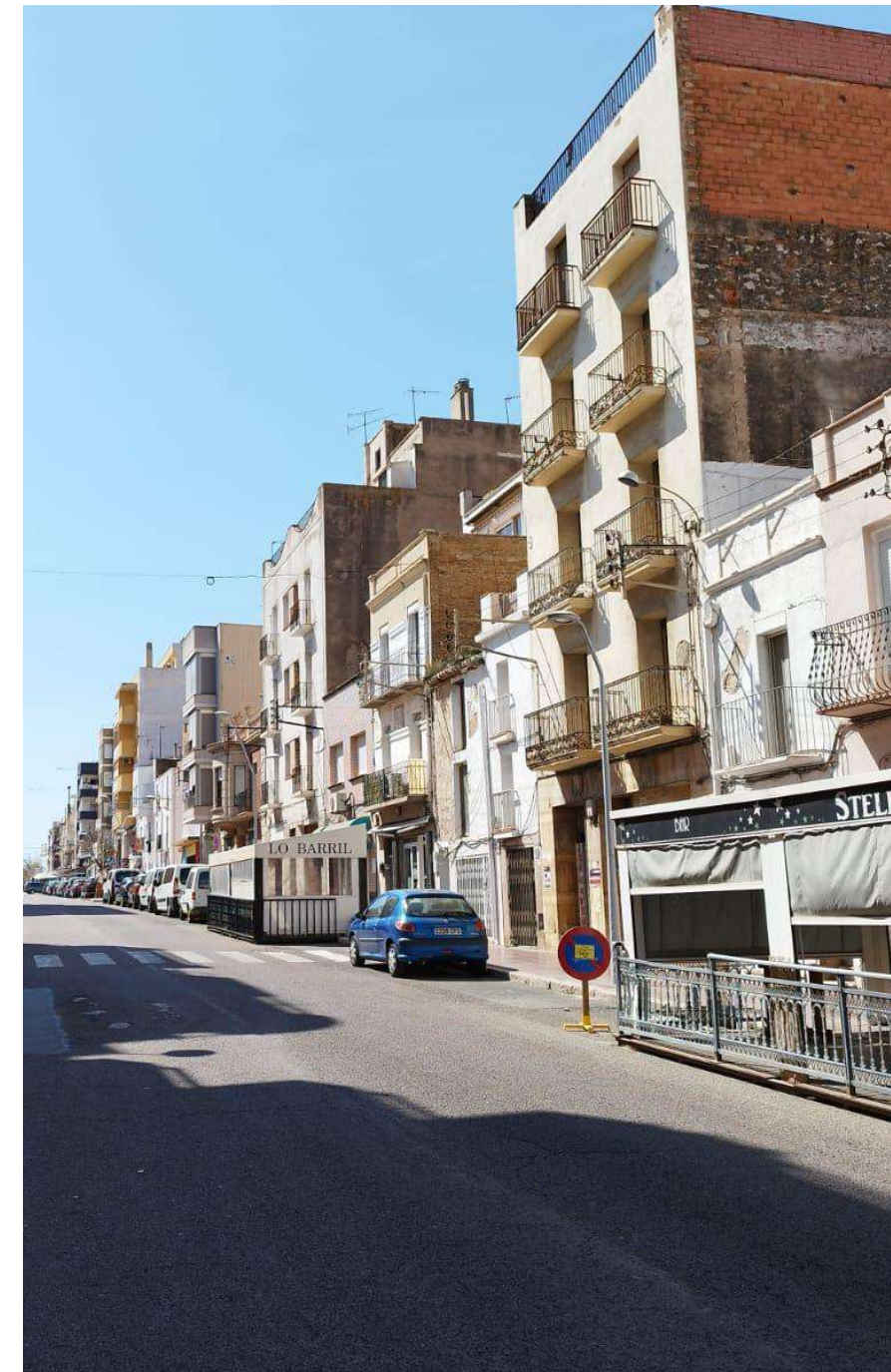
Un dels principals reptes que genera un cert consens, és el fet d'evitar que les persones consumidores, en especial la gent jove, marxin de compres a fora de La Ràpita, buscant un component més lúdic en l'acte de compra.

Algunes persones manifesten que altres municipis en situació de proximitat estan duent a terme campanyes comercials atractives. Indiquen que caldria que La Ràpita estigués a l'altura i mantingués la capacitat d'atraure persones a gaudir i comprar.

Alguns entrevistats manifesten la necessitat de modernitzar el mercat municipal per impulsar tant la creació de paradetes per part de la gent jove com revitalitzar les àrees i zones tancades per tal d'afavorir la compra i la dinamització de l'espai.

Es detecta una concentració de la dinamització en la zona portuària que no revitalitza el centre de la ciutat. Es planteja la necessitat de dur a terme accions de dinamització a zones a l'aire lliure i en especial al nucli urbà, més enllà d'aquelles que es realitzen al pavelló firal o al passeig marítim.

En general es percep un model associatiu poc professionalitzat i poc dinàmic.



02. Reconeixement

Principals reflexions del teixit econòmic

4. Col·laboració, associacionisme i polítiques públiques

Per tal de realitzar una acció conjunta entre les diferents entitats comercials, empresarials, d'artesanía i turístiques i l'Ajuntament de La Ràpita, un dels aspectes que es podria millorar passa per definir conjuntament les principals campanyes comercials; decidir què fa cada part i que sumi a un projecte global, amb un treball participatiu i en uns terminis apropiats. Així es duria a terme una proposta de valor definida, conjunta i participativa.

De les diferents entrevistes realitzades, es detecta la percepció general d'una manca de visió a llarg termini de què ha de ser el municipi de La Ràpita a nivell comercial. La seva percepció és que s'està improvisant en el desenvolupament d'accions sense un objectiu de desenvolupament o model de municipi consensuat.

Tots els agents entrevistats estan oberts i predisposats a realitzar un treball conjunt per tal d'impulsar el municipi.

Una conclusió que s'extreu de les entrevistes realitzades a agents públics i privats parla de la necessitat de dur a terme canvis profunds per a la millora de les infraestructures urbanes i impulsar un millor funcionament de l'espai comercial urbà. El municipi de la Ràpita necessita del desenvolupament d'una normativa específica que reguli aspectes com ara la mobilitat en vehicle privat, l'estacionament i els elements com marquesines i jardineres que afecten la mobilitat a peu.



03

Marc estratègic

En aquest apartat:

Proposta de valor

Definició del model de desenvolupament

Línies estratègiques

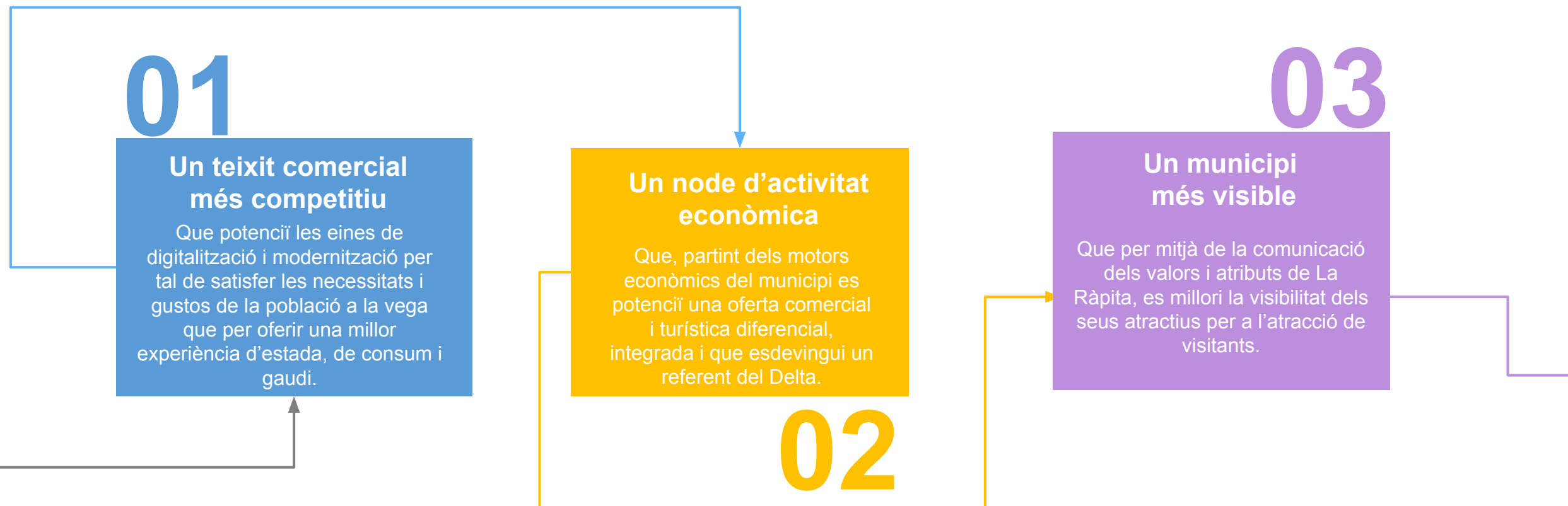
Programes de treball

03. Marc estratègic

Proposta de valor

COM VOLEM QUE SIGUI LA RÀPITA A L'HORIZZÓ DE L'ANY 2030?

La Ràpita ha d'esdevenir un municipi de referència i amb una major visibilitat al Delta de l'Ebre i a la comarca del Montsià. Cal que el mercat municipal i el comerç de La Ràpita millorin la seva competitivitat per tal de satisfer tant les necessitats de la població local com de la visitant. Apostar per la creació de sinergies entre els motors econòmics i turístics serà cabdal per a fer de La Ràpita un municipi més visible i resilient.



03. Marc estratègic

01 | Competitivitat

El teixit comercial de La Ràpita, i especialment el seu mercat municipal, necessita el seu enfortiment per tal de garantir la seva pervivència a la vegada que oferir una millor experiència d'estada i de compra tant per la població local com visitant.

TRANSFORMACIÓ DIGITAL

Uns establiments que s'han format respecte a les possibilitats que la transformació tecnològica i les eines digitals ofereixen per contribuir en millorar la marxa dels seus negocis.



PERSONALITZACIÓ

Un teixit econòmic coneixedor de la seva clientela i amb capacitat per oferir serveis centrats en les seves necessitats i contribuir, així, a la seva fidelització.

MODERNITZACIÓ

Una oferta comercial, de serveis i turística adaptada a les tendències actuals, que és dinàmica, atractiva i singular i, per tant, disposa de capacitat per atraure nova clientela.

CONSUM LOCAL

Uns hàbits que contribueixin a l'impuls del producte local, amb l'objectiu d'establir circuits de producció-consum curts i respectuosos amb el medi ambient.

RESILIÈNCIA

Un teixit econòmic actiu i reactiu, amb solidesa i capacitat per a prendre decisions i adaptar-se davant els canvis sobrevinguts.

03. Marc estratègic

02 | Sinergies econòmiques

La Ràpita necessita ser un municipi referent per la seva oferta integrada de comerç, gastronomia i turisme. Els motors econòmics del municipi han de teixir complicitats i desenvolupar productes i serveis competitius, singulars i amb capacitat d'atracció.

EMPRENEDORIA

Un municipi que és atractiu per a la generació de noves iniciatives empresarials, especialment aquelles vinculades a la sostenibilitat.

SINERGIES

Una localitat que coneix els seus recursos i que, per mitjà del treball de caràcter transversal, té capacitat per establir sinergies entre activitats econòmiques i recursos territorials tot oferint una oferta singular i atractiva.

GASTRONOMIA

Una oferta de qualitat i ajustada a les necessitats i gustos de les persones i que potencia els productes de proximitat tot oferint experiències de descoberta i gaudi úniques.

TURISME

Una oferta d'establiments i serveis orientats a les activitats turístiques que es poden desenvolupar tant al municipi com al Delta. Esdevenint, per tant, un node, un espai de referència.



ECONOMIA CIRCULAR

Unes estructures comercials i de serveis que treguin partit dels recursos propis i apostin per la circularitat dels productes i processos.

03. Marc estratègic

03 | Visibilitat

La Ràpita veurà reforçats els seus motors comercials tan bon punt es desenvolupin les accions previstes al pla. Cal, doncs, desenvolupar una estratègia de comunicació i promoció que serveixi per a l'enfortiment de la marca comercial de La Ràpita per tal de contribuir al seu posicionament.



COMUNICATIVA

Una acció als mitjans digitals i físics ben planificada que serveixi per donar a conèixer els atributs comercials del municipi i la seva interrelació.

DINÀMICA

Un pla de dinamització que impulsi l'experiència i capti l'atenció de nous perfils de clientela atrets per la proposta d'estada i per l'oferta comercial.

RESPONSABLE

Una estratègia de continguts del tot adaptada a la realitat de La Ràpita i a la promoció dels seus valors tangibles i intangibles.

VINCULANT

Una presència a les xarxes i canals de comunicació que convidi la persona visitant a connectar i formar part de la proposta de valor de La Ràpita.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

La definició de la proposta de valor, expressada en les pàgines anteriors, necessita el desenvolupament d'un seguit d'estratègies, programes i actuacions concretes que caldrà seguir per tal de fer que el model comercial per a La Ràpita en l'horitzó 2030 sigui possible.

Així doncs, i tal com es detalla tot seguit, cal que els diversos agents vinculats sector comercial i d'activitat econòmica de La Ràpita portin a terme tot un conjunt de projectes i mesures orientades a potenciar aquests motors de desenvolupament local. Caldrà, per tant, incloure les estratègies d'impuls comercial en la planificació del municipi i el seu espai comercial urbà tot establint responsabilitats compartides entre l'administració, el sector comercial i la ciutadania.

Tot seguit es presenta la relació entre la proposta de valor i les línies estratègiques que seguirà el present Pla i que es detallaran a les pàgines següents.

Proposta de valor

01 Un teixit comercial més competitiu

02 Un node d'activitat econòmica

03 Un municipi més visible

Línies estratègiques

L1

Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita.

L2

Creació d'un marc de consens publicoprivat per a l'impuls del comerç.

L3

Impuls dels motors econòmics, la gastronomia i la restauració de La Ràpita.

L4

Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà.

L5

Comunicació i promoció de la marca La Ràpita.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

L1

Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita

Situació actual

Un mercat municipal que ha experimentat una davallada de l'activitat i que presenta dubtes respecte a la seva continuïtat a curt termini.

Situació en un futur

Un mercat amb una **oferta atractiva i de qualitat**, que ha integrat la gastronomia en l'experiència d'estada i de compra, esdevenint un referent social, comercial i turístic del municipi.

Idees clau

- Impuls de programes de modernització i digitalització per als operadors comercials i les persones treballadores.
- Millora del comportament energètic de l'edifici i del confort per a les persones treballadores i compradores d'aquest.
- Enriquiment de l'oferta comercial per mitjà de la incorporació de nous punts de venda.
- Promoció d'un marc de sensibilització i conscienciació de la importància del mercat municipal per al comerç del municipi.
- Desenvolupament de mesures orientades per a millorar potenciar la gastronomia al mercat (oferta, tast, restauració...).

Descripció de la línia

El mercat municipal de La Ràpita es troba en una situació de pèrdua de massa comercial i de risc pel que fa a la seva continuïtat a mig termini. Els agents entrevistats coincideixen en assenyalar la importància d'aquest motor econòmic i social i es mostren preocupats pel seu estat actual i per les perspectives de futur.

Així doncs, el present projecte ha de servir per reflexionar i proposar millores orientades a resoldre la situació actual amb una visió estratègica que, a més a més, impulsi experiències de compra i de gaudi enriquidores i del tot integrades amb altres motors, com són la gastronomia i el turisme.

En aquest sentit, des del propi Ajuntament de La Ràpita caldria impulsar un ventall de programes orientats a revitalitzar el mercat, tot millorant el comportament energètic de l'edifici, l'impuls de nova activitat comercial, l'activació de serveis vinculats a la compra, la creació d'estratègies que contribueixin a posicionar el producte local, la incorporació de la gastronomia per tal de donar servei tant a la població local com als turistes.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

L2

Creació d'un marc de consens públicoprivat per a l'impuls del comerç

Situació actual

Un municipi on els agents no disposen de mecanismes de treball conjunts entre entitats privades i públiques que vetllin per la planificació estratègica i la gestió òptima.

Situació en un futur

Un model de desenvolupament de caràcter transversal governat per un òrgan o instrument que permet el **treball amb un enfocament molt participatiu i de caràcter transversal**.

Idees clau

- Promoció d'un espai de debat, reflexió i propostes de millora amb relació al comerç urbà a La Ràpita.
- Impuls d'un marc de col·laboració entre els agents comercials i econòmics i l'administració local.
- Promoció de la millora competitiva del comerç urbà a partir de mecanismes de col·laboració públicoprivada.
- Desenvolupament de projectes comuns i consensuats amb el sector comercial.

Descripció de la línia

Un dels elements més importants en la dinamització comercial d'un municipi és el fet que tots els agents públics i privats que formen part del teixit econòmic comparteixin la mateixa visió respecte al model comercial i, per extensió, model de desenvolupament local, que es vol impulsar.

Aquesta visió compartida pot estar recolzada per la consolidació de mecanismes de treball transversal que tinguin en compte les necessitats i característiques de cadascun dels agents i persegueixin una finalitat que descansi en accions estratègiques.

Caldrà, per tant, considerar aquesta necessitat no tan sols en les polítiques que es volen impulsar sinó també pel que fa als mecanismes de treball a desenvolupar. La cerca de consens i la posada en marxa de projectes de manera conjunta entre les entitats i l'administració, esdevindrà un dels pilars del futur del progrés del municipi, així com dels vincles que es puguin generar amb la ciutadania i amb les persones visitants.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

L3

Impuls dels motors econòmics, la gastronomia i la restauració de La Ràpita

Situació actual

Uns motors econòmics (comerç, restauració, turisme...) que si bé col·laboren puntualment, no tenen integrades ni planificades accions coordinades.

Situació en un futur

Una aposta d'activitat urbana, comerç, gastronomia i restauració, que ofereix una imatge de conjunt singular i de valor afegit. Uns **establiments arrelats que aporten valor i identitat i que també són viables i solvents.**

Idees clau

- Desenvolupament de projectes orientats a donar a conèixer les característiques pròpies i singulars del teixit econòmic de La Ràpita.
- Impuls de mesures que fomentin la modernització i la cerca de la singularització comercial per tal que esdevinguin elements de referència a nivell econòmic, comercial i social.
- Impuls de mesures orientades preservar els establiments comercials, de restauració i allotjament que aporten caràcter i valor comercial a La Ràpita i crear sinergies entre ells.
- Desenvolupament de mesures per tal de fomentar l'emprenedoria comercial i de generació de nova activitat econòmica.

Descripció de la línia

A La Ràpita coexisteixen activitats comercials i de restauració que tot i formar part de l'imaginari local i comarcal, ser font de riquesa i desenvolupament ara per ara estan protagonitzant respectives dinàmiques internes que afecten la seva marxa i competitivitat.

El clima comercial generat pels establiments arrelats i amb caràcter és un fet de valor no només per la població local sinó també per la seva capacitat d'atraure a nova activitat comercial, persones emprenedores que vegin en La Ràpita un municipi apropiat per desenvolupar la seva idea de negoci.

La línia que es presenta vol, per una banda, resoldre aquestes situacions particulars de cadascun dels motors a la vegada que teixir aliances entre ells per al desenvolupament d'actuacions conjuntes.

La finalitat de la línia serà, per tant, oferir una experiència d'estada i de consum integral, singular i diferenciada del que poden oferir altres municipis en situació de veïnatge.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

L4

Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà

Situació actual

Un espai urbà pensat per a la mobilitat en vehicle privat i que no incentiva els desplaçament a peu, aquells que, de manera demostrada, potencien les vendes al comerç de proximitat.

Situació en un futur

Un **espai urbà amable i bell**, accessible per a totes les persones que el recorren i gaudeixen durant la seva estada i les seves compres a La Ràpita.

Idees clau

- Facilitar la mobilitat a peu pels carrers i zones comercials de La Ràpita.
- Adoptar mesures dissuasives pel que fa a l'accessibilitat i estacionament en vehicle privat a la zona comercial per mitjà de la creació de noves zones d'aparcament i sistemes de rotació de vehicles estacionats
- Incorporació de la digitalització a l'espai comercial per a la millora de la informació, projecció i competitivitat del comerç.
- Crear un entorn comercial més bell, més verd i més participat per la ciutadania.

Descripció de la línia

Els espais comercials urbans han de ser bells i passejables. Cada cop més, les dades demostren que són els eixos i els carrers pensats per als desplaçaments a peu els que millors resultats ofereixen pel que fa al consum al comerç de proximitat.

Ara per ara, els carrers amb major índex comercial de La Ràpita, (carrer Gorria, carrer Sant Isidre...) des del mercat municipal i fins al Port no ofereixen un entorn apropiat per al passeig a peu i fins i tot, en alguns trams i punts concrets, són impracticables per a persones amb mobilitat reduïda o que duen cotxets de nadons.

La línia que es presenta cerca, per tant, impulsar la millora de les condicions urbanístiques dels eixos comercials, en primer terme, per seguidament impulsar el seu embelliment per mitjà de l'impuls d'una imatge unificada del mobiliari, els elements decoratius així com aquells complementaris de l'activitat comercial i la restauració urbana. Tanmateix, la línia també contempla la digitalització del mobiliari i la senyalització urbana per millorar la informació sobre el comerç a l'espai urbà a la vegada que facilitar la interacció de les persones amb aquests dispositius.

03. Marc estratègic

Línies estratègiques

L5

Comunicació i promoció de la marca La Ràpita

Situació actual

Un municipi que parla dels seus atributs comercials i econòmics de manera aïllada i sense una estratègia de conjunt.

Situació en un futur

Un municipi amb una **línia de comunicació unificada, clara i definida**, que implica totes les entitats i que **promou els atributs i punts forts** del comerç de La Ràpita amb l'objectiu comú de **promocionar el municipi**.

Idees clau

- Impuls de la marca "La Ràpita" i consens del relat comercial.
- Creació d'una campanya de comunicació unificada que impliqui tots els agents municipals (Unió de comerços de La Ràpita, Estació Nàutica, Ajuntament i entitats col·laboradores) per tal de fomentar la compra local.
- Establiment dels punts forts que defineixen el comerç de La Ràpita.
- Creació d'una identitat pròpia de la marca als mitjans digitals i socials.
- Millora de la visibilitat digital del comerç de La Ràpita.
- Creació d'accions de comunicació que impliquin la ciutadania i el comerç.

Descripció de la línia

El sector comercial de La Ràpita, ara per ara, no segueix una estratègia de comunicació integrada i els atributs comercials i econòmics de la localitat, així com la comunicació que es fa des dels canals de l'ajuntament, presenta estratègies individuals.

Sumar aquests esforços i recursos, que tenen per objectiu comú impulsar el municipi i la seva activitat, no només optimitzarà el temps i els costos, sinó que també facilitarà una línia de treball conjunt així com un pla de comunicació global omnipresent que impulsarà la marca global del municipi de La Ràpita.

D'aquesta manera, tant l'usuari local com el turisme (de proximitat i estacional) tindran una percepció d'un municipi fort, definit de forma concreta amb un teixit comercial unificat que compta amb un pla d'acció conjunt per l'èxit de la ciutat i el seu desenvolupament comercial.

El pla de comunicació a definir haurà de comptar amb la participació de les diferents entitats de La Ràpita i tindrà com a objectiu la promoció global, sense posicionar-se en un àmbit concret; donant suport a totes aquelles entitats, negocis i agents que fan singular el municipi.

04

Pla d'acció

En aquest apartat:

Programes i accions a desenvolupar

04. Pla d'acció consensuat

Programes i accions a desenvolupar

Tot seguint amb la concreció del Pla, en aquest apartat procedim al detall dels programes orientats a estructurar les línies descrites anteriorment. Els programes han sorgit de les diferents converses mantingudes amb les parts participants del projecte. Així doncs, al llarg de les següents pàgines es presenta, en format fitxa cadascun dels programes, la seva descripció, objectius, la seva prioritat, complexitat i vinculació amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible. Pel que fa a les actuacions a implementar, en alguns casos s'hi fan suggeriments, tot i que es creu oportú que sigui per mitjà de la trobada i participació dels agents com es consensuïn i desenvolupin aquestes.

| | |
|---|---|
|  <p>Un teixit comercial més competitiu</p> | <p>L1. Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita</p> <p>P1. Programa per la millora del comportament energètic i la sostenibilitat del mercat municipal.</p> <p>P2. Programa d'impuls de la competitivitat dels punts de venda i per la creació de nova activitat.</p> <p>P3. Programa d'impuls del mercat com un referent gastronòmic.</p> |
| | <p>L2. Creació d'un marc de consens publicoprivat per a l'impuls del comerç</p> <p>P4. Programa d'impuls de la col·laboració publicoprivada amb el teixit comercial.</p> <p>P5. Programa per la revisió del model associatiu comercial.</p> |
| | <p>L3. Impuls dels motors econòmics, gastronomia i restauració de La Ràpita</p> <p>P6. Programa d'enfortiment i preservació del comerç singular i arrelat.</p> <p>P7. Programa d'impuls de l'emprenedoria i la creació de nova activitat econòmica.</p> <p>P8. Programa per a l'enfortiment i actualització dels establiments de restauració de La Ràpita.</p> |
| | <p>L4. Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà</p> <p>P9. Programa de senyalització intel·ligent de La Ràpita.</p> <p>P10. Programa La Ràpita, centre comercial a cel obert.</p> <p>P11. Programa per a la creació d'experiències comercials i d'estada.</p> |
| | <p>L5. Comunicació i promoció de la marca La Ràpita</p> <p>P12. Programa de definició de l'estratègia de marca i relat comercial de La Ràpita.</p> <p>P13. Programa de foment de la compra local.</p> <p>P14. Programa d'aliances entre comerç, entitats socials, culturals i educatives.</p> |
|  <p>Un node d'activitat econòmica</p> | |
|  <p>Un municipi més visible</p> | |

L1 - Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita



P1 Programa per la millora del comportament energètic i la sostenibilitat del mercat municipal

Justificació

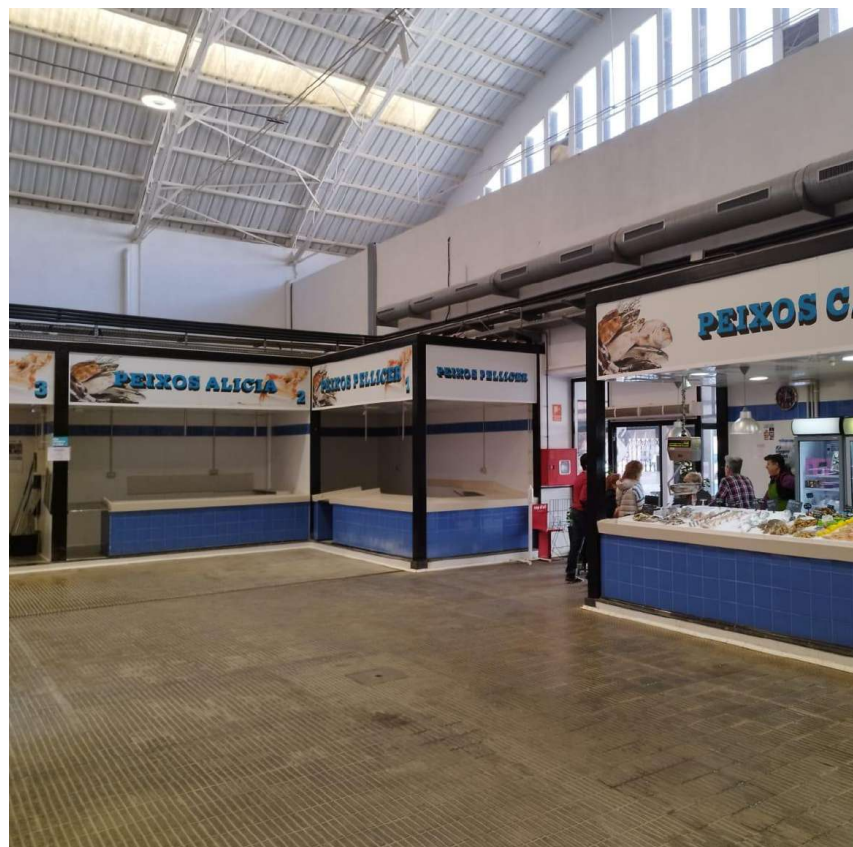
- L'existència d'un edifici on s'hi desenvolupa l'activitat comercial energèticament ineficient i amb un confort climàtic molt millorable per tal de poder fer agradable el treball, l'estada i la compra.
- Un mercat municipal en situació de decadència i que no està entomant accions per fer del mateix un referent en tots aquells termes que hauria de potenciar el mercat, com ara la sostenibilitat.

Lideratge

- Ajuntament
- Operadors comercials

Termini

Curt termini



Descripció del programa

El context actual, d'escassetat de recursos i encariment del cost de les matèries primeres i l'energia, fa necessària l'adopció de mesures per incrementar la sostenibilitat i l'eficiència energètica en tots els àmbits però especialment en les estructures i edificis públics. Aquest fet es veu encara més necessari quan parlem d'un mercat municipal, ja que els mercats, més enllà de ser motors econòmics, són també promotors de valors, valors com ara la sostenibilitat, el foment de la compra local, l'impuls del producte de proximitat, etc.

És per aquest motiu que la primera línia i el primer programa del present Pla va orientada a fer del mercat municipal de La Ràpita un veritable referent del comerç del poble, un edifici energèticament eficient i que impulsa accions per construir una manera de comprar i consumir responsable respecte l'ús de matèries primeres.

Objectius específics

1. Millorar el comportament energètic de l'edifici del mercat municipal.
2. Millorar el confort climàtic de l'edifici, tant a l'estiu com a l'hivern tant per a les persones treballadores com compradors d'aquest.
3. Emprendre accions d'impuls de la sostenibilitat orientades a una compra responsable i amb valors.

Actuacions proposades

P1_A1. Renovació de la façana exterior de l'edifici del mercat.

P1_A2. Millora de la il·luminació del mercat.

P1_A3. Instal·lació d'un sistema de climatització eficient, de baix consum energètic i de millora del confort climàtic.

P1_A4. Guia per a l'impuls de la circularitat i la millora de la sostenibilitat dels punts de venda del mercat.

P1_A5. Instal·lació d'una màquina reverse per a l'obtenció de recompenses al reciclatge de residus plàstics i envasos d'un sol ús.

P1 - Descripció de les actuacions

Actuació

P1_A1. Renovació de la façana exterior de l'edifici del mercat.

Descripció

Un dels principals aspectes a resoldre pel que fa a l'edifici del mercat és la seva aparença exterior. La imatge que projecta, ara per ara, és poc cuidada i te poc atractiu per les persones que visiten el municipi. Aquesta situació es veu agreujada pel fet que els locals exteriors del mercat resten inactius, un aspecte que es treballarà a la mesura P2_A2 d'aquest pla.

Com a primera passa d'aquest programa, per tant, entenem que caldria fer la reforma i posada a punt dels elements exteriors de l'edifici. En concret, les mesures a desenvolupar serien:

- **Neteja mecànica de la superfície.** En primer lloc, caldrà fer una neteja en profunditat de la façana per tal d'extreure la brutícia acumulada al llarg dels anys.
- **Pintada exterior de la façana.** Incorporar nova pintura a la façana principal del mercat suposarà una gran millora respecte a la seva aparença, tot fent-la més actual i moderna.

Actuació

P1_A2. Millora de la il·luminació del mercat.

Descripció

Un dels principals punts del present programa és la millora del comportament energètic del mercat municipal de La Ràpita i, per aquest motiu, es desenvolupen dues accions orientades a aquestes finalitats (P1_A2 i P1_A3).

Pel que fa a la il·luminació, al mercat, per part de l'Ajuntament ja s'han anat fent diferents mesures per a la millora d'aquesta, fent-la més òptima pel desenvolupament de l'activitat comercial, a la vegada que es millora l'eficiència energètica de la instal·lació.

Així, l'acció que es presenta vol que es continuï millorant la il·luminació del mercat realitzant ara les següents actuacions:

- **Substitució de la claraboia.** Es planteja una obra estructural en el sostre del mercat per a la millora de la llum natural que hi entra a l'edifici.
- **Substitució de les plaques translúcides dels finestrals.** Es planteja reemplaçar els finestrals per uns que ofereixin millors condicions de lluminositat i aïllament tèrmic.

Actuació

P1_A3. Instal·lació d'un sistema de climatització eficient, de baix consum energètic i de millora del confort climàtic.

Descripció

Seguint amb l'objectiu de millora del comportament energètic de l'edifici l'acció que ens ocupa suposa la substitució del sistema de climatització actual per un sistema de climatització de tipus VRV, volum de refrigerant variable.

Aquest sistema es fonamenta en un gas refrigerant que adapta la tempera tot emprant l'aire de l'exterior. Es tracta d'un sistema que permet establir temperatures òptimes i tractar la climatització de manera separada a les diferents àrees definides.

Els principals beneficis que es deriven de l'adopció d'aquest sistema són:

- **Estalvi energètic.** Es preveu una millora d'entre l'11 i el 20% del consum actual.
- **Reducció dels costos d'instal·lació en comparació amb altres sistemes.** Es tracta d'un sistema amb baix pes i, per tant, senzill d'instal·lar, un fet que representa un estalvi en matèria de costos.
- **Baix cost del manteniment.** Es tracta d'una tecnologia que no té costos de manteniment elevats.
- **Control individualitzat per espais.** Aquest fet permetrà adaptar i optimitzar el consum a les necessitats reals de cadascun dels espais definits.

Amb la incorporació d'aquest sistema s'impulsarà l'adaptació de l'edifici a les mesures contra el canvi climàtic i per a la millora de la sostenibilitat, fent del mateix un exemple de l'aposta pel canvi vers una economia baixa en carboni.



Font: www.google.es, any 2022.

P1 - Descripció de les actuacions

Actuació

P1_A4. Guia per a l'impuls de la circularitat i la millora de la sostenibilitat dels punts de venda del mercat.

Descripció

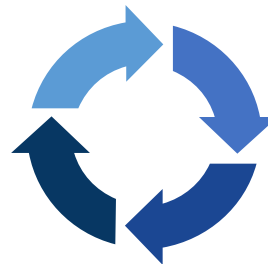
La següent acció proposada en aquest primer programa es basa en editar un document que ha de ser la referència del foment de la sostenibilitat dels punts de venda del mercat municipal.

L'objectiu d'aquesta guia ha de ser divulgar els conceptes bàsics referits a la sostenibilitat aplicada als punts de venda del mercat, en primer lloc, i per extensió també a tot el comerç del municipi.

En aquesta publicació es treballaran conceptes com ara el de petjada ecològica de l'activitat comercial, sobre la resiliència dels ecosistemes, o referides a la circularitat de l'activitat econòmica.

Així, doncs, el document hauria de tenir una estructura basada en els següents pilars:

- **Presentació del concepte de l'economia circular.** Es tracta de presentar aquest model econòmic orientat a l'assoliment de l'eficiència dels sistemes de producció i consum tot promovent la seva resiliència davant els canvis sobrevinguts.
- **Vers una economia circular a La Ràpita.** El segon apartat mostraria accions que ja existeixen i que promouen la generació de cadenes de valor al teixit econòmic del municipi. També donaria idees per a la creació de noves col·laboracions o aliances entre el teixit econòmic, social i educatiu per a la creació de projectes orientats a fer possible la preservació dels recursos dins d'un cicle continu.
- **El rol dels ens locals en l'impuls de l'economia circular.** El tercer apartat vindria a mostrar accions que s'estan realitzant des de l'Ajuntament i d'altres entitats públiques per tal d'impulsar la circularitat de l'economia local així com la sostenibilitat del municipi. És en aquest punt on es poden presentar mesures referides a la millora de l'eficiència energètica del mercat, a la millora mobilitat al municipi, etc.
- **Part pràctica: algunes recomanacions a seguir.** Detall d'algunes accions, amb diferents graus de complexitat, que els punts de venda poden incorporar en la seva gestió quotidiana per a la millora dels seus circuits. Accions referides a solucions de paqueteria i embolcalls sostenibles, mesures per tal de prioritzar la utilització d'envasos retornables, la reutilització de residus plàstics, etc.
- **Annex: recursos i elements de suport.** Mostra de fonts que poden proporcionar més informació respecte com impulsar l'economia circular aplicada als mercats i al comerç local.



Actuació

P1_A5. Instal·lació d'una màquina reverse per a l'obtenció de recompenses al reciclatge de residus plàstics i envasos d'un sol ús.

Descripció

En la línia de fer del mercat municipal de La Ràpita un referent en matèria de sostenibilitat, es proposa la instal·lació d'una tecnologia que està oferint bons resultats a mercats i espais comercials de diferent índole.

En concret, es proposa instal·lar una màquina de *Vending Reverse* que permeti el reciclatge del residus plàstics, els envasos més nombrosos que adquireix la clientela. El dispositiu fomenta la **separació de residus**, i l'**optimització de l'espai que ocupen** aquests ja que disposa també d'una compactadora i/o trituradora segons el model triat.

Aquesta solució tecnològica, a més a més, ofereix a la persona usuària reciclar els seus residus i obtenir, en aquell mateix moment, una **recompensa a la seva acció**. Es proposa que la recompensa que s'ofereixi sigui **l'entrega de descomptes per a les seves futures compres** tant al propi mercat com al comerç local de La Ràpita, **potenciant així la circularitat de tot el procés de compra, consum i reciclatge**, a la vegada que s'impulsa el consum local.



L1 - Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita



P2 Programa d'impuls de la competitivitat dels punts de venda i per la creació de nova activitat

Justificació

- Els punts de venda del mercat municipal de La Ràpita es troben en una situació crítica donat que les concessions administratives de l'activitat finalitzen a finals d'any. La incertesa, per part de l'Ajuntament, respecte la voluntat dels operadors actuals de continuar l'activitat marca la necessitat d'impulsar mesures per tal de conservar, i fins i tot, millorar, l'oferta comercial del mercat.
- La necessitat de preservar el mercat municipal com a punt de referència del comerç de La Ràpita, com a node econòmic, social i cultural del municipi.

Lideratge

- Ajuntament
- Operadors comercials

Termini

Curt i mig termini



Descripció del programa

Els mercats municipals de les viles i ciutats es troben en aquests moments en un context d'incertesa respecte la seva viabilitat si segueixen desenvolupant, únicament, les dinàmiques que han funcionat al llarg de decennis. Tan sols aquells mercats que han sapigut analitzar el comportament de la clientela actual i traduir-ho en canvis que satisfan les seves necessitats tenen l'oportunitat de seguir sent competitius i perdurables en el temps.

El mercat de La Ràpita necessita d'un impuls i és per aquest motiu que és el principal àmbit d'actuació del present pla. El programa que es presenta busca, doncs, busca garantir la continuïtat dels punts de venda que aporten valor al mercat, afavorir l'obertura de nous punts de venda, impulsar nous serveis adaptats a les necessitats dels perfils compradors així com crear una estratègia de dinamització comercial singular i en pro de la creació d'una experiència de compra amb valor afegit.

Objectius específics

1. Preservar els punts de venda del mercat que destaquen per la qualitat del seu producte, la seva professionalitat i trajectòria.
2. Millorar l'oferta comercial del mercat de La Ràpita, tot impulsant el producte local i amb valor afegit.
3. Incentivar l'adaptació dels punts de venda als hàbits de compra actuals.

Actuacions proposades

P2_A1. Disseny d'un procés participatiu i de sensibilització sobre el model de mercat, la digitalització i la competitivitat dels operadors del mercat.

P2_A2. Incentius per a la creació de nova activitat comercial al mercat municipal per tal de complementar l'oferta.

P2_A3. Creació d'un servei de comunicació i venda per mitjà d'un canal missatgeria instantània unificat de tots els punts de venda.

P2_A4. Disseny d'un calendari d'activitats per a la dinamització comercial, social, cultural.

P2 - Descripció de les actuacions

Actuació

P2_A1. Disseny d'un procés participatiu i de sensibilització sobre el model de mercat, la digitalització i la competitivitat dels punts de venda del mercat.

Descripció

La primera de les accions a impulsar passa per la reflexió sobre el model de mercat i que es preveu per al mercat municipal de La Ràpita. Es considera que la definició d'aquest model ha de sorgir d'un procés participatiu i de reflexió entre tots els agents públics i privats que en formen part d'aquest format comercial.

Així doncs, es proposa que aquest procés consideri les següents etapes:

- Primera reunió. Punt de trobada entre paradistes, responsables tècnics i polítics així com una figura dinamitzadora de la sessió. En aquesta trobada es parlarà sobre la situació actual del mercat, la seva competitivitat, s'exposaran casos d'èxit d'altres mercats municipals i, en darrer terme, es tractarà la predisposició a continuar l'activitat.
- Segona reunió. A les persones assistents anteriors s'hi afegirà persones que actualment gestionen punts de venda al poble. Es parlarà sobre les possibilitats d'obrir negocis a les parades interiors del mercat així com sobre les accions de suport previstes per part del consistori (incentius, pla formatiu, etc).
- Tercera reunió. En aquesta trobada s'hi afegiran representants de motors comercials, econòmics i turístics de la localitat, amb voluntat de veure oportunitats per tal de considerar accions a emprendre, ja siguin de tipus estructural (obertura d'establiments de restauració a l'interior) o puntual (per mitjà de l'impuls d'accions de dinamització al propi mercat o el seu entorn immediat).

Aquesta és una orientació del possible enfoc de les trobades. Sigui com sigui el desenvolupament d'aquestes, caldrà que un cop hagin finalitzat es procedeixi a la redacció d'un document conjunt que reculli els compromisos i consensos que s'han acordat entre totes les parts.

Actuació

P2_A2. Incentius per a la creació de nova activitat comercial al mercat municipal per tal de complementar la seva oferta.

Descripció

De les entrevistes realitzades es desprèn la necessitat d'impulsar la millora de l'activitat comercial al mercat. Aquest és un referent no només comercial sinó també turístic i necessita de la millora de la seva oferta per tal de satisfer les demandes de la població local així com de la visitant.

El futur a curt termini de l'activitat dels punts de venda és un fet que genera preocupació entre les persones entrevistades.

És per aquests dos motius que es creu necessari preveure un seguit d'incentius per a impulsar l'obertura de nous punts de venda al mercat municipal de La Ràpita. La creació de nous punts de venda haurà d'estar alineada amb el model de mercat definit prèviament per tal de consolidar-ho i fer-ho possible.

Els incentius es poden estructurar en diferents partides com ara:

- Exempció de la concessió administrativa els primers 3 mesos d'activitat per a nous punts de venda del mercat
- Subvenció d'un 20% del cànon durant un any per aquells establiments que comercialitzin amb productes considerats de valor afegit (Km0, ecològics, etc).
- Subvenció del 50% de la inversió en obres de reforma i millora dels punts de venda (fins a un màxim de 3.000€).
- Subvenció del 50% de la inversió en obres de reforma i millora de punts de venda inactius, punts de venda interiors o locals exteriors del mercat (fins a un màxim de 5.000€).

P2 - Descripció de les actuacions

Actuació

P2_A3. Creació d'un servei de comunicació i de venda per mitjà d'un canal de missatgeria instantània unificat de tots els punts de venda.

Descripció

La següent acció es presenta com una oportunitat per millorar la capacitat competitiva dels punts de venda del mercat tot facilitant i agilitzant la compra.

En una societat cada cop més digitalitzada, on molts dels aspectes de la vida i el fet quotidià de les persones es desenvolupen amb el suport de plataformes i mitjans digitals, impulsar la transformació digital del comerç de proximitat és quelcom necessari perquè aquest no perdi capacitat competitiva.

Pel que fa al mercat municipal de La Ràpita, i els punts de venda d'aquest, es creu que l'eina digital que més beneficis pot aportar és la missatgeria instantània. Aquest canal de màrqueting directe, desenvolupat per plataformes com ara Telegram o WhatsApp Business, és el mitjà digital que millors resultats està oferint als establiments comercials en tant que es tracta d'una eina heterogènia, que perfils molt diversos de persones compradores fan servir, senzilla pel que fa al seu funcionament i amb uns percentatges de lectura molt elevats.

L'estratègia que es proposa passa per l'activació d'un únic terminal, un únic número de telèfon i perfil de WhatsApp Business que seria el referent comunicatiu del mercat.

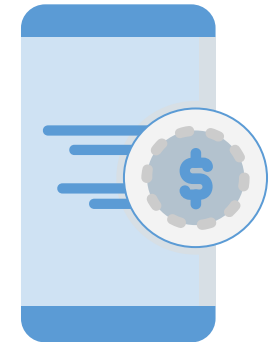
Per mitjà d'aquest canal es farien les següents accions:

- **Servei de comunicació personalitzat** amb la clientela.
- **Derivació als canals de WhatsApp propis de cada negoci**, en cas que així ho desitgi la persona compradora.
- Informació dels **horaris del mercat**.
- Informació respecte a **altres mitjans digitals del mercat**, com ara el correu electrònic, els perfils de les xarxes socials, etc.
- Informació respecte a les **accions de dinamització** que s'hi fan al mercat, les campanyes comercials i d'altres.
- Publicació, per mitjà del catàleg del perfil, d'informació **de cadascun dels punts de venda**, les seves línies de producte i enllaç a algun altre mitjà digital que vulgui traslladar (catàleg digital de productes, perfil de les xarxes socials,...).
- **Creació d'etiquetes** per organitzar la clientela de cadascun dels punts de venda o la tipologia familiar per elaborar, així, missatges ajustats a les seves necessitats.
- **Creació de llistes de difusió segmentades** en funció de la manera de comprar de la clientela. Es proposa activar, per exemple, el servei **"No ho deixis perdre"** orientat a enviar missatges dels productes amb data de consum propera i per evitar-ne el seu malbaratament.

Descripció (continúa)

Aquests són alguns exemples de les possibilitats d'aquesta eina. Aquestes propostes s'haurien de consensuar entre els operadors comercials i desenvolupar-se per mitjà d'un taller formatiu i molt pràctic on es procedís a instal·lar l'aplicatiu i es fes la seva configuració.

El fet de fer l'activació del servei de manera presencial i en format de taller serviria per sensibilitzar els operadors comercials sobre la idoneïtat del canal, tot deixant palesa la seva senzillesa.



Actuació

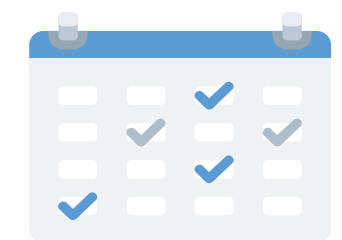
P2_A4. Disseny d'un calendari d'activitats per a la dinamització comercial, social i cultural.

Descripció

Es planteja, en darrer terme, el disseny d'un calendari anual on s'estructurin les accions de dinamització de l'activitat del mercat municipal de La Ràpita.

Aquest calendari haurà d'organitzar la realització d'accions de diferent tipologia, tot estructurant les següents temàtiques:

- **Vinculades a la gastronomia i el producte local.** Accions de tast de productes, jornades de degustació temàtiques, decoracions dels punts de venda amb temàtiques vinculades a l'estacionalitat dels productes, etc.
- **Vinculades a l'educació i l'aprenentatge.** Accions orientades a l'alumnat de les escoles i instituts, que passi per fer demostracions sobre productes però també que serveixin per posar en valor les professions, per tal que els més joves ho vegin com una oportunitat de desenvolupament professional.
- **Vinculades a la cultura popular.** Accions que posionen el mercat com a referent no només comercial sinó també cultural. Es tractaria de fer l'adaptació de festivitats com ara Sant Jordi, festes majors, etc. Seria òptim que en la dinamització es comptés amb la participació d'entitats del poble i el Delta.



L1 - Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita



P3 Programa d'impuls del mercat com un referent gastronòmic

Justificació

- Un dels elements que més destaca la clientela del mercat és la qualitat del producte fresc, especialment el peix i marisc de les peixateries del mercat. Transformar aquest valor en una experiència d'oci serà clau per a la millora competitiva del mercat a la vegada que servirà per fer del mercat un lloc de referència, una visita obligada pel turisme que projecti, al seu torn, la gastronomia i la cultura del municipi.

Lideratge

- Ajuntament
- Operadors comercials
- Entitats de comerç i comerços
- Col·lectiu cuina
- Establiments de restauració
- Estació nàutica

Termini

Mig termini



Pla de dinamització comercial de La Ràpita.



Descripció del programa

Tal com s'ha esmentat en programes anteriors, els mercats municipals han de traçar la seva pròpia estratègia per tal de mantenir la seva essència, tot continuant oferint els seus productes a la clientela actual, a la vegada que impulsen canvis per atraure nova clientela que faci possible la seva continuïtat i la millora de la marxa.

En el cas del mercat de la Ràpita, es creu que cal fer una aposta per la singularització per mitjà de l'impuls de la vessant gastronòmica d'aquest. Es planteja, així doncs, enriquir l'experiència de compra i d'estada tot afavorint que la clientela pugui adquirir el producte, triar com vol que sigui cuinat i consumir-lo en les zones del mercat habilitades a tal efecte. L'experiència es pot veure enriquida per mitjà d'una proposta de maridatges amb vins de proximitat realitzada per experts locals en aquest àmbit.

Per tal de desenvolupar un programa tan ambiciós i transformador caldrà el total consens entre els agents comercials, de restauració i turístics del municipi. És per aquest motiu que la primera acció és l'organització d'una jornada per a la definició del propi programa.

Objectius específics

1. Creació d'una oferta comercial i d'experiència singular i pròpia de La Ràpita
2. Donar a conèixer i posar en valor el producte local així com els establiments comercials i de restauració de La Ràpita
3. Incentivar l'adaptació del teixit comercial i de restauració als nous hàbits d'oci.

Actuacions proposades

P3_A1. Organització d'una sessió de presentació de la proposta dirigida als punts de venda del mercat, comerç i restauració de La Ràpita.

P3_A2. Disseny del format i funcionament del mercat gastronòmic de La Ràpita.

P3_A3. Creació de les zones de cuina i de consum de productes en punts inactius, punts de venda tancats, del mercat.

P3_A4. Disseny del pla de dinamització del mercat gastronòmic de La Ràpita.

P3_A5. Impuls del servei de reserva de l'espai per a esdeveniments privats al mercat municipal de La Ràpita.

P3 - Descripció de les actuacions

Actuació

P3_A1. Organització d'una sessió de presentació de la proposta dirigida als punts de venda del mercat, el comerç i la restauració de La Ràpita.

Descripció

La primera mesura del programa es basa en l'exposició de la voluntat que hi ha des del consistori per tal d'impulsar el mercat com un referent gastronòmic. Aquest fet es desenvoluparia per mitjà d'una sessió de presentació de la proposta organitzada pel propi consistori.

Alguns dels elements a tenir en compte pel que a l'organització de la trobada:

Persones convidades

S'enviarà la invitació a formar part de la trobada a operadors del mercat, persones que gestionen comerços així com responsables d'establiments de restauració del municipi, entitats relacionades amb comerç, turisme i restauració, com ara el col·lectiu cuina.

Format de la trobada

En primer lloc hi haurà una exposició sobre el context comercial del municipi i la relació d'aquest amb el canvi d'hàbits de compra i d'oci per part de la població per passar a exposar, a continuació com encaixa la proposta d'enfocament del mercat en el context descrit.

Si es considera interessant, la trobada també podria servir per presentar el present pla de dinamització comercial, oferint així una visió de conjunt.

Objectius de la trobada

La sessió hauria de servir per:

- Conèixer les persones interessades en formar part activa del projecte. Especialment en referència a parades que vulguin habilitar un espai de degustació, restauradors que vulguin participar d'una o altra manera (amb obertura de locals) o amb l'organització d'accions de dinamització, etc.
- Establir un calendari del projecte, agendament les trobades, les temàtiques que es tractaran a cadascuna d'elles, veure mesura següent, i la previsió temporal de les campanyes o accions a desenvolupar.



Actuació

P3_A2. Disseny del format i funcionament del mercat gastronòmic de La Ràpita.

Descripció

Un cop ha estat presentada la iniciativa i s'han identificat les persones amb voluntat de formar part del mercat gastronòmic de la Ràpita, és moment de dissenyar, de manera participada com serà el format i funcionament d'aquest. Aquest escenari de treball des de la base, servirà per anar configurant actuacions, procediments i lideratges amb un consens ple.

Així doncs, es proposa configurar un seguit de taules o sessions de treball tot organitzades temàticament al voltant de les temàtiques a debatre i arribar a acords. Temàtiques com ara les que es suggereixen tot seguit:

- **Sobre els productes** que s'ofereixen per degustar al mercat i les possibles elaboracions d'aquests. Es planteja crear una carta bàsica, disponible tot l'any, així com una proposta d'elaboracions de temporada disponibles uns mesos l'any, una iniciativa que pot anar vinculada a accions de dinamització com les jornades gastronòmiques.
- **Sobre la distribució dels espais** a l'interior del mercat. Es tractarà la possibilitat de crear espais d'elaboració, en fred o planxes, i degustació a les pròpies parades així com espais de cuina comunitaris i zones de degustació genèriques on la clientela consumidora pugui degustar productes de diferents parades.
- **Sobre la possible digitalització de l'espai** tot valorant la idoneïtat de, per exemple, instal·lar un sistema intel·ligent d'avís per a la recollida de comandes, pantalles que mostrin vídeos sobre el producte que s'està consumint, històries de les persones que formen part de la cadena de valor alimentària, etc.
- **Sobre el desenvolupament d'accions pedagògiques i educatives** vinculades a l'alimentació amb infants i pel públic familiar. Es planteja un programa educatiu en que, entre setmana i dies concrets de caps de setmana la figura d'un educador o educadora dinamitzi les degustacions tot contextualitzant el producte i les elaboracions realitzades i ofereixi material per tal de seguir treballant aquestes nocions a les aules o llars.
- **Sobre comunicació i promoció** de la iniciativa. Es tracta de consensuar una estratègia per al desenvolupament de campanyes conjuntes a les xarxes socials, el consens sobre accions publicitàries a emprendre, així com la creació de continguts de manera conjunta.

Aquesta és una proposta de temes que es podrien considerar al llarg de diverses setmanes mentre es va configurant el nou enfocament del mercat als mesos en que es vagi desenvolupant el programa.

P3 - Descripció de les actuacions

Actuació

P3_A3. Creació de les zones de cuina i de consum de productes en punts inactius, punts de venda tancats del mercat.

Descripció

A l'hora de plantejar la configuració dels nous espais es proposa donar prioritat a aquells que resten inactius i constitueixen, ara per ara, un punt de pèrdua de dinamisme i atractiu del mercat.

Així doncs, mentre es va desenvolupant la tasca de cerca de nova activitat i ocupació a les parades del mercat, s'anirà planificant la configuració dels espais que faran possible la component més experiencial del nou enfocament del mercat.

Es tracta, així doncs, de planificar els espais on s'instal·laran les zones de cuina, les taules tècniques que permetran, per exemple, fer tallers tipus "aula gastronòmica" i les zones on seure i consumir els productes.

Una possibilitat que es suggereix passa per habilitar l'espai de la banda de mar, ara mateix un local independent, tot reobrint l'accés d'aquesta part des de l'interior del mercat i permetre que en aquella part s'hi desenvolupin algunes de les accions plantejades, com per exemple l'aula de cuina.

Serà a partir de la trobada participativa d'aquesta temàtica que s'aniran prenent aquestes decisions i, a partir d'aquestes, que es faran les obres pertinents.

Actuació

P3_A4. Disseny del pla de dinamització del mercat gastronòmic de La Ràpita.

Descripció

Si bé fins aquest punt s'han definit les actuacions de tipus organitzatiu i la conformació física i estructural de l'espai, ara és moment d'entomar la dinamització del mercat.

Caldrà establir un calendari anual on es vagin organitzant les accions que es volen impulsar tot distribuint aquestes al llarg de l'any en funció de les estacions i, per tant, dels productes de cada temporada, les festivitats i celebracions locals, les jornades gastronòmiques i d'altres actuacions empreses pel Col·lectiu Cuina, per l'Estació Nàutica i la Unió de Comerç Rapitenc, etc.

Per a cadascuna de les accions caldrà considerar els següents ítems:

- **Data i format.** Serà el primer element a consensuar i validar per part de les parts organitzadores i col·laboradores.
- **Elements comunicatius i continguts.** Caldrà dissenyar la cartelleria o elements gràfics per a Internet i les xarxes socials, tot tenint presents els formats amb la resolució adient (quadrats, verticals, fotografies, vídeos,...) dissenys gràfics, textos explicatius.

Descripció (continua)

- **Entitats que hi col·laboren.** Definir en cada cas les entitats i/o empreses que hi col·laboren, tot procedint a comunicar-ho tant en el disseny de la cartelleria com en el text que l'acompanya.
- **Protocol de difusió i comunicació a Internet i els mitjans socials.** Passa per establir una manera de compartir i donar a conèixer la iniciativa que es traslladarà a les persones, comerços i empreses participants, tot donant pautes com per exemple el # *hashtag* a triar i compartir a les xarxes socials.
- **Creació d'un arxiu i banc d'imatges.** Es proposa habilitar un espai, per exemple al núvol, on les diferents persones participants, tant organitzadores com clientela, puguin anar desant les fotografies que realitzin, tenint així recursos per a noves publicacions i anar nodrint així els perfils socials dels ens participants.
- **Mesura i avaluació de resultats.** Al finalitzar tota acció serà necessari analitzar com ha sigut el funcionament de la mateixa tot establint paràmetres (KPI) com: vegades que s'ha compartit la publicació a les xarxes socials, nombre de persones que han participat de l'organització, nombre de persones assistents a aquesta, etc.

Actuació

P3_A5. Impuls del servei de reserva de l'espai per a esdeveniments privats al mercat municipal de La Ràpita.

Descripció

Les accions detallades fins al moment han tingut un caràcter obert i enfocat a la ciutadania en general. Ara, però, es planteja la **possibilitat d'oferir l'ús privatiu del mercat** de La Ràpita tot habilitant el servei de fer reserves per a determinats col·lectius.

A tall de proposta, es plantegen les següents propostes:

- **Esdeveniments per a empreses.** Oferir que les empreses puguin reservar l'espai per oferir experiències de cuina o degustacions entre les persones treballadores com a part d'una estratègia de *team building*, per exemple.
- **Celebracions privades.** Oferir l'espai per a la realització de celebracions familiars. Actes fets a mida i pels que es pot oferir un paquet de serveis com ara la decoració de l'espai, la dinamització o la realització de tallers de cuina o d'altres.

Ambdues propostes poden ser una **acció única en si mateixa o formar part d'un paquet d'experiències** que passi, per exemple, per una visita al port, descoberta de la tradició i les arts de la pesca al Delta, etc.

Es planteja, així doncs, que aquesta possibilitat s'incorpori al portal d'Estació Nàutica com una experiència més de diversificació turística.

L2 - Creació d'un marc de consens publicoprivat per a l'impuls del comerç



P4 Programa d'impuls de la col·laboració publicoprivada amb el teixit comercial

Justificació

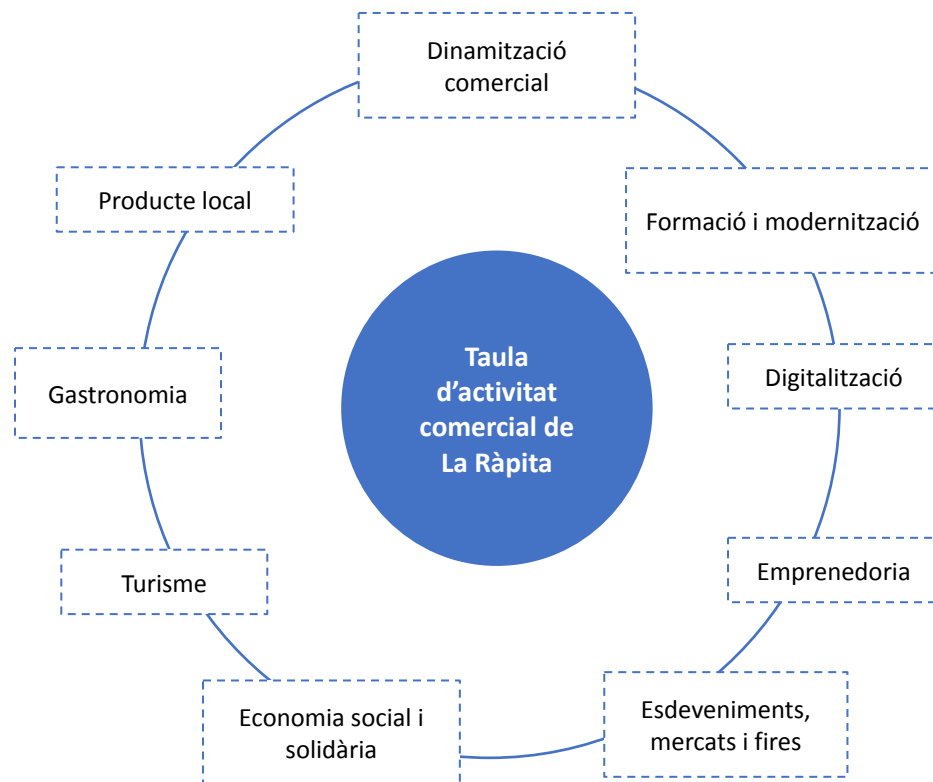
- En l'actualitat no hi ha definits uns mecanismes de consens, debat i treball entre les entitats públiques i privades del sector comercial de La Ràpita. La relació sovint es veu centrada únicament en la tramitació de subvencions i accions puntuals de col·laboració sense que s'hagin desenvolupat, de manera conjunta, uns objectius pel que fa al desenvolupament comercial del poble.

Lideratge

- Ajuntament
- Unió del Comerç Rapitenc
- Comerços

Termini

Mig termini



| Prioritat | Complexitat | Objectius de Desenvolupament Sostenible | | | |
|------------------------|-------------|---|--|-------------------------------------|------------------------------------|
| ● ● ● ● ● Molt Alta | Alta | 8 TREBALL DIGNI I CREIXEMENT ECONÒMIC | 9 INDÚSTRIA, INNOVACIÓ I INFRAESTRUCTURA | 11 CIUTATS I COMUNITATS SOSTENIBLES | 12 CONSUM I PRODUCCIÓ RESPONSABLES |

Descripció del programa

La pervivència del comerç de proximitat i dels teixits econòmics locals, tal com els coneixem, estan sotmesos a un elevat nombre d'aspectes que condicionen la seva viabilitat futura. En un moment on les tendències globals i els canvis d'hàbits de consum acaben per afectar l'activitat local, des dels ens públics i privats amb competències al sector comercial cal treballar per teixir de manera conjunta, des d'una òptica integradora, resolutiva, i a favor del desenvolupament local.

Pel que fa a La Ràpita, la relació entre l'Ajuntament i l'entitat de més trajectòria del sector, la Unió de Comerç Rapitenc, necessita una revisió del seu funcionament per tal de construir una proposta millor i més idònia. Tanmateix, la baixa representativitat comercial d'aquesta entitat, fa necessari que es cerquin mecanismes per tal que l'acció municipal arribi a més comerços així com a la resta d'activitat econòmica del municipi.

Objectius específics

1. Fer possible la creació d'estructures de treball publicoprivat àmplies, sòlides i representatives de l'activitat comercial de La Ràpita.
2. Impulsar la competitivitat del sector comercial a La Ràpita.

Actuacions proposades

- P4_A1. Impuls de la taula d'activitat comercial de La Ràpita.
- P4_A2. Redacció del pacte de comerç de La Ràpita.

P4 - Descripció de les actuacions

Actuació

P4_A1. Impuls de la taula d'activitat comercial de La Ràpita.

Descripció

Es proposa la creació d'un marc de col·laboració que permeti començar a definir estratègies de planificació, gestió i promoció de La Ràpita entre l'administració i el teixit econòmic comercial de manera més proactiva, més consensuada i més efectiva.

Entenem que el nucli d'aquesta col·laboració ha de sorgir de la creació d'un grup de treball on estiguin representades les esferes pública i privada vinculades a comerç, però també les empreses i entitats que generen dinamisme, activitat i riquesa al municipi.

Els objectius d'aquest grup tècnic passaran per detectar les principals problemàtiques existents així com la generació de propostes de millora de manera estructurada.

Amb tot, es contribuirà a establir les bases del que ha de ser la planificació i la construcció d'un pla de treball anual que implementi tot un conjunt d'actuacions enfocades a donar resposta a les següents àrees temàtiques:

- **Mesures per a la diversificació econòmica** i l'impuls del teixit comercial i la seva relació amb altres sectors.
- **Mesures per a l'enfortiment del teixit econòmic** de La Ràpita.
- **Actuacions i campanyes de promoció** de l'activitat comercial i econòmica.
- **Altres mesures d'impuls de La Ràpita** (responsabilitat social, sostenibilitat i economia circular, espai urbà,...).

El grup tècnic haurà d'organitzar un seguit de trobades de caràcter periòdic a les quals es treballarà amb una visió propositiva d'activació de projectes que donin resposta a les problemàtiques que es vagin detectant amb el temps.

Pel que fa al format de les trobades, aquestes es desenvoluparan a partir de la combinació de **sessions informatives**, que permetin la comunicació clara i la possibilitat de plantejar dubtes, **sessions de reflexió i debat**, activitats per compartir opinions i realitzar un procés d'aprenentatge col·lectiu, així com **sessions sobre el disseny i la implementació d'actuacions**.

Ja en relació amb les persones participants, la taula de treball hauria d'estar formada per l'equip polític i tècnic de l'ajuntament, persones representants dels diferents agents del teixit econòmic, així com d'altres persones representatives del municipi.

Actuació

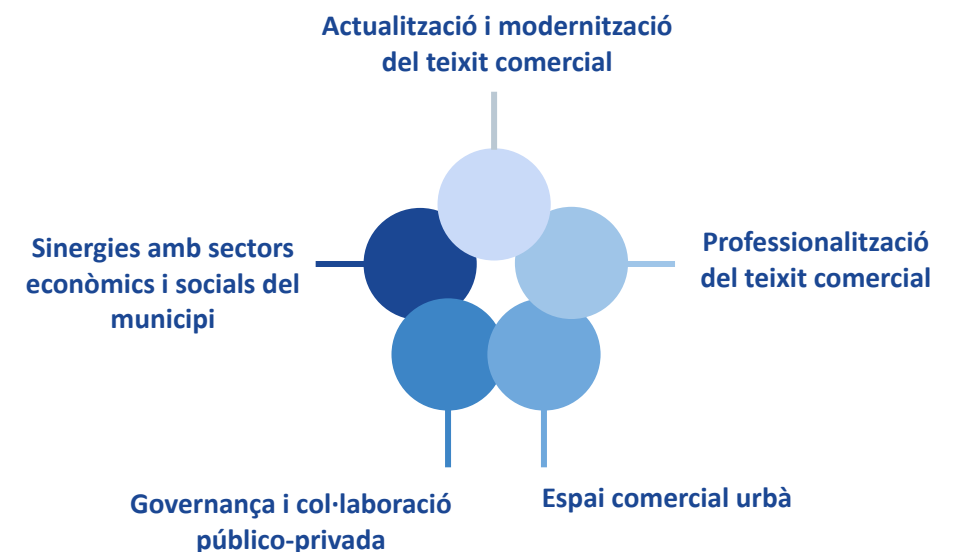
P4_A2. Redacció del pacte de comerç de La Ràpita.

Descripció

Es creu oportú que els acords assolits per mitjà de la taula d'activitat comercial de La Ràpita quedin recollits en un document signat per totes les parts implicades i que hi han participat.

Aquest document, sota el nom "**Pacte de Comerç de La Ràpita**" ha de servir per enfortir el teixit comercial del municipi per mitjà de l'impuls d'un model de comerç proper, de qualitat, professionalitzat i social i ambientalment responsable. El document ha de servir, tanmateix, per donar resposta tant als reptes actuals com als reptes futurs que s'albiren pel que fa al comerç de proximitat.

Es proposa, així doncs, que el document estigui estructurat en els següents eixos estratègics:



L2 - Creació d'un marc de consens publicoprivat per a l'impuls del comerç



P5 Programa per a la revisió del model associatiu comercial

Justificació

- El baix grau de representativitat comercial que actualment té la principal entitat comercial, tan sols un 15% del comerç de La Ràpita pertany a l'associació.
- L'existència de graus de satisfacció diferents entre els propis associats respecte l'enfocament i les accions impulsades per la Unió de Comerç Rapitenc.
- La necessitat d'impulsar un model associatiu més ampli i transversal que compti amb la participació d'altres sectors econòmics i socials del municipi amb l'objectiu d'incrementar la massa associativa.

Lideratge

- Ajuntament
- Unió del Comerç Rapitenc

Termini

Mig termini



Descripció del programa

Tot i que la Unió de Comerç Rapitenc és la principal entitat comercial de La Ràpita i la seva trajectòria és àmplia i dilatada, la situació actual, amb un baix percentatge de comerços del poble associats, i dubtes respecte al seu funcionament per part dels establiments associats fa necessària una revisió respecte a aquest model associatiu.

Per les entrevistes realitzades, es coincideix en afirmar que el futur d'aquesta necessària entitat passa per potenciar les dinàmiques de treball que facilitin la seva actualització i modernització.

La Unió de Comerç ha d'erigir-se com una entitat promotora del territori des del consens i l'acció transversal, un fet que passa per la formació de les persones que formen part de la junta i la dinamització comercial, així com l'acompanyament per part de figures externes en la definició de les línies d'acció i serveis als associats.

Objectius específics

1. Acompanyar el moviment associatiu en la seva professionalització.
2. Sensibilitzar les persones que formen part de la junta i la dinamització de l'entitat respecte el què ha de ser a dia d'avui l'entitat comercial d'un municipi.

Actuacions proposades

P5_A1. Pla de formació i *mentoring* a la junta de l'entitat comercial.

P5_A2. Pla de formació i *mentoring* a la figura dinamitzadora de l'entitat.

P5_A3. Visites a associacions comercials de Catalunya amb una visió oberta i actualitzada del què és la dinamització comercial.

P5_A4. Organització de les "Jornades de comerç de La Ràpita" per tractar els reptes vers els models associatius comercials.

P5 - Descripció de les actuacions

Actuació

P5_A1. Pla de formació i *mentoring* a la junta de l'entitat comercial.

Descripció

Arrel de les diverses converses mantingudes, s'ha pogut constatar que la Unió de Comerç Rapitenc necessita treballar en la definició dels seus objectius i el seu full de ruta per tal de millorar la seva representativitat comercial al municipi.

Així doncs, la primera mesura que es creu necessari adoptar es centra en la junta de l'entitat. Entenem que és important treballar amb la junta pel que fa referència a l'impuls de la reflexió estratègica del que ha de ser el futur de la Unió de comerç rapitenc.

Es planteja, així doncs, un **programa de mentoring** tingui per objecte, no només la reflexió, sinó també la proposta de nous projectes que vagin dirigits a la promoció del comerç amb un enfocament modern i atractiu.

Derivat d'aquest acompanyament també s'aniran desenvolupant tasques formatives i de millora de les competències que serveixin per empoderar i professionalitzar la tasca de les persones que, de manera voluntària i fent una tasca de valor, dediquen els seus temps i esforços a l'entitat.

Actuació

P5_A2. Pla de formació i *mentoring* a la figura dinamitzadora de l'entitat comercial.

Descripció

En segon lloc, es creu oportú que una de les accions d'aquest programa passi per acompanyar la figura dinamitzadora de l'entitat comercial.

Aquesta persona gaudeix d'una dilatada trajectòria professional a l'entitat i bona part de la responsabilitat vers l'estat d'aquesta recau en ella, en tant que funcions com ara la captació d'associats, l'organització de les accions de dinamització així com la presència a les xarxes socials de l'entitat, entre d'altres, són directament responsabilitat seva.

Es creu, per tant, que recolzar i capacitar aquesta persona, alinear-la vers els objectius de l'entitat, establerts i consensuats prèviament per la junta, serà un fet que contribuirà positivament a la millora de l'entitat.

Es suggereix que la formació estigui vinculada a temes com: presència d'entitats comercials a Internet i les xarxes socials, sobre la creació de continguts atractius i orgànics, entre d'altres.

Actuació

P5_A3. Visites a associacions comercials de Catalunya amb una visió oberta i actualitzada del que és la dinamització comercial.

Descripció

La tercera acció d'aquest programa passa per conèixer altres contextos comercials i les entitats associatives que hi actuen en aquest. L'objectiu és descobrir diferents maneres d'enfocar el rol de les entitats comercials en la dinamització dels pobles o barris on desenvolupen la seva tasca.

Per mitjà d'un seguit de visites guiades i reunions a diferents contextos comercials de l'àmbit català la junta i la figura dinamitzadora de la Unió de Comerç Rapitenc podrà conèixer de primera mà com aquests diferents ens estan fent front a les situacions que envolten l'actualitat del comerç de proximitat.

Pot ser que les problemàtiques i reptes siguin comuns a molts espais urbans i conèixer diferents experiències pot ajudar a buscar solucions i establir aliances entre agents que tenen situacions similars.

Actuació

P5_A4. Organització de les "Jornades del comerç de La Ràpita" per tractar els reptes vers els models associatius comercials.

Descripció

En darrer terme es considera que pot ser interessant organitzar una jornada que tingui lloc a La Ràpita i que serveixi **per posar en comú els diferents reptes que s'han anat descobrint al llarg del procés de mentoratge i de les visites a diferents espais comercials urbans.**

La jornada podria comptar amb la participació de representants d'entitats comercials d'arreu del territori nacional, tot oferint un espai de reflexió i debat.

Finalment, i per tal d'aprofitar el fet que diferents persones del sector s'hi han desplaçat al municipi, es proposa que s'ofereixi una experiència vinculada a la gastronomia i el nou enfocament del mercat municipal, tot impulsant així les singularitats del municipi.

L3. Impuls dels motors econòmics, gastronomia i restauració de La Ràpita



P6 Programa d'enfortiment i preservació del comerç singular i arrelat

Justificació

- La necessitat de preservar el teixit comercial arrelat i propi dels pobles, barris i ciutats és, cada cop més, una tasca que han d'impulsar les administracions i entitats de comerç. En un context de globalització i clonatge de formats comercials amb poc valor, de pèrdua de singularitat, els municipis han d'apostar per identificar i potenciar els establiments comercials arrelats a la vida i a la ciutadania i encetar mesures per garantir la seva pervivència.

Lideratge

- Ajuntament
- Comerç
- Entitats comercials

Termini

Curt termini

Prioritat



Complexitat

Mitja

Objectius de Desenvolupament Sostenible



Descripció del programa

La Ràpita ha de vetllar per fer créixer l'activitat comercial pròpia del municipi per mitjà de l'enfortiment dels establiments que li aporten singularitat i arrelats amb la cultura i la identitat del municipi. El programa que es presenta parteix, primer, d'un treball de detecció dels establiments que tenen atributs singulars o diferencials respecte la totalitat de l'oferta comercial. Així, i després d'analitzar dades com la seva antiguitat, el seu caràcter patrimonial o la singularitat pròpia de l'activitat comercial s'analitzarà com és la seva situació actual, respecte la marxa del negoci, i si tenen previsió de relleu generacional, per tal d'impulsar les mesures que siguin necessàries per mantenir l'activitat comercial.

L'actualització d'aquests establiments, referent als canvis d'hàbits i maneres de consumir i de relacionar-se amb el comerç de les generacions més joves, també serà un aspecte inclòs al programa, tot duent a terme accions per a la progressiva transformació digital dels mateixos.

Objectius específics

1. Detectar els establiments arrelats i que aporten caràcter i singularitzen el comerç de La Ràpita
2. Treballar per la pervivència i millora de la marxa d'aquests establiments.
3. Impulsar el relleu regeneracional i la continuïtat de l'activitat comercial en els establiments emblemàtics i singulars.

Actuacions proposades

P6_A1. Creació d'un formulari digital per a l'estudi de la marxa del teixit comercial de La Ràpita.

P6_A2. Pla d'incentius per a la modernització i digitalització del teixit de proximitat de La Ràpita.

P6_A3. Impuls d'actuacions de suport al relleu generacional per als establiments arrelats i singulars de La Ràpita.

P6_A4. Creació de premis a la trajectòria, la singularitat i el patrimoni comercial "Establiments emblemàtics de La Ràpita".



P6 - Descripció de les actuacions

Actuació

P6_A1. Creació d'un formulari digital per a l'estudi de la marxa del teixit comercial de La Ràpita.

Descripció

Durant el procés de reconeixement de la situació, per mitjà de les entrevistes individualitzades, s'han pogut començar a detectar alguns elements als que cal prendre atenció, vinculats a la viabilitat i la competitivitat dels punts de venda de La Ràpita.

Per tal de millorar la informació al respecte, tot enxamplant el nombre de comerços dels que es tenen dades, es proposa la creació d'un test digital. Aquest test inclourà preguntes entorn dels àmbits de caracterització de l'activitat, de la persona al capdavant del negoci, sobre la marxa del negoci, sobre el relleu generacional (informació vinculada a l'acció P6_A3), així com del grau de maduresa digital.

Les dades recollides per mitjà d'aquest test seran analitzades i es prendran com a punt de partida i testeig de les accions de dinamització comercial que proposa el present pla.

Actuació

P6_A2. Pla d'incentius per a la modernització i digitalització del teixit de proximitat de La Ràpita.

Descripció

Tal com s'ha proposat amb el mercat municipal, veure el primer programa, es preveu l'activació d'una línia d'incentius en aquest cas, per als comerços de La Ràpita. Es proposa que els incentius s'estructurin en dues línies d'accions subvencionables, atenent als resultats obtinguts durant l'etapa de reconeixement de l'estat de situació del comerç.

Aquestes línies serien:

- **Àmbit 1. Modernització comercial.** Es consideren accions referides a la millora de la imatge externa i interna del punt de venda, la millora de l'accessibilitat a l'interior del negoci, la millora de la il·luminació exterior i/o interior, etc.
- **Àmbit 2. Digitalització del punt de venda.** Es consideren accions referides a la incorporació de sistemes digitals de gestió interna del negoci, la incorporació de noves tecnologies al punt de venda, la contractació de serveis professionals per a l'assessorament digital, la gestió de xarxes socials del negoci, entre d'altres.



Actuació

P6_A3. Impuls d'actuacions de suport al relleu generacional per als establiments arrelats i singulars de La Ràpita.

Descripció

Fruit de les informacions obtingudes al formulari digital (veure P6_A1) el consistori podrà tenir coneixement de situacions en que hi ha un risc pel que fa a la continuïtat de l'activitat comercial.

Aquells establiments que indiquin tenir dubtes respecte al relleu generacional i, especialment si es tracta de negocis arrelats i amb dilatada trajectòria comercial esdevindran un focus d'actuació prioritari per evitar la pèrdua d'activitats singulars i que generen valor.

Es proposa, doncs, dur a terme les següents accions:

- Prioritat en el **plans reempresa** per als establiments singulars i arrelats.
- **Mentoratge** per al traspàs de negocis tot mantenint els mateixos valors.
- **Formació per a la millora de les competències** comercial i habilitats digitals.

Actuació

P6_A4. Creació de premis a la trajectòria, la singularitat i el patrimoni comercial "Establiments emblemàtics de La Ràpita".

Descripció

La darrera acció d'aquest programa té a veure amb la necessitat de promocionar i donar visibilitat aquells establiments comercials que aporten valor i singularitzen el comerç de proximitat en un context de globalització i pèrdua d'identitat comercial als teixits urbans.

Es preveu, doncs, la creació d'uns premis on, anualment, es reconeguin establiments que tenen atributs per ser considerats "emblemàtics de La Ràpita".

Les categories que es plantegen considerar són les següents:

- **Premi a la trajectòria comercial.** Premiar aquells establiments de caràcter històric, que gràcies al seu caràcter generacional formen part de l'imaginari col·lectiu del poble i en són un referent. Per a l'atorgament d'aquesta distinció caldrà establir un mínim d'antiguitat, es proposa que aquesta sigui superior als 50 anys.
- **Premi a la singularitat comercial.** Premiar aquells establiments que destaquin pel caràcter singular de la seva activitat o dels productes que elaboren o comercialitzen. Es considerarien els oficis de caràcter artesà així com el fet d'haver obtingut certificats o premis que acreditin aquesta singularitat.
- **Premi a la conservació del patrimoni comercial.** Premiar als establiments que han sapigut mantenir i promocionar els elements patrimonials de l'exterior i/o interior del negoci i que dia a dia treballen per la seva conservació.

L3. Impuls dels motors econòmics, gastronomia i restauració de La Ràpita



P7 Programa d'impuls de l'emprenedoria i la creació de nova activitat econòmica

Justificació

- La Ràpita compta, tant en el mercat municipal com el seu entorn, el que és la zona comercial del municipi, amb un seguit de locals buits que li confereixen un caire descoratjador que no afavoreix a un municipi viu amb atractiu comercial.
- L'activitat comercial i els entorns més actius es focalitzen en zones concretes, com ara el passeig marítim, deixant la resta sense dinamisme perpetuant la decadència de l'àrea comercial.

Lideratge

- Ajuntament
- Propietat dels locals
- Persones emprenedores

Termini

Mig termini



Pla de dinamització comercial de La Ràpita.



Descripció del programa

Cal impulsar l'emprenedoria en clau de revitalització del comerç de La Ràpita. Aquest procediment s'ha de dur a terme per tal d'afavorir la reactivació dels locals buits, especialment en els eixos comercials més dinàmics (Carrer Sant Isidre, Carrer d'en Gorria, Carrer Sant Francesc...).

És necessari que el procediment realitzat impulsi la varietat de negocis i oferta comercial per satisfer les necessitats de la població local i el turisme. El programa passa per la definició d'estratègies i accions que reforcin la creació d'empreses alineades amb els objectius de desenvolupament del municipi, que tinguin caràcter singular, que considerin diferents àmbits (social, mediambiental...) en totes les fases del procés: a l'inici de la creació empresarial amb suport a aquesta i un programa d'incentius; al llarg de la creació i desenvolupament empresarial a través de formacions i recursos; i a mig termini a través del seguiment del desenvolupament empresarial amb un acompanyament formatiu, si s'escau. Per tal d'arrodonir el programa, es realitzarà una guia de recomanacions per la creació de nous negocis així com de bones pràctiques d'aquesta.

Objectius específics

1. Revitalitzar els locals buits del municipi.
2. Incentivar la creació de nous negocis i l'activitat emprenedora per tal de revitalitzar l'oferta comercial del municipi.
3. Impulsar la creació de negocis amb propostes de valor singulars i amb projecció social i mediambiental.

Actuacions proposades

P7_A1. Detecció de locals buits d'actuació prioritària i caracterització d'aquests.

P7_A2. Pla de mentoratge a la creació de nous negocis a La Ràpita.

P7_A3. Disseny d'una guia digital de recomanacions per crear negocis amb elements singulars, que reverteixin a nivell social econòmic i mediambiental.

P7 - Descripció de les actuacions

Actuació

P7_A1. Detecció de locals buits d'actuació prioritària i caracterització d'aquests.

Descripció

Un dels elements que més negativament afecten el dinamisme dels espais comercial és la presència de locals en situació d'inactivitat. És per això que la primera acció del programa se centra a realitzar un cens de detecció de locals vuits i anàlisi d'aquests.

Es recomana que la informació a recollir consideri els següents elements:

- Superfície útil del local.
- Si disposa d'espai d'aparador.
- Si té una entrada accessible per a persones amb mobilitat reduïda o cotxets de nadons (dimensions de la porta, esglaons o d'altres).
- Si disposa de sistemes de ventilació i d'extracció de fums.
- Si té una instal·lació elèctrica apropiada i actualitzada, serveis...

La fitxa a dissenyar, per tant, haurà de considerar aquests elements i estructurar-los per tal de tenir un llistat acurat dels locals disponibles amb les característiques concretes per poder dissenyar accions de revitalització d'aquests.

Actuació

P7_A2. Pla de mentoratge a la creació de nous negocis a La Ràpita.

Descripció

La segona acció d'aquest programa se centra en la creació d'un programa de mentoratge per tal d'acompanyar i impulsar totes aquelles propostes de les persones emprenedores i interessades a crear nous negocis a La Ràpita.

En primer lloc, es proposa la realització d'una jornada de presentació del pla que convoqui les persones potencialment interessades, desenvolupant una primera tasca de sensibilització respecte a la necessitat d'impulsar l'emprenedoria al municipi per seguir creant riquesa econòmica i social.

En concret, es planteja que el pla tingui en compte les següents tres línies d'emprenedoria considerada estratègica i prioritària:

- Línia de suport al col·lectiu de gent més jove.
- Línia de suport a dones emprenedores.
- Línia de suport a negocis que vulguin fomentar projectes més sostenibles.

Un cop es realitzin aquestes sessions i es captin persones interessades en els tres àmbits, es proposa la realització del pla de suport individualitzat a aquests nous negocis a efectes d'impulsar la creació de nous negocis a La Ràpita.

Al mateix temps es proposa que des del propi consistori es creï una partida d'incentius econòmics a l'obertura de negocis emprenedors amb la idea que també contribueixin a l'enfortiment del comerç.

Actuació

P7_A3. Disseny d'una guia digital de recomanacions per a crear negocis amb elements singulars, que reverteixin a nivell social, econòmic i mediambiental.

Descripció

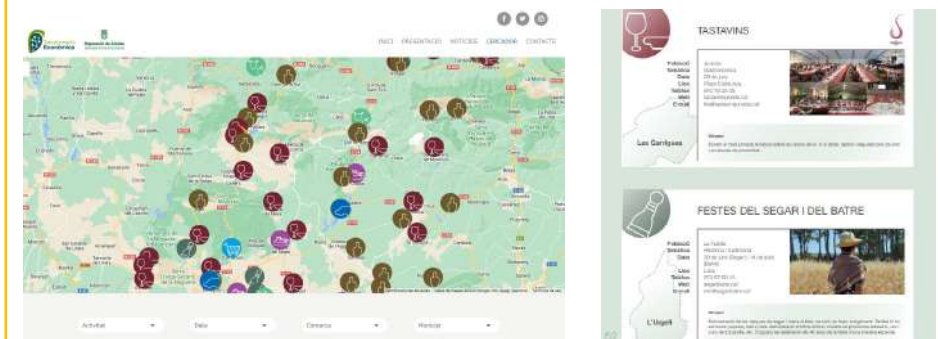
La darrera acció plantejada en aquest programa consisteix a elaborar una guia digital que esdevingui un recurs per tots aquells comerços i persones emprenedores que vulguin crear un negoci amb elements singulars que tinguin en compte la vessant social, econòmica i mediambiental.

Aquesta guia estarà publicada al *site* de l'ajuntament i serà d'accés lliure amb possibilitat de descàrrega.

Els passos que se seguiran per realitzar i promocionar la guia seran els següents:

- Determinació de les recomanacions per la creació de negocis singulars.
- Disseny i maquetació del document final amb un format agradable, intuïtiu i adaptat al format digital (estil infografia o similar).
- Publicació de la guia a la pàgina web de l'ajuntament.
- Enviament de l'accés a aquest document a aquelles persones emprenedores que estiguin interessades a rebre informació o a través de les *newsletters* habituals de l'ajuntament.
- Difusió a les diferents entitats de La Ràpita (Unió de Comerç, Turisme, Col·lectiu de Cuina...).
- Comunicació per mitjà de les xarxes socials pròpies.

A causa d'estar publicada a la web de l'ajuntament, aquest podrà extreure les dades relatives a aquesta: persones que han clicat l'enllaç, nombre de persones que arriben des d'altres accessos (enllaços d'altres plataformes o enviaments per correu electrònic), nombre de descàrregues... Aquesta informació permetrà veure el grau d'interès envers aquest document.



Exemple: Guia de fires de Lleida (S'hauria d'adaptar als negocis en lloc de les fires)
Versió web: <https://guiadefires.cat/cercador/>

Versió PDF online:
https://www.diputaciolleida.cat/wp-content/uploads/2019/05/Guia_fires_2019.pdf
ersió

L3. Impuls dels motors econòmics, gastronomia i restauració de La Ràpita



P8 Programa per a l'enfortiment i actualització dels establiments de restauració de La Ràpita

Justificació

- Els negocis i establiments de restauració de La Ràpita presenten un format centrat en la realització d'esdeveniments familiars (casaments, batejos i comunions) d'estil clàssic i amb dificultats per adaptar-se als canvis de gustos i noves tendències del sector.
- La importància de la restauració pel desenvolupament del municipi i per la captació de fluxos de persones que aportin dinamisme i generin riquesa al municipi.

Lideratge

- Ajuntament
- Col·lectiu de cuina La Ràpita - Terres de l'Ebre
- Restaurants
- Productors locals

Termini

Mig termini



Descripció del programa

En l'imaginari col·lectiu del Delta de l'Ebre, La Ràpita hi figura com a localitat que acull disposa d'una oferta de restaurants on dur a terme celebracions familiars de gran format. Així, al llarg dels anys, els restaurants han exercit el rol de motor de desenvolupament local tot provocant la mobilització d'un important volum de persones. Donat que la dinàmica era correcta, bona part d'aquests establiments no han desenvolupat canvis en els darreres dècades. Ara, però, les tendències en aquestes celebracions orienten els actes que articulen formats híbrids, a l'exterior, a peu dret, i a l'interior dels locals, ja entaulats. Una tendència difícil de replicar als establiments de La Ràpita donat que aquests són de caràcter urbà i no disposen d'espai enjardinat exterior.

El programa que es presenta, així doncs, ha de servir per impulsar els establiments de restauració del municipi, per mitjà de la seva actualització i l'adaptació per seguir sent motors de desenvolupament local.

Objectius específics

1. Reforçar el sector de la restauració, un sector estratègic del municipi.
2. Impulsar el Col·lectiu de cuina La Ràpita - Terres de l'Ebre.
3. Impulsar la col·laboració entre la restauració i la resta de motors de desenvolupament econòmic i turístic.

Actuacions proposades

- P8_A1. Organització d'una trobada amb entre restauradors i productors per a l'anàlisi de la situació actual i el punt de partida.
- P8_A2. Revisió del model de les jornades gastronòmiques de La Ràpita.
- P8_A3. Desenvolupament d'accions de dinamització en espais gastronòmics, per tal de crear un binomi entre cultura i gastronomia.

P8 - Descripció de les actuacions

Actuació

P8_A1. Organització d'una trobada entre restauradors i productors per a l'anàlisi de la situació actual i el punt de partida del projecte.

Descripció

Per tal d'identificar la situació actual concreta de l'àmbit gastronòmic del municipi, la primera acció es basa en la realització d'una trobada pública, que es durà a terme a tall de focus grup, amb els principals agents relacionats amb la restauració i el sector d'interès.

Els principals agents dels quals s'espera la participació són:

- Productors locals.
- Propietaris de negocis de l'àmbit de la restauració.
- Representants de les associacions (Estació Nàutica, Col·lectiu de Cuina de La Ràpita...).

En aquesta trobada, on es realitzarà una acta de reunió per tal d'obtenir els aspectes claus de la situació actual i el punt de partida envers l'estat de la qüestió del municipi, es definiran els elements a tenir en compte i en els quals s'haurà de treballar en les següents accions per tal d'impulsar la gastronomia local i el desenvolupament econòmic.

Actuació

P8_A2. Revisió del model de les jornades gastronòmiques de La Ràpita.

Descripció

Les jornades gastronòmiques de La Ràpita ja tenen en compte el producte local, l'estacionalitat d'aquest i es duen a terme al llarg de l'any per tal de potenciar el màxim de productes i elements gastronòmics d'interès. Per tal de potenciar aquestes jornades, cal revisar el model i millorar aquelles qüestions que permetin ampliar el públic objectiu al qual es dirigeixen i augmentar la participació així com el reconeixement d'aquestes.

Aquesta actuació passa per tenir en compte els següents aspectes:

- **Format.** Ampliació dels formats de realització de les jornades per incloure el màxim de varietat possible i analitzar què atrau més, per tal d'anar replicant aquells formats que interessin a la població en cada moment (combinar formats de taules llargues amb la gent asseguda amb formats de peu, rutes amb diverses parades, zones delimitades amb carpes per entitats/restauradors amb zona comuna a peu dret...).
- **Pla de comunicació i publicitat.** Caldrà definir un pla de comunicació que mantingui la comunicació en els emplaçaments actuals, però que vagi més enllà per tal d'arribar al públic de fora del municipi.
- **Aliances estratègiques.** Caldrà valorar la possibilitat en crear aliances amb diferents col·lectius que permetin promoure el sector. En aquest sentit, es proposa la connexió entre diferents agents de la cadena de valor que permetin connectar, a tall d'exemple, amb proveïdors de producte km 0, impuls de lligams amb entitats turístiques o hoteleres, etc.

Actuació

P8_A3. Desenvolupament d'accions de dinamització en espais gastronòmics per a l'enfortiment de la relació gastronomia i cultura.

Descripció

Tenint en compte la situació de la Ràpita i el punt de partida definit de la trobada plantejada a l'acció P8_A1, aquesta acció pretén realitzar un pla d'acció i dinamització dels espais gastronòmics existents i impulsar accions innovadores per tal d'enfortir el sector i vincular la gastronomia a la cultura local.

Si bé és cert que La Ràpita ja compta amb produccions vinculades al territori, és ben cert que caldrà desenvolupar accions concretes que ho promocionin i potenciïn aquest relat per atraure tant a la gent local com esdevenir un pol d'atractiu turístic que impulsi aquesta vessant, a partir de les següents accions:

- **Música en directe** ja sigui en els punts gastronòmics o al carrer, si es realitzen activitats gastronòmiques conjuntes fora dels restaurants.
- **Actuacions teatrals de petit format** per dinamitzar espais i activitats gastronòmiques.
- **Rutes de tasts**, estil "correbars", amb tiquets en el que els usuaris han de passar pels diversos restaurants.
- **Accions de fusió entre gastronomia i art** mitjançant activitats que combinin l'alimentació amb una experiència d'estada relacionada amb la creació artística, ja sigui pintura, creació d'elements plàstics (ceràmica, costura...) o qualsevol activitat que aportin un major valor afegit.

Es proposa complementar aquestes possibles accions amb les idees que puguin sortir d'una segona trobada amb el grup de treball de l'acció P8_A1, per tal de fer partícip a totes les entitats interessades i relacionades amb aquest àmbit.

L'ajuntament, actuant de forma conjunta amb la resta d'entitats haurà de tenir en compte les propostes i dur-les a terme tenint en compte dues vessants:

- **Temporalització de les accions.** Acomplir les activitats de dinamització al llarg de l'any d'una forma temporalitzada permetrà dinamitzar el municipi de forma recurrent pal·liant així, en part, els efectes de la temporada baixa.
- **Espais a utilitzar.** Cal tenir en compte la varietat d'espais disponibles; i, lluny de realitzar les accions en els emplaçaments habituals (pavelló i/o zona de passeig marítim), es recomana tenir en compte la totalitat del municipi i l'equilibri entre accions al carrer i accions en els punts de venda.

L4 - Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà



P9 Programa de senyalització intel·ligent de La Ràpita

Justificació

- La presència de diferents recursos comercials i econòmics, com ara el mercat municipal, el comerç més singular i arrelat, els establiments de restauració i l'allotjament que, ara per ara, actuen sense una estratègia definida que els faci formar part d'un relat únic i propi de La Ràpita.

Lideratge

- Ajuntament
- Operadors comercials, restauració, hoteleria, etc.

Termini

Curt Termini



Prioritat



Complexitat

Mitja

Objectius de Desenvolupament Sostenible



Descripció del programa

Crear un sistema de senyalització unificada per a tot el teixit comercial i econòmic de La Ràpita esdevé un element clau per tal d'impulsar les empreses i les activitats econòmiques locals. Fer-la més atractiva i assolir un eix comercial modernitzat i atractiu tant per al consumidor local com per al turisme de proximitat i de temporada.

La iniciativa implica establir uns criteris unificats de senyalització municipal en els que la imatge gràfica estableixi una segmentació de mercat associada a colors determinats en la campanya de redisseny de la comunicació de continguts comercials juntament amb la creació de continguts de valor afegits per aquelles persones que interactuïn amb els elements que es proposen.

Objectius específics

- Dissenyar un sistema de senyalització unificat amb contingut de valor pel vianant, i les persones que transiten l'àrea comercial del projecte.
- Crear contingut de valor per incrementar el moviment a les zones comercials menys desenvolupades.
- Aconseguir un municipi més atractiu, que inverteixi l'acció de compra i faciliti el coneixement de l'oferta comercial existent així com les possibilitats que ofereix.

Actuacions proposades

P9_A1. Col·locació de tòtems digitals al llarg de la ciutat amb elements informatius segmentats per color segons àrees/sectors que comptin amb informació d'interès i continguts addicionals.

P9_A2. Creació dels continguts informatius digitals per mostrar als tòtems i pantalles digitals. Aquests contindran informació de valor dels comerços, opcions de desplaçaments i contingut addicional mitjançant codis QR enllaçats als continguts de la base de dades.

P9_A3. Vinculació d'informació en directe d'elements de comunicació de xarxes socials.

P9 - Descripció de les actuacions

Actuació

P9_A1. Col·locació de tòtems digitals al llarg de la ciutat amb elements informatius segmentats per color segons àrees/sectors que comptin amb informació d'interès i continguts addicionals.

Descripció

Per tal d'impulsar el comerç de La Ràpita, aquesta acció es basa en col·locar diferents tòtems amb informació digital al llarg de la ciutat. Aquests dispositius tàctils exposaran informació d'interès relacionada amb tots aquells àmbits d'interès municipal (Comerços, mapes d'aquests i horaris; zones d'aparcament disponibles, informació sobre el mercat municipal...).

Aquesta tecnologia se situarà a una alçada adequada que permeti el seu ús a tota mena de persones. Es suggereix que aquests incloguin un sistema de lectura del contingut per aquelles persones amb alguna limitació acústica per tal de facilitar l'accés a tota la població.

Visualment, es seguirà una línia gràfica unificada, amb codis de color per àrees i temàtiques així com la inclusió de codis QR i elements que permetin arribar a informació addicional.

D'aquesta manera, es permetrà també que entitats municipals puguin participar redirigint el tràfic de les visites a aquell contingut que s'acordi o inclús, es pugui incloure mecanismes de sponsoring o publicitat per part de marques o empreses.

Actuació

P9_A2. Creació dels continguts informatius digitals per mostrar als tòtems i pantalles digitals.

Descripció

Cal generar un contingut d'interès i qualitat per tal d'alimentar a nivell informatiu les pantalles dels tòtems presentats a l'acció P9_A1 d'aquest programa. És per això que aquesta acció es centra en la creació dels continguts informatius digitals per fer-ho.

La informació que es generarà hauria d'incloure:

- **Informació de valor dels comerços de La Ràpita** (producte, horaris, notícies d'interès).
- **Mapa** amb opcions de desplaçaments, rutes d'interès, punts turístics, punts comercials...
- **Codis QR** redirigits a la informació d'interès vinculada a la base de dades pròpia o a elements externs d'interès.
- **Previsualització de les últimes notícies** de les xarxes socials de les diferents entitats municipals.

Els continguts hauran d'estar dissenyats seguint la línia gràfica unificada per mantenir una uniformitat pel que fa al contingut, imatge i identificació visual que li donaran un caire modernitzat i actualitzat al municipi de La Ràpita.

Actuació

P9_A3. Vinculació d'informació d'elements de comunicació de xarxes socials.

Descripció

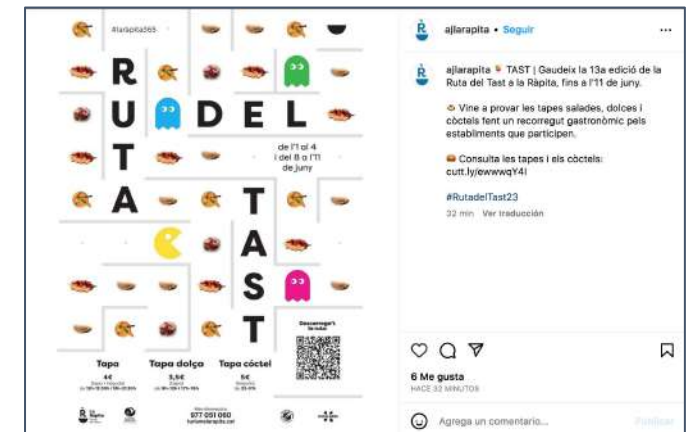
Hi ha diferents aplicacions per vincular les diverses xarxes socials amb els dispositius tàctils dels tòtems.

La vinculació amb els perfils de les xarxes socials permetrà que es visualitzin les darreres publicacions de cada plataforma digital.

Es poden vincular les xarxes de les diferents entitats:

- Ajuntament de La Ràpita.
- Unió de Comerç Rapitenc.
- Estació Nàutica.
- Oficina de Turisme de La Ràpita.

Aquest element, no només permet la difusió de les notícies informatives d'interès, sinó que esdevé un altaveu d'aquestes plataformes permetent ampliar els seguidors a les diferents entitats i comerços del municipi de La Ràpita.



Font: publicacions de les xarxes socials de l'Ajuntament de La Ràpita i l'Estació Nàutica.

L4 - Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà



P10 Programa La Ràpita, centre comercial a cel obert

Justificació

- L'Ajuntament de la Ràpita està impulsant un pla de millora de l'accessibilitat amb sis actuacions centrades en l'actualització de la funcionalitat urbanística i per facilitar la mobilitat, tot donant prioritat als vianants i creant una nova zona verda.
- L'ús del cotxe per a desplaçaments curts i dins de la ciutat és una dinàmica de comportament social integrada pels rapitencs. Aquesta té implicacions ambientals i socials que afecten negativament l'atractiu comercial de l'espai.

Lideratge

- Ajuntament
- Sectors i entitats de comerç, restauració i turisme

Termini

Curt termini



Pla de dinamització comercial de La Ràpita.

| Prioritat | Complexitat | Objectius de Desenvolupament Sostenible |
|------------------------|-------------|---|
| ● ● ● ● ● Molt Alta | Alta | |

Descripció del programa

A l'hora de potenciar un espai comercial urbà, el primer element a resoldre és l'urbanisme. Els condicionants físics i les infraestructures han d'estar pensades per tal d'oferir la millor experiència comercial possible per a segments de públics diversos. Una imatge cuidada, amb espais comercials de qualitat, que facilitin l'accés i que fomentin els desplaçaments a peu són elements essencials per tal d'impulsar el passeig, l'estada i la compra a qualsevol localitat. En el cas de La Ràpita, cal seguir treballant en les mesures de millora de l'urbanisme que ja s'estan impulsant per part de l'Ajuntament, anat un pas més enllà i fent front als elements que més afecten la imatge global de l'espai comercial. Regular el mobiliari i els elements de guarniment instal·lats per part dels establiments, serà una primera passa per aconseguir aquesta uniformitat. D'altra banda, també caldrà entomar la regulació del trànsit i estacionament de vehicles privats, per mitjà d'actuacions concretes i detalles a les actuacions que inclou el programa.

Objectius específics

1. Millorar els condicionants urbanístics per mitjà de l'eliminació de les barreres arquitectòniques que afecten la mobilitat.
2. Regular els elements del mobiliari urbà (tendals, marquesines, jardineres...) dels establiments comercials i de restauració per a la construcció d'una imatge unificada i de conjunt.
3. Donar prioritat a les persones i a la mobilitat a peu enfront dels desplaçaments en vehicle privat.

Actuacions proposades

- P10_A1. Pla d'homogeneïtzació dels elements de mobiliari urbà instal·lats per part dels establiments comercials i de restauració.
- P10_A2. Regulació de l'exposició de producte a la via pública així com la disposició de les terrasses dels establiments de restauració.
- P10_A3. Actuacions urbanes per a la millora de l'accessibilitat i dissuasives respecte a l'ús de vehicles privats.
- P10_A4. Adopció de mesures facilitadores de mobilitats híbrides.

P10 - Descripció de les actuacions

Actuació

P10_A1. Pla d'homogeneïtzació dels elements de mobiliari urbà instal·lats per part dels establiments comercials i de restauració.

Descripció

Un dels elements més importants en el desenvolupament de l'espai comercial urbà, n'és la imatge dels seus carrers, l'ambient,... Un dels elements que contribueix a la bona imatge és el mobiliari urbà i de tots aquells elements que facilitin aquesta millora de la imatge comercial.

Així, aquesta acció passa per crear una imatge unificada de la retolació dels comerços, les marquesines exteriors dels comerços i d'aquells que tenen terrasses juntament amb taules i cadires. Així com els elements públics com ara jardineres i bancs.

Pel que fa al mobiliari de les terrasses, es pot valorar la possibilitat d'establir sinergies amb empreses que realitzin l'aprovisionament d'aquests materials a canvi de la promoció que la marca del propi material rep a l'estar visible en tot el municipi.

La unificació d'aquests elements permetrà afavorir i generar una imatge molt més atractiva que afavoreixi el passeig i la motivació a la compra per part de les persones consumidores, visitants,...

Actuació

P10_A2. Regulació de l'exposició de productes a la via pública així com la disposició de les terrasses dels establiments de restauració.

Descripció

La segona acció d'aquest programa parla de la necessitat d'establir una regulació pel que fa a l'ús de l'espai públic per part dels establiments comercials i de restauració del municipi.

Durant la fase de reconeixement s'ha pogut detectar com, en certs casos, determinats establiments conquisten les voreres amb mobiliari que acull els seus productes, taules i cadires. En algunes ocasions, fins i tot, l'espai disponible per al passeig es veu reduït una mínima expressió, un fet que preocupa especialment quan es compromet la circulació de cotxets o de persones que empen cadires de rodes.

Així doncs, es proposa que des del consistori **es desenvolupi una regulació** orientada a establir uns **límits d'ocupació de les voreres**, en relació a l'amplada d'aquestes. Tanmateix, caldrà que la normativa **limiti també la incorporació de paviments** a les terrasses de restauració. Pel que fa al producte exposat, també caldrà **regular la distància màxima d'ús respecte a la façana** de l'establiment.

La normativa serà d'ajut per tal de consolidar uns carrers que afavoreixin el passeig a peu.

Actuació

P10_A3. Actuacions urbanes per a la millora de l'accessibilitat i dissuasives respecte a l'ús de vehicles privats.

Descripció

Seguidament, es creu necessari desenvolupar dues actuacions, aquesta i la que es detalla a continuació, orientades a actuar respecte la mobilitat en vehicle privat als principals espais comercials de la localitat.

Així doncs, la primera actuació proposa actuar per tal d'afavorir els desplaçaments a peu amb intervencions com les següents:

- **Elevació de passos de vianants.** Es proposa que en determinats encreuaments es faci una elevació del paviment dels passos de vianants. Amb aquesta mesura s'obtidrien els següents beneficis: millora de l'accessibilitat per a cotxets, carros de la compra i elements que empen les persones amb mobilitat reduïda (caminadors i cadires); reducció de la velocitat a la que circulen els vehicles tot millorant la seguretat per als vianants.
- **Limitació de la velocitat de circulació.** Instaurar zones de menys de 30km/h a l'interior i entorn de la zona comercial de la localitat.
- **Instal·lació d'elements per a la reducció de la velocitat als eixos viaris.** Ús proposat pot ser la instal·lació de guals intel·ligents, que s'endureixen o estoven en funció de la velocitat a la qual passen els vehicles donat que el seu contingut és un líquid que es manté fluid quan el vehicle el travessa i es fa sòlid quan la força, i per tant velocitat, és major.

Actuació

P10_A4. Adopció de mesures facilitadores de mobilitats híbrides.

Descripció

Si bé l'acció anterior proposava actuacions dissuasòries, aquesta proposa intervencions facilitadores de mobilitats híbrides entre vehicles privats i recorreguts a peu.

Així doncs, es creu oportú desenvolupar dues accions prioritàries

El pla haurà d'estar estructurat al voltant de dos elements prioritaris:

- **Creació de zones d'aparcament dissuasiu.** Es proposa habilitar una zona en situació perimetral on es permeti l'aparcament gratuït dels vehicles privats. D'aquesta manera es motivarà la finalització del recorregut fins al comerç a peu, tot creant itineraris comercials en la modalitat que millor afavoreix la compra.
- **Instaurar sistemes de rotació de vehicles a les places habilitades dels principals eixos comercials.** Per a les places d'aparcament situades als propis eixos comercials es proposa instaurar sistemes temporals d'aparcament, tot afavorint que les places quedin disponibles per aquelles persones que s'hi desplacen amb la finalitat de comprar.

P11 - Descripció de les actuacions

Actuació

P11_A1. Embelliment dels espais comercials per mitjà de decoracions temporals o efímeres.

Descripció

La primera mesura d'aquest programa tracta de la necessitat d'embellir els espais urbans com a estratègia per fomentar el passeig i el gaudi.

Es proposa, doncs, afavorir la creació d'espais bells, amb capacitat per sorprendre, però també que salvin les inclemències del temps i, per tant, serveixin per crear zones d'ombra l'estiu, per exemple.

En concret es suggereixen les següents actuacions:

- **Foment del verd urbà** amb instal·lació d'espais per seure que incorporin jardineres on es dipositiu espècies de baix requeriment hídric i perdurables al llarg de l'any.
- **Potenciació de l'art urbà** tot motivant la realització d'intervencions per part d'artistes nacionals i internacionals, realitzar homenatges a referents de l'art efímer, com ara Christo, per exemple.
- **Instal·lació de zones d'ombra** en l'època estival per mitjà del desenvolupament de projectes com Umbrella Sky, consistent en instal·lar paraigües de colors que actuen com a tendals.
- **Participació a iniciatives globals que vinculen sostenibilitat i espai públic**, com ara el Park(ing) Day. Aquest és un exemple d'un projecte global, públic i participatiu on la gent reutilitza temporalment les places d'aparcament per convertir-les en petits parcs públics i espais de socialització tot promovent uns carrers més segurs, verds i equitatius.



Font: <https://www.myparkingday.org/>

Actuació

P11_A2. Potenciació de "La Ràpita, Vila florida" per mitjà de l'impuls de la participació ciutadana.

Descripció

La Ràpita forma part del projecte viles florides, una iniciativa que impulsa l'atractiu dels espais urbans.

Prenent aquest element com a punt de partida, es proposa que es desenvolupin accions per potenciar la participació ciutadana al projecte i es contribueixi, així a fer de La Ràpita un poble ben guarnit per la natura. Desenvolupar estratègies de participació ciutadana en les accions de promoció local sempre és una bona iniciativa ja que contribueix no només a l'èxit de la iniciativa sinó també a la pervivència d'aquesta en el temps.

Es suggereix, així doncs, que es convidi la població a embellir el seus balcons, finestres i portals per mitjà de plantació de flors i plantes. Aquesta acció es pot fer, per exemple, tot repartint plantes o llavors en determinades èpoques de l'any, o fent campanyes de col·laboració amb el comerç en que s'entreguin aquestes per a compres al mercat i al comerç local.

El resultat final de l'acció revertirà en la consolidació d'uns espais urbans més bells, amables, més dinàmics i que, en definitiva convidin al passeig, a la contemplació i a aturar-se. Amb tot, l'acció també pot afavorir que les persones que transiten pels carrers s'aturin a fer fotografies i les comparteixin als mitjans digitals, tot millorant així la visibilitat digital de La Ràpita a Internet i les xarxes socials, promovent el municipi com un lloc digne de ser visitat i contemplat.



Font: <https://vilesflorides.cat/sant-carles-de-la-rapita/>

P11 - Descripció de les actuacions

Actuació

P11_A3. Realització de tancaments de tràfic en caps de setmana en la zona comercial per impulsar passejos i afavorir la compra.

Descripció

En programes anteriors s'han definit diferents mesures per a impulsar el passeig i afavorir la mobilitat a peu pels carrers de la zona comercial de La Ràpita. En aquest punt es proposa que, per moments puntuals, es realitzin talls de trànsit per tal de dur a terme activitats a les pròpies calçades.

Els beneficis d'aquesta mesura són diversos, però es podrien destacar els següents:

- **Captació de públic.** Pel fet de dur a terme una acció diferencial i molt visible a l'espai urbà, que conquesta espais tradicionalment amb altres finalitats, és probable que les persones es sentin especialment atretes a participar de l'activitat.
- **Millora de la visibilitat dels establiments a peu de carrer.** Pel fet d'habilitar nous espais de visibilitat, com ara envelats o petits espais d'aparador, els establiments podran treure el seu producte al carrer, dur a terme demostracions, entregar obsequis o les mesures que considerin oportunes i esdevenir així més atractius per als públics que hi participa de la iniciativa.
- **Potenciació de les vendes.** Si es vincula l'acció a campanyes comercials com ara rebaixes, fora estocs o d'altres, es pot crear un ambient de compra que aportí beneficis per als comerços participants.
- **Crear una experiència global.** Per mitjà de la incorporació de zones de degustació, tals com foodtrucks, i accions de dinamització per part de professionals o entitats, que ofereixin jornades no només de compra sinó també de gaudi per mitjà d'una experiència d'estada singular.
- **Reduir la contaminació.** Durant el temps en que es donin aquests talls, tan si són puntuals com si formen part d'una estratègia municipal, per exemple, tots els dissabtes tarda, s'evitaran les emissions dels vehicles que haguessin circulat per aquell punt.



Font:

<https://www.barcelona.cat/obrimcarrers/es/obrim-carrers-cada-fin-de-semana>

Actuació

P11_A4. Introduir noves tecnologies per millorar l'experiència d'estada dels establiments i la gamificació a l'espai comercial.

Descripció

En darrer terme, i ajustat a altres mesures que s'han anat proposant al llarg del document, es suggereix que s'incorpori la digitalització de l'espai comercial com a part de l'estratègia de crear experiències comercials i d'estada que proposa el present programa.

Així doncs, es suggereix que, més enllà de les intervencions en l'espai urbà descrites anteriorment, també es cerqui impulsar intervencions de caràcter phygital. Aquest neologisme es basa en establir ponts entre el que succeeix a l'espai urbà i el que es programa a l'espai digital.

Una manera de desenvolupar aquestes accions poder ser els codis QR ubicats a diferents punts de l'espai urbà i que ofereixen circuits comercials al plànol digital. Unes rutes urbanes que poden incloure gamificació per tal de captar l'atenció de persones joves i que tenen plenament integrat el fet digital.

L5. Comunicació i promoció de la marca La Ràpita



P12 Programa de definició de l'estratègia de marca i relat comercial de La Ràpita

Justificació

- La necessitat de construir un relat de La Ràpita com a poble, com a lloc de compra i com a destinació turística per mitjà dels seus valors i atributs intrínsecs.
- L'existència de diferents motors econòmics amb capacitat per dinamitzar el municipi i afavorir la generació de riquesa al mateix.

Lideratge

- Ajuntament
- Entitats comercials
- Comerços

Termini

Curt termini



Descripció del programa

Establir una marca implica consensuar una imatge d'allò que volem potenciar, uns atributs iguals en la ment dels potencials perfils locals i visitants. L'objectiu a assolir serà el de construir una imatge suficientment atractiva per a seduir, per tant, els diferents segments de persones compradores de comerç local i el mercat. Aquest és un procés llarg i complicat, ja que aquesta imatge s'haurà de correspondre amb la realitat del territori i haurà de ser el fruit dels esforços dels agents implicats en la dinamització de l'espai comercial urbà de La Ràpita.

En aquest sentit, en aquest programa es treballaran tot un seguit d'actuacions que han de permetre que La Ràpita es pugui adaptar als reptes d'un model de compra, sostenible, competitiu, resilient i regeneratiu del tot alineat amb els objectius de desenvolupament sostenible.

Objectius específics

1. Desenvolupament d'estratègies de màrqueting 4.0 en la definició de la marca comercial de La Ràpita, tot impulsant la component emocional.
2. Definir accions per al posicionament i la comunicació de la marca comercial.

Actuacions proposades

P12_A1. Disseny i desenvolupament de la marca comercial de La Ràpita.

P12_A2. Creació de vídeos informatius i promocionals dels recursos comercials de La Ràpita.

P12_A3. Creació de bancs d'imatges dels recursos comercials de La Ràpita.

P12_A4. Creació de continguts per a la dinamització de l'activitat comercial i nodrir els suports tecnològics de l'espai comercial urbà.

P12_A5. Millora de la visibilitat digital del comerç de La Ràpita.

P12 - Descripció de les actuacions

Actuació

P12_A1. Disseny i desenvolupament de la marca comercial de La Ràpita.

Descripció

La primera acció d'aquest programa recau en la necessitat de crear una imatge i relat associat a la marca comercial de La Ràpita. Aquesta, que s'ha de correspondre amb la realitat del territori s'haurà de generar a través d'una acció participativa que impliqui a tots els agents del territori per tal d'estar alineada i representar a la totalitat del municipi.

És indispensable que tots els agents estiguin satisfets amb el resultat i se sentin participants i representats per la imatge comercial que es determini, ja que aquesta actuarà com a element identitari representatiu de tot el municipi i les futures accions que es duguin a terme amb relació a comunicació i promoció territorial estaran supeditades a aquesta.

Es recomana no escatimar en recursos i esforços a l'hora de realitzar les accions de participació (enquestes, *focus groups*, jornades de debat...) fins a arribar a tots els agents d'interès perquè el resultat final generi un sentiment de pertinença.

És important que la marca comercial impulsi el model de compra sostenible, competitiu, resilient i regeneratiu del tot alineat amb els objectius de desenvolupament sostenible del municipi.

Actuació

P12_A2. Creació de vídeos informatius i promocionals dels recursos comercials de La Ràpita.

Descripció

Un cop definida la imatge comercial de La Ràpita, amb aquells elements de valor que es volen potenciar i els trets identitaris que es promocionaran, cal realitzar vídeos informatius i promocionals sobre el municipi i els seus atributs.

A l'hora de produir aquests elements de promoció caldrà tenir en compte els següents aspectes:

- **Imatge gràfica:** ha d'anar alineada amb la imatge gràfica establerta anteriorment per tots els elements de comunicació de La Ràpita. Esdevindrà un element de promoció alineat amb la identitat visual del municipi més enllà del contingut audiovisual que presenti.
- **Relat:** el discurs utilitzat en les creacions audiovisuals haurà d'anar alineat amb el relat de la "marca La Ràpita" definida anteriorment. Cal que aquesta potencii els elements diferenciadors i de valor del municipi. Aquest relat quedarà enfortit per la selecció visual i acústica, que generaran un element global alineat amb els objectius de promoció establerts.
- **Emplaçament:** Cal tenir en compte on s'emplaçaran les peces creades (xarxes Socials, tòtems municipals, televisió, web corporativa, etc) per tal d'adaptar els formats a les dimensions, durada i qualitat de la peça a crear.

Aquests vídeos es podran utilitzar en les diferents accions comunicatives dutes a terme al llarg de l'any, així com servirà per alimentar el contingut dels tòtems digitals plantejats a l'acció 1 del programa 9.

Actuació

P12_A3. Creació de bancs d'imatges dels recursos comercials de La Ràpita.

Descripció

La tercera acció d'aquest programa té per objectiu crear un banc d'imatges a tall de recursos gràfics dels comerços i el seu entorn. Aquests elements gràfics; imatges dels cerrers comercials, de les botigues, productes, aparadors, s'hauran de realitzar en diferents moments de l'any.

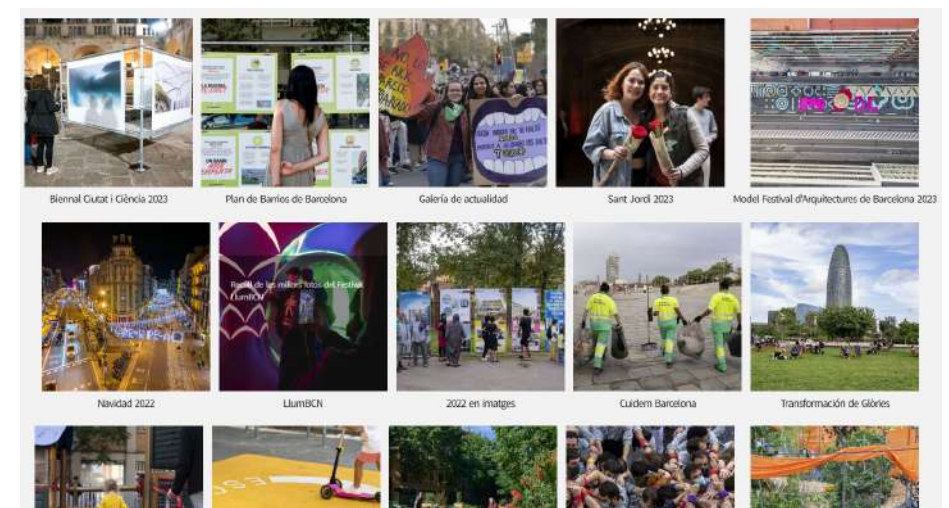
Es tracta d'un element viu, que s'anirà generant i alimentant a mesura que es realitzin noves sessions fotogràfiques, per exemple, en festivitats com podrien ser decoracions comercials per Sant Jordi i decoracions dels carrers comercials a Nadal, entre altres, accions comercials representatives del municipi, com podrien ser la nit del comerç o les jornades gastronòmiques, entre altres.

Cal estructurar una guia del tipus d'imatges que es necessiten, per tal de programar les sessions amb antelació, més enllà d'arxivar aquelles de les quals ja es disposen actualment o aquelles que es generin de forma orgànica a través de diferents activitats o cedides per tercers.

Es tracta de generar un banc d'imatges central, unificat i organitzar, de manera que es tinguin recursos gràfics per dur a terme les diverses tasques de promoció relacionades.

Aquest arxiu fotogràfic, a llarg termini, pot esdevenir part de l'arxiu de la memòria històrica del municipi; en concret de la seva vessant comercial.

No es descarta que, en el procés de recollida i emmagatzemament d'aquestes imatges es pugui generar alguna acció de promoció del contingut existent com podria ser la creació d'un vídeo promocional de la història del comerç rapitenc o una exposició fotogràfica, entre altres.



Font: <https://www.barcelona.cat/imatges/es/>

P12 - Descripció de les actuacions

Actuació

P12_A4. Creació de continguts per a la dinamització de l'activitat comercial i nodrir els suports tecnològics de l'espai comercial urbà

Descripció

Aquesta acció acompanya les dues anteriors, esdevenint un conjunt de continguts que nodriran els espais tecnològics instal·lats a la ciutat.

Juntament amb l'arxiu fotogràfic i la creació de vídeos plantejats en l'acció 2 i 3 d'aquest programa, aquesta acció se centrarà en la creació de continguts digitals d'interès per la població rapitenca amb un format adaptat a la línia gràfica i d'estil establerta anteriorment i seguint el discurs que fomenti els valors i la identitat de la marca comercial de La Ràpita.

Possibles elements comunicatius a crear:

- Infografies d'interès per a la ciutadania (elements de valor històric sobre la ciutat, la seva cultura, tradició...).
- Mapes iconogràfics que incloguin els comerços de la ciutat i els serveis municipals. Aquests estaran segmentats segons els àmbits de producció i serveis i poden incloure l'accés a la fitxa tècnica de cadascun dels negocis inclosa en el catàleg de l'oferta comercial rapitenca establerta a l'acció 4 del programa 13.
- Secció específica pel mercat municipal: Característiques, història, parades actuals, espais disponibles per ser reactivats en cas d'estar interessats, etc.
- Propostes de rutes turístiques i fitxes tècniques dels elements d'interès històric i cultural de La Ràpita.
- Continguts relacionats amb la gastronomia local i les rutes gastronòmiques que s'ofereixen. Es poden incloure fitxes informatives dels productes així com calendaris dels productes de temporada.
- Notícies i informació d'interès relacionades amb el municipi.
- Calendari d'esdeveniments municipals: (fires, mercats, activitats municipals, accions de les diverses entitats del municipi, festivitats locals, etc.)

Malgrat que a l'inici del projecte caldrà crear un ampli conjunt de contingut, ja que es tracta d'una acció innovadora, amb el pas del temps, només es requerirà l'actualització d'aquesta i el disseny de nous continguts, per tal de donar dinamisme i renovar l'oferta informativa en els diferents elements digitals de la ciutat.

Es pot valorar l'opció d'encarregar aquesta tasca o comptar amb la col·laboració d'escoles de disseny o estudiants en pràctiques que estudiïn aquesta branca per tal d'establir sinergies entre entitats.

Actuació

P12_A5. Millora de la visibilitat digital del comerç de La Ràpita.

Descripció

Per tal de millorar el posicionament digital de La Ràpita i arribar al públic objectiu desitjat d'una forma eficaç cal definir una estratègia d'accions de millora en aquesta àrea.

Per tal de traçar una estratègia digital de forma conjunta, caldria establir una línia de treball en entorns digitals consensuada i aplicar-la en tots els àmbits (comerços, associacions, mercat municipal, entitats públiques) per tal de nodrir-se de forma conjunta i obtenir resultats exponencials en els entorns digitals on es tingui presència.

Es tracta de definir actuacions concretes i senzilles com podrien ser:

- Mencionar els negocis o les entitats tant en històries com en publicacions fixes per tal de facilitar l'opció de compartir el contingut en les diferents xarxes socials i augmentar així la publicació de contingut sense necessitat de generar-lo de zero.
- Fer publicacions en format "compartit" perquè un únic element de comunicació aparegui en dos comptes generant així sinergies i interconnectivitat en diferents xarxes socials del municipi.
- Establir els hashtags d'interès per tal d'unificar les publicacions i generar una comunitat de contingut segmentat per aquests. D'aquesta manera, també es pot fer partícip a la ciutadania generant un vincle amb la i un inici de comunitat digital.
- Creació d'un canal de difusió conjunt per Instagram (nou sistema en el qual els comptes poden crear un canal de difusió i invitar a perfils o els usuaris s'hi inscriuen de forma proactiva per estar al dia de les notícies i informacions estilat que s'hi generen).
- Establir guies i recursos d'interès, així com llistats de paraules clau relacionats amb La Ràpita per tal de facilitar la millora en la redacció de les publicacions ajustant el discurs o oferint alternatives en cas que es necessitin per tal de millorar el discurs i les descripcions de publicacions o redacció de notícies.

Es recomana mantenir i/o realitzar formacions per estar actualitzat pel que fa a entorns digitals i les seves novetats.

L5. Comunicació i promoció de la marca La Ràpita



P13 Programa de foment de la compra local

Justificació

- La necessitat d'implicar la població local en la preservació del teixit comercial de proximitat tot impulsant el consum als punts de venda del poble.
- La idoneïtat de convidar a formar part de les accions de dinamització comercial a entitats i persones que constitueixen el teixit social de La Ràpita.

Lideratge

- Ajuntament
- Entitats comercials
- Comerços
- Entitats socials i culturals

Termini

Mig termini



Descripció del programa

El Pla de dinamització comercial que s'ha anat detallant determina programes i accions que busquen, en major o menor mesura, teixir aliances amb altres sectors i entitats del municipi. Arribats a aquest punt, ens centrem en la necessitat d'implicar la població local en la consolidació de les botigues i punts de venda de La Ràpita.

En aquest sentit, implicar la població és un fet cabdal de qualsevol pla de dinamització comercial per tal de forjar el sentiment de pertinença a un entorn que cerca evolucionar cap a un model de desenvolupament econòmic resilient, de qualitat, responsable amb el territori i amb les persones que hi viuen i hi treballen.

Objectius específics

1. Promoure una relació més estreta entre comerç i ciutadania en pro del desenvolupament de La Ràpita.
2. Sensibilitzar els rapitenques respecte a la importància de consumir en el comerç local.
3. Impulsar el vincle entre comerç i alumnat de les escoles del poble.
4. Implicar el sector comercial en la digitalització de la gent gran, tot salvant la coneguda com a "Escletxa digital".

Actuacions a plantejar

P13_A1. Impuls de campanyes de fidelització comercial al comerç de proximitat de La Ràpita.

P13_A2. Potenciació del binomi comerç-escola amb accions participades d'embelliment comercial i naturalització de l'espai comercial urbà.

P13_A3. Potenciació del binomi comerç-gent gran amb el projecte "Comerç, agent digitalitzador".

P13_A4. Creació d'un catàleg d'oferta comercial de La Ràpita amb segmentació per sectors i serveis en format digital o físic.

P13 - Descripció de les actuacions

Actuació

P13_A1. Impuls de campanyes de fidelització comercial al comerç de proximitat de La Ràpita.

Descripció

Un dels objectius plantejats en aquest programa i el qual pretén treballar aquesta acció és la implicació de la població local per tal de preservar el teixit comercial, alhora que s'impulsin les vendes del municipi. Per tal d'impulsar aquesta venda de productes i serveis, aquesta mesura se centra a impulsar campanyes de fidelització per consolidar la relació entre la clientela i els punts de venda de La Ràpita.

Així, es proposen diverses línies de fidelització. Són les que es detallen tot seguit:

- Accions de fidelització vinculades als aspectes econòmics a través, a tall d'exemple, de la creació de vals de descompte o vals regal, descomptes vinculats a la geografia, membresia...
- Accions de fidelització vinculades a elements de regal i promoció, ja sigui mitjançant regal d'elements d'ús quotidià amb la compra d'un nombre determinat de productes o per l'arribada a una quantitat econòmica determinada, sorteig d'entrades o descomptes en activitats culturals, visites guiades dels arrossars.
- Accions vinculades a l'atzar i participació ciutadana a través de la realització de sortejos de productes de l'establiment o de productes externs entre els clients d'un determinat període, sortejos de productes o serveis, sortejos vinculats a dates especials.

En general, aquesta actuació pretén incentivar mesures que promoguin un major vincle entre punt de venda i clientela i que suposin un incentiu a les persones compradores.



Font:

<https://www.lleida.com/concurs/sorteig-especial-2-lots-de-nadal-amb-productes-de-l-territori>

Actuació

P13_A2. Potenciació del binomi comerç-escola amb accions participades d'embelliment comercial i naturalització de l'espai comercial urbà.

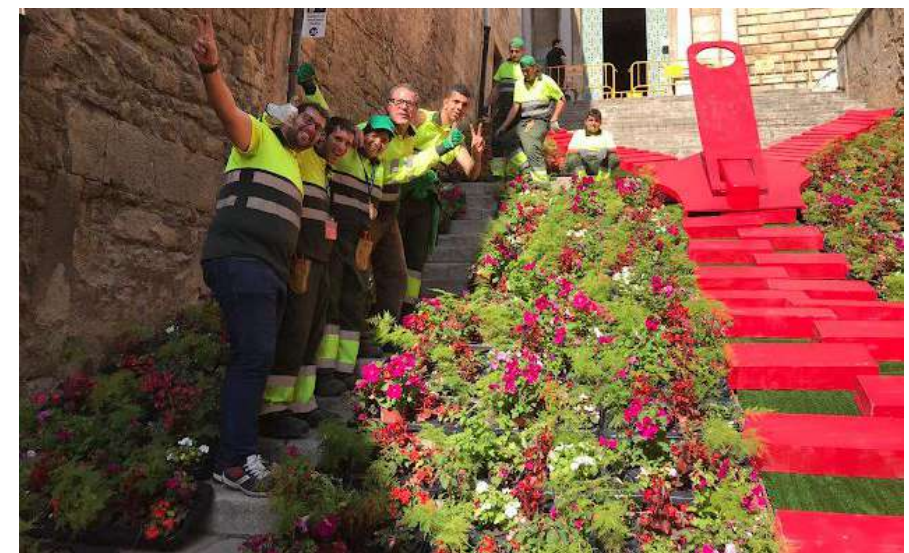
Descripció

Per tal d'impulsar l'espai comercial urbà, es poden establir actuacions de responsabilitat social que relacionin els comerços amb les entitats educatives i de lleure de La Ràpita. Aquesta vinculació contribuirà a revitalitzar els comerços amb actuacions concretes amb participació d'estudiants, l'impuls de vincles amb les entitats escolars i de lleure, així com la cohesió del comerç amb l'entorn social esdevenint un element comunitari que impulsa els beneficis de les interrelacions municipals.

Pel que fa a la tipologia d'accions que es poden portar a terme, se'n destaquen les següents:

- Concursos de dibuixos vinculats amb temàtiques d'interès (a tall d'exemple un concurs de dibuixos sobre la percepció del comerç de La Ràpita.)
- Concursos de poesia amb temàtiques relacionades amb les dates establertes (concurs de poesia per Sant Jordi.)
- Accions participatives per embellir l'espai comercial (creació d'elements visuals per embellir el comerç, concurs d'aparadorisme, on cada escola dissenyi un aparador d'un negoci diferent).

Aquestes actuacions permeten, més enllà d'obtenir un resultat final que impulsa el comerç, la millora dels valors de les persones implicades, el desenvolupament de les competències relacionades amb el desenvolupament de la creativitat i innovació, el treball en equip, la implicació en la realització de projectes col·lectius, entre altres.



Font:

<https://castellsantfoix.blogspot.com/2019/05/un-any-mes-lescola-participa-girona.html>

P13 - Descripció de les actuacions

Actuació

P13_A3. Potenciació del binomi comerç-gent gran amb el projecte “Comerç, agent digitalitzador”.

Descripció

Aquesta actuació va directament lligada a la responsabilitat social a la qual també es fa referència en l'acció P13_A2.

En aquest cas, el binomi entre comerços i el col·lectiu de la gent gran tindrà per objectiu realitzar un projecte de digitalització a les persones responsables i treballadors dels comerços per tal de donar les eines necessàries per esdevenir un suport digital a aquelles persones que ho puguin necessitar.

Ens trobem en un moment vital en el qual els entorns digitals avancen a una velocitat vertiginosa i en el qual, l'escletxa digital cada cop és més àmplia. Molts elements del dia a dia requereixen habilitats digitals (des de l'ús de la telefonia com a element comunicatiu, fins a elements com ara l'ús dels caixers digitals, entre altres). Aquest fet fa que el col·lectiu de gent gran que no disposen de coneixements digitals o tenen alguna barrera amb aquests, tot i disposar de cursos i activitats per part d'entitats i agents cívics, es trobin amb una barrera digital i necessitin ajuda per tal de resoldre algunes incidències.

A aquest fet se li suma la dificultat per arribar a aquest col·lectiu amb accions proactives, i es detecta que prefereixen acudir a familiars o persones de confiança com són els negocis habituals. És per això que, es pretén convertir aquest fet en una oportunitat per formar als comerciants en matèria digital, perquè aquests ajudin a la seva clientela donant el suport amb l'àmbit digital que puguin requerir.

Tot i que aquesta acció del programa va directament lligada a l'acció de digitalització de la gent gran, no es descarta realitzar accions concretes puntuals vinculades amb aquest col·lectiu directament relacionades amb les que es plantejaven amb les escoles. A tall d'exemple, es poden portar a terme petites actuacions vinculades a la creació de costures per decorar els aparadors, concursos de pintures (entre les persones del centre geriàtric de La Ràpita o inclús de la comarca) per decorar o realitzar exposicions en algun comerç o entitat municipal...

Aquesta acció pretén impulsar el comerç alhora que es desenvolupa una acció social d'adaptació a les noves tecnologies així com donar valor a un col·lectiu que forma part de la tradició i origen del que tenim avui dia, per tal de fer-lo partícip i agent actiu en les activitats municipals.

Actuació

P13_A4. Creació d'un catàleg d'oferta comercial de La Ràpita amb segmentació per sectors i serveis en format digital o físic.

Descripció

Per tal d'impulsar l'oferta comercial de La Ràpita, així com donar-la a conèixer tant a la clientela local, com als clients potencials de les localitats pròximes o els turistes que planifiquen la seva estança al municipi, es planteja la creació d'un catàleg d'oferta comercial del municipi.

Aquest, pretén ser una eina de consulta a tall de catàleg de serveis disponibles. El format, d'elecció de l'òrgan que el dissenyi, ha de permetre la segmentació per productes i serveis, així com d'àmbits d'activitat per facilitar la cerca del consumidor final.

Es recomana que inclogui també les fitxes dels comerços amb una breu descripció d'aquests, serveis, direcció, telèfon de contacte i dades digitals disponibles: pàgina web, xarxes socials i, si s'escau, un codi QR que redirigeixi a la botiga online, en cas d'existir, per tal de generar tràfic directe a una possible venda.

Aquest element es pot produir de forma física i ser distribuït tant als propis comerços com en entitats d'interès (per exemple, l'oficina de turisme) com també estar publicat de forma digital al *site* de l'ajuntament perquè es pugui consultar de forma digital i promocionar a través de les diferents plataformes digitals i xarxes socials existents.

Es recomana seguir la línia gràfica establerta a l'acció P9_A2, per tal que tots els elements gràfics vinculats amb el projecte segueixin una línia homogeneïtzada que identifiqui a La Ràpita en la seva totalitat.

L5. Comunicació i promoció de la marca La Ràpita



P14 Programa d'aliances entre comerç, entitats socials, culturals i educatives

Justificació

- Actualment, La Ràpita compta amb diverses entitats que duen a terme accions per al desenvolupament, en sentit ampli, del municipi. Malgrat que tots tinguin un objectiu comú, no actuen de forma unificada entre elles.
- La necessitat de crear línies d'acció conjuntes que impliquin tots els agents municipals: comercials, socials, culturals i educatius..., és clau.

Lideratge

- Ajuntament
- Entitats comercials, socials, educatives i culturals

Termini

Mig termini



Descripció del programa

El comerç de La Ràpita esdevé un eix comercial i alhora un escenari ideal per tal de realitzar accions col·laboratives amb diverses entitats. Aquesta interrelació és beneficiosa per ambdues parts, ja que com més agents hi participin més elevada és la difusió, les accions compten amb una visió més àmplia i esdevenen un agent impulsor social i econòmic.

Dur a terme aliances entre el comerç i les entitats socials, culturals i educatives del municipi crea sinergies, impulsa activitats col·laboratives, i esdevé un element de Responsabilitat Social que integra i impulsa accions amb col·lectius clau pel desenvolupament del municipi.

Objectius específics

1. Establir sinergies entre el comerç i entitats socials, culturals i educatives. (Escoles, centres geriàtrics, espais culturals, entitats privades...).
2. Elevar el sentiment de pertinença fent partícip a la comunitat cívica de La Ràpita.
3. Establir vincles i aliances entre els diferents agents i entitats del municipi.
4. Crear un relat de participació, lligam entre les diferents institucions i beneficis múltiples per impulsar la marca comercial de La Ràpita.

Actuacions proposades

P14_A1. Vinculació amb entitats per dur a terme accions concretes d'embelliment i decoració per festivitats específiques.

P14_A2. Desenvolupament d'accions d'apadrinament d'espais públics per incentivar la participació ciutadana en el seu embelliment.

P14_A3. Creació d'accions de sensibilització per tal d'impulsar el comerç i obtenir mirades i opinions diverses.

P14 - Descripció de les actuacions

Actuació

P14_A1. Vinculació amb entitats per dur a terme accions concretes d'embelliment i decoració per festivitats específiques.

Descripció

La primera acció d'aquest programa té per objectiu vincular el comerç i les diferents entitats municipals en les tasques de decoració dels dies reconeguts i festivitats clau anuals.

Es pretén realitzar col·laboracions amb diferents agents, com podrien ser escoltes, centres de lleure, centres geriàtrics i entitats d'artesans, entre altres, per tal d'elaborar un pla d'acció pel que fa a l'embelliment i decoració tenint en compte els següents passos:

- Establir dins del pla de màrqueting en quines accions i festivitats es volen dur a terme col·laboracions amb entitats municipals.
- Escollir les temàtiques i els objectius d'aquests, a tall de briefing, per poder-los presentar a cadascuna de les entitats amb antelació.
- Presentar els projectes a les entitats i definir tasques i terminis.
- Realitzar accions de seguiment i validar l'acció final duta a terme així com les possibles complementacions que es puguin haver de fer des de l'ajuntament.

Caldrà fer una acció de comunicació vinculada amb aquests projectes que reconegui aquestes actuacions i els hi doni valor per tal de promocionar-les.

Es recomana realitzar publicacions als diferents entorns digitals (publicacions al blog i/o apartat notícies de la web de l'ajuntament, publicacions en les diverses xarxes socials amb l'opció de fer-les col·laboratives o mencionant-los i compartir també aquelles que facin les entitats des dels seus comptes) per tal de generar contingut digital a través d'aquestes.



Exemple de la participació del Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona EINA en la decoració de l'Hospital de Sant Pau per dates nadalenques.
Font: <https://elsllumsdesantpau.com/es/>

Actuació

P14_A3. Creació d'accions de sensibilització per tal d'impulsar el comerç i obtenir mirades i opinions diverses.

Descripció

La segona acció d'aquest projecte planteja l'apadrinament de zones públiques per part de la població perquè aquesta participi en l'embelliment del municipi.

Per dur a terme aquesta acció caldrà que l'ajuntament disposi d'un cens d'espais urbans disponibles per ser apadrinats (escocells dels arbres, jardineres o espais de parcs...) i el publiqui juntament amb els requisits per tal de realitzar el procés.

Un cop el protocol d'apadrinament estigui definit i publicat s'haurà de dur a terme una acció de comunicació dirigida a la ciutadania per tal de donar a conèixer l'oferta d'aquest servei així com promoure la participació a aquest.

En el moment en el qual la ciutadania comenci a participar amb el projecte d'embelliment, aquesta, s'encarregarà de mantenir els espais cuidats i bonics.

Si bé és cert que en aquesta acció les funcions de l'ajuntament se centren en la preparació del projecte i el seguiment i control d'aquest, mentre que la ciutadania és l'encarregada de mantenir els espais cuidats i embellits amb les propostes que més els convinguin (plantes, costures a ganxet, etc.), és recomanable que es dugui a terme una acció de comunicació relacionada amb aquests apadrinaments, donat valor a aquells que s'hagin realitzat, per tal d'incentivar a més persones a participar així com convertir aquest fet en un element diferencial que li doni valor al territori com un petit element d'atracció turística. Fins i tot, es pot valorar fer una acció digital que incorpori un codi QR o un Hashtag a les xarxes socials per fer el seguiment de les publicacions de les persones que reconeguin aquests espais.



Exemple: Projecte Mans al Verd a Barcelona.
Font: <https://www.youtube.com/watch?v=nQI-OQIWxbA&t=31s>

Projecte d'apadrinament d'escocells a Barcelona:
<https://ajuntament.barcelona.cat/ecologiaurbana/ca/mans-al-verd>

P14 - Descripció de les actuacions

Actuació

P14_A3. Creació d'accions de sensibilització per tal d'impulsar el comerç i obtenir mirades i opinions diverses.

Descripció

La darrera acció d'aquest programa, té per objectiu impulsar el comerç des d'una vessant crítica. És necessari que es faci un procés d'anàlisi i creació de noves idees per tal de millorar aquest àmbit.

Les accions que es proposen per tal d'obtenir diferents punts de vista amb idees per fer créixer el comerç de La Ràpita són les següents:

- Xerrades a centres educatius per parlar del comerç de proximitat; característiques, beneficis i formes d'entendre'l amb activitats participatives en les quals infants i joves puguin donar els seus punts de vista i les idees per fomentar-lo i renovar-lo adaptant-se a l'actualitat.
- Formacions relacionades amb el comerç: estratègies digitals, innovació i noves metodologies aplicades a l'àmbit comercial, accions de promoció i esdeveniments, etc.
- Reunions de participació ciutadana: dur a terme alguna reunió puntual en un emplaçament públic, com podria ser la sala d'actes o el pavelló municipal, que permeti la participació de l'àrea de promoció econòmica, la regidoria amb competències en comerç, les entitats comercials i la ciutadania que vulgui impulsar el seu municipi és un element clau per debatre temàtiques d'interès i fer partícip a tota la comunitat de La Ràpita.

Aquesta acció pretén ser un punt de partida per tal d'analitzar, revisar el model comercial actual i obtenir idees i opcions per tal de realitzar canvis i implementar noves accions a futur per tal d'impulsar el comerç i, per conseqüència, impulsar l'economia del municipi a través de la participació ciutadana.

05

Cronograma

En aquest apartat:

Termini de realització de les actuacions

05. Cronograma

Termini de realització de les actuacions

A continuació es mostren cadascun dels programes i de les actuacions descrites anteriorment, tot mostrant la proposta de data d'inici i finalització de les mateixes.

| L1. Modernització i enfortiment del mercat municipal de La Ràpita | | |
|---|------------------|----------------------|
| | Data d'inici | Data de finalització |
| P1. Programa per la millora del comportament energètic i la sostenibilitat del mercat municipal | | |
| P1_A1. Renovació de la façana exterior de l'edifici del mercat. | Setembre de 2023 | Noviembre de 2023 |
| P1_A2. Millora de la il·luminació del mercat. | Setembre de 2023 | Noviembre de 2023 |
| P1_A3. Instal·lació d'un sistema de climatització eficient, de baix consum energètic i de millora del confort climàtic. | Novembre de 2023 | Gener de 2024 |
| P1_A4. Guia per a l'impuls de la circularitat i la millora de la sostenibilitat dels punts de venda del mercat. | Gener de 2024 | Març de 2024 |
| P1_A5. Instal·lació d'un màquina de reverse per a l'obtenció de recompenses al reciclatge de residus plàstics i envasos d'un sol ús. | Gener de 2024 | – |
| P2. Programa d'impuls de la competitivitat dels punts de venda i per la creació de nova activitat | | |
| P2_A1. Disseny d'un procés participatiu i de sensibilització sobre el model de mercat, la digitalització i la competitivitat dels operadors del mercat. | Novembre de 2023 | Gener de 2024 |
| P2_A2. Incentius per a la creació de nova activitat comercial al mercat municipal per tal de complementar l'oferta. | Gener de 2024 | Abril de 2024 |
| P2_A3. Creació d'un servei de comunicació i venda per mitjà d'un canal de missatgeria instantània unificat de tots els punts de venda. | Abril de 2024 | – |
| P2_A4. Disseny d'un calendari d'activitats per a la dinamització comercial, social i cultural. | Desembre de 2023 | Desembre 2024 |
| P3. Programa d'impuls del mercat com un referent gastronòmic | | |
| P3_A1. Organització d'una sessió de presentació de la proposta dirigida als punts de venda del mercat, comerç i restauració de La Ràpita. | Octubre de 2023 | Octubre de 2023 |
| P3_A2. Disseny del format i funcionament del mercat gastronòmic de La Ràpita. | Novembre de 2023 | Desembre de 2023 |
| P3_A3. Creació de les zones de cuina i de consum de productes en punts inactius, punts de venda tancats, del mercat. | Gener de 2024 | Abril de 2024 |
| P3_A4. Disseny del pla de dinamització del mercat gastronòmic de La Ràpita. | Gener de 2024 | Febrer de 2024 |
| P3_A5. Impuls del servei de reserva de l'espai per a esdeveniments privats al mercat municipal de La Ràpita | Gener de 2024 | Desembre de 2024 |

05. Cronograma

| L2. Creació d'un marc de consens públicoprivat per a l'impuls del comerç | | |
|--|------------------|----------------------|
| | Data d'inici | Data de finalització |
| P4. Programa d'impuls de la col·laboració públicoprivada amb el teixit comercial | | |
| P4_A1. Impuls de la taula d'activitat comercial de La Ràpita. | Setembre de 2023 | Març de 2024 |
| P4_A2. Redacció del pacte de comerç de La Ràpita. | Abril de 2024 | Abril de 2024 |
| P5. Programa per a la revisió del model associatiu comercial | | |
| P5_A1. Pla de formació i mentoring a la junta de l'entitat comercial. | Setembre de 2023 | Maig de 2024 |
| P5_A2. Pla de formació i mentoring a la figura dinamitzadora de l'entitat. | Setembre de 2023 | Maig de 2024 |
| P5_A3. Visites a associacions comercials de Catalunya amb una visió oberta i actualitzada del què és la dinamització comercial. | Novembre de 2023 | Febrer de 2024 |
| P5_A4. Organització de les "Jornades de comerç de La Ràpita" per tractar els reptes vers els models associatius comercials. | Març de 2024 | Març de 2024 |
| L3. Impuls dels motors econòmics, gastronomia i restauració de La Ràpita | | |
| | Data d'inici | Data de finalització |
| P6. Programa d'enfortiment i preservació del comerç singular i arrelat. | | |
| P6_A1. Creació d'un formulari digital per a l'estudi de la marxa del teixit comercial de La Ràpita. | Abril de 2024 | Maig de 2024 |
| P6_A2. Pla d'incentius per a la modernització i digitalització del teixit de proximitat de La Ràpita. | Maig de 2024 | Octubre de 2024 |
| P6_A3. Impuls d'actuacions de suport al relleu generacional per als establiments arrelats i singulars de La Ràpita. | Maig de 2024 | Octubre de 2024 |
| P6_A4. Creació de premis a la trajectòria, la singularitat i el patrimoni comercial "Establiments emblemàtics de La Ràpita". | Novembre de 2024 | – |
| P7. Programa d'impuls de l'emprenedoria i la creació de nova activitat econòmica. | | |
| P7_A1. Detecció de locals buits d'actuació prioritària i caracterització d'aquests. | Novembre de 2024 | Desembre de 2024 |
| P7_A2. Pla de mentoratge a la creació de nous negocis a La Ràpita. | Gener de 2025 | Juny de 2025 |
| P7_A3. Disseny d'una guia digital de recomanacions per crear negocis amb elements singulars, que reverteixin a nivell social econòmic i mediambiental. | Gener de 2025 | Juny de 2025 |
| P8. Programa per a l'enfortiment i actualització dels establiments de restauració de La Ràpita. | | |
| P8_A1. Organització d'una trobada entre restauradors i productors per a l'anàlisi de la situació actual i el punt de partida. | Octubre de 2023 | Octubre de 2023 |
| P8_A2. Revisió del model de les jornades gastronòmiques de La Ràpita. | Octubre de 2023 | Novembre de 2023 |
| P8_A3. Desenvolupament d'accions de dinamització en espais gastronòmics, per tal de crear un binomi entre cultura i gastronomia. | Desembre de 2023 | Juny de 2024 |

05. Cronograma

| L4. Millora, digitalització i embelliment de l'espai comercial urbà | | |
|--|------------------|----------------------|
| | Data d'inici | Data de finalització |
| P9. Programa de senyalització intel·ligent de La Ràpita. | | |
| P9_A1. Col·locació de tòtems digitals al llarg de la ciutat amb elements informatius segmentats per color segons àrees/sectors que comptin amb informació d'interès i continguts addicionals. | Març de 2024 | Maig de 2024 |
| P9_A2. Creació dels continguts informatius digitals per mostrar als tòtems i pantalles digitals. Aquests contindran informació de valor dels comerços, opcions de desplaçaments i contingut addicional mitjançant codis QR enllaçats als continguts de la base de dades. | Setembre de 2023 | Febrer de 2024 |
| P9_A3. Vinculació d'informació en directe d'elements de comunicació de xarxes socials. | Maig de 2024 | – |
| P10. Programa La Ràpita, centre comercial a cel obert. | | |
| P10_A1. Pla d'homogeneïtzació dels elements de mobiliari urbà instal·lats per part dels establiments comercials i de restauració. | Març de 2024 | – |
| P10_A2. Regulació de l'exposició de producte a la via pública així com la disposició de les terrasses dels establiments de restauració. | Març de 2024 | – |
| P10_A3. Actuacions urbanes per a la millora de l'accessibilitat i dissuasives respecte a l'ús de vehicles privats. | Setembre de 2024 | – |
| P10_A4. Adopció de mesures facilitadores de mobilitats híbrides. | Setembre de 2024 | – |
| P11. Programa per a la creació d'experiències comercials i d'estada. | | |
| P11_A1. Embelliment dels espais comercials per mitjà de decoracions temporals o efímeres. | Maig de 2024 | – |
| P11_A2. Potenciació de "La Ràpita, vila florida" per mitjà de l'impuls de la participació ciutadana. | Març de 2024 | – |
| P11_A3. Realitzar tancaments de tràfic en caps de setmana en la zona comercial per impulsar els passejos, reduir la contaminació i afavorir l'acció de compra. | Maig de 2024 | – |
| P11_A4. Introduir noves tecnologies per millorar l'experiència d'estada als establiments i la gamificació a l'espai comercial. | Abril de 2024 | – |

05. Cronograma

| L5. Comunicació i promoció de la marca La Ràpita | | |
|---|------------------|----------------------|
| | Data d'inici | Data de finalització |
| P12. Programa de definició de l'estratègia de marca i relat comercial de La Ràpita. | | |
| P12_A1. Disseny i desenvolupament de la marca comercial de La Ràpita. | Març de 2024 | – |
| P12_A2. Creació de vídeos informatius i promocionals dels recursos comercials de La Ràpita. | Setembre de 2023 | – |
| P12_A3. Creació de bancs d'imatges dels recursos comercials de La Ràpita. | Setembre de 2023 | – |
| P12_A4. Creació de continguts per a la dinamització de l'activitat comercial i nodrir els suports tecnològics de l'espai comercial urbà. | Octubre de 2023 | – |
| P12_A5. Millora de la visibilitat digital del comerç de La Ràpita. | Gener de 2024 | – |
| P13. Programa de foment de la compra local. | | |
| P13_A1. Impuls de campanyes de fidelització comercial al comerç de proximitat de La Ràpita. | Octubre de 2023 | – |
| P13_A2. Potenciació del binomi comerç-escola amb accions participades d'embelliment comercial i naturalització de l'espai comercial urbà. | Març de 2024 | – |
| P13_A3. Potenciació del binomi comerç-gent gran amb el projecte "Comerç, agent digitalitzador". | Abril de 2024 | – |
| P13_A4. Creació d'un catàleg d'oferta comercial de La Ràpita amb segmentació per sectors i serveis en format digital o físic. | Febrer de 2024 | – |
| P14. Programa d'aliances entre comerç, entitats socials, culturals i educatives. | | |
| P14_A1. Vinculació amb entitats per dur a terme accions concretes d'embelliment i decoració per festivitats específiques. | Gener de 2024 | – |
| P14_A2. Desenvolupament d'accions d'apadrinament d'espais públics per incentivar la participació ciutadana en el seu embelliment. | Març de 2024 | – |
| P14_A3. Creació d'accions de sensibilització per tal d'impulsar el comerç i obtenir mirades i opinions diverses. | Gener de 2024 | – |

Pla de dinamització comercial de **La Ràpita**

Juny del 2023



www.focalizza.com



info@focalizza.com



93 432 58 10