

ANÀLISI DE LA IMPLANTACIÓ D'UN **BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICT A BARCELONA**



**Anàlisi de la implantació d'un Business Improvement District a
Barcelona**

Desembre 2017

Edició: PIMEComerç

Coordinació del projecte: Miquel Àngel de Garro

Col·laboració de continguts: Cristina Gallardo

©PIMEComerç 2017

Viladomat, 174
08015 barcelona (Catalunya)
pcomerc@pimec.org
www.comerc.pimec.org

És permesa la reproducció i la comunicació pública
sempre que se'n faci un ús no comercial i se citi el
títol de l'estudi i el titular dels drets d'autor.

Contingut de l'estudi

1.	Introducció	4
2.	Què són els BID?.....	4
3.	Contextualització dels BID.....	5
4.	Característiques dels BID.....	5
5.	El manteniment dels BID.....	6
6.	Legitimació dels BID	8
7.	La formació dels BID.....	9
8.	Finalitats dels BID	11
9.	Experiències de Centres Comercials a Cel Obert a Catalunya.....	13
10.	Principals aspectes i finalitats sobre la implantació dels BID a Barcelona.....	15
10.1	La situació actual del comerç	15
10.2	Objectiu de crear un BID a Barcelona	16
10.3	L'aposta per la modernització i professionalització del comerç.....	17
10.4	El paper de les associacions de comerciants.....	18
10.5	La direcció dels BID.....	20
10.6	La forma jurídica de l'ens	21
10.7	Finalització del projecte i anàlisi dels resultats.....	21
10.8	Reptes en l'aplicació dels BID.....	22
11.	Conclusions	24
Annex 1.	26
Annex 2.	27

1. Introducció

Com a conseqüència de la crisi econòmica dels últims anys, juntament amb la introducció de les noves tecnologies que transformen els hàbits del consumidor, el sector del petit comerç ha d'afrontar nous reptes que li permetin augmentar la seva competitivitat.

En aquest context, partint d'allò establert en l'article 54 de la Llei 18/2017, d'1 d'agost, de comerç, serveis i fires, la Disposició final tercera explicita que en el termini de 18 mesos Catalunya haurà d'aprovar un projecte de llei que estableixi el marc regulador de les Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU) o *Business Improvement Districts* (en anglès).

Després d'analitzar les diferents experiències internacionals i consultar diverses fonts d'informació, el present document fa un recull de les posicions i conclusions que durant anys s'han anat elaborant entorn dels BID. Tot això ens ha permès extreure les nostres pròpies conclusions sobre les opcions més viables, així com els principals aspectes clau que s'han de tenir en compte a l'hora de desenvolupar una normativa que impulsi la implantació d'un BID a la ciutat de Barcelona.

2. Què són els BID?

BID són les inicials de *Business Improvement Districts* o, com ho anomenaríem en català, Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU). Tot i que reben multitud de nomenclatures, els BID són la figura més reconeguda a nivell internacional.

Els BID, per tant, són la fórmula resultant de l'associació publicoprivada que serveix per definir, sobre una àrea urbana, concreta i definida, una sèrie de serveis destinats a millorar la competitivitat econòmica de la zona.

Aquests serveis solen consistir en una millor neteja dels carrers, més seguretat, una major inversió en màrqueting i una millora en l'urbanisme de l'espai on els comerços i negocis estan situats. Per tant, es tracta d'una complementació dels serveis municipals estàndards.

Com és evident, aquesta millora en els serveis se sustenta en la contribució econòmica que s'hi destina a aquest efecte, i que realitzen els integrants d'aquests BID. Tanmateix, hi ha diferents teories i sistemes sobre com aplicar aquesta aportació econòmica.

3. Contextualització dels BID

L'origen dels BID prové de la inquietud dels comerciants de voler revitalitzar la seva zona comercial davant d'una situació extrema que els havia portat a la seva pràctica desaparició.

En aquest sentit, el primer BID sorgí a la ciutat de San Francisco cap als anys vint, com a reacció a les complicacions que va comportar el terratrèmol i l'incendi produït l'any 1906¹. La necessitat de sortir-se'n econòmicament va dur l'associació dels comerciants del centre de la ciutat a crear la Down Town Association of San Francisco². Aquesta incipient iniciativa va continuar desenvolupant-se fins als anys seixanta i es va consolidar a Toronto l'any 1971, amb el BID de Bloor West Village. Aquest va ser el primer Business Improvement District legalitzat que contemplava la cooperació publicoprivada i la corresponent contribució econòmica obligatòria dels seus integrants per assolir les fites acordades. De fet, les primeres accions que es van dur a terme van ser la millora del paisatge urbà, els accessos, el mobiliari urbà, la il·luminació, etc.

Fins als anys noranta no es va produir una veritable proliferació d'aquest tipus d'organitzacions publicoprivades, que responien bàsicament a la necessitat de millorar la competitivitat i l'eficiència dels centres de les ciutats com a resposta al declivi produït en els centres urbans, sobretot per la desertització comercial i l'aparició de nous models comercials fora de les trames urbanes consolidades.

Aquesta modalitat organitzativa s'ha anat assentant amb èxit al Canadà i als Estats Units d'Amèrica, de manera que avui trobem aproximadament 71 BID a la ciutat de Toronto i 115 a l'Estat de Nova York.³

4. Característiques dels BID

Tal com hem comentat en els paràgrafs anteriors, els BID tenen com a objectiu augmentar el flux comercial de la zona, cosa que tracten d'aconseguir de forma indirecta satisfent les demandes complementàries dels consumidors; que no són les que els portaran a efectuar una compra, sinó que són les que definiran el lloc on aquesta es realitzarà.

¹ Bratos Martín, Miguel, 2012, *Business Improvement Districts: Una nueva forma de colaboración público-privada para la revitalización socioeconómica de áreas urbanas*.

² Hoyt & Goppal-Agge, 2007.

³ Becker, C. Grossman, S. Dos Santos, B., 2011, *Business Improvement Districts*.

Així doncs, per tal de generar resultats el BID necessita finançament per part dels usuaris i operadors que el componen; i els mètodes per aconseguir-ho són diferents en funció de l'indret i de les peculiaritats de l'organització creada.

Alguns dels mitjans utilitzats per al càlcul del recàrrec són el valor de la propietat, la quantitat pagada pels establiments en virtut d'algun impost o tribut vinculat a la mateixa –com, per exemple, l'impost de béns immobles (IBI)–; la superfície de l'establiment; la ubicació del local a peu de carrer i la localització dins del BID, la xifra de vendes; la longitud de l'aparador, o bé una combinació d'alguns dels elements anteriors⁴.

El que sí que s'acostuma a acceptar en el model americà és que la quantitat recaptada, així com la distribució del pressupost en les diferents activitats acordades, és responsabilitat de la direcció del BID, sense que l'ens públic acostumi a intervenir-hi, de tal manera que la gestió queda en mans dels operadors privats.

5. El manteniment dels BID

El manteniment dels BID se sosté a partir dels ingressos que reben de les aportacions dels operadors implicats. En la majoria de models de BID implantats, qui habitualment té la potestat per a recaptar aquests pagaments és l'Ajuntament del municipi en qüestió, que a la vegada els traspasa a la direcció del BID.

Aquests recursos es destinen al BID amb la finalitat d'assolir les fites que s'hi han acordat realitzar. Sovint consisteixen a complementar els serveis públics prestats per l'Administració pública, com ara la neteja, la seguretat, l'enllumenat, l'accessibilitat o la modificació d'elements urbans, etc.

En aquest sentit, per pertànyer al BID s'ha de contribuir econòmicament al seu desenvolupament de forma obligatòria⁵, ja que, si no, es fa gairebé impossible mantenir-ne la viabilitat. De la mateixa manera, es fa front als anomenats *free-riders*, que serien aquells operadors que es veurien beneficiats per les actuacions del BID però sense fer-hi cap aportació econòmica. De fet, tan sols consta una experiència de BID (a Massachusetts, EUA), on no es

⁴ Mitchell, J., 2008, *Business Improvement Districts and the Shape of American Cities*. State University of New York Press. Albany, Nova York, EUA.

⁵ Es diu que pertànyer a un BID representa un augment d'entre un 1% i un 3% de pressió fiscal. Tot i així, també hi ha diferenciacions (o fins exempcions) d'algunes parts afectades com ara ONG, propietaris de locals no comercials, institucions públiques, etc. (Bratos Martín, Miguel, 2012).

contemplava l'obligatorietat de contribuir-hi econòmicament. Tanmateix, en aquest estat la proliferació de BID ha estat pràcticament nul·la.

Les aportacions que es destinen al manteniment del BID reben diferents nomenclatures segons el país en què ens fixem; per exemple, trobem termes anglosaxons com *tax*, *fee*, *levy*, *charge*, *assessment* o *due*. El més comú als Estats Units és el *d'assessment*, mentre que al Regne Unit sovint es fa referència al *levy*⁶.

Cal destacar la diferenciació entre uns tipus i els altres; en el cas dels EUA *l'assessment* inclou repercutir el pagament a tots els propietaris de béns immobles situats a l'àrea d'actuació del BID, mentre que el *levy* anglès recau només en els operadors de locals comercials i de serveis.

De fet, aquesta és una de les principals controvèrsies que es presenten en el desenvolupament d'una normativa dirigida als BID: qui ha de contribuir-hi, i qui no.

A Alemanya, tot i que l'aplicació del pagament s'assimila més a la concepció americana, ha calgut assumir aquesta divergència de criteris en els tribunals. Es dirimia si els propietaris d'habitatges també estaven obligats a assumir la contribució econòmica o no del BID, i a criteri del tribunal es va estimar que sí, ja que de forma indirecta veien revalorats els seus immobles per les inversions que es feien en el seu districte. Tanmateix, el criteri dels juristes alemanys és força discrepant, ja que argumenten que el pagament al BID només hauria de recaure en els operadors comercials i de serveis que són, en definitiva, els que obtenen un benefici més evident. I de fet, aquest també és el criteri que segueix el model anglès.

En qualsevol cas, la forma de determinar la quota que pertoca pagar als subjectes implicats en el BID es determina en funció del valor administratiu dels immobles (cas germànic o americà), o bé del seu lloguer potencial (cas anglès). El que sí que s'ha de tenir en consideració és que ha d'existir una motivació justa que estableixi la capacitat econòmica de cadascun dels obligats.

Per altra banda, un concepte també controvertit és la naturalesa d'aquesta contribució econòmica obligatòria. S'acostuma a entendre com un tribut municipal, o més aviat com un recàrrec sobre un tribut municipal (com seria el cas si es determinés la quota a partir de l'IBI). En aquesta línia, alguns autors⁷ defensen que es tracta d'un recàrrec però no d'un tribut com a tal; ja que en el cas que ho fos, es podria trencar la igualtat que ha d'existir entre empreses davant les obligacions fiscals. És a dir, en l'hipotètic cas que el recàrrec fos considerat un tribut,

⁶ El BID *levy* està contemplat en la *Local Government Act 2003*. A Gal·les i Escòcia la regulació és molt semblant. Així el *levy* es calcula a partir d'un tribut que grava la propietat immobiliària, però que exclou aquells immobles destinats merament a l'habitatge (M. Luisa Esteve, 2016. Document de treball: *Dels BID a les APEUS*).

⁷ Richard Briffault, 1999. *A government for our time? Business Improvement Districts and Urban Governance*.

les organitzacions pertanyents al BID estarien gravades en major mesura respecte a les organitzacions no pertanyents a cap BID. En aquest sentit, en el cas que la recaptació de la quota del BID recaigués sobre un tribut (com a recàrrec), esdevé necessària una previsió normativa de caràcter fiscal que ho estableixi.

De totes maneres, les conseqüències de no complir amb l'obligació de pagar la contribució assignada són les mateixes que les de no pagar un tribut municipal, ja que comporta la imposició de multes, embargaments o la iniciació d'una via de constrenyiment contra la part morosa.

6. Legitimació dels BID

Com que es tracta d'una iniciativa publicoprivada de caire força insòlit, els BID requereixen una legitimació fonamentada que doti de sentit aquest tipus d'organització. Atesa aquesta consideració, el procés democràtic de creació esdevé fonamental.

Els BID es caracteritzen per ser el resultat de la col·laboració del sector privat per constituir una organització que vetlli per la millora substancial del territori on es troben. En aquest sentit, són els ciutadans, els comerciants i els empresaris els qui decideixen consolidar un projecte comú per assolir reptes que els són beneficiosos.

Abans de posar-se d'acord amb l'Administració pública, ha d'acordar-se el suport formal i material quant a l'organització del BID, és a dir, que les parts implicades estiguin d'acord a impulsar-lo. Aquest procés és, doncs, rellevant en la mesura que ha de comptar amb una determinada quantitat de públic assistent en el procés d'establiment de l'organització per tal de fer-lo al més democràtic possible.

Així mateix, les decisions que es prenguin en el si d'aquest procés han de ser ratificades per la votació dels participants, tot fixant-se uns mínims i uns màxims per part dels operadors dels establiments comercials⁸. En aquest sentit, torna a presentar-se com a necessari un marc normatiu que determini aquests màxims i mínims que avalin la implantació d'un BID.

En el cas anglès, l'ajuntament facilita la creació dels BID a partir d'una guia tècnica⁹ que ajudarà tant el responsable municipal com els organitzadors privats del BID a tenir un control de cadascuna de les fases del procés de creació. Aquesta guia es basa en la normativa bàsica que el

⁸ Les proporcions de vots favorables i de participació, així com les parts legitimades per intervenir en el procés, depenen de les legislacions dels Estats i de les regulacions locals. Generalment, es vincula el dret a vot als que estaran obligats a pagar el recàrrec, però en ocasions també es permet la participació d'altres *stakeholders* com ara veïns, organitzacions no lucratives, etc.

⁹ *Technical Guide for Local Authorities*. Març 2015.

Regne Unit té aprovada en matèria de BID, i que dona les claus per a poder seguir un procés de constitució amb totes les garanties democràtiques.

En segon lloc, s'ha d'establir un procés d'informació per als afectats pel BID, de tal manera que coneguin el projecte i puguin participar activament en les fases decisòries.

Per últim, un cop estigui definit el projecte final del BID en qüestió, se sotmetrà a votació -partint de les directrius establertes en la normativa local corresponent- per procedir, si escau, a la seva acceptació (tenint en consideració les ràtios necessàries per a la seva aprovació). Generalment hi ha 3 possibilitats: el vot entre els operadors, que necessitarà un mínim d'acord amb el que estableixi la legislació; l'absència d'objeccions en la presentació oficial de la proposta, o per decisió argumentada i justificada de l'òrgan de govern competent prèvia consulta i acord de la majoria dels operadors (que acostuma a ser l'Ajuntament) quan la instauració del BID sigui necessària per a la zona.

7. La formació dels BID

En el desenvolupament dels passos anteriorment comentats hauran de definir-se en un document, com és evident, aspectes cabdals per a la formació del BID: els límits, les característiques principals de l'organització, la quantia i el mecanisme amb el qual es durà a terme el finançament, la determinació de les parts interessades, així com la seva implicació en el projecte, etc.

En aquest ordre de les coses, s'acostuma a aprovar, mitjançant conveni amb l'Ajuntament de la localitat on estigui situat el BID. Normalment, la durada d'aquest conveni és d'entre 2 i 5 anys, temps en què el BID hauria de poder aconseguir les fites que s'ha proposat. D'aquesta manera, un cop aprovat, tots els operadors compresos dins de l'àrea del BID queden obligats -tant els que van votar a favor com els que van votar-hi en contra- al compliment de les obligacions reflectides en el document sotmès a votació (implicació amb les tasques del BID, pagament dels recàrrecs establerts, etc.).

Probablement, ara ens estarem preguntant quins són els percentatges de votació que es consideren necessaris per avalar o no la implantació d'un BID en una determinada zona; la resposta és que cada país té diferents formes de determinar-ho; vegem-ho:

Les referències europees que tenim a l'abast són dispars entre elles a l'hora de determinar els mínims necessaris per establir definitivament un BID en un determinat territori. Així, en el cas

holandès, el cens dels votants ve donat pels negocis compresos dins l'àrea del BID proposat (o BIZ, *Bedrijven Investeringszone*, en holandès). D'aquests, han de votar com a mínim el 50% i, d'aquest grup, el 66% o més han d'emetre el vot favorable a la implantació. A més, aquest 66% ha de representar més de la meitat del valor de la propietat en l'àrea afectada.

Per altra banda, en el cas alemany l'Ajuntament nomena la direcció del BID prèvia votació entre els candidats presentats. Aquests candidats han de rebre almenys el vot del 15% del total de vots i, a la vegada, aquests vots han de representar com a mínim el 15% dels metres quadrats de l'àrea del futur BID. Pel que fa al recàrrec, es calcularà sobre la base de l'increment del valor de les propietats durant l'últim exercici del BID, amb un topall que no permeti excedir del 10% de la propietat.

En el cas d'Anglaterra, per exemple, es demana que el resultat de la votació perquè s'apliqui el projecte del BID ha de ser, com a mínim, el 51% dels valors de la propietat de l'àrea futura del BID (sobre la qual posteriorment es calcularà el recàrrec).

Cal destacar un aspecte rellevant en el cas anglès, i és que en contraposició a allò que s'estableix en els Estats Units, el model britànic només grava els *non-domestic ratepayers*, és a dir, els ocupants dels locals comercials i no pas els seus propietaris. En aquest sentit, la quantia de la quota està prevista en el conveni que cada BID presenta com a proposta abans de la votació per decidir sobre l'establiment, o no, de l'organització.

Per tant, quant a la votació del cas anglès, ni els propietaris ni els residents de la zona on s'implanta el BID podran votar (ja que no hauran d'assumir cap quota), però sí que podran assistir a les assemblees en cas que ho desitgin. En definitiva, només els operadors comercials tenen veu i vot.

El raonament d'aquest criteri és que, si no fos així, es considera que els propietaris o els residents podrien negar-se a la creació del BID ja que això podria comportar una despesa de la qual no es veurien directament beneficiats o que preferirien no assumir. Per tant, es restringiria el vot als operadors comercials que seran els qui, si hi estiguessin a favor, abonarien els recàrrecs econòmics per desenvolupar el seu projecte de millora comercial.

8. Finalitats dels BID

L'objectiu que persegueix la creació d'un BID és, a grans trets, la millora de la zona on s'establirà per tal de crear un clima adequat i atractiu per als ciutadans, clients i comerciants que permeti una major atracció i, per tant, assolir unes millors vendes.

En aquest sentit, de quina manera pot un BID millorar una determinada zona? En tenim diferents exemples, de més bàsics a més complexos, però tots ells efectius i utilitzats en la majoria de BID creats fins ara.

Un dels primers passos i més freqüentment requerits és el de millorar el manteniment i la neteja de l'àrea, així com la consolidació de la seguretat. Aquests tres factors són essencials per començar a generar un ambient adequat de regeneració o millora d'un determinat eix comercial. Aquesta actuació pot comportar des de la neteja de grafitis, la retirada de xiclets de les voreres, la recollida de puntes de cigarreta, de cartells publicitaris no autoritzats, la coordinació de la gestió dels residus, la reparació de rètols, el manteniment de l'arbrat i plantes urbanes, etc.

Pel que fa a la seguretat, és un tema primordial per generar la sensació de benestar adequat i fomentar el civisme i la convivència a la zona. Per assolir aquesta fita, alguns BID col·laboren habitualment amb la policia local per millorar la prevenció de delictes, la identificació de delinqüents, etc. També és una pràctica habitual organitzar patrulles de seguretat (anomenades *safety ambassadors*), que ajudin a tenir presència en els carrers per controlar pràctiques incíviques o delictives. En cap cas aquestes patrulles tenen potestat per actuar però sí que poden avisar la policia immediatament i dissuadir preventivament, amb la seva presència, de fer determinades actuacions no desitjables. Així mateix, també ofereixen ajuda i proporcionen informació als vianants que transiten pel BID.

En segon lloc, un dels altres objectius del BID és coordinar accions de màrqueting que ajudin a promocionar la zona i els seus negocis, de forma que els posicioni i diferenciï positivament a la ciutat. Així mateix, també ha de procurar teixir interaccions amb el consumidor i amb els ciutadans, proporcionant-los facilitats, millores i avantatges, com per exemple elaborar millors plans de mobilitat, facilitar l'accés als establiments, crear zones d'aparcament i determinar zones pacificades al trànsit, facilitar la comunicació amb l'Ajuntament, etc.

En tercer lloc, el BID serveix per millorar la viabilitat i el desenvolupament dels comerços que hi estan adherits, proporcionant-los programes de formació, de coordinació, de qualitat, etc. Així

es garanteix una determinada sostenibilitat del projecte que permeti revitalitzar i millorar la imatge de l'àrea.

Per últim, també és important dissenyar un sistema d'avaluació en què la ciutadania, els residents, els propietaris i els operadors puguin opinar sobre el funcionament de l'organització creada, i així poder-ne millorar els aspectes que es considerin o potenciar els que funcionen. També serveix per valorar i analitzar la necessitat de prorrogar el conveni del BID un cop aquest arribi al seu final.

D'altra banda, cal destacar dos aspectes a tenir en compte i que convé aclarir quan ens referim als serveis que proporciona un BID: per un costat, quan es parla de seguretat no s'ha d'entendre en cap cas com una creació alternativa de força de l'ordre, sinó com un col·lectiu de vigilants que ajudin a garantir un clima òptim de civisme. D'igual manera, tampoc podem parlar de limitar l'accés al BID a determinats ciutadans, ja que recordem que el BID s'estableix sobre l'espai públic, on la lliure circulació només pot estar condicionada per qui en té la competència, que és el propi Ajuntament.

Imaginem-nos els efectes perniciosos que podrien produir-se si es limités l'entrada als BID o se'n fes fora determinades persones.

El segon aspecte que pren rellevància en la configuració dels BID és que no es poden confondre els serveis públics prestats per l'Ajuntament i els que presta el BID. És a dir, el BID pot esdevenir un complement o, en el millor dels casos, una solució a determinats problemes que afecten els interessos dels membres que el conformen, ja que adaptaran les seves prioritats a les seves necessitats, però en cap cas ni pot ni s'ha d'entendre com un substitutiu del sector públic¹⁰. És més, aquesta situació s'ha d'evitar costi el que costi.

Si es donés el cas que un BID substituís l'Ajuntament en la prestació d'un servei, aquest quedaria subjecte a la voluntat de la junta de direcció d'una organització, que si bé pot estar composta per membres de l'Ajuntament, seguiria essent privada. Per aquest motiu, el manteniment d'un determinat servei podria desaparèixer per la simple decisió d'uns interessos privats per orientar les seves activitats a altres objectius diferents que no requerissin la prestació de tal servei.

De la mateixa manera, l'Administració ha de procurar no caure en la temptació de desentendre's de la zona on actua el BID, ja que en cas contrari podria produir-se una situació en la qual els serveis –que podrien ser fonamentals– quedessin anul·lats.

¹⁰Houstoun, L., 2009, *Business Improvement District: Partnering Local Governments and Business*.

9. Experiències de Centres Comercials a Cel Obert a Catalunya

A l'espera de la implementació d'una normativa autonòmica i local que permeti una correcta aplicació del model BID, actualment el més semblant que trobem a aquest tipus d'estructures són els Centres Comercials a Cel Obert (CCCO). A Catalunya, destaquen dues entitats de referència que es troben als municipis de Terrassa i Granollers.

A Terrassa hi ha el Terrassa Centre¹¹ que neix l'any 2007 com a instrument per a la transformació del municipi de Terrassa en un lloc atractiu per a nous potencials clients, així com per a la promoció de l'activitat econòmica i la millora de la imatge comercial de la zona.

L'any 2014 Terrassa Centre signa un conveni¹² de col·laboració amb l'Ajuntament de Terrassa anomenat *preBID*, per col·laborar en tot el que suposa la promoció de la ciutat i en accions de caràcter sociocultural per millorar la gestió de la zona de més activitat econòmica.

La gerència professionalitzada de Terrassa Centre ha permès generar diferències visibles amb altres CCCO, dotant-lo de personalitat i singularitat pròpia. El CCCO de Terrassa disposa de serveis de neteja (grafits, cartells, façanes...), de seguretat i d'un centre d'informació per als nous usuaris. La zona també compta amb espais de vianants amb bona il·luminació i adaptades a les persones amb discapacitat. D'altra banda, l'organització de Terrassa Centre proveeix diversos serveis interns a cada un dels associats per millorar el rendiment dels seus propis negocis.

Un aspecte clau del seu èxit el trobem en l'elevat nivell d'implicació dels seus socis, encarregats de decidir les actuacions que s'han de dur a terme, en espera que s'aprovi un marc normatiu que permeti implementar un sistema d'autofinançament adequat al model BID. L'any 2008, el pressupost assolit va ser aproximadament de 450.000€ (amb una quota mínima de 26€).

En el cas del CCCO de Granollers¹³, el Gran Centre Granollers va néixer l'any 1995, amb 50 socis fundadors. Avui dia reuneix prop de 200 comerciants, professionals i empreses de serveis que representen prop del 70% dels negocis independents establerts a la zona comercial, fet que suposa un elevat índex d'associacionisme dins del sector. També hi ha entitats socials, culturals

¹¹ Per a més informació, consulteu la pàgina web: www.terrassacentre.com

¹² Conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Terrassa i l'Associació Comerç Terrassa Centre per a la implementació d'un protocol de funcionament, coordinació de les activitats i ús de l'espai públic a l'àmbit de carrers del centre històric.

¹³ Coca-Stefaniak, Andrés, 2008 i Rovira, 2007, *Manual de gestión de centros urbanos, Anexo II*.

i esportives de Granollers interessades en la col·laboració mútua; com també hi són representats socis honorífics i fundacions.¹⁴

El Gran Centre Granollers compta amb un pla d'activitats molt divers amb l'objectiu principal de recuperar el patrimoni i atractiu de la ciutat, per la qual cosa, les activitats dutes a terme per l'entitat giren entorn de tres eixos fonamentals: la ciutat, el comerç i la cultura. Mitjançant la creació d'una imatge unitària i la posada en marxa d'estratègies de posicionament, aquest centre tracta de competir amb les grans superfícies que posen en perill la supervivència del comerç tradicional i de proximitat.

Per altra banda, també tenim com a referència l'experiència del cas de Corbera de Llobregat, que el 2015 va començar a desplegar el seu projecte de Centre Comercial a Cel Obert anomenat "Cèntric, la Corbera de les 15.000 meravelles"¹⁵.

Aquest projecte, que a dia d'avui segueix en funcionament, té com a finalitat potenciar l'actual zona comercial urbana de Corbera de Llobregat per mitjà d'un CCCO (delimitat en una zona concreta del municipi) en el qual es desenvolupin activitats comercials i de serveis en un ambient urbanístic i arquitectònic atractiu per al visitant.

El "Cèntric" té una programació a curt termini, de caràcter anual, i afecta diferents actuacions transversals com són l'adequació de la via pública, l'ampliació de zones de vianants, la millora en l'aparcament i la gestió de la zona blava, el disseny d'una política comercial conjunta i la realització d'activitats d'animació al carrer.

Una de les iniciatives endegades per l'Ajuntament de Corbera ha estat la de millorar urbanísticament i arquitectònicament la zona comercial del municipi, per això el darrer mes d'octubre de 2016 l'equip de govern del consistori va aprovar dues moratòries per un període de dos anys (2017-2018) en les taxes per a l'ocupació de terrenys d'ús públic amb taules i cadires amb finalitat lucrativa, i de terrenys d'ús públic amb mercaderies.

La finalitat d'aquesta moratòria en les taxes té l'objectiu d'ajudar tots aquells comerços que actualment estan ocupant domini públic local, ja sigui amb mercaderies o bé amb taules i cadires amb finalitat lucrativa, de manera que no hagin de pagar la taxa que es regula a les ordenances corresponents (OOF 15 i 16) i puguin reduir, així, la seva despesa. Això incentiva la sortida al carrer d'aquells establiments que fins ara no ho havien fet. D'aquesta manera, augmenta el trànsit de persones per la zona comercial i d'esbarjo. Alhora, des del servei de Comerç de

¹⁴ Per a més informació, consulteu la pàgina web www.grancentre.com

¹⁵ Vegeu la documentació aportada a l'Annex.

l'Ajuntament s'ha creat un manual orientador que vol definir l'estil propi de carrer, millorant la imatge externa dels establiments, la qualitat del paisatge i l'estètica de les terrasses, i definint, entre altres aspectes, els colors materials de taules i cadires, etc. Amb aquest llibre, doncs, es pretén harmonitzar estèticament l'espai públic i orientar el comerciant per tal que faci les adaptacions que consideri convenientes sense obligar-lo a perdre els seus trets característics.

El tret diferencial amb un BID o APEU, en aquest cas, és que ni la iniciativa ni el finançament provenen dels operadors privats, sinó de l'Ajuntament. Tanmateix, sí que és cert que, en gran mesura, l'associació de comerciants del municipi (ACOPA) hi col·labora molt activament, tant amb la implantació de les diferents iniciatives comercials que es realitzen, com amb la calendarització dels esdeveniments i la dinamització de l'esmentada zona comercial al llarg de l'any.

En definitiva, són molts els beneficis que obtenen els comerciants de la zona on s'instaura un CCCO, beneficis que directament influeixen en la cultura, l'economia, el medi ambient i, en general, en el conjunt de la societat, fomentant la cooperació del sector públic i privat, i proveint a la població serveis addicionals que milloren la qualitat de vida dels seus ciutadans.

10. Principals aspectes i finalitats sobre la implantació dels BID a Barcelona

En aquest apartat analitzarem aquells aspectes més rellevants que identifiquem com a estratègics per a la implantació d'un *Business Improvement District* (o d'un APEU) a la ciutat. Així mateix, exposarem quines són les fites que s'haurien d'aconseguir amb la posada en marxa d'aquest tipus d'iniciatives.

10.1 La situació actual del comerç

En l'actualitat, el més semblant als BID que el comerç de proximitat té a l'abast són els Centres Comercials a Cel Obert (CCCO). Tot i això, les diferències per arribar al punt de professionalització i cooperació que assoleixen els BID són encara nombroses; sobretot pel que fa a la millora real de la competitivitat del petit comerç.

De fet, la majoria de CCCO neixen precisament d'associacions de comerciants amb l'empara i col·laboració de l'administració pública, però els sistemes de funcionament tenen una excessiva dependència, pel que fa al marc de finançament, del voluntarisme. Com a regla general, el model

actual dels CCCO es basa en la captació de fons a través de tres vies: les quotes voluntàries dels empresaris associats, l'obtenció d'ajudes i subvencions públiques, i l'eventual obtenció d'ingressos per prestació de serveis. Residualment també s'obté finançament a partir de patronatges, esponsorització, gestió d'infraestructures, etc.

Amb tot, i considerant el baix nivell d'associacionisme que hi ha a l'Estat (vora el 20%), podem constatar que molts comerciants no són conscients dels beneficis que comporta la millora tant del seu negoci com de l'entorn en el qual es troba; i per aquest motiu, rarament estaran disposats a col·laborar econòmicament en projectes o accions que no afectin, d'una forma directa, el seu negoci.

Per altra banda, un dels desavantatges dels CCCO són els anomenats *free-riders*, que serien aquells comerciants o empresaris que, sense contribuir econòmicament, es beneficien igualment de les accions i les millores que l'organització del CCCO implementa amb les quotes dels que sí que hi estan associats.

En aquest sentit, si hi afegim l'alta dependència de les ajudes públiques sense una altra font de finançament, aquest tipus d'associacions comercials es veuen a mitjà-llarg termini debilitades, ja que les determinacions imposades pels ens públics no sempre són les que realment voldria el sector privat. Per aquest motiu cada vegada es presenta com una necessitat urgent crear sinergies publicoprivades que construeixin projectes sòlids i consolidats en el temps.

10.2 Objectiu de crear un BID a Barcelona

La finalitat de crear un BID és, sens dubte, la de millorar una zona comercial i revitalitzar-la per generar un major flux de consumidors, de manera que s'hi sentin més còmodes i n'incentivi les compres. Com és evident, això repercuteix en un millor índex de venda dels comerciants que formen part d'aquesta iniciativa.

En aquest sentit, els interessos de les corporacions locals i de les associacions de comerciants tenen objectius comuns respecte al model de ciutat, ja que ambdós volen: ciutats dinàmiques, competitives, sostenibles, atractives i atraients, innovadores i creatives, netes i segures. En definitiva, que ofereixin oportunitats per a tothom i un alt nivell de qualitat de vida.

Per tant, el comerç de proximitat exerceix un paper molt important, segurament més del que normalment es pensa, a l'hora de construir iniciatives que permetin un desenvolupament real de les ciutats.

Tenint en compte, doncs, aquest punt de partida, és el sector del comerç el que té la possibilitat de millorar el seu entorn urbà, econòmic i social, creant valor compartit a nivell local. Per això és necessari generar aquest valor afegit a partir de fórmules que permetin implicar més i millor les empreses en dos aspectes: d'una banda, possibilitar l'aportació de recursos financers addicionals dirigits a un projecte comú i concret, i, de l'altra, organitzar competitivament les iniciatives empresarials que tinguin per finalitat millorar l'entorn urbà per tal de fer més competitiu els seus negocis, superant la idea preconcebuda i errònia que sobre aquest tipus d'actuacions han de formar part exclusivament dels ens públics.

El sector privat de les micro, petites i mitjanes empreses (en què evidentment està inclòs el sector del comerç de proximitat) té un potencial transformador que hauria d'aprofitar-se i no pas limitar-se. Tanmateix, la major dificultat actual és la manca d'un marc legal que garanteixi la cooperació i la participació de tots els sectors i agents, així com la viabilitat i permanència en el temps d'aquest tipus d'iniciatives. Cal dir, però, que s'estan fent certes passes cap a la bona direcció, i ho veiem en la Llei 18/2017, d'1 d'agost, de comerç, serveis i fires; concretament en la Disposició final tercera, partint del que estableix l'article 54, on s'explicita que, en el termini de 18 mesos des de la seva entrada en vigor, Catalunya haurà d'aprovar un projecte de llei per a establir el marc regulador de les àrees de promoció econòmica urbana per fer-ne possible la implantació. Així mateix, també estableix que el Govern haurà d'aprovar les disposicions i adoptar les mesures que calguin perquè les APEUS disposin de mitjans de finançament específic per a poder portar a terme els seus plans estratègics.

10.3 L'aposta per la modernització i professionalització del comerç

Donada la realitat del comerç, és cada vegada més necessària una transformació decidida que aposti per la professionalització i especialització dels comerços de la ciutat.

Per assolir aquesta fita, és necessària la vertebració de projectes que tinguin un cert nivell de consolidació en el temps, d'uns 2 a 5 anys. I no només en eixos comercials del centre de Barcelona, sinó que precisament s'ha d'aconseguir descentralitzar aquest tipus d'iniciatives.

El que persegueixen les APEU són les cooperacions entre comerciants de determinades zones que tinguin la inquietud i les ganes suficients per assumir un repte de futur que consisteixi en la millora dels seus carrers i, en conseqüència, dels seus comerços. Per tant, per aconseguir aquesta fita cal teixir complicitats amb tot tipus d'activitats econòmiques i socials que operin a

peu de carrer (incloent-hi aquelles activitats terciàries que puguin beneficiar-se de la millora de l'atractivitat de la zona).

Aquests tipus de projectes han d'afrontar i entendre la complexitat de les zones comercials urbanes i han d'integrar aspectes relacionats no només amb l'economia, sinó també amb els vessants social, urbanístic i mediambiental. Així mateix, han de ser viables, estratègics, plurianuals (és a dir, tenir una certa durada en el temps), flexibles i disposar d'un sistema de finançament clarament definit que incorpori mecanismes de distribució de càrregues i beneficis.

A la vegada, perquè aquest tipus d'iniciatives siguin reeixides s'ha d'establir d'una forma clara com ha de donar-se aquesta col·laboració publicoprivada; amb altres paraules, ha de quedar clar quina és la participació efectiva de l'ens públic, dels operadors privats i dels voluntaris.

10.4 El paper de les associacions de comerciants

Les associacions de comerciants són agrupacions voluntàries de persones que, sense ànim de lucre, treballen per al benefici general dels comerços que en formen part, amb una organització pròpia, autònoma i amb capacitat de decisió. Aquestes entitats s'emmarquen dintre d'un model urbanístic caracteritzat per un teixit comercial dispers per tot el territori, a través de petits establiments de barri. Les actuacions dutes a terme per les associacions de comerciants tenen una repercussió important en la comunitat: estimulen el consum de la població, ja que mostren el comerç com un factor de proximitat clau i imprescindible.

Originàriament, aquestes associacions varen sorgir per donar una resposta concreta a activitats puntuals com ara l'enllumenat dels carrers per Nadal i altres activitats de caràcter estacional. El concepte de CCCO i les preocupacions del sector per l'entorn urbà han contribuït a l'aparició de noves associacions; no obstant això, durant els últims anys s'ha evidenciat una manca de capacitat d'autofinançament d'aquestes entitats. És necessari, doncs, començar a plantejar noves estratègies de finançament que impliquin una menor dependència de les ajudes públiques.

En aquest context, la tendència pel que fa a les associacions de comerciants és que continuaran tenint un paper clau en la constitució dels BID, tant en les iniciatives de creació –especialment

en dos aspectes clau, en la delimitació de l'àrea d'actuació i en la creació del pla d'actuació— com en el control i supervisió de la gestió i activitat del BID¹⁶.

És imprescindible, doncs, formar part d'una associació de comerciants o d'una organització empresarial (patronal) per tal que aquells operadors privats inclosos dintre de la zona d'aplicació del BID tinguin no només dret a vot sobre la implementació o no d'un BID, sinó que participin en la configuració del pla d'actuació i de finançament del BID. Per tant, aquells operadors privats integrats dintre d'un BID, però que no pertanyen a cap associació, es beneficiaran dels resultats de l'aplicació del BID, però no de la mateixa manera que si hi haguessin participat activament a través d'una associació de comerciants.

Per exemple, en la fase de constitució d'un pla d'actuació s'ha de decidir sobre l'aplicació d'una zona de vianants al carrer A. El **comerciant X**, que es troba dintre de l'àrea econòmica urbana d'aplicació del BID, té el seu negoci al carrer A i paga la quota obligatòria del BID (recàrrec municipal), però no forma part de l'associació de comerciants del seu municipi. En canvi, el **comerciant Y**, que també té el seu negoci dintre de l'àrea econòmica urbana del mateix BID, sí que forma part de l'associació de comerciants del seu municipi. El **comerciant Y** paga el recàrrec municipal corresponent al BID, però també la quota corresponent a la seva associació. La càrrega del **comerciant Y** és més elevada que la del **comerciant X**; no obstant això, el **comerciant Y** tindrà la possibilitat de participar més activament en les fases decisòries sobre la implementació o no d'una zona de vianants al seu carrer, ja que podrà traslladar les seves propostes a través del/la representant de la seva associació, el qual s'ocuparà de defensar-les en el si de la Junta Directiva del seu BID. Per altra banda, el **comerciant X**, que haurà adoptat una postura més passiva, tindria menys despesa però no es beneficiarà de tots aquells serveis que presta l'associació als seus afiliats (i no només els referents al BID, sinó també de tots aquells serveis de caràcter general relacionats amb informació, assessorament personalitzat, tràmit de subvencions, etc.).

Per tant, aquells comerços que tenen una actitud més passiva (comerciant X) es beneficiaran de les activitats i/o serveis que s'inclouran dins del pla d'actuació del seu BID, tot i que la seva capacitat per incidir en la presa de decisions quedarà sovint limitada a les assemblees que se celebrin el si del BID. D'aquesta manera, s'aconsegueixen projectes basats en un sistema de finançament de distribució de càrregues i beneficis.

En aquells casos en què l'objectiu del BID queda limitat únicament a actuacions urbanístiques, per exemple, en què es persegueix el foment de l'entorn urbà (mobilitat, zones de vianants,

¹⁶ Conclusions del grup d'experts, 2011, *Programa de dinamización comercial y gerencia de centros urbanos*.

serveis de neteja, eliminació de barreres urbanístiques, etc.), els avantatges de formar part d'una associació de comerciants es tradueixen en una millora dels serveis als quals només poden accedir els comerciants que en formen part: serveis d'informació i assessorament, activitats promocionals concretes, accions de màrqueting organitzades, etc.

Les associacions de comerciants són, en definitiva, imprescindibles per afavorir i promoure els avantatges del BID que es potenciaran amb la unió dels comerciants, i amb la creació de nous serveis que complementaran l'oferta del govern local o del propi BID, donant valor afegit a l'activitat econòmica de la zona.

10.5 La direcció dels BID

El Consell o Junta Directiva dels BID està formada, principalment, pels representants dels comerços i empresaris de la zona del BID i patronals. L'Administració local, que també ha de formar part de la Junta directiva, actua com a promotora del BID, supervisa la posada en marxa de la pròpia estructura, i garanteix el procés de tramitació i aprovació de les propostes acordades. L'objectiu principal d'aquest òrgan és planificar i crear projectes enfocats a les necessitats d'una zona comercial urbana delimitada, tenint en compte aspectes econòmics, socials, urbanístics, mediambientals, entre d'altres.

És imprescindible que aquest òrgan constitueixi un BID amb una estructura de gestió clarament professionalitzada que actuï en representació de tots ells, per exemple, a través d'un gerent¹⁷ encarregat de coordinar les actuacions que ha de dur a terme el BID per assolir els objectius acordats. Aquesta gerència ha de tenir una estreta col·laboració amb els òrgans administratius locals per tal de coordinar les actuacions relacionades amb la tramitació i l'aprovació de les propostes establertes en el pla d'actuació.

Una controvèrsia que es podria plantejar aquí és sobre si l'administració local té potestat en la recaptació de les quotes obligatòries (recàrrec municipal). En el model americà aquestes funcions són, normalment, assumides pels operadors privats. No obstant això, trobem que aquestes funcions haurien de recaure sobre un ens públic, ja que en cas que els operadors privats incompleixin l'obligació de pagament, l'administració local tindrà potestat per iniciar els procediments administratius oportuns per a la reclamació de les quotes impagades, l'aplicació de multes, embargaments, etc.

¹⁷ La direcció del BID proposarà diversos candidats que seran escollits pels operadors privats afectats pel BID.

La quantitat recaptada per l'administració pública ha de ser traspasada a l'òrgan administratiu o directiu del BID, que a través de la figura del gerent haurà de vetllar per una correcta distribució del pressupost en les diferents activitats i/o serveis previstos en el pla d'actuació.

10.6 La forma jurídica de l'ens

La forma jurídica més utilitzada per la gran majoria de les agrupacions de comerciants per a la coordinació i aplicació de les diverses activitats i serveis comuns és l'associació¹⁸. Una altra forma jurídica que trobem al nostre ordenament jurídic és la fundació¹⁹, tot i que menys estesa que l'anterior a causa de la rigidesa de la seva normativa, però que podria resultar més eficient en termes de participació empresarial i finances. En el cas dels BID als EUA i al Regne Unit, veiem que la gran majoria són organitzacions privades o associacions públiques sense ànim de lucre, corporacions locals o societats mercantils (en el cas canadenc).

Seria ideal que la normativa específica en matèria de BID i, si no n'hi ha, la normativa d'associacions, deixés oberta la porta a múltiples possibilitats d'associacionisme, flexibles i ajustades a la realitat social, econòmica i política de cada moment.

L'ens hauria d'estar integrat per diferents òrgans de govern, principalment una assemblea general on s'integrarien tots els operadors privats que es trobessin dins l'àrea econòmica urbana del BID, i els membres de la qual haurien de tenir dret a vot sobre l'aplicació o no dels projectes, nomenaments, renovació del BID, etc.; i una Junta administrativa o directiva constituïda per associacions de comerciants, patronals i l'administració local, els membres de la qual implementarien el pla d'actuació i de finançament del BID, proposarien candidats a la gerència...

10.7 Finalització del projecte i anàlisi dels resultats

Els convenis acordats amb l'Administració de la localitat on està situat el BID es limiten, normalment, a una durada d'entre 2 i 5 anys sense necessitat de ser renovats. D'aquesta manera, també és possible que puguin entrar a formar part del BID nous empresaris que en la votació prèvia no hi havien participat i es revisa el pla d'actuació.

¹⁸ Llei Orgànica 1/2002, de 22 de març, reguladora del Dret d'Associació i, a Catalunya, la Llei 7/2012, de 15 de juny, de modificació del llibre tercer del Codi Civil de Catalunya, relatiu a les persones jurídiques.

¹⁹ Regulada per la Llei 50/2002, de 26 de desembre, de fundacions.

Un cop finalitzat el projecte, és imprescindible fer una anàlisi per mesurar l'impacte i èxit de l'aplicació del BID en aquella zona durant el termini establert. Aquesta anàlisi es realitza, habitualment, mitjançant estudis sobre el grau de delinqüència a la zona, les taxes d'ocupació dels establiments buits, volum de negoci, nombre de visitants, opinió dels empresaris i, en definitiva, l'assoliment de totes aquelles fites prèviament programades i aprovades.

Els resultats obtinguts de l'anàlisi s'han de sotmetre a votació de tots els operadors privats –tant dels que hagin votat a favor de la seva aplicació, com dels que hi hagin votat en contra–, per tal de decidir si se sol·licita la renovació del BID mitjançant un nou pla d'actuació i de finançament per a un nou període,²⁰ o si definitivament queda dissolt.

10.8 Reptes en l'aplicació dels BID

Tot i els beneficis que comportaria l'aplicació del BID, com demostren diverses experiències internacionals, es plantegen alguns reptes:

En primer lloc, ens podem trobar amb algunes reticències dels propis operadors privats a formar part d'un BID, els quals poden fer-se preguntes del tipus: per què haig de formar-ne part?; és necessari que m'hi associï?; per què haig de pagar una nova taxa?; per què no puc ser jo mateix qui dirigeixi/organitzi totes aquestes activitats?; quins beneficis n'obtindrè?... Per tant, serà molt important preveure una bona estratègia de comunicació per a tots els dubtes que els puguin sorgir als comerciants i empresaris afectats i traslladar-los els beneficis que comporta per al comerç.²¹

Una segona dificultat és la presència de *free-riders*, és a dir, d'aquells que es veuen beneficiats per l'aplicació del BID sense fer cap aportació econòmica. La solució que es proposa és la de configurar una quota econòmica que sigui obligatòria, que permeti el manteniment del BID en el temps i que, per tant, hagin de pagar tots els operadors compresos dins la zona delimitada pel BID.

En tercer lloc, es presenta la dificultat de definir la naturalesa de la quota econòmica obligatòria. Entenem que s'ha d'entendre com un recàrrec municipal, és a dir, la quota és recaptada per

²⁰ Un cop aprovat, tots els operadors compresos dins de l'àrea del BID queden novament obligats al compliment de les noves obligacions que hagin quedat reflectides en el document sotmès a votació (implicació amb les tasques del BID, pagament dels recàrrecs establerts, etc.).

²¹ *Business Improvement Districts: Viatge a Londres-Birmingham*.pdf. Pàgina web: <https://www.diba.cat/es/web/comerc/bids>

l'administració local, que posteriorment la traspasa a la gerència per tal que aquesta pugui complir amb els objectius acordats.

Per últim, i no menys important, el major repte actual és el d'establir un marc normatiu per part del legislador autonòmic i local que garanteixi: la cooperació i participació de tots els sectors i agents; la viabilitat i permanència del BID; el procés de constitució i funcionament de l'ens; un sistema de votació al més representatiu possible de tots els operadors integrats en el BID; un cens públic, un sistema de finançament específic, etc.

11. Conclusions

Els Centres Comercials a Cel Obert han arribat al seu punt àlgid com a mecanismes de gestió de zones econòmiques urbanes, principalment, per la seva incapacitat de trobar noves fórmules d'autofinançament que no siguin la de dependre, tan sols, de fonts de finançament voluntàries o públiques.

Aquest fet, juntament amb la situació econòmica suportada pel petit comerç en els últims anys, ha suposat, en molts casos, l'incompliment dels objectius establerts pels operadors privats per la manca de recursos, així com la fixació de nous objectius que no aporten solucions reals a les necessitats de cada zona comercial, cosa que provoca una despesa de temps i recursos.

Un cop analitzats els principals aspectes i finalitats que envolten la figura dels BID podem concloure el següent:

L'èxit assolit en una zona comercial gràcies als BID no seria possible sense la cooperació d'organitzacions privades i autoritats locals que, per mitjà d'una contribució econòmica de caràcter obligatori per a les organitzacions privades, acorden establir una sèrie de serveis complementaris als oferts per les entitats públiques, que milloren la competitivitat econòmica d'una zona.

Les Comunitats Autònomes han de desenvolupar un marc legislatiu bàsic que els permeti definir les característiques més específiques en funció de la seva regió. L'administració local, per altra banda, ha de poder definir una normativa que inclogui els aspectes relacionats amb el funcionament dels BID (àrees d'actuació, mecanismes recaptatoris, bonificacions o exempcions, transferència de les quotes...).

El paper de les Administracions locals no es limita només a la definició d'una normativa concreta sinó que també busca la seva participació en aspectes tan rellevants com la pròpia gestió i supervisió del BID (delimitació de l'àrea d'actuació del BID, acords per aprovar el pla d'actuació, configurar un cens, etc.).

És imprescindible definir una quota obligatòria que permeti el manteniment del BID en el temps per mitjà d'un recàrrec municipal. Aquest recàrrec ha de recaure sobre els propietaris dels locals comercials que desenvolupen activitats econòmiques, ja que són els que obtenen els beneficis directament.

Cal definir un sistema de votació al més representatiu possible que impliqui aquells operadors comercials obligats al pagament del recàrrec, en cas contrari es considera que els propietaris o

els residents podrien negar-se a la creació del BID, ja que això podria comportar una despesa que preferirien no assumir per no beneficiar-se'n directament.

Els BID s'han d'establir en zones on s'estigui desenvolupant o es vulgui desenvolupar una intensa activitat econòmica independentment de la seva dimensió (carrer o barri). Per tant, un cens actualitzat i fiable de tots els negocis i activitats existents ha de ser accessible a tothom, i ser objecte d'exposició pública amb possibilitat de rectificacions i al·legacions, per tal de definir les àrees d'actuació econòmica concreta.

Actualment, el més semblant que trobem a un BID és un Centre Comercial a Cel Obert. A Catalunya, tenim exemples de CCCO que han resultat beneficiosos per als comerciants d'una zona determinada. És el cas de Terrassa, Granollers i Corbera, molt similars al model BID. Aquests beneficis influeixen en la cultura, l'economia, el medi ambient i, en general, en el conjunt de la societat. Aquests centres han aportat una millor cooperació entre el sector públic i privat, la qual cosa ha permès proveir a la població serveis addicionals i donar valor afegit a l'activitat comercial i econòmica de la zona.

Annex 1

Business Improvement Districts Technical Guide for Local Authorities. March 2015



Department for
Communities and
Local Government

Business Improvement Districts

Technical Guide for Local Authorities



BritishBIDs™



© Crown copyright, 2014

Copyright in the typographical arrangement rests with the Crown.

You may re-use this information (not including logos) free of charge in any format or medium, under the terms of the Open Government Licence. To view this licence, <http://www.nationalarchives.gov.uk/doc/open-government-licence/version/3/> or write to the Information Policy Team, The National Archives, Kew, London TW9 4DU, or email: psi@nationalarchives.gsi.gov.uk.

This document/publication is also available on our website at www.gov.uk/dclg

If you have any enquiries regarding this document/publication, complete the form at <http://forms.communities.gov.uk/> or write to us at:

Department for Communities and Local Government
Fry Building
2 Marsham Street
London
SW1P 4DF
Telephone: 030 3444 0000

For all our latest news and updates follow us on Twitter: <https://twitter.com/CommunitiesUK>

March 2015

ISBN: 978-1-4098-4564-5

Contents

Being familiar with the BID Regulations - 4

Rating List Holder for provision of rating list data – 7

Service Provider for provision of statement of existing baseline services - 8

Collection of the BID Levy – 10

Ballot Holder - for provision of Ballot Services - 12

Notification of Ballot Outcome - 15

Declaring a Ballot Void - 16

Termination Procedures - 18

Introduction

This Technical Guide focuses on the core roles and responsibilities that a local authority is required to undertake in relation to a ratepayer-based Business Improvement District (BID) development, management and termination. BIDs are business-led partnerships focused on improving and enhancing commercial areas. These areas are typically within town and city centres, commercial locations and industrial estates, but can also cover tourist areas. Despite the business-led approach there are still a series of critical roles that a local authority is required to perform to facilitate the establishment, smooth running and termination as required.

It is the responsibility of both the local authority and the BID proposer to thoroughly read and understand the BID legislation to ensure the processes are executed appropriately.

The key legislation can be found at

<http://www.legislation.gov.uk/all?title=Business%20Improvement%20Districts%20>

At the commencement of the BID development process, the local authority should agree a full timeline to ballot with the BID proposer to ensure all processes are covered and appropriate lead-in times have been considered and agreed. The responsibilities for a local authority in enabling the establishment and successful operation of a BID are set out below and described in detail in this paper:

1. Being familiar with the BID Regulations

2. Rating List Holder
3. Service Provider - for provision of statement of existing baseline services
4. Collection of the BID Levy
5. Ballot Holder - for provision of Ballot Services
6. Notification of Ballot Outcome
7. Declaring a Ballot Void
8. Termination Procedures

1. Being familiar with the BID Regulations

The local authority will wish to satisfy itself that the responsibilities explained in this Guide have been completed in accordance with the BID legislation.

The local authority should ensure it has complied with the regulations, either through a formal committee process and/or through a delegated approval to a lead member or officer but this should be fully documented. In practice, local authorities with areas who are establishing a BID have decided to fulfil their responsibilities via a committee paper, which usually includes a formal approval for the respective

local authority to cast their vote on their own hereditaments and to make the financial provision for the levy costs assuming a successful ballot.

The local authority has specific responsibilities in the following areas:

1a. Veto of BID Proposals

The local authority should satisfy itself that the BID proposal does not conflict with any existing local authority policy nor propose a disproportionate burden on particular businesses by way of an unfair levy charge on a certain 'class' of levy payers, for example by an inappropriate manipulation of the BID boundary. It is sensible to do this prior to allowing the ballot to take place so as to minimise the risk of having to veto the proposals following the ballot. An unfair charge may be a disproportionately higher rate for one sector/group of businesses that isn't reflected in the scope of the BID proposals or perhaps a disproportionately low rate for one sector/group of businesses that in effect means their services are being heavily subsidised by others. An inappropriate manipulation would involve examples such as capturing a high rateable value property, which in geographical terms appears outside the scope of the BID.

Veto of BID proposals (Reg 12)

12. (1) *For the purposes of section 51(2) of the Act, the prescribed circumstances are that the relevant billing authority is of the opinion the BID arrangements are likely—*

(a) to conflict to a material extent with any policy formally adopted by and contained in a document published by the authority (whether or not the authority is under a statutory duty to prepare such document); or

(b) to be a significantly disproportionate financial burden on any person or class of persons (as compared to the other non-domestic ratepayers in the geographical area of the BID) and —

(i) that burden is caused by the manipulation of the geographical area of the BID or by the structure of the BID levy; and

(ii) that burden is inequitable

1b. Submission of the BID Proposals

The local authority should be satisfied that the submission from the BID proposer includes a copy of the BID proposal; details of the consultation undertaken; details of the finances and financial management of the BID (all of which are likely to be contained in the single Business Plan document that businesses will vote on); and a demonstration that finances are available to cover the cost of the ballot in the event that it fails and the number of persons voting in favour was less than 20% of the number of persons entitled to vote.

The local authority must be notified that the BID proposer wishes to put proposals for a BID to a ballot, and the BID proposer needs to ask the billing authority (the

local authority) to instruct the local authority's returning officer (the ballot holder) to hold a ballot.

BID Proposals (Reg 4)

(2) Where a BID proposer decides to seek approval of BID proposals in a BID ballot or the BID body decides to seek approval of alteration proposals in an alteration ballot or renewal proposals in a renewal ballot, it shall—

(a) send to the relevant billing authority—

(i) a copy of the BID proposals, alteration proposals or renewal proposals, as the case may be, together with a summary of—

(aa) the consultation it has undertaken with those persons who are to be liable for the proposed BID levy;

(bb) the proposed business plan (including the estimated cash flow, an estimate of the predicted revenue to be generated and the predicted expenditure to be spent under the BID arrangements, the predicted budget over the duration of the BID arrangements and the contingency margin included in the budget); and

(cc) the financial management arrangements for the BID body, and the arrangements for periodically providing the relevant billing authority with information on the finances of the BID body; and

(ii) a notice in writing requesting the relevant billing authority to instruct the ballot holder to hold a BID ballot in relation to the BID proposals, an alteration ballot in relation to the alteration proposals or a renewal ballot in relation to the renewal proposals, as the case may be; and

(b) provide the relevant billing authority with such information as it shall reasonably require to satisfy itself that the BID proposer or, as the case may be, the BID body, has sufficient funds to meet the costs of the BID ballot, the renewal ballot, or the re-ballot in relation to the BID ballot, or the renewal ballot, as the case may be, should it be required to do so under regulation 10.

1c. Content of the BID Proposals

The local authority will need to check that the final BID proposals include all of the details stated within Schedule 1 to the BID Regulations (the Business Improvement Districts (England) Regulations 2004) prior to proceeding to ballot. It should satisfy itself that all of these elements have been included in the BID proposals prior to giving the go ahead to the commencement of the ballot process.

Schedule 1

1. (1) Subject to sub-paragraphs (2) and (3), the matters which shall be included in BID proposals are—

(a) a statement of the works or services to be provided, the name of who will provide them (the name of the BID body or local authority BID body) and the type of body the provider is (whether a local authority, a company under the control of the authority, a limited company or a partnership);

(b) a statement of the existing baseline services (if any) provided by the relevant billing authority or other public authority;

- (c) a description of the geographical area (including a map showing that area) in which the proposed BID arrangements are to have effect;*
- (d) a statement of whether all non-domestic ratepayers in the geographical area or a specified class of them are to be liable to the BID levy, an explanation of how the amount of the BID levy to be levied is to be calculated and an explanation of whether any of the costs incurred in developing the BID proposals, holding of the ballot or implementing the BID are to be recovered through the BID levy;*
- (e) a statement of the specified class of non-domestic ratepayer (if any) for which and the level at which any relief from the BID levy is to apply;*
- (f) a statement of whether the BID arrangements may be altered without an alteration ballot and, if so, which aspects of the BID arrangements may be altered in this way;*
- (g) a statement of the duration of the BID arrangements; and*
- (h) a statement of the commencement date of the BID arrangements*

2. Rating List Holder for provision of Rating List data

On receipt of a valid request from the BID Proposer, the Local Authority is required to prepare a document (from its business rates records) showing the name of each business ratepayer within the boundary of the proposed BID, together with the address and rateable value of each relevant business property occupied or (if unoccupied) owned by the ratepayer, and provide this to the BID proposer.

Due to the nature of the rating list, the entries on this list can be out of date by virtue of for example vacancies or changes of occupation. The data from this source only guarantees the legally eligible hereditaments that are registered on the rating list at that point. The BID proposer will need to ensure the final voter list contains the appropriate updated information – please see details set out in ‘Creating the Voter List’

When the Valuation Office Agency updates the ratings list, it is good practice to ensure that any changes that have occurred during the consultation period are forwarded to the BID proposer so that it can be reflected in the voter list where appropriate. The final update should be the last Valuation Office Agency update before the Notice of Ballot.

Obtaining information from billing authority for the purpose of developing BID proposals (Reg 2)

2. (1) On receiving a request (made in accordance with paragraph 2) from any person who is developing BID proposals, the relevant billing authority shall–

(a) prepare a document showing (as far as the relevant billing authority is able to ascertain from its non-domestic rates billing records at that time) the name of each non-domestic ratepayer and the address and rateable value of each hereditament which is occupied, or (if unoccupied) owned, by him in the geographical area of the BID proposals to be developed; and

(b) supply a copy of the information in the document to the person concerned in data form.

Obtaining information from billing authority for the purpose of canvassing (Reg 11)

11. (1) As soon as practicable after instructing the ballot holder to hold a ballot (under regulation 5(1)), the relevant billing authority shall—

(a) prepare a document showing (as far as the relevant billing authority is able to ascertain from its non-domestic rates billing records at that time) the name of each non-domestic ratepayer and the address and rateable value of each hereditament which is occupied, or (if unoccupied) owned, by him in the geographical area to which any BID proposals, alteration proposals or renewal proposals, as the case may be, relate;

(b) provide a copy of the document referred to in paragraph (1)(a) to the ballot holder as soon after instructing as practicable; and

(c) make available for inspection by any person a copy of the information in the document referred to in sub-paragraph (a) at its principal office during normal working hours.

3. Service Provider for provision of statement of existing baseline services

It is a requirement under Schedule 1, paragraph 1(1) (b) to the BID Regulations that the BID proposals include a statement of the existing baseline services provided by the local authority or any other public authority in the proposed BID area. The statement will form part of the BID proposals which demonstrate to businesses voting for the BID that the proposed BID services are additional to the baseline services provided by the public authorities.

It is best practice for a baseline agreement to be approved at the start of a BID's term which sets out baseline services the local authority is going to provide (that reflects the statement of existing baseline services) and services to be provided by the BID. It is unrealistic for local authorities to commit to specific service levels for the full five year term of the BID. The BID proposer and local authority need to agree a process for reviewing the baseline agreement and best practice suggests the baseline agreement includes an annual commitment for review and if necessary update service levels, to reflect the services each will provide the following year.

Where a change in the baseline services provided by the local authority results in the BID having to alter the BID arrangements, it may need to hold an alteration ballot before it can do so. Changes can be made to the arrangements without a ballot, but only where the original arrangements contain provision to this effect and only where the change would not alter the geographical boundary of the BID, increase the levy or cause anyone to pay the levy who had not previously been liable.

Schedule 1

(b) a statement of the existing baseline services (if any) provided by the relevant billing authority or other public authority;

Alteration of BID arrangements without an alteration ballot (regulation 16)

(1) Subject to paragraphs (2) to (4), BID arrangements may be altered without an alteration ballot where the arrangements include a provision to that effect.

(2) No provision mentioned in paragraph (1) may alter—

(a) the geographical area of the BID; or

(b) the BID levy in such a way that would—(i) cause any person to be liable to pay the BID levy who was not previously liable to pay; or

(ii) increase the BID levy for any person.

(3) Where paragraph (1) applies, the BID arrangements must include a provision describing the procedure to make the alteration.

(4) The procedure referred to in paragraph (3) must include—

(a) where there is a BID body, a consultation between the BID body and the relevant billing authority; and

(b) where a local authority BID body is responsible for implementing the BID arrangements, a consultation between the relevant billing authority and such representatives of the business community for the geographical area of the BID as the authority considers appropriate.

(5) Where the BID arrangements are altered pursuant to this regulation—

(a) the billing authority shall ensure the BID arrangements (as altered) are made by the time those BID arrangements (as altered) are to come into force and shall send a notice in writing explaining the reason for and the effect of the alteration to each person liable for the BID levy; and

(b) sections 44 to 47 of the Act, regulations 14 to 18 and Schedules 3 and 4 shall have effect from the date the BID arrangements (as altered) come into force as if a reference in each of those provisions to “BID arrangements” were a reference to the BID arrangements (as altered).

Alterations of the BID arrangements following a ballot (regulation 17)

(1) Where there is a proposal to alter—

(a) BID arrangements and those arrangements do not include a provision allowing for the arrangements to be altered without a ballot;

(b) the geographical area of the BID; or

(c) the BID levy in such a way that would—

(i) cause any person to be liable to pay the BID levy who was not previously liable to pay; or

(ii) increase the BID levy for any person,

the BID body or, where a local authority BID body is responsible for implementing the BID arrangements, the relevant billing authority may alter the BID arrangements in accordance with this regulation.

(2) An alteration of the BID arrangements under this regulation is not to come into force unless the alteration proposals are approved by a ballot of the non-domestic ratepayers who are to be liable for the BID levy under the BID arrangements (as altered) (“an alteration ballot”) and they are not to be regarded as approved by an alteration ballot unless—

(a) a majority of the persons voting in the alteration ballot have voted in favour of the alteration proposals; and

(b) the aggregate of the rateable values of each hereditament in respect of which a person voting in the alteration ballot has voted in favour of the alteration proposals exceeds the aggregate of the rateable values of each hereditament in respect of which a person voting in the alteration ballot has voted against the alteration proposals.

(3) Where BID arrangements are altered pursuant to this regulation—

(a) the billing authority shall ensure the BID arrangements (as altered) are made by the time those BID arrangements (as altered) are to come into force; and

(b) sections 44 to 47 of the Act, regulations 14 to 18 and Schedules 3 and 4 shall have effect from the date the BID arrangements (as altered) come into force as if a reference in each of those provisions to “BID arrangements” were a reference to the BID arrangements (as altered).

4. Collection of the BID Levy

The local authority is required to manage the collection and enforcement of BID levy charges. In practice the BID body and the local authority establish a levy collection agreement often known as an Operating Agreement. The principle of this agreement is to define the principles and processes for collecting the levy; enforcing the payment of the levy; reporting on collection and bad debt; monitoring provisions between the BID and the local authority; and providing regular detailed and summary information on the service to the BID as the client. Best practice suggests that a draft arrangement between the authority and BID should be available for scrutiny by businesses during the ballot period.

The local authority may opt to send the levy bill out as part of the business rate bill or as a separate bill. Best practice suggests that a separate bill that includes a clear logo for the BID on the header of the bill and a smaller local authority logo with reference to the local authority being the collection agency on behalf of the BID is preferable. This helps to ensure businesses recognise that the BID is delivering specific services over and above that which is funded and delivered by the local authority. The local authority is also required to issue an annual billing leaflet with the levy bills and this should include the previous year’s financial summary and the forecast for the forthcoming year as per Schedule 4 to the BID Regulations, paragraph 3 (2). In practice, a billing leaflet is often produced by the BID with the in-house design style and approved by the local authority prior to printing.

The mechanism for charging should be defined within the levy rules of the BID business plan and should be agreed between the BID proposer and local authority rating department in advance of publication of the Business Plan. There is no requirement within the BID regulations to follow the charging principles of the business rates system; instead it is up to the BID proposer to consider the principles that are appropriate to their location.

There are two charging principles – ‘daily charging’ that mirrors the approach in the business rate system of the charge being broken down to each day of the 365 days of the year thereby managing refunds as each change to occupation occurs; or ‘chargeable day’ that imposes the full year levy charge on the incumbent on a fixed day of the year (usually 1st April) and then makes no refunds within the year as a result of any changes. The daily charge system is a more complex system and therefore requires a greater resource making the annual levy collection charge higher. Where refunds are provided a further component on the levy rules should be fixing the charging system so that it operates within a closed financial year meaning refunds are only applicable within the current chargeable year. Whilst the chargeable day system tends to be preferred by BIDs because it provides a more predictable cash flow and usually means a lower collection charge.

The local authority is permitted to charge a reasonable fee for this service. There have been wide variations on charging policies across the country with approximately one third of local authorities providing the service at no charge to the BID, whilst others at the other end of the spectrum charging over £100/hereditament (Source: British BIDs Nationwide BID Survey). As a consequence levy payers have increasingly challenged these charges on the basis that there appears to be no correlation between the levy collection rate and its relative collection charge. The Industry Criteria and Guidance Notes (published by British BIDs annually on behalf of the British Retail Consortium, the British Council of Shopping Centres, the Federation of Small Businesses and the Inter Bank Rating Forum) recommend an industry standard of ‘a maximum charge of £35/hereditament or 3% of annual levy income, whichever is the lower.

Administration of the BID Levy etc (Reg 15)

15. The relevant billing authority shall, by the commencement date, provide for the imposition, administration, collection, recovery and application of the BID levy and Schedule 4 shall have effect with respect to those matters.

Schedule 4 paragraph 3

(2) A billing authority must when it serves a demand notice supply to the person to whom the notice is served the following information—

(a) the revenue from the BID levy the billing authority was due to receive in the previous year;

(b) the amount spent on the BID arrangements in the previous year;

(c) a description of the matters on which it was spent; and

(d) a description of the matters on which it is intended to spend the revenue from the BID levy in the financial year.

5. Ballot Holder for provision of Ballot Services

The local authority is required to ensure the ballot is operated, either in-house or outsourced, in line with the BID Regulations. Irrespective of whether the ballot is run in-house or outsourced, the local authority ballot holder still remains legally responsible for the ballot process as set out within the Regulations.

Ballot Timetable

The timetable for the ballot is defined within Schedule 2 to the BID Regulations stating the key dates as follows:

- Notification to the local authority and the Secretary of State by the BID proposer (min 84 calendar days prior to submitting proposals to the local authority)
- Notice of Ballot (Ballot holder to notify voters) (min 42 calendar days before the ballot day)
- Ballot Period (min 28 calendar days)
- Ballot Day (must be a working day and finish at 5pm)
- Count and Announcement (as soon as 'practicable' after the ballot day)

Creating the Voter List

The local authority is required to ensure a voter list has been created in readiness for a ballot, and this must originate from the rating list to define the eligible hereditaments. The Regulations set out that the voter must be an eligible ratepayer who will be liable to pay the BID levy and that the address to which the ballot paper must be sent can be the address of the hereditament within the BID area or their principal place of business. In practice the rating list does not always provide all the relevant information that enables the creation of the voter list, the key information it does provide is the actual hereditament entry and Unique Property Reference Number (UPRN).

Best practice demonstrates that the default position should be to prepare the list using the local hereditament address with 'The Manager' as the contact and then to update the list to a principal place of business/head office when voter details are confirmed. Therefore the local authority should identify how additional voter details can be collected to maximise the opportunity for businesses to cast their vote. This may be done directly by the local authority by way of pre-ballot canvass but, perhaps most likely, via the BID proposer ensuring evidence of voter identity is proved to the ballot holder who remains responsible for the list at all times. All ballot papers are required to be sent within England via a postal ballot and

therefore any person entitled to vote that is located outside England must be identified in advance and offered a proxy.

Managing Changes to the List

To ensure that the final voter list is as accurate as possible, the ballot holder should ensure it corresponds with the rating list update from the Valuation Office Agency closest to the date of Notice of Ballot. Once the Notice of Ballot has been issued to the voters, this list is then fixed and no changes to the rating list can be taken into account during the ballot period. In the event that ballot papers have not reached the correct name and address of the voter during the period of the ballot the Regulations allow two provisions:

1. Proxy Application – where a named voter is unable or is not the appropriate person to vote, he/she can apply for a proxy vote to be given to a colleague within the same business. This can be done from the date of the Notice of Ballot through to ten days before the end of the ballot period. The proxy application must be sent from the original named voter to the ballot holder.
2. Replacement of Lost Papers – where a voter has not received a ballot paper by the fourth day before the end of the ballot period, the voter can apply for a replacement ballot paper.

Ballot Principles

The ballot is run as a secret ballot meaning that the BID Proposer will not be notified of which way votes have been cast at any stage of the ballot, or after the ballot has ended. However the ballot holder may report to the BID Proposer during the ballot which ballot papers have been received.

The ballot must be won on two counts – both a majority by number of votes; and a majority by rateable value of those that turnout to vote with no turnout threshold required.

The count of the ballot papers is the responsibility of the ballot holder and is required to be carried out as soon as practicable after the ballot has ended. In practice, it is usually undertaken the morning after the ballot has ended with the announcement straight after the count on the same day.

Ballot Materials

There are two sets of documents prepared for the ballot– firstly the documents created and issued in accordance with the Regulations; and secondly the campaign and canvassing documents produced by the BID proposer and not dictated by the Regulations nor requiring the involvement of the local authority.

Ballot Documents

The BID proposer will send out the notification of their intention to put the BID proposals to a ballot to both the Secretary of State and the local authority, at least 84 days before formally asking the ballot holder to arrange a ballot.

The Ballot Holder will send out the following:

- a. Notification to the Secretary of State at least 42 days before the day of the ballot, confirming that the Notice of Ballot has been issued
- b. Notice of Ballot and covering letter to those entitled to vote, which includes an explanation of the ballot arrangements, an explanation that the person may request a copy of the BID proposals from the BID proposer and provides the name and address of the BID proposer.
- c. Ballot Paper (best practice suggests using a different colour for the ballot paper to ensure it stands out and ensuring the envelopes used include the logo for the BID and a strapline making reference to 'Ballot papers enclosed, please return by *date*').
- d. Ballot Statement (often produced by the BID proposer in line with the other campaign documents and approved by the local authority. This must be sent out with the ballot paper and should be an impartial and factual document which provides an explanation of the BID arrangements and the ballot arrangements)

Best practice also suggests the inclusion in the ballot documents of:

- e. The statement of existing baseline services (these must be available for inspection prior to the ballot). If a Baseline Agreement has been agreed (which includes the statement of existing baseline services) then this should be made available. Section 3 of this Guide refers
- f. Levy collection arrangement (or operating agreement, (available for inspection prior to the ballot and for adoption at the commencement of the BID)) Section 4 of this Guide refers

Ballot holder (Reg 6)

6. (1) *The person who holds a BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot ("the ballot holder") shall be the person the relevant billing authority has appointed under section 35 of the Representation of the People Act 1983(1) as the returning officer for elections to that authority.*

(2) *The ballot holder may by writing under his hand appoint one or more persons to discharge all or any of his functions under these Regulations.*

Arrangements for holding a ballot and conduct of a ballot (Reg 7)

7. *On receipt of an instruction under regulation 5, the ballot holder shall make arrangements for conducting a BID ballot, alteration ballot, renewal ballot or re-ballot, as the case may be, in accordance with Schedule 2.*

Persons entitled to vote (Reg 8)

8.—(1) *Subject to paragraph (3), a person shall be entitled to vote in a BID ballot, an alteration ballot or a re-ballot in respect of a BID ballot or an alteration ballot if, on the date the ballot holder publishes the notice under paragraph 3(a) of Schedule 2, he falls within the class of non-domestic ratepayers to be liable for the BID levy described in the BID proposals or the alteration proposals, as the case may be.*

Schedule 2

8.—(1) *Nothing is to be printed on the ballot paper except in accordance with this paragraph.*

(2) *Each ballot paper may have a number or barcode printed on the back.*

(3) *The box in which a vote may be marked on the ballot paper shall not be less than 1.5 centimetres square.*

(4) *All of the words on the ballot paper shall appear in the same size type.*

10.—(1) *One ballot paper shall be issued in respect of each person entitled to vote in the BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot, as the case may be, in respect of each hereditament for which he is entitled to vote.*

(2) *The address to which the ballot paper is to be sent is—*

(a) *the address of the hereditament or the principal place of business within England of the person entitled to vote; or*

(b) *in the case of a proxy, the address shown for the proxy on the list prepared under paragraph 3(b).*

(3) *At the same time there shall be issued to each person entitled to vote or, if applicable, his proxy—*

(a) *a statement prepared by the ballot holder providing an explanation of the BID arrangements and the arrangements for the ballot; and*

(b) *an envelope for the return of the ballot paper (referred to in this Schedule as the “return envelope”).*

6. Notification of Ballot Outcome

The Regulations require that as soon as is reasonably practicable after the ballot the ballot holder should arrange for public notice to be given of the outcome of the ballot. Public notice must be given of the four specific matters set out paragraph 17(1)(a) of Schedule 2 to the Regulations, which are:

(a) the total number of votes cast in the ballot excluding any votes given on ballot papers rejected under paragraph 15 of Schedule 2;

(b) the aggregate rateable value of each hereditament in respect of which a person voted in the ballot;

(c) the total number of votes cast in favour of the question asked in the ballot; and

(d) the aggregate rateable value of each hereditament in respect of which a person voting in the ballot has voted in favour of the question asked.

The Regulations do not currently prescribe the manner of publication or the period for which such publication should remain in the public domain. Best practice has shown that, in addition to publication of the outcome by the ballot holder, the BID proposer should look to exploit all media and social media options. They should ensure that all businesses on the ballot voter list are made aware of the outcome as soon as possible.

Best practice also suggests that the Local Authority, as a minimum, should place the outcome of the ballot on their website as soon as the outcome is known. They should also consider other options via social media and publicising in the local newspaper.

7. Declaring a Ballot Void

There is a 28 day period immediately after the ballot result announcement during which a request to the Secretary of State to declare the ballot void can be made. The request can be made by either the BID proposer/body, at least 5% of the voters, or the local authority and this request needs to be made in writing to the Secretary of State. The request must set out the basis of the challenge which must be a perceived material irregularity in the ballot process. A material irregularity means either that there has been a contravention of the regulations which is likely to have had a significant effect on the voting and/or that persons other than those entitled to vote have purported to vote or persons entitled to vote have been prevented from voting or hindered from doing so freely in accordance with their own opinion and that this is likely to have caused a significant impact on the result of the ballot. On receipt of a request, the Secretary of State is required to notify the BID proposer and the local authority and then a further 28 days are available for written representations to be made and 14 days thereafter in response. If the Secretary of State declares the ballot void, a re-ballot must be held.

Regulation 9

9.—(1) *Subject to paragraph (3), the Secretary of State may declare void a BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot if it appears to him that a material irregularity has occurred.*

(2) *In this regulation, “material irregularity” means—*

(a) *a contravention of any requirement of these Regulations which, in the Secretary of State’s opinion, means it is likely that voting in the BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot, as the case may be, has been affected to a significant extent by the contravention;*

(b) *persons other than persons entitled to vote have purported to vote in the BID ballot and, in the Secretary of State’s opinion, it is likely that the result of the BID*

ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot, as the case may be, has been affected to a significant extent; or

(c) persons entitled to vote have been prevented from voting or hindered from doing so freely in accordance with their own opinion and, in the Secretary of State's opinion, it is likely that the result of the BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot, as the case may be, has been affected to a significant extent.

(3) Paragraph (1) shall not apply unless, by the date which is 28 days after the notice of the result is published pursuant to paragraph 17 of Schedule 2, a person ("the complainant"), being a person or group of persons referred to in paragraph (4), has made a request (by notice given in writing) to the Secretary of State to exercise his powers under this regulation, specifying the reason for such a request.

(4) The persons mentioned in paragraph (3) are—

(a) the BID proposer or the BID body;

(b) at least 5 per cent. of the number of persons entitled to vote in the BID ballot, renewal ballot, alteration or re-ballot, as the case may be; or

(c) the relevant billing authority.

(5) On receipt of a request under paragraph (3) the Secretary of State shall notify the complainant, the relevant billing authority and the BID proposer or the BID body, as the case may be, in writing that he has received the request and send a copy to each of them.

(6) Where two or more requests relate to the same ballot, the Secretary of State may decide those requests together.

(7) Within 28 days of the date of the notice given by the Secretary of State under paragraph (5) the complainant, the relevant billing authority and the BID proposer or the BID body, as the case may be, may serve on the Secretary of State written representations in respect of the request.

(8) A copy of the representations made by one party shall be sent by the Secretary of State to the other parties and shall be accompanied by a statement explaining the effect of paragraph (9).

(9) Any party to whom a copy of representations is sent under paragraph (8) may within 14 days of receiving them serve on the Secretary of State further written representations in reply and the Secretary of State shall send a copy of any such further representations to the other parties.

(10) The Secretary of State shall notify the complainant, the relevant billing authority and the BID proposer or the BID body, as the case may be, in writing of his decision and where he declares void a BID ballot, renewal ballot, alteration ballot or re-ballot, he shall notify the relevant billing authority in writing requiring it to arrange for a re-ballot or, as the case may be, a further re-ballot to be held.

(11) Where the Secretary of State declares void a BID ballot, a renewal ballot, an alteration ballot or a re-ballot in relation to such a ballot and he is of the opinion that the material irregularity was caused by the actions or omissions of the BID proposer or BID body, as the case may be, he shall issue a notice in writing to that effect with his decision notice and, he shall include in the notice an explanation of the effect of regulation 10.

(12) Where the Secretary of State declares void a BID ballot, a renewal ballot, an alteration ballot or a re-ballot in relation to such a ballot—

(a) the BID arrangements, the renewed BID arrangements or the alterations to the BID arrangements, to which the ballot declared void relates, shall not come into force on the commencement date; and

(b) subject to paragraph (13), the BID arrangements, the renewed BID arrangements or the alterations to the BID arrangements, if subsequently approved in the re-ballot, shall come into force on such day as the relevant billing authority determines.

(13) The day determined under paragraph (12) shall be no later than a year after the date of the notice of the result is published pursuant to paragraph 17 of Schedule 2.

8. Termination Procedures

The local authority has a role defined in the Regulations in pursuing termination procedures in the event that the BID has insufficient funds and/or is unable to deliver the services. The termination arrangements require the local authority to run a consultation with 'appropriate' business representatives and to give a notice of 28 days.

Termination of BID arrangements (Reg 18)

18.—(1) The relevant billing authority may terminate BID arrangements where—

(a) in the opinion of the authority, the BID body will have insufficient finances to meet its liabilities for the current chargeable period and the authority has—

(i) offered the BID body a reasonable opportunity to arrange for financing the shortfall or for a reduction in the works or services under the BID arrangements which is sufficient to offset the shortfall; and

(ii) given those persons who are liable to the BID levy an opportunity, at a public meeting, to make representations in relation to the termination of the BID arrangements; or

(b) the authority is unable, due to any cause beyond the control of the authority, to provide works or services which are necessary for the BID to continue and the authority has—

(i) where there is a BID body, consulted the BID body and conducted a consultation with such representatives of the business community for the geographical area of the BID as the authority considers appropriate; and

(ii) where a local authority BID body is responsible for implementing the BID arrangements, conducted a consultation with such representatives of the business community for the geographical area of the BID as the authority considers appropriate.

Summary Checklist for best practice

Developing a BID is labour intensive, both for the BID proposer and the local authority and requires a focused effort to ensure a robust and thorough process is followed.

The key tasks for a local authority to complete are:

1. Regulations
 - a. Thoroughly read and understand the Regulations
 - b. Agree the 'approval process' whether this is via Committee or delegated approval
 - c. Satisfy yourself there is likely to be no need for a veto of the BID proposals
 - d. Review and sign-off the BID proposals prior to ballot
2. Ratings List Data
 - a. Provide rating list data for consultation
 - b. Provide updated rating list data for the voter list
3. Baselines
 - a. Coordinate details on local authority services and produce the statement of existing baseline services
4. Levy Collection
 - a. Produce the levy collection arrangement (operating agreement) defining the terms of levy collection and enforcement
 - b. Agree the arrangements for billing along with the annual billing leaflet
 - c. Agree method of charging, i.e. daily charging or chargeable day and ensure there is a closed financial year rule in place
 - d. Agree the pricing of the levy collection service in line with Industry Criteria
5. Running the Ballot
 - a. Agree whether the ballot is going to be in-house or outsourced and confirm the timetable
 - b. Agree the principles of creating the voter list and confirm if a pre-ballot canvass is going to take place
 - c. Set the voter list at the last rating list update prior to the Notice of Ballot
 - d. Agree the contents of all ballot pack materials
 - e. Agree the procedures for proxy applications and replacement ballot paper requests
 - f. Agree the ballot count arrangements and the announcement of the result
6. Void Ballot
 - a. Be aware of the rules in relation to declaring a ballot void by the Secretary of State
7. Termination
 - a. Be aware of the responsibilities of the local authority in relation to a possible call for termination

Annex 2

Projecte de dinamització Centre Comercial a Cel Obert: “Cèntric, el centre de Corbera”

Centre comercial a cel obert, "Cèntric, el centre de Corbera"

Des de la Àrea de Desenvolupament Econòmic de l'Ajuntament de Corbera de Llobregat, l'any 2015 vam iniciar un projecte per a dinamitzar l'economia local, "LA CORBERA DE LES 15.000 MERAVELLES".

Dins del projecte de desenvolupament del Comerç, s'ha decidit potenciar l'actual zona comercial urbana de Corbera de Llobregat construint un centre comercial a cel obert en el qual es desenvolupin activitats comercials i de serveis amb un ambient urbanístic i arquitectònic atractiu per al visitant.

El centre comercial a cel obert comprèn els següents carrers:

C/ Sant Antoni,

Av. Catalunya

C/ de Rafamans

C/ de la Pau

Pg. dels Arbres

C/ del Centre

Passatge de l'Església

Passatge de la Piscina

Passatge Bonastre

C/ Progrés

C/ Folch i Torres

C/ Sant Josep

Aquest projecte de centre comercial urbà té una programació a curt termini i afecta a diferents actuacions transversals com són l'adequació de la via pública, ampliació de zones de vianants, millora en l'aparcament i la gestió de la zona blava, disseny d'una política comercial conjunta i posada en marxa d'activitats d'animació al carrer.

PLANIFICACIÓ:

En una primera etapa del projecte, ens calia determinar el nom i la imatge corporativa del centre comercial a cel obert (logotips, colors corporatius, tipus de lletra, formes del Centre Comercial a cel obert), que servís per a definir la zona comercial i per identificar els establiments comercials i de serveis associats.

Des del servei de comerç l'any 2016 es va convocar un concurs per seleccionar el nom i la imatge corporativa del centre comercial a cel obert de Corbera de Llobregat, que pogués ser utilitzat en totes aquelles campanyes, serveis, programes, publicacions, etc. que es realitzessin, i que es pogués adaptar a espais i formats diversos.

El concurs es va desenvolupar en dues fases, una primera, en què el jurat va qualificar totes les propostes presentades al concurs escollint tres de finalistes i una segona fase en què es va habilitar un procés de votació popular entre tots els

comerços que integraven la zona comercial. Es van visitar un total de 122 comerços presentant-los les tres propostes finalistes per tal que escollissin el guanyador. El vot es va anotar al "Llibre de registre de vots nominatius."

El 24 de novembre de 2016 es va celebrar la primera Gala del comerç a Corbera de Llobregat, esdeveniment de caire festiu pel comerç on es va fer acte de lliurament del premi a la proposta guanyadora del concurs del logo i la imatge corporativa del centre comercial a cel obert.

La proposta escollida va ser "Cèntric" el centre de Corbera.

Un cop definit el nom del centre comercial, contractarem els serveis d'un professional per que ens gestioni un pla de comunicació que s'implantarà amb la finalitat de donar a conèixer a tots els veïns i veïnes de Corbera el projecte de centre comercial. Aquest pla de comunicació consistirà en:

Editar Revistes, flyers, newsletter, email marketing i mailings que es distribuïran pel municipi i mitjançant el correu electrònic amb certa periodicitat (setmanal, mensual, bimensual) que contindrà articles d'interès sobre la zona comercial de Corbera "Cèntric, el centre de Corbera" i dissenyar campanyes de promoció.

Elaborar un plànol i directori de comerços i establiments on poder identificar-los fàcilment per repartir-los entre la població.

Per reforçar la imatge i augmentar l'atractiu del centre comercial a cel obert, delimitarem el Centre comercial amb portes, pancartes o estàndards de benvinguda.

Com a suport publicitari, per difondre campanyes a la via pública i per esdeveniments i/o informació de caire temporal, instal·larem cartelleres anomenades OPI (Optical Point Information), a les parades d'autobús i a algunes cruïlles.

Així mateix, botigues, restaurants i locals comercials que ho desitgin comptaran amb distintius de la marca "Cèntric, el centre de Corbera" i es distribuïran bosses amb el nom i la imatge del centre comercial a cel obert diferenciades per colors i sectors (Infants, alimentació, Restauració, etc..)

Dissenyarem la nova zona comercial millorant l'accessibilitat a la zona, per aquest motiu l'àrea metropolitana subvenciona un projecte de millora d'un dels carrers de la zona comercial. A llarg termini el carrer Rafamans, es remodelarà i es pacificarà el trànsit en aquesta via de gran utilització i un elevat nivell de desgast.

Per reduir la perillositat, es canviarà de costat la zona blava d'aparcament i la zona de càrrega i descàrrega, situant-la a la zona dels comerços compensant la pèrdua de places amb l'ampliació del pàrquing del C/ dels Horts.

S'ampliarà la vorera comercial per potencia el caràcter comercial d'aquest carrer i la seguretat i comoditat dels vianants. També es renovarà el paviment de la passarel·la d'aquesta via i la barana de protecció.

Posarem en marxa un pla de mobilitat per tal de facilitar la circulació de vianants, donant prioritat sobre la circulació de vehicles. Per aquest motiu estem avaluant

diferents alternatives per millorar el trànsit de vianants per la zona comercial. Estem treballant transversalment amb altres àrees de l'Ajuntament per tal de regular l'accés exclusiu de vianants amb pilones que impediran l'entrada de vehicles durant algunes hores del dia, creant un àrea d'activitats i nexes socials orientats a l'oci.

També volem millorar urbanísticament i arquitectònicament la zona comercial de Corbera de Llobregat, per això el passat mes d'octubre de 2016 l'equip de govern de l'Ajuntament va aprovar dues moratòries per un període de dos anys (2017-2018) en les taxes per l'ocupació de terrenys d'ús públic amb taules i cadires amb finalitat lucrativa i en la d'ocupació de terrenys d'ús públic amb mercaderies.

La finalitat d'aquesta moratòria en les taxes servirà perquè tots aquells negocis i comerços que actualment estiguin ocupant el domini públic local, ja sigui amb mercaderies o bé amb taules i cadires amb finalitat lucrativa, no hagin de pagar la taxa que es regula a les ordenances corresponents (OOFF 15 i 16) reduint així la seva despesa, incentivant la sortida al carrer d'aquells establiment que fins ara no havien fet i així augmentar el transit de persones per la zona comercial i d'esbarjo.

Des del servei de Comerç hem creat un manual orientador que vol definir el nostre estil propi de carrer, millorant així la imatge externa dels establiments, la qualitat del paisatge i l'estètica de les terrasses, definint entre d'altres aspectes, els colors, materials de taules i cadires, etc..

Amb aquest llibre d'estil pretenem harmonitzar estèticament l'espai públic i orientar al comerciant a fer les adaptacions que consideri convenientes sense obligar-lo a perdre els seus trets característics.

Dotarem de color la zona comercial, millorarem el paisatge i el mobiliari urbà dotant-lo de colors i olors amb la instal·lació de jardineres fixes i banderes decoratives per a cada esdeveniment comercial.

Per tal de donar suport al comerç del municipi s'ha elaborat un programa d'accions per la promoció i dinamització comercial que tenen per objectiu fidelitzar a la clientela i apropar a la ciutadania del municipi.

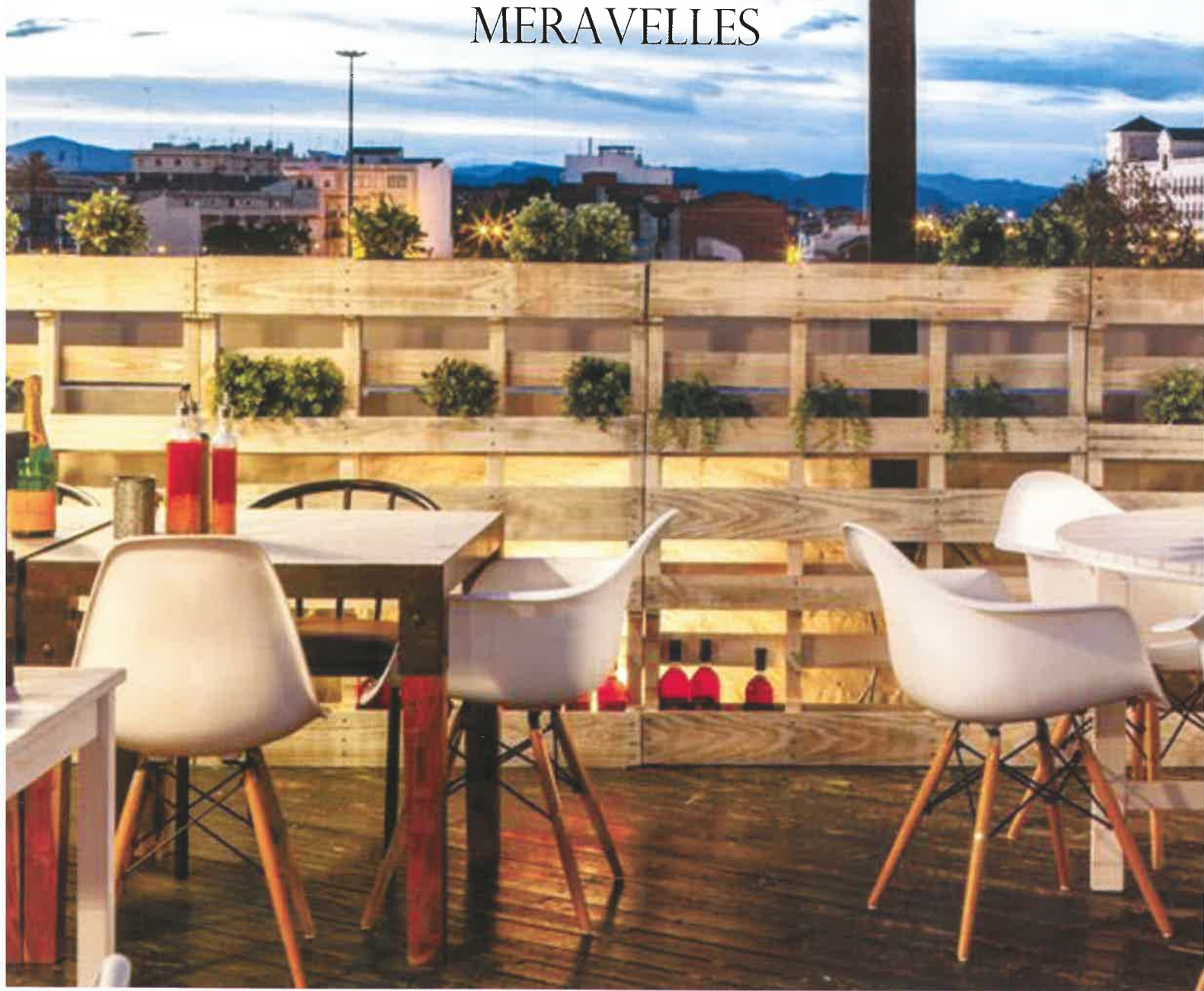
Aquestes campanyes es desenvoluparan durant tot l'any i aniran acompanyades en la majoria dels casos amb animacions permanents a les places del municipi i/o rotatives en funció de la campanya.

Amb la creació d'aquest centre comercial es busca entre d'altres que la zona comercial sigui un lloc de trobada on s'atreguin clients que ajudin a impulsar el comerç local, posar en valor la zona comercial, omplir els locals buïts perquè generin activitat i llocs de treball, fomentar l'associacionisme i millorar la qualitat dels espais.

La data prevista per a la inauguració del centre comercial a cel obert està prevista pel 21 i 22 de maig on s'oferiran nombroses activitats d'animació, espectacles, gastronomia i on durant tot el cap de setmana els establiments que vulguin mostraran els seus productes al carrer amb parades, la zona comercial estarà tancada al transit i els vianants seran els protagonistes.

COMERÇ AL CARRER

IDEES PEL POBLE DE LES 15000
MERAVELLES





Corbera de Llobregat

Un poble amb estil, un poble amb qualitat.

El passat mes d'octubre de 2016 l'equip de govern de l'Ajuntament de Corbera de Llobregat va aprovar una moratòria per un període de dos anys (2017-2018) de la taxa per l'ocupació de terrenys d'ús públic amb taules i cadires amb finalitat lucrativa i de la taxa per l'ocupació de terrenys d'ús públic amb mercaderies.

Això vol dir que a partir de l' 1 de gener de 2017, i pels anys 2017 i 2018, tots aquells negocis i comerços que ocupin la via pública, ja sigui per posar-hi una terrassa amb taules i cadires, per a mercaderies o per fer-lo més atractiu, no hauran de pagar cap taxa.

S'hauran de demanar els permisos corresponents, però això no suposarà cap cost per als negocis i comerços.



Un estil propi

Ens agradaria que cada negoci i cada comerç surti al carrer d'una forma harmònica, elegant i atractiva per a tots els veïns i veïnes del municipi.



Ens agradaria que la imatge dels nostres carrers potenciés els valors que té Corbera i que són, al nostre entendre:

- Respira aire fresc
- Un viatge al passat
- Emociona't
- Bon profit

Respira aire fresc

Corbera fa olor d' herbes remeieres, els colors són els de la natura i les flors ..., olors i colors suaus que acompanyen a la reflexió, la relaxació, la pau i l'harmonia.

Emociona't

La nostra gent surt al carrer, els agrada la festa i la tradició. Els nostres carrers no poden oblidar les festes i els símbols creats i potenciats per les nostres entitats i associacions.

Un viatge al passat

Estem en un poble mil·lenari ple d'històries, llegendes i enigmes. Cada detall és important. Les nostres pedres vermelles ens diferencien i ens donen caràcter propi.

Bon profit

Degusta les receptes tradicionals i d'avantguarda basades en la cuina mediterrània i de mercat. No deixis de tastar la bona oferta de pastisseria, de xarcuteria i de vins i olis.

Aquest valors comuns que volem potenciar s'han de barrejar amb les característiques pròpies de cada un dels diferents negocis i comerços que tenim a Corbera de Llobregat. Cadascun amb la seva personalitat, el seu caràcter, el seu estil i els seus valors.

En la mesura que aconseguim millorar la imatge i fisonomia dels nostres carrers, augmentarem el poder d'atracció i aconseguirem complir un dels somnis i objectius més preuats d'aquest municipi.

“Aconseguir atraure per al comerç local els 15.000 veïns i veïnes que tenim dispersats per tot el territori.”





Ens tens al teu costat.

Des de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic volem ajudar-vos a dur a terme el vostre projecte de sortir al carrer amb harmonia, elegància i estil.

Per això ens agradaria que trobéssim una estona per a comentar el vostre projecte, analitzar els espais que voleu ocupar, ajudar-vos a definir l'estil i facilitar-vos tots els tràmits perquè sigui una realitat.



Posa't en contacte amb nosaltres:



Ajuntament de
Corbera de Llobregat
Servei de Comerç - 93.650.02.11
comerc-e@corberadellobregat.cat

cèntric
el centre de Corbera



cèntric

el centre de Corbera

2017 | MAIG

Nº1



**CÈNTRIC, UNA NOVA REALITAT
PEL COMERÇ DE CORBERA**

Inauguració 27 — 28 de maig

Cèntric una nova realitat

El cap de setmana del 27 i 28 de maig de 2017 volem donar el tret de sortida a un nou concepte de Corbera.

Des de fa dos anys quan va començar l'actuació d'un nou govern municipal, va iniciar-se un projecte destinat a generar desenvolupament econòmic, el vam batejar amb el nom de la "Corbera de les 15.000 meravelles" en referència als quasi 15.000 veïns i veïnes que compartim aquest poble. Aquest projecte, com s'ha anat dient en diferents ocasions vol, amb la complicitat de tots i totes, dinamitzar Corbera en els àmbits del comerç, l'emprenedoria i el turisme.

Aquest mes de maig de 2017 l'acció estrella per a dinamitzar el comerç arrenca amb un cap de setmana ple d'activitats i esdeveniments organitzats per tots els agents que formen part de la trama comercial de Corbera.

Han estat 2 anys plens de feina per arribar a la inauguració del Cèntric, la creació d'un Centre Comercial a Cel Obert ubicant-lo en l'actual zona comercial.

Aquest concepte de Centre Comercial a Cel Obert l'hem anat testant amb diferents proves pilot i diferents activitats, algunes amb molt d'èxit, que ens han fet creure que Corbera està viva i el seu comerç també.

Hem preparat un cap de setmana ple d'activitats i esdeveniments organitzats per tots els agents que formen part de la trama comercial de Corbera.

2 anys plens de feina i experiències que ens han fet creure que Corbera està viva i el seu comerç també.

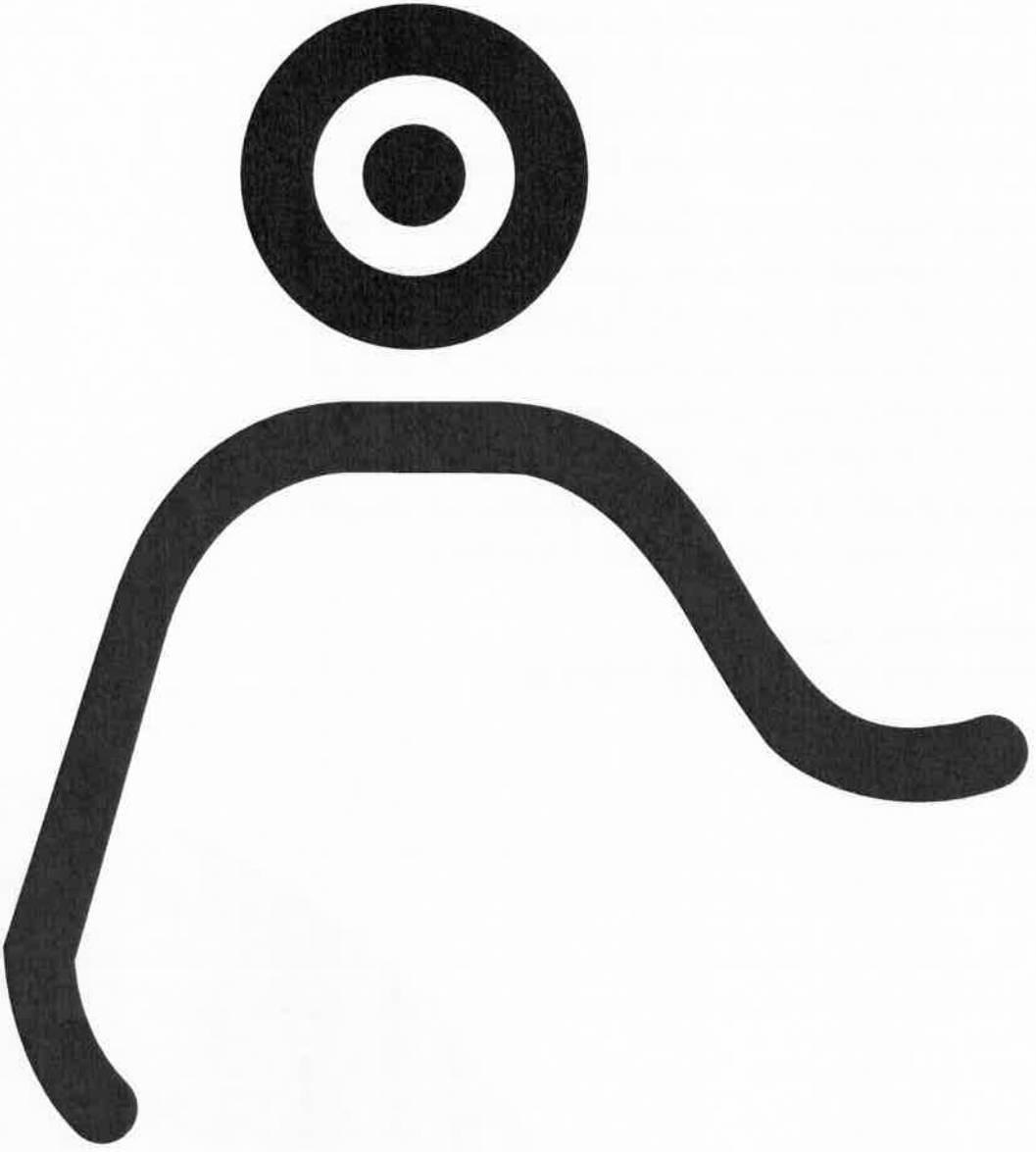
A banda, estem en constant desenvolupament per a trobar més places d'aparcament que facilitin l'accés i la mobilitat, un aspecte cabdal per l'èxit del Cèntric.

Per a determinar el nom i l'estètica gràfica del Cèntric es va realitzar un concurs obert on els mateixos comerciants i empresaris van escollir entre diferents opcions que hi van concórrer.

La inauguració del Cèntric és un cap de setmana especial que volem que sigui el punt de sortida. El més important d'aquest projecte és la continuïtat, és la perseverança, és creure amb el nostre poble, amb la nostra gent, amb el nostre comerç. És aconseguir que els 15.000 estimem aquest poble tan bonic i ens ajudem els uns als altres i comprem i consumim a Corbera.

Montserrat Febrero
Alcaldeessa de Corbera de Llobregat





**Què és
Cèntric?**

**Què se
n'espera?**

Què implica?

En aquest magazine contestem a totes aquestes preguntes, expliquem els beneficis d'aquest nou centre comercial a cel obert, comuniquem les activitats i actes que tenim programats per la inauguració i posem en valor tot allò que tenim al nostre abast, aquí, a Corbera.

Aquí fem poble

Apostem per un espai on tothom es pugui retrobar

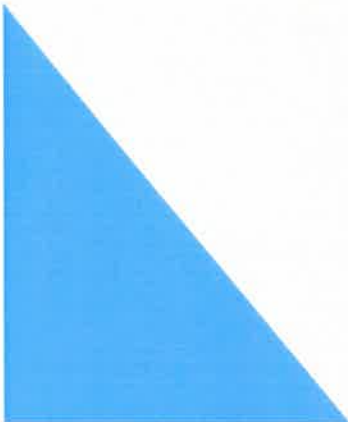
Corbera ha atret un elevat nombre de veïns i veïnes que gaudim de tots els al·licients que tenim a tocar.

Corbera de Llobregat és un poble que mitjançant els seus encants ha atret cap a aquest racó de món un elevat nombre de veïns i veïnes que gaudim dels nombrosos al·licients que tenim a tocar. Actualment som pràcticament 15.000 persones. Vivim immersos en un model residencial on la gran majoria dels corberencs i de les corberenques treballen en altres indrets residint al poble majoritàriament els caps de setmana.

Amb la creació del Cèntric apostem pel valor de "fer poble". Volem que tots els veïns i veïnes de Corbera aprofitin els avantatges de poder viure en una anella plena de natura al costat de la gran metròpoli de Barcelona.

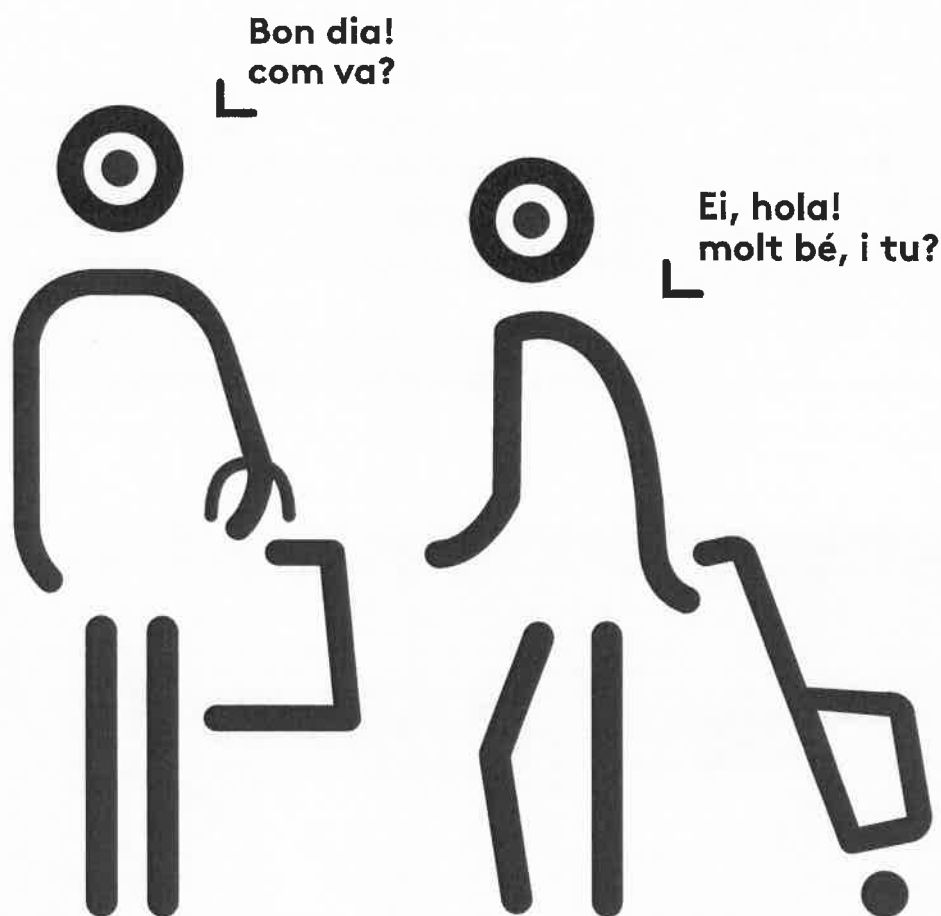
Només a 22 quilòmetres i a la vegada tan lluny de la grisor i el fum.

Amb l'arribada del Cèntric volem que el teu cap de setmana a Corbera sigui especial, diferent i ple d'experiències úniques i irrepetibles. Volem que Corbera sigui la suma de petits detalls que t'enamorin cada dia més.



Volem que el teu cap de setmana a Corbera sigui especial, diferent i ple d'experiències úniques i irrepetibles.

Petits detalls com sortir a passejar, saludant-se els uns als altres, gaudir de l'oferta comercial i gastronòmica, aprofitant les ofertes i promocions, divertir-se amb les animacions, comprar productes de confiança i propers i, tot això, en un entorn d'olor a natura i fum de llenya cremada, i, de fons, amb el cant dels ocells i el ning-nang del campanar.



Sortim a passejar

Fem lluir els nostres carrers

El projecte Cèntric pretén guarnir i endreçar els principals carrers comercials de Corbera per a que passejar sigui una bona opció per tenir un matí o una tarda de dissabte o diumenge diferent. A banda de gaudir dels nombrosos camins, corriols i pistes forestals que ens envolten, volem que també gaudeixis de més carrers amb prioritat pels vianants, dels parcs infantils per a la mainada i de les terrasses per a poder fer un bon refrigeri i un bon mos.

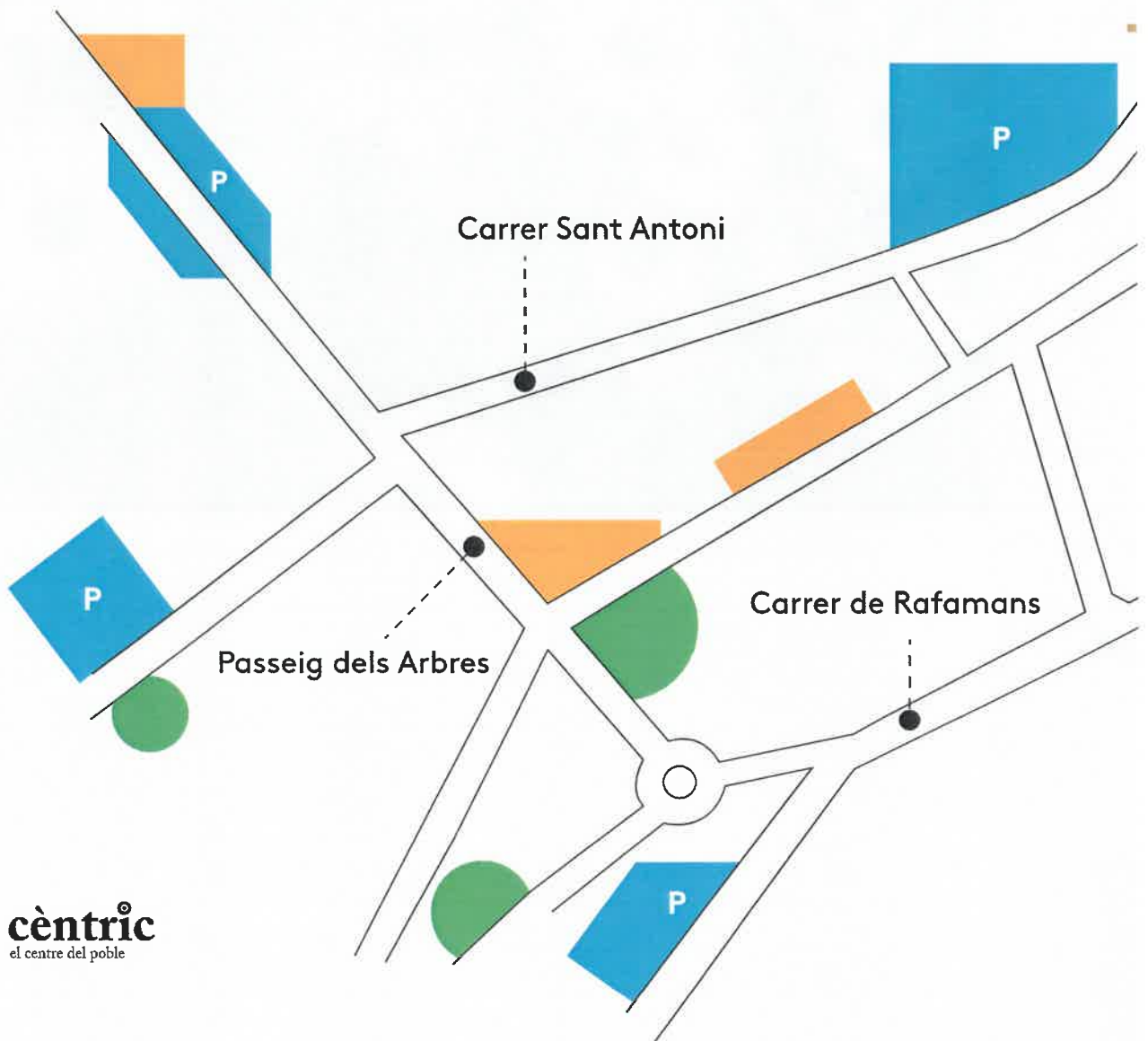
Els carrers són punts de trobada per comentar l'actualitat amb els veïns i veïnes, per sentir que formem part d'un col·lectiu que ens aprecia.

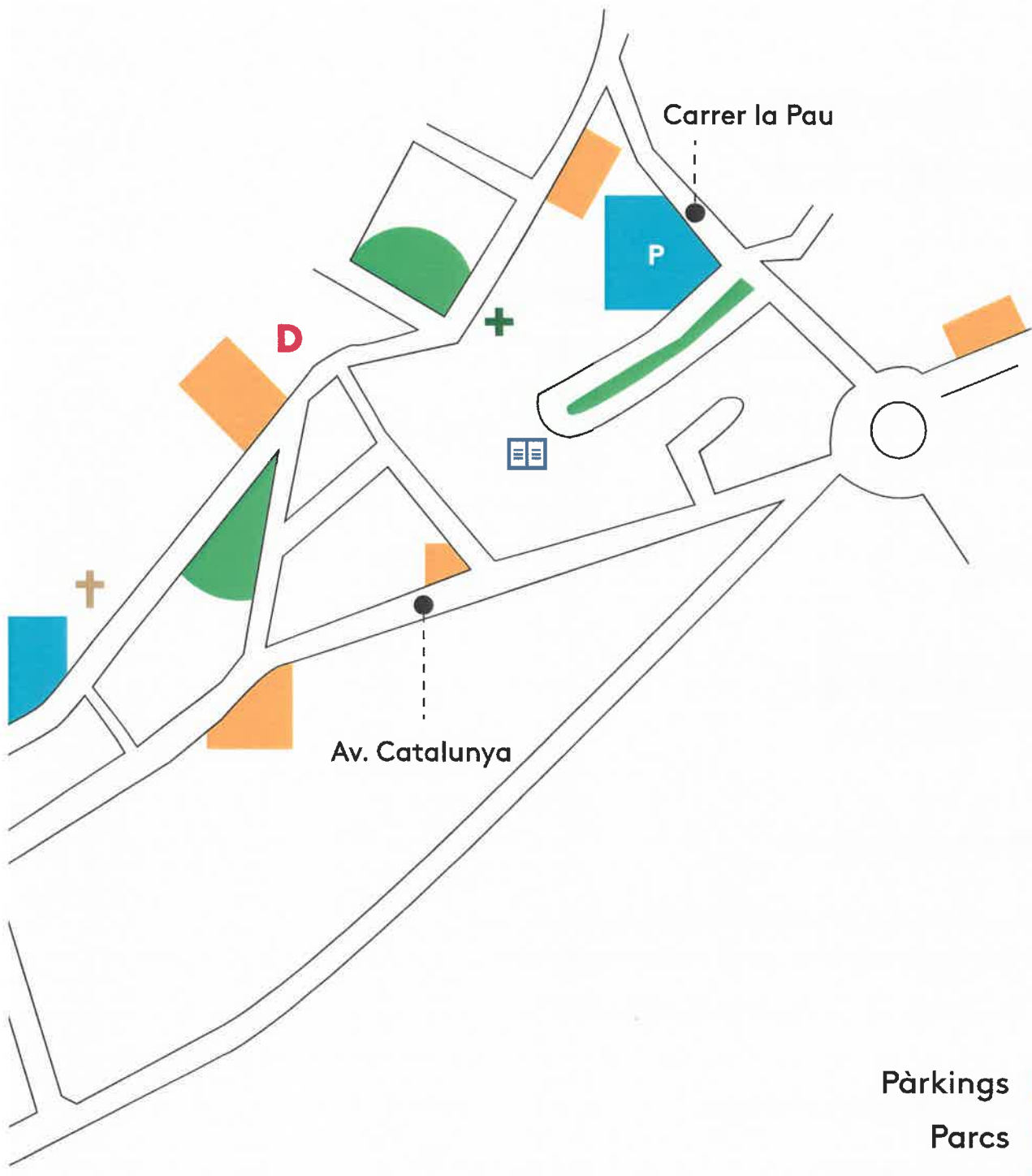
Els carrers són punts de trobada per comentar l'actualitat amb els veïns i veïnes, per sentir que formem part d'un col·lectiu que ens aprecia. Accions com saludar al cambrer, explicar una recepta de cuina a la carnissera, sentir un acudit del senyor de la fruita o comentar la nostra cançó preferida al perruquer són petits detalls que ens fan sentir millor i més estimats.






Volem que vinguis, aparquis, passegis i gaudeixis, sol o en família, dels carrers del teu poble.









- Pàrkings 
- Parcs 
- Terrasses 
- Església de St. Antoni 
- Societat Diadema 
- Biblioteca 
- Farmàcia 

La imatge del centre

nom

S'opta per Cèntric ja que és fàcil, català i explica en si mateix la idea del projecte. Un Centre comercial al Centre de Corbera.

paraules clau

Poble
Comerç
Botiguers/es i compradors/es
Identitat
Pictogrames







logotip

cèntric
el centre de Corbera

gamma cromàtica

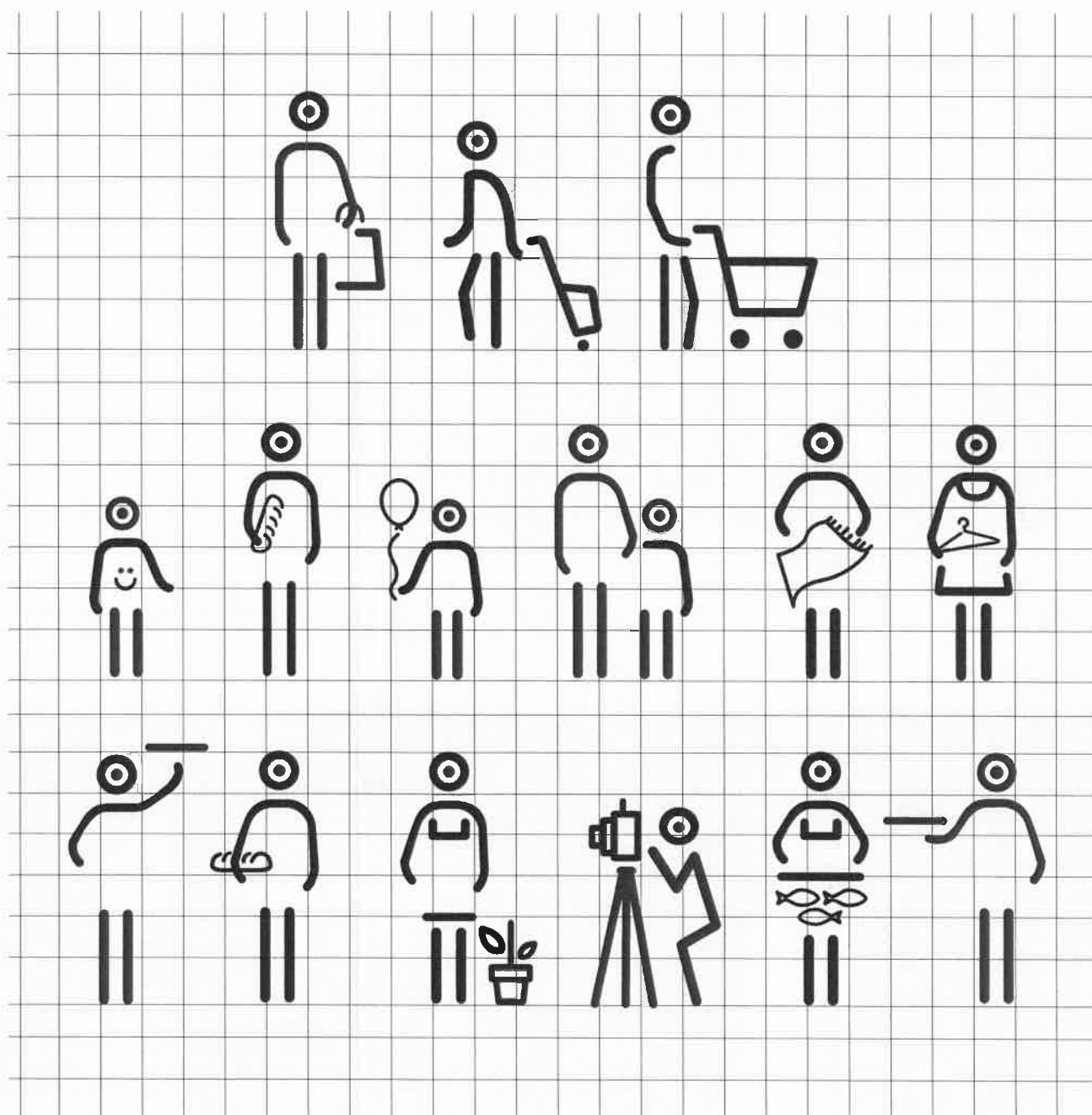
El codi de colors permetrà diferenciar els sectors que podem trobar en el comerç del poble.

S'ha escollit fer la següent classificació:

	Color de suport base
	Alimentació
	Regals i equipament de la llar
	Serveis i lleure
	Moda, estètica i complements
	Restauració

pictogrames

Generació de pictogrames de diferents botiguers i usuaris del centre



Tenim molt per oferir

Una àmplia oferta comercial i gastronòmica per a que no et falti de res

Corbera ofereix diversió, bon menjar i tot allò necessari per omplir el teu rebost, calaixos, habitacions i jardins.

Tenim molts bars i restaurants que et permetran prendre bons refrigeris, fer un mos especial i plens de sorpreses. Esmorzars de forquilla, vermutos al sol, dinars de tot tipus de cuines, berenars calentons i sopars romàntics i exòtics els podràs fer a quatre passes de casa.

En alimentació, entre els supermercats i les botigues de proximitat amb tot tipus d'oferta en fruita i verdura, carns, peix, menjar gourmet, pa i pastisseria..., la nevera i el rebost els tens plens. A més molts d'aquests comerços tenen el servei de portar-te la compra a domicili fent més fàcil i senzilla l'experiència.

De tot i més aprop de casa.

Vine, escull el que vols i t'ho portem a casa!



Pel que fa als regals i equipament de la llar, tens ferreteries, botigues de detalls i regals, floristeries, llibreries i molts altres que faran que puguis regalar el més bonic a qui t'estimes i fer també més bonica la teva casa i el teu jardí.

Si el que vols és estar ben bonic o ben bonica, un gran nombre de comerços destinats a la moda, estètica i complements t'esperen per fer-te brillar, pentinar-te, vestir-te i calçar-te, i fer-te sentir la persona més feliç del món.

També l'oferta en lleure i serveis no te l'acabaràs si vols seguir tot el que et proposen els diferents gimnasos, centres d'activitat física, ball, ... I qualsevol cosa que necessitis tant en el teu àmbit personal com professional també tens assessors, professionals, aules de repàs, centres mèdics i de rehabilitació, dentistes, psicòlegs, advocats, serveis d'assegurances, bancs, pèrits,...

I si tens mascotes....perruqueries, moda, veterinaris, hípiques..

En definitiva, una gran oferta que t'espera que vinguis per donar-te els seus productes i serveis amb molts avantatges, però sobretot proper i de confiança.

**Tens molt on triar
per tornar a casa
amb la cistella ben
plena.**



De confiança i pròxim

Un bon ambient on trobar-se a gust en el dia a dia

Al Cèntric estem creant un centre comercial a cel obert on tota l'oferta comercial té un atribut comú molt valuós. És de confiança i pròxim.

Què vol dir?

Poder mirar als ulls a qui et serveix o et ven un producte no te preu. A banda de donar-te un producte o un servei pots calibrar, amb confiança, alguna cosa més que fa que a banda d'una pura relació comercial, s'inicia una relació d'amistat que ens enriqueix com a persones i com a col·lectiu.

Poder mirar als ulls a qui et serveix o et ven un producte no te preu.



Vius a Corbera, un poble molt a la vora de la gran àrea metropolitana de Barcelona, però segueix sent un poble. Aprofita aquest valor. Gaudeix de les relacions humanes amb els veïns i les veïnes. Coneix al senyor que llegeix cada matí el diari prenent un cafè. Saluda a la senyora del gos que ens envia un somriure. Abraça a la noia que passeja amb el seu fill petit mirant els coloms de la plaça. Són moments per viure'ls al poble.



Programa d'activitats 27—28 maig

ds.27

ACTIVITAT	HORA	LLOC
Mercat de venda no sedentària	10.00 — 15.00h	Av. Catalunya/ Mil-lenari
Presentació Mostra Teatre Món de Mones 2017 + Tastet grup Juvenil Teatre Musical + Tastet Jove Cia. Mona Grup de Teatre de La Palma amb Tastet de l'obra musical "El Petit Príncep"	17.30 — 18.00h	C/St. Antoni
Activitats Gimnàs Ingrid Giner; Hip-Hop + Salsa + Bachata + Zumba Adults + Zumba nens	18.00 — 19.00h	C/St. Antoni
Exposició d'artesans i comerços locals	18.00 — 00.00h	C/St. Antoni
Exhibició d'escultures de fusta amb motoserra a càrrec de Tree Love	19.00 — 20.00h	C/St. Antoni
Inflables Infantils	19.00 — 00.00h	Pl. Sant Antoni Pl. Igualtat
Jocs Gegants + Jocs de bombolles	19.00 — 00.00h	Av. Catalunya
Karaoke	22.00 — 01.00h	Pl. Igualtat
Futbol a les terrasses (Final Copa del Rei)	21.00 — 23.00h	C/Sant Antoni Pg. dels Arbres Av. Catalunya

DJ-Music Hugo Soto 23.00 – 02.00h Pg. dels Arbres

Concert "Tancat per vacances" (banda de reggae, rock, ska i funk) 23.00 – 00.30h C/Sant Antoni

DJ Cherry 00.30 – 02.00h C/Sant Antoni

Música en viu 23.00 – 02.00h Av. Catalunya/
Mil·lenari

dg.28

ACTIVITAT

HORA

LLOC

Cinc Cims menuts 11.00 – 13.00h C/St. Salvador

Grup Sardanista Corbera 12.30 – 13.30h C/St. Antoni

Activitats Gimnàs Ingrid Giner; Dansa Moderna + Contemporani + Hip-Hop + Breakdance 18.00 – 19.00h C/St. Antoni

Fi de Festa - Festa Holi!
+ Mais Ki Samba
+ Dansa del ventre a càrrec de Gimnàs Ingrid Giner 19.00 – 21.00h C/St. Antoni

Promocions cap de setmana 27—28 maig

FORN DE PA I PASTISSERIA CARDONA

Tot el cap
de setmana
2 tapes + refresc/
quinto

5€

Av. Catalunya, 49
C/St. Antoni, 23

ESTÈTICA EL PASSEIG

Manicura
al carrer
dissabte 27
de maig

Av. Catalunya, 15

BAR TORERO

Montadito + copa vi,
cava o cervesa

3€

Taula de monta-
dits variats

5€

Av. Catalunya, 37

FOTO CORBERA

Photocall
+
copa de cava
+
sorteig de 2 vals
per imprimir 25
fotos

Av. Catalunya, 23

MODA INFANTIL PEQUES

pintacares
19.00h - 20.00h

Av. Catalunya, 16

FRANKFURT CA LA NATI

Tarda-nit terras-
seta al carrer,
sortejos i
"kaipis Nati"

Av. Catalunya, 29

**ROSTISSERIA
CA L'ENRIC**

Racció de
patates de regal
per la compra
d'un pollastre

Av. Catalunya, 56

**MODA
KATORZE**

Ds. 27 a partir
de les 19.30h
descompte de luxe
-20%
i copa de cava
+
Dg. 28
de 10.30-14.00h

Pg. dels Arbres, 14
local 2

**CAFETERIA
EL CAFÉ DE
LES BRUIXES**

Butifarrada
a la brasa

Av. Catalunya, 17

**INSTAL·LACIONS
BOSCH I BOSCH**

Estudi gratuït
d'estalvi energètic
i potència de
la seva factura
de la llum
(entre setmana
+ és necessari
presentar la seva
factura actual)

C/La Pau, 55

**REGALS
I JOGUINES
URGELLÉS**

descomptes
d'entre
el 20%
i el 50%

Av. Catalunya, 54

EL REVOLT

Joguina
+
bosseta
de llaminadures
1€

C/St. Antoni, 2

GRANIER

Porció
pizza/paninni
1,50€

Av. Catalunya, 9



JOIERIA GEMMES

obsequi
amb cada
compra
o
reparacions

C/St. Antoni, 4

BAR FUSION'S

Canya gratis
a l'hora
del vermouth
+
Sandwich
milanesa (ds. nit)

3,50€

Av. Catalunya, 13

BOTIGA D'ANIMALS DEL CAMÍ RAL

un ós de regal
per la compra
d'un sac de pinso

C/St. Josep, 1

COM LA TRUTXA AL TRUTXO

Ds. 27
Taller infantil
18.00h-20.00h
+
Festa trutxa!
22.00-01.00h

C/St. Antoni, 20

QUEVIURES CANALS

Ds. 27 matí
Degustació de
sucs, ostes i cava

Pl. del Mil·lenari, 4

SALUT DENTAL PALLACH

Dg. 28
Catifa vermella,
photocall, globus
+
sorteig de raspall
elèctric Oral-B
+
celebració
15 anys amb
copa sorpresa
i més...

C/St. Antoni, 38

RESTAURANT LA GAVINA

Tapa + quinto
2€

C/Av. Catalunya, 30
baixos

BAR PARADA

Tapa +
canya/refresc
2€

Pça. Mil·lenari, 2

CAFÉ - BAR SOCIETAT DIADEMA

2 montaditos
+ copa de vi/cer-
vesa/refresc
5€

C/St. Antoni, 30

GIMNÀS I CAFETERIA INGRID GINER

Ds.27 i Dg. 28
Exhibicions de ball
de 18.00h a 19.00h
al C/St. Antoni
+
Dg.28 dansa
del ventre a partir
de les 19.00h

C/Casanovas 26 B,
local 3

CELLER DE L'AVI

Karaoke
de 20.00h -
01.00h

C/St. Antoni, 8

TAPES I CASSOLETES EL CUP

Amb una copa
de cervesa o
de vi de la casa
**una tapeta
de regal**

Av. Catalunya, 56

...més promocions

**BAR
LA TERRASSETA
DEL REFUGI**

Croquetes +
braves + amanida
+ 2 refresc/canya

5,50€

Pg. dels Arbres, 26
local 2

**COLOR
QUEBRADO**

Exposició Cèntric
a l'aparador

Pg. dels Arbres, 18

**MODA
INFANTIL
ENTRE NENS**

Estaràn a la botiga
la Ladybug
i l'Spiderman

+
tassa "Cèntric"
de regal per una
compra superior
a 40€

Pg. dels Arbres, 18

**PEIXATERIA
NATÀLIA**

per una compra
de 20€, 1kg de
musclos de regal

Av. Catalunya, 43

**EL GOURMET
DE LA AINHOA**

3 montaditos +
copa de cervesa
o cava

4€

Pg. dels Arbres, 26
BIS local 3

**FERRETERIA
ESTEVE**

Obertura
de 9.00-14.00h i
de 17.00-20.00h
descompte en
totes les compres
d'aquell dia d'un
10%

(No acumulable
a altres ofertes)

Pg. dels Arbres, 5

**FERRETERIA
ARAN**

Ds. matí
Descompte
en eines d'un
20%

C/Rafamans, 58-60

**ALFIL.
BE CORBERA**

Ds. 27
Taller infantil
de 18.30h-20.30h

Pg. dels Arbres, 4

**FLORISTERIA
CORBERA**

Descomptes
del 10%
i el 20%
en decoració

Pg. dels Arbres, 1

**SABATERIA
PUJOS**

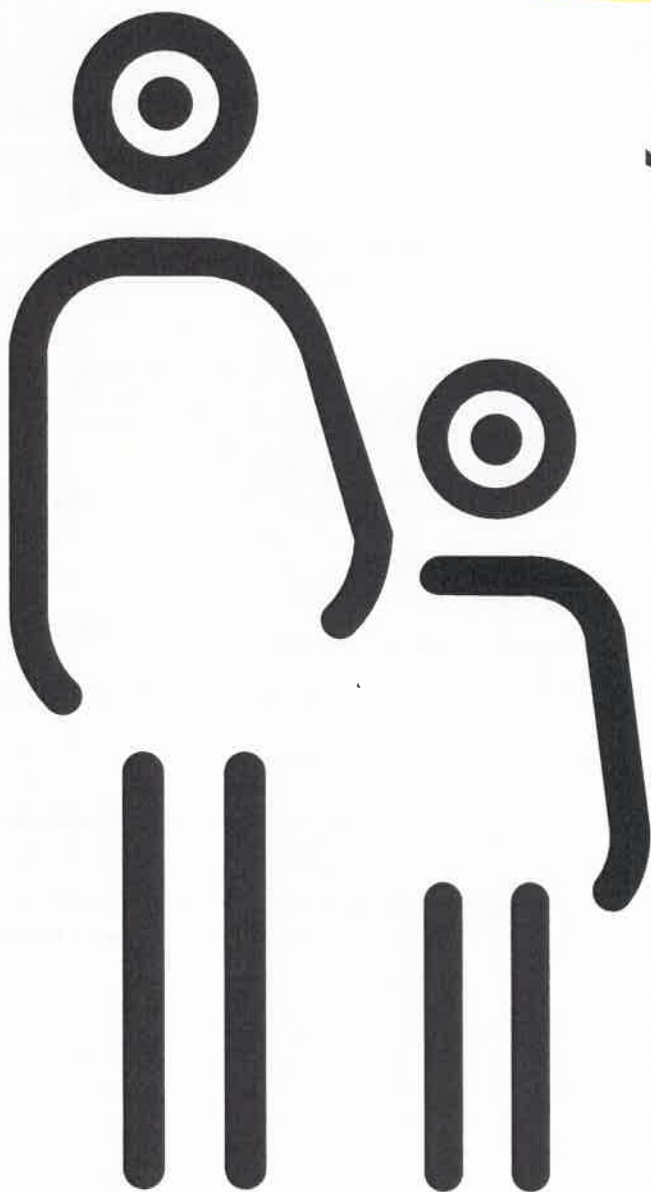
Ofertes
especials fins al
50%

Pg. dels Arbres, 14

SERVIFRUIT

Ofertes especials
+
sorteig
d'una panera

Av. Catalunya, 60



...més promocions

...més promocions

RESTAURANT ELS FOGONS

Ds. 27 de
12.00h - 13.30h
tapa + cervesa/o
copa de cava

2€

+

Fira d'abril amb
actuacions a
partir
de les 19.00h

Dg. 28 de
12.00h - 13.30h
tapa + cervesa/o
copa de cava

2€

C/Casanovas, 4

BAR - CAFETERIA BEN BO

Ds. 27
Gofre de nutella

2,50€

*suplement
de nata 0,50€

C/Rafamans, 44

MODA ESPORTIVA TOT ESPORT CORBERA

Ds. 27
descomptes del

10%

C/Rafamans, 16B

GALUMIS

Sorteig pack
de productes

+

Gravació de pla-
ques gratuïta

+

Promocions
d'alimentació
i accessoris
per mascotes

+

Descomptes
especials en
antiparasitaris
per gossos i gats

C/Progrés, 6

XARCUTERIA PLANAS

Tast de formatge

+

promoció
obsequi

"per cada fuet
1L de llet
de regal"

+

tarda-vespre
paradeta al carrer
desgutació
de formatge
i pernil ibèric

C/St. Antoni, 12



sorteig d'ACOPA

50 ENTRADES

"Mostra de companyies joves" 4 de juny 18.00h
"Estralls" Jordi Casanovas Cia. Escomesa
- Igualada 19.30h

5 ENTRADES per Port Aventura + Ferrari Land



Bases del sorteig a:
www.acopa.net



Esdeveniments, promocions i activitats

Cinquanta-dos caps de setmana
d'entreteniments i diversió

Corbera té nombrosos esdeveniments, actes, festes i tradicions que ens fan xalar com les cercaviles, amb els gegants, bastoners, diables i timbalers. Els correfocs, tant per grans com per petits. Els espectacles de carrer amb pirotècnia, les exhibicions de balls, la cavalcada dels Reis, els esmorzars populars, les empalmades, la Tapatum, el Pessebre Vivent, la Cinc Cims, les representacions teatrals, els concerts de música per sentir i per ballar i moltes coses més que ens omplen nombrosos caps de setmana.

El Cèntric vol aportar nous esdeveniments, festes i activitats pels caps de setmana que no tenim entreteniment i oci.

Volem que tots els caps de setmana tinguis una oferta d'entreteniment i oci atractiu perquè viure el cap de setmana a Corbera sigui una opció, i si pot ser, la millor.





**Festes i tradicions
que ens fan xalar!**



Agenda Juny-Juliol

juny

CAPS DE SETMANA

DIES 3 – 4

Visita guiada a Sant Ponç

DIES 10 – 11

Gimcana històrica infantil

DIES 17 – 18

Xerrada i passejada sobre corbs
+
Visita teatralitzada del baró de Corbera

DIES 24 – 25

Sant Joan

DIA 28

Dia Internacional de l'orgull gay
- Cine Fòrum

DIA 28

Concert Sons Corbera

CAPS DE SETMANA

DIES 1 — 2

Cervesada, Fira de la Cervesa
Artesana de Corbera
+
Mega tobogàn aquàtic

DIES 8 — 9

Concert Blaumut
+
Festivitat Sant Cristòfor

DIES 15 — 16

Correfoc + Llucifèrum fira de l'infern +
Concert Oques Grasses + Nit de l'empalmada

DIES 22 — 23

Tapatum + Magdarock

DIES 29 — 30

Sons Corbera al carrer,
cap de setmana de música i ball

Creem nous llocs de treball

Aspirem a poder treballar allà on vivim

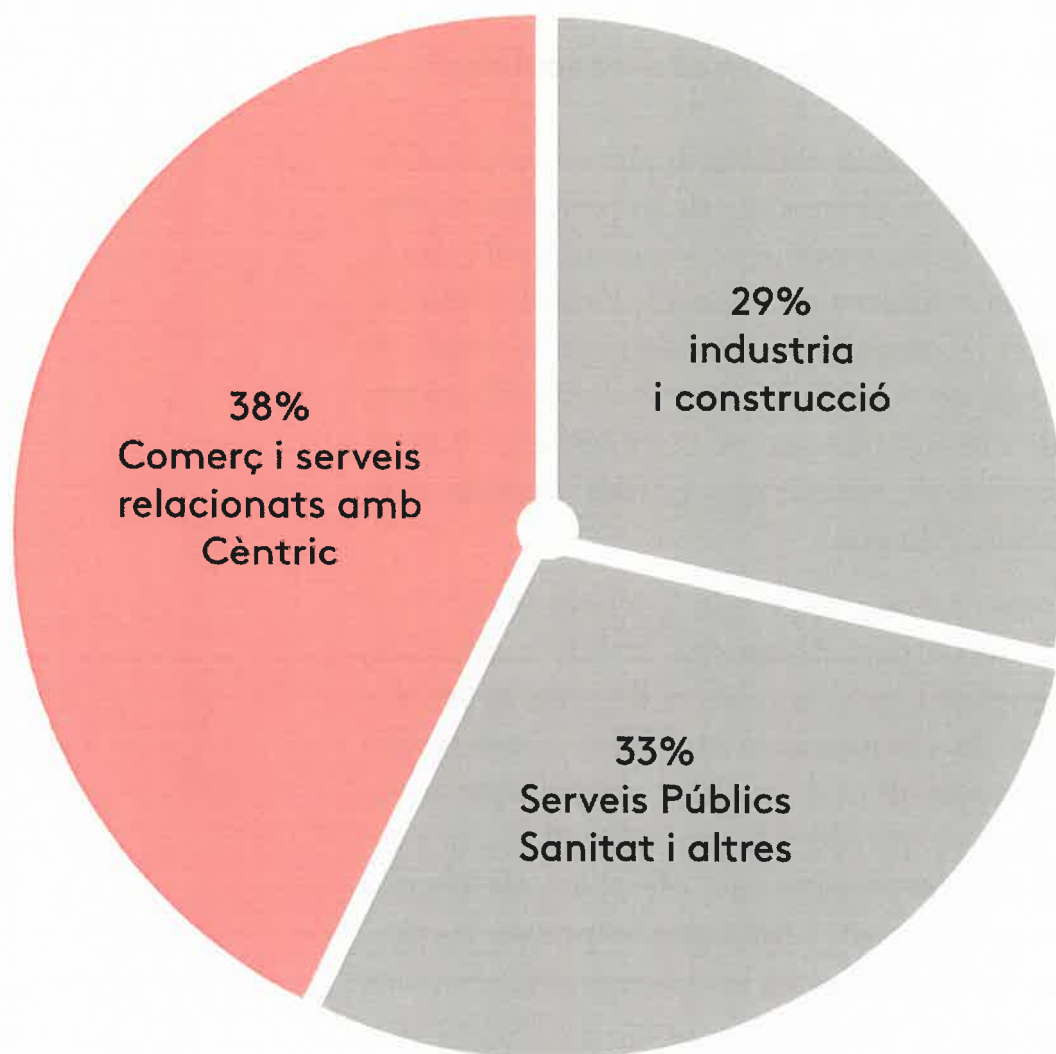
Actualment a Corbera hi treballen 2.677 persones repartides en diferents sectors d'activitat. Les activitats on hi ha més persones empleades són el comerç i la construcció. Creiem que **potenciant i dinamitzant la zona comercial de Corbera farem possible que nous negocis s'obrint tant per la banda del comerç com del servei a les persones i així puguem augmentar el nombre de llocs de treball.**

En general, volem arribar als 5.000 llocs de treball al 2025. Caldrà un impuls, a banda del comerç i serveis, a l'emprenedoria i el turisme. Volem construir un nou model econòmic que faci florir Corbera, fent créixer el comerç i per això l'aposta del Cèntric. Per a l'emprenedoria, properament inaugurarem l'espai de creació i coworking Àgora Corbera i en Turisme posarem de relleu nous valors turístics en la nostra història, els nostre patrimoni arquitectònic i la natura que ens envolta.

Si ens ho creiem, arribarem als 5.000 llocs de treball al 2025.

Apostem pel comerç, l'emprenedoria i el turisme com a impulsors del creixement econòmic.

LLOCS DE TREBALL



El nostre compromís com a veïns i veïnes

Si tots ens impliquem ens ensortirem

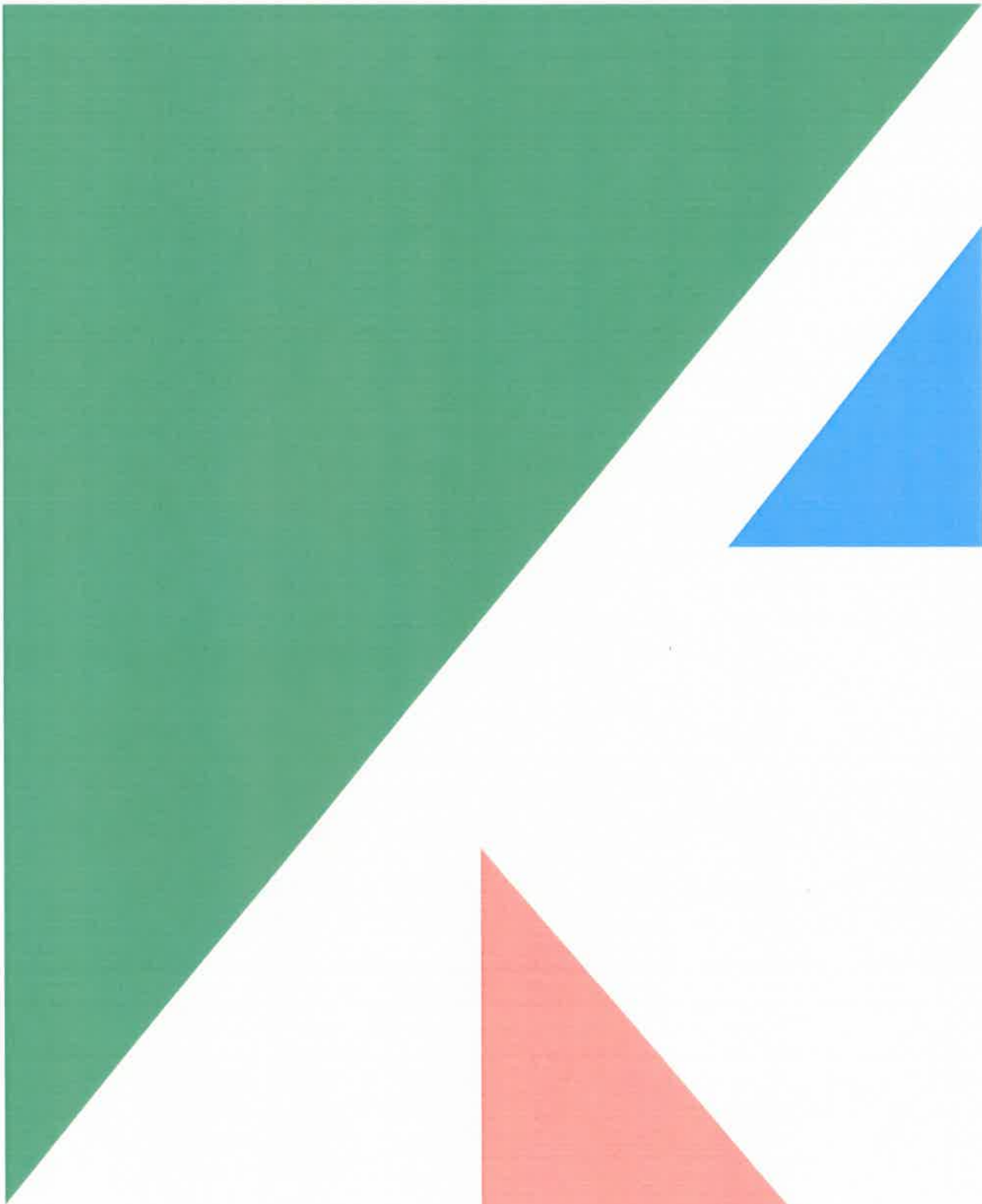
El Cèntric competeix amb altres Centres Comercials a cel obert com els implementats, més o menys estructurats, en els nostres pobles veïns com Sant Andreu de la Barca, Pallejà o Molins de Rei. Competeix amb Centres Comercials com els de Cornellà, Sant Boi de Llobregat, Gran Via, Sant Cugat... Competeix amb la venda online de nombrosos portals digitals com Amazon, Alibaba...

Com a veïns i veïnes de Corbera de Llobregat i com a part d'aquestes 15.000 meravelles, evidentment que som lliures de prendre les decisions de compra més oportunes, però també som responsables de cuidar i mimar aquest poble, som els privilegiats per rebre el tracte personal i de proximitat que ofereixen els nostres comerços, el tracte humà que desprenen les persones que treballen en les nostres botigues, bars i restaurants, som els que sortint i passejant pels nostres carrers ens saludarem i la farem petar, som els que podem fer realitat un poble viu, un poble ple d'harmonia, un poble màgic, un poble genial. No deixem perdre aquesta oportunitat. Com sempre, junts ho aconseguirem.

Visca el Cèntric i visca Corbera!!!

Jordi Anducas Planas

Regidor de Desenvolupament Econòmic



cèntric
el centre del poble



Ajuntament
Corbera
de Llobregat



ACOPA



Diputació
Barcelona

Àrea de Desenvolupament
Econòmic Local



Bon dia!
Com va?



Sempre
m'oblido
alguna cosa...



Voldria
comprar
això i allò!



Telf. Oficines d'Atenció
a la Ciutadania

93 650 02 11

cèntric
el centre del poble

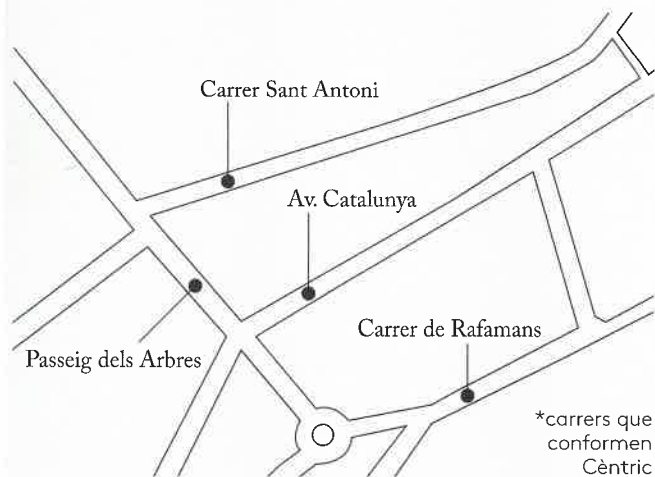
"Aquí fem poble"

El comerç és una activitat econòmica amb una important capacitat per "fer poble" atraient activitat social i econòmica al seu voltant.

Per contra, les grans superfícies comercials han creat noves vies ràpides d'accés i han consolidat el creixement residencial en zones perifèriques en detriment de la trama urbana consolidada.

Tanmateix, la crisi del petit comerç està generant una desertització de les zones comercials urbanes.

Amb la idea de pal·liar aquesta situació s'han tractat d'impulsar diferents estratègies de revitalització comercial, destacant en els últims anys els "Centres Comercials a Cel Obert".



Projecte

Comerç planificat i adaptat a un espai urbà obert delimitat.

Generalment els carrers amb major densitat comercial.

Aquest serà gestionat de forma unitària i centralitzada per un gran òrgan gestor encarregat dels aspectes comuns de publicitat, màrqueting, promoció, imatge, seguretat, accessibilitat, etc

Què i on?

Creiem fermament que a Corbera cal impulsar un "Centre Comercial a Cel Obert". Cal inaugurar Cèntric!

*La seva ubicació és als carrers més comercials: Sant Antoni, Avinguda Catalunya, Carrer Rafamans, Carrer La Pau i Passeig dels Arbres.

És un projecte transversal que requereix del compromís de tots: Ajuntament, comerciants, empresaris, veïns, Associació de Comerciants ACOPA, entre d'altres.

Com?

Pla de comunicació

Flyers donant a conèixer el projecte.

Revista periòdica

Millora de l'aspecte dels carrers amb els distintius "Cèntric", més neteja i més flors.

Dinamització mitjançant animacions i esdeveniments culturals. Impuls de campanyes i promocions comercials comuns.

Campanya de comerços i terrasses al carrer.

"Tenim molt per oferir"

"Confiança"

Estil propi

Ens agradaria que cada negoci i cada comerç surti al carrer d'una forma harmònica, elegant i activa per a tots els veïns i veïnes del nostre municipi.

Aquests valors comuns que volem potenciar s'han de barrejar amb les característiques pròpies de cada un dels diferents negocis i comerços que tenim a Corbera. Cadascun amb la seva personalitat, el seu caràcter, el seu estil i els seus valors.

Cèntric

El nom de Cèntric explica en si mateix el projecte, és el Centre comercial del centre del poble.

Es vol mostrar mitjançant una gràfica coherent i atractiva. Les virtuts del poble i el seu comerç i implicant a les persones que d'una manera o una altra en formen part, ja que elles són les autèntiques protagonistes.

Així doncs, trobem per una banda els botiguers i per altra els compradors. Sense oblidar l'encant que ofereix el poble i els avantatges que té; proximitat i confiança.

En la creació de la imatge gràfica s'opta per generar un conjunt de pictogrames de diferents usuaris i comerciants els quals trobaríem en el centre comercial, i es combinen amb un codi de colors escollits acord amb les necessitats comunicatives dels diferents sectors.

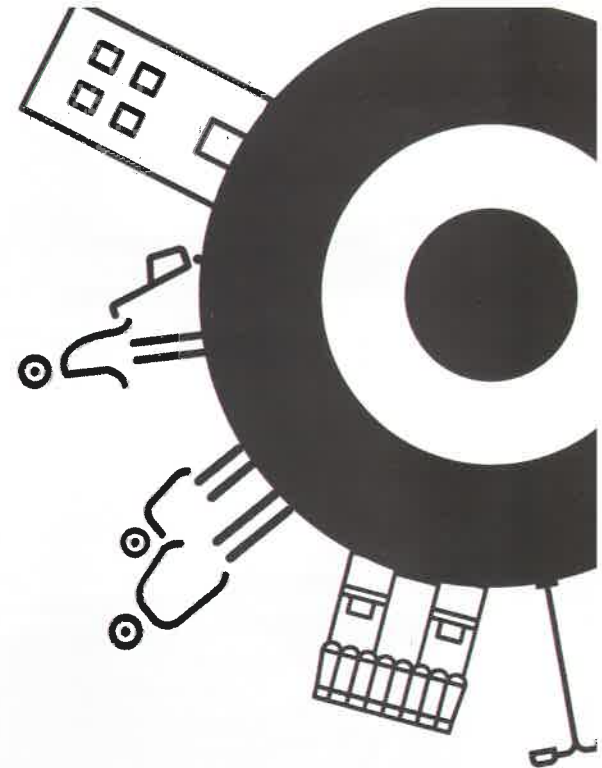
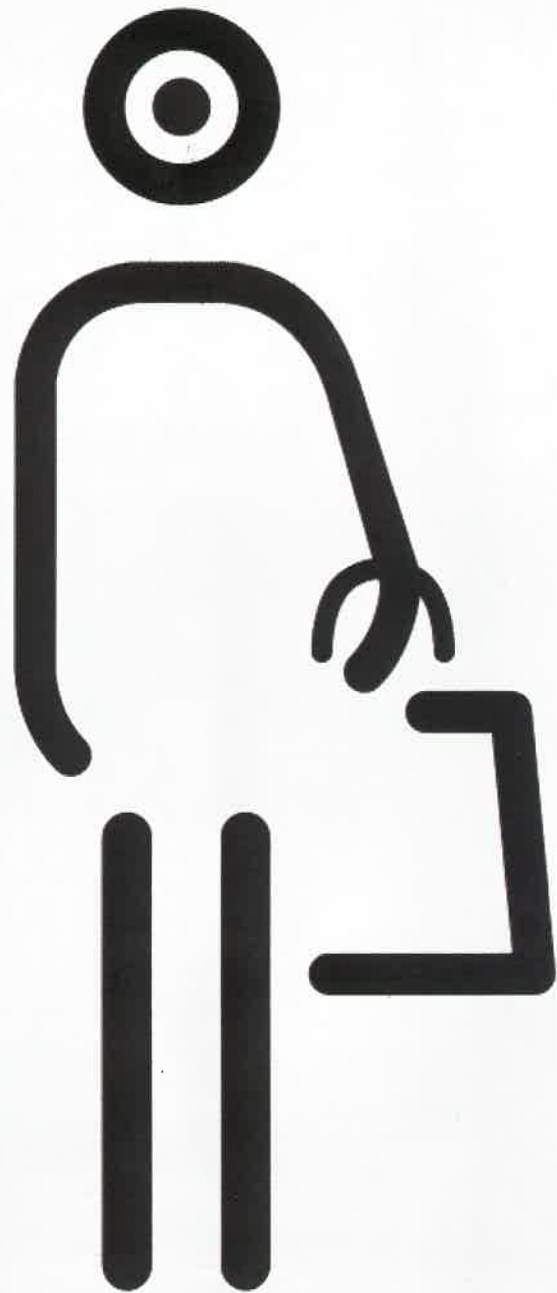
Colors

S'ha escollit fer la següent classificació: 1. Verd: serveis i lleure, 2. Groc: regals i equipament de la llar, 3. Blau: alimentació, 4. Rosa: moda, estètica i complements i 5. Lila: restauració. El codi de colors permetrà classificar i diferenciar els sectors que podem trobar en el comerç del poble.

Has vist les ofertes i promocions
d'aquests del Cèntric?

I tant!

Porto ja la bossa plena.



Al cèntric
el centre de Corbera

ens hem tornat bojos!

Retalla els cupons i aprofita les ofertes i
promocions que t'oferim els comerços del Cèntric.

2018

GENER

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRER

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
			1	2	3	4
5	6	7	8	19	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

MARÇ

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



ABRIL

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

MAIG

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

JUNY

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

JULIOL

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

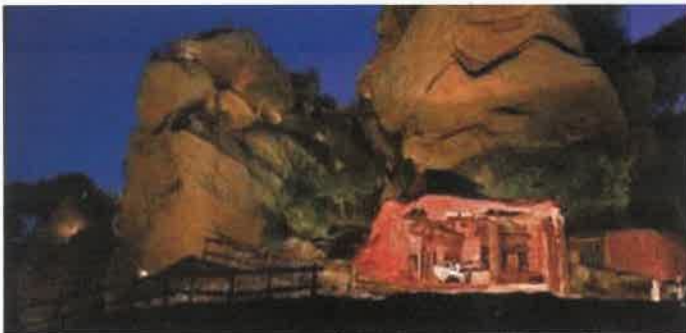
AGOST

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

SETEMBRE

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

cèntric
el centre de Corberà



OCTUBRE

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

NOVEMBRE

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

DESEMBRE

dl	dt	dc	dj	dv	ds	dg
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



Passeig dels Arbres, 18 Local 1 - 935 139 186
www.entrenens.com



Carrer Sant Jordi, 14 Local 1 - 936 880 481



Passeig dels Arbres, 5 - 936 880 469



Carrer Rafanana, 16R - 936 882 689
www.totesportcorbera.com



Carrer Sant Antoni, 12 - 936 501 304
www.sarcuteriaplanas.cat



Carrer Lluís Guimet, 10 - 936 500 751
www.elcarrilet.cat



Carrer Sant Antoni, 20 - 622 127 271



Plaça Mil·lenari, 4 - 936 501 855



Carrer Sant Jordi, 14 baixos 3a - 936 500 541
www.complementosformacion.com



Carrer Andreu Cerdà, 29 baixos - 936 501 649
www.imassana.cat



Carrer Lluís Guimet, 10 - 936 500 751
www.elcarrilet.cat



Carrer Sant Jordi, 14 baixos 3a - 936 500 541
www.complementosformacion.com



Carrer Sant Antoni, 39 - 931 799 118



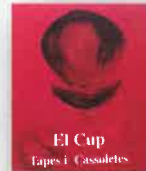
Carrer La Pau, 55 - 936 005 340
www.instalacionsbosch.cat



Avinguda Catalunya, 42 - 931 429 057



Avinguda Catalunya, 13 - 936 880 804



Avinguda Catalunya, 56 - 936 501 953



Avinguda Catalunya, 56 - 936 501 953



Avinguda Catalunya, 23 - 936 880 979



Avinguda Catalunya, 60 - 936 502 954



Avinguda Catalunya, 49 - Passeig dels Arbres, 5
Carrer Sant Antoni, 23 - 936 501 411



Avinguda Catalunya, 37 - 936 501 413



Avinguda Catalunya, 25 - 936 505 565



Passeig dels Arbres, 5 - 936 502 410



Avinguda Catalunya, 35 - 936 501 700



Passeig dels Arbres, 14 - 931 793 698



Avinguda Catalunya, 16 - 936 500 806



Carrer de l'Espart, 2 - 936 500 070



Carrer Andreu Cerdà, 29 baixos - 936 501 649
www.imassana.cat



Avinguda Catalunya, 17 - 696 084 274



Avinguda Catalunya, 6 - 936 500 482



Carrer Sant Antoni, 20 - 622 127 271



Passeig dels Arbres, 4 - 936 880 021



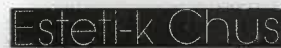
Carrer Sant Antoni, 8 - 936 502 600



Passeig dels Arbres, 5 - 936 880 469



Passeig dels Arbres, 14 - 931 383 595



Carrer Sant Jordi, 14 - 652 814 142



Avinguda Catalunya, 23 - 936 500 481



Avinguda Catalunya, 15 - 936 505 020



Passeig dels Arbres, 18 - 936 500 287



Avinguda Catalunya, 21 - 936 501 456



<p>40%</p> <p>DESCOMPTE en material escolar i en roba de màniga curta.</p>	<p>50%</p> <p>DESCOMPTE en les matrícules fetes el mes d'octubre.</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE per la compra de 2 pizzes artesanes elaborades al nostre obrador.</p>	<p>20%</p> <p>DESCOMPTE en calçat de futbol.</p>	<p>Neteja de cutis + INDIBA</p> <p>65€</p> <p>INDIBA + micro</p> <p>50€</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en tots els nostres serveis.</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en roba de temporada.</p>
<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en el canvi d'enllumenat convencional de baixa eficiència per noves de LED.</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en higiene dental.</p>	<p>Anglès adult tots els nivells. De dilluns a dijous (segons el nivell) nits de 20 a 21.30h, 2 dies per setmana (3 hores). Dissabte al matí de 09.30 a 12.30h (3 hores). Sense matrícula. Estalvi de 50€</p>	<p>50% Dte. a l'espai de criança. Un espai de joc i relació per a infants a 0 a 2 anys (acompanyats de l'adult). Cada dimarts de 10 a 12h amb l'acompanyament d'una professional en educació respectuosa.</p>	<p>Estudi gratuït de les despeses energètiques (llum i gas) de la teva llar o negoci. (només cal dur una factura)</p>	<p>50%</p> <p>DESCOMPTE sobre la tarifa per a aturats i jubilats.</p>	<p>15%</p> <p>DESCOMPTE en vins i caves.</p>
<p>De dilluns a diumenge</p> <p>10%</p> <p>DESCOMPTE a les compres fetes per la tarda.</p>	<p>Els dimecres del mes d'octubre</p> <p>10%</p> <p>DESCOMPTE en fruita i verdura.</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en marcs.</p>	<p>Per la compra d'un pollastre, 2 racions de patates</p> <p>GRATIS.</p> <p>(Caps de setmana)</p>	<p>3 montaditos + canya</p> <p>6€</p> <p>(els dissabtes)</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE si vens a sopar els dimecres.</p>	<p>DESCOMPTE d'1€/kg. en tots els tipus de carns.</p>
<p>Regal d'una canya de cervesa IPA al consumir un entrepà.</p>	<p>3€</p> <p>DESCOMPTE tots els dimecres per compres superiors a 20€ (no acumulables)</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en sabateria. (Només els dimecres)</p>	<p>Dimecres i dijous</p> <p>2€</p> <p>DESCOMPTE en tall de cabell per home i dona (Només per jubilats)</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en aparells de calefacció elèctrica (excepte ofertes catàleg)</p>	<p>Per reserves en paquets vacacionals, sorteig d'una estada amb sopar tradicional + visita a bodega per a dues persones.</p>	<p>Entrepà del dia + beguda (aigua, cervesa o vi) + cafè</p> <p>5€</p>
<p>Neteja de cutis + micro o àcid glicòlic</p> <p>50€</p> <p>Neteja de cutis + micro + INDIBA</p> <p>75€</p>	<p>Patates Braves + Beguda</p> <p>3€</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en motxilles i material per a manualitats.</p>	<p>Per una compra superior a 50€ un "mug" de regal.</p>	<p>Per compres superiors a 25€ un obsequi de REGAL.</p>	<p>De dimarts a dijous: crep dolç + cafè</p> <p>3€</p>	<p>Regal d'un termòstat programable per la substitució de la caldera.</p>
<p>Vàlides el mes d'octubre de 2017. No acumulables a altres ofertes. Cupons vàlids per a una sola persona. Retalla els cupons i entrega'ls a l'establiment per fer-ne ús.</p>	<p>10% Dte. del pressupost en reformes.</p> <p>10% Dte. en cuines d'exposició en oferta per liquidació.</p>	<p>20%</p> <p>DESCOMPTE en bufandes i mocadors.</p>	<p>10%</p> <p>DESCOMPTE en tractaments facials.</p>	<p>Vine a fer-te un estudi capil·lar gratuït i emporta't el teu tractament amb un</p> <p>10%</p> <p>DESCOMPTE + un petit obsequi.</p>	<p>15%</p> <p>DESCOMPTE en Dr. Hauschka i Keenwell</p> <p>Depilació aixelles 8€</p>	<p>Per totes les compres superiors a 10€ realitzades durant el mes d'octubre, entraran en el sorteig d'un XEC REGAL de 50€ (per gastar a la nostra botiga de moda)</p>



CORBERA in Love
11 i 12 de febrer

DISSABTE DÍA 11

COMERÇOS
AMBIENTATS
amb motius romàntics
que oferiran obsequis
als seus clients
adients a
l'ocasió

ZONA DE RESTAURACIÓ
Lloc: C/Sant Antoni
(davant la Societat Diadema)

MINI DISCO
BALL DEL
FANALET SOTA
LA NEU

RUA DE L'AMOR
a les 17.30 h:
pluja de cors



JOCS FROZEN
estatuets de gel i
passarel·la
congelada

Exhibició de
Zumba kids
(Gimnàs I.Giner)






DIUMENGE DIA 12

MATINAL VERMUTERA
a les 11 h davant la Societat
Diadema: amb música
i activitats infantils



GUANYA
LA MOTO DEL
cèntric
el centre de Corbera

INSTRUCCIONS

1. Per participar al sorteig de la moto, has de fer-te amb una de les targetes de participació que trobaràs als comerços del nostre municipi.
2. Després hauràs d'aconseguir enganxar-hi 2 "gomets" de cada sector comercial, és a dir, dos de Restauració , Moda, estètica i complements , Regals i equipaments de la llar , Serveis i lleure , Alimentació .
3. Tot seguit hauràs de dipositar-la a una de les bústies que trobaràs al llistat. Tens temps fins les 14 hores del dia 30 de novembre.
4. El mateix dia 30 de novembre, farem el sorteig entre totes les persones participants.

LES BÚSTIES...

*Farmàcia Josep M^a Alsina

Carrer Sant Antoni, 17

*Bar Societat Coral La Diadema

Carrer Sant Antoni, 30

*Patisseria Cardona

Av. Catalunya, 49

*Adm. Loteries núm. 2 Corbera

Av. Catalunya, 12 - 14

*Farmàcia A. I. Rodríguez Villar

Carrer Josep Tarradellas, 7

*Bar Parada

Plaça Mil·lenari, 2

*La Terrasseta del Refugi

Passeig dels Arbres, 26

*Farmàcia Mañer - Asencio

Carrer Andreu Cerdà, 54

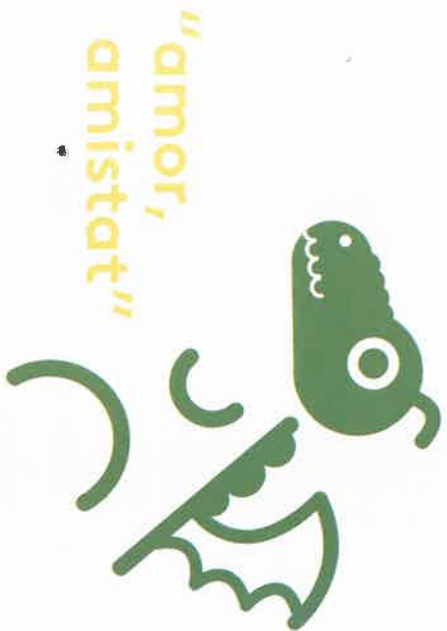
*Estanc Montserrat Roca Roig

Carrer Andreu Cerdà, 2

*OAC

(Oficina d'Atenció a la Ciutadania)





"amor,
amistat"



"pri-
ma-
verd"



"his-
tòries"

cèntric
el centre del poble



Ajuntament
Corbera
de Llobregat



ACOPA
ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS I CONSUMIDORS DE L'ÀREA DE L'OBRA PRIMITIVA



Diputació
Barcelona

Àrea de Desenvolupament
Econòmic Local

Oficines d'Atenció a la Ciutadania
93 650 02 11

Aquest Sant Jordi volem que el comerç tingui més protagonisme i per això organitzem un dia obans a l'Av. De Catalunya "Botigues al carrer" on també es realitzaran activitats infantils a la zona comercial.

Per la diada de Sant Jordi, el 23 d'abril, la Plaça Sant Antoni, davant de la Societat Diademà, acollirà durant tot el dia parades on es podrà passejar, fullejar i comprar llibres i roses, a més de dissenyar diferents activitats amb els més menuts.

Corberencs i Corberenques tindran més temps per aprofitar el temps primaveral, sortir a passejar, comprar roses i adquirir les últimes novetats literàries.

El Servei Local de Català de Corbera de Llobregat, pels comerços de Corbera, durà a terme una iniciativa que de ben segur agradarà... Sant Jordi, una festa de paraules!

ESTRENEM, COM A PROVA PILOT, NOVA ZONA D'APARCAMENT GRATUÏT A:

C/Mossèn Rafael Martí
Pg. Dels Arbres.

DISSABTE 22 D'ABRIL

10.00h — 14.00h (Av. Catalunya)

Botigues al carrer

Botiguers de Corbera sortiran al carrer a enssenyar-nos els seus productes

11.00h — 13.30h (Av. Catalunya)

Animació infantil

— Taller de roses de feltre
— Taller de punts de llibre

DIUMENGE 23 D'ABRIL

11.00h — 18.00h (Plaça Sant Antoni)

Signatures de llibres

11.00h

Lola Salmeron

"Flor del desierto"

"La Fábula de la montaña mágica "

"La esperanza tiene un nombre, Ismail!"

"El café de las tres"

"El té de medianoche"

12.00h

M. Luz Guillén

"El báculo"

"Contigo me encontré"

12.30h

Mar Alvarez

"Un okupa en mi corazón"

"Al sur"

13.00h

Carme Jiménez Huertas

"Constelaciones familiares"

"La veritable historia de Josep Sabot.

El bandoler capa Negra."

"No venimos del latín."

"Me estoy volviendo loca."

13.30h

CUP

"Francisco Candel. El gran dolor del mundo.
Diarios 1944 - 1975."

14.00h

ANC

"Unes contra Dracs". Llegendes de St. Jordi
adaptada al procés sobiranista català



setmana del
comerç



Del 20 al 26 de març
SORTEIG PLUJA DE REGALS
PER ESTABLIMENT

Nom: _____

Cognoms: _____

Tel: _____

emill: _____



**Generalitat
de Catalunya**



**Diputació
Barcelona**



**Ajuntament
Corbera
de Llobregat**



TOTES LES BUTLLETES QUE NO HAGIN ESTAT PREMIADES EN EL SORTEIG PER ESTABLIMENT, I QUE HAGIN ESTAT DIPOSITADES EN UN COMERÇ ADHERIT A L'ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS (ACOPA), PARTICIPARAN EN EL SORTEIG DE:

- Dues entrades gratuïtes per l'obra "Ens havíem barallat tant" de Món de Mones (22 d'abril)
- Quatre targetes regal Omple't de Corbera per valor de 50 €
- Cinc targetes regal Omple't de Corbera per valor de 20 €
- Dos llibres "La veritable història de Josep Sàbat, EL BANDOLER DE CORBERA"
- Un CofreVIP amb Escapada Rural-Bodega per a dues persones
- Un CofreVIP amb experiència Multiaventura

“Corbera,
un municipi
cada cop
més segur”

■
Telèfons

●
112
emergències

■
Polícia local

936 881 600

Emergències Mèdiques

061

■
Ajuntament

936 500 211



Ajuntament
Corbera
de Llobregat



Polícia Local

Benvolgut/da,

Durant tot l'any, l'Ajuntament i la Policia Local, treballem dia a dia per fer la vila més segura.

Sempre cercant la seguretat del conjunt dels ciutadans i comerciants, els nostres agents, entre altres actuacions, fan controls, patrullatges de proximitat per tal de dissuadir possibles actes delictius.

En aquest tríptic us donem uns consells bàsics de seguretat i unes pautes a seguir en el cas que sigueu víctima o us trobeu davant d'un robatori.

Amb l'esforç de tots plegats i amb unes pautes bàsiques d'autoprotecció, farem més difícil que esdevingui qualsevol fet no desitjable.

Amb aquests consells volem que la nostra feina i la mútua col·laboració donin un pas més a fer un municipi cada cop més segur.

CONSELLS PRÀCTICS

El negoci

Convé tenir mecanismes de seguretat i autoprotecció i que aquests es mantinguin en bon estat

- Panys de seguretat. Administrar les claus i còpies que disposem. I si no n'estem segurs de la seva localització canviar els panys d'accés.
- Sistemes d'alarma connectats.
- Mètodes segurs d'obertura i tancament del negoci, amb portes, finestres i accessos en bon estat.
- Tingui accessible els telèfons d'urgència 112.

La informació

Mai doneu informació sobre l'empresa i/o comerç a persones alienes a aquesta, en especial sobre:

- La quantitat de diners existents o guanys.
- El lloc on es guarden els diners.
- El lloc i horari on es fa el recompte dels diners.
- Horari de transport dels diners.
- Mesures de seguretat de les quals disposem.

