

Pla de Sensibilització per a la implementació del model APEU a **Lleida**

Índex

Pàg. 3

00 Introducció

Pàg. 8

01 Guia descriptiva de les APEU

A vibrant street scene at dusk in a city square. People are seated at numerous outdoor tables with metal chairs, enjoying the evening. The buildings are multi-story and feature balconies, some with plants. The sky is a deep blue, and the street is illuminated by warm streetlights. A large white number '00' is overlaid on the left side of the image.

00

Introducció

En aquest apartat:

Consideracions inicials

Metodologia

Accions

00 Introducció

Consideracions Inicials

A continuació es presenta una proposta de Pla de sensibilització per implementar una APEU a la ciutat de Lleida.

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

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

És per això, que la sensibilització amb relació a la implementació d'un projecte tan transformador com és la implementació d'una APEU a la ciutat de Lleida, és prioritari per tal d'informar, als agents implicats, les característiques d'aquesta nova forma d'organització.



00 Introducció

Metodologia

Guia descriptiva de les APEU

A partir de les experiències d'altres poblacions, en aquest document es fa referència de les debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats de les APEU.

Treball amb les entitats

Realització d'un taller en format workshop amb les entitats comercials i empresarials de la ciutat.

2 Tallers de Bones Pràctiques

1 Taller virtual amb els testimonis d'altres municipis on han implementat una APEU

01

03

02

04

Treball amb els caps de carrer

L'objectiu d'aquesta segona fase és crear un grup de treball amb els caps de carrer, és a dir, aquells comerços més representatius de la ciutat per treballar els aspectes més rellevants de la sensibilització.

Tallers formatius

El desenvolupament de totes aquestes fases es farà representatiu amb la creació de tres formacions.



Pla de sensibilització per implementar una APEU a la Ciutat de Lleida

1. Guia descriptiva de les APEU

Consideracions inicials

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

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

En aquest sentit, abans de plantejar la implementació d'una APEU a la ciutat de Lleida, caldrà fer una revisió dels antecedents històrics de les APEU, les seves característiques, els seus beneficis, per tal de resoldre aquells dubtes que puguin sorgir amb relació a aquestes noves formes d'organització publicoprivada.



01

Guia descriptiva de les APEU

En aquest apartat:

Antecedents de les APEU

Concepte

Característiques

Beneficis

Bones Pràctiques

1. Guia descriptiva de les APEU

Antecedents de les APEU

Les Àrees de Promoció Econòmica Urbana, estan inspirades en els models de gestió de les zones comercials urbanes conegudes com a BID (Business Improvement Districts). Aquestes es van començar a implementar al Canadà l'any 1970, sovint adapten la seva nomenclatura en funció del país –“*Business Improvement Areas*” (Canadà), “*Immobilien- und Standortgemeinschaften*” (Alemanya), etc. – Les BID van sorgir de la necessitat dels comerciants i propietaris dels locals de contribuir per la millora i el desenvolupament dels seus entorns i àrees urbanes. Veien necessari crear plans estratègics a mig i llarg termini per garantir la qualitat, la competitivitat i la transformació de les zones comercials, i per complementar els serveis aportats pels ens públics.

Aquestes organitzacions, que són sense ànim de lucre, abracen una determinada àrea urbana, en què els comerços i empreses que hi estan ubicats acorden, a través d'un procés de votació, pagar una quota de manera obligatòria, que cobreixi els serveis per dur a terme accions de millora i dinamització de la zona en qüestió. Val a dir, que aquests serveis que ofereixen les BID's són complementaris i/o addicionals als que ofereix l'administració local, com per exemple, promoció, desenvolupament i manteniment dels districtes o àrees comercials urbanes.

1. Guia descriptiva de les APEU

Antecedents de les APEU

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

Gestió Interna:

- Organitzacions **sense ànim de lucre**.
- Comprenen una **trama urbana delimitada**.
- Han d'estar **aprovat per la normativa municipal**.
- És un model de **col·laboració publicoprivada**, dirigit per una empresa privada o entitat gestora però amb el suport públic.
- **La decisió sobre la creació de les BID es decideix de forma democràtica** per part de les empreses i comerços que conformen la trama delimitada.
- Existeix **l'obligatorietat de formar-hi part**, per part de tots els negocis ubicats a la zona.
- Tots **els seus membres hi tenen representació legal**.
- **El funcionament de l'organització es fa mitjançant assemblees**.
- **La durada dels BIDs acostuma a ser de 3 a 5 anys**.

1. Guia descriptiva de les APEU

Antecedents de les APEU

Estructura Econòmica

- **Les persones membre** que conformen la trama urbana delimitada **han de contribuir econòmicament i de forma obligatòria**, a l'organització.
- **Els BID es financen**, en la seva major part, **gràcies a les contribucions dels seus membres** (autofinançament) i, en menor mesura, per mitjà d'ajudes del sector públic i d'altres formes (prestació de serveis...).
- **L'administració local** és l'organisme que **s'encarrega de recaptar els impostos** que, posteriorment, són adreçats als BID's.

Serveis

- **Ofereixen múltiples serveis, tant de dinamització comercial com també de millora de l'espai comercial urbà** (neteja, seguretat, manteniment).
- Els serveis que proporcionen són **addicionals** als que ofereix **l'administració local** (no substitutius).
- Compten amb una **gestió professionalitzada i treballen amb un pla de negoci**.

1. Guia descriptiva de les APEU

Antecedents de les APEU

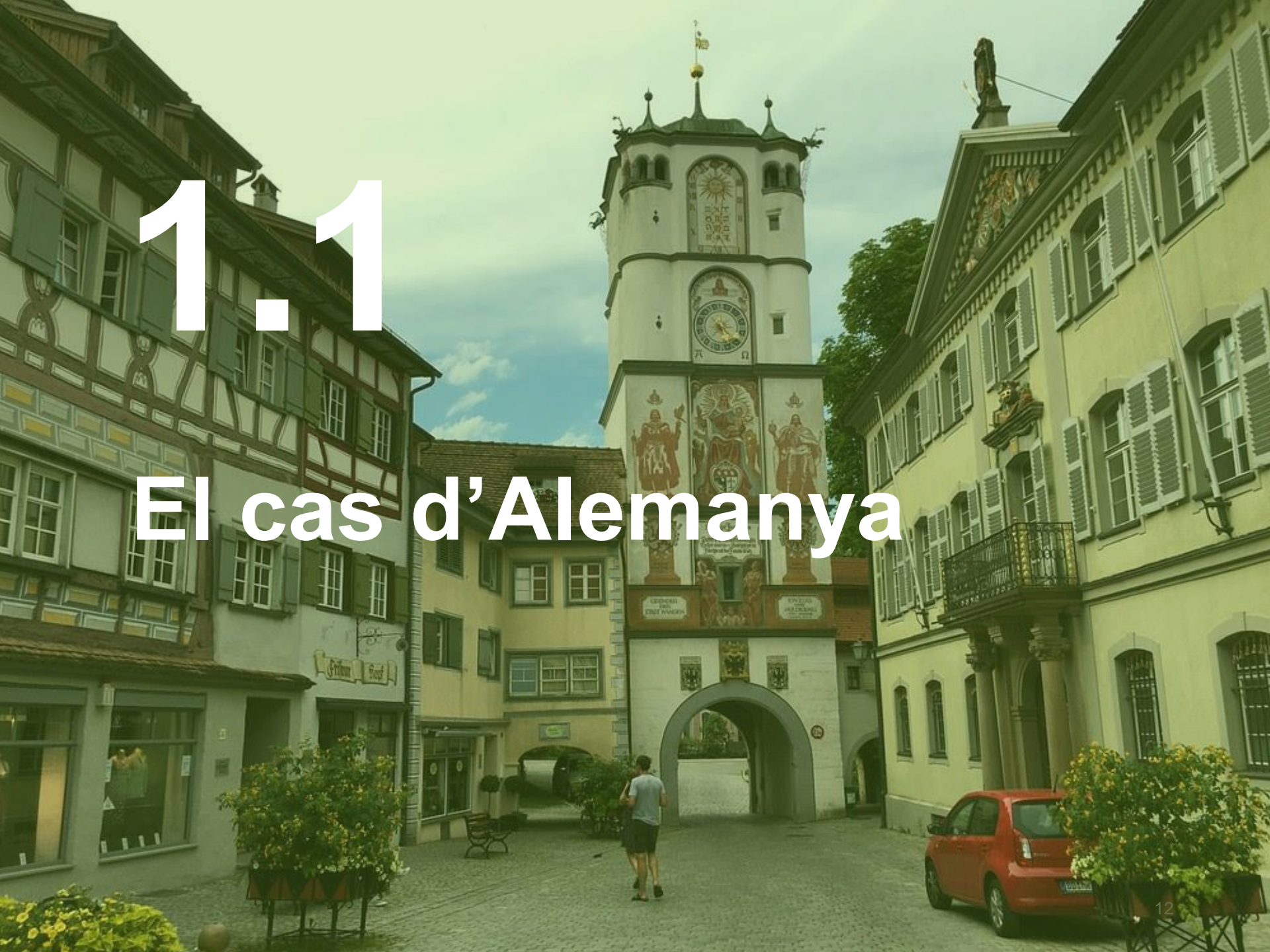
Des de la creació del primer BID, molts han estat els països que també han desenvolupat aquest model de gestió publicoprivada (Estats Units, Regne Unit, Alemanya...), actualment hi ha més de 2.500 BID's a tot el món. En les properes pàgines es descriuran els exemples que tenim a:

- **Alemanya**
- **Escòcia**
- **Regne Unit**



1.1

El cas d'Alemanya



1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

Els ISG a Alemanya

Els anomenats ISG, "*Immobilien- und Standortgemeinschaften*" són un espai o àrea definida clarament en la qual les persones propietàries dels establiments i dels negocis tracten conjuntament la **millora de la qualitat de la zona comercial** tot emprant mesures finançades a partir d'una quota que voluntària durant un temps limitat.

L'objectiu principal de les ISG és mantenir el valor de la propietat i augmentar les vendes dels comerços que s'hi adhereixen. Amb aquest propòsit es privatitza un espai públic i es delimita perquè sigui més amigable amb el client, tot proporcionant-li serveis addicionals i campanyes de màrqueting. D'aquesta manera s'aconsegueix la **unió de les accions dels actors locals**.

La creació de les ISG es basa en la **iniciativa fundacional dels comerços de la zona**. S'organitzen en un procés de presa de decisions, és per aquest motiu que la seva execució pot arribar a trigar un temps a dur-se a terme. Posteriorment, **els membres de la ISG arriben a un acord per dur a terme les mesures inicials i el finançament davant d'un òrgan responsable** que els guiarà durant un període de diversos anys.

Tot això porta a aplicar mesures que van més enllà dels serveis prestats per l'administració pública local, comarcal, provincial o autonòmica.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

Característiques principals de les ISG a Alemanya

La iniciativa de dur a terme una ISG sol provenir principalment, de propietaris o comerciants d'un barri. **Aquests, acorden un concepte de finançament per a una zona delimitada**, que sol trobar-se dins de la ciutat, i sobre una autoritat responsable que implementi el concepte durant un període determinat (acostuma a ser de 3 a 5 anys).

La ISG sorgeix després d'haver passat per un procés democràtic de presa de decisions. Això és important perquè, en un BID, totes les persones propietaris estan obligades a pagar una quota que gestiona l'autoritat competent d'administrar el BID.

A Alemanya, **les bases legals d'aquestes formes d'organització es creen mitjançant lleis d'ISG de cadascun dels estats federats.** Així doncs, la base de legislació de les ISG al país teutó per tal d'implementar-los correspon als *lands*. Actualment, existeixen lleis als estats federats de Baden-Württemberg, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz, i a les ciutats-estat de Berlin, Hamburg i Bremen.

A continuació es presenten dos exemples respecte a les ISG a Alemanya.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

El cas de Berlín

El 2014 s'aprova la *"Berliner Immobilien- und Standortgemeinschafts-Gesetz"* (BIG) per iniciativa de la Cambra de Representants de Berlín.

El 2018 es constitueix al **Bulevard** de més de 4,2 km de llarg recorregut i mundialment conegut com *"Ku'damm"*.

El seu objectiu gira entorn la **potenciació a escala mundial de la marca "Ku'damm"** i la **modernització de la plana urbana** de la zona, creant un sistema que ajudi i recolzi el flux de visitants, enfortint el benestar de la zona i ampliant la freqüència de pas de la via pública.



Nom del BID: *Berlin Ku'damm - Tauentzien*

Any de creació: 2018

Municipi/província: Berlín

Població: Berlín

Localització: Centre ciutat

Nº socis: 166

Pressupost anual (2018-2023):

- 8.204.772 €

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

Principals eixos estratègics del *Berlin Ku'damm*

- **Potenciar la cultura, l'oci i el turisme** com a motors econòmics de la zona.
- Integrar el **coneixement com a eix vertebrador**.
- **Ampliar el perfil comercial** com a competència bàsica.
- Perfilar-se com a una zona d'oficines i amb **gran quantitat de llocs de treball**.
- **Qualificar-se com a zona residencial urbana** per a totes les generacions.
- Cultura de l'**edificació històrica**.
- **Augmentar la qualitat** de l'estada a l'espai públic.
- Enfortiment de les **xarxes de comunicació**.

Principals Projectes

- Servei d'**assessorament** (544.782 €).
- Servei de **neteja addicional i millora del manteniment** de les zones verdes (1.179.994 €).
- **Nou concepte verd** per la millora de la franja divisòria central. (2.546.775 €).
- Gestió de la **franja divisòria central** de *Tauentzien* afegint-hi "*paradetes*" gastronòmiques (sense cost).
- Presència de personal turístic, indicacions de zones d'aparcament, recol·lecció d'impressions, etc. (1.591.024 €).
- Establiment d'una **xarxa wifi pública** (200.513 €).
- Estratègia de **Marca** (443.368 €).

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

El cas de Gießen

Gießen ha estat sempre **considerada una destinació comercial**. El Seltersweg és el centre d'aquesta experiència comercial. Aquest carrer **impressiona per la seva profunditat i per l'alta qualitat de presentació de les ofertes**.

Malgrat ser un carrer molt comercial, presentava un seguit de dèficits, com ara les barreres arquitectòniques. **Gràcies a una enquesta duta a terme per la Universitat de Gießen, van poder enumerar les carències** per tal de treballar per la disminució d'aquestes.



Nom del BID: *Gießen Seltersweg*

Any de creació: 2006

Municipi/província: Hessen

Població: Gießen

Localització: Centre ciutat

Nº socis: 106

Pressupost anual (actual BID III):

- BID I: 1.101.000 €
- BID II: 870.000 €
- BID III: 944.000 €

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

Principals eixos estratègics del *Gießen*

En un primer moment la **reducció dels dèficits va ser el motiu principal pel desenvolupament de la primera BID** d'una manera més atractiva pels clients i residents. Un dels **propòsits principals era establir aquella zona com a lloc per a empreses i botigues amb garantia de retenció de valor a llarg termini i la valoració dels propietaris del carrer**. Algunes de les accions que es van marcar varen ser:

- **Contrarestar l'exposició del centre de la ciutat a les grans superfícies:** l'existència, presència i construcció de grans centres comercials als voltants de la ciutat han augmentat notablement la pressió competitiva sobre el centre de la ciutat. En aquest cas, *Gießen* no se'n va escapar.
- **Fer front a la venda online:** aquesta amenaça no estava contemplada quan es va crear el BID, però el comerç minorista online ha sorgit com un nou competidor que s'ha d'enfrontar amb l'oferta, el servei, la personalitat i la qualitat de ser presencialment al lloc.
- **Contrarestar la tendència nacional del lloguer a la baixa:** els lloguers comercials a tots els centres urbans d'Alemanya varen patir una caiguda significativa durant els primers anys. Gràcies al BID, a *Gießen* s'ha aconseguit que s'estabilitzin.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.1 El cas d'Alemanya

Principals Projectes a *Gießen*

Hi ha una gran evolució entre la primera ISG i l'última. **L'últim BID se centra en la creació d'una marca concreta, la que ells anomenen “Market Seltersweg”.** Així també es concentren en la implementació d'idees innovadores i sostenibles.

Algunes de les actuacions són:

- **Serveis de gestió i comunicació interna:** contractació de personal a temps complet per crear comunicacions entre tots els propietaris.
- **Xarxa i organització:** cooperació amb fundacions, l'administració pública, autoritats, universitats, cultura, negocis, etc.
- **Serveis de neteja, ordre, atenció, cooperació, seguretat i acords marc:** eliminació de residus; reforç serveis hivern; cura de plantes i neteja quan hi ha grans esdeveniments. Pel que fa a la seguretat han ampliat la cooperació amb la policia local.
- **Impuls de la imatge de marca:** assentament de la marca del BID com a “bulevard de les marques”. Destinació de grans esdeveniments i més presència a les xarxes socials i mitjans de comunicació.

1.2

El cas d'Escòcia



1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

Els SID's a Escòcia

Un *Business Improvement District* (BID) segons el govern d'Escòcia **és una zona en la qual les empreses treballen conjuntament per a assolir millores i beneficis a escala local**. L'objectiu essencial del govern escocès és **donar suport als BID's de tota Escòcia per oferir un creixement econòmic local inclusiu** proporcionant orientació estratègica nacional, oferint formació i suport pràctic i establint aliances nacionals fortes. **Per part del govern també es proporcionen ajudes i finançaments dels diferents projectes** per tal de proporcionar un servei de suport nacional per al desenvolupament i establiment de BID.

El setembre del 2018, a través de la *Scottish Towns Partnership*, es va crear, **l'organisme anomenat Scotland's Improvement Districts (SIDs)**. Els objectius d'aquest nou organisme són:

- **Desenvolupar una estratègia nacional de districtes de millora** que estableixi la direcció estratègica dels BID a tota Escòcia.
- **Defensar l'èxit dels BID i comunicar-ne l'impacte amb el govern** i altres agents nacionals del sector públic i privat.
- **Construir associacions noves i innovadores** en l'àmbit nacional.
- **Proporcionar oportunitats de suport, formació i finançament** d'alta qualitat per als districtes de millora.
- **Oferir assessorament i suport sobre el marc legislatiu** als districtes de millora nous i existents.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

Característiques principals de les SID's a Escòcia

El projecte d'implementació d'un BID a Escòcia pot tenir com a **agent impulsor una autoritat local o, per contra, també pot ser impulsada per qualsevol persona**, propietària o llogatera d'un establiment. També té la capacitat de proposar una SID's **qualsevol organisme (sigui corporatiu o no corporatiu) que entre les seves funcions estigui el desenvolupament de propostes de BID** o bé gestioni el nucli urbà o de la ciutat.

Les etapes que especifica la llei del parlament Escocès per a la instauració d'un BID són les següents:

- **La persona o l'organisme que suggereixi la BID haurà de notificar per escrit a l'autoritat local**, a l'òrgan de facturació i als ministres escocesos, com a mínim, 98 dies abans de l'enviament de l'avís pel qual hi ha la intenció del sol·licitant de demanar a l'autoritat local votar la proposta de BID.
- **La proposta de BID ha d'incloure un pressupost i unes línies estratègiques per assolir els propòsits el BID**, alhora que també ha d'incloure el nom i adreça de cada persona amb veu per votar i decidir el futur del BID.
- **El nombre de vots a favor de les propostes BID haurà de superar el nombre de vots emesos en contra d'aquestes propostes**, tal com funciona la democràcia al Regne Unit.
- **Els costos de la votació hauran d'anar a càrrec del proponent del BID**, a no ser que des de l'Administració s'ofereixin a assumir-los. L'aprovació del projecte es farà efectiva a partir de les tres mesos posteriors a la votació.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

El cas d'Edimburg

Essential Edinburgh és un BID que es troba a la zona centre d'Edimburg i compta amb una frontera fixa que només es pot ampliar o reduir amb el consens del conjunt dels 600 negocis que en formen part. Aquest BID neix amb un període de vigència de 5 anys i estableix unes quotes anuals amb les quals es paga un 1% anualment del valor de la propietat (ex: 25000 € propietat, has de pagar 250 €), i a partir del segon any l'impost es puja un 1% cada any.

Aquesta agrupació treballa pels negocis contribuents a fi de crear una zona que tingui un gran atractiu i sobresurti per damunt de la resta a l'hora de fer negocis, comprar, visitar i gaudir d'una bona experiència.



1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

El cas d'Edimburg

Els objectius del BID responen a les següents afirmacions:

- Mantenir un enfocament decidit a **donar suport als negocis del centre de la ciutat** per tal que aquests augmentin les seves vendes.
- **Assegurar la prestació de serveis mediambientals** de primer ordre al centre de la ciutat.
- Potenciar el **centre de la ciutat d'Edimburg com a destinació comercial i turística** de primer nivell mundial.
- **Facilitar les relacions de col·laboració i producció entre les empreses del centre de la ciutat**, amb el sector públic i el sector terciari.



Nom del BID: *Essential Edinburgh*

Any de creació: 2008

Municipi/província: Edimburg / Edimburg

Població: 513.210 habitants

Localització: Centre ciutat

Nº socis: 600 associats

Pressupost anual del període 2018-2023:

- 808.778 € (698.306 £)

1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

El cas d'Aberdeen

Aberdeen és una **localitat d'Escòcia d'uns 220.000 habitants que presenta el projecte “d'Aberdeen Inspired”**, un dels BID més grans que existeixen amb uns 900 afiliats en el mateix, **a fi de promoure i embellir el centre de la ciutat i fer-la més atractiva pel visitant**, ja que neix de la necessitat de recuperar aquesta zona que fa uns anys es trobava molt degradada. Les empreses treballen juntes per invertir col·lectivament en el seu entorn, aportant iniciatives i millores accessòries i en consonància amb les impulsades per l'Ajuntament d'Aberdeen.

L'objectiu no és actuar com a substitut del govern central o local, sinó invertir en projectes addicionals per complir els objectius establerts al pla de negoci. Tot i que la participació és obligatòria per a les empreses de l'àrea BID, altres companyies de fora de l'àrea definida tenen interès a promoure la ciutat i tenir veu a Aberdeen Inspired poden participar i contribuir.



1. Guia descriptiva de les APEU

1.2 El cas d'Escòcia

El cas d'Aberdeen

Els objectius d'aquest BID són els següents:

- **Cohesionar la comunitat** de comerciants.
- **Promoure la zona del centre com a un espai atractiu** i d'interès per al visitant i comprador de la ciutat.
- **Preservar el patrimoni cultural** del centre d'Aberdeen.
- **Fer del centre de la ciutat un lloc més segur** per a empreses, clients i visitants.
- **Millorar les relacions comercials** entre les autoritats locals i la comunitat.
- **Promocionar la ciutat** a un públic local, regional, nacional i internacional.
- **Donar veu als comerços** i negocis de la zona.



Nom del BID: *Aberdeen Inspired*

Any de creació: 2011

Municipi/província: Aberdeen / Aberdeen

Població: 220.000 habitants

Localització: Centre ciutat

Nº socis: 900 associats

Pressupost anual del període 2016-2021:

- 348.180 € (300.000 £)

1.3

El cas d'Anglaterra



1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

Les BID a Regne Unit

Els BID són **finançats i controlats directament pels negocis contribuents**. Com a persona comerciant, aquesta escull en quins projectes es destina el fons monetari del BID.

Al Regne Unit hi ha **més de 300 BIDs, amb un creixement anual continu**, la qual cosa ens suggereix un benefici creixent per a totes les comunitats comercials locals allà on se situa el BID.

Un BID exitós ha de comptar amb **l'acceptació de la majoria dels qui el finançaran**, tant per mitjà d'una votació exitosa com per garantir que l'associació evolucioni en un entorn positiu.

Un BID busca proporcionar un major context estratègic pels negocis i impulsar a la comunitat empresarial. Les autoritats estatutàries i les parts interessades en general vetllen per generar un flux d'ingressos més elevat que beneficiaria a tota l'àrea compresa del BID en termes de prestació de serveis.

Proporciona, a més a més, a la comunitat empresarial la **capacitat d'influir i ajudar a fonamentar el futur de la zona i dels comerços.**

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

Característiques generals de les BID a Regne Unit

- Els BID s'estableixen estatutàriament, una vegada superada la votació i aprovada per la majoria de les empreses d'una àrea i en un termini màxim de 5 anys abans de tornar a sotmetre el projecte de BID a votació i renovació.
- **Dret a vot per herència:** alguns negocis que ocupin més d'una herència dins de l'àrea poden tenir dret a més d'un vot.
- **La votació serà vàlida,** si es compleixen dues condicions:
 - Una **majoria en el nombre de votants**
 - **Majoria en proporció al valor cadastral dels votants.**

- La taxa BID és de pagament obligatori per a tots els contribuents definits dins l'àrea.
- Per tal de garantir la neutralitat, la BID és administrada pel "*Council Returning Officer*" i el seu personal de serveis electorals.

Objectius:

- Un millor entorn pels negocis.
- Un districte sostenible i gestionat de forma eficaç.
- Millorar l'atractivitat de la zona comercial.
- Compromís efectiu amb la comunitat en general.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Bath

Bath és una ciutat situada al sud-oest d'Anglaterra, capital del comtat de Somerset, i compta amb una població d'uns 80.000 habitants. D'origen celta i romà, és coneguda pels seus banys romans i l'arquitectura d'estil georgià que la caracteritza.

Durant la Segona Guerra Mundial, Bath va patir una sèrie de bombardejos que van destruir bona part del centre històric. A partir d'aquest succés, la ciutat inicia la seva reconstrucció, reduint la densitat i construint grans àrees de l'arquitectura britànica típica de la postguerra, creixent en extensió acabant absorbint fins a tres pobles propers per a poder continuar amb la seva expansió. Ara, però, el centre històric, comença la seva restauració cap a la dècada dels 80, moment en el qual la ciutat és declarada Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO. D'aquesta manera s'ha convertit en els darrers anys en una de les àrees més

Amb la idea d'aprofitar l'atractiu arquitectònic i cultural de la zona, neix el BID per aconseguir que Bath esdevingui:

- Una ciutat **acollidora**
- Una ciutat **intel·ligent**
- Una ciutat **connectada**
- Una ciutat **exitosa**

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Bath

Una ciutat acollidora: Per tal de fer de la ciutat un lloc més acollidor tant pels seus habitants com per les persones visitants, han dut a terme les següents accions:

- **Seguretat a la ciutat:** Instal·lació de càmeres de vigilància. Presència d'un agent privat. Suport a les associacions benèfiques i de caritat per assegurar un llit calent a les persones sense sostre
- **Ambaixadors de benvinguda:** conjunt de persones voluntàries, que es troben en punts estratègics a fi de respondre preguntes o aconsellar als visitants de les diferents activitats disponibles.
- **Ranger Services:** es tracta d'un equip encarregat de netejar façanes, portals, esborrar pintades i cuidar que l'espai públic estigui net de brutícia.
- **Esdeveniments:** suport i col·laboració en la realització d'activitats.
- **Els carrers de la ciutat:** decoració per a fer un entorn més atractiu i agradable.



BATH Business Improvement District

- **Nom del BID:** *Bath BID*
- **Any de creació:** 2011
- **Província:** *South West England*
- **Municipi:** Bath
- **Habitants:** al voltant dels 80.000
- **Localització:** Centre ciutat
- **Nº socis:** +680 associats
- **Quota:** pagaran tots aquells amb un valor cadastral per sobre a 25.000 £, mentre que tots aquells que es troben per sota ho poden fer de forma voluntària. El primer any es paga un 0,75% del valor cadastral i en la resta d'anys un 1,05%.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Bath

Una ciutat intel·ligent: Amb la motivació d'aconseguir una ciutat adaptada als nous temps, a Bath, varen invertir en diferents estratègies d'actuació per aconseguir els propòsits:

- **Quin impacte té el BID?:** valorar l'èxit i el nombre de campanyes que es duen a terme durant l'any per anar revisant les quotes que cal abonar.
- **Intel·ligència de negoci:** invertir en eines de caràcter digital per a analitzar les característiques sociodemogràfiques, el moviment i la despesa dels visitants, no només en l'àmbit general sinó que també es generen informes personalitzats pels associats per a saber quin perfil de comprador tenen al seu negoci.
- **Placemaking Informat:** establir estratègies conjuntes amb les organitzacions en l'àmbit local i regional de Bath per tal de planificar noves iniciatives, activitats, etc.; intercanvi d'experiències entre diferents ciutats i associacions i promoure campanyes que fomentin la reducció d'emissions a l'aire i el reciclatge.
- **Dades sobre la *footfall*:** el *footfall* és el soroll que es fa al caminar. En aquest sentit, es pretén recollir informació dels clients a les tendes físiques a partir de l'ús d'eines digitals o de tecnologies per tal de processar i analitzar aquestes dades.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Bath

Una ciutat connectada: Aquest propòsit fa referència a promoure la cohesió social dels habitants de la zona:

- **Col·laboració:** establir trobades i reunions amb diverses associacions dedicades a diferents àmbits així com empreses independents, per tal de generar noves idees per implementar en noves iniciatives a partir dels problemes i les necessitats del municipi.
- **Influència:** fer partícips als associats de les decisions que es prenguin al voltant del BID i de les iniciatives que es volen posar en marxa.
- **Activitats de caràcter col·lectiu:** executar projectes amb un marcat caràcter transversal que estableixin un lligam i un sentiment de pertinença als diferents col·lectius que conformen la ciutat.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Bath

Una ciutat exitosa: per poder donar a conèixer els encants de la ciutat i d'aquesta manera garantir un èxit d'aquest en l'àmbit nacional i internacional, la BID va dur a terme les següents accions:

- **Promoció:** promoure la marca de Bath i dels seus comerços a través de les xarxes socials del BID i de la pàgina web *"Welcome to Bath"*.
- **Habilitats:** treballar conjuntament amb diferents universitats de la regió, per a ajudar als estudiants a una millor inserció en el món laboral per mitjà de períodes de pràctiques o interinatge en els comerços associats, així com intercanviar experiències i coneixements entre estudiants i empresaris.
- **Inversió interna:** donar suport a les empreses interessades a portar les seves operacions a Bath.
- **Representar Bath:** representar la ciutat en l'àmbit regional i nacional sobre qüestions clau de les empreses per pressionar pel canvi, promoure la ciutat i celebrar l'èxit.
- **Treballar units:** coordinació i suport a les empreses per tal que puguin assolir els seus objectius.
- **Finançament extern:** elaborar estratègies d'actuació per a trobar solucions innovadores per a la reactivació dels locals buits.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Northwick

Descripció

Norwich és un **municipi que se situa a la regió de l'Est d'Anglaterra i és el centre administratiu del comtat de Norfolk**, la seva població és aproximadament de 129.500 habitants.

Històricament, **Norwich ha tingut un pes molt important dins de la corona britànica, sent durant molts segles la segona ciutat més poblada darrere de Londres**. No obstant això, amb l'inici de la Revolució Industrial va començar a estancar-se en termes demogràfics. **Les fàbriques de Yorkshire i les indústries del cotó a Lancashire, juntament amb l'entrada del mercat francès van portar a un període de crisi a la ciutat que continuà fins a la Segona Guerra Mundial, on els bombardejos van assolir bona part del nucli antic i dels edificis industrials de la zona**. En un entorn degradat, **a poc a poc la ciutat va començar la seva restauració tot i que en l'actualitat ha perdut aquell pes que tenia segles enrere**.

Fruit d'això, la iniciativa del BID sorgeix com a una oportunitat per a revitalitzar el centre de la ciutat i fer prosperar al seu teixit comercial. Per a fer-ho, es fonamenten en tres pilars:

- **Promoure Norwich**
- **L'experiència de Norwich**
- **Donar veu als negocis**

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Norwich

Promoure Norwich: Amb aquest propòsit es pretén iniciar activitat de dinamisme comercial per tal d'atraure noves persones visitants i fomentar les despeses d'aquestes en la zona:

- **La Marca VisitNorwich PR:** es crea una marca per la qual a través d'ella es promociona la ciutat.
- **Riu Wensum:** fer del riu que creua la ciutat un espai central a l'hora d'organitzar els projectes, millorant la seva accessibilitat i dinamisme.
- **VisitNorwich App:** es tracta d'una aplicació en la qual s'hi troben tots els associats i a on poden penjar contingut, informació, promocions, ofertes especials, etc.
- **Norwich, la ciutat de les històries:** una campanya de màrqueting per atreure visitants a la ciutat a partir del seu passat històric i de la varietat cultural i arquitectònica per tal de posicionar Norwich com a ciutat turística.



- **Nom del BID:** *Norwich BID*
- **Any de creació:** 2012
- **Província:** East England
- **Municipi:** Norwich
- **Habitants:** 129.500
- **Localització:** Centre ciutat
- **Nº socis:** 294
- **Quota:** pagaran tots aquells amb un valor cadastral per sobre a 30.000 £, mentre que tots aquells que es troben per sota ho poden fer de forma voluntària. Durant els 5 anys es paga un 1% del valor cadastral.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Norwich

L'experiència a Norwich: es marca com a objectiu fer de la visita de la ciutat tota una experiència, per això, la BID marca les següents accions:

- **Festival de llums de Nadal:** l'època de Nadal és molt important i el BID de Norwich il·lumina i decora els seus carrers amb llums de colors vistosos i motius nadalencs.
- **Love Light Norwich:** es tracta d'una iniciativa en la qual es duen a terme representacions, espectacles, mostres d'art vinculades a la llum.
- **Love City Food Trail:** tots aquells negocis de restauració que vulguin unir-se treballaran plegats per a oferir als visitants un recorregut el BID mentre poden degustar plats originals i preparats única i exclusivament per a la celebració de l'esdeveniment.
- **Campanyes de dinamització dels carrers:** s'organitzen al llarg de l'any diferents campanyes per a recuperar la vitalitat dels carrers, per mitjà de música en directe, la projecció de mostres d'art al castell, mostres d'art urbà i un gran nombre de festivals amb temàtiques ben diferents.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Norwich

- **Amfitrions de la ciutat:** tal com passava amb el BID de Bath, a Norwich un conjunt de voluntaris s'encarregaran de respondre preguntes, donar consells i informar sobre activitats que es realitzin en aquest entorn.
- **Bandera violeta:** per prevenir la seguretat al voltant del BID els comerços aixecaran una bandera violeta (com a les platges) i hi haurà vigilants de 5 de la tarda a 5 de la nit. Això se suma a un portal de seguretat via online on tots els comerços hi tenen accés per tal de compartir informació i avisar i prevenir de possibles conductes delictives.
- **Ajuda als carrers de Norwich:** campanyes per a ajudar a les persones sense sostre a on els associats i qualsevol individu podrà donar diners, menjar qualsevol altra cosa a fi de fer una vida una mica millor per aquest col·lectiu.

Donar veu a les empreses: aquest propòsit pretén promocionar als negocis i les empreses establertes en la BID.

- **Accés al BID:** organització de grups de treball amb les institucions relacionades amb la mobilitat a la ciutat per assegurar que l'accés per mitjà del transport públic al voltant del BID va en consonància amb les necessitats de l'usuari i del visitant.
- **Desenvolupament i creixement de sectors / àrees de negoci:** implementar un fons de sector/àrea empresarial per donar suport a projectes clau a la ciutat que aportin valor i definició i millorin l'atractiu de la ciutat en general.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.3 El cas de Regne Unit

El cas de Norwich

- **Millorar i estendre la xarxa wifi del centre de Norwich:** busca ampliar el seu radi d'acció del wifi a fi de tenir més connectada la comunitat i que els motivi a restar, consumir i gaudir de la zona del BID més temps.
- **Campanyes de reciclatge dels residus:** aconseguir que l'economia de l'entorn del BID sigui de caràcter singular i s'organitzen concursos per a premiar les millors iniciatives que s'enfoquen en aquesta direcció.
- **Sessions de treball:** sessions de treball i de diàleg no només entre comerciants sinó també incloent a les administracions i qualsevol particular que hi vulgui assistir per tal de debatre i comentar el futur de la ciutat i de la zona.
- **Dades de la Footfall:** per obtenir dades sobre les zones més freqüentades pels visitants, el tipus de clientela de cada botiga, etc.



1.4

Les APEU a Catalunya

Si tu vols
Tàrrrega, serà
CIUTAT DE TÀRREGA

Pardinyes
(Lleida)

1. Guia descriptiva de les APEU

1.4 Les APEU a Catalunya

- Una Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) **és una zona geogràfica delimitada** on el teixit comercial urbà i l'administració local treballen, de manera conjunta, per promoure i dinamitzar aquesta zona.
- A través de la **creació d'una entitat publicoprivada** que s'encarrega de la gestió d'aquesta àrea, ambdues parts porten a terme un pla d'acció que té per objectiu la dinamització comercial i econòmica d'aquesta zona. Les APEU són, per tant, un model de col·laboració i gestió publicoprivada que pretén aconseguir la professionalització i la millora competitiva de l'espai comercial urbà.
- Les APEU tenen el seu origen en el model anglosaxó conegut com a Business Improvement Districts (BIDS). Cal recordar que els Business Improvement Districts **són organitzacions de cooperació pública i privada** que tenen per objectiu la dinamització i millora dels centres comercials urbans.
- Aquestes organitzacions, que **són sense ànim de lucre**, inclouen una determinada àrea urbana on els comerços i empreses que hi estan ubicats acorden pagar una quota de manera obligatòria (i previ procés de votació), que cobreix els serveis que contribueixen a dinamitzar la zona en qüestió.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.4 Les APEU a Catalunya

Arribats a aquest punt a partir de la **Llei 15/2020, del 22 de desembre, de les àrees de promoció econòmica urbana**, descriurem quines són les **característiques principals** d'aquests nous instruments, quins són els seus **beneficis** i quines són les seves **principals funcions**:

Característiques principals de les APEU

- Projecte que ha estat **consensuat entre l'administració local i el mateix teixit comercial**.
- Per posar en marxa el projecte, aquest ha de ser **aprovat pel ple de l'ajuntament**.
- Les mesures d'una APEU poden **complementar les actuacions** que du a terme el mateix ajuntament, en cap cas substituir-les.
- És una eina que atorga **sobirania i capacitat de decisió** als comerciants de l'àrea delimitada.
- El finançament s'efectua per mitjà de **quotes obligatòries en funció dels metres cadastrals** per a tots els locals comercials amb accés directe des de la via pública que es troben en l'àrea delimitada.
- Requereix un **procés de votació per aprovar-lo** entre els locals implicats i els propietaris de solars (tant els ocupats com els que no ho estan).
- Són projectes **planificats a 3 o 5 anys vista**.

1. Guia descriptiva de les APEU

1.4 Les APEU a Catalunya

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

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

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

1. Guia descriptiva de les APEU

Característiques principals de les APEU

Quines són les funcions de les APEU?

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



1. Guia descriptiva de les APEU

Bibliografia referent a les APEU

- LLEI 15/2020 de les APEU:
https://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/comerc/oficina_apeus/1828804.pdf
- Oficina de les APEU'S. https://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/comerc/oficina_apeus/
- *FAQ'S sobre les APEU (Preguntes freqüents)*. https://ccam.gencat.cat/ca/detalls/article/art_faqs_apeus
- *Guia Tècnica per iniciar una Àrea de Promoció Econòmica Urbana*.
https://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/comerc/oficina_apeus/Guia-tecnica-APEUS-v2.pdf
- Infografia sobre les APEU.
https://ccam.gencat.cat/web/.content/05_arees_actuacio/comerc/oficina_apeus/infografia-apeus-1.pdf
- Vídeo sobre les APEU. https://www.youtube.com/watch?v=YRyjkRADXpQ&ab_channel=Empresacat
- Podcast sobre les APEU de FOCALIZZA. <https://www.focalizza.com/recursos/podcasts>
- Blog sobre les APEU de Focalizza. <https://www.focalizza.com/blog>
- Pràctiques internacionals de BID'S. <https://www.focalizza.com/recursos/guies-de-comerc>

