

PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DE ROSES

DOCUMENT 2: MODEL COMERCIAL I PLA D'ACTUACIÓ



Ajuntament de Roses



Diputació de Girona
221 municipis

Roses, abril de 2010

Índex

1	LA VILA DE ROSES: PRIMERA APROXIMACIÓ (BÀSICA) AL MODEL DE CIUTAT.....	4
2	EL PLA D'ACCIÓ MUNICIPAL (PAM) 2009-2011	5
3	EL POUM DE ROSES	7
3.1	EL MUNICIPI DE ROSES: CONFIGURACIÓ URBANA.....	7
3.1.1	<i>El centre de Roses: el Casc Urbà.....</i>	8
3.1.2	<i>La perifèria de Roses: urbanitzacions i turisme.....</i>	8
3.1.3	<i>La Façana Marítima</i>	9
3.2	DEMOGRAFIA: EVOLUCIÓ I ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ.....	9
3.3	LA MOBILITAT AL MUNICIPI DE ROSES.....	9
3.4	HABITATGE	10
3.5	TURISME	10
3.6	QUÈ EN DIU SOBRE L'ACTIVITAT COMERCIAL EL POUM DE ROSES?.....	11
3.7	PLANEJAMENT: DESENVOLUPAMENT URBÀ DE ROSES.....	11
3.7.1	<i>Implicacions del POUM sobre el desenvolupament de l'estructura comercial.....</i>	11
3.7.2	<i>Centre de Roses: unitat morfològica la Vila i la Muntanyeta.....</i>	12
3.7.3	<i>Perifèria: Unitats morfològiques de Santa Margarida, El Salatà, La Muntanyeta i Mas Oliva. 13</i>	
3.7.4	<i>Directrius del POUM de Roses.....</i>	15
3.7.5	<i>Objectius del POUM segons unitats morfològiques: zones de desenvolupament urbanístic.....</i>	16
4	EL PLA D'INTERVENCIÓ INTEGRAL AL CASC ANTIC DE ROSES.....	19
4.1	ÀMBIT D'ACTUACIÓ.....	19
4.2	SITUACIÓ DELS USOS A L'ÀMBIT D'ACTUACIÓ	19
4.3	LES EDIFICACIONS I ELS CARRERS AL CASC ANTIC.....	20
4.4	L'ESPAI PÚBLIC AL CASC ANTIC.....	20
4.5	ACTIVITATS ECONÒMIQUES AL CASC ANTIC.....	20
4.5.1	<i>Ubicació de l'activitat comercial al Casc Antic.....</i>	21
4.6	ESTRATÈGIA I PRIORITATS	21
4.7	ACTUACIONS AMB IMPACTE SOBRE L'ACTIVITAT COMERCIAL	22
4.7.1	<i>Reurbanització de carrers.....</i>	22
4.7.2	<i>Projecte executiu de soterrament de contenidors d'escombraries.....</i>	24
4.7.3	<i>Projecte executiu d'aparcament en superfície.....</i>	25
4.7.4	<i>Projecte per expropiar la finca al carrer Palmerola.....</i>	25
4.7.5	<i>Projecte per expropiar la finca del carrer d'en Mairó, 33.....</i>	26
4.7.6	<i>Campanya de sensibilització.....</i>	26
4.7.7	<i>Projecte de carril bici.....</i>	26
4.7.8	<i>Estudi del comerç.....</i>	26
5	CONCLUSIONS: EL MODEL DE CIUTAT I L'ACTIVITAT COMERCIAL A ROSES.....	29
6	EL MODEL COMERCIAL DE ROSES.....	32
6.1	CARACTERÍSTIQUES DETERMINANTS DEL MODEL COMERCIAL	32
6.2	DELIMITACIÓ D'EIXOS COMERCIALS	39
6.3	PLÀNOLS D'EIXOS COMERCIALS DE ROSES.....	41
6.4	DEFINICIÓ DEL MODEL COMERCIAL	46
6.5	DIMENSIONS FONAMENTALS DEL MODEL COMERCIAL: ESTRATÈGIA D'ACTUACIÓ	46
7	PLA D'ACTUACIÓ DEL PEC DE ROSES	48
7.1	PRIORITZACIÓ DE LES ACTUACIONS DEL PEC.....	94

1 LA VILA DE ROSES: PRIMERA APROXIMACIÓ (BÀSICA) AL MODEL DE CIUTAT

Com l'objectiu principal del Pla Estratègic de Roses és definir, a partir del diagnòstic comercial, el model comercial del municipi considerem imprescindible, abans d'iniciar aquest part del projecte, conèixer quin és a grans trets el model de ciutat que té actualment Roses.

El model de ciutat de Roses no es troba recollit en un únic document ni consta de manera expressa i definitiva en cap informe, però sí que hi ha diferents instruments, tots ells de caràcter estratègic, que donen els elements més característics del que podríem anomenar model urbà de la vila de Roses.

Sense oblidar que l'objectiu del present document és la definició del model comercial, considerem que les fonts mínimes que cal tenir en compte per fer un esbós del futur de la vila de Roses són:

- El Pla d'Acció Municipal de Roses (2009-2011), en tant que document estratègic que recull la proposta d'acció de Govern a Roses i en què es concreten les polítiques públiques que l'actual equip de govern vol endegar i els objectius a assolir per aquest període.
- El Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM), en tant que document que defineix la planificació urbana i territorial del municipi, que defineix els futurs creixements urbanístics de Roses i que, entre d'altres coses, determina la regulació concreta dels usos comercials a la vila. En aquest sentit, el POUM de Roses pren una major rellevància de cara a la definició del model comercial del municipi, donat que recentment es va aprovar el Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials el qual té importants implicacions sobre el planejament urbanístic dels municipis de Catalunya. Aspecte que analitzarem en la definició del model comercial i que quedarà recollit en el pla d'acció del Pla Estratègic de Roses.
- El Projecte d'Intervenció Integral del Casc Antic de Roses, en tant que document estratègic i alhora operatiu (amb un programa concret d'actuacions) que defineix un model d'actuació des d'una perspectiva integral que ha de permetre la millora urbana i la millora de la qualitat de vida de la ciutadania d'una zona molt concreta del municipi: el casc antic. Com hem vist al document de diagnòstic, la majoria de l'oferta comercial de Roses es localitza en aquest àmbit urbà, d'aquí la rellevància de prendre en consideració les determinacions que es recullen en aquest projecte d'intervenció, així com, la necessitat de tenir clars quins són els camps concrets d'actuació (amb fonts de finançament assignades) per tal d'incorporar-los de cara a la definició del model comercial de Roses i al pla d'actuació associat. Moltes de les actuacions que s'hi recullen tindran un marcat impacte en el desenvolupament de l'activitat comercial de la zona i també del municipi.

2 EL PLA D'ACCIÓ MUNICIPAL (PAM) 2009-2011

El PAM de Roses és el document que recull els compromisos de l'actual equip de govern per als últims anys de mandat i que es concreten en polítiques públiques en el marc de les quatre grans àrees de gestió municipal:

- Àrea Interna.
- Àrea Econòmica.
- Àrea de Territori.
- Àrea de les Persones.

En aquest document, plantegem un extracte de totes les actuacions que poden ser positives per a la promoció de l'activitat comercial. Per assolir aquest objectiu hem separat les actuacions segons l'impacte sobre el comerç. Així, hem distingit entre:

- Actuacions de millora de l'activitat comercial.
- Actuacions de millora d'activitats complementàries a l'activitat comercial.
- Actuacions de millora de l'entorn urbà a les zones comercials del municipi i de millora del context.

Millora de l'activitat comercial	Millora de l'activitat econòmica	Millora de l'entorn i del context comercial
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establir les bases de relació entre el sector públic i el sector privat. ▪ Crear parcel·les a la zona industrial aptes per a petites empreses. ▪ Elaborar el POEC. ▪ Diagnosticar la potencialitat del mercat de venda no sedentària com eina d'ajut a la recuperació del comerç local i analitzar la conveniència de assignar-li una nova ubicació. ▪ Facilitar la incorporació de la tarja comerç com a mitjà de pagament a l'Administració Local. ▪ Facilitar la formació continuada per empresaris i treballadors. ▪ Establir mecanismes de relació entre l'administració 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar la creació d'una marca turística per Roses. ▪ Crear l'estació nàutica de Roses. ▪ Donar suport tècnic a les noves empreses. ▪ Dinamitzar el sector serveis. ▪ Crear nous productes turístics. ▪ Promoure la oferta conjunta dels productes turístics del propi municipi amb els de la resta de la comarca ▪ Dotar a Roses de les eines tecnològiques necessàries per la seva promoció turística. ▪ Assolir la qualificació de Destinació Turística Familiar, i treballar per distingir-nos amb les diferents qualificacions 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redefinir la policia de barri i crear espais de relació amb la ciutadania. ▪ Augmentar la freqüència del transport entre l'aeroport de Girona i Roses. ▪ Fomentar el reciclatge actiu entre la població. ▪ Aplicar mesures d'estalvi d'aigua. ▪ Repartir instruments d'estalvi energètic entre els ciutadans de Roses. ▪ Seguir desenvolupant el soterrament dels contenidors de brossa i selectius. ▪ Substituir progressivament totes les papereres del municipi. ▪ Potenciar els transports alternatius: Bicicleta i Bus

<p>i el comerç local.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilitar al comerç local eines per fomentar la competitivitat. ▪ Col·laborar activament (des de l'àrea de promoció de la ciutat) amb el desenvolupament del Pla de Barris. ▪ Planificar el mercat municipal i el seu entorn per adaptar-los al les exigències actuals. 	<p>atorgades per Turisme de Catalunya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoure la obtenció d'estàndars de qualitat tant en els equipaments municipals com a les empreses locals. ▪ Fer estudis de seguiment de l'activitat econòmica de Roses. ▪ Analitzar les estratègies de futur del municipi. ▪ Crear un programa atractiu i transversal per la festes i activitats locals. ▪ Atreure activitats lúdiques i esportives per atraure visitants de cap de setmana fora de temporada. ▪ Fomentar la participació de la societat civil en la organització d'actes festius. 	<p>urbà i interurbà.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovar el nou POUM de Roses. ▪ Desenvolupar el Pla de Barris entre el 2009 i el 2012. ▪ Urbanitzar el carrer Sant Sebastià. ▪ Ordenar urbanísticament tots els barris i urbanitzacions del municipi. ▪ Dissenyar materialment la ciutat del futur: horitzó 2020. ▪ Projectar la finalització del passeig marítim. ▪ Incidir en el recobriment de la Riera de la Cuana i la urbanització de la Riera dels Ginjolars. ▪ Reordenar el front marítim en matèria d'aparcaments i vialitat. ▪ Agilitzar la gestió de la concessió de llicències d'obres. ▪ Aplicar l'ordenança d'ocupació de la via pública. ▪ Planificar el mapa d'aparcaments subterranis i en superfície: Plaça Catalunya, Plaça del Mercat i Frederic Rahola com a prioritaris.
---	---	---

3 EL POUM DE ROSES

El Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) de Roses es va aprovar provisionalment al passat ple extraordinari celebrat a l'Ajuntament el dia 22 de desembre de 2009.

En aquest apartat, recollim aquelles qüestions del POUM que tenen un especial interès de cara a conèixer alguns dels trets principals de la vila de d'un punt de vista de:

- Configuració urbana i característiques determinants del model de desenvolupament urbà de la vila de Roses.
- Demografia: evolució de la població i estructura.
- Mobilitat i accessibilitat al municipi.
- Habitatge: tipologia.
- Sectors econòmics prioritaris del municipi: turisme, indústria, comerç, etc.
- Planejament i desenvolupament de sectors en sòl urbà i urbanitzable.

Lògicament, el punt més rellevant del POUM és el relatiu a les normes urbanístiques de planejament que defineixen el règim d'usos (entre els quals hi ha el comercial) i els usos admesos en els sectors de planejament en fase de desenvolupament (ja sigui en sòl urbà o en sòl urbanitzable). Aquestes qüestions són fonamentals per conèixer el context normatiu sobre el que es podran o no desenvolupar futures localitzacions comercials al municipi de Roses.

3.1 EL MUNICIPI DE ROSES: CONFIGURACIÓ URBANA

Roses és un municipi que s'ha caracteritzat durant els últims anys per experimentar un desenvolupament urbà fonamentat en l'ocupació del sòl urbà o en àrees en sòl urbanitzable amb plans parcials aprovats.

Tanmateix, tal i com recull el POUM de Roses, *“la realitat urbana de Roses, fins ara, ha mantingut un caràcter molt fragmentari. Ha estat una població que ha crescut, en base a la creació de nous paquets urbans escassament relacionats amb els preexistents”*¹. Aquesta situació és la que ha configurat al llarg del temps una morfologia urbana estructurada al voltant:

- D'un centre que es correspon amb el casc urbà del municipi i amb els sectors urbans més densos del municipi.
- D'una perifèria que es correspon amb les zones residencials amb predomini d'habitatge unifamiliar i amb una elevada presència d'habitatges de temporada o de segona residència.

Aquesta realitat municipal s'ha traslladat lògicament en un determinat model de ciutat, en què cada sector té una determinada funció urbana (residencial o turística) i en un determinat model comercial, com veurem més endavant.

Al marge de la distinció entre centre i perifèria, el POUM de Roses treballa sobre 11 unitats morfològiques que són les següents:

1. Mas Fumats.
2. Mas Boscà i el Cardo.

¹ POUM de Roses, memoria descriptiva i justificativa.

3. Clos Argonista, les Garrigues, el Cortijo i Mas d'en Puig.
4. Mas Mates.
5. Santa Margarida.
6. El Salatà.
7. La Vila.
8. Els Grecs i Muntanyeta.
9. Mas Oliva.
10. Puig-rom.
11. Canyelles i Almadrava.

Amb tot, des d'un punt de vista d'anàlisi metodològic parlarem de tres unitats mínimes: casc urbà, perifèria i front marítim, que recullen característiques comunes i suficientment diferenciades a efectes d'anàlisi i de definició de model comercial.

3.1.1 El centre de Roses: el Casc Urbà.

El nucli urbà de Roses, sector més compacte del municipi, té al seu torn dues fronteres que han contribuït a generar realitats urbanes diferenciades. Així:

- La Riera de Ginjolers *“ha significat una barrera física important que, fins que no es va soterrar i posteriorment urbanitzar, no ha estat capaç de lligar els dos nuclis que formen part del nucli antic”*² i que, lògicament, ha estat un factor determinant per consolidar dos nuclis d'activitat des d'un punt de vista comercial diferenciats.
- L'altra barrera important del nucli urbà de Roses és la Ciutadella que separa les dues rieres (La trencada i la d'en Forquilla), a través d'un gran parc.

El casc urbà de Roses és on hi ha més concentració d'habitatges i, concretament, el sector a l'esquerra de la Riera de Ginjolers, entre Gran Via i avinguda de Montserrat, és el que té major concentració i densitat.

3.1.2 La perifèria de Roses: urbanitzacions i turisme

El creixement i consolidació de la perifèria de Roses i de les seves urbanitzacions és una de les característiques més importants del municipi associada al *“procés de transformació de Roses en ciutat turística”*, el qual ha contribuït a desenvolupar una ciutat amb un alt grau de dispersitat urbana i una evident manca de connexió amb *“promocions turístiques i urbanitzacions que comencen a ocupar de forma discontinua i indiscriminada les àrees més properes a la línia de mar [...] i també a diverses àrees més interiors”*.

Aquest model de creixement urbà també explica, tal i com recull el propi POUM, *“la transformació arquitectònica del casc urbà, i la seva especialització terciària”*.

La major part d'hotels, càmpings i altres centres turístics es concentren al sector de Santa Margarida, en el sector situat per sota de l'Avinguda de Rhode i a la primera línia de mar que es on es concentren la major part de serveis, comerços i activitats terciàries lligats al turisme.

² POUM de Roses, memoria descriptiva i justificativa.

3.1.3 La Façana Marítima

Tal i com reflecteix el POUM de Roses, la façana marítima “no ha estat objecte d’atenció urbanística específica i ha tendit a estar considerada més que res com a recurs pel turisme de sol i platja”, aquesta situació és la que ha portat a configurar un espai urbà poc adaptat a les necessitats de desenvolupament social i econòmic de la zona, amb un alt volum de circulació de vehicles i problemes d’ús dels espais urbans.

És per aquests motius que ja s’ha redactat un projecte de millora de la façana marítima de Roses per explotar al màxim les potencialitats que ofereix aquest espai d’indubtable valor per al municipi. Part de la solució a les problemàtiques de la façana marítima són fruit de la “manca d’una idea formal rectora”.

Segons estableix el POUM “poden distingir-se quatre situacions ben diferenciades en el poc més d’un quilòmetre i mig de front urbà costaner:

- Front renovat davant la platja de Roses.
- Façana casc antic.
- Mas de les Figueres - Lutgardo López.
- Front Portuari”.

Aquestes quatre situacions diferenciades han tingut un desenvolupament urbanístic i econòmic clarament divergent i desigual amb un marcat efecte negatiu sobre el continu urbà d’aquesta façana. Lògicament aquest fet, condiona el desenvolupament d’un dels punts urbans amb més potencialitat pel que fa a la implantació d’activitats vinculades amb el turisme i amb el comerç.

3.2 DEMOGRAFIA: EVOLUCIÓ I ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ

La població resident al municipi de Roses ha augmentat notablement al llarg dels últims anys, fenomen que s’ha basat més per l’arribada de nous residents que no pas pel creixement vegetatiu.

Aquest aspecte ja l’hem analitzat al document de diagnòstic comercial del Pla Estratègic de Comerç però sí que recollim dues conclusions fonamentals de cara al model:

- Increment important de la població durant la primera dècada del segle XXI (amb una variació relativa superior al 50%) associada, principalment, a l’arribada de població immigrant.
- S’ha consolidat una estructura de població jove:
 - El grup de població amb un pes relatiu superior és el de 25 a 49 anys. També ha incrementat la població menor de 15 anys.
 - El grup de població de més de 65 anys ha disminuït el seu pes percentual durant la darrera dècada.
- Ha augmentat notablement la població immigrant d’origen extracomunitari.

3.3 LA MOBILITAT AL MUNICIPI DE ROSES

Una de les principals conclusions que recull el POUM de Roses i que trasllada com un objectiu a resoldre en el futur és que “la mobilitat i la infraestructura que la sustenta constitueixen clarament temes no suficientment resolts, i font d’alguns dels principals problemes urbanístics de Roses” entre els que destaca:

- Debilitat dels accessos externs al casc urbà i a sectors importants de la població.

- Problemes d'ordenació de la xarxa viària interna.

Igualment, un dels principals problemes vinculats a la xarxa viària és l'estacionalitat de la mobilitat que genera un comportament dual segons temporada d'estiu o d'hivern i que genera una situació de difícil solució.

L'esquema de funcionament de la xarxa viària és de tipus radial i central i penja bàsicament d'una única via, la C-260 o via de la costa i els desplaçaments, un cop ubicats al casc urbà, es realitzen tots els moviments de distribució dins el municipi.

L'accessibilitat rodada funciona en forma d'anell, amb l'Avda. de Rhode com accés unidireccional pla, paral·lel a la costa, i la Gran Via Pau Casals, com artèria de doble sentit en el límit nord de la població, amb pendents i traçat sinuós

Solucions proposades:

- Millora de la GI-160 d'accés a Roses des de l'eix pirinenc.
- Diversificar les opcions d'accessibilitat general i replantejar l'esquema radial per un esquema de malla, on es potenciaria la diversificació de fluxos en comptes de la concentració com passa actualment al casc urbà.

Un altres aspecte important relacionat amb la mobilitat a Roses és la dotació de places d'aparcament, insuficients al casc urbà. L'aparcament a Roses es veu afectat igualment per l'estacionalitat de la demanda vinculada al turisme. A nivell de propostes es proposa localitzar noves àrees d'aparcament dissuasori als accessos del municipi.

Tant pel que fa a la mobilitat com a l'aparcament, part de les solucions han de passar per alleugerir el casc urbà i el front marítim de l'elevat pas de vehicles que dificulten un major protagonisme de pas de vianants i, per tant, un entorn més favorable per potenciar l'activitat comercial en planta baixa.

Tal i com es recull als objectius del POUM de Roses pel que fa a la xarxa viària del sector de la vila (casc urbà) aquesta s'ordena en forma de malla amb els eixos principals següents:

- Sentit est-oest: Passeig marítim, Avinguda de Tarragona, amb la continuació dels carrers Nou i Montserrat, la Gran Via Pau Casals i el vial perimetral.
- Sentit nord-sud: ronda Miquel Prat Oliva, el carrer de Lluís Companys, el carrer de Pep Ventura, la Carretera del Mas Oliva, el carrer de la Riera de Ginjolars, el carrer Francesc Macià i les avingudes Jaume I i de la Cuana.

3.4 HABITATGE

Una de les principals problemàtiques de Roses és l'elevada presència d'habitatges de segona residència amb relació als habitatges de primera residència.

Amb tot, el POUM de Roses destaca que en els últims anys s'ha produït una "*transformació de les segones residències en primeres*" gràcies a l'arribada de població d'altres indrets que trien el municipi de Roses com a lloc de residència.

3.5 TURISME

Tot i que "*el paisatge i el territori constitueixen la matèria prima i el producte essencial del turisme*", un dels reptes que es planteja el govern municipal és la reactivació del sector a través d'altres dimensions poc considerades fins fa poc temps:

- Agricultura (oliveres i vinyes).

- Indústria tradicional (pesca).
- Indústria moderna (zodiac).

Una de les claus del nou model de desenvolupament urbanístic és que la nova ordenació “s’ha de fer sobre la base de la seva interdependència amb elles, de la seva compatibilitat mútua”.

Igualment, es posa de manifest que la clau per revitalitzar el turisme passa per la diversificació de l’oferta turística amb la creació de noves àrees de desenvolupament turístic i àrees d’oci en l’actual accés a Roses.

3.6 QUÈ EN DIU SOBRE L’ACTIVITAT COMERCIAL EL POUM DE ROSES?

En la memòria descriptiva i justificativa del POUM de Roses, al marge de la redefinició del sector del turisme com una dels pilars per dinamitzar l’economia del municipi, es posa l’accent en dos aspectes directament relacionats amb l’activitat de la distribució comercial minorista:

- La reactivació de les activitats tradicionals amb la creació d’un mercat obert del peix vinculat a la llotja, amb activitats comercials, culturals i d’oci per revitalitzar el sector pesquer.
- La nova accessibilitat i la distribució de les activitats, concretament la mesura passa per crear una zona d’activitats logístiques en la zona oest del municipi (accés a Roses des de Figueres) per racionalitzar el trànsit intern al municipi. Aquesta zona inclouria tallers, petites empreses i sector terciari amb l’objectiu de crear eixos comercials verticals i complementaris a l’actual franja litoral.

El POUM de Roses reconeix que “l’activitat comercial i d’allotjament es concentra sobre la franja costanera, des de la Ciutadella fins el carrer Macià. Està connectada als desenvolupaments turístics d’El Salatar i Santa Margarida a través del passeig marítim que queda interromput a l’alçada de la Riera de Ginjolers. Així, “és en aquest sector on s’han realitzat el major nombre de peatonalitzacions de carrers” i el comerç es concentra “en forma de circuit sobre alguns carrers que admeten el trànsit rodat (plaça Llevant, Av. Montserrat, Av. Jaume I i carrer Francesc Macià)”.

Pel que fa al desenvolupament comercial reconeix, igualment, el desenvolupament des dos pols d’activitat:

- Un de turístic al sud-est, amb la construcció del port esportiu.
- Un de comercial i de serveis al nord-est, al voltant del mercat i dels multicines, amb amplis espais d’aparcament.

3.7 PLANEJAMENT: DESENVOLUPAMENT URBÀ DE ROSES

3.7.1 Implicacions del POUM sobre el desenvolupament de l’estructura comercial.

En primer lloc, recollim l’anàlisi que es fa al POUM de Roses de les unitats morfològiques que tenen interès des d’un punt de vista de definició de model comercial. Concretament, a tal efecte, són d’interès les unitats morfològiques següents:

- Unitat morfològica de la Vila (UM 7).
- Unitat morfològica de Santa Margarida (UM 5), el Salatà (UM 6).
- Unitat morfològica els Grecs i la Muntanyeta (UM 8).
- Unitat morfològica Mas Oliva (UM 9).

En aquest sentit, recollim de l'anàlisi de la memòria descriptiva i justificativa el diagnòstic bàsic de les UM i els objectius (ressaltats amb negreta els més importants des de l'òptica comercial), així com un resum al final dels sectors de planejament que es volen desenvolupar a través del propi POUM, ja es trobin en sòl urbà o en sòl urbanitzable. Òbviament només ens hem fixat en els sectors que contemplen (encara que no sempre de manera específica) el desenvolupament de sòl amb ús comercial, ja sigui principal o compatible.

3.7.2 Centre de Roses: unitat morfològica la Vila i la Muntanyeta.

El casc urbà, a efectes de planejament es correspon amb la unitat morfològica de la Vila (número 7).

UM 7:

Diagnòstic:

- Manca de relació façana urbana - platja.
- Manca de continuïtat del Passeig Marítim fins el port.
- Pocs espais urbans de referència.
- Caos circulatori per la poca claredat i flexibilitat del sistema viari.
- Manca d'aparcaments dissuasius.
- Discontinuitats respecte a les noves polaritats (Nàutic-Mercat).
- Transformacions tipològiques densificadores en el casc antic.
- Estat d'abandó d'alguns edificis en el centre històric.

Amb relació a les activitats econòmiques el diagnòstic és molt clar:

Es dona una clara discontinuïtat entre els espais on es generen diferents grups d'activitats. Si bé resulta positiva la identificació d'àrees gremials o especialitzades, no ho són tant els amplis intersticis entre aquestes diferents àrees.

Aquesta manca d'interrelació provoca un cert aïllament, per la qual cosa és difícil emprendre actuacions conjuntes on tinguin lloc sinèrgies entre els diferents àmbits.

Per altra banda, les diferents àrees d'activitat no queden reflectides a través de models formals clars, si exceptuem el barri de la Punta, per la qual cosa la seva lectura és difícil, perdent-se la capacitat d'atracció d'un espai gremial.

No tots els espais d'activitat resolen correctament el tema de l'aparcament, quelcom fonamental per al desenvolupament del comerç.

Proposta d'intervenció a la unitat morfològica de la Vila:

- Proposar la continuïtat del passeig Marítim fins al Port.
- Potenciar els espais públics existents perquè esdevinguin espais urbans de referència.
- Revisar el sistema viari per a millorar les circulacions i integrar el carril bici.
- Creació de noves zones d'aparcament a l'entorn del nucli urbà per a potenciar la peatonalització del centre.
- Potenciar l'activitat en els espais intersticials entre les diferents àrees gremials.

- Pla de millora per a la rehabilitació de les edificacions del centre històric que es troben en mal estat.
- Minimitzar la densificació del centre.

3.7.3 Perifèria: Unitats morfològiques de Santa Margarida, El Salatà, La Muntanyeta i Mas Oliva.

Els sectors fora de casc urbà, és a dir, de la perifèria, tenen interès a efecte d'anàlisi de sectors amb activitat comercial o amb previsió de futures localitzacions són:

- UM 5 i 6: Santa Margarida i el Salatà.
- Part de la UM 8: Muntanyeta.
- Part de la UM 9: Mas Oliva.

Diagnòstic de la UM 6 el Salatà:

- Poques parcel·les existents sense edificar, podent comprovar que el sector es troba pràcticament consolidat en la seva totalitat.
- Caos formal de la façana marítima per absència d'una normativa eficaç, capaç de generar una imatge urbana.
- Donada la colmatació de la façana serà necessari actuar sobre els elements d'urbanització per reconstruir aquesta imatge.
- Les relacions entre l'activitat comercial i de lleure, situats en un carrer interior, i el passeig marítim que ofereix pocs serveis, és escassa i es produeix únicament a través d'espais d'aparcament.
- Manca d'espais lliures que permetin desenvolupar activitats d'interrelació i trobada diferents a les realitzades en el front de mar.
- Els únics espais que existeixen d'una certa dimensió (uns 400 m²), són utilitzats com aparcament o no estan desenvolupats.
- Manca de polaritat en l'extrem SW del passeig, tot i existir una estació marítima turística per embarcacions de passeig i esbarjo. Hauria d'explotar-se més el fet d'estar front al Parc dels Aiguamolls de l'Empordà.
- Manca d'un model clar en la tipologia de les edificacions i en la relació d'aquestes amb l'espai públic.
- A excepció del passeig marítim, manca de vies cíviques que permetin gaudir de la passejada. Cap vialitat està pensada pel vianant ni tan sols l'avinguda del Clot dels Franquets, amb una imatge excepcional disposta d'espais pensats pels vianants.

Diagnòstic de la UM 5 Santa Margarida:

- El sector es troba consolidat pràcticament en la seva totalitat i que no es disposa d'espais lliures destinats a zones verdes a excepció d'un espai de 3.526 m² situat en front dels aiguamolls.
- Donada la seva estructura ramificada el major problema que presenta és la manca de continuïtat urbana. No existeix cap element de recorregut de vianants o successió d'espais lliures que permeti recórrer algun d'aquests canals, tots ells completament privatitzats.

- El tronc principal d'accés no conté els elements de servei, representatius que una urbanització d'aquesta magnitud hauria de contenir.
- La diversitat tipològica en les edificacions i la manca de jerarquies i relacions dificulta la lectura dels espais urbans.
- La façana industrial a la via d'accés a Roses, amb grans naus i magatzems, provoca una imatge poc ordenada del municipi, agreujat amb l'inclusiu d'edificació residencial.
- La via de connexió entre la urbanització i el Front Marítim talla el canal que hauria de permetre la prolongació d'aquest gran port turístic interior cap a l'extrem nord del Salatà, dificultant el desenvolupament turístic d'aquesta zona.
- Deteriorament del perímetre i secció dels canals.

Diagnòstic de sòl no urbanitzable:

- La major dificultat és la difícil relació de les activitats que se situen en aquest àmbit amb el seu entorn immediat.
- Els càmpings defineixen el seu perímetre amb una contundent barrera en forma de mur o tàpia que el millor dels casos es troben revocades i pintades, però que causen en el seu entorn una forta ombra, creant llocs recòndits de difícil control.
- Quelcom de similar succeeix amb les grans superfícies comercials que si bé defineixen una façana respecte a l'accés principal, sempre generen un espai de servitud en l'extrem contrari.
- Es produeix una manca de relació entre les diferents peces que són el resultat d'una ocupació oportunista d'una determinada parcel·la, la gran superfície consumida per aquestes, dificulta la gestió dels sectors urbanitzables.

Proposta d'intervenció:

- Millorar, entre la urbanització i els aiguamolls, la urbanització i la ctra. C-260.
- Estudiar la continuïtat dels camins que uneixen la urbanització d'Empuriabrava amb la de Santa Margarida a través dels aiguamolls, amb els carrils bici de l'accés per la C-260, el passeig Marítim, la Ciutadella i els corredors naturals que travessen el terme municipal.
- Buscar solucions a la mancança d'aparcaments per a vehicles, ja sigui afectant part dels subsòls dels sistemes existents o buscant-ne per desenvolupar o reformar.
- Ubicació d'un equipament amb dimensió suficient per donar servei al barri.
- Millorar la relació entre el passeig Marítim i la via comercial situada a l'interior.
- Millorar les xarxes de serveis per tal de redimensionar-les i reestructurar-les.
- Reestudiar les seccions de les vies principals, amb predomini dels vianants i la vegetació.
- Regular la relació de l'espai privat i el públic.
- Alliberar la part nord del Clot dels Franquets, d'edificació propera al canal, preservant la imatge existent.
- Millorar la imatge de la façana de la carretera de Besalú a Roses.
- Prolongar la làmina d'aigua del Clot dels Franquets, fent-la present des de l'eix d'accés al municipi.

UM 8:

Diagnòstic:

- Manca activitat comercial donat el caràcter mixt entre la primera i segona residència.

Proposta d'intervenció:

- Potenciar l'activitat comercial a la zona si es vol prioritzar la primera residència.

UM 9:

Diagnòstic:

- La urbanització "Mas Oliva" es situa en un àmbit força privilegiat de la població. Es troba en el límit del sòl no urbanitzable envoltada de boscos i camps d'oliveres situats a la falda de la Serra de Rodes. La capçalera de la riera Ginjolers, en el límit sud, és un altre element enriquidor del paisatge. Es tracta d'una zona de creixement en eixample de la ciutat, d'elevada qualitat ambiental, cèntrica i apte per a primera residència de qualitat.

Proposta d'intervenció:

- Potenciar un espai urbà representatiu on puguin ubicar-se serveis i petits comerços.
- Construcció d'una porta d'accés clara i ben senyalitzada.
- Completar el creixement del sector llevant, segons la tipologia originària de blocs aïllats.
- Completar el creixement de l'illa central amb la tipologia originària i urbanitzar i qualificar la plaça central.

3.7.4 Directrius del POUM de Roses.

El POUM de Roses estableix, de manera prèvia a la definició d'objectius, les directrius estratègiques següents:

DIRECTRIU 1- Roses vol ser una vila atractiva per a les persones i per a les activitats econòmiques, un pol d'atracció del sistema urbà on s'insereix.

DIRECTRIU 2- Prendre part activa com a segona polaritat del sistema urbà sobre el futur de la comarca.

DIRECTRIU 3- Millorar les condicions d'accessibilitat i connectivitat de la vila i els seus barris, per tal de facilitar-ne les relacions d'activitat i l'ús social.

DIRECTRIU 4- Trobar mecanismes d'identificació i arrelament tant de les persones que hi han nascut com de les que hi han vingut.

DIRECTRIU 5- Aconseguir la implantació d'activitats econòmiques, equipaments i serveis d'interès per a la població de Roses i per al conjunt del seu sistema urbà.

DIRECTRIU 6- Dinamitzar els sectors turístics, hotelers, comercial i de serveis amb nova oferta i renovació i consolidació de les estructures existents.

DIRECTRIU 7- Integrar l'entorn natural, històric i cultural a l'estructura de funcionament de la ciutat, aprofitant les sinergies que genera.

DIRECTRIU 8- Integrar els principis de sostenibilitat en la presa de decisions de tots els camps de les activitats.

3.7.5 Objectius del POUM segons unitats morfològiques: zones de desenvolupament urbanístic

En aquest capítol presentem els objectius que recull el POUM de Roses per a cadascun dels sectors de les unitats morfològiques que subjectes a futurs desenvolupament urbanístic tenen possibilitats d'incorporar futures localitzacions comercials a Roses o que tenen un impacte important en la configuració de l'estructura comercial de Roses. En aquest sentit, no reflectim les UM que estan destinades únicament a l'ús residencial.

En aquest capítol, doncs, presentem els sectors en fase de desenvolupament que incorporen l'ús comercial en:

- Sòl urbà: polígons d'actuació (PA), plans de millora urbana (PMU) i plans especials urbanístics (PEU).
- Sòl urbanitzable: sòl urbanitzable delimitat (SUD) o PEU.

Sector del Cortijo i Mas d'en Puig (UM 3):

- Àmbit de SUD 16 CAMPS DE SANTA MARGARIDA II amb caràcter discontinu de 17,7 hectàrees (ha) amb definició d'usos principals: econòmic, lúdic i comercial, aprofitant la situació del sector respecte a l'autovia.
- Àmbit de SUD 12, 14 i 15 que articulen els sectors residencials de Santa Margarida amb el teixit residencial de l'est de la vila que amb ús econòmic aprofiten l'efecte aparador i de connectivitat que proporciona l'autovia Roses-Figueres. Concretament:
 - a. SUD 12- CUC PARC: 10,90 ha.
 - b. SUD 14- PICA D'ESTATS: 8,24ha.
 - c. SUD 15- CAMPS DE SANTA MARGARIDA: 9,60 ha.
- EI SUD 13 - MAS D'EN PUIG-BOSCÀ-FUMATS, sector discontinu amb una superfície total de 41,57 Ha, de les quals 11,80 Ha formen part del parc territorial Mas Boscà-Mas Fumats. Sòl destinat principalment a ús residencial i a una superfície important per a ús hoteler amb centre de congressos i convencions.
- PA 10- CRUÏLLA DE CADAQUÉS. Es tracta de sòl urbà consolidat d'1,41ha i dues superfícies comercials consolidades. L'objectiu és obtenir la vialitat que asseguri la connectivitat entre la carretera de Roses a Cadaqués amb la vialitat prevista al sector SUD 14 paral·lela a l'Avinguda Rhode.

Sector Mas Mates (UM 4):

- SUD 2- LA TRENCADA amb caràcter continu al nord de la Ciutadella de 11,07 ha amb usos principals: lúdic, recreatiu, comercial i hoteler. Aquest sector ha de contribuir a cohesionar els sectors est i oest de Roses.

Sector Santa Margarida i Salatà (UM 5 i 6)

- PA 13- PORT CANADELL es tracta de sòl urbà no consolidat ubicat a la zona de Port Canadell, entre el rec Madral i la ctra. c-260 de Roses a Besalú. Amb un àmbit de 2,74 Ha, preveu la construcció d'un port esportiu que permeti reforçar la imatge del municipi des de l'accés de Figueres a Roses. Els usos compatibles definits al POUM són Comercial (c3), recreatiu (rc1), aparcament (a) i els que defineixi el PEU

Sector la Vila (UM 7):

Un dels principals objectius amb relació al sector de la Vila és consolidar una nova imatge de ciutat estructurada amb vials de major secció, menor densitat edificatòria, nous espais lliures i

d'equipaments; sòls d'aprofitament que permetran establir habitatges i activitats econòmiques ajustats a les noves necessitats i mercats.

Tampoc es preveuen modificacions sobre la xarxa viària amb l'excepció de la supressió d'alguns trams per ampliació d'espais lliures i per la modificació de les alineacions de l'avinguda de Tarragona en la zona de l'actual seu de la Policia Local.

Àrees de gestió:

- PA GINJOLERS: Facilitar l'execució de l'obertura d'un passatge en planta baixa que connecti la rambla Ginjolers amb el carrer de l'església.
- PA 4 GRAVINIA: Obtenir els corresponents espais lliures i la urbanització. Es preveu la construcció d'un espai d'aparcament privat.
- SUD 1- REC FONDO: Desenvolupar l'àrea residencial estratègica (ARE) i adquirir les zones verdes, equipaments i vials pendent de cessió.

Sector Mas Oliva (UM 9):

- PA 11- MAS OLIVA CENTRE: Garantir la urbanització de l'espai lliure adjacent i es requalifica l'illa d'hoteler a zona d'edificació plurifamiliar aïllada (clau 8b) on l'ús comercial (c3) és ús compatible al residencial (r3).

Plànol d'ubicació dels sectors en previsió de desenvolupament al POUM de Roses amb usos econòmics i/o comercials i delimitació de la Trama Urbana Consolidada.



4 EL PLA D'INTERVENCIÓ INTEGRAL AL CASC ANTIC DE ROSES

4.1 ÀMBIT D'ACTUACIÓ

Es tracta de la zona delimitada entre la segona línia del front de mar, carrers Francesc Macià, Gravina, riera Ginjolers, carrers Sant Sebastià, Sant Isidre i Joan Badosa.



4.2 SITUACIÓ DELS USOS A L'ÀMBIT D'ACTUACIÓ

En quant als usos, el Pla General preveu per a la zona 2 A, l'àmbit entre els carrers Peralada, Colom, Gravina i Francesc Macià, restringir els usos de les edificacions en habitatges unifamiliars i només admetre en planta baixa garatges particulars, despatxos i oficines, a excepció de la plaça Prim que també s'admeten en planta baixa comercial i restauració. Segons l'anàlisi dels usos en planta baixa que s'ha realitzat en aquest àmbit, es manté l'habitatge unifamiliar a excepció de casos molt aïllats en què la planta baixa s'ha destinat a l'ús de restauració i comercial.

En la zona qualificada com a 2C, que és l'àmbit entre els carrers Sant Sebastià, Francesc Macià, Nou i riera Ginjolers, la permissibilitat d'usos, sobretot en planta baixa és més amplia on s'admet la restauració, comercial oficines, sanitari, socio-cultural, docent, administratiu, tallers d'artesans, jocs i atraccions, cultural i social, audiovisual, musical i garatges i magatzems. El resultat ha estat que els usos més predominants són el comercial, sobretot al llarg dels carrers d'en Mairó, sant Sebastià i Puig Rom i de restauració al carrer Sant Sebastià. La resta de carrers, tret d'algunes

oficines i ús hotel·ler, es detecta que molts dels locals que no es destinen a habitatges són locals sense ús, sobre en un tram del carrer Sant Isidre.

4.3 LES EDIFICACIONS I ELS CARRERS AL CASC ANTIC

Principals característiques:

- Edificis antics i sovint en mal estat de conservació.
- Manca de serveis en les edificacions:
 - Aparcament.
 - Calefacció.
 - Ascensor.
- Carrers estrets i la majoria d'ús exclusiu per a vianants, amb la qual cosa hi ha dificultats per accedir amb vehicle i fer la càrrega i descàrrega.
- Es constata que la iniciativa privada no inverteix a la zona, perquè percep que és més avantatjós fer-ho als “nous” barris, els quals ofereixen als/a les seus/ves veïns/es unes millors condicions i una millor qualitat de vida.

4.4 L'ESPAI PÚBLIC AL CASC ANTIC

La zona del casc antic de Roses té unes mancances urbanístiques importants: carrers estrets, voreres estretes, poca distància entre façanes, edificis i solars en mal estat o en situació de ruïna, etc.

Diagnòstic bàsic recollit:

- La degradació de l'estat de conservació de la pavimentació dels carrers.
- L'amplada mínima de les voreres, que no superen els 50 centímetres a molts llocs de la zona d'actuació i que dificulten l'accessibilitat i generen molts problemes de mobilitat urbana.
- La manca de mobiliari urbà detectada pel que fa a elements de jocs infantils a les zones d'esbarjo i també de bancs i papereres.
- El dèficit de zones verdes. Seria recomanable ampliar les existents i, a la vegada, crear algunes noves. També seria adient crear zones d'esbarjo per als/a les ciutadans/es.
- Els problemes de mobilitat urbana i d'accessibilitat al municipi com a conseqüència de l'existència de carrers molt estrets, dèficit de zones de vianants, dolenta connectivitat de la zona d'actuació amb la resta del municipi i amb els vials perifèrics, etc.
- Pla Municipal d'Accessibilitat. S'aposta per l'eliminació de les barreres arquitectòniques al municipi. Aquest Pla estudiarà la situació actual i indicarà les actuacions que siguin necessàries realitzar.

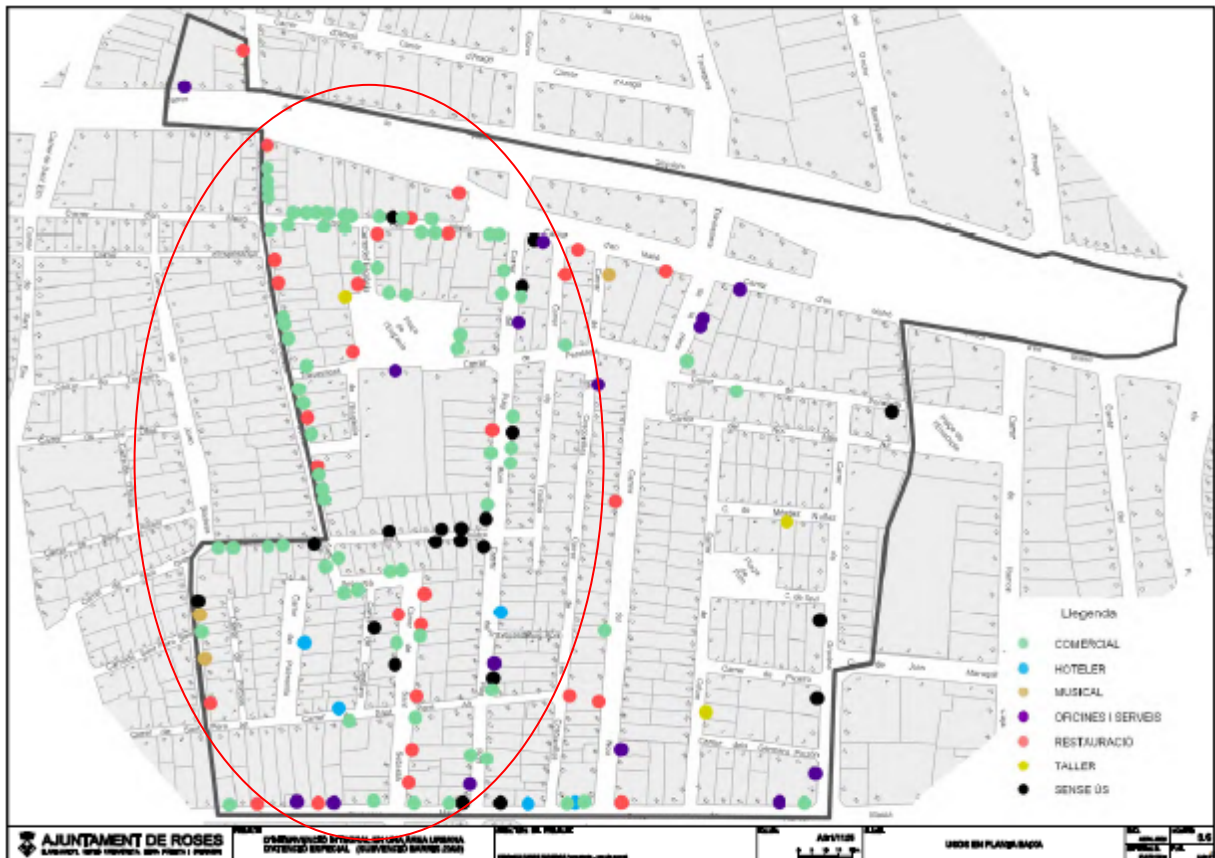
4.5 ACTIVITATS ECONÒMIQUES AL CASC ANTIC

El Pla de Barris reconeix que el Casc Antic constitueix un “*important eix comercial del municipi*” i que “*les principals activitats són majoritàriament de restauració, immobiliàries i comercials enfocades, principalment al turisme*”.

Dades generals:

- L'any 2007 només hi ha un 4,56% de locals tancats (20) dels 438 locals disponibles.
- L'activitat en planta baixa principal al nucli antic és el comerç (73 activitats) per damunt de la restauració (27 activitats) i les oficines (13).
- L'ús majoritari en planta baixa és el residencial (297 locals).

4.5.1 Ubicació de l'activitat comercial al Casc Antic.



Com podem observar la majoria de l'activitat comercial s'ubica al sector sud de l'àmbit d'actuació, al voltant del carrer Sant Sebastià, carrer Puig-Rom, carrer Sant Isidre, carrer Joan Badosa, carrer de Francesc Macià, carrer d'en Mairó i de la Plaça de l'Església.

4.6 ESTRATÈGIA I PRIORITATS

Àmbits d'actuació:

- Urbanístics: millora de l'espai públic.
- Equipaments: crear nous espais que afavoreixin la interrelació i la cohesió social.
- Social: desenvolupar programes de dinamització comercial, d'habitatge i de compatibilització amb l'acció turística.

4.7 ACTUACIONS AMB IMPACTE SOBRE L'ACTIVITAT COMERCIAL

4.7.1 Reurbanització de carrers.

La majoria d'actuacions de reurbanització de carreres es troben localitzades a la part nord de l'àmbit d'actuació, és a dir, a l'àmbit amb menys presència de locals amb activitats econòmiques perquè l'ús predominant és el residencial. Amb tot, sí que hi ha algun carrer ubicat a la zona comercial que rebrà fons del projecte d'intervenció integral, tal i com recollim a continuació:

Actuació: Reurbanització del carrer de Sant Isidre.

Calendari: 2009.

Implicació sobre el comerç: Millora del paviment i dels elements urbans d'un carrer per a vianants on hi ha activitat comercial i locals buits. Es un carrer transversal a dos dels carrers més comercials de l'àmbit d'actuació: carrer de Sant Sebastià i carrer de Puig-Rom.

Ubicació:

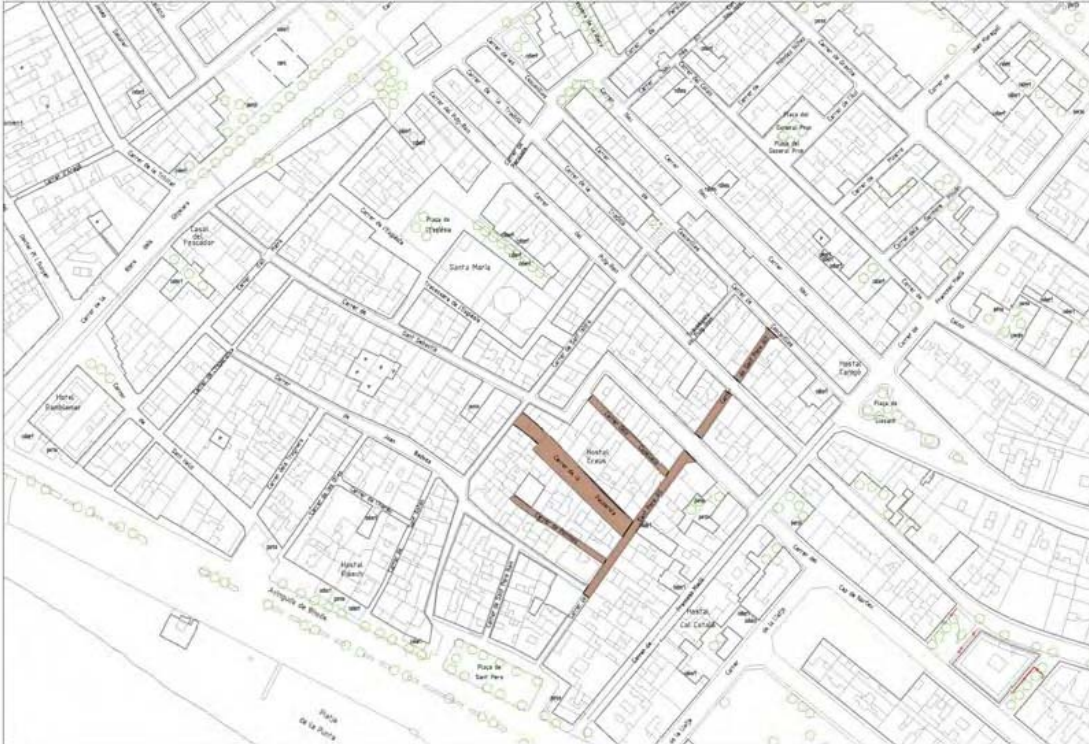


Actuació: Reurbanització del carrer Sant Pere més Alt- Capellans- Palemerola-Porthos.

Calendari: 2009.

Implicació sobre el comerç: Millora del paviment i dels elements urbans d'un carrer per a vianants on no hi ha gaire activitat comercial ni locals buits. Amb tot, es tracta d'un carrer transversal a dos dels carrers més comercials de l'àmbit d'actuació: carrer de Sant Sebastià i carrer de Puig-Rom amb l'Avinguda de Rhode.

Ubicació:



Actuació: Reurbanització de la riera Ginjolars (4a fase).

Calendari: 2009.

Implicació sobre el comerç: Millora urbana d'una fase de la riera amb molt poca activitat econòmica. La riera tot i que no té un paper central des d'un punt de vista comercial, sí que és una via que ha de tenir una especial atenció de cara a la futura millora comercial del municipi.

Ubicació:



Actuació: Reurbanització de la riera Ginjolars (5a i 6a fase).

Calendari: 2010.

Implicació sobre el comerç: Millora urbana d'una fase de la riera amb molt poca activitat econòmica. La riera tot i que no té un paper central des d'un punt de vista comercial, sí que és una via que ha de tenir una especial atenció de cara a la futura millora comercial del municipi.

Ubicació:



El planejament vigent preveu que al llarg de la Riera Ginjolars les alçades de les edificacions es consolidin en planta baixa més tres plantes.

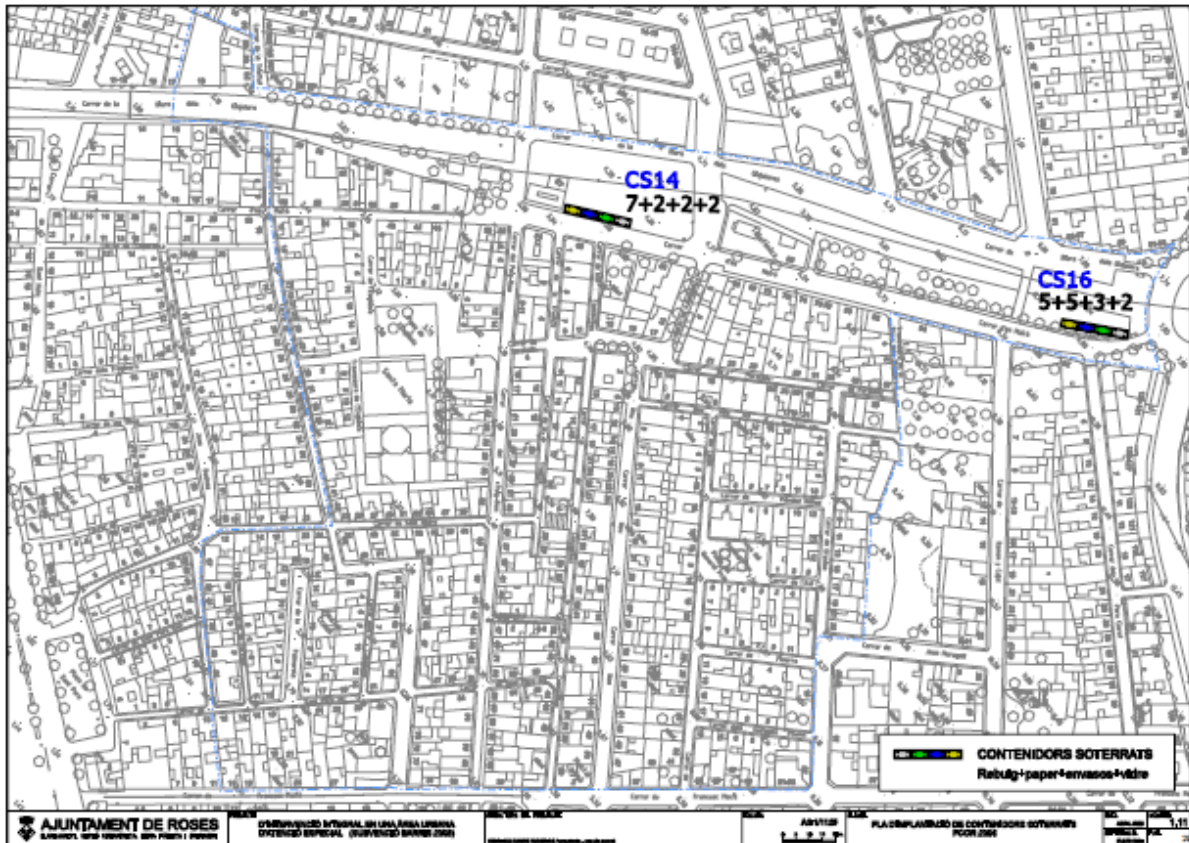
4.7.2 Projecte executiu de soterrament de contenidors d'escombraries.

Actuació: Projecte executiu de soterrament de contenidors d'escombraries.

Calendari: 2009-2010.

Implicació sobre el comerç: Millora del paisatge urbà de la riera de Ginjolars. El projecte de soterrament només afecta la riera.

Ubicació:



4.7.3 Projecte executiu d'aparcament en superfície.

Actuació: Aparcament en superfície a la riera Ginjolars.

Calendari: 2010.

Implicació sobre el comerç: Augment d'aparcament públic a la zona del casc antic.

Ubicació: projecte inclòs a la remodelació de la riera Ginjolars (5a i 6a fase).

4.7.4 Projecte per expropiar la finca al carrer Palmerola.

Actuació: Adquisició del sòl i destinar-lo a vialitat per connectar el carrer Palmerola amb el carrer de Sant Isidre.

Calendari: 2009.

Ubicació:



4.7.5 Projecte per expropiar la finca del carrer d'en Mairó, 33

Actuació: Adquisició del sòl i destinar-lo a vialitat per connectar la riera Ginjolers amb el carrer de l'Església.

Calendari: 2009.

Ubicació:



4.7.6 Campanya de sensibilització.

Actuació: Mesures per incentivar el reciclatge i la recollida selectiva.

Calendari: 2010.

Implicació sobre el comerç: Es pot aprofitar el teixit comercial del cas antic de Roses per fer de transmissió dels valors ambientals, la recollida selectiva i el reciclatge.

4.7.7 Projecte de carril bici

Actuació: Foment de la mobilitat sostenible amb la implantació d'un carril bici al llarg de la Riera de Ginjolers per connectar la Gran Via i l'avinguda Rhode.

Calendari: es desenvolupa dins els projectes de reurbanització de la riera Ginjolers fases 4a, 5a i 6a.

4.7.8 Estudi del comerç

Actuació: Programa de dinamització comercial.

Calendari: 2011.

Objectiu: Estudi per determinar el tipus de comerç existent amb l'objectiu de millorar l'oferta de comerç local fora de la temporada turística.

Plànol d'actuacions al nucli antic i futura zona de vianants



5 CONCLUSIONS: EL MODEL DE CIUTAT I L'ACTIVITAT COMERCIAL A ROSES

En aquest apartat, presentem de manera resumida aquelles qüestions del model de ciutat que hem recollit a partir de l'estudi del PAM, del POUM i del Pla d'Intervenció Integral al nucli antic.

Com hem pogut veure aquests documents incorporen objectius i actuacions concretes que dibuixen un nou futur per a la vila de Roses, futur que no podem deixar de banda per definir el model d'actuació en matèria de comerç.

Els objectius i actuacions del model de ciutat de Roses els hem agrupat segons tres àmbits diferenciats:

- Modernització i revitalització econòmica.
- Creixement urbà i integració de les àrees residencials.
- Millora de la mobilitat i l'accessibilitat al municipi.
- Modernització i promoció de l'activitat comercial.

Com veiem hi ha dos àmbits vinculats amb la promoció econòmica i comercial del municipi i dos àmbits vinculats amb la millora de l'entorn urbà al municipi de Roses, factors aquests últims fonamentals per potenciar i millorar l'oferta comercial del municipi.

Modernització i revitalització econòmica

- Aposta per un model de ciutat turística de qualitat i de referència amb l'explotació dels recursos naturals i econòmics propis de la zona (municipi i comarca). La promoció turística de la ciutat és l'eix principal per reactivar l'economia local i fer un canvi de model.
- Potenciar l'aparició de nous sectors econòmics i afavorir la diversificació econòmica: empreses, serveis i comerç amb l'aparició de nous pols d'activitat en sectors en sòl urbà delimitat amb usos reservats per a activitats econòmiques (SUD 12, 14, 15 i 16).
- Dinamitzar el teixit econòmic existent afavorint un procés d'integració cap a aquest nou model de ciutat turística de qualitat.
- Millora i consolidació de l'oferta hotelera del municipi de Roses.
- Potenciar la col·laboració públic-privada per promocionar i dinamitzar l'economia del municipi a través d'un marc de cooperació estable.
- Reactivar l'activitat econòmica (serveis, restauració i comerç) al passeig marítim.

Creixement urbà i integració de les àrees residencials.

- Reurbanització de la façana marítima amb eliminació de l'aparcament en superfície per consolidar un espai integrat urbanísticament i ordenat formalment amb millores concretes sobre la urbanització del passeig marítim al llarg del seu quilòmetre i mig de recorregut.
- Consolidar un model de ciutat menys fragmentat que l'actual amb el creixement ordenat de diferents àrees residencials (SUD 1- ARE i SUD 2, principalment) amb l'objectiu de cohesionar els dos sectors urbans (est i oest de la Ciutadella) que segreguen en dos el nucli urbà del municipi. Aquests dos sectors implicaran un augment del sòl destinat a usos residencials però també a usos comercials, lúdics i recreatius.
- La integració urbana, també es vol promoure amb els sectors en sòl urbà delimitat destinats a usos econòmics (SUD 12, 14, 15 i 16).

Millora de la mobilitat i l'accessibilitat al municipi

- Construcció la Ronda Nord amb l'objectiu de descongestionar l'elevat pas de vehicles pel nucli urbà del municipi.
- Millores viàries a la Gran Via Pau Casals i l'avinguda de Rhode amb l'eixamplament de les voreres per donar major protagonisme de pas als vianants.
- Impuls de noves zones d'aparcament: plaça de Catalunya, Mercat Municipal, Plaça del Teatre i la plaça Frederic Rahola.
- Consolidació d'un espai de vianants al casc antic amb la creació de nous carrers amb prioritat de pas per a vianants.

Modernització i promoció de l'activitat comercial

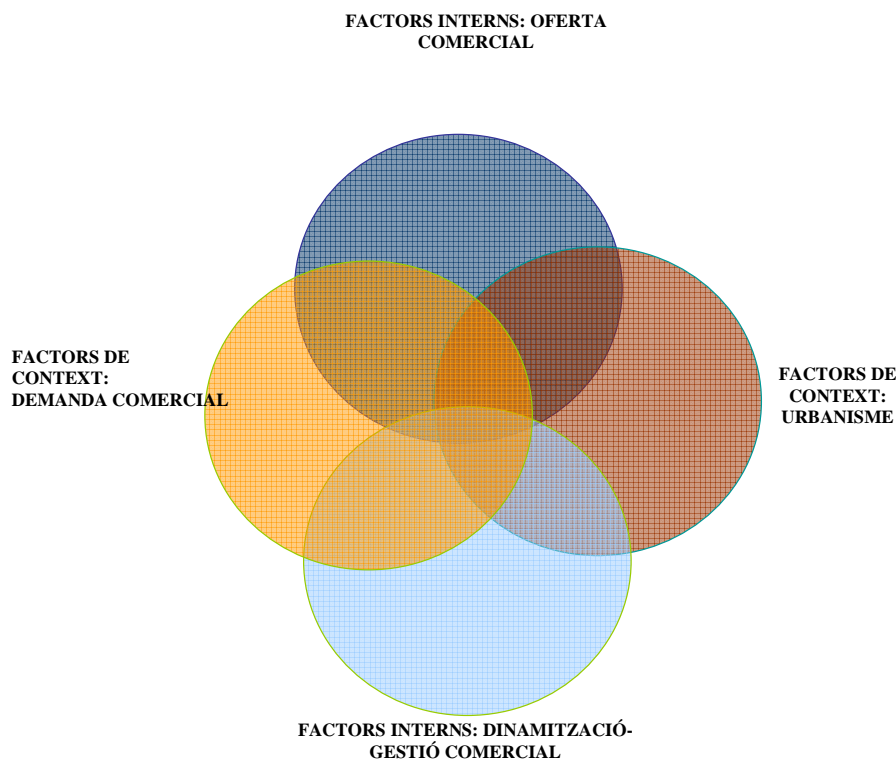
- Modernitzar i promocionar l'actual oferta comercial del municipi per integrar-se al nou desenvolupament econòmic fonamentat amb un turisme de qualitat.

- Establir canals de cooperació públic-privat entre sector públic i sector privat.
- Potenciar el mercat municipal i el mercat de venda no sedentària com a equipaments comercials de referència.
- Consolidar el pol d'activitat comercial ubicat al voltant dels cinemes, actualment amb poc impacte per al conjunt del municipi.
- Desenvolupar un nou eix comercial paral·lel a la carretera de Besalú a Roses- Avinguda de Rhode.
- Promoure l'activitat comercial al casc antic de Roses.
- Ordenar l'activitat comercial des d'un punt de vista de l'ocupació de la via pública.

6 EL MODEL COMERCIAL DE ROSES

6.1 CARACTERÍSTIQUES DETERMINANTS DEL MODEL COMERCIAL

A continuació presentem un conjunt de característiques que determinen l'actual model comercial de Roses. Aquestes característiques recullen de manera resumida les principals conclusions extretes de la fase de diagnòstic comercial de Roses, seguint un esquema similar on les característiques s'agrupen en factors interns: oferta comercial i dinamització-gestió comercial; i factors de context: demanda comercial i urbanisme comercial. Precisament aquestes dimensions són les que fixen els àmbits o línies d'actuació del model comercial de Roses.



Igualment, aquestes característiques determinants del model recollides a partir del diagnòstic comercial recullen les principals conclusions i àmbits d'actuació del PAM, del POUM i del Pla d'intervenció integral al Casc Antic de Roses.

A partir d'aquestes característiques es determinarà el model comercial del municipi i els objectius estratègics a assolir, així com, les actuacions concretes per a la promoció de l'oferta comercial de la vila de Roses.

Així, en últim lloc, es presentarà el programa d'actuacions amb les propostes agrupades per camps d'actuació i amb un calendari concret d'execució.

Característiques determinants del model comercial de Roses

Oferta comercial

1. Actualment, Roses té 5 entorns comercials diferenciats des d'un punt de vista de l'oferta comercial i de la ubicació en el context urbà del municipi.
 - i. Zona nucli antic- Façana marítima.
 - ii. Zona Eixamples:
 - a. Eixample Dreta.
 - b. Eixample esquerra.
 - iii. Zona de Santa Margarida.
 - iv. Zona de la carretera de Besalú a Roses.

Aquestes zones comercials tenen funcions comercials diferenciades perquè donen resposta a necessitats de demanda, igualment, diferenciades.

2. La zona del nucli antic- façana marítima és el principal eix comercial de Roses i ocupa una posició de centralitat comercial a nivell municipal. Amb tot, l'oferta comercial de la zona està estacionalitzada en un alt grau i limita la potencia comercial del municipi durant els mesos de menys activitat turística. La concentració comercial és molt alta.

Actualment, la façana marítima de Roses té molt poca activitat comercial i la seva activitat es limita a l'activitat de restauració.

3. Les dues zones comercial de l'Eixample donen, avui dia, la principal oferta comercial dirigida als/les residents del municipi de Roses. L'oferta comercial d'aquestes zones està dirigida a satisfer les necessitat de compra quotidiana dels ciutadans de Roses i, en part, la zona de l'Eixample Esquerra resolt les necessitats de compra no quotidiana.

4. La zona comercial de Santa Margarida està dirigida fonamentalment al turisme i és insuficient per donar resposta a les necessitats de compra completa del residents al barri.

5. Els operadors comercial ubicats a la carretera de Besalú a Roses està dirigida a satisfer les necessitats de compra quotidiana de tot el públic objectiu de Roses: residents, no residents i turistes.

6. El Mercat Municipal de Roses i els mercats de venda no sedentària (fruita i verdura i roba), malgrat no tenir un impacte molt alt ni pel que fa a la demanda ni quant a la concentració d'activitat comercial que genera als seus voltants, són locomotores comercials del municipi que generen atractivitat tan de residents com de no residents i turistes.

7. La dotació comercial de Roses és força elevada: 21,43 establiments comercials per cada 1.000 habitants. Amb tot, gairebé un 45% de l'oferta comercial de Roses es troba ubicada al sector del nucli antic- façana marítima, on l'elevat grau d'estacionalitat fa que la dotació comercial per a la població resident sigui baixa durant determinats períodes de l'any.

8. Igualment, la tipologia de l'oferta comercial del nucli antic- façana marítima està excessivament dirigida a satisfer les necessitats de compra i consum dels/les turistes de Roses.

<p>Es tracta d'una oferta molt especialitzada en els sectors de compra no quotidiana (compra d'impuls) perquè hi ha un 70% de l'oferta d'equipament de la persona de tot el municipi. En aquest sentit, cal tenir en compte que aquesta no està dirigida a resoldre les necessitats de compra i consum dels/les residents a la vila de Roses per la seva orientació turística.</p>
<p>9. En general, malgrat el nucli antic, l'oferta comercial està molt poc especialitzada en els sectors no quotidians. Aquest fet, explica l'elevada evasió de despesa en els sectors no quotidians, sobretot en equipament de la persona.</p>
<p>10. L'oferta comercial quotidiana està suficientment implantada al municipi però sobretot amb el format de grans operadors comercials, així ho demostra el balanç comercial. Hi ha molta dotació comercial de quotidià pel que fa a superfície però no pel que fa a nombre d'establiments (els sectors no quotidians representen, tan sols, un 30% de l'oferta si tenim en compte el nombre d'establiments, però gairebé un 50% si tenim en compte la superfície).</p>
<p>11. Les dues situacions descrites anteriorment, expliquen, el perquè del resultat del balanç comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Més que faltar oferta d'equipament de la persona el que manca és que més part de l'actual oferta comercial d'aquest sector doni resposta a les necessitats de compra dels/les residents. En aquesta sentit, més que manca d'oferta hi ha una manca d'ajustament entre oferta i demanda resident. ▪ Tot i que l'oferta comercial en quotidià alimentari és adequada a les necessitats de compra es detecta un elevat pes dels mitjans i grans formats comercials que unit a un % baix d'aquest sector pel que fa a petits establiments (tan sols hi ha 67 establiments comercials de quotidià alimentari, que representa un 15% del conjunt de l'oferta del municipi) implica una manca d'oferta comercial quotidiana especialitzada. Aquest sector de compra, per tant, té un marge de millora important al municipi de Roses.
<p>12. L'oferta comercial de Roses està poc modernitzada i es detecta una manca de nous formats comercials vinculats amb l'atracció comercial (formats vinculats amb la compra d'impuls: outlets, franquícies, corners, etc.).</p>
<p>13. Amplia oferta complementària a l'activitat comercial a les zones comercials de Roses. Amb tot hi ha diferències per zones:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Al nucli antic- façana marítima i Santa Margarida predomina l'oferta de restauració i hostaleria. ii. Als Eixamples, sobretot, a l'eixample dreta predominen els serveis.
<p>14. A l'eixample dreta es detecta una elevada presència d'oficines (entre les quals hi ha entitats financeres) que generen discontinuïtat comercial.</p>
<p>15. Manca de circuits urbans que delimitin clarament les zones comercials del municipi. Les connexions comercials entre les diferents zones també són molt baixes.</p> <p>Les zones comercials de Roses s'han configurat com zones comercials inconnexes i han aparegut com a pols d'activitat aïllats i poc estructurats.</p>
<p>16. No es detecta una problemàtica de locals tancats al nucli antic de Roses. Les dues zones de l'Eixample és on hi ha més presència de locals tancats, explicat en bona mesura per la situació d'aïllament d'aquests locals.</p>

Demanda comercial

17. Alta capacitat d'atracció comercial de dues tipologies de públics: no residents i i turistes. Tot i que fan una part de la compra poc important, sobretot dels sectors no quotidians. Els no residents venen sobretot de Figueres, d'Empuriabrava i de Palau Saverdera.

18. Elevada retenció de despesa (gairebé del 100%) entre els residents i segons residències pel que fa a demanda comercial en sectors de compra quotidiana, sobretot en producte fresc.

Malgrat aquestes dades, els Mercats Municipals apareixen en les dues fraccions de compra alimentària (fresca i envasada) com la segona i quarta opció de compra, respectivament, per darrera dels supermercats. Aquest fet, denota que la capacitat d'atracció del mercat municipal té encara avui dia un elevat marge de millora.

La població demanda més producte especialitzat i de la zona pel que fa a la compra de quotidià alimentari.

19. Elevada evasió de despesa en els sectors de compra no quotidiana, sobretot pel que fa a l'equipament de la persona (51% de retenció de despesa de residents). Aquesta elevada evasió de despesa s'explica per la manca de franquícies i nous formats comercials però també per manca d'oferta de format tradicional urbà. Aquest fet, corrobora la manca d'adequació entre l'oferta existent i les necessitats de compra i consum. Figueres i Girona són les dues localitats preferides per realitzar aquesta part de la compra.

El mercat ambulant de Roba és després de la botiga tradicional, el format més habitual de compra.

La població declara de manera oberta i espontània que una de les principals mancances de Roses pel que fa a oferta comercial és l'equipament de la persona.

20. En equipament de la llar i lleure i cultura, l'evasió de despesa és menys important (al voltant del 70% de retenció de despesa) i aquesta compra es fa fonamentalment a centres comercial i franquícies de Figueres i de Girona.

Amb tot, sí que la gent expressa que manca oferta de productes de lleure i cultura, sobretot llibreries i oci per als més joves.

21. Hi ha una elevada retenció de despesa en els sector de bars i restaurants al municipi de Roses.

Relació entre oferta i demanda

22. Tal i com hem dit en els apartat d'oferta i demanda, la situació de Roses té dues característiques principals:

- Hi ha una bona oferta comercial de compra quotidiana sobretot en mitjà i gran format comercial que resol les necessitats de compra quotidiana de la ciutadania però hi ha un desajustament entre oferta i demanda pel que fa a formats comercials d'alimentació especialitzats i amb productes de la zona. La situació del mercat (segon opció de compra per darrera dels supermercats) explica també aquest desajustament.
- Hi ha una dotació molt alta per nombre d'establiments del sector d'equipament de la persona però no hi ha una adequació entre oferta actual i necessitats de demanda. Una oferta excessivament estacionalitzada i centrada en els turistes impliquen que part de les necessitats de compra no estiguin resoltes a Roses i això expliqui l'elevada evasió de

despesa en aquest sector, sobretot a Figueres i Roses.

- Aquests desajustaments entre oferta i demanda són significativament rellevants entre la població més jove i amb més recursos.

Urbanisme comercial

23. L'Ajuntament de Roses està en fase d'aprovació inicial del POUM. La regulació dels usos comercials està fonamentada amb uns criteris de classificació de la llei d'equipaments comercials que recentment ha estat derogada pel Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'equipaments comercials.

24. El municipi de Roses té delimitada la Trama Urbana Consolidada (TUC), criteri fonamental per determinar la viabilitat per a la localització futura d'equipaments comercials fruit del desenvolupament urbà del municipi, tal i com es recull al POUM de Roses. En aquest sentit, el Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'equipaments comercials és el marc que estableix els criteris de localització comercial tant en TUC com fora TUC.

25. Des d'un punt de vista urbanístic- comercial les zones comercials de Roses tenen característiques clarament diferenciades:

i. Zona del nucli antic-façana marítima:

- a. Locals de petites dimensions.
- b. Carrers amb voreres estretes però sovint són carrers per a vianants (prioritat de pas), alguns dels quals són de plataforma única.
- c. No hi ha homogeneïtat dels elements urbans.
- d. Dèficit de zones verdes i d'espais de repòs.
- e. Dèficit d'aparcaments de rotació i dificultat d'accessibilitat en vehicle per la zona.
- f. Manca de continuïtat física a la façana marítima.
- g. Plaça de catalunya poc adequada per fomentar l'activitat comercial.
- h. Manca de connexió interna a la zona a través de la riera Ginjolers.
- i. Ocupació excessiva de l'espai públic pels establiments comercials, de restauració i de serveis en planta baixa.
- j. Entorn urbà en determinats carrers comercials amb manca d'imatge de zona comercial de centralitat.
- k. Elevat pas de vehicles pel casc urbà i el front marítim.

ii. Zona de l'eixample dreta.

- a. Carrers de dimensions més grans que en el cas del nucli antic.
- b. Presència de serveis en planta baixa que trenquen en alguns casos la continuïtat comercial.
- c. Entorn urbà amb clar predomini del vehicle sobre el vianant. Hi ha pocs elements urbans i pocs espais de repòs.
- d. Hi ha passos de vianants inexistent o desdibuixats.

- e. La il·luminació no és adequada per una zona comercial.
- f. Hi ha diverses zones habilitades per a l'aparcament. Amb tot, encara hi ha dèficit de places d'aparcament perquè aquestes places també donen resposta a les necessitats d'aparcament del nucli antic- façana marítima.
- g. Les voreres estan antiquades i en alguns carrers són molt estretes.
- h. La plaça de Llevant presenta un entorn urbà renovat i més adaptat a les necessitats de compra i consum que altres punts de la zona.
- i. La continuïtat comercial amb el nucli antic i l'eixample esquerra és molt baixa.

iii. Zona de l'eixample esquerra:

- a. Les voreres en general són força amples i renovades, amb l'excepció de l'avinguda de Tarragona.
- b. Hi ha poca concentració comercial.
- c. Es tracta d'una zona que ha crescut comercialment a partir de pols d'activitat inconnexos entre si.
- d. La Gran Via de Pau Casals, tot i tenir força activitat comercial, presenta força discontinuïtat.
- e. Hi ha tres zones d'aparcament: al teatre, al mercat i a la zona on se celebra el mercat de venda no sedentària de roba dels diumenges.
- f. Hi ha un important punt de conflicte entre la zona del nucli antic i aquesta zona al carrer Tarragona, entre la plaça de l'empordà i el carrer Pep Ventura.

iv. Zona de Santa Margarida:

- a. Manca d'espais lliures per fomentar activitats a peu de carrer i les interrelacions.
- b. Els element urbans són escassos i sovint de poca qualitat.
- c. Manca d'aparcament en les èpoques de més activitat turística i comercial.
- d. Manca de carrers pensats per al vianant i de circuits urbans.
- e. Manca d'unitat urbanística de la façana marítima i manca de relació amb l'Avinguda de la Gola de l'Estany.

v. Zona carretera:

- a. Es tracta d'una zona comercial perifèric- poligonal amb operadors de mitjà i gran format comercial.
- b. Zona amb configuració de carretera i sense cap tipus de connexió amb el casc urbà de Roses.
- c. Els diferents establiments tenen zones habilitades d'aparcament.

26. Manca de connexió urbanística entre les diferents zones comercials.

27. Manca de continuïtat urbana de la façana marítima de Roses que limita el seu potencial econòmic (comerç i restauració).

28. Mobiliari urbà, elements de disseny de l'espai públic i il·luminació poc modernitzats i amb

<p>clares mancances per adequar l'entorn urbà a les necessitats de compra i consum.</p>
<p>29. Ocupació excessiva de la via pública sobretot al nucli antic i al passeig marítim que limiten l'atractiu de l'entorn urbà de la zona.</p> <p>Amb tot, recentment, s'ha aprovat l'ordenança per regular l'ocupació de la via pública.</p>
<p>30. Manca de places d'aparcament de rotació que afecta sobretot a les èpoques amb més turistes.</p>
<p>31. Importants projectes de millora urbana a zones comercials:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Pla d'Intervenció Integral al Casc Antic de Roses. ii. Millores viàries a la Gran Via Pau Casals i l'Avinguda de Rhode amb l'eixamplament de voreres. iii. Impuls de zones d'aparcament a la Plaça de Catalunya, Mercat Municipal, Plaça del Teatre i Plaça de Frederic Rahola. iv. Millora urbana del carrer Sant Sebastià. v. Construcció de la Ronda Nord.
<p>32. Importants sectors de planejament amb previsió de desenvolupament en el futur amb usos econòmics i/o comercials per configurar nous entorns comercials al municipi de Roses: SUD 12, 14, 15 i 16.</p>
<p>33. Importants sectors amb sòl destinat a usos residencials amb l'objectiu de consolidar la ciutat i cohesionar els dos sectors urbans que segreguen el nucli urbà en dues parts inconnexes. Aquests sectors tindran com a ús principal el residencial però amb compatibilitat amb usos comercials en planta baixa: destaca el projecte d'Àrea Residencial Estratègica (ARE) que es correspon amb el sector de Sòl Urbanitzable Delimitat SUD 1.</p>
<p>Gestió i dinamització comercial</p>
<p>34. Existència d'una associació de comerciants amb un pla de dinamització comercial consolidat que forma part dels programa d'incentius de la Generalitat de Catalunya amb serveis amb valor afegit com la Targeta de Comerç Roses.</p>
<p>35. Creació recent de l'Àrea de Promoció Econòmica, Turisme i Comerç amb l'objectiu de revitalitzar i redefinir el model turístic de Roses en base a la promoció dels actius de la zona i de nous productes turístics de més qualitat.</p> <p>Un dels grans reptes de l'Àrea de Promoció Econòmica és establir canals estables de col·laboració públic-privat.</p>
<p>36. Manca de canals estables i amb pressupost assignat de cooperació-col·laboració entre l'Ajuntament de Roses i l'ACOR: no hi ha, actualment, un pla d'actuacions comú per dinamitzar i promocionar l'activitat comercial de Roses.</p>

6.2 DELIMITACIÓ D'EIXOS COMERCIALS

En aquest apartat aportem una definició concreta dels eixos comercials del municipi de Roses que recull els diferents dels elements analitzats al llarg del projecte i que ens permeten establir una delimitació concreta segons funcions comercials distintes.

L'objectiu, doncs, és disposar d'una definició i delimitació clara i nítida dels eixos comercials actuals i futurs diferenciats segons funció comercial i urbana que permeti endegar en el futur actuacions concretes sobre aquestes realitats.

A continuació presentem els eixos comercials de Roses segons zones d'anàlisi:

Eix comercial Nucli Antic- Façana marítima:

1. Carrers:

- Carrer Doctor Pi i Sunyer.
- Carrer Sant Sebastià.
- Carrer Mairó.
- Carrer Joan Badosa i Compte.
- Carrer Sant Elm.
- Carrer Castell de la Trinitat.

2. Funció comercial i urbana de l'eix:

- Eix comercial de centralitat de Roses.

Eix comercial Eixample Dreta:

1. Carrers:

- Avinguda Jaume I.
- Avinguda de Montserrat.
- Plaça Llevant.
- Carrer Francesc Macià.
- Carrer Puigrom.
- Carrer Cap Norfeu.

2. Funció comercial i urbana de l'eix:

- Eix comercial de subcentralitat comercial de Roses.

Eix comercial Eixample Esquerra:

1. Carrers:

- Gran Via Pau Casals.
- Carrer Benet Falp i Matas.
- Carrer Dr. Flemming.
- Carrer Maria Benlliure.
- Mercat Municipal i Mercats de venda no sedentària.

2. Funció comercial i urbana de l'eix:

- Eix comercial configurat en dos pols d'activitat: Mercat Municipal i entorn dels cinemes i Caprabo.

Eix comercial de Santa Margarida:

1. Carrers:

- Avinguda de la Gola de l'Estany.
- Avinguda de la Platja.

2. Funció comercial i urbana de l'eix:

- Eix comercial-turístic de Santa Margarida.

Eix comercial de la Carretera:

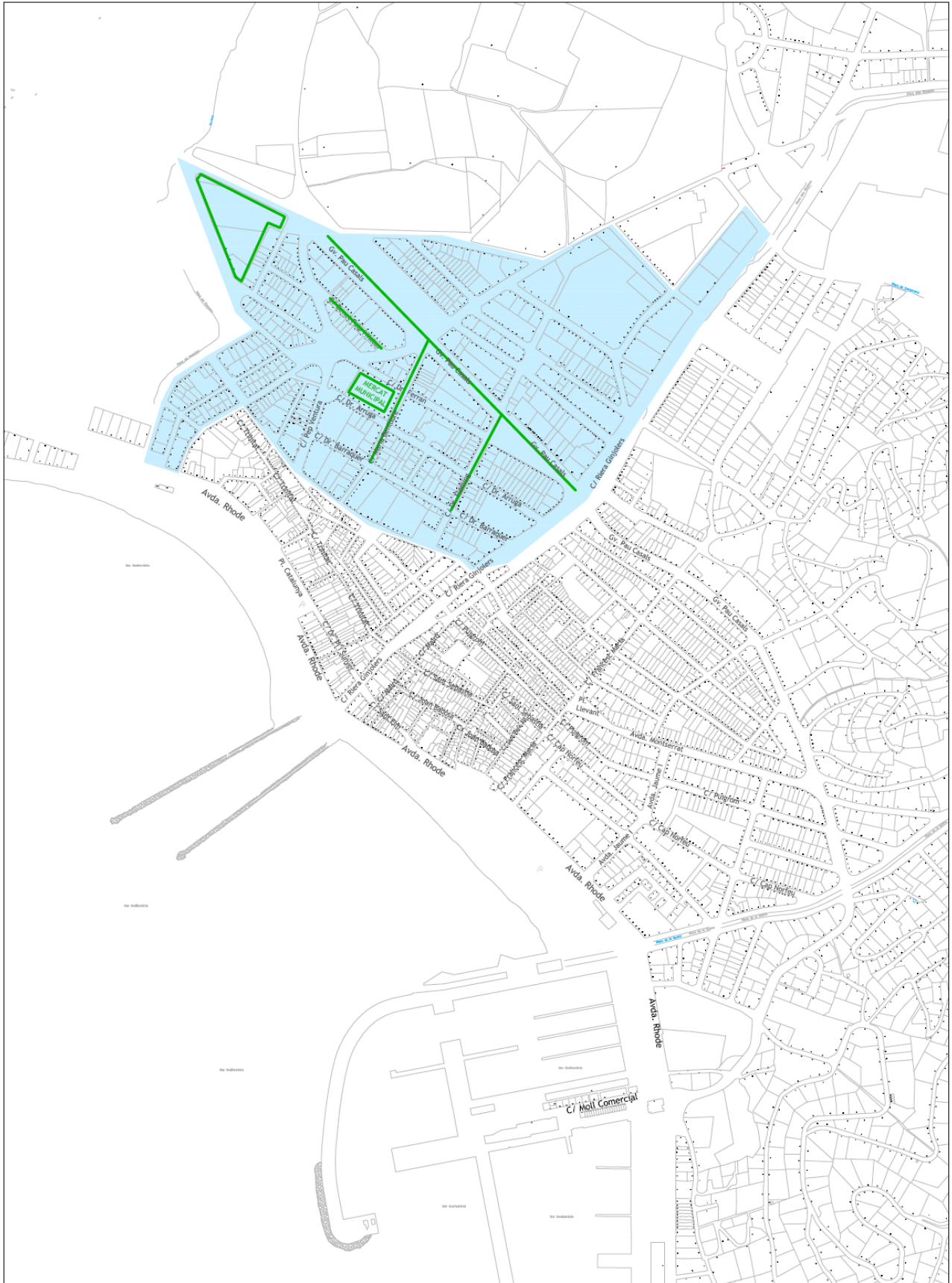
1. Carrers:

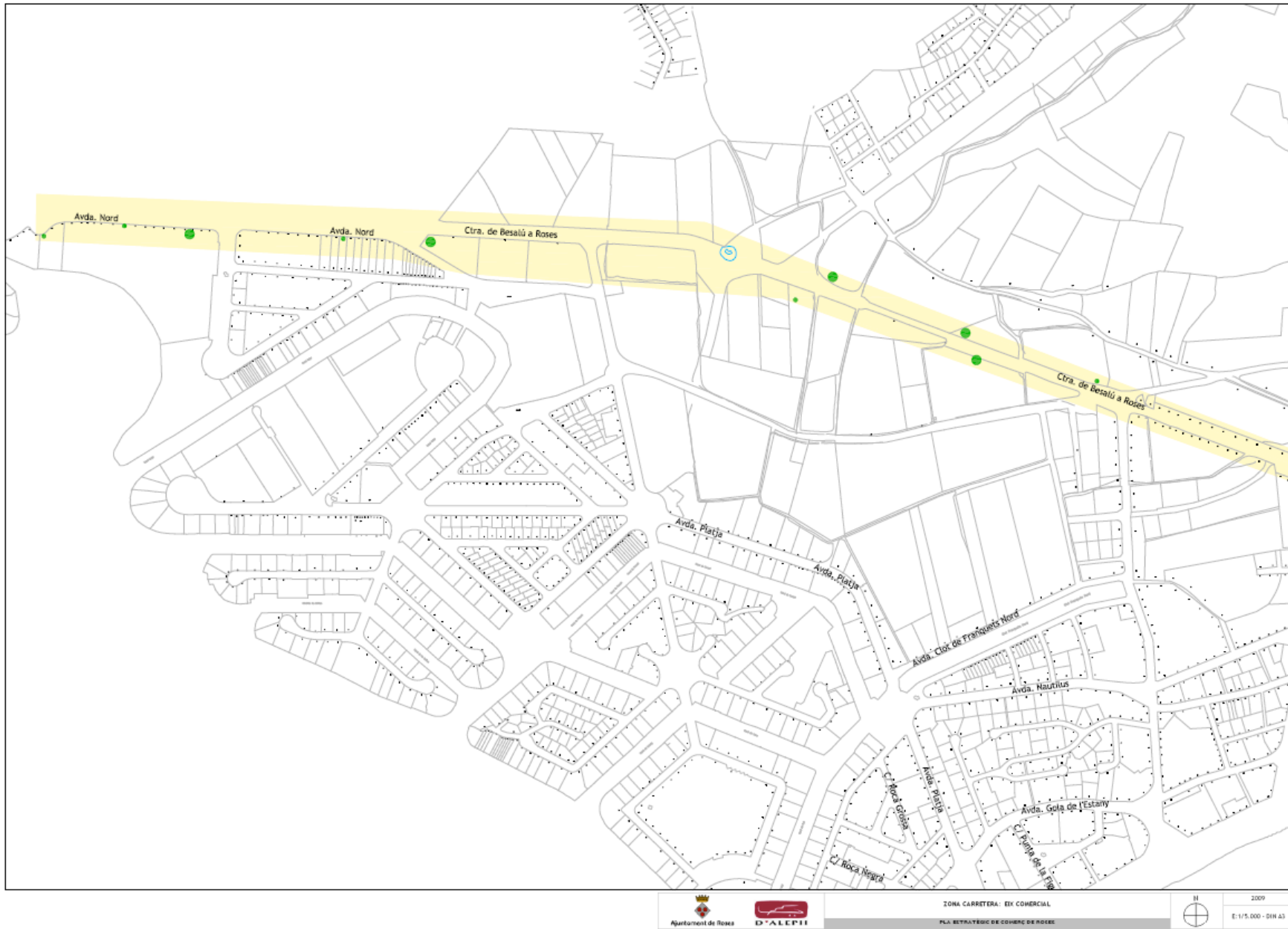
- Carretera de Roses a Besalú.

2. Funció comercial i urbana de l'eix:

- Eix comercial perifèric-poligonal.







6.4 DEFINICIÓ DEL MODEL COMERCIAL

La proposta de model comercial per al municipi de Roses passa per la consolidació, segons funció comercial i urbana definida, dels diferents eixos comercials:

- **Model de centralitat comercial:** model de desenvolupament del comerç del nucli antic-façana marítima que ha d'esdevenir el comerç de referència per al conjunt del municipi i també per als nombrosos turistes que visiten la ciutat encarat a donar una oferta comercial atractiva, ordenada, moderna i especialitzada en sectors no quotidians i amb presència de nous formats comercials i de productes amb valor afegit. Es tracta d'un comerç que cal vincular clarament amb l'acte d'anar de compres i amb el binomi comerç-lleure però sempre des de l'òptica de la qualitat. Aquest àmbit comercial ha d'anar captant, igualment, més demanda local amb una oferta més centrada en les necessitats de compra i consum no resoltes. Òbviament, aquesta també ha de ser la zona comercial de referència per al turisme del municipi però sempre, tenint en compte que aquesta ha de ser també l'espai de referència per a la població resident.
- **Model de subcentralitat comercial:** model de potenciació de la zona de l'eixample dreta que ha de tenir una oferta suficientment diversificada com per resoldre les necessitats de compra completa dels residents al barri i a les zones residencials més properes. La proximitat amb la zona de centralitat cal explotar-la millor amb una major interrelació urbana i comercial entre les dues zones.
- **Model de Proximitat:** model de desenvolupament de l'eix comercial de l'eixample esquerra per consolidar els dos pols d'activitat actuals: el Mercat Municipal i l'entorn dels cinemes i del Caprabo. Aquesta és una zona amb clara vocació de proximitat comercial per als veïns del barri i de les zones residencials més properes. Amb tot, també cal aprofundir amb una major integració urbana amb el nucli antic i, concretament, amb la riera Ginjolers a través de l'avinguda Tarragona.
- **Model turístic i de proximitat:** model de desenvolupament de Santa Margarida. Aquesta zona, al tractar-se de la zona més turística del municipi de Roses ha de mantenir una oferta dirigida en bona mesura a satisfer les necessitats de compra i consum d'aquest col·lectiu. Amb tot, cal consolidar una major integració de la zona comercial amb el passeig Marítim per donar-li més entitat comercial a la zona i arribar a genera certa capacitat d'atracció. Cal, igualment, consolidar l'oferta comercial de proximitat per resoldre les necessitats de compra quotidiana dels veïns i veïnes que viuen tot l'any al barri.
- **Model d'integració urbana de la zona perifèrica de la carretera de Besalú a Roses:** Aquesta part del model està directament vinculat amb el desenvolupament (encara sense previsió) de tots els sectors en sòl urbanitzable delimitat que han d'acabar d'integrar els dos nuclis urbans de Roses (a banda i banda de la Ciutadella). En aquest sentit, el gran repte pel que fa a aquests equipaments comercials perifèric- poligonals és integrar-los en el futur desenvolupament urbà de la ciutat. Ara per ara la seva funció és oferir una àmplia gamma de productes quotidians a la població (residents i turistes) de Roses i resoldre les necessitats de compra de càrrega.

6.5 DIMENSIONS FONAMENTALS DEL MODEL COMERCIAL: ESTRATÈGIA D'ACTUACIÓ

El desenvolupament comercial dels eixos comercials delimitats al pla estratègic de Roses passa pels mecanismes d'actuació següents:

1. **Reconeixement per part de l'Ajuntament i de l'àmbit associatiu que els eixos comercials delimitats han de ser l'objecte material prioritari de les actuacions de promoció-dinamització comercial i de millora de l'entorn urbà sota criteris d'urbanisme comercial.**

2. L'Impuls d'instruments i mesures d'ordenació comercial per definir els paràmetres bàsics per a futurs creixements comercials vinculats al desenvolupament urbà del territori. En aquest sentit, cal un estricte compliment al que estableix el nou marc legislatiu derivat de l'aprovació i entrada en vigor del Decret llei 1/2009, d'ordenació dels equipaments comercials.
3. La integració i millora urbana de les diferents zones comercials amb la creació d'interconnexions urbanístiques (infraestructures urbanes de suport a l'activitat comercial) i amb la utilització d'elements de disseny urbà i de microuurbanisme comercial que contribueixin a teixir l'espai públic vinculat a l'activitat comercial i a definir itineraris urbans/comercials visibles, és a dir, fàcilment identificables pels ciutadans i còmodes per fomentar el passeig i la compra. Aquestes mesures han d'anar acompanyades de les actuacions necessàries per garantir unes bones condicions de mobilitat-accessibilitat sobretot a les zones amb major capacitat d'atracció comercial i reduir-ne el pas de vehicles. En aquest sentit, és molt important pensar en les zones comercials, sobretot les de centralitat i subcentralitat com a àrees ambientals amb necessitats concretes de mobilitat i accessibilitat (tan en vehicle com a peu) que requereixen, paral·lelament d'una vertebració interna amb eixos viaris actius comercialment i amb la creació d'espais verds per fomentar el repòs i el descans.
4. La major interconnexió i l'aprofitament de sinèrgies entre comerç , turisme i lleure.
5. La creació de mecanismes de dinamització i gestió col·lectiu a través de la signatura d'un acord públic-privat, vinculat a un pla d'actuacions concret i amb pressupost assignat, per dinamitzar i promocionar el comerç de Roses amb l'objectiu de millorar en eficiència, optimitzar els recursos i professionalitzar la gestió col·lectiva del comerç urbà de Roses.

7 PLA D'ACTUACIÓ DEL PEC DE ROSES

ACTUACIONS PLA ESTRATÈGIC DE ROSES	
MODEL COMERCIAL	
MC- 1	Delimitació de les zones comercials de Roses.
MC- 2	Consensuar el model comercial i turístics de referència.
MC 2.1	Seminaris d'experiències comercials i turístiques
MC2.2	Visita a municipis comercials i turístics.
OFERTA COMERCIAL I COMPLEMENTÀRIA	
OC-1	Pla de millora, modernització i renovació de l'oferta comercial de Roses.
OC-1.1	Programa de formació i assessorament als comerços de Roses
OC-1.2	Programa d'assessoraments individualitzats a l'establiment comercial.
OC-1.3	Ajuts per implementar les millores proposades als assessoraments individualitzats.
OC- 2	Pla de Promoció de l'oferta comercial.
OC-2.1	Cens actualitzat de l'oferta comercial i de locals tancats.
OC- 2.2	Eina per oferir informació sobre locals comercials disponibles al municipi.
OC- 2.3	Intermediació entre APIS i/o propietaris de locals comercials.
OC- 2.4	Comercialització de locals tancats via ajuts.
OC- 2.5	Estratègia de captació de nova oferta comercial.
OC-3	Seminaris d'experiències de modernització comercial i de factors clau per a l'èxit comercial
OC-4	Accions de col·laboració amb els nous comerciants de Roses
OC- 5	Revisió de la gestió dels tràmits per obrir un establiment comercial a Roses i guia de tràmits per a l'obertura de d'establiments comercials.
OC- 6	Pla de coordinació de les polítiques de promoció turística i comercial de Roses
OC- 7	Estudi per determinar la viabilitat tècnica i econòmica de la reforma del mercat municipal de Roses i anàlisi d'alternatives
OC- 8	Estudi d'ordenació dels mercats de venda no sedentària i revisió de la gestió
OC- 9	Calendari d'horaris comercials
OC- 10	Pla de modernització de l'oferta de restauració
URBANISME COMERCIAL	
UC-1	Adaptació de la normativa urbanística de Roses als nous preceptes de d'ordenació de les activitats comercials.
UC-2	Revisió de la Trama Urbana Consolidada de Roses.
UC-3	Redacció de la figura de planejament urbanístic per ordenar els usos als eixos comercials de Roses.
UC-4	Pla d'accions de millora urbana als carrers comercials sota criteris d'urbanisme comercial.
UC-5	Pla d'aparcaments soterranis i de rotació en calçada.
UC-6	Pla de senyalització comercial i turístic de Roses.
UC-7	Construcció d'una xarxa de carril bicicleta al municipi.
UC-8	Seguiment de l'aplicació de l'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hotelera i comercial de Roses.
-GESTIÓ I DINAMITZACIÓ COMERCIAL	
GDC-1	Signatura d'un conveni de col·laboració entre l'Ajuntament i l'ACOR per impulsar un pla de campanyes de promoció comercial: programa d'actuacions públic-privat per dinamitzar el comerç de Roses.
GDC-2	Pla de foment de l'associacionisme comercial i de bones pràctiques comercials de Roses per integrar als comerciants nouvinguts
GDC-3	Creació de comissió seguretat i comerç

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>DELIMITACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS ROSES I APROVACIÓ DEL MODEL COMERCIAL</p> <p>MC-1</p>	<p>El municipi de Roses ha de reconèixer quina és la seva realitat comercial.</p> <p>Per aquest motiu recomanem l'aprovació al ple de l'Ajuntament de Roses la delimitació de les zones comercials plantejades al PEC amb els objectius següents:</p> <p>→ Disposar d'un instrument jurídic-tècnic per impulsar en el futur actuacions de dinamització comercial, de millora de l'oferta comercial i d'urbanisme comercial (millora i modernització de l'oferta, pla d'usos, senyalització comercial, millora d'entorn urbà i d'interconnexions, etc.).</p>
Descripció de l'acció:	
<p>L'Ajuntament de Roses, reunit al ple municipal, ha d'aprovar la delimitació de zones comercials que es proposa al PEC amb una relació detallada de tots els carrers que s'hi inclouen.</p> <p>A més es distingirà cada zona, segons la tipologia i funció comercial tal i com s'ha definit al model comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zona comercial amb vocació de centralitat comercial. ▪ Zona de subcentralitat comercial. ▪ Carrers o eixos comercial de proximitat comercial. ▪ Carrers comercials amb vocació de servei al turisme. ▪ Zona perifèrica-poligonal. <p>La consolidació del model comercial del municipi de Roses passa per una diferenciació clara de les zones, les quals requeriran d'actuacions diferenciades i que, per tant, passa pel reconeixement d'una zona de centralitat comercial i de diverses zones amb un paper secundari però no menys important per oferir una oferta comercial ample i diversificada.</p> <p>La potenciació de la zona de centralitat comercial de Roses, la del nucli antic i la façana marítima, ha de partir d'una estratègia d'actuació que reproduceixi, en major o menor sentit, la pròpia d'un centre comercial tancat i/o perifèric, és a dir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nom comercial i imatge de marca. 2. Bona senyalització i accessos (en transport públic i privat). 3. Aparcament abundant i, parcialment gratuït. 4. Oferta comercial concentrada i variada. 5. Presència de cadenes i franquícies. 6. Oferta d'oci i restauració. 7. Serveis complementaris: ludoteca, consigna, etc. 8. Promocions i publicitat. 9. Ampli horari comercial. 10. Estratègies de fidelització a la zona comercial. 11. Gestió professionalitzada. 12. Zona vianantitzada, agradable i segura. <p>D'altra banda, les actuacions a la resta de zones han d'anar dirigides sobretot a crear unes millors condicions urbanístiques dels carrers comercials i a crear un entorn més favorable per al desenvolupament de l'activitat comercial i per fer l'espai públic més atractiu per als/les residents al municipi (ampliació de voreres, crear espais de repòs i d'estada, millor il·luminació, etc.), a més de actuacions per incentivar la millora i la renovació de les activitats comercials i les pròpies de dinamització comercial.</p>	
Agents implicats	
<p>Ajuntament de Roses: lideratge. Associacions de comerciants (ACOR) i comerciants.</p>	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
ALTA	3 mesos

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>SEMINARIS D'EXPERIÈNCIES I VISITA A MODEL COMERCIAL I TURÍSTIC DE REFERÈNCIA</p> <p>MC-2</p>	<p>En aquests moments, el municipi de Roses es proposa impulsar una redefinició del seu model comercial i turístic. D'aquesta manera queda reflectit al Pla d'Actuació Urbanística i al Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) i aquest pla estratègic comercial n'és una de les peces.</p> <p>En aquest sentit, a grans trets, l'aposta municipal passa per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modernitzar i promocionar l'oferta comercial del municipi. • Definir un model de ciutat turística de qualitat. • Millorar i consolidar l'oferta comercial i hotelera. <p>Per aquest motiu recomanem fer seminaris sobre experiències en el què altres comerciants i responsables municipals de municipis similars expliquin la seva experiència així com una visita a algun d'aquests municipis. A més també es pot crear una comissió institucional (amb representants polítics, tècnics i del sector comercial i turístic) per conèixer a fons altres experiències que permetin visualitzar models de canvi que hagin donat bons resultats.</p> <p>Així, el principal objectiu de l'acció:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Impulsar una mesura sensibilitzadora dirigida a l'equip tècnic i municipal de l'Ajuntament de Roses per posar en valor els resultats d'una experiència amb èxit. → Fixar un referent per desplegar el pla estratègic de comerç.
<p>Descripció de l'acció:</p>	
<p>Per dur a terme aquesta actuació es proposa i donar un impuls inicial al projecte de consolidació d'un nucli antic i façana marítima potent des d'un punt de vista comercial, visitar l'experiència de Cambrils; http://www.cambrils-turisme.com/, en tant que municipi que ha estat capaç de renovar el seu teixit comercial i entorn urbà dels principals carrers comercials (inclosa la façana marítima) amb l'objectiu de consolidar la zona com un espai comercial de centralitat i d'atractivitat. El municipi de Cambrils, tal i com passa a Roses, està ubicat en un context altament competitiu des d'un punt de vista comercial i també turístic. Municipis propers com Tarragona, Reus o Salou són clars competidors de Cambrils. Amb tot, una clara aposta per la modernització comercial i turística i la millora urbana ha permès que Cambrils s'hagi posicionat com a referent de la zona.</p> <p>Així, és important conèixer:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Model de gestió del fet comercial i turístic del municipi: Patronat Municipal de Turisme. ▪ Procés de renovació urbanística del passeig marítim. ▪ Construcció d'aparcament al passeig marítim. ▪ Dinamització comercial de la zona i paper de l'associació de comerciants i de les associacions de restauradors i d'empreses dels sectors turístics. <p>Pel que fa als seminaris es proposa realitzar unes 6 sessions amb temàtiques similars a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sessió A: "Poden els comerciants, amb el seu esforç, vèncer les grans superfícies comercials?: la resposta dels comerciants de Sants a la seva necessitat d'aparcament" ▪ Sessió B: "El comerç no acaba a l'aparador: la importància de l'entorn urbà i els aparcaments per al comerç". ▪ Sessió C: "La importància dels Mercats Municipals per a l'activació i la dinamització comercial dels barris i els costos de les reformes". ▪ Sessió D: "El model comercial i turístic de Cambrils: la renovació urbanística de la façana marítima i de la zona comercial com aposta per consolidar un model basat en el turisme familiar i la qualitat". ▪ Sessió E: "Les estratègies de Santa Susanna per disminuir la estacionalitat i guanyar en qualitat, i la relació turisme-comerç". ▪ Sessió F: "Com poden beneficiar-se els comerciants de Roses dels serveis i la vocació d'expansió de COMERTIA". 	
<p>Agents implicats</p>	
<p>Ajuntament de Roses: lideratge. ACOR i comerciants.</p>	
<p>Prioritat</p>	<p>Estimació durada de l'actuació</p>
<p>ALTA</p>	<p>3 mesos</p>

Nom de l'acció		Fonaments i objectius de l'acció	
PLA DE MILLORA, MODERNITZACIÓ I RENOVACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL DE ROSES		Tal i com hem dit al diagnòstic, una de les principal problemàtiques del municipi de Roses és la manca de modernització i renovació de l'oferta comercial i la falta d'una oferta més especialitzada en sectors de compra no quotidiana que puguin generar atracció comercial, aspecte especialment important al nucli antic i passeig marítim de Roses.	
OC-1		En aquest sentit, des d'un punt de vista estratègic el municipi de Roses ha d'impulsar una estratègia per incentivar una renovació del comerç de Roses i facilitar el trànsit cap a un model de comerç més modernitzat i adaptat a les canviants necessitats de compra i consum.	
		L'objectiu principal d'aquesta actuació és:	
		→ Dissenyar una estratègia concreta per dirigir aquest procés de modernització i renovació de l'oferta comercial.	
Descripció de l'acció			
El pla de millora, modernització i renovació de l'oferta comercial de Roses és un pla que ha de tenir diferents nivells d'actuació que passen per:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Programa de formació</u> (gestió del negoci i marxandatge visual de l'establiment comercial, nous conceptes de negoci, etc.) per reflexionar sobre la necessitat de modernització i renovació comercial. 2. <u>Programa d'assessorament individualitzat a l'establiment comercial</u> per diagnosticar oportunitats de millora tant pel que fa a la gestió del negoci com del marxandatge visual, així com altres aspectes que es considerin rellevants. 3. <u>Programa d'ajuts</u> per implementar les millores proposades en el programa d'assessorament individualitzat: pla per a la renovació i millora dels establiments comercials de Roses. 			
Agents implicats			
Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants. Generalitat de Catalunya. Cambra de Comerç. Diputació de Girona.			
Prioritat		Estimació durada de l'actuació	
ALTA		4 anys	

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p data-bbox="177 275 512 521"><i>PROGRAMA DE FORMACIÓ I ASSESSORAMENT PER A COMERCIANTS: TALLERS I TUTORIES SOBRE EINES DE GESTIÓ DEL PUNT DE VENDA I ALTRES TEMÀTIQUES</i></p> <p data-bbox="177 584 343 611">OC-1.1 i 1.2</p>	<p data-bbox="512 275 1409 338">El comerç urbà de Roses presenta una imatge sovint poc modernitzada i està poc encarat a un perfil de consumidor jove.</p> <p data-bbox="512 365 1409 459">En aquest sentit, és important introduir noves eines de gestió del punt de venda que permetin una nova aproximació de l'oferta comercial a les noves pautes de compra i consum.</p> <p data-bbox="512 486 1409 584">Igualment, cal tenir present que el municipi de Roses, tenint en compte la seva oferta comercial i el model de negoci, ha d'oferir una oferta comercial dirigida a 3 col·lectius diferenciats de comerciants:</p> <ul data-bbox="571 584 1409 768" style="list-style-type: none"> ▪ Comerciants autòctons que desenvolupen llur activitat durant tot l'any. ▪ Comerciants que només tenen obert el seu negoci comercial en temporada d'elevada afluència de turistes. ▪ Comerciants nous que fa poc temps que han iniciat la seva activitat comercial al municipi de Roses. <p data-bbox="512 795 1409 987">→ El programa de formació ha d'introduir al sector comercial en l'ús i aplicació de noves tècniques de gestió del punt de venda i explicar noves fórmules de venda o de negoci amb l'objectiu de modernitzar els establiments comercials i desenvolupar idees de negoci més encarades a les necessitats dels consumidors/clients actuals.</p>
Descripció de l'acció	
<p data-bbox="177 1048 1409 1142">La formació s'ha convertit en un dels elements prioritaris per aconseguir un comerç competitiu i adaptat a l'entorn. Els canvis en el sector comercial són imminents i requereixen d'un esforç constant de modernització i adaptació.</p> <p data-bbox="177 1169 1409 1263">La formació és un element clau i s'ha comprovat que l'assessorament individualitzat al propi establiment, és la millor manera i en alguns casos, la única, d'arribar al comerciant. En aquest cas, es tracta d'oferir assessorament en gestió econòmica i marxandatge visual.</p> <div data-bbox="339 1285 1203 1550" style="text-align: center;">  </div> <p data-bbox="177 1610 1409 1794">La gestió del comerç és un dels punts claus que ens pot ajudar a preveure canvis, introduir millores i planificar el desenvolupament del nostre negoci. Per això, és imprescindible comptar amb tota una sèrie de coneixements tals com: càlcul de marges, comptabilitat bàsica i pràctica, control de les referències i del stock, etc. En aquest àmbit de treball, serà fonamental realitzar formació directament relacionada amb la introducció de les Tecnologies del Informació i la Comunicació en la gestió del comerç.</p> <p data-bbox="177 1821 1409 1915">El marxandatge visual fa referència a les tècniques de millora de l'establiment comercial com un tot: des de l'aparador, les portes d'accés, la distribució del mobiliari i del producte en el local, els punts calents i freds, etc.</p> <p data-bbox="177 1942 737 1973">Concretament, els continguts a treballar són:</p> <p data-bbox="177 2000 584 2031">Pel que fa a marxandatge visual:</p>	

- Concepte de visual merchandising.
- Disseny exterior de l'establiment (façana, rètols, comunicació, persianes, tendalls, entrada).
- Aparador i Aparadorisme: Com fer l'aparador. Tipus d'aparador. Principis de composició. El color. Il·luminació. Suport i elements auxiliars.
- Disseny interior del punt de venda: Dissenyar l'espai. Traçada interior. Zones fredes i calentes. Ubicació del producte. Publicitat dins el lloc de venda. Il·luminació, terra, sostres i parets. Tendències i materials.
- Anàlisi de casos pràctics reals.

Pel que fa a gestió del negoci:

- Anàlisi dels productes
- Càlcul del punt d'equilibri i dels marges.
- Gestió d'existències o estocs.

En aquests cursos és important combinar classes teòriques amb un procés d'assessorament/consultoria pràctic per aplicar els coneixements a la realitat de cada establiment comercial i a les problemàtiques i necessitats específiques de cada comerciant.

Els assessoraments tècnics han d'anar dirigits a:

- Diagnòstics i assessoraments individualitzats als comerciants per a la millora de l'establiment comercial en relació a:
 - Aparadorisme.
 - Suports i materials per exposar el producte.
 - Ús de les noves tecnologies per a la gestió del punt de venda.
- Informació i acompanyament sobre:
 - Normativa, horaris, llicències.
 - Tràmits per obrir un establiment comercial.
 - Cerca d'ajuts per introduir millores en el punt de venda.
 - Informació bàsica sobre normativa comercial i associacionisme dirigit a comerciants sobretot als nous.

A partir d'aquests assessoraments, es redactaran uns informes individuals per a cadascun dels establiments comercials per detectar els punts forts i sobretot les oportunitats de millora que caldria impulsar en el futur. Aquests informes són una eina molt valuosa per als comerciants per determinar l'abast de les inversions necessàries per fer una millora del comerç.

Cal tenir en compte, com ja hem dit a la introducció dels objectius de l'actuació, que cal fer programes adaptats a les necessitats dels 3 col·lectius prioritaris al municipi de Roses.

Concretament:

- Comerciants autòctons: insistir en la necessitat de millorar i renovar la gestió del punt de venda com una forma d'assegurar la viabilitat del mateix negoci.
- Comerciants nous: reforçar tots els aspectes vinculats amb la normativa comercial i amb les bones pràctiques comercials que cal seguir per tenir un negoci ben adaptat a les necessitats del municipi.
- Comerciants de temporada: insistir en la necessitat de canviar de model de negoci

i de fer un canvi que tingui en compte la necessitat d'obrir el comerç durant tot l'any.

L'organització, gestió i promoció de la formació a comerciants es farà de manera coordinada amb l'ACOR, amb l'objectiu d'arribar al màxim nombre de comerciants del municipi.

Agents implicats

L'Ajuntament de Roses.
 ACOR i comerciants.
 Cambra de Comerç.
 Diputació de Girona.

Prioritat

ALTA

Estimació durada de l'actuació

OC 1.1: 3 anys
 OC 1.2: 2 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p><i>PROGRAMA D'AJUTS PER IMPLEMENTAR LES MILLORES PROPOSADES EN EL PROGRAMA D'ASSESSORAMENT INDIVIDUALITZAT</i></p> <p>OC-1.3</p>	<p>Per donar forma a les accions proposades en el marc del Pla de formació i assessorament individualitzat als comerços de Roses cal definir un programa d'ajuts que ha de tenir com a objectiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Aconseguir de manera coordinada entre Ajuntament, ACOR i comerços a títol individual l'accés a fons públics externs que puguin finançar la renovació i millora dels establiments comercials. → Informar als comerciants dels ajuts existents en matèria de renovació comercial i fomentar la participació dels comerços als programes d'ajuts existents. → Impulsar, des de l'Ajuntament de Roses, una línia específica per complementar les línies d'ajut que es rebin d'altres administracions públiques, en el marc del pla de barris que s'està impulsant al nucli antic de Roses.
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>L'actuació proposada és la culminació del procés de modernització iniciat amb la formació dirigida a comerciants i amb els assessoraments o diagnòstics individualitzats prestats als establiments que han participat del procés.</p> <p>Dins de les accions de millora de l'oferta comercial, resulta imprescindible la sistematització i difusió dels programes de suport per a la millora i modernització del comerç. En aquest sentit, la figura de gerència proposada (ACOR i Ajuntament) que ha de posar en pràctica les accions de dinamització comercial del municipi, ha de generar un servei de publicitat i assessorament de tots els ajuts existents en matèria de renovació dels establiments comercials així com impulsar línies pròpies d'ajuts i de negociació de crèdits per al foment d'actuacions de modernització.</p> <p>En aquest sentit, adjuntem a aquest document al Pla d'actuació una guia per gestionar i fomentar la participació dels comerciants de Roses a les línies d'ajut per a comerços que impulsa la Generalitat de Catalunya.</p> <p>Concretament, aquestes línies d'ajut són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reforç comercial dins del programa d'Incentius al comerç 2010. • Pla renova't: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pla renova't de finestres, obertures i protecció solar. ○ Pla renova't d'enllumenat per a comerços. <p>Igualment, aquest ajuts es poden complementar al nucli antic de Roses en el marc d'actuació del Pla d'Intervenció Integral al Casc Antic de Roses amb l'objectiu de dinamitzar comercialment la zona amb l'impuls de línies d'ajut als comerciants que participin del procés de modernització plantejat.</p> <p>Així, proposem definir una acció concreta d'intervenció al nucli antic que vagi dirigida, en aquest cas, a millorar la situació dels locals comercials de la zona. Tal i com hem vist al diagnòstic, el nucli antic té una problemàtica d'excés d'ocupació de la via pública que ha implicat que sovint molts locals hagin utilitzat l'interior com a magatzem i el carrer com a aparador i punt de venda. Aquesta situació ha de canviar un cop entrada en vigor l'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hotelera i comercial de Roses, la qual implicarà que molts comerços hagin de replantejar el funcionament de la seva activitat.</p> <p>En l'actual marc de subvencions de la Generalitat i en el cas que l'Ajuntament creï un ajut similar al que ha posat en marxa, per exemple l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet, un particular paga 4.000€ per fer una inversió de 10.000€ al seu establiment (2.000€ de la Generalitat i 4.000€ de l'Ajuntament). Per a 10 comerços, l'Ajuntament gasta 40.000€ i genera una inversió total de 100.000€.</p>	

A continuació donem el detall d'aquesta simulació:

Cas de reforma amb un pressupost de 10.000€								
10.000	Import màxim subvencionable	Inversió mínima	Subv respecte pressupost	Sub màx	Cost públ per a 10 comerços	Cost priv cas d'inv mín	Inv priva 10 comerços	Inversió total
Generalitat	6.000	10.000	20 %	2.000	20.000	4.000	40.000	
Ajuntament	8.000	4.000	40 %	4.000	40.000			
TOTAL				6.000	60.000		40.000	100.000

Cas de reforma amb un pressupost de 30.000€								
30.000	Import màxim subvencionable	Inversió mínima	Subv respecte pressupost	Sub màx	Cost públ per a 10 comerços	Cost priv cas d'inv mín	Inv priva 10 comerços	Inversió total
Generalitat	6.000	10.000	20 %	6.000	60.000	16.000	160.000	
Ajuntament	8.000	4.000	40 %	8.000	80.000			
TOTAL				14.000	140.000		160.000	300.000

Font: elaboració per part de D'ALEPH

Els ajuts en el marc de Pla de Barris del nucli antic de Roses han de contribuir a modernitzar l'oferta comercial i a consolidar un canvi de model.

En tot cas, les actuacions de millora i modernització han d'anar dirigides a:

- Suprimir les barreres arquitectòniques i la millora de l'accessibilitat a l'establiment.
- Millorar l'aparador per donar una imatge més moderna.
- Renovar la retolació de l'establiment comercial.
- Implantar equips o eines informàtiques de gestió del negoci.
- Implantar sistemes que millorin l'eficiència energètica.

Els comerciants associats de la zona tindran un tracte prioritari a l'hora de triar entre candidatures valorades de manera idèntica.

Així, en funció de les necessitats del municipi, es podrien crear programes específics de suport a la millora del comerç de Roses, especialment destinats a la renovació i modernització del propi negoci.

Agents implicats

L'Ajuntament de Roses (Pla de Barris).
 ACOR i comerciants.
 Generalitat de Catalunya.
 Cambra de Comerç.
 Diputació de Girona.

Prioritat	Estimació durada de l'actuació
ALTA	4 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p data-bbox="177 275 512 369">PLA DE PROMOCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL DE ROSES</p> <p data-bbox="177 432 255 459">OC-2</p>	<p data-bbox="512 275 1409 369">La majoria de locals comercials tancats de Roses es troben ubicats a les dues zones d'eixample del municipi. Sobretot, a la zona més propera al mercat municipal que té encara un potencial comercial no consolidat.</p> <p data-bbox="512 398 1409 492">Al nucli antic, la problemàtica no és de locals tancats sinó de l'estacionalitat de l'oferta que genera que durant determinades temporades de l'any bona part de locals estiguin tancats.</p> <p data-bbox="512 521 1409 582">En aquest sentit, l'objectiu del pla de promoció de l'oferta comercial és:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 611 1409 795">→ Endegar una estratègia amb diferents nivells d'actuació per promoure l'oferta comercial al municipi i fomentar l'ocupació dels locals comercials que ara estan tancats així com, per millorar les condicions dels locals que actualment estan en mal estat i que, per tant, tenen menys possibilitats de ser comercialitzats. <li data-bbox="512 801 1409 862">→ Fomentar l'ocupació dels locals tancats i la renovació de l'oferta.
Descripció de l'acció	
<p data-bbox="177 954 1409 1014">El pla de promoció de l'oferta comercial de Roses és un àmbit de treball que ha de contenir les línies d'actuació següents:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="236 1021 1002 1048">1. Cens actualitzat de l'oferta comercial i dels locals tancats. <li data-bbox="236 1055 1377 1081">2. Disseny d'una eina per oferir informació sobre locals comercials disponibles al municipi. <li data-bbox="236 1088 1034 1115">3. Intermediació entre APIS i/o propietaris de locals comercials. <li data-bbox="236 1122 826 1149">4. Comercialització de locals tancats via ajuts. <li data-bbox="236 1155 890 1182">5. Estratègia de captació de nova oferta comercial. <p data-bbox="177 1211 954 1238">A continuació, es descriuen en detall l'abast de les actuacions.</p>	
Agents implicats	
<p data-bbox="177 1294 1409 1355">Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.</p>	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
SECUNDÀRIA	4 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p data-bbox="177 277 454 338">CENS I PROMOCIÓ DE BAIXOS COMERCIALS</p> <p data-bbox="177 371 276 400">OC-2.1</p>	<p data-bbox="512 277 1442 371">L'objectiu de l'actuació és disposar d'informació actualitzada sobre l'oferta comercial al municipi de Roses i tenir registrats els locals tancats de cara a definir actuacions per facilitar la seva futura comercialització.</p> <p data-bbox="512 405 1442 618">La reforma de l'IAE va beneficiar nombroses PIMES i autònoms, els quals van poder deixar de tributar sota aquest concepte. No obstant això, va tenir com a conseqüència la manca d'actualització de les bases de dades relatives a les empreses exemptes (les que facturen menys de 1.000.000 d'euros anuals), dins de les quals es trobava la pràctica totalitat del comerç local. Disposar d'aquella informació resultava d'utilitat a l'hora de dissenyar polítiques de comerç.</p> <p data-bbox="512 651 1442 745">Actualment, per tant, no hi ha una única font d'informació sobre l'oferta comercial a Roses. Aquest fet implica dificultats per calcular i dimensionar l'oferta del municipi.</p> <p data-bbox="512 779 1442 1115">Així, els objectius de l'actuació són:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 801 1442 896">→ Disposar d'una base de dades actualitzada i dinàmica que aportí informació sobre les activitats comercials i de serveis i permeti disposar d'indicadors del sector. <li data-bbox="512 898 1442 958">→ Disposar d'informació real sobre la disponibilitat de locals comercials buits. <li data-bbox="512 960 1442 1021">→ Determinar la capacitat real de creixement d'una zona o àrea comercial urbana. <li data-bbox="512 1023 1442 1052">→ Conèixer l'evolució dels preus dels baixos comercials per zona. <li data-bbox="512 1055 1442 1115">→ Tenir informació suficient per impulsar futures actuacions de promoció i captació d'operadors comercials al municipi.
Descripció de l'acció	
	<p data-bbox="512 1211 963 1240">Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 1243 1442 1765">• <u>Crear i mantenir un cens de locals buits a les zones comercials</u> (contacte amb immobiliàries, treball de camp, actualització de bases de dades municipals, i contacte amb propietaris).. En tot cas, la informació que interessa conèixer és: nombre i tipologia de locals comercials buits, estat (necessiten reformes, necessiten rehabilitació total, estan preparats per l'obertura d'un negoci, etc.), superfície, etc.- i les causes: problemes d'oferta (els/les propietaris/es no els volen comercialitzar) i/o demanda (no hi ha emprenedors/res interessats/des). Cal posar aquesta informació al servei dels/les nous/noves emprenedors/res que estiguin interessats en obrir un negoci al municipi. Aquesta atenció ha de donar resposta als aspectes següents: <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 1491 1442 1765">○ Donar informació de la disponibilitat de locals buits, segons els criteris següents: <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 1520 1442 1550">▪ Ubicació: proximitat o llunyania dels eixos comercials. <li data-bbox="512 1552 1442 1581">▪ Preu de lloguer o preu de venda. <li data-bbox="512 1583 1442 1612">▪ Activitats que es localitzen al voltant: mapa de la competència. <li data-bbox="512 1615 1442 1644">▪ Estat del local i inversions imprescindibles per iniciar l'activitat. <li data-bbox="512 1646 1442 1675">▪ Superfície del local. <li data-bbox="512 1677 1442 1706">▪ Antiga activitat. <li data-bbox="512 1709 1442 1738">▪ Dades de contacte de propietaris. <li data-bbox="512 1740 1442 1769">▪ Altres observacions. <li data-bbox="512 1771 1442 2038">• <u>Crear i mantenir un cens dels locals comercials en actiu al municipi</u>: la base de dades s'ha de fomentar sobre la informació que proporciona la Taxa de Residus Urbans. Així, la Llei 15/2003 relativa a gestió de residus ha tingut com a efecte que els ajuntaments hagin acabat gestionant aquests residus -inclosos els comercials- a canvi d'una taxa. Es proposa fer servir com a única font fiable per a la creació d'un nou cens de locals comercials en actiu aquesta nova base de dades procedent de la taxa. Es proposa que la base de dades es complementi amb un cens que permeti: <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="512 1955 1442 2013">○ Tenir informació sobre el local comercial: establiment, sector d'activitat, superfície i fotografia del local comercial. <li data-bbox="512 2016 1442 2038">○ Dades de contactes de les persones que regenten els negocis.

És per aquest motiu que també es proposa aprofitar les visites que es desenvolupin en el marc de la campanya de visites als comerciants per difondre els ajuts a la renovació comercial (veure actuació 1.3).

A continuació, presentem una fitxa amb un exemple de fitxa:

Model de fitxa:

CONTACTE	Nom del comerç		
	Adreça (del comerç)	Nom:	
		Num:	
		Porta (si conve):	
	Nom del propietari/a:		
	Nacionalitat del propietari/a:		
	Estudis:		
Telf. de contacte:			
Correu electronic:			
CARACTERISTIQUES DEL COMERÇ	Subsector:		
	Metres (m²):		
	Any obertura		
	Nombre de treballadors/res:		
	Edat mitjana personal:		
	El/la propietari/a treballa al comerç?		
	Comerç ètnic*?		
	Horari comercial (dll -dv)		
Horari comercial (dissabtes)			
OBSERVACIONS	Necessita personal? De manera esporàdica? Fixa, quins dies o hores a la setmana?		
	Per a realitzar quines tasques?	Repartiment a domicili	
		Atenció al públic	
		Neteja de l'establiment i el magatzem	
		Col·locar preus i productes	
		Gestió d'estocs	
	Altres		
	Pertany a alguna associació del barri? A quina?		
	Quins són els principals problemes amb que es troba (cojuntura ecca, rrrh, seguretat, competència, proveïdors, marges, etc.)		
	Quins són els punts forts del comerç del barri?		
Altres			

Nota: entenem per comerç ètnic aquell amb una oferta especialitzada en productes típics d'altres països

- Construcció d'una base de dades dinàmica que permeti disposar de les dades del cens comercial i emetre informes de manera sistemàtica. A partir de les dades obtingudes a partir dels dos censos és important dissenyar una base de dades per poder explotar les dades. En aquest sentit, es proposa crear una base de dades dinàmica que permeti crear dades per obtenir informació de manera ràpida i senzilla.
- Emetre un diagnòstic sobre els elements que dificulten la posada en activitat dels locals. Arran de les dades i de la informació sobre locals comercials, caldria fer un informe tècnic per valorar els elements que dificulten la comercialització de locals comercials. Caldria identificar diferents problemàtiques per zona amb l'objectiu de definir estratègies d'actuació per a cada cas (inversions, intermediació, etc.).

Les bases de dades s'han d'actualitzar periòdicament, com a mínim cada 6 mesos, per poder disposar d'informació útil i obtenir dades sobre l'evolució del mercat de locals comercials.

En tot cas, cal Buscar la col·laboració de APIS per fer més visible i transparent l'oferta tant a nivell físic a peu de carrer com per internet (cartelleria preu/m2, visible a tots els locals).

Agents implicats

Ajuntament de Roses.

Prioritat

SECUNDÀRIA


Estimació durada de l'actuació

2 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>SERVEI PER OFERIR INFORMACIÓ SOBRE LOCALS COMERCIALS DISPONIBLES AL MUNICIPI I SOBRE OFERTA COMERCIAL</p> <p>OC-2.2</p>	<p>L'objectiu de l'actuació és:</p> <p>→ Posar la informació recopilada en l'acció 2.1 a disposició de la ciutadania i, per tant, contribuir a fer transparent el mercat de locals comercials disponibles.</p>
Descripció de l'acció	
<p>Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Crear una eina (per exemple un espai a la pàgina web municipal) per donar informació sobre disponibilitat de locals comercials al municipi i la situació del mercat.</u> El contingut mínim hauria de ser: <ul style="list-style-type: none"> ○ Fitxa de locals comercials tancats amb dades de contacte, superfície de venda i superfície total, zona, observacions, etc. En aquest cas, es faria servir la informació recopilada a l'acció 2.1. ○ Informació sobre oferta comercial per zones: ubicació de locals en actiu, mix comercial, etc. • <u>Oferir assessorament</u> des de l'Ajuntament de Roses, a partir de la informació disponible, de l'oferta comercial que hi ha al municipi i dels locals comercials que hi ha disponibles. En aquest sentit, és molt important donar informació rellevant sobre buits de mercat, oportunitats de locals en bones condicions, alternatives d'ubicació, etc. • <u>Elaboració i disseny de la Guia Comercial de Roses.</u> Clàssicament les guies comercials s'han realitzat en forma de llibret en què s'agrupa tota l'oferta comercial del municipi i la seva ubicació així com les dades de contacte. En aquest sentit, proposem anar un pas més enllà i elaborar una guia (format electrònic i paper) que posi en valor l'oferta comercial del municipi. Proposem, per exemple, que aquesta guia comercial tingui una publicació mensual i que cada número tingui un contingut temàtic vinculat a determinats subsectors d'activitat. Una alternativa seria fer montemàtics vinculats amb productes de la terra que es poden comprar on consumir al municipi. Es tractaria, doncs, de posar en valor els establiments comercials de Roses i els productes que s'hi ofereixen. Addicionalment es pot afegir a la guia, sempre en col·laboració amb els comerciants implicats, promocions dirigides als clients amb descomptes o ofertes per fomentar la compra i consum a Roses. Aquesta informació s'hauria d'enviar als habitatges del municipi així com als equipaments hotelers i d'allotjament. 	
Agents implicats	
<p>Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.</p>	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
SECUNDÀRIA	2 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p><i>INTERMEDIACIÓ ENTRE APIS I/O PROPIETARIS DE LOCALS COMERCIALS</i></p> <p>OC-2.3</p>	<p>L'objectiu de l'actuació és:</p> <p>→ Encoratjar als propietaris de locals comercials tancats per posar-los en actiu.</p>
Descripció de l'acció	
<p>Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <p><u>Contactes amb propietaris de locals comercials encoratjant la seva comercialització.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Contacte directe i continuat amb els propietaris dels locals buits per detectar la seva predisposició a posar en lloguer o venda els locals. Sensibilització sobre la importància d'ajustar els preus. • Detectar causes de no comercialització (pocs recursos, condicions del local poc adequades o que no compleixin la normativa municipal sobre condicions d'ús, mal estat del local, poc interès, etc.). • Oferir, dins les possibilitats, possibles solucions a les problemàtiques que es detectin: <ul style="list-style-type: none"> ○ Informació d'ajuts a la rehabilitació. ○ Informació d'interessats en obrir un negoci al local. ○ Possibilitats, en base a la normativa vigent sobre condicions d'ús dels locals, d'adequar el locals sense una inversió excessiva. ○ Etc. <p>Es molt important que els locals tancats o que encara no estan actius (noves promocions) tinguin una imatge adequada. En aquest sentit, és molt important el treball amb les constructors (sensibilitzant sobre la importància d'aquest fet) i, en el cas que es tracti de promocions públiques, aquest hauria de ser un requisit d'atorgament de la construcció.</p> <p>A la següent tira fotogràfica podem observar la diferència entre un local en males condicions, un cop finalitzada la seva construcció, i locals que és poden obrir amb una inversió mínima. Els locals nous que no "estran acabats" impliquen inversions inicials per als possibles emprenedors que encareixen molt l'operació.</p> <div data-bbox="188 1279 1407 1552" style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
Agents implicats	
Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
Baixa	3 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p><i>COMERCIALIZACIÓ DE LOCALS BUITS VIA AJUTS.</i></p> <p>OC-2.4</p>	<p>L'objectiu de l'actuació és:</p> <p>→ Facilitar l'ocupació dels locals tancats o dels locals que poden esdevenir locals comercials.</p>
Descripció de l'acció	
<p>Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Ajuts per a la rehabilitació i comercialització dels baixos comercials de la zona de l'Eixample (esquerra i dreta), principals zones amb problemàtica de locals buits i del nucli antic</u>, aquestes actuacions van des de la intermediació activa pública, com es fa actualment en el cas dels habitatges buits o en l'oferta de garanties de pagament de lloguer en l'habitatge fins a actuacions més de caire informatiu basades en la creació, dins el portal web de l'Ajuntament, d'una pàgina que incorpori una fitxa de sol·licitud de locals buits al barri antic (sol·licitant dades de contacte, superfície necessària, zona desitjada, activitat, observacions, etc.). <p>En aquest sentit, els ajuts del Pla de Barris del nucli antic de Roses es poden destinar a fomentar la rehabilitació de locals comercials que, actualment, estan en mal estat i que, per tant, difícilment es comercialitzarien.</p> <p>Alternativament, es pot impulsar ajuts fiscals per fomentar l'obertura de nous locals comercials:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Exempcions d'impostos municipals</u> per a l'obertura de nous locals comercials al municipi de Roses. En aquest sentit, es recomana aplicar, per exemple, una bonificació del 50% de l'impost sobre construccions, instal·lacions i obres (ICIO) per facilitar l'obertura de nous establiments comercials a la zona i la dinamització del teixit comercial. Aquesta mesura és un incentiu per captar oferta comercial a la zona. Lògicament aquesta mesura només ha de ser vigent fins que el grau d'ocupabilitat dels baixos comercials sigui suficientment alt com per considerar innecessària la seva aplicació. 	
Agents implicats	
<p>Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.</p>	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
SECUNDÀRIA	3 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>ESTRATÈGIA DE CAPTACIÓ DE NOVA OFERTA COMERCIAL</p> <p>OC-2.5</p>	<p>Captar i promoure nova oferta comercial als eixos comercials del municipi mitjançant:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Prospecció comercial per captar oferta per a residents (que no sigui de temporada). → Millora servei assessorament a emprenedors/res en comerç.
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <p><u>Prospecció comercial per promoure l'oferta comercial amb productes de la terra i productes gastronòmics de qualitat de l'entorn:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear mecanismes per al treball comú amb les diverses entitats productores i/o distribuïdores de productes locals/comarcals i d'artesanía. • Promoure aquesta oferta a partir d'un local comercial ubicat al nucli antic i que aglutini l'oferta. 	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">(Exemple d'establiments comercials d'Avignon- la primera fotografia és d'un mercat).</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <p style="text-align: center;">(Exemple d'una agrobotiga d'Olot).</p>	
<p><u>Prospecció comercial per captar oferta comercial:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactar, telefònicament i mitjançant visites concertades, amb cadenes i franquícies (i/o consultores especialitzades en franquícies) dels sectors d'equipament a la persona i la llar, i d'oci, esport i cultura per vendre el municipi (dades d'oferta, zones comercials, i locomotores, demanda, preus i disposició de locals, etc.). <ul style="list-style-type: none"> • Per a la zona del nucli antic caldria buscar establiments amb encant i especialitzats i continuar potenciant l'oferta d'alimentació especialitzada i establiments amb capacitat d'actuar com a locomotores. • Per a la zona de l'Eixample Esquerra i Dreta caldria buscar establiments especialitzats en oferta quotidiana (cellers, delicadeses d'alimentació, dietètiques i menjar ecològic, etc.). En aquest sentit, aquest tipus d'oferta vinculada al mercat municipal és una via que cal seguir treballant. <ul style="list-style-type: none"> ○ Webs especialitzades: <ul style="list-style-type: none"> ▪ http://www.tormo.com/ ▪ http://www.franquicias.es/ ▪ http://www.100franquicias.com/ 	

- En aquesta línia també es pot buscar el contacte amb franquícies mitjançant l'assistència a fires de franquícies, en aquest cas l'actuació rau en apropar aquestes fires a empresaris i potencials nous emprenedors del municipi. Les fires de franquícies de referència a Espanya són:
 1. Saló Internacional de la Franquícia (SIF & Co.) de Fira de Valencia compta amb una posició de privilegi atorgada pels seus 21 anys d'experiència en els que sempre ha apostat per la qualitat i professionalitat dels assistents. Durant 3 dies reuneix la més amplia oferta d'oportunitats de negoci i serveis relacionats amb la franquícia. Propera: Ed. 20^a del 21 al 23 d'octubre de 2010.
 2. Expofranquicia a Madrid, ofereix unes 350 marques que operen al mercat internacional. Propera: Ed. 1^a Del 22 al 24 de maig de 2010.
 3. Saló BNF (Barcelona Negocis & Franquícies) de Fira de Barcelona. Hi ha unes 100 franquícies participants amb l'oferta més representativa de cada sector que permet a l'emprenedor/a obtenir informació i establir un primer contacte. També hi ha a disposició del públic empreses consultores especialitzades en l'obertura de franquícies i estands de premsa especialitzada. Propera: Ed. 9^a : Del 16 al 17 de juny de 2010.
 4. Franquiatlántico, cita anual d'una xarxa emprenedora formada per AAPP i associacions que informen als emprenedors sobre la fórmula de la franquícia (dubtes i ajuts per iniciar els seus projectes). El 10è aniversari va tenir lloc a la Coruña el 19 i 20 de febrer de 2010.

Millora del servei de creació d'empreses per a emprenedors/res de comerç i restauració:

- Dotar aquest servei de materials existents al mercat, o crear-ne de nous, per informar i assessorar a emprenedors/res que vulguin crear un negoci comercial i/o de restauració (vídeos i casos d'experiències, informació sobre nous conceptes de negoci comercial i de restauració, informació sobre preus i locals disponibles per al lloguer i la venda, informació sobre el model comercial, etc.).
 - Realització de seminaris i o tallers sobre nous conceptes de negocis:
 - Fidelització amb tecnologies de la informació i la comunicació.
 - "Què hi ha de nou?". Casos de modernització comercial. Ex. Misako, Sunka, Veritas, Chocoo, etc.
 - Els diferents formats en els negocis de restauració. Ex. AN Grup de restauració.
- Identificació de la persona de contacte i comunicació periòdica (mensual o bimensual) amb aquest servei per fer un seguiment de les demandes, perfils d'emprenedors/res i seguiment de les idees i projectes.

Agents implicats

Ajuntament de Roses.
ACOR i comerciants.

Prioritat

SECUNDÀRIA

Estimació durada de l'actuació

2 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p><i>SEMINARIS D'EXPERIÈNCIES DE MODERNITZACIÓ COMERCIAL I DE FACTORS CLAU PER A L'ÈXIT COMERCIAL</i></p> <p>OC-3</p>	<p>La sensibilització en factors d'èxit comercial és un pas necessari per promoure la modernització i la millora de la gestió del punt de venda. Aquesta actuació, de manera paral·lela a la formació, esdevé un recurs d'estímul per introduir conceptes i projectes comercials innovadors en el teixit comercial de Roses.</p> <p>És important que aquests seminaris vagin dirigits als comerciants que actualment obren la seva activitat en temporada d'afluència turística. En aquest sentit, l'objectiu passa per conscienciar al sector sobre la necessitat d'obrir els negocis tot l'any (no cal tots els dies, en temporada baixa 2 o 3 dies, per exemple, de cap de setmana, potser ja és suficient per canviar la dinàmica) i per apostar per sectors de negoci que tinguin possibilitats d'esdevenir fórmules d'èxit.</p> <p>Objectiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Introduir conceptes i estratègies empresarials innovadores que permetin la modernització dels establiments comercials de Roses. → Reduir el nombre de locals que no obren durant les temporades amb menys afluència de turistes. → Fomentar l'obertura de nous establiments comercials o de fomentar l'expansió de negocis ja establerts al municipi o en municipis veïns.
Descripció de l'acció	
<p>Els seminaris en els quals es presenten experiències resulten molt enriquidors tant pel tema que s'exposa com perquè es tracta d'un espai de trobada i reflexió entre comerciants.</p> <p>Tradicionalment, s'han fet amb molt èxit seminaris de sensibilització sobre experiències per a la creació d'associacions de comerciants i de centres comercials oberts, si més no, per a Roses considerem són experiències que cal tenir en compte de cara a la potenciació del seu centre comercial del nucli antic.</p> <p>Proposta de programa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La innovació als establiments comercials. Reptes i riscos de la introducció de les Tecnologies en la gestió del punt de venda. 2. La venda on line: Problemes i solucions. 3. Recerca i fidelització dels recursos humans. 4. La comunicació amb el client. Tècniques de marketing per posicionar el producte o el servei en el mercat. 5. L'expansió del negoci. Oportunitat o necessitat? 6. Networking i comerç. 7. Factors claus d'èxit. La introducció de nous formats comercials: franquícia, còrner, outlet, etc. 8. Sessió final: resum i conclusions del seminari. <p>Les sessions se celebraran un cop per setmana durant dos mesos en horari de migdia o de vespre per adaptar-se a les necessitats dels establiments comercials.</p> <p>La difusió de l'actuació entre el sector de comerciants (associats i no associats) és un factor clau per aconseguir un bon nivell de participació. Per tant, es recomana fer una campanya de difusió amb tríptics que es repartiran als establiments comercials de Roses.</p>	
Agents implicats	
Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
SECUNDÀRIA	4 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>COL·LABORACIÓ AMB ELS NOUS COMERCIANTS DE ROSES</p> <p>OC-4</p>	<p>Objectiu:</p> <p>→ Aconseguir la implicació dels comerciants nousvinguts en associacions de comerciants, en el compliment de la legalitat i en la millora de la imatge dels seus comerços (mitjançant visites, taules de treball, jornades i festes al carrer).</p>
Descripció de l'acció	
<p>Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visites personalitzades a tots els establiments de comerciants ètnics: <ul style="list-style-type: none"> • Per oferir-los serveis d'assessorament, formació, subvencions i promoció per part de l'Ajuntament. • Per aconseguir que coneguin i es facin membres de l'ACOR. • Per informar-los dels drets i deures que tenen com a comerciants. • Per identificar líders que puguin ajudar a consolidar un apropament comunitari. • Per detectar quines són les seves necessitats i identificar oportunitats de col·laboració (participació en l'organització de festes ètniques/tradicionals al carrer, elaboració d'una guia del comerç i la restauració ètnica del municipi, sorteig d'un viatge a Àfrica, etc.). • Crear taules de treball "TAULA DE COMERÇ INTERCULTURAL" entre diferents comerciants (ètnics i no) d'una zona per tirar endavant actuacions pel foment i millora del comerç. • Crear una jornada sobre el comerç ètnic (possible tema per a les properes jornades socioeconòmiques del municipi). <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="277 999 683 1205" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="705 949 1313 1211" style="text-align: center;">  </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> • Assessorament individualitzat als locutoris (compliment legalitat, actuacions de millora de la imatge, informació i tramitació de subvencions) per dignificar la seva imatge i funció i disminuir el refús que aquests provoquen. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="300 1346 614 1581" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="842 1357 1206 1563" style="text-align: center;">  </div> </div>	
Agents implicats	
Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants.	
Prioritat	Estimació durada de l'actuació
ALTA	4 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>REVISIÓ DE LA GESTIÓ DELS TRÀMITS PER OBRIR UN ESTABLIMENT COMERCIAL A ROSES I GUIA DE TRÀMITS PER A L'OBERTURA D'ESTABLIMENTS COMERCIALS</p> <p>OC-5</p>	<p>L'entrada en vigor de la Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior (Directiva de Serveis) i la recent aprovació del Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'Ordenació dels equipaments comercials de Catalunya arran de la finalització del termini per incorporar la citada Directiva a l'ordenament jurídic espanyol, obliga a l'Ajuntament de Roses a adaptar-se a aquest nou context. Un dels aspectes sobre els que cal treballar és el dels procediments administratius per atorgar les llicències d'activitat i d'obertura.</p> <p>Igualment, la llicència municipal d'activitats és un procediment d'intervenció administratiu que té el seu origen en el marc del control i inspecció de l'impacte ambiental de les activitats, marc de regulació que també canviarà recentment amb l'aprovació de la Llei 20/2009, del 4 de desembre, de prevenció i control ambiental de les activitats la qual modificarà la Llei 3/1998, de 27 de febrer, de la intervenció integral de l'Administració ambiental.</p> <p>En aquest sentit, cal que els procediments de llicències d'activitat de l'Ajuntament de Roses s'adeqüin a aquest nou marc normatiu.</p> <p>Entre d'altres, els objectius d'aquesta actuació són:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Impulsar la simplificació de procediments i tràmits administratius per a l'obertura d'activitats a Roses. → Promoure la finestreta única per realitzar tots els tràmits. → Garantir l'accés telemàtic a l'informació i facilitar la tramitació de llicències on line. → Adaptar-se als nous preceptes del decret llei d'ordenació dels equipaments comercials pel que fa a la col·laboració amb la Generalitat de Catalunya per als casos que així sigui necessari. → Donar informació i publicitat dels canvis i millores introduïts.
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>En aquest sentit, és fonamental treballar de la mà del Departament de llicències per gestionar tot el procés d'adequació al nou marc normatiu.</p> <p>Aquest treball ha de servir per fer el pas cap a la simplificació i agilització dels tràmits per a l'obtenció de llicències comercials d'obertura tal i com indica la Directiva de Serveis de la UE i la nova llei d'equipaments comercials de Catalunya, mitjançant un estudi de reenginyeria de processos consistent en una diagnosi per detectar les problemàtiques i una redefinició del procés per tal que aquest sigui més ràpid i viable.</p> <p>Igualment, cal posar en marxa de l'accés a la informació i tramitació del servei on line.</p> <p>Per dur a terme aquesta revisió dels procediments de concessió de llicències caldrà seguir les fases de treball següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Examinar i avaluar els procediments i els tràmits administratius associats que cal realitzar per poder fer una activitat a Roses. <ul style="list-style-type: none"> ○ Remissió de documents. ○ Presentació de declaracions. ○ Registre davant autoritats competents. ○ Obligacions exigides durant l'exercici de l'activitat. ▪ Simplificar els procediments administratius i eliminar tràmits innecessaris i/o no justificats: aquests han de ser, en tot cas, clars i inequívocs, objectius, transparents, proporcionats i 	

fets públics amb antelació.

- Un cop analitzats i simplificats cal integrar-los en un sistema d'informació de finestra única.
- Després en un sistema de tramitació de finestra única.
- Disposar tota la informació i els procediments de tramitació on line.

Actualment, la Generalitat de Catalunya ja ha impulsat una oficina virtual de tràmits (OVT) que recull tota la informació i tràmits necessaris.

Web: <http://www20.gencat.cat/portal/site/OVT>

D'altra banda, en el marc del canvi normatiu marc del control i inspecció de l'impacte ambiental de les activitats (Llei 20/2009, del 4 de desembre, de prevenció i control ambiental de les activitats) implica que en tot cas, les activitats comercials s'hagin de tramitar pel règim de comunicació.

En últim lloc, pel que fa concretament a les activitat comercials, el Decret 1/2009 d'ordenació dels equipaments comercials estableix a títol general 2 règims d'intervenció administrativa:

1. Règim de comunicació.
2. Règim de llicència comercial.

A més, afegeix un règim específic de declaració responsable per a determinats supòsits.

En aquest sentit, podem observar com es determinen dos processos clarament diferenciats.

1. Règim d'intervenció basat en un règim de control a posteriori: comunicació.
2. Règim d'intervenció basat en un règim de control previ: declaració responsable i llicència comercial.

A continuació, presentem una taula que resumeix el règim d'intervenció segons tipologia d'establiments comercials:

Classificació dels establiments comercials (EC) i Règims d'intervenció administrativa						
CRITERI SUPERFÍCIE DE VENDA	TUC municipis > 50.000 hab i capitals de comarca	Grans establiments comercials territorials	(GECT)	≥2.500 m ²	Noves implantacions i canvis d'activitat d'EC i ampliacions quan no superin, abans o després de l'ampliació, els 2.500 m ² . Llicència comercial	Noves implantacions i canvis d'activitat d'EC fora de TUC quan es trobin en alguna de les situacions excepcionals contemplades als art. 9.3.a) i 9.3.b) del Decret llei estan sotmesos al règim de llicència comercial
	TUC municipis ≥ 5.000 hab. i capitals comarca	Grans Establiments Comercials	(GEC)	1.300-2.500 m ²	Noves implantacions, ampliacions i canvis d'activitat (en TUC) estan subjectes al règim de comunicació	Implantació de nous establiments comercials Comunicació + Declaració responsable
		Mitjans Establiments Comercials	(MEC)	800-1.300 m ²		
Sol urbà de tots els municipis	Petit establiment comercial	(PEC)	≤ 800m ²	Noves implantacions, ampliacions i canvis d'activitat estan subjectes al règim de comunicació .		
CRITERI SINGULARITAT	Sol urbà de tots els municipis	Establiments comercials singulars (ECS)		Venda d'automoció i carburants, d'embarcacions i altres vehicles, de maquinària, de materials per a la construcció i articles de sanejament, i els centres de jardineria i viviers.	Noves implantacions i els canvis d'activitat (ECS 400-5.000m ²) estan subjectes al règim de comunicació i les ampliacions quan siguin inferiors a 5.000 m ²	Noves implantacions i els canvis d'activitat (ECS ≥5.000 m ²) estan subjectes al règim de llicència comercial .

Nota: Els EC només es poden ubicar en les zones en què el planejament urbanístic admeti l'ús comercial, ja sigui com a ús compatible o com a ús dominant.
 Font: Decret Llei 1/2009, de 22 de desembre d'ordenació dels equipaments comercials.

En darrer lloc, també és necessari crear un díptic informatiu i explicatiu amb els canvis i que reculli els tràmits necessaris per obrir un establiment comercial a Roses i . Es tractaria doncs, d'elaborar una guia normativa sobre obertura de locals comercials amb totes les normatives existents i tràmits a fer.

Seria un moment per incorporar protocols de benvinguda als nous empresaris/es per part de les associacions i ajuntament (normativa, assessorament inicial per disminuir la mortalitat del negoci, assessorament en visual marxandatge, etc.).

Aquesta guia hauria de transmetre el missatge següent: **QUÈ CAL FER PER OBRIR UN NEGOCI A ROSES? TOT ALLÒ QUE CAL SABER!**

Agents implicats

Ajuntament de Roses.

Prioritat

SECUNDÀRIA

Estimació durada de l'actuació

1 any

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció	
<p>PLA DE COORDINACIÓ DE LES POLÍTIQUES DE PROMOCIÓ TURÍSTICA AMB LES DE COMERÇ</p> <p>OC-6</p>	<p>L'actuació proposada vol donar resposta als objectius següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Promoure la visita del municipi amb una coordinació a nivell municipal de les polítiques en matèria de dinamització turística, cultural i comercial. → Crear circuits per la ciutat que combinin la cultura, l'oci i el comerç. <p>Aquesta actuació ha potenciar els recursos del municipi i , sobretot pel que fa, a la façana marítima i al nucli antic. Amb tot, es poden buscar sinèrgies amb altres zones/barris del municipi per explotar els seus recursos pel que fa a promoció d'activitats culturals.</p>	
Descripció de l'acció		
<p>Per implementar aquesta actuació és fonamental definir un circuit o itinerari turístic, cultural i paisatgístic que impliqui una major visualització del comerç.</p> <p>Aquesta actuació implica establir un pla de treball conjunt entre activitats de Comerç, Mercats i de turisme. A més, en aquest marc de treball conjunt cal que hi siguin presents tant les entitats culturals com els comerciants associats.</p> <p>Per donar impulsa a l'actuació cal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir un marc d'actuacions comú que permeti aprofitar recursos compartits (tant econòmics com humans). ▪ Establir un calendari d'actuacions conjunt sobretot en les dates més assenyalades. ▪ Fer actuacions de dinamització comercial vinculades a la promoció cultural i turística del municipi: vals descompte per a sopars, per a entrades als museus, per a activitats turístiques i lúdiques, restaurants i hotels emblemàtics de la ciutat, entrades per als cinemes o actuacions, visites guiades (a peu i/o en bicicleta) pel municipi i als espais protegits de l'entorn). 		
Agents implicats		
<p>Ajuntament de Roses. ACOR i comerciants. Entitats culturals del municipi i altres associacions de Roses</p>		
Prioritat	Estimació durada de l'actuació	
ALTA	1 any	

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>ESTUDI PER DETERMINAR LA VIABILITAT TÈCNICA I ECONÒMICA D'UNA REFORMA DEL MERCAT MUNICIPAL DE ROSES I ANÀLISI D'ALTERNATIVES</p> <p>OC-7</p>	<p>El mercat municipal de Roses és un mercat gestió 100% directa i les concessions d'explotació de les parades del mercat finalitzen el 2017.</p> <p>Tot i algunes inversions per realitzar reformes parcials del mercat, les instal·lacions i els serveis del mercat encara presenten importants deficiències estructurals (manca de magatzems i cambres comunes, manca de zona de recollida selectiva de residus, manca de mitjans d'elevació de mercaderies, mala climatització, accessibilitat limitada, lavabos no adaptats).</p> <p>A més, el reglament intern de funcionament del mercat està antiquat i, per tant, no s'adapta a les necessitats actuals d'un equipament modernitzat i professionalitzat.</p> <p>Els concessionaris de les parades del mercat tenen una actitud favorable per</p> <p>Els objectius d'aquesta actuació són:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Reforçar el paper dinamitzador que té el mercat municipal sobre el comerç urbà i potenciar l'efecte atracció a la zona. → Impulsar la modernització de l'equipament i la seva adaptació. → Estudiar la viabilitat de la reforma del mercat municipals de Roses. → Impulsar serveis de valor afegit al mercat.
Descripció de l'acció	
<p>L'actuació ha de partir d'un estudi concret que avalui la viabilitat de la reforma del mercat municipal de Roses. Aquest estudi ha de plantejar, igualment, alternatives que no passin per la reforma total de l'equipament. En tot cas, cal que es plantegin millores de l'equipament, de l'estructura organitzativa, de gestió i de serveis tant a paradistes com a clients.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>L'estudi hauria de tenir les següents fases de treball:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudi tècnic i arquitectònic de l'equipament. ▪ Anàlisi de l'entorn urbà del mercat. ▪ Anàlisi de l'estructura organitzativa del mercat. ▪ Definició del model de gestió més adequat a les necessitats del mercat. ▪ Identificació de serveis (tant a paradistes com a clients) a impulsar. ▪ Definició dels criteris per a la nova redacció de reglaments del mercat prenent com a referència el que estableix la Directiva Europea de Serveis. <p>Algunes de les idees que caldria tenir en compte en el disseny d'aquest mercat són:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Potenciar un mix comercial que els faci ser referència en la venda i degustació de productes del territori, especialment agroalimentaris i, en menor mesura, productes 	

del mar. Comercialització de productes de pagès i de la comarca, podria ser el punt de distribució de la cooperativa.

- Oferir serveis adaptats als nous hàbits de compra i consum (incentivant la col·laboració amb empreses d'inserció socio-laboral per a la provisió d'aquests serveis):
 - espai de majordomia (gestió d'encàrrecs quotidians: duplicat de claus, revelat de fotografia, fotocopies, impressió arxius, tintoreria, etc.).
 - espai per a infants/ludoteca.
 - espai per a cursos de formació (adreçats a comerciants -formació transversal i específica- i a clients -cursos de cuina tradicional modernitzada-).
 - aparcament per a clients i comerciants i zona de càrrega i descàrrega.
 - servei de lliurament a domicili conjunt.
 - adaptació d'horaris. Un dels mecanismes per a l'adaptació d'horaris que no perjudici de la conciliació de la vida personal i familiar dels treballadors del mercat passa per la creació d'un autoservei amb producte del mercat (envasat diàriament) que estigui obert les hores que el mercat està tancat.
- Pensar en un edifici emblemàtic i construït amb criteris sostenibles; per exemple, amb plaques solars per aigua calenta; tractament i recollida de residus sòlids i de matèria orgànica; compactadora; recollida d'aigües pluvials per a la neteja del mercat, etc.
- Construcció d'un aparcament per donar resposta a les necessitats no resoltes.
- Possibilitat d'ubicar en els plantes superiors del mercat oficines i serveis (gimnàs).

Agents implicats

Ajuntament de Roses.

Associació de paradistes del Mercat Municipal de Roses.

Prioritat

BAIXA

Estimació durada de l'actuació

1 any

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>ESTUDI D'ORDENACIÓ DELS MERCATS DE VENDA NO SEDENTÀRIA I REVISIÓ DE LA GESTIÓ</p> <p>OC-8</p>	<p>Actualment, al municipi de Roses se celebren dos mercats de venda no sedentària que es troben ubicats en una zona poc cèntrica del municipi, un al voltant del mercat i l'altre en un solar (entre Gran Via de Pau Casals i Ronda Miquel Oliva) que es destina a aparcament quan no hi ha activitat de mercat.</p> <p>En aquest sentit, es planteja com a objectiu:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Realitzar un estudi d'ordenació dels mercats no sedentaris per explotar al màxim les seves possibilitats i reduir el seu impacte sobre l'ús de la via pública. → Adaptar el reglament als preceptes de la nova Directiva de Serveis.
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>L'actuació consisteix en realitzar un estudi que determini els aspectes següents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anàlisi de l'oferta comercial dels mercats no sedentaris per quantificar el mix comercial existent i determinar excessos o mancances amb relació al conjunt d'oferta i de l'oferta del voltant. 2. Anàlisi d'hàbits de compra consum als mercats a través d'una enquesta als usuaris. 3. Anàlisi d'impacte dels mercats sobre la via pública i l'entorn urbà. 4. Propostes d'ordenació de mix i de nova ubicació o emplaçament en cas que sigui necessari. <p>Aquest estudi ha de valorar propostes per a la reubicació del mercat no sedentari en els carrers del centre que permetin generar majors sinèrgies amb el comerç urbà que l'emplaçament actual, concretament proposem estudiar la seva ubicació a la Rambla Ginjolars i a l'entorn del nucli antic i a la plaça Catalunya així com en determinats punts del Passeig marítim.</p> <p>Igualment, en aquest marc d'actuació cal fer modificacions a la regulació de la venda no ambulat que té per objectiu regular els mercadets per adaptar-lo als criteris recollits a la Directiva de Serveis.</p> <p>En aquest sentit, cal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analitzar el règim d'autorització i vincular-lo al criteri de raó imperiosa d'interès general (ubicació dels punts de venda a l'espai públic, el qual és un recurs limitat). ▪ Analitzar els procediments de selecció dels candidats a realitzar una activitat al mercat de venda no sedentària. <p>Igualment, caldrà simplificar els procediments i tràmits administratius per a la concessió de llicència.</p>	
<p>Agents implicats</p>	
<p>Ajuntament de Roses. Venedors dels mercats de venda no sedentària</p>	
<p>Prioritat</p>	<p>Estimació durada de l'actuació</p>
<p>BAIXA</p>	<p>1 any</p>

Nom de l'acció		Fonaments i objectius de l'acció	
DEFINIR CALENDARI D'HORARIS COMERCIALS OC-9		Objectius: → Compliment normativa. → Adaptació a les demandes dels consumidors.	
Descripció de l'acció			
Consensuar horari comercial amb especial atenció a temporada alta. Publicitar els horaris (com indica la normativa). Taules- taller per valorar amb el sector implicat l'execució de la mesura. Establir un calendari comú d'obertura d'establiments comercials: dissabtes i festius. Endegar un debat entre comerciants en el que apareguin els pros i contres de l'obertura en dissabtes a la tarda per tal de treballar en la línia de fer viable que s'obri els dissabtes a la tarda. <ul style="list-style-type: none"> • Determinar un calendari de la/les temporada/es en la/les que s'obrirà dissabtes per la tarda a la zona del centre i determinar el pla de comunicació (l'Observatori de Comerç de la Generalitat marca els períodes més comercials que poden ajudar a fixar aquest calendari). • Posar en marxa mesures de conciliació que permetin l'obertura de dissabtes a la tarda (xec servei per a serveis de conciliació -guarda de nens, neteja de la llar, etc.-). • Borsa de treball d'estudiants que vulguin treballar donant suport al comerç. • Etc. 			
Agents implicats			
ACOR i comerciants. Ajuntament de Roses.			
Prioritat		Estimació durada de l'actuació	
BAIXA		2 anys	

Nom de l'acció MODERNITZACIÓ DE L'OFERTA DE RESTAURACIÓ OC-10	Fonaments i objectius de l'acció Objectiu: → Potenciar el sector de la restauració com un element fonamental per dinamitzar els àmbits comercials de Roses.
Descripció de l'acció Les actuacions a desenvolupar en aquesta línia són les següents: <ul style="list-style-type: none"> • <u>Diagnosi i pla d'actuació del sector de la restauració al municipi, especialment a la zona del nucli antic i del passeig marítim</u> (estudi quantitatiu i qualitatiu del tipus d'oferta, buits d'oferta existents, estudi de demanda, captació de nova oferta, modernització de l'oferta actual, ordenances que afavoreixin la implantació de terrasses amb mobiliari de qualitat a l'espai públic, potenciar la formació i assessoraments individuals per a la millora i modernització del col·lectiu, etc.) • <u>Revisió de les ordenances municipals per afavorir la implantació i potenciació de terrasses dels bars i altres establiments de restauració en la via pública, amb especial interès en les zones comercials.</u> Igualment, una línia de treball són els ajuts a la renovació del mobiliari de les terrasses dels establiments de restauració.	
Agents implicats Ajuntament, ACOR, comerciants i associació de restauradors.	
Prioritat SECUNDÀRIA	Estimació durada de l'actuació 1 any

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>ADAPTACIÓ DE LA NORMATIVA URBANÍSTICA DE ROSES ALS NOUS PRECEPTES D'ORDENACIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS</p> <p>UC-1</p>	<p>L'aprovació el passat mes de desembre del Decret llei 1/2009 d'ordenació dels equipaments de Catalunya com a resultat del procés de transposició de la Directiva de Serveis a l'ordenament jurídic català ha implicat variacions importants en el context de regulació de les activitats comercials.</p> <p>Així, aquest nou marc regulador té importants implicacions per l'Ajuntament de Roses en tant que algunes de les determinacions del planejament general del municipi (Roses està en fase d'aprovació del Pla d'Ordenació Urbanístic Municipal).</p> <p>L'objectiu principal de l'actuació: → Revisar la normativa urbanística del municipi de Roses i adaptar-la als nous preceptes de regulació de l'ús comercial recollits al Decret llei 1/2009 d'ordenació dels equipaments comercials.</p>
Descripció de l'acció	
<p>Per al desplegament d'aquesta actuació es recomana seguir els passos següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisió de la definició de l'ús comercial, segons es determina al planejament urbanístic municipal al capítol, de "tipus genèric i transversal", de regulació d'usos i activitats. En aquest sentit, caldrà revisar la definició de l'ús comercial (tipologies d'Establiment Comercial), en virtut del que es disposa al Decret llei 1/2009, i el règim de regulació de les activitats comercials pel que fa a la situació relativa que ocupen aquestes amb relació a d'altres usos. <p>Concretament, el Decret llei estableix les següents tipologies d'establiments comercial:</p> <p><u>Criteri 1- Superfície de venda:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Petits establiments comercials (PEC) ≤ 800 m². ▪ Mitjans Establiments Comercials (MEC) ≥ 800 m² i ≤ 1.300 m². ▪ Grans Establiments Comercials (GEC) ≥ 1.300 m² i ≤ 2.500 m². ▪ Grans Establiments Comercials Territorials (GECT) ≥ 2.500 m². <p>Aquests formats comercials poden tenir caràcter individual o col·lectiu.</p> <p><u>Criteri 2- Singularitat:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Establiments Comercials Singulars (ECS): Establiments de venda d'automoció i carburants, d'embarcacions i altres vehicles, de maquinària, de materials per a la construcció i articles de sanejament, i els centres de jardineria i vivers. ▪ Establiments Comercials no singulars (ECNS): la resta. <p>Aquests formats comercials poden tenir caràcter individual o col·lectiu.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de la revisió de la normativa urbanística es redactarà un document en format de dictamen per recollir de forma ordenada i justificada tots aquells elements de la normativa que s'han de modificar a la llum dels nous preceptes del Decret llei 1/2009 i dels preceptes generals recollits en la Llei 17/2009, de 23 de novembre, sobre el lliure accés a les activitats de serveis i al seu exercici (lleis de transposició de la Directiva de serveis a l'ordenament jurídic espanyol). ▪ Adaptació del règim d'usos de l'ús comercial segons classificació de sòl (urbà i urbanitzable) i també la qualificació (zones en què es delimita el sòl urbà i urbanitzable associades o una ordenació concreta dels usos) a les disposicions del Decret. Es tracta, doncs, d'adequar el planejament a la delimitació de la TUC; de revisar el règim de compatibilitats amb d'altres 	

usos segons zones en sòl urbà i sòl urbanitzable per incorporar-les al planejament (zones en què l'ús comercial és admès i possibilitats de generar subclaus urbanístiques més delimitades; zones en què l'ús comercial és admès sota determinades condicions d'ús).

- Elaborar informes sobre reserves de sòl per a usos comercials de cara a la futura tramitació de planejament general i de figures de planejament derivat, o de la seva modificació. El departament competent en matèria de comerç emetrà informes vinculants en aquests aspectes.

Agents implicats

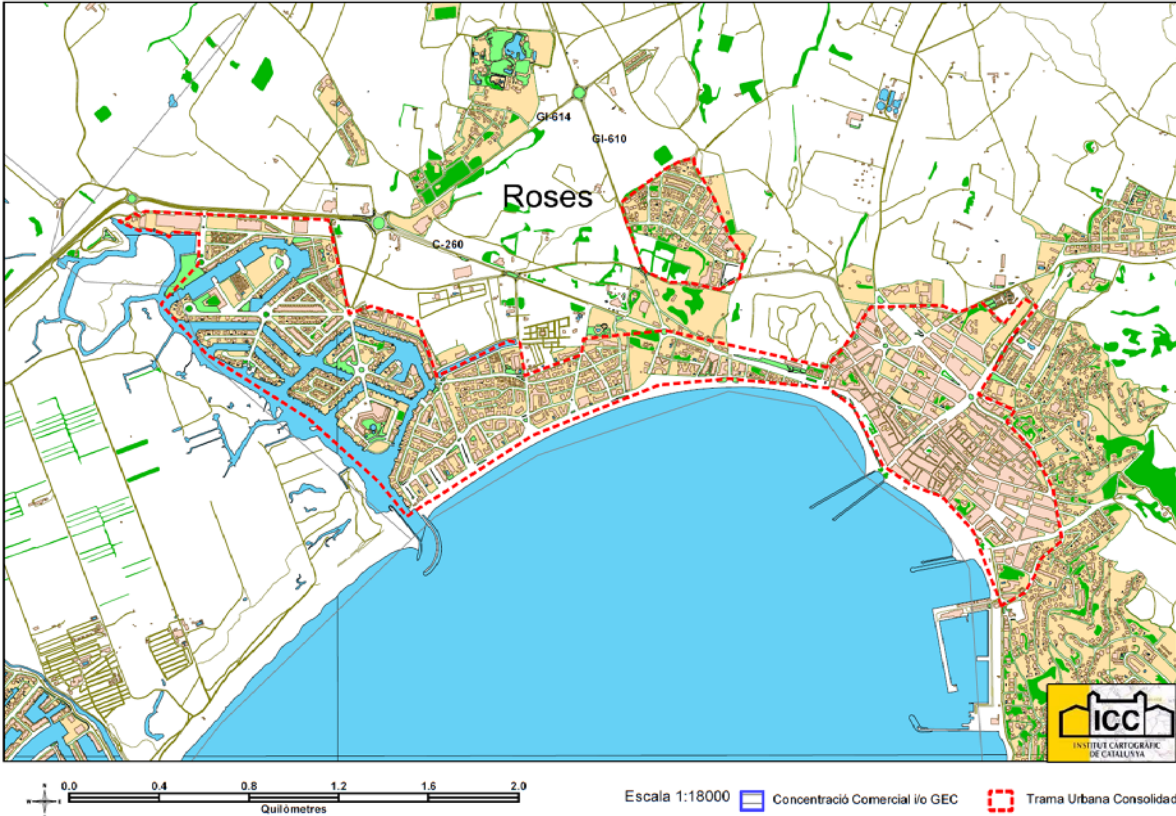
Ajuntament de Roses

Prioritat

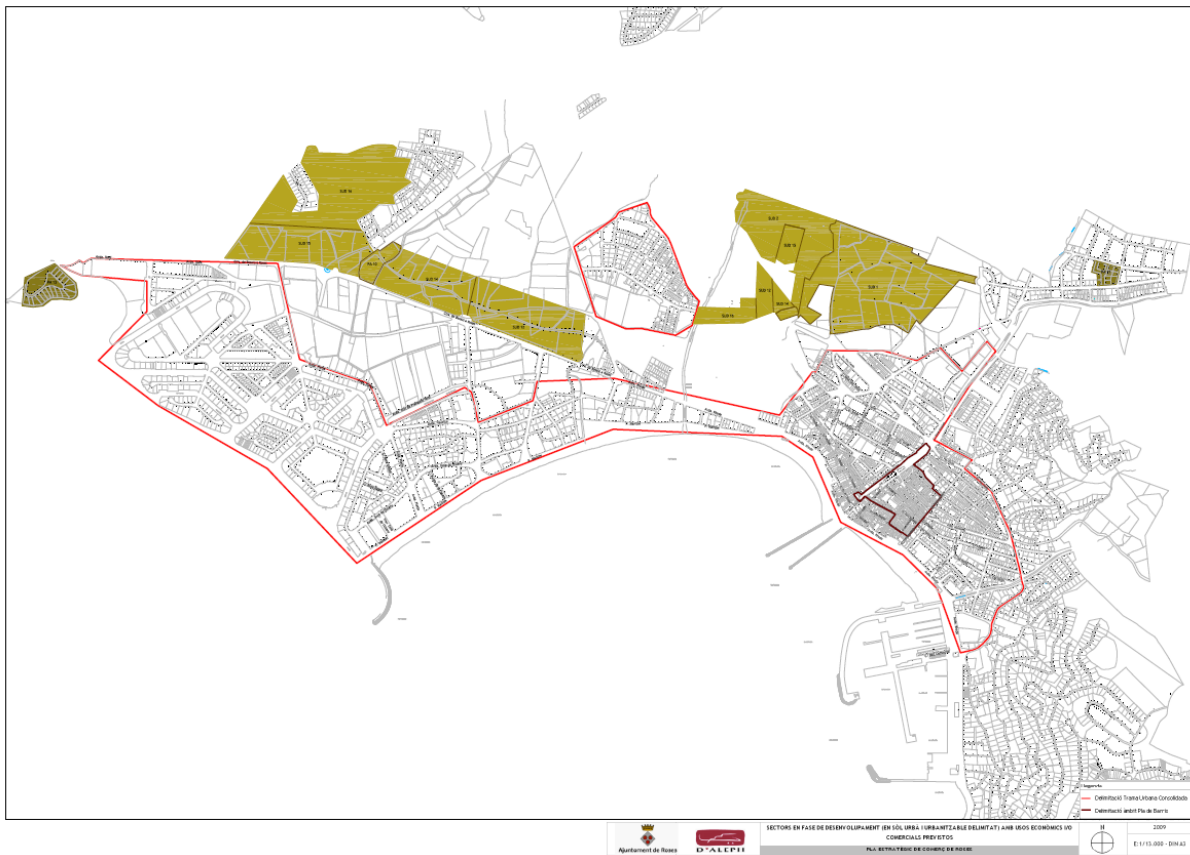
ALTA

Estimació durada de l'actuació

1 any

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>REVISIÓ DE LA TRAMA URBANA CONSOLIDADA DE ROSES</p> <p>UC-2</p>	<p>Un altre dels aspectes que cal revisar a la llum dels preceptes del Decret llei 1/2009 és el de Trama Urbana Consolidada.</p> <p>La Trama Urbana Consolidada (TUC) és la delimitació dels assentaments urbans caracteritzats en què l'ús dominant és el residencial amb tipologia plurifamiliar i on el comercial és un ús compatible.</p> <p>L'actual TUC de Roses és la que delimita els àmbits urbans en què està permesa la localització de mitjans i grans establiments comercials segons classificació del Decret llei 1/2009.</p> <p>Per tant, de cara a la planificació urbanística i de cara a la futura localització d'establiments comercial és molt important tenir en compte l'actual TUC i les possibilitats que obre el decret llei 1/2009 per revisar-ne la seva definició.</p> <p>L'objectiu de l'actuació és:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Revisar la delimitació de la TUC i considerar les possibilitats de proposar-ne una revisió. → Tenir en compte la delimitació de TUC per a futures localitzacions comercials a Roses.
Descripció de l'acció	
<p>Per impulsar aquesta actuació cal partir de l'actual delimitació de la TUC i tenir en compte la previsió del planejament per a futures localitzacions comercials (sòl destinat a usos comercials, ja sigui com a ús dominant o com a ús compatible).</p>	
<p>A continuació reproduïm el plànol actual de la TUC de Roses:</p>	
 <p>Map showing the Consolidated Urban Pattern (TUC) of Roses, outlined in red dashed lines. The map includes a scale bar (0.0 to 2.0 km), a north arrow, and the ICC logo (Institut Cartogràfic de Catalunya). The legend indicates blue squares for 'Concentració Comercial i/o GEC' and red dashed lines for 'Trama Urbana Consolidada'.</p>	

I a continuació representem els sectors que el POUM de Roses planteja com a sòl destinat en part o en la totalitat a usos econòmics i comercials i la delimitació de l'actual TUC.



Així, podem veure com aquest sector estan fora de l'actual TUC i per aquest motiu és necessària la revisió de la TUC i si aquesta no permet incloure sectors amb previsió d'usos comercials és potser el moment de replantejar-se la seva ubicació.

Hem de tenir en compte que per modificar la TUC n'hi ha prou amb l'aprovació definitiva del planejament d'un sector determinat però en cap cas es podrà implantar un equipament comercial fins que el sector no estigui definitivament urbanitzat.

Els criteri de TUC que estableix el Decret llei 1/2009 és el que definim a continuació:

- Àmbits urbans que configuren la TUC:
 - Nucli històric i Eixamples (sòl urbà): Ús residencial- ús dominant i ús comercial- ús compatible.
 - Àrees residencials plurifamiliars contínues a nucli històric i eixamples (sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística aprovada i vigent): Ús residencial- ús dominant i ús comercial- ús inserit amb els usos residencials.
 - Àrees residencials plurifamiliars no contínues (sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística aprovada i vigent): Ús residencial- ús dominant i ús comercial- ús inserit amb els usos residencials. Ús residencial Densitat Bruta > 40 habitatges/hectàrea.
 - Àrees residencials unifamiliars contínues a tots els casos anteriors (sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística aprovada i vigent).

Igualment, s'estableixen les excepcions següents:

1. **MEC i GEC** només es poden implantar en TUC dels municipis > 5.000 hab. (o assimilables) i capitals de comarca. **Excepcions fora TUC:**
 - a. Zones d'accés restringit de:
 - i. línies transfrontereres i transregionals del sistema ferroviari que acullin l'AVE o línies de llarg recorregut.
 - ii. Ports classificats d'interès general.
 - iii. Aeroports amb categoria comercial.
 - b. Quan es justifiqui la localització fora de TUC d'un establiment individual (també col·lectiu sempre i quan consti com a tal en el projecte comercial i compleixi tots els requisits específics dels establiments de caràcter col·lectiu- article 5.b) sempre i quan es compleixin tots els requisits següents:
 - i. Emplaçament en continuïtat física amb el teixit urbà residencial de la TUC i sense cap barrera.
 - ii. El planejament reconegui l'ús comercial amb caràcter dominant o principal de la parcel·la.
 - iii. L'establiment ha d'estar en parcel·la aïllada amb accés principal pel carrer perimetral de la TUC sempre i quan aquest formi continu o complementi amb la xarxa viària principal del municipi i es faciliti la connexió a peu i en bicicleta.
 - iv. Emplaçat a una distància no > 200 metres d'una parada de bus integrada en la xarxa municipal.
2. **GECT** només en la TUC de municipis > 50.000 habitants (o assimilables) i capitals de comarca. Poden ubicar-se fora de TUC sempre que es doni alguna de les dues situacions descrites al punt anterior.

Per al procediment de tramitació de la TUC l'Ajuntament de Roses, previ acord al Ple Municipal i superat el tràmit d'informació pública, ha de trametre l'acord relatiu a la proposta de delimitació de TUC a la direcció general competent en matèria d'urbanisme. Aquesta direcció general, tanmateix, haurà de sol·licitar informe a la direcció general competent en matèria de comerç, el qual té caràcter vinculant en cas de ser desfavorable. L'informe s'ha d'emetre en un termini màxim d'un més i el silenci administratiu és positiu.

Agents implicats

Ajuntament de Roses

Prioritat

ALTA

Estimació durada de l'actuació

1 any

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>REDACCIÓ DE LA FIGURA DE PLANEJAMENT URBANÍSTIC PER ORDENAR ELS USOS ALS EIXOS COMERCIALS DE ROSES</p> <p>UC-3</p>	<p>En el diagnòstic s'han posat de manifest problemàtiques comercials vinculades als fenòmens següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presència d'habitatge en planta baixa. ▪ Presència d'activitats econòmiques no adequades a les plantes baixes de carrers comercials perquè generen discontinuïtat comercial. ▪ Presència d'aparcaments en planta baixa. <p>Necessitat d'una regulació adaptada a les realitats diverses existents dins de les zones comercials de Roses.</p> <p>Cal establir una jerarquització de vies i/o subzones per donar resposta amb una regulació que s'adapti a les diferents necessitats.</p> <p>Objectius:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Ordenació espacial dels usos que afecten negativament l'activitat comercial. → Protecció de l'entorn urbà i d'un model de ciutat sostenible. → Millorar la capacitat d'atracció de les principals vies comercials, tot limitant la presència d'activitats que generin discontinuïtat comercial.
Descripció de l'acció	
<p>A partir de la revisió de la normativa urbanística (actuació UC-1) s'haurà de dur a terme un important esforç per a una nova ordenació dels usos comercials i terciaris a Roses, necessària per a la definició, clara i objectiva, dels criteris per a la concessió de llicències d'obres i de llicències comercials (per a les activitats que les requereixin), així com dels criteris per a la valoració de les comunicacions prèvies sobre implantacions comercials i, en general, de totes les implantacions que es produeixin al municipi.</p> <p>Així, un cop identificats els elements que cal modificar de l'actual normativa urbanística del municipi i definit el model d'actuació es proposa la redacció de la figura de planejament corresponent, o si s'escau, la modificació puntual del planejament general a zones, eixos o trams concrets del municipi per regular els usos comercials (mitjançant la creació de subclaus urbanístiques comercials o de subclaus que redibuixin els usos compatibles amb l'habitatge). S'haurà d'optar per una o altra alternativa en funció de la decisió que sigui presa en el decurs del treball.</p> <p>D'acord amb els objectius, l'actuació que es proposa consisteix a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Es proposa una modificació de la normativa reguladora dels usos compatibles per evitar que els usos en planta baixa de noves edificacions es destinin a habitatge o altres usos que trenquin la continuïtat comercial. També s'ha d'evitar la transformació de baixos comercials en habitatge o aparcament en planta baixa. Aquesta modificació es proposa per al conjunt del nucli antic de Roses establint una jerarquització d'àmbits i de vies en relació als usos compatibles. ▪ La regulació dels usos compatibles en planta baixa és un instrument que permet disposar d'un marc normatiu per donar suport a l'activitat comercial als principals carrers i zones del municipi de Roses. L'actuació ha de ser proporcionada als objectius que la regulació persegueix. ▪ La regulació que es faci haurà de fonamentar-se, en tot moment, sobre els criteris que estableix la Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis al mercat interior (també coneguda com a Directiva de serveis) i la seva transposició a l'ordenament jurídic espanyol i català. D'acord amb això, la regulació haurà de complir els criteris de regulació següents: <ul style="list-style-type: none"> ○ Establir que la regulació proposada està justificada per raó imperiosa d'interès general. ○ Establir que la regulació no és discriminatòria. ○ Establir que la regulació a la raó d'interès general que justifica la regulació. 	

- Les modificacions que es vulguin fer quant a la regulació d'usos urbans (en planta baixa) es poden fer a través:
 - Redacció i aprovació d'una figura del planejament urbanístic derivat.
 - Revisió del planejament urbanístic general (mitjançant la creació de subclaus urbanístiques comercials o de subclaus que redibuixin els usos compatibles amb l'habitatge).

Observacions:

- Tot i tenir en compte les actuals dificultats per les quals travessen alguns sectors (en concret, les entitats financeres i els intermediaris immobiliaris) aquesta actuació esdevé prioritària en tant que blinda l'espai comercial d'usos incompatibles o generadors de sinèrgies negatives.

Agents implicats

Ajuntament de Roses
ACOR/Comerciants

Prioritat

SECUNDÀRIA

Estimació durada de l'actuació

2 anys

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>PLA D'ACCIONS DE MILLORA URBANA SOBRE ELS CARRERS COMERCIALS DE ROSES SOTA CRITERIS D'URBANISME COMERCIAL</p> <p>UC-4</p>	<p>En el document de diagnòstic es posa de manifest la necessitat de millorar les condicions d'entorn urbà dels principals carrers comercials del municipi de Roses.</p> <p>Aquest és un factor clau per al desenvolupament de l'activitat comercial i que contribueix a accelerar el procés de modernització.</p> <p>En aquest sentit, es recomana impulsar la millora de l'entorn urbà de les zones comercials de Roses amb criteris d'urbanisme comercial</p> <p>Els objectius de l'actuació són:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Millorar les interconnexions urbanes i fomentar la continuïtat als principals carrers comercials amb elements de disseny urbà o "microurbanisme comercial". → Promoure un entorn urbà agradable, atractiu i segur per al pas de vianants. Cal garantir l'accés i els desplaçaments a peu per les zones comercials. → Recuperació dels espais urbans que estan en mal estat. → Establir circuits urbans amb prioritat de pas per a vianants. → Homogeneïtzar els criteris de disseny, selecció, emplaçament i gestió d'elements urbans (bol·lards, papereres, elements repòs, il·luminació, arbrat, etc.).
Descripció de l'acció	
<p>Desplegament de l'actuació:</p> <p>Els principals carrers o entorns comercials de Roses que cal millorar des d'un punt de vista urbanístic són:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Urbanització del carrer Sebastià. Millora de la qualitat urbana d'aquest carrer amb una configuració poc adequada al fet comercial. ▪ Urbanització de les fases 3 i 4 de la riera de Ginjolers. Actualment, la Riera de Ginjolers no connecta les diferents parts del nucli antic ni és una porta d'accés atractiva en cap dels dos accessos: Avinguda de Rhode i Avinguda de Pau Casals. ▪ Reordenació i millorar urbana del passeig marítim: actualment, el passeig marítim no configura un continu urbà i des d'un punt de vista d'espai no té una qualitat homogènia en tots els seus trams. ▪ Urbanització de la plaça de Catalunya: la plaça de Catalunya no fomenta un continu urbà entre l'Avinguda de Rhode i el carrer Doctor Pi Sunyer. La plaça no té un disseny funcional adequat. ▪ Reurbanització de l'Avinguda Jaume I i Avinguda de Montserrat. Aquest és un punt molt comercial que cal millorar des d'un punt de vista de qualitat dels elements de disseny urbà i d'ús de l'espai (hi ha un excés de vehicles en calçada que resta atractiu a la zona). ▪ Urbanització dels voltants del mercat municipal: els voltants del mercat municipal cal que siguin un espai de trobada i, per tant, amb una elevada qualitat urbana la qual tingui elements de disseny moderns i espais de repòs i de convivència. ▪ Reurbanització del carrer Tarragona. El carrer Tarragona actualment és una clara barrera entre el nucli antic i la zona del mercat municipal, sobretot en el tram entre la Plaça de l'Empordà i el carrer Pep Ventura. ▪ Avinguda de la Gola de l'Estany i la façana marítima. Cal millorar la qualitat urbana de l'espai i introduir elements de disseny urbà que millorin la relació/connexió entre les dues vies. <p><u>Criteris per a la millora urbana dels carrers comercials:</u></p> <p>Un cop reconeguts els carrers que cal millorar, ara, passem a definir les mesures a impulsar. A grans trets, la millora urbana ha de contenir els aspectes següents:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Homogeneïtzació dels paviments als principals carrers comercials de Roses. 2. Mesures de pacificació del trànsit i de generació d'espais de prioritat invertida. <ol style="list-style-type: none"> a. Elevacions de la calçada. <ol style="list-style-type: none"> i. Pas de vianants elevats. ii. Cruïlles sobreelevades. 	

- iii. Zones 30 Km/h.
 - b. Vianantització de carrers.
- 3. Millora de la il·luminació.
 - a. Distingir entre espais per a vehicles i espais per a vianants.
 - b. Evitar “l’efecteombra” produït per l’arbrat urbà o altres elements urbans.
 - c. Homogeneïtat de formats.
 - d. Criteris normatius d’estalvi energètic i de contaminació lumínica amb una il·luminació suficient i adequada a les característiques del carrer.
- 4. Millora i homogeneïtzació dels elements urbans o mobiliari urbà.
 - a. Definir l’estil o aspecte general dels elements.
 - b. Adequació a la via pública per reduir l’impacte sobre l’entorn urbà i sobre el pas de vianants i de vehicles.
 - c. Sostenibilitat: donar prioritat als materials amb menor impacte ambiental (materials reciclats i reciclables).
 - d. Resistència als efectes negatius del clima i als actes vandàlics.
 - e. Resistència a la neteja.
 - f. Capacitat de durada en el temps i avaluació de costos en funció d’aquest criteri.
- 5. Millora i adequació dels espais de recollida de residus urbans amb l’objectiu de minimitzar el seu impacte sobre el paisatge urbà i l’ús de la via pública.
- 6. Millora del manteniment dels carrers més comercials (estat del paviment, del mobiliari urbà, neteja dels carrers i de façanes, etc.).

Concretament, per reduir la velocitat de pas dels vehicle i el seu impacte sobre la via pública es recomana:

1. Utilitzar paviments especials que incitin al conductor a disminuir la velocitat. En aquest sentit, una acció possible consisteix en utilitzar un color vermell o taronja que indiquen precaució.
2. La desviació de l’eix de la trajectòria amb l’emplaçament de les zones d’estacionament de manera alternativa (dreta-esquerra).
3. Estrenyiment de la calçada en determinats punts de la via amb una ampliació de la vorera que faciliten el pas de vianants. L’estrenyiment pot donar a pas a 2 vehicles (4 metres) o per a un únic vehicle (2,75 a 3,20 metres). Per damunt dels 4,5 metres l’efecte reductor de velocitat es redueix. Per fer efectiva la reducció de la velocitat s’ha d’aplicar aquesta mesura com a màxim cada 50 metres.

Pel que fa a les mesures que vagin dirigides a eixamplar voreres cal tenir en compte els criteris següents:

- Ampliació de voreres als accessos dels carrers vianantitzats per millorar les condicions d’accés i fomentar la percepció d’itinerari comercial.
- En aquest sentit, no són recomanables les voreres de menys de 2,25 metres d’amplada (lliure d’obstacles), corresponents a la següent distribució:
 - 0,75 metres per al pas del vianant.
 - 0,75 metres per al pas d’una altra persona en sentit contrari.
 - 0,75 metres per aturar-se davant d’aparadors i accedir a les finques.
- Sempre i pot haver una vorera més ampla que l’altra per ubicar, per exemple, una filera d’arbres o mobiliari urbà. Aquesta hauria de tenir més de 3,5 metres. En tot cas, la vorera estreta no hauria de tenir menys d’1,5 metres.

Aquests criteris han de ser una guia per a les actuacions concretes que es defineixin per a cadascun dels carrers proposats.

Agents implicats

Ajuntament de Roses

Prioritat

SECUNDÀRIA

Estimació durada de l’actuació

4 anys

<p>Nom de l'acció PLA D'APARCAMENTS SOTERRANIS I DE ROTACIÓ EN CALÇADA UC-5</p>	<p>Fonaments i objectius de l'acció</p> <p>A la fase de diagnòstic es posa de manifest que:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actualment a Roses, no hi ha places d'aparcament en rotació. ▪ Hi ha necessitat d'una major oferta de places d'aparcament de rotació per accedir als carrers comercials i d'aparcament soterrat. <p>Objectius</p> <ul style="list-style-type: none"> → Crear places d'aparcament de rotació en calçada per potenciar l'activitat comercial de Roses. → Garantir l'accessibilitat a la zona comercial de centralitat. → Impulsar el mapa d'aparcaments subterranis i en superfície que es recull al PAM de Roses.
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>Tal i com recull el PAM de Roses un dels objectius prioritaris en l'àmbit de nous equipaments de l'Àrea de Territori és la planificació del mapa d'aparcaments subterranis i en superfície. Concretament es fa menció als aparcaments de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Plaça de Catalunya. ▪ Plaça del Mercat. ▪ Plaça de Frederic Rahola. <p>Aquests són els aparcaments prioritaris i els que es volen desenvolupar en primer terme. Tenint en compte les dificultats econòmiques que implica crear i gestionar un aparcament cal que l'Ajuntament de Roses prengui aquesta actuació com un àmbit prioritari per al desenvolupament comercial i turístic de Roses.</p> <p>A més, tal i com proposem a l'acció 4, la millora urbana dels carrers, que pot passar per mesures de vianantització o d'eixamplament de voreres dels carrers comercials, implica una reducció de les places en calçada. Igualment, si part de les places en calçada cal que es destinin a places de rotació és fonamental la construcció d'aparcaments soterranis.</p> <p>Ampliar l'oferta de places d'aparcament de rotació, construir aparcaments soterrats i reduir la presència de cotxes als carrers de Roses i sobretot als carrers comercials és un aspecte fonamental per millorar les condicions d'entorn i la qualitat urbana del municipi.</p> <p><u>Plànol de les zones actuals d'aparcament (blau) i en previsió (lila).</u></p>	
	
<p>Agents implicats</p>	
<p>Ajuntament de Roses</p>	
<p>Prioritat</p>	<p>Estimació durada de l'actuació</p>
<p>ALTA</p>	<p>4 anys</p>

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>PLA DE SENYALITZACIÓ TURÍSTICA I COMERCIAL DEL MUNICIPI DE ROSES</p> <p>UC-6</p>	<p>Objectius de l'actuació:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Definir una estratègia de senyalització del comerç amb una perspectiva estratègica que tingui com àmbit de referència el conjunt del municipi. → Identificar les principals zones comercials i les locomotores i informar de la seva localització així com de la ubicació de les places d'aparcament. → Potenciar la visibilitat de les zones i equipaments comercials. → Establir circuits urbans que vinculin els principals carrers comercials i d'altres equipaments o serveis complementaris.
Descripció de l'acció	
<p>La senyalització comercial ha de partir d'una estratègia que distingeixi el municipi segons zones comercials. La senyalització comercial ha d'anar dirigida a potenciar, sobretot, la zona de centralitat.</p> <p>Les actuacions han de donar una major visibilitat al comerç urbà de Roses. Per aquest motiu, l'objectiu del pla de senyalització ha de permetre millorar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'accessibilitat. Senyalització que faciliti l'accessibilitat a les zones comercials de Roses, sobretot del nucli antic i la façana marítima (de fora cap endins) i, concretament, a les zones d'aparcament de rotació habilitades al voltant dels principals carrers comercials, tenint en compte la futura construcció d'aparcaments (tal i com recollim a l'actuació UC-5). En tot cas, un dels aspectes fonamentals que cal tenir en compte, és reforçar la senyalització de les zones d'aparcament que hi ha ubicada al solar on se celebra el mercat setmanal del diumenge. En aquest sentit, l'objectiu és evitar que els vehicles accedeixin al municipi per la zona del passeig marítim i així contribuir a reduir el volum de pas de vehicles. Sobretot en temporada alta, on la població i el volum de vehicles augmenta molt i genera problemes de congestió. Aquesta és una mesura que, en part, pot donar resposta a la problemàtica que s'identifica al POUM de Roses vinculada a l'elevat pas de vehicles pel casc urbà i pel front marítim, amb l'impacte negatiu que això té per a la promoció de la zona. 2. La Mobilitat- continuïtat. Senyalització que faciliti la mobilitat interna (pas de vianants) dins les àrees comercials i que delimiti l'espai com un continu per identificar de manera més nítida l'oferta comercial de cada zona. Aquesta part és fonamental a la zona del nucli antic amb la idea de consolidar la zona des d'un punt de vista comercial (criteris de Centre Comercial Obert). La generació d'un itinerari comercial clar, nítid i fàcilment identificable és fonamental per potenciar comercialment la zona. <p>Així, cal definir una ubicació dels elements de senyalització següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elements de senyalització direccional. Elements que han de promoure l'accessibilitat. <ul style="list-style-type: none"> ○ Senyalització llunyana. ○ Senyalització d'aproximació. <ul style="list-style-type: none"> ▪ En els vials. ▪ Dins la ciutat. ▪ Elements de distribució-mobilitat interna i informació. Elements que han de promoure la mobilitat- continuïtat dins les àrees comercials i han de donar informació sobre el què hi ha en el seu interior. Dins d'aquest àmbit, trobem bàsicament: <ul style="list-style-type: none"> ○ la senyalització d'entrada a les zones comercials i ○ la senyalització per a vianants que informa de possibles itineraris urbans relacionats amb l'acte de compra. <p>Aquesta senyalització contribueix a configurar una major connexió entre els diferents punts interiors de les zones comercials.</p> <p>Criteris a tenir en compte per a la senyalització comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Criteris generals:</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ Senyalització de les zones de màxim interès. En aquest cas les zones comercials i turístiques de màxim interès de Roses. ○ Integració coherent i amb respecte a la jerarquia segons el que estableix altres plans de senyalització d'àmbit més general i no sectorial. ○ Homogeneïtat. El missatge recollit als senyals ha de ser homogeni i ha de tenir unes característiques gràfiques normalitzades per garantir la seva eficàcia i 	

informar de manera adequada. La homogeneïtat és important tant pel que fa a la forma i grandària dels senyals com pel que fa a l'estratègia d'implantació en el conjunt de la senyalització urbana.

- Garantir la continuïtat entre el pol d'inici d'un determinat itinerari fins a la seva destinació. Aquest criteri permet combinar els dos objectius principals del pla de senyalització comercial; en aquest cas l'orientació i la promoció del comerç del municipi. En altres paraules, un criteri bàsic és facilitar l'accés en vehicle a les àrees comercials (ja sigui en transport públic com en transport privat) per un cop arribat a lloc trobar allò que es busca, al mateix temps que es fomenta la sensació de continuïtat a la zona/àrea comercial en qüestió. Aquest és un aspecte que com passa amb el d'homogeneïtat cal desenvolupar, bàsicament, a partir dels criteris específics.
- Limitació del nombre d'indicacions que es col·loquen a cada punt per evitar un excés d'informació i evitar, igualment, la distracció dels conductors. La senyalització ha de comunicar de manera senzilla i ha de permetre una identificació clara de l'itinerari a seguir. Tal i com s'estableix al Manual de senyalització Urbana d'Orientació de la Generalitat de Catalunya, 6 són el màxim de mòduls informatius que hi pot haver en un mateix senyal.
- Claredat en el missatge. És per aquest motiu que l'ús del pictograma de la imatge del comerç de Roses serà el principal recurs per identificar les zones comercials.
- Visibilitat. Els senyals es disposaran de manera que la seva visibilitat sigui l'adequada per garantir una fàcil identificació. En aquest sentit les dues principals variables que cal tenir en compte són d'una banda l'emplaçament del senyal i, de l'altra, el material. Pel que fa a la ubicació cal que aquesta sigui el màxim de pròxima possible a la localització d'allò que es vol indicar i que no es vegi tapada per altres elements del mobiliari urbà i a la inversa que la senyal no dificulti la lectura i identificació d'altres senyals presents. I, pel que fa al material, és molt important que sigui un material de fàcil neteja i antivandàlic per garantir la durabilitat.
- Concentració. Els senyals han de situar-se en els punts on hi ha més d'una direcció possible i on la direcció del punt a senyalitzar canvia en relació a la primera indicació. És per aquest motiu que cal evitar sempre la informació redundant. En aquest punt és bàsic el concepte de punt de conflicte, com veurem a l'apartat de criteris específics.
- Situats abans de les interseccions (en el cas de senyals adreçats als conductors), excepte en carrers d'un únic sentit amb "stop" o "cediu el pas", cas en què els vehicles hauran de reduir velocitat i, per tant, els senyals podran situar-se just després de la intersecció.
- S'emplaçaran tenint en compte els sentits de circulació del tronc principal i de la intersecció. Com a norma general, s'emplaçaran a la dreta, però excepcionalment, si en aquest costat hi ha arbres, una corba o altres elements que en dificultin la visibilitat, el senyal se situarà a l'esquerra.
- Distingir entre diferents tipus d'itinerari.
 - Indicacions als conductors que entren a la població (accessibilitat).
 - Indicacions als conductors que estan a l'interior del municipi.
 - Indicacions per als vianants que volen accedir a les zones comercials definides.
 - Indicacions als vianants que, dins de l'àmbit, tracten de trobar algun espai, equipament o servei.
 - Connexió entre diversos punts interiors.

Aquests criteris agafats des d'un punt de vista global són els que garanteixen la coherència entre les diferents peces que conformen el pla de senyalització comercial. Tots aquests criteris i la seva aplicació tenen en compte els criteris i plans de caràcter superior. De manera paral·lela, cal definir uns criteris específics per decidir el nombre necessari d'elements de senyalització així com el tipus i la seva ubicació en la trama viària.

- **Criteris específics:** Aquests criteris han de definir-se en el marc d'un treball específic. Amb tot aquests criteris fan referència a les qüestions següents:
 - On i què senyalitzar? Quines zones cal senyalitzar i quins punts són els que cal identificar.
 - Com senyalitzar? Establir el tipus de senyalització que cal ubicar en cada un dels

punts sensibles.

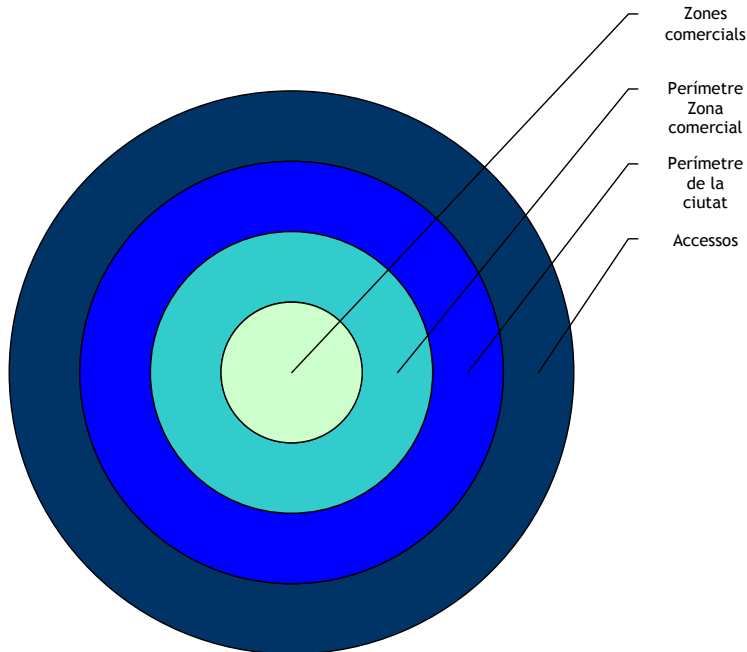
La proposta d'actuació ha de contribuir a:

- Definir els itineraris urbans relacionats amb l'activitat comercial tant pel que fa l'accessibilitat com a la mobilitat dins les zones. En aquest sentit és important generar circuits urbans que connectin els principals carrers comercials de les zones.
- Localitzar sobre plànol els punts que cal senyalitzar i els tipus de senyals.
- Enumerar els diferents senyals que s'utilitzaran.
- Disseny de la senyalització.
- Implantació dels senyals.

Tipus de senyals a utilitzar:

- Senyalització direccional que indiqui la ubicació de l'aparcament de rotació de les zones.
- Punts d'informació i monòlits que continguin un plànol de les zones comercials, els punts d'interès i espais reservats per a la difusió de les campanyes i actuacions de dinamització comercial (tant les globals com les específiques de cada zona).
- Senyalització de vianants per definir traçats urbans i definir el perímetre de les zones comercials.
- Banderoles i elements de senyalització no permanent per a les promocions.

Representació gràfica de la perspectiva d'anàlisi per realitzar el pla de senyalització:



Agents implicats

Ajuntament de Roses.

Prioritat

ALTA

Estimació durada de l'actuació

2 anys

Nom de l'acció		Fonaments i objectius de l'acció	
CONSTRUCCIÓ D'UNA XARXA DE CARRIL BICICLETA AL MUNICIPI UC-7		El PAM de Roses estableix com una de les prioritats la potenciació dels transports alternatius, entre els quals hi ha la bicicleta. Objectiu: → Fomentar la mobilitat sostenible i reducció del transit i les seves externalitats negatives (soroll, contaminació, perill, etc.), especialment a les zones comercials.	
Descripció de l'acció			
Alguns dels criteris a tenir en compte per a la creació d'aquests (segons el BACC) són: <ul style="list-style-type: none"> • Què els carrils bici estiguin segregats de la calçada i de la vorera. • Elaborar un pla integral de carril bici per a cada barri que contempli aparcaments bici i connectar-los entre ells. • No ubicar carrils bici en voreres, ni en espais comercials vianantitzats. Ficar aparcament de bicis a l'entrada a les zones comercials urbanes. Estudi de viabilitat per a la creació del servei de lloguer de bicicletes públiques o "bicing".			
Agents implicats			
Ajuntament de Roses (Departament d'Urbanisme i Mobilitat).			
Prioritat		Estimació durada de l'actuació	
BAIXA		1 any	

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció	
<p><i>SEGUIMENT DE L'APLICACIÓ DE L'ORDENANÇA REGULADORA DE L'Ocupació DEL DOMINI PÚBLIC MUNICIPAL EN L'ACTIVITAT HOSTALERA I COMERCIAL DE ROSES</i></p> <p>UC-8</p>	<p>El passat mes de gener de 2010 va entrar en vigència l'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hostalera i comercial de Roses amb l'objectiu d'evitar l'ocupació indeguda de l'espai públic per part d'activitats comercials i de restauració.</p> <p>En aquest sentit, és fonamental fer un seguiment de l'aplicació de l'ordenança i de que realment es compleix el que aquesta determina.</p> <p>→ Garantir el compliment de l'ordenança i evitar que els carrers comercials de Roses siguin poc transitables durant determinades temporades de l'any, les temporades amb major afluència turística.</p>	
Descripció de l'acció		
<p>Per dur aquesta actuació es recomana:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ En primer lloc, cal fer una tasca informativa prèvia important per donar a conèixer les implicacions de l'ordenança i oferir assessorament o recomanacions per canviar els hàbits antic. Aquesta ordenança implicarà que algunes activitats s'hagin de replantejar l'exposició dels seus productes i el disseny funcional del seu local. En aquest sentit els processos d'assessorament individualitzat (actuació OC- 1.2) poden ser un bon recurs. ▪ En un segon moment és important que es facin avisos als establiments que es detecta que no estan seguint les determinacions de l'ordenança i aquests avisos han d'anar acompanyats d'un informe que assenyali les mesures correctores necessàries. Aquesta és una tasca d'inspecció informativa (servei de consum). ▪ En tercer lloc, és fonamental que si es detecta que no es fa compliment de la normativa previ avís es prenguin les mesures sancionadores necessàries. <p>Considerem molt rellevant, fer un correcte desplegament de les accions proposades en els dos primers punts, és a dir, les vinculades amb la informació i sensibilització.</p>		
Agents implicats		
Ajuntament de Roses. ACOR/Comerciants.		
Prioritat	Estimació durada de l'actuació	
ALTA	4 anys	

Nom de l'acció	Fonaments i objectius de l'acció
<p>SIGNATURA D'UN CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE L'AJUNTAMENT I L'ACOR PER IMPULSAR UN PLA DE CAMPANYES DE PROMOCIÓ COMERCIAL: PROGRAMA D'ACTUACIONS PÚBLIC-PRIVAT PER DINAMITZAR EL COMERÇ DE ROSES</p> <p>GDC-1</p>	<p>Objectiu de la gestió compartida en el marc d'un conveni:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Dinamitzar el comerç del territori de manera conjunta. → Aconseguir ser més eficaços i eficients i, en definitiva, arribar a un grau elevat d'acompliment de les línies d'actuació i una dotació de recursos adient, que garanteixi el màxim rendiment a les inversions i recursos emprats. → Desenvolupar el procés amb la màxima participació i corresponsabilitat dels agents implicats en el sector, tant a l'àmbit públic (Ajuntament, Generalitat, Diputació), com al privat (ACOR i entitats com la Cambra de Comerç o PIMEC).
<p>Descripció de l'acció</p>	
<p>Es proposa impulsar la signatura d'un conveni a 4 anys entre els diferents agents implicats en la gestió del comerç urbà de Roses:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Associació de Comerciants de Roses (ACOR). ▪ Associació de paradistes del mercat municipal de Roses. ▪ Ajuntament de Roses. ▪ Altres institucions relacionades amb la promoció del comerç: Generalitat de Catalunya, Diputació de Girona, Cambra de Comerç de Girona, etc. <p>La signatura del conveni estarà subjecte a l'aprovació dels programes de treball plurianuals (pla de promoció, animació i comunicació comercial) i dels plans anuals. L'execució i gestió de les actuacions dels Programes i plans són els que definiran el contingut del conveni i el marc de condicions sota el qual quedaran sotmesos els agents implicats. No oblidem que el Conveni implica l'assumpció de responsabilitats i vinculen jurídicament a les parts per complir amb allò que s'estableix de comú acord.</p> <p>Per garantir el correcte funcionament dels programes de treball plurianuals i dels plans d'execució anuals es important establir mesures de control de gestió. D'aquesta manera, recomanem establir un doble sistema de seguiment de gestió:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguiment i auditoria econòmica anual en funció de l'execució dels plans anuals. ▪ Avaluació dels programes de treball plurianuals que consta de: <ul style="list-style-type: none"> ○ Auditoria pressupostària de tot el projecte. ○ Indicadors de resultats i d'assoliment d'objectius. ○ Grau d'assoliment de compromisos. <p>L'avaluació ha de ser prèvia al termini del període vigent del conveni per poder vincular el dictamen d'avaluació a la renovació del mateix. D'aquesta manera, es pot garantir una revisió del conveni que inclogui millores pel que fa als mecanismes de gestió i d'execució d'actuacions.</p> <p>La missió principal del conveni és establir el programa de dinamització comercial de Roses. Aquest és un aspecte fonamental per al municipi de Roses per poder canalitzar tots els recursos disponibles (econòmics, humans, logístics), tant públics com privats, cap a un únic objectiu que és la promoció comercial de Roses.</p>	
<p>Agents implicats</p>	
<p>Ajuntament de Roses. ACOR/Comerciants i Associació de paradistes de Mercat Municipal. Altres Administracions i agents (Generalitat de Catalunya, Diputació de Girona, Cambra de Comerç de Girona).</p>	
<p>Prioritat</p>	<p>Estimació durada de l'actuació</p>
<p>ALTA</p>	<p>4 anys</p>

Nom de l'acció		Fonaments i objectius de l'acció	
PLA DE FOMENT DE L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL I DE BONES PRÀCTIQUES COMERCIALS DE ROSES PER INTEGRAR ALS COMERCIANTS NOUINGUTS		<p>Cal fer una aposta per integrar a les estructures associatives dels comerciants nouvinguts que han obert una activitat comercial a Roses</p> <p>L'objectiu és:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Fomentar la integració activa dels col·lectius de comerciants nouvinguts a la normativa, costums i pràctiques comercials de Roses. → Fomentar la integració activa dels col·lectius de comerciants nouvinguts a ACOR. → Fer del comerç de Roses un mitjà d'integració. → Aconseguir un major nombre d'associats. 	
GDC-2			
Descripció de l'acció			
<p>Desplegament de l'actuació:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realitzar visites amb tècnic de comerç i si és possible amb un mediador comunitari que parli la llengua d'origen dels comerciants nouvinguts per donar a conèixer l'associació de comerciants de Roses, el paper que juga l'Ajuntament de Roses en la promoció i dinamització comercial de Roses i la normativa comercial que cal conèixer per dur a terme una activitat al municipi. ▪ Fomentar sessions formatives/informatives dirigides a comerciants nouvinguts. Proposta de programa: <ul style="list-style-type: none"> ○ Integració a la normativa i a les bones pràctiques comercials. ○ Aspectes de gestió del punt de venda i marxandatge visual (vincular amb actuació OC-1.1). ▪ Realitzar taules de treball per parlar sobre temàtiques de rellevància per al comerç de Roses. <p>En el marc d'aquesta actuació es proposa fer visites a municipis que impulsin accions en aquesta direcció: Barcelona, Manlleu, Santa Coloma de Gramenet, etc.</p>			
Agents implicats			
ACOR/Comerciants Ajuntament de Roses			
Prioritat		Estimació durada de l'actuació	
ALTA		4 anys	

Nom de l'acció		Fonaments i objectius de l'acció	
CREACIÓ DE COMISSIÓ DE SEGURETAT I COMERÇ GDC-3		Els comerciants valoren la necessitat de coordinar-se amb els mossos d'esquadra per dissenyar polítiques de col·laboració que millorin la percepció de seguretat existent. L'objectiu és: → Millorar la seguretat en el comerç del municipi	
Descripció de l'acció			
Desplegament de l'actuació: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caldria constituir una comissió de seguretat i comerç en la que hi estiguin representants dels comerciants, de les àrees de comerç i seguretat i dels Mossos d'Esquadra. ▪ Aquesta comissió es reuniria, inicialment, amb periodicitat quinzenal per exposar la problemàtica detectada pels comerciants i definir quins podrien ser els àmbits de col·laboració i els interlocutors. ▪ Un cop fixades les línies de col·laboració es podria passar a una relació directa entre els interlocutors consensuats que faci àgil la col·laboració i reunions trimestrals de seguiment. Existeixen molts precedents en aquesta línia. Principalment tracten de definir les persones interlocutores amb la policia i referents per als comerciants, que avisaran a la policia quan algun comerciant detecti persones sospitoses en una zona, furts, etc. La comunicació entre comerciants i comerciant interlocutor es pot fer per missatges de correu. En les reunions de la comissió es tracta també que els Mossos donin a conèixer el seu sistema d'intervenció i les dades de delinqüència per a que es conegui la problemàtica del municipi i les zones més conflictives.			
Agents implicats			
ACOR/Comerciants Ajuntament de Roses ACIR /Associació de comerciants independents de Roses			
Prioritat		Estimació durada de l'actuació	
ALTA		4 anys	

7.1 PRIORITZACIÓ DE LES ACTUACIONS DEL PEC

PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ (PLA D'ACTUACIONS)						
PRIORITAT	NOM DE L'ACTUACIÓ	AGENTS IMPLICATS				Estimació de durada
		Ajuntament	ACOR/ Comerciants	Altres Administracions	Altres Associacions	
ALTA	MC1 - Delimitació de les zones comercials de Roses.					1 any
	MC2 - Visita i seminaris d'experiències a models comercials i turístics de referència.					1 any
	OC1 - Pla de millora, modernització i renovació de l'oferta comercial de Roses.			Gencat (DIOE), Cambra de Comerc. Diputació de		4 anys
	OC4 - Cens i altres accions de col·laboració amb els nous comerciants de Roses.					4 anys
	OC6 - Pla de coordinació de les polítiques de promoció turística i comercial de Roses				Entitats culturals de Roses i altres	1 any
	UC1 - Adaptació de la normativa urbanística de Roses als nous preceptes de d'ordenació de les activitats comercials.					1 any
	UC2 - Revisió de la Trama Urbana Consolidada de Roses.					1 any
	UC5 - Pla d'aparcaments de rotació en calçada i soterranis.					4 anys
	UC6 - Pla de senyalització comercial i turístic de Roses.					2 anys
	UC8 - Seguiment de l'aplicació de l'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hotelera i comercial de Roses.					4 anys
	GDC1 - Signatura d'un conveni de col·laboració entre l'Ajuntament i l'ACOR per impulsar un pla de campanyes de promoció comercial: programa d'actuacions públic-privat per dinamitzar el comerç de			Gencat, Cambra de Comerc, Diputació de	Associació mercat de Roses.	4 anys
	GDC2 - Pla de foment de l'associacionisme comercial i de bones pràctiques comercials de Roses per integrar als comerciants novinquts.					4 anys
	GDC3- Creació comissió estable de seguretat i comerç amb representants dels Mossos d'Esquadra i dels comercos					4 anys
SECUNDÀRIA	OC2 - Pla de Promoció de l'oferta comercial.					4 anys
	OC3 - Seminaris d'experiències de modernització comercial i de factors clau per a l'èxit comercial.					4 anys
	OC5 - Revisió de la gestió dels tràmits per obrir un establiment comercial a Roses i guia de tràmits per a l'obertura de d'establiments comercials.					1 any
	OC10 - Pla de modernització de l'oferta de restauració.				Associació comerciants i restauradors.	1 any
	UC3 - Redacció de la figura de planejament urbanístic per ordenar els usos als eixos comercials de Roses.					2 anys
	UC4 - Pla d'accions de millora urbana als carrers comercials sota criteris d'urbanisme comercial.					4 anys
BAIXA	OC7 - Estudi per determinar la viabilitat tècnica i econòmica de la reforma del mercat municipal de Roses i anàlisi d'alternatives.				Associació mercat municipal, venedors mercat no sedentari	1 any
	OC8- Estudi d'ordenació dels mercats de venda no sedentària i revisió de la gestió.					2 anys
	OC9 - Calendari d'horaris comercials.					2 anys
	UC7 - Definició d'una xarxa de carril bicicleta al municipi.					1 any