

Guia per iniciar una Àrea Municipal d'Impuls Comercial (AMIC)

Una guia que recull les qüestions clau per a impulsar aquesta eina de gestió públic privada



Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa



UNIÓN EUROPEA





Aquesta guia ha estat impulsada per iniciativa d'AFEDECO, en el marc de la Llei 6/2023, de 16 de març, d'àrees municipals d'impuls comercial de les Illes Balears.

Guia realitzada per:

FOCALIZZA, S.L. (www.focalizza.com). Setembre de 2023.

Presentació



Des de AFEDECO, l'organització més representativa legalment del sector del comerç de Balears, estem expectants i il·lusionats a veure com funcionaran els AMIC, màximament quan aquesta Federació de comerciants sempre ha apostat per aquesta figura per a fer front als free riders i a la falta d'ajudes públiques per a dinamitzar, reactivar i rehabilitar zones comercials.

Els qui hem de donar resposta als problemes del comerç som els propis comerciants i en aquest sentit la col·laboració públic privada ha de ser necessària. No s'ha inventat res, és el mateix que fan els centres comercials tancats.

Es tracta d'aplicar mecanismes de resposta que estan tenint èxit en altres països, inicialment anglosaxons i ja progressivament s'està implantant a Europa.

Afedeco; juntament amb Pimeco, Ascome a Menorca i Pimeef a Eivissa i Formentera, són les organitzacions més representatives i legítimes per a promoure i per a donar el vistiplau a les iniciatives que es plantegin en aquest aspecte. Aquesta idea plasmada en la llei que regula els AMIC potència i fomenta a aquestes organitzacions com així ja s'estableix en la pròpia Llei de Comerç en la seva disposició addicional cinquena.

Presentació

Abans de plantejar cap projecte hem volgut que experts ens assessorin sobre com s'han d'articular, que ens diguin, entre altres qüestions, el nombre mínim de comerços que han de participar perquè pugui tenir èxit una iniciativa d'aquesta naturalesa.

En això estem i d'aquí aquesta guia que avui presentem. No és qualsevol guia sinó que ve recolzada per la millor consultoria i la més experimentada que hi ha en aquests moments.

A aquesta guia l'acompanyarem de diversos tallers perquè tant les administracions com els comerciants vagin coneixent les possibilitats de la nova llei.

El futur del comerç és a les mans del propi comerç. Apostem per això



Antoni Gaya Gaya
Presidente

Presentació



Oriol Cesena

Director de la consultora
especialitzada en comerç
FOCALIZZA.

“El comerç fa una funció de cohesió social i de vertebració urbana, i contribueix a la millora de la qualitat de vida de les persones”.

El comerç urbà i l'activitat comercial urbana és un dels principals motors econòmics dels territoris no només per la seva funció de cohesió social i de vertebració urbana dels municipis, sinó també directament com a generador de llocs de treball, dels valors socials així com d'impuls de l'activitat econòmica urbana.

En els darrers anys, molts municipis, patronals i entitats han portat a terme un ampli ventall de mesures relatives a la projecció i dinamització del sector. Mesures que han cobert pilars com la dinamització, l'urbanisme comercial, l'associacionisme,...

Un dels àmbits que millor pot contribuir a la competitivitat del sector, és a través de la cerca de mecanismes que impulsin el consens i el treball col·laboratiu. I és aquí a on neixen les AMIC, les Àrees Municipals d'Impuls Comercial a les illes Balears, que volen ser un nou mecanisme d'impuls i dinamització del sector.

Neix, doncs, aquesta guia de suport. Un recurs, el que teniu a mans, i que vol ser un referent per a l'impuls del comerç, per a la seva projecció comercial i econòmica, però sobretot, vol ser una nova eina de suport a la competitivitat de sector.

Et presentem un recurs que AFEDECO posa a disposició de les persones i entitats interessades en implementar aquesta nova eina de col·laboració públicoprivada per tal de millorar la competitivitat del comerç.



La guia constitueix una eina informativa pensada per exposar tots els aspectes clau de les AMIC d'una manera clara i pràctica.

Es pretén, així, que la persona lectora tingui en aquest document una referència informativa que inclogui, tant l'àmbit legal i les passes necessàries per a la implementació de l'eina, com informació de context sobre el món del comerç i l'existència de models similars a altres contextos territorials.

Els diferents blocs i apartats en que s'estructura la guia incorporen tot un seguit de recursos per a la comprensió i l'aprenentatge:

- Conceptes bàsics i definicions que descriuen els principals elements a tenir en compte en la implementació d'una AMIC.
- Exemples per a la reflexió que complementen l'exposició teòrica dels conceptes i faciliten la seva comprensió i aplicabilitat.

Aquesta guia ha estat elaborada per l'empresa FOCALIZZA, consultoria en comerç urbà i desenvolupament local (www.focalizza.com) durant els mesos de juny a octubre de 2023.



Les qüestions clau que ens hem de fer a l'hora d'impulsar una AMIC.

BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMIC?

- 1 – Antecedents i contextualització del comerç
- 2 – Marc legal: definició i objectius
- 3 – Funcions, drets i deures de les AMIC

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

- 4 – Com es delimita l'àmbit d'implementació de l'AMIC?
- 5 – Com es calculen les superfícies?
- 6 – Quins indicadors es poden desenvolupar per crear una AMIC?
- 7 – L'anàlisi de la situació de partida
- 8 – La importància d'escollar els comerços

Les qüestions clau que ens hem de fer a l'hora d'impulsar una AMIC.

BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

- 9 – Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC?
- 10 – Quin és el procediment de constitució?
- 11 – Com és el procediment d'informació pública i ratificació?
- 12 – Com es duu a terme l'autorització, constitució i comunicació de l'AMIC?



BLOC 4. COM ES FINANCIEN LES AMIC?

- 13 – Quines són les fonts de finançament de les AMIC?
- 14 – Com s'estableixen les quotes?
- 15 – Com s'estableix el pressupost de l'AMIC?

Les qüestions clau que ens hem de fer a l'hora d'impulsar una AMIC.

BLOC 5. COM S'ORGANITZEN LES AMIC?

- 16 – L'Assemblea general
- 17 – La junta directiva. Elecció i atribucions dels càrrecs
- 18 – La gerència de les AMIC i les seves funcions
- 19 – El fòrum social participatiu i el seu caràcter consultiu

BLOC 6. COM S'ENTOMA LA COMUNICACIÓ A LES AMIC?

- 20 – Mitjans de comunicació a l'abast de l'AMIC

BLOC 7. GLOSSARI I RECURSOS D'INTERES

ANNEX



BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMIC?

Les Àrees Municipals d'Impuls Comercial, en endavant **les AMIC**, són un instrument de consens de totes les activitats econòmiques que tenen lloc en un àmbit territorial delimitat.

FINALITAT:

Potenciar el comerç de proximitat mitjançant la realització de mesures que en coma portin la revitalització i la promoció dels espais comercials urbans.

CREACIÓ:

Quan un determinat nombre de negocis d'una àrea comercial delimitada consensuen i impulsen un pla d'actuació per tal de millorar aquesta àrea que haurà de ser aprovat per l'Ajuntament del municipi.

GESTIÓ:

Autònoma, democràtica i amb responsabilitat financera pròpia. Les AMIC es caracteritzen per la flexibilitat i la capacitat d'adaptació. La propietat dels negocis ubicats a peu de carrer col·laboren entre ells, amb les entitats del seu entorn i amb les autoritats competents.



Tingues present que...

Les AMIC són l'adaptació al territori i model de comerç balear d'unes eines publicoprivades anomenades Business Improvement Districts (BID).

Aquestes tenen els seus inicis al Canadà i d'altres països anglosaxons.

Explora aquest recurs: [Podcast | Les APEU](#)

A Catalunya aquestes àrees es coneixen com APEU, l'acrònim d'Àrees de Promoció Econòmica Urbana.

Des de finals de l'any 2021, quan es publicà la llei, diferents municipis catalans han impulsat els seus propis projectes.



BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMICS?

1. Antecedents i contextualització del comerç

El model de les AMIC te els seus antecedents en els "Business Improvement Districts" (BIDs), un model de gestió que es va començar a implementar al Canadà pels voltants del 1970.

Aquest model, que depenent de la zona del país adquireix diferents noms (*Business Improvement Areas -BIA-; Sociétés de Développement Communautaire -SDC-; etc*), van sorgir de la **necessitat de fer participar econòmicament** aquells agents de zones comercials que obtenien benefici dels models de promoció dels districtes i la comunitat local però que no pagaven cap tipus de quota, els anomenats "Free-riders".

Així, a partir d'una nova llei, es van començar a crear aquests organismes de gestió privada que obligaven al pagament de taxes als membres participants, **promovent la millora de les seves àrees comercials**.

Des de la creació del primer BID, molts han estat els països que també han desenvolupat aquests models de gestió publicoprivada (Estats Units, Regne Unit, Alemanya,...).

Sabies què...

Al món existeixen més de 2.500 BID, la majoria es troben situats al Canadà, els USA i el Regne Unit.

Et presentem un recurs on obtindràs més informació:

- [The BID Foundation](#) | [Institute of Place Management](#)



Explora aquest recurs:

[Guia](#) | [Guia per al coneixement dels BIDs](#)

Et presentem una guia que recull tot el que cal saber sobre aquests models de col·laboració publicoprivada que han servit per la creació de les AMIC i altres figures a diferents territoris.



BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMICS?

2. Marc legal: definició i objectius

El marc legal de les AMIC té com a principal figura la Llei 6/2023, de 16 de març, d'Àrees municipals d'impuls comercial de les Illes Balears.

DEFINICIÓ

L'article 4 de la Llei recull la definició de les AMIC

Les AMIC es constituïran amb l'objectiu de promoure la modernització, la competitivitat i els llocs de treball dels negocis adscrits a l'àrea delimitada, així com l'atractiu de l'espai públic urbà d'aquest àmbit.

Tanmateix, les AMIC contribuiran a la consolidació d'una ciutat compacta, diversificada, cohesionada i mediambientalment eficient

OBJECTIUS

L'article 5 de la Llei recull els Objectius de les AMIC

Les AMIC es constituïran amb l'objectiu de promoure la modernització, la competitivitat i els llocs de treball dels negocis adscrits a l'àrea delimitada, així com l'atractiu de l'espai públic urbà d'aquest àmbit.

Tanmateix, les AMIC contribuiran a la consolidació d'una ciutat compacta, diversificada, cohesionada i mediambientalment eficient



BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMICS?

2. Marc legal: definició i objectius

Atenent als objectius, cada AMIC haurà de:

A) **Aprovar** el seu pla d'actuació, executar els seus pressupostos i materialitzar les mesures d'aquest pla en el termini establert.

B) **Coordinar** amb l'administració local competent la realització del conjunt d'activitats, propostes i suggeriments que siguin d'interès per a l'acompliment de les seves finalitats.

c) **Col·laborar** amb les administracions, entitats, corporacions i agents que desenvolupin la seva activitat dins l'espai urbà delimitat

Sabies què...

A Catalunya s'està treballant en la implementació de les APEU a diferents territoris. Un dels municipis més avançats és la ciutat de Berga. En el cas d'aquesta ciutat, Berga Comercial, l'entitat comercial de la localitat, és qui està exercint el lideratge d'aquests projecte.

Berga estudia implantar una Àrea de Promoció Econòmica Urbana per dinamitzar diverses zones comercials de la ciutat

09/03/2022

Última revisió 10-03-2022 08:59

L'Ajuntament de Berga estudia crear una Àrea de Promoció Econòmica Urbana (APEU) per promoure la dinamització i augmentar la competitivitat de les zones comercials del carrer Major, el carrer del Roser i els carrers adjacents.

La iniciativa forma part d'un projecte pilot impulsat per la Diputació de Barcelona que compta amb la participació d'una desena de municipis de la província entre els quals s'inclou la capital berguedana. Per avaluar la viabilitat d'implementar una APEU a la ciutat, el consistori compta amb la col·laboració de Bergacomercial i l'Associació Comarcal d'Empresaris del Berguedà (ACEB) i el suport econòmic de la Diputació de Barcelona (40.000 €) i els Fons Next Generation (26.000 €).



Presentació del projecte APEU



Les AMIC **estaran gestionades per entitats privades i sense ànim de lucre.**

La llei també preveu que, excepcionalment, associacions empresarials comercials representatives puguin gestionar una o diverses AMIC sense necessitat de crear altres figures jurídiques.

L'article 6 de la Llei recull la naturalesa jurídica.

BLOC 1. QUÈ SÓN LES AMICS?

3. Funcions, drets i deures

FUNCIONS

Les funcions de les entitats de gestió vindran definides al pla d'acció de la pròpia AMIC, que haurà de preveure, com a mínim, els següents elements:

L'article 7 de la Llei recull les funcions.

a) Impulsar la **regeneració comercial**, urbana o turística

b) Promoure la **diversificació econòmica** per mitjà de la captació d'inversions i de mesures per posar en funcionament locals inactius.

c) Organitzar esdeveniments tant a l'interior dels locals com a la via pública amb l'objectiu d'**enfortir la identitat** de l'àrea i **potenciar la interacció** entre veïnatge, persones visitants i negocis.

d) Avançar en la **descarbonització**, l'**eficiència** i l'**autoconsum energètic**, la optimització i millora dels recursos hídrics, la lluita contra el canvi climàtic i la preservació del medi ambient.

e) Afavorir la **seguretat** dels espais públics, dels establiments i negocis de la zona.

f) Elaborar propostes de **millora de la mobilitat** de vianants o mecànica per mitjà de propostes de reordenació acordades amb l'autoritat competent.

g) Fer propostes de **millora ornamental i estètica** de l'espai urbà per mitjà d'accions suplementàries de neteja, il·luminació, senyalització, ornaments o mobiliari, combinant tradició, innovació tecnològica i avantguarda.

h) Promoure la **mediació** en la solució de conflictes i l'adhesió al sistema d'arbitratge de la Junta Arbitral de Balears.

j) **Assistir** els seus membres i **formar-los** en el desenvolupament de la seva activitat, així com la gestió compartida dels serveis de logística, distribució de mercaderies, relació amb proveïdors o digitalització

k) Elevar a la corporació local amb competències una proposta de **vigilància especial** de l'àrea.

l) Qualsevol altra que contribueixi a **modernitzar, generar competitivitat i atractiu** així com a la millora de vida dels negocis, les persones treballadores i habitants de l'àrea delimitada.

Tingues present que...

Les iniciatives realitzades per l'AMIC no podran suposar una substitució de les que portin a terme les diferents administracions públiques.

En cap cas, l'entitat gestora de cada AMIC podrà exercir funcions que legalment corresponen a les diferents entitats que la constitueixen.

Explora aquest recurs:

[Article de blog | Els límits de la col·laboració publicoprivada](#)

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

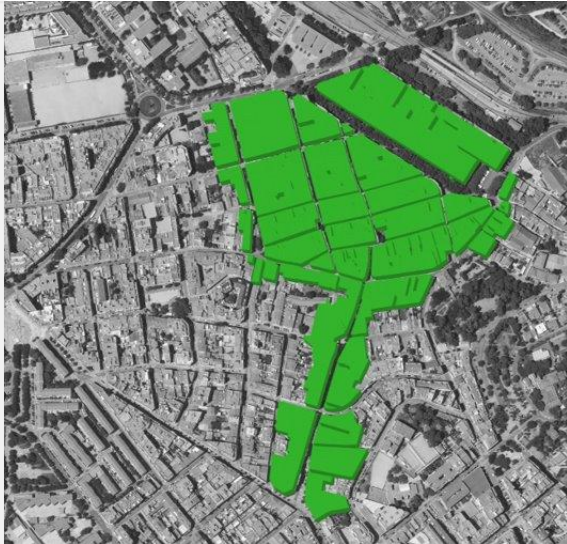
Les AMIC, al cap i a la fi, són un instrument de consens. L'assoliment d'acords ha de venir tant per part dels agents que integren el sector privat de l'àrea territorial delimitada com per l'ens administratiu local. Així doncs, els treballs previs a dur a terme per a la implementació d'una AMIC s'han de centrar en **aconseguir aquest consens**.

Tot seguit es presenten exemples pràctics de treballs previs estructurats de la següent manera:

TREBALL PROSPECTIU	DIAGNOSI DEL PUNT DE PARTIDA	DEFINIÓ DEL PROPÓSIT DE L'AMIC
Una de les tasques passa per conversar amb les persones, empreses i entitats que desenvolupen la seva activitat a l'àrea on es preten implantar l'AMIC		
Objectius: • Determinar l'acceptació del projecte. • Ajustar l'àrea geogràfica més adient. • Incloure aportacions de rellevància pel desenvolupament del projecte.		
Sabies què... A Catalunya molts municipis treballen en el que s'anomena un grup motor o grup de treball de l'APEU. Aquest es tracta d'un grup de persones representats de comerços que exercien un rol dinàmic en les seves associacions de comerciants i conformen una taula de treball en la que es vetlla pel bon desenvolupament del projecte.		Explora aquest recurs: WEB APEU Ajuntament de Mataró (mataro.cat) Pot saber-ne més d'aquest projecte pots consultar el seu portal web.
		

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

Pel que fa a la part de la diagnosi del punt de partida, cal que es realitzi un treball d'anàlisi exhaustiu de tota l'àrea comercial delimitada. Tot seguit s'indiquen les pautes mes importants:

TREBALL PROSPECTIU	DIAGNOSI DEL PUNT DE PARTIDA	DEFINIÓ DEL PROPÓSIT DE L'AMIC
La següent tasca a desenvolupar passa pel reconeixement de l'àrea delimitada		
Proposta de possibles accions a realitzar: • Delimitació provisional de l'AMIC sobre un planell digital. • Cens d'activitats econòmiques dins l'àrea definida. • Estudi sociodemogràfic i econòmic de l'àrea definida. • Fluxos de mobilitat. • Entre d'altres.	Sabies què... Sant Boi Comerç, l'entitat comercial de referència del municipi català de Sant Boi de Llobregat, està impulsant un projecte APEU. Actualment aquest projecte parteix d'una delimitació de 191 establiments comercials dels quals 120 es troben actius. En la figura adjunta es pot veure la seva proposta de delimitació.	

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

Finalment, cal tenir present la part de definició del propòsit de l'AMIC. Aquí fem referència als grans vectors que tot projecte de viabilitat d'una AMIC ha de tenir en compte per fer la votació. Es important definir molt be els propòsits que seran els "acords motivadors" per a una votació positiva del futur de l'AMIC.

TREBALL PROSPECTIU	DIAGNOSI DEL PUNT DE PARTIDA	DEFINIÓ DEL PROPÓSIT DE L'AMIC
L'AMIC ha de tenir una finalitat, un propòsit que justifiqui la seva raó de ser i, per tant, la motivació de la seva implementació. Els propòsits poden ser tan diversos com ara millorar la seguretat de l'àrea, impulsar una imatge de marca molt més promocionada, promoure mesures de suport a les empreses i la seva competitivitat, etc,...		
 Berga Els propòsits Reactivació de locals buits i espai urbà	 Figueres Els propòsits Repensar i redescobrir Figueres	 El Portús Els propòsits Seguretat, neteja i promoció
Explora aquest recurs: Ràdio Comerç. Entrevista a Xavier Orcajo, president de Berga Comercial, entitat que està impulsant l'APEU a la ciutat de Berga	Explora aquest recurs: Article de premsa Figueres impulsa una APEU a la seva ciutat	Explora aquest recurs: Article de premsa Estudien impulsar una APEU al Portús

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

4. Com es delimita l'àmbit d'implementació de l'AMIC?

Un dels elements més importants en la definició d'una AMIC, o qualsevol altre projecte de dinamització comercial, és la **delimitació d'una àrea comercial urbana** que presenti una **massa comercial suficientment àmplia** per ser capaç de projectar, dinamitzar i enfortir aquell espai.

Definició de l'ÀREA D'IMPLEMENTACIÓ de l'AMIC

Tot i que no quedi reflectit en la pròpia Llei de les AMIC, és important que qualsevol entitat o grup de professionals que vulguin impulsar el projecte, hauran de tenir en comptes les següents variables:

- Qualsevol àrea delimitada requereix d'un **mínim de negocis ubicats a dins la zona**. Un mínim de 150 comerços seran necessaris per a portar endavant el projecte amb garanties d'èxit.
- Aquesta oferta comercial ha de presentar un **mix comercial idoni** en la que hi hagi presència de comerços de bona part dels sectors comercials de proximitat (oferta quotidiana, equipament de la persona, equipament de la llar, lleure i serveis,...).
- Per tal de definir la delimitació més idònia cal que el municipi **disposi d'un cens comercial** així com dels **indicadors comercials** (veure punt 5 d'aquesta guia).

Tingues present que...

si vols impulsar una AMIC és important que disposis d'un cens de l'activitat comercial urbana del municipi.

Explora aquest recurs:

[Guia | Guia per a l'elaboració d'un cens del comerç urbà](#)

En aquesta guia es parla en profunditat de la importància dels censos per a la planificació urbana. També es donen les pautes necessàries per a la seva realització, sent una eina amb un enfocament molt pràctic.



BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

4. Com es delimita l'àmbit d'implementació de l'AMIC?

Sobre la mida de l'AMIC

Tot i que no hi ha una consideració específica del mida que han de tenir les AMIC, és important que cadascuna d'aquestes tingui una **mida suficientment àmplia per tal de garantir la viabilitat del projecte**. Un dimensionament d'**entre 150 a 300 establiments** es percep com un bon punt de partida.

Sempre caldrà tenir present que el **volum de comerços que formin part de l'AMIC condicionarà el pressupost global del projecte**. Una AMIC amb pocs negocis dificultarà la seva capacitat de captació d'inversions i, per extensió, la seva competitivitat.

Més enllà del nombre d'establiments, també serà important tenir present la **localització física** d'aquests. Caldrà preveure que la **concentració comercial** de l'àrea de l'AMIC no sigui excessivament dispersa, aquest fet suposaria els desdibuix de l'AMIC i, per tant, la seva pèrdua d'atractiu així com la dificultat per **projectar una imatge conjunta de l'àrea**.

Tingues present que...

En cas de grans municipis com és el cas de Palma o Eivissa és important que es defineixi el nombre d'AMIC que es poden impulsar.

En tot cas cal preveure que una AMIC excessivament gran pot no **donar cobertura a les necessitats comercials diferents dels diversos carrers** comercials que integren les àrees comercials de les ciutats.

El cas de les AMIC a la ciutat de Palma:

Un municipi com Palma disposa d'una àmplia oferta comercial a la ciutat. La implementació d'una AMIC requereix d'un anàlisi de l'oferta comercial (cens comercial), dels indicadors comercials corresponents, i de la delimitació clara de la futura AMIC.

En termes generals, es considera òptima una primera delimitació que es mogui entre els 200 i els 400 negocis. De totes maneres, es tracta d'una orientació doncs la delimitació final dependrà d'altres variables com el grau d'implicació del sector, les característiques de la zona,.....

Altres ciutats de Mallorca com en son Manacor, Inca, Lluçmajor, etc... poden ser objecte per a la creació d'AMICS al seu municipi,

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

5. Com es calculen les superfícies?

Durant la implementació de les AMIC el càlcul de les superfícies és un fet d'importància ja que d'aquest **en depèn el càlcul de les quotes** a aportar pel titular de cada establiment considerat dins l'àrea.

L'article 10 de la Llei es centra en el càlcul de superfícies.

Tingues present que...

Hi ha dos conceptes clau pel que fa al càlcul de superfícies:

SCPA

Superfície Construïda Ponderada de l'AMIC: és la suma de totes les SCP dels locals inclosos en l'AMIC.

SCPL

Superfície Construïda Ponderada del Local.

El càlcul de la SCPA es fa per trams de superfície dels locals, tot seguint la següent estructura fórmula:

$$SCPA = SC1 + 0.5 SC2 + 0.25 SC3 + 0.1 SC4 + 0.05 SC5 + 0.01 SC6$$

On:

- SC1 és la superfície construïda cadastral del local fins a 300m²
- SC2 és la superfície construïda cadastral del local d'entre 300 i fins 800m²
- SC3 és la superfície construïda cadastral del local d'entre 800 i fins 1.300m²
- SC4 és la superfície construïda cadastral del local d'entre 1.300 i fins 2.500m²
- SC5 és la superfície construïda cadastral del local d'entre 2.500 i fins 10.000m²
- SC6 és la superfície construïda cadastral del local superior a 10.000m²



BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

6. Quins indicadors es poden desenvolupar per crear una AMIC?

Tal i com s'ha comentat en el punt anterior, la delimitació d'una futura AMIC requereix d'un cens i de tot un seguit d'indicadors que **ens ajudaran a determinar el grau d'atractiu i competitivitat de l'espai comercial urbà** considerat. Els indicadors més destacables es detallen tot seguit:

Índex de quotidianitat comercial (IQC)



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

Índex d'impuls comercial (IIC)



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

Índex d'ocupabilitat comercial (IOC)



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

Índex de Serveis de Restauració (ISR)



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

Índex de clonatge comercial (ICC)



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

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

7. L'anàlisi de la situació de partida

L'anàlisi de situació o DAFO (debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats), és un mètode de diagnòstic que consisteix a identificar **els punts forts i els punts dèbils** d'un territori o espai urbà concret, així com **les oportunitats i amenaces** que es plantegen en la seva promoció i desenvolupament a mitjà termini.

Variables internes: **ELS PUNTS FORTS**

Els punts forts corresponen a factors que anomenem “d'ordre intern”.

Aquells elements d'excel·lència, allò que és diferencial respecte d'altres espais comercials. Els punts forts cal explotar-los i aprofundir en el seu desenvolupament i millora en benefici de la projecció comercial i econòmica de l'àrea delimitada.

Variables externes: **LES OPORTUNITATS**

Les oportunitats són aquells factors d'“ordre extern” que poden actuar de trampolí per al desenvolupament futur de l'AMIC.

Aquelles variables que influeixen en el futur i que ens vénen donades de fora. Es tracta de tendències amb un potencial impacte positiu sobre l'àrea delimitada i que generen oportunitats de cara al futur projectat per a aquesta.

Variables internes: **ELS PUNTS DÈBILS**

Els punts dèbils, també d'“ordre intern”, ens permeten corregir aquelles qüestions que no funcionen prou bé a la zona delimitada.

Les febleses són els aspectes que actuen de fre per al desenvolupament d'un espai comercial concret. Són aquells factors que provoquen que l'activitat comercial es trobi en desavantatge en relació amb altres espais comercials i, per tant, amenacen la seva capacitat competitiva i de promoció.

Variables externes: **LES AMENACES**

Les amenaces consisteixen en els elements d'“ordre extern” que poden actuar de fre per al desenvolupament futur de l'espai comercial definit.

Aquelles variables que influeixen en el futur i en què la capacitat d'intervenció de l'empresa és molt limitada. Es tracta de dinàmiques amb impacte negatiu sobre la categoria comercial i/o l'empresa que generen amenaces de cara al futur desitjat.

BLOC 2. QUINS TREBALLS PREVIS S'HAN DE DUR A TERME?

8. La importància d'escoltar els comerços

Un aspecte molt important en la creació d'una AMIC és l'**escolta activa** que s'ha de fer amb els comerços de l'àrea delimitada. En efecte, conèixer les necessitats d'aquests comerços resultarà essencial per al bon funcionament i èxit del projecte.

Existeixen dues eines de treball que ens permetran obtenir una radiografia clara i detallada sobre les inquietuds i les necessitats del projecte final:

GRUPS DE TREBALL / MOTOR	ESTUDIS DE PERCEPCIÓ	Explora aquest recurs: Projecte Pla de viabilitat de l'APEU del barri de Santa Eulàlia (L'Hospitalet de Llobregat). L'enquesta realitzada als titulars d'activitats comercials de la zona delimitada de manera preliminar va permetre obtenir la puntuació que aquests fan sobre l'oferta i vitalitat comercial, l'entorn urbà i l'espai públic i la dinamització i promoció.  Oferta i vitalitat comercial Nota mitjana: 8,93  Entorn urbà i espai públic Nota mitjana: 7,42  Dinamització i promoció Nota mitjana: 8,18
Es tracta de la creació d'una taula de treball amb agents econòmics i els comerços representatius de l'àrea delimitada. Caldrà, doncs, impulsar tot un seguit de taules en les que es faciliti la participació d'aquestes persones de tot el procés de disseny, creació i impuls de l'AMIC. Per mitjà de reunions periòdiques, l'esmentat grup supervisarà i participarà de l'evolució del procés d'implementació i fins la creació de l'AMIC.	En el cas dels estudis de percepció és imprescindible que els impulsors del projecte realitzin una enquesta sobre la percepció i les necessitats que els comerços creuen essencial per a la millora de la zona. Aquests estudis, que han d'anar dirigits a una mostra representativa de l'àrea delimitada, preguntaran sobre la importància d'aspectes relatius a l'espai comercial urbà, la dinamització de l'espai així com de l'activitat econòmica dels negocis presents.	

BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

Un cop es té el consens per part de tots els agents implicats, s'ha delimitat l'àrea objecte d'acció i es coneixen les necessitats concretes d'aquesta i per tant els propòsits, és moment d'encetar la iniciativa per a la constitució de l'AMIC.

L'article 8 de la Llei recull aquests aspectes.

Iniciativa

Qui pot impulsar una AMIC?

La iniciativa pot tenir els següents orígens:

- Persones que acreditin ser **titulars** d'una possessió d'un mínim del 25% del conjunt **dels locals de l'àrea definida** i, a la vegada, que representin almenys un 25% de la superfície construïda ponderada d'aquests locals.
- Qualsevol **associació empresarial territorial** que hagi de desenvolupar la seva activitat a la zona durant un període mínim ininterromput de 5 anys i que acrediti tenir com associats els titulars del dret de possessió d'un mínim del 25% dels locals definits.
- Les **patronals més representatives del sector comercial** també estan legitimades per realitzar la constitució d'una AMIC (art. 8.4).

Tingues present que...

Es considera local tant l'immoble sencer com una part d'aquest, sempre que disposi d'un accés directe des de la via pública.

Sabies què...

Després de la constitució de l'AMIC els solars no edificats dins l'àrea definida tindran com ús urbanístic permès l'aparcament de vehicles.

Explora aquest recurs:

[Web | APEU — Consum, Comerç i Mercats \(paeria.cat\)](#)

L'Ajuntament de Lleida ha impulsat un pla de sensibilització sobre les APEU per tal de motivar els comerços en l'impuls d'aquest model als principals eixos comercials del municipi.



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

La **formalització de l'AMIC** s'inicia amb la formació de la comissió promotora, l'ens que formalitzarà la sol·licitud i la dirigirà a l'autoritat municipal amb competències.

L'article 9 de la Llei recull aquests aspectes

Però, quina documentació cal presentar?

La llei preveu que com a mínim hi hagi els següents elements:

- Sol·licitud de la formalització.
- Identificació de les persones que integren la comissió promotora.
- **Memòria justificativa** dels motius per constituir l'AMIC.
- Relació inicial i orientativa dels titulars de les activitats de l'àrea
- Acreditació del recolzament d'almenys un 25% del titulars
- Proposta d'**estatuts de l'entitat**.
- Proposta inicial del **pla d'actuació** (detall pàgina següent)
- Proposta inicial de **conveni amb l'autoritat municipal**.
- **Carta d'adhesió a la proposta d'alguna entitat patronal amb representativitat reconeguda per l'administració.**

Tingues present que...

PIMECO i AFEDECO són les patronals més representatives del comerç. Tal com s'indica a l'apartat h) del propi article 9, serà necessària l'adhesió d'aquestes per a la formalització de l'AMIC.



Després de la **comprovació de la documentació**, i en un termini màxim d'un mes, la persona amb competències delegades podrà:

Desestimar la sol·licitud

Acceptar la sol·licitud

S'inicia el procediment per a la constitució de l'AMIC

BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

Memòria justificativa de l'AMIC

L'anàlisi de la situació actual i dels possibles impactes de l'impuls de l'AMIC és un exercici imprescindible a realitzar per part de l'entitat impulsora.

Què ha d'incloure?

- Impacte de l'AMIC respecte els establiments que quedin fora de l'àrea.
- Efectes de l'AMIC sobre l'entorn o municipi.
- Planells a escala.
- Informació sobre els drets de vot.
- Quantitats a pagar per cadascun dels establiments.
- Possibles actuacions a desenvolupar.

L'àrea que es proposarà per a l'implementació de l'AMIC és el resultat del profund coneixement de la zona, de la seva **realitat socioeconòmica i les seves necessitats**.

Per assolir aquesta tasca caldrà fer ús de dades oficials vinculades a variables demogràfiques i geogràfiques així com econòmiques.

Sabies què?

El dinamisme del teixit comercial té una relació directa amb la capacitat de generar ocupació i activitat a un municipi i, per tant, a posicionar aquest com un entorn singular, competitiu i resiliència davant canvis sobrevinguts.

Explora aquest recurs:

[Guia | Guia per a la dinamització dels espais comercials urbans](#)

En aquesta guia s'entomen les següents qüestions: quins són els principals reptes dels espais comercials en l'actualitat? Quines estratègies han d'entomar els municipis per preservar el seu comerç de proximitat?



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

Estatuts
de l'AMIC

L'article 15 recull tots els aspectes referents als estatuts.

Els estatuts de l'entitat són un instrument de consens entre els membres de la mateixa i que, tal com contempla la llei podran ser desenvolupats per mitjà de reglaments de règim intern de l'AMIC. (art. 15.2)

Quines disposicions han d'incloure?

- Denominació de l'entitat on haurà de figurar, necessàriament l'expressió "Àrea Municipal d'Impuls Comercial".
- El domicili social.
- L'objecte social, que inclourà la promoció del desenvolupament, l'atractiu i la competitivitat econòmica i la cohesió social de l'àmbit territorial d'actuació.
- La durada de l'AMIC.
- L'àmbit territorial d'actuació i mecanismes per a l'ampliació o reducció de l'àrea municipal d'impuls comercial.
- Els drets i obligacions de les persones que integrin l'entitat de gestió.
- El procediment d'adhesió i separació de les persones titulars de dret de possessió dels locals inclosos dins la delimitació de l'àrea.
- Els òrgans de govern de l'entitat hauran de garantir la paritat entre homes i dones i haurà de respondre a un funcionament democràtic i on es concreti la composició, les funcions, la durada, els procediments d'actuació, les majories en acords, el dret de vot i les garanties de les persones membres, així com la presidència, la secretaria i una gerència com a òrgan d'administració.
- El procediment per a la modificació dels estatuts.
- El procediment per a modificar i prorrogar el conveni amb l'ajuntament.
- Una relació de les fonts de finançament de l'entitat.
- Les causes i procediments de dissolució i liquidació de l'àrea municipal d'impuls comercial, així com una previsió del destí del patrimoni sobrant en cas de dissolució de l'entitat de gestió.

BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

Conveni de col·laboració

L'article 16 està dedicat al conveni de col·laboració entre l'AMIC i l'ajuntament

Es formalitzarà en el termini de 30 dies hàbils des de la constitució de AMIC i la seva entitat gestora.

Es tracta d'un conveni subscrit entre l'ajuntament i l'AMIC i que especificarà:

- La identificació de les parts que subscriuen el conveni i de les persones físiques que actuen en la seva representació.
- Les actuacions que l'AMIC es compromet a executar, així com les modalitats de col·laboració amb l'ajuntament, indicant la seva distribució temporal per anualitats i la seva imputació pressupostària.
- Les formes de finançament i les regles per a determinar les quotes i també els períodes de liquidació de les quotes. Es preveu l'aprovació d'una ordenança municipal i les despeses que aquest servei de cobrament suposi per a l'ajuntament.
- Les obligacions i els compromisos econòmics que assumeix l'ajuntament.
- La forma de participació de l'ajuntament als òrgans de l'AMIC.
- Les fórmules de control municipal sobre els acords, els comptes anuals i les actuacions realitzades per l'AMIC.
- Les conseqüències en cas d'incompliment de les obligacions i compromisos per ambdues parts.
- Els mecanismes de seguiment, vigilància i control de tot el procés.
- El règim de modificació del conveni.
- El criteri d'equilibri entre sexes com a principi de participació.



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

Pla d'actuacions de l'AMIC

És l'eina que projecta les fites de l'AMIC i descriu els instruments, funcions i les mesures per tal d'assolir-les.

L'article 14 es dedica de manera íntegra al Pla d'actuacions.

Què ha d'incloure com a mínim?

- Memòria justificativa de les funcions bàsiques a desenvolupar amb la creació de l'AMIC.
- Programa d'actuacions que detalli les implicacions i els problemes que es volen tractar, les fites aconseguides i la justificació de les mesures proposades.
- Projecte de pressupost de la despesa necessària per al seu desenvolupament, amb precisió respecte les partides tot incloent les despeses de gestió de la constitució de l'AMIC, així com també indicar la reserva financera destinada a compensar increments o impagaments de les quotes.
- Relació detallada de les fonts de finançament de l'AMIC.
- Pautes per al cobrament de les quotes amb indicacions de la forma i terminis de l'abonament d'aquestes.
- Període de durada de les mesures contingudes al projecte, (ha de ser superior a tres anys i inferior a cinc), així com un cronograma per a l'implementació de les actuacions.

Sabies què...

El **Liverpool BID Company** elabora plans de negoci propis per a cadascun dels tres grans àmbits que integren el seu BID: comerç al detall i oci, cultura i comerç i allotjament. Destaca el fet que els escenaris temporals són diferents per a cadascun dels àmbits.

El **BID de Bradford** té un pla de negoci que, en l'escenari temporal 2018-2023, presenta actuacions per a l'assoliment de 4 objectius: neteja, seguretat, vida i promoció.



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

9. Quina documentació cal presentar per a la formalització de l'AMIC ?

Les funcions del Pla i la importància de la seva creació

Un dels aspectes pràctics més importants per al futurible èxit de la implementació d'una AMIC és l'elaboració d'un pla amb mesures per a l'**enfortiment del sector**. Per fer-ho, convé la confecció d'un pla d'acció amb abast estratègic que esdevindrà un full de ruta de les accions que es portaran a terme així com del seu pressupost.

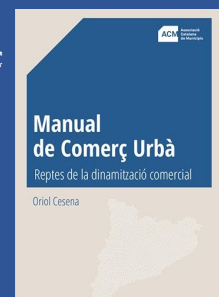
Definició d'objectius	Definició dels pilars de l'AMIC	Concreció de mesures	Consens ampli
Establir els objectius específics que es volen assolir dins del programa de dinamització comercial. Aquests han de tenir tant caràcter qualitatiu com quantitatiu i cal que siguin assolibles.	Les estratègies que s'han de desenvolupar per tal d'aconseguir els objectius previstos dins el mateix programa de dinamització i els coneguts àmbits de treball que preveuen aquestes estratègies.	Definició d'aquelles accions que es duran a terme, derivades dels objectius i de les diferents estratègies i àmbits proposats.	Els plans d'acció responen a la realització d'una diagnosi exhaustiva. Per aquest motiu cal que els plans estiguin treballats de manera consensuada amb els agents privats, i han de ser realistes i concrets.

Tingues present que...

El **pla d'acció** és el full de ruta que qualsevol ajuntament necessita per projectar el sector. El pla requereix una fase en la qual cal entendre com funciona el sector per tal de poder actuar de la manera més òptima possible. És desitjable que el pla en les seves diverses fases es pugui concretar i es realitzi amb el coneixement i la participació de les associacions de comerç i dels agents que es consideri necessaris i rellevants. A més, el pla ha de ser transversal i ha de comptar amb la participació d'altres àrees de l'ajuntament (urbanisme, promoció econòmica, turisme).

Explora aquest recurs: Publicació | Manual de Comerç Urbà

Proposem la descarrega d'aquest manual on a la pàgina 26 trobaràs més informació sobre la importància d'elaborar un pla d'acció.

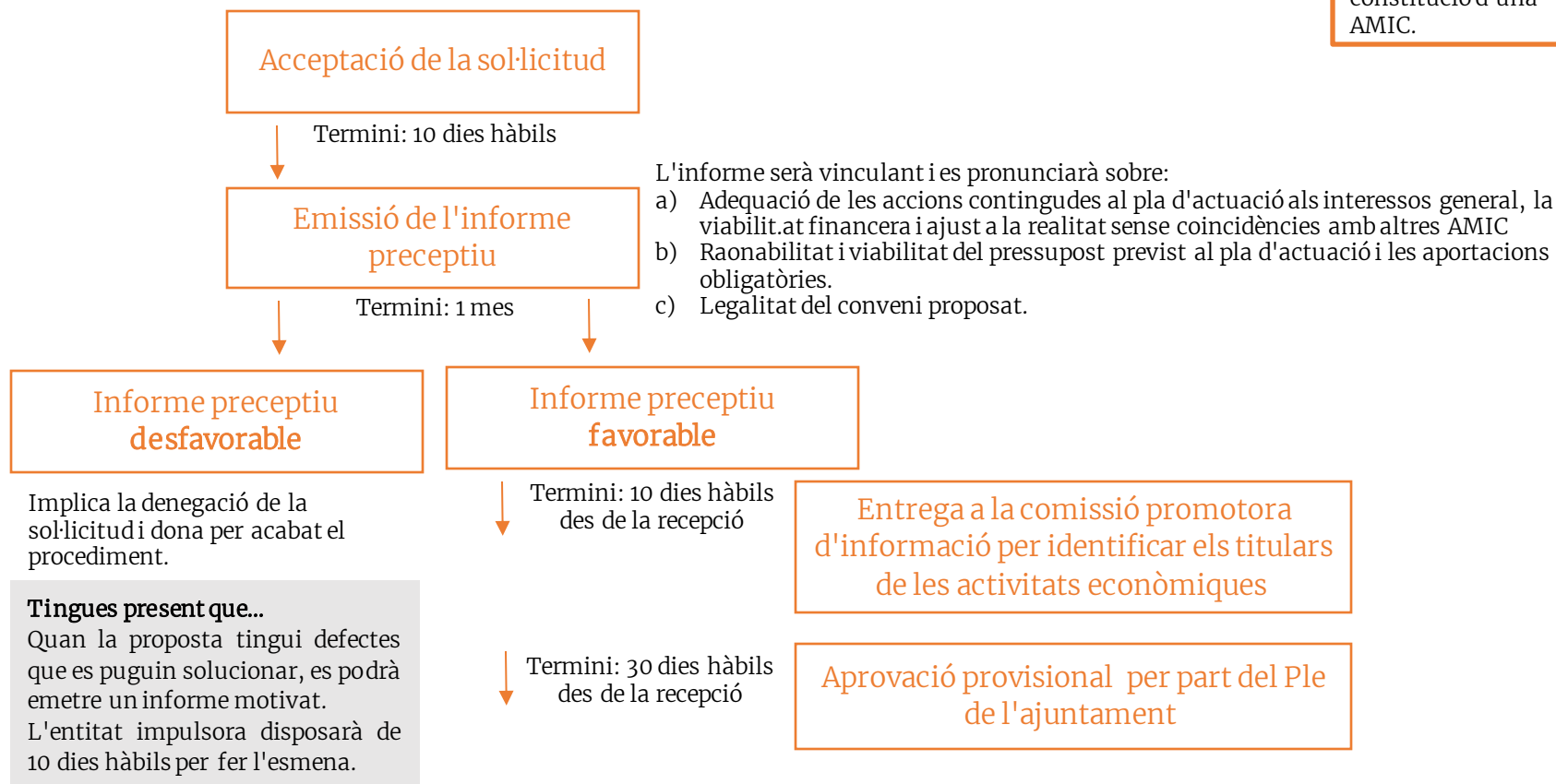


BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

10. Quin és el procediment de constitució?

Un cop que l'ens amb competències ha acceptat la sol·licitud de constitució de l'AMIC presentada s'inicia el procediment per a la seva constitució

L'article 11 de la Llei recull el procediment de constitució d'una AMIC.



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

11. Com és el procediment d'informació pública i ratificació?

Després de l'aprovació provisional per part del Ple de l'ajuntament, s'inicia el procés d'informació pública i ratificació de l'AMIC

L'article 12 de la Llei recull la informació pública i ratificació.

INFORMACIÓ PÚBLICA

Termini: no inferior a 30 dies hàbils

L'Ajuntament sotmetrà a informació pública la proposta de pla d'actuació, el pressupost de l'AMIC per a tot el període de vigència i el conveni aprovat de manera provisional.

RATIFICACIÓ

10 dies hàbils des de la finalització de la ratificació s'acordarà l'acceptació o denegació de la constitució de l'AMIC.

Qui pot participar?

- Qui tinguin obligació de pagament un cop implementada l'AMIC. Aquests seran informats almenys 15 dies abans de l'inici del termini d'informació pública.
- Si un 25% dels participants que, al seu torn, hagin de cobrir un 35% del pressupost de l'AMIC s'oposa a la seva constitució.



BLOC 3. COM ES CONSTITUEIXEN LES AMIC?

12. Com es duu a terme l'autorització, la constitució i la comunicació de l'AMIC?

Un cop ratificada la proposta de l'AMIC, aquesta ja estarà autoritzada per a la seva constitució que s'iniciarà amb una assemblea constituent de la seva entitat gestora.

L'article 13 de la Llei recull l'autorització i constitució.

ASSEMBLEA CONSTITUENT

Caldrà comunicar la data i lloc de realització a tothom amb obligació de pagament de quota i fent saber el seu dret a formar part de l'entitat gestora.

La inscripció de l'entitat gestora haurà d'incloure:

- La denominació de l'AMIC i el seu domicili.
- La identitat de les persones membres de la mateixa que inclou aquelles amb obligació de fer pagament de quota.
- La ratificació de la voluntat de constituir una AMIC.
- Els estatuts de l'entitat (art. 15).
- La designació de les persones encarregades inicial i provisionalment del govern i representació de la entitat.
- El patrimoni fundacional.
- Lloc i data d'atorgament de l'acta fundacional i signatura de les persones designades.



L'article 18 detalla els aspectes de notificació i comunicació de la constitució de l'AMIC

Què més cal tenir en compte a nivell de comunicació?

Tal com s'ha anat mencionant, des de l'AMIC cal anar comunicant les diferents passes que es van donant als ens, titulars d'activitats o administracions que indiqui l'article corresponent de la llei.

A més a més, la llei també preveu que l'AMIC disposi d'un portal electrònic com a garant de transparència on es publiquin els pressupostos anuals de l'entitat, la memòria anual d'activitats així com la composició dels òrgans gestors. (art. 18.4)

BLOC 4. COM ES FINANCIEN LES AMIC?

Les AMIC, com a model de col·laboració pública privada, pretén **construir un projecte ambicios** i amb un major pressupost que sigui capaç d'implementar noves actuacions per a l'enfortiment del sector.



BLOC 4. COM ES FINANCIEN LES AMIC?

13. Quines són les fonts de finançament de les AMIC?

Els recursos econòmics de l'AMIC **seran gestionats per l'entitat gestora**.

Però, quines són les fonts de finançament?

- Les quotes que aporten els titulars dels establiments inclosos a l'àrea definida (articles del 29 al 36 de la llei).
- Subvencions i ajuts de caràcter públic.
- Aportacions extraordinàries i donacions.
- Rendiments derivats dels serveis que es puguin donar tant als membres de l'entitat com a tercers.
- Rendiments derivats de l'explotació del seu propi patrimoni.

L'article 28 de la Llei recull les fonts de finançament

Tingues present que...

Les aportacions econòmiques provinents de les quotes hauran de cobrir, com a mínim, el 50% del total de despeses previstes per a tota la vigència de l'AMIC. Per aquest motiu, caldrà comptabilitzar i gestionar aquestes aportacions de manera diferenciada tot dedicant-la a les finalitats establertes pel pla d'actuació

Els ingressos provinents d'aquests recursos s'hauran de dedicar a fer front a les despeses derivades de les tasques pròpies de l'AMIC.

BLOC 4. COM ES FINANCIES LES AMIC?

14. Com s'estableixen les quotes?

Tal com s'ha dit, tots els titulars d'activitats econòmiques a la zona delimitada per l'AMIC està obligat al pagament de la quota corresponent.

Els articles del 29 al 36 recullen els aspectes relatius a les quotes

Però, com es determinen els imports de les quotes?

L'import de les quotes obligatòries i les aportacions extraordinàries voluntàries es basa en criteris objectius per a satisfer les necessitats de finançament del pla d'actuacions durant tota la vigència de l'AMIC.

Així doncs, les quotes es fixaran en funció de la **superfície construïda cadastral (SCC)** del local, esglaonades aquestes en trams de superfície on s'aplicaran cadascun dels coeficients. Es presenta tot seguit una simulació del càlcul de quotes.

SCC	Coeficient	SCC	Coeficient	Cens de locals	Quota individual	Suma de quotes
Inferior a 300m ²	1	Inferior a 300m ²	1	93	787,4	73.228
Entre 300m ² i 800m ²	1.5	Entre 300m ² i 800m ²	1.5	43	1.181,1	50.787
Entre 800m ² i 1.300m ²	2	Entre 800m ² i 1.300m ²	2	10	1.574,8	15.748
Entre 1.300m ² i 2.500m ²	3	Entre 1.300m ² i 2.500m ²	3	3	2.362,2	7.087
Entre 2.500m ² i 10.000m ²	4	Entre 2.500m ² i 10.000m ²	4	1	3.149,6	3.150
Superior a 10.000m ²	5	Superior a 10.000m ²	5	0	3.937,0	0
				150		150.000€

BLOC 4. COM ES FINANCIES LES AMIC?

14. Com s'estableixen les quotes?

Un cop establerts els imports, les quotes s'han de regular mitjançant una ordenança municipal i el seu sistema de càlcul ha de constar en el conveni subscrit entre l'ajuntament i l'entitat gestora de l'AMIC.

 Generalitat de Catalunya ÀREES DE PROMOCIÓ ECONÒMICA URBANA Simulació de la recaptació a partir de quotes							
Tipologia	nº locals	Sup. construïda cadastral (m²)	Vots	Subtotal vots	Coefficient quota	Quota anual	Subtotal quotes
I		s ≤ 300 m²	1	0	X		0,0 €
II		300 m² < s ≤ 800 m²	1,5	0	1,5X	0,0 €	0,0 €
III		800 m² < s ≤ 1.300 m²	2	0	2X	0,0 €	0,0 €
IV		1.300 m² < s ≤ 2.500 m²	3	0	3X	0,0 €	0,0 €
V		2.500 m² < s ≤ 10.000 m²	4	0	4X	0,0 €	0,0 €
VI		s > 10.000 m² (o col·lectiu de 50 establiments o més)	5	0	5X	0,0 €	0,0 €
				0			0,0 €
Total locals				Total vots	Import total quotes		

Explora aquest recurs:

[Simulador | Simulador de la recaptació a partir de quotes](#)

La Generalitat de Catalunya, per mitjà de l'ens amb competències en comerç, ha preparat un simulador de la recaptació a partir de les quotes.

Altres preguntes al voltant del pagament de les quotes:

Com es fa el pagament de les quotes?

L'import de la quota total calculada per a cadascun dels establiments es prorratejarà en les quotes anuals corresponents als anys de vigència de l'AMIC. Aquest pagament serà exigible semestralment.

L'ajuntament podrà establir per mitjà d'una ordenança el pagament de les quotes, aquest serà l'ens que gestionarà i recaudarà aquestes per compte de l'AMIC.

Com s'estableixen les bonificacions?

Els ajuntaments podran establir bonificacions, tot estructurant-les així:

- 1) de fins al 80% per a activitats que persegueixen finalitats benèfiques o declarades d'interès general
- 2) De fins al 20% als immobles desocupats aptes per a encabir activitats econòmiques.
- 3) De fins al 50% durant el primer any de l'exercici d'una activitat i de fins el 25% durant el segon any, com a mesura per al foment de l'emprenedoria comercial.

Què passa en cas d'impagament?

L'import de les quotes obligatòries i les aportacions extraordinàries voluntàries es basa en criteris objectius per a satisfer les necessitats de finançament del pla d'actuacions durant tota la vigència de l'AMIC.

BLOC 4. COM ES FINANCIES LES AMIC?

15. Com s'estableix el pressupost de l'AMIC?

Les AMIC hauran de tenir un **pressupost ajustat a les actuacions que es volen impulsar i en el marc de temps previst de durada del projecte.**

L'article 37 recull els aspectes relatius al pressupost de l'AMIC.

Així, un cop identificats els recursos necessaris per a dur a terme els serveis, les actuacions i les campanyes plantejades caldrà dissenyar -ne el pressupost corresponent. La planificació plurianual fa que haguem d'establir un pressupost per a tot el cicle i que aquest es vagi desglossant en pressupostos anuals.

Tingues present que...

El pressupost per a tot el període de vigència de l'AMIC serà aprovat en el moment de constitució d'aquesta.

Estat de despeses

Especifica la totalitat de despeses que preten realitzar l'AMIC de manera desglossada.

Inclou:

- Cost de les actuacions i de la gestió de l'entitat gestora, acompanyat d'una descripció analítica de les quantitats que es projecten invertir per a cada activitat.
- Reserva destinada a compensar els increments no previsibles dels costos de les mesures incloses al pla d'actuacions.
- Els costos derivats del procés de constitució.
- Els costos derivats del cobrament de les quotes en els terminis concertats amb la hisenda local.
- Un fons de reserva per a fer front a possibles contingències extraordinàries. En cap cas aquest podrà ser superior al 15% del darrer pressupost anual.

Estat de d'ingressos

Especifica la totalitat dels ingressos previstos per donar cobertura a les despeses de l'AMIC.

Inclou:

- La quantificació de les aportacions obligatòries que abonen les persones titulars dels locals inclosos a l'àrea delimitada.
- L'import de les aportacions voluntàries i donacions.
- L'import de les subvencions i els ajuts públics als que s'han compromès les diferents administracions públiques.

BLOC 5. COM S'ORGANITZEN LES AMIC?

L'organització en el cas de les Àrees Municipals d'Impuls Comercial és un fet cabdal i directament relacionat amb la capacitat d'aquestes per a treballar des de l'estratègia per a l'assoliment dels propòsits definits, per a oferir els serveis que demanda l'àrea i per dur a terme les accions previstes.

BLOC 5. COM S'ORGANITZEN LES AMIC?

16. L'assemblea general

L'assemblea general és l'organ suprem i de control de l'entitat, però:

Qui en forma part?	Quines facultats té?	Com s'assoleixen acords?
• Qui tingui obligació de satisfer les quotes previstes. La seva participació és proporcional a la superfície construïda ponderada del local. • Representants d'administracions públiques implicades. • Associacions veïnals afectades per l'àrea de l'AMIC. • Associacions comercials més representatives de l'illa on es troba l'AMIC.	• Triar i revocar les persones membres de la junta directiva. • Aprovar la gestió de la junta directiva. • Examinar i aprovar pressupostos i comptes anuals. • Aprovar la constitució de fons de reserva per a contingències. • Modificar els estatuts. • Disposar o alienar els bens. • Aprovar la proposta de renovació de l'entitat. • Dissoldre l'entitat.	Els acords s'assoliran per majoria simple dels vots que representin la majoria simple de la superfície ponderada dels locals. L'article 20 de la Llei està dedicat a l'assemblea general.

BLOC 5. COM S'ORGANITZEN LES AMIC?

17. La junta directiva. Elecció i atribucions dels càrrecs.

La junta directiva és l'òrgan al que correspon **la gestió de l'AMIC**. Aquest òrgan està integrat pels següents càrrecs:

Presidència	Secretaria	Tresoreria
Serà triada per l'assemblea general per mitjà de sufragi universal entre les persones titulars d'activitats econòmiques dins l'AMIC. La duració del mandat estarà establerta als estatuts. Les seves atribucions: • Representar legalment l'AMIC davant organismes públics i privats. • Convocar, presidir i aixecar sessions d'assemblea general i de junta directiva. • Ordre de pagaments i autorització amb la seva signatura de documents, actes i correspondència. • Adoptar qualsevol mesura urgent per a la bona marxa de l'entitat.	Aquesta figura te les següents funcions: • Custòdia de la documentació. • Aixecar i signar les actes de les reunions de l'assemblea general i de la junta directiva. • Redactar i autoritzar els certificats que hagin d'entregar-se. • Dur el llibre de registre d'associats.	Aquesta figura te les següents funcions: • Custòdia i control dels recursos de l'associació. • Elaboració del pressupost, balanç i liquidació de comptes. • Portar el llibre de caixa. • Signatura de rebuts de quotes. • Pagament de factures aprovades per la junta. La figura de la secretaria pot assumir les funcions del càrrec de tresoreria.
	Sotspresidència	Vocals
	Substituirà la figura de presidència en cas d'absència o malaltia.	S'establirà un màxim i un mínim per tal que el nombre de persones de la junta sigui imparell.

Els articles del 21 al 25 de la Llei es recullen les especificitats de la junta i els càrrecs que la formen.



BLOC 5. COM S'ORGANITZEN LES AMIC?

18. La gerència de les AMIC i les seves funcions

La gerència és l'òrgan encarregat d'**executar els acords de l'assemblea i la junta directiva** i exercir les funcions d'**administració de l'entitat**.

L'article 26 recull els aspectes relatius a la gerència de l'AMIC.

Es podrà encomanar a una **persona física o jurídica** que acrediti **professionalitat i experiència**.

Presenciarà les **sessions de l'assemblea general i de la junta directa** amb veu però **sense vot**.

Funcions de la gerència:

- Fer el pressupost anual i el comptes anuals de l'AMIC.
- Fer una memòria anual de gestió de l'AMIC.
- Implementar el pla d'actuació i proposar plans i programes d'interès per a l'àrea.
- Dirigir el personal contractat per l'entitat de gestió.
- Tasques i funcions que l'assemblea general o la junta directiva li encomanin o deleguin.

19. El fòrum social participatiu i el seu caràcter consultiu

Es tracta d'una **fórmula per a la promoció de la participació** de totes aquelles persones afectades per les actuacions i la gestió de l'àrea que l'AMIC tindrà la possibilitat de constituir.

L'article 27 recull els aspectes relatius al fòrum social participatiu.

El seu funcionament i composició es desenvoluparà en el conveni i inclourà a representants d'**organitzacions empresarials i sindicals** que tinguin la condició de ser més representatives, que tinguin la **propietat de bens immobles** i de les **organització veïnals** de la zona que compren l'AMIC.

BLOC 6. COM S'ENTOMA LA COMUNICACIÓ A LES AMIC?

La comunicació és un aspecte que s'ha anat tractant al llarg de la guia i que està estretament vinculat amb la **necessitat de donar a conèixer el model de col·laboració públicoprivat** que són les AMIC així com a la necessitat de **generar consens** al seu voltant.

BLOC 6. COM S'ENTOMA LA COMUNICACIÓ A LES AMIC?

2.0. Mitjans de comunicació a l'abast de l'AMIC

L'AMIC ha de considerar, més enllà de les passes d'implementació que contempla la legislació aplicable, la seva pròpia **estratègia de comunicació**. Aquesta estratègia ha de tenir en compte les diferents fases per les que passa l'AMIC, des de la fase de sensibilització prèvia, el procés que duu a la seva constitució així com tot el que es va desenvolupant durant els anys de vigència de la mateixa.

En aquesta estratègia caldrà tenir en compte tant les accions de comunicació dirigides a les persones titulars dels establiments localitzats dins l'àrea, i per tant possibles membres de l'AMIC, així com aquelles dirigides a la població consumidora actual i potencialment consumidora de l'espai comercial en qüestió.

Més enllà de les persones objecte d'aquestes comunicacions, també caldrà que l'estratègia tingui en compte els diferents mitjans, tant tradicionals com digitals, que l'AMIC té a la seva disposició. En aquest sentit, la següent pàgina es dedica als principals mitjans propis de caràcter digital que es poden impulsar des de l'AMIC.

Explora aquest recurs:

[WEB | APEU Ajuntament de Mataró \(mataro.cat\)](http://mataro.cat)

Des de l'Ajuntament de Mataró s'ha impulsat una web pròpia del projecte d'APEU on es pot trobar tota la informació de referència.



BLOC 6. COM S'ENTOMA LA COMUNICACIÓ A LES AMIC?

20. Mitjans de comunicació a l'abast de l'AMIC

Referent als mitjans de caràcter digital, i tot tenint en compte les tendències al voltant de la comunicació i el màrqueting digital, els mitjans que millor poden contribuir a comunicar tot allò referent a l'AMIC són:

Pàgina web	Xarxes socials	Correu electrònic	Missatgeria instantània
Constitueix el principal mitjà pel que fa a la visibilitat digital del projecte. De pàgines web n'hi ha de molts tipus però es recomana que, pel que fa al <i>site</i> propi d'una AMIC, s'inclogui la següent informació: • Explicació del procés d'implementació. • Documentació de referència del projecte (memòria i pla d'actuacions, conveni i estatuts). • Agenda de l'AMIC. • Vincle a altres mitjans digitals de l'AMIC, com ara les xarxes socials. • Accés a enllaços de referència sobre aquests models de col·laboració publicoprivada.	Les plataformes d'interacció social són una eina orientada a construir comunitats al voltant d'un projecte. El fet que l'AMIC disposi de perfils propis en aquestes serà una bona manera per tal de donar a conèixer el seu relat, mostrar les millores que s'estan produint a l'àrea fruit de la col·laboració i promocionar les activitats que es van impulsant. En cas d'activar aquests perfils, caldrà tenir present, però, les dinàmiques pròpies de cada xarxa especialment referent al format que han de tenir els continguts per tal de captar l'atenció de les persones usuàries de les mateixes.	És recomanable habilitar un compte de correu propi de l'AMIC que actui com a bústia de dubtes i suggeriments. Si es disposa d'una web i d'un servidor propi aquest compte pot anar vinculat a aquest mateix servei, tot oferint una imatge professional. Un pas més enllà, pel que fa a la comunicació, partiria de l'organització d'un sistema de butlletins electrònics, o <i>newsletters</i>, a les persones que s'hi subscriuguin se'ls informaria sobre novetats dels processos d'implementació o, un cop ja instaurada l'AMIC, informació sobre accions de dinamització, ofertes i d'altres.	Es tracta d'una eina de comunicació entre persones i empreses que millors percentatges de lectura ofereix. L'agilitat de l'eina, el seu elevat grau d'implementació, que li proporciona un caràcter heterogeni de perfils, així com la possibilitat de compartir múltiples formats d'arxius la fa una eina molt vàlida per ser considerada en qualsevol estratègia de comunicació. Ja sigui per optimitzar la comunicació interna entre els comerços que formen part de l'AMIC o facilitar la comunicació amb la clientela es tracta d'una eina amb moltes possibilitats.

BLOC 7. GLOSSARI I RECURSOS D'INTERÉS

Tot seguit es fa un recull dels termes que han aparegut al llarg del document i que són d'especial rellevància:

Activitat comercial urbana | L'activitat comercial urbana fa referència a totes les activitats comercials en planta baixa que es troben ubicades en els espais urbans dels municipis. L'activitat comercial urbana està formada per comerços, serveis, activitats de restauració i qualsevol altre negoci ubicat en l'espai urbà.

AMIC | Són un model de gestió publicoprivat aprovat amb rang de Llei, en concret es tracta de la Llei 6/2023, de 16 de març pel Parlament de les Illes Balears. L'acrònim incorpora el significat de les àrees municipals d'impuls comercial. El seu objectiu es focalitza en modernitzar i professionalitzar la gestió de l'espai comercial urbà, per mitjà d'una entitat gestora legitimada per votació del 50% dels titulars de l'activitat econòmica del territori delimitat, i redacta i impulsa un projecte per a l'àrea delimitada, que també ha de comptar amb l'aprovació posterior del ple municipal.

APEU | Model de gestió publicoprivat aplicable a Catalunya. L'acrònim incorpora el significat àrees de promoció econòmica urbanes d'un municipi.

BID | Acrònim de *Business Improvement District*, el model anglosaxó de gestió publicoprivada d'un espai comercial urbà legitimat per una votació dels titulars dels establiments ubicats en el territori d'actuació prèviament delimitat. Compta amb un pressupost i pla aprovats que habitualment incorpora la millora de la neteja, la seguretat, la promoció i comunicació comercial, la responsabilitat comunitària, l'impuls de la marca de l'espai comercial, entre d'altres.

Cens comercial | Eina de mesura i anàlisi de la realitat comercial de l'espai urbà, que compta, categoritza i analitza diferents paràmetres sobre la densitat i continuïtat dels establiments comercials.

Delimitació comercial | És el procés pel qual un municipi concreta la ubicació de la seva oferta comercial. La disposició d'una bona delimitació comercial d'un municipi és un instrument molt important perquè les regidories puguin projectar mesures de planificació comercial molt més ben definides.

Diagnosi comercial | Instrument metodològic per determinar les conclusions d'un determinat projecte. Tot i existir múltiples instruments de diagnosi, l'anàlisi DAFO és un dels més habituals i dels que millor ens poden ajudar a realitzar un diagnòstic acurat del comerç d'un municipi.

Dinamització comercial | Conjunt de polítiques públiques i privades orientades a millorar la competitivitat d'un municipi. La dinamització comercial requereix polítiques valentes, transversals, que vagin dirigides a l'impuls de l'activitat comercial urbana d'un municipi.

Espai comercial urbà | Agrupació d'establiments d'activitats econòmiques urbanes que es concentren en un carrer o via amb suficient continuïtat i densitat comercial, i que es constitueixen en una associació de gestió professionalitzada.

BLOC 7. GLOSSARI I RECURSOS D'INTERÉS

Tot seguit es fa un recull dels termes que han aparegut al llarg del document i que són d'especial rellevància:

Memòria justificativa | Document que recull l'anàlisi de la situació de partida de l'àrea on es planteja la implementació de l'AMIC així com els possibles impactes d'aquesta tant en la zona com al seu entorn proper i la resta del municipi.

Ordenances | Normes d'obligat compliment que regulen una activitat urbana, aprovades pel Ple municipal en virtut del principi d'autonomia local. En el cas del comerç de proximitat, endrecen aspectes com ara l'ocupació de l'espai públic, les terrasses en la restauració, la mobilitat i el trànsit o la fiscalitat, entre d'altres.

Paísatge comercial urbà | Conjunt de la imatge exterior dels establiments, amb els seus aparadors, rètols i senyalística exterior, sumat a la imatge del mobiliari urbà, voreres, zones enjardinades, presència d'equipaments o edificis patrimonials i zones infantils que caracteritzen físicament l'espai comercial. La qualitat estètica d'un espai, amb la seva netedat, comoditat i singularitat dels establiments (amb comerços històrics), és un factor rellevant per atreure la demanda comercial i sobre el qual cal actuar des del govern local.

Pla estratègic del comerç | Treball d'anàlisi i propostes de línies de treball que tota regidoria de comerç ha de disposar. El pla estratègic del comerç i l'activitat comercial urbana és l'instrument que les regidories de comerç han de seguir any rere any com a base de referència per a la promoció del teixit comercial urbà del municipi.

Pla d'actuacions | Document que parteix de les fites de l'AMIC i descriu els instruments, les funcions i les mesures per tal d'assolir-les.

Reactivació econòmica | La reactivació econòmica dins l'àmbit del comerç urbà l'entenem com les mesures, necessàries, que qualsevol regidoria ha d'impulsar per promoure una millor activitat econòmica i comercial del seu comerç. Qualsevol regidoria ha de tenir en el seu pla d'acció anual tot un seguit de mesures dirigides a la reactivació econòmica.

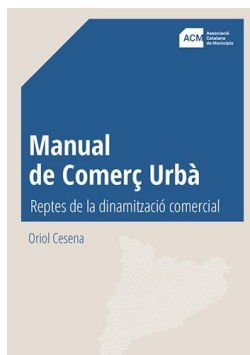
SCPL | La Superfície Construida Ponderada del Local

SCPA | La Superfície Construida Ponderada de l'AMIC és la suma de totes les SCP dels locals inclosos a l'AMIC

Urbanisme comercial | Conjunt de mesures que es porten a terme per tal de millorar la imatge comercial urbana d'un municipi. Les seves tres grans línies de projecció són l'accessibilitat, els serveis i la imatge comercial urbana d'un municipi o territori.

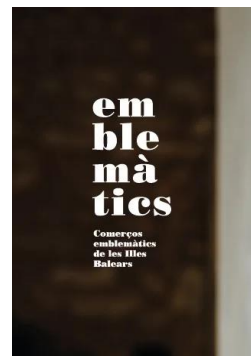
BLOC 7. GLOSSARI I RECURSOS D'INTERÉS

A continuació es mostren un seguit de recursos d'interés per a la seva consulta i lectura



Manual de Comerç Urbà. Reptes de la dinamització comercial **Oriol Cesena**

Aquest manual ofereix un conjunt de solucions i respostes àgils i accessibles als dubtes que pot generar, en la gestió del comerç urbà, la creixent competitivitat.



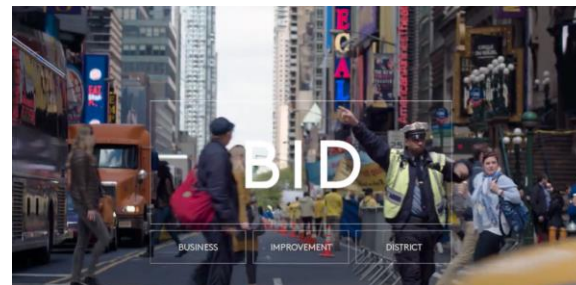
Emblemàtics. Comerços emblemàtics de les Illes Balears **IDI**

Manual per a la implementació del projecte dels comerços emblemàtics de les Illes Balears en el que s'exposen les tipologies de comerços, així com una proposta de pla d'acció.



A state-of-the-art review of Business Improvement Districts in the UK: Setting the agenda for policy, practice, and research | Resources | High Street Task Force **(highstreettaskforce.org.uk)**

Document resultant d'un intens treball acadèmic sobre les BID. Inclou el cicle de vida d'aquests, perspectives de futur i recomanació sobre polítiques públiques a desenvolupar.



Coneix els BID, referent internacional per a les APEU

En aquest video s'explica què és un BID (Business Improvement District), model d'èxit mundial que Catalunya ha importat sota la denominació d'APEU (Àrees de Promoció Econòmica Urbana).

Guia impulsada per:



Guia realitzada per la consultora:



www.focalizza.com info@focalizza.com

Tel. 93 432 58 10

Amb el suport de:

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

