

LE COMMERCE DE BARCELONE

Nouveaux défis, nouvelles solutions



La base sociale et économique de la ville de Barcelone, tout au long de son histoire, a été le commerce. Sa situation stratégique dans la Méditerranée, a fait d'elle un lieu de passage obligé de gens de différents origines.

Barcelone s'est consolidée comme ville à l'époque de l'Empire romain, comme un centre de repos des armées de Rome. Le développement du commerce de Barcelone, a impulsé l'expansion catalane par la Méditerranéenne au XIVème siècle, a été la base de l'industrialisation du XIXème siècle et aujourd'hui elle se maintient toujours à la tête de l'économie de la ville.

Toutefois, vers le milieu du XXème siècle, la croissance des nouveaux formats de la grande distribution européenne, avec la prolifération des grandes surfaces commerciales, aussi bien dans les populations proches à Barcelone (Barberá, Badalona, Sant Adriá, Hospitalet, le Prat, etc.) comme dans la ville (Glories, Illa Diagonal, Machiniste, Diagonal Mar, etc.), elle a amenée au commerce de la ville au bord de sa disparition, spécialement au commerce des quartiers les plus éloignés du centre-ville, qui jusqu'à ce moment là ils avaient une vie commerciale active.

L'action collective

La nécessité d'organisation est devenue évidente en dépassant les actions individuelles, sous la forme d'un projet collectif qui devrait être suivi par le commerce et admis par les organismes officiels.

Les actions ont commencé entre les années 1997 et le 2000, quand s'est produite la nécessité d'évolution des anciens groupements commerciaux territoriaux vers une nouvelle forme de structure collective, sous le nom

Axe commercial.

Le Projet : L'Axe commercial

Un Axe commercial est conçu comme un organisme qui réunit les groupements commerciaux territoriaux : délimiter une zone commerciale, l'adapter urbanistiquement pour couvrir les nécessités commerciales, lui donner un nom générique, renforcer ses activités, en produisant concentration et diversité commerciale, ainsi que réaliser les promotions nécessaires pour créer le mouvement de clients indispensable.

Commerce, selon notre idée d'Axe commercial, est toute activité économique qui a lieu dans un noyau commercial.

On a institué les étapes indispensables pour la constitution et la consolidation d'un Axe Commercial, qui passent par :

Premières actions :

Définir un territoire, clairement délimité.

Obtenir l'accord de l'administration locale pour le projet urbain.

Expliquer largement le projet au monde du commerce, pour consolider la relation en toute la zone à développer.

Étudier la viabilité du projet et les nécessités de changements sous des critères d'urbanisme commercial.

Seconde phase :

Organiser une structure de gestion professionnelle qui conduira le projet (société de gestion, personnel engagé etc.).

Élaboration du Plan de marketing

Restructuration urbaine de la zone, accordée entre l'Axe et la Mairie.

Atteindre un maximum d'adéquation extérieure et intérieure des commerces de la zone et informer d'autres opérateurs sur le projet et son processus.

Création d'une marque générique de l'Axe (nom et image)

Phase finale :

Processus d'implantation de la marque.

Premières actions promotionnelles, destinées à favoriser la présence d'acheteurs dans la zone.

Début d'actions clairement commerciales, destinées à favoriser directement l'entrée du client dans les magasins.

Actions conjointes avec d'autres Axes Commerciaux.

Dit d'une manière plus synthétique, adapter, organiser et promouvoir le territoire comme un grand centre commercial en plein air, en utilisant une gestion permanente et professionnelle.

La Fondation Barcelone Comerç, créée par les Axes eux-mêmes, a été le catalyseur de ce travail collectif, en favorisant et en développant des tâches de base : achat de services, accords financiers, présence aux moyens de communication, participation aux foires comme par exemple le Mapic, création de productions audio-visuelles, publicité dans des journaux, radios et télévisions et un long etc.

Aussi, réunions avec des élus, allégations sur des lois, propositions d'activités etc. Mais, surtout, en tenant compte, jour a jour, que les Axes commerciaux sont le véritable futur du commerce de ville et, par conséquent, de la ville elle-même.

Résultats obtenus

Si au long des années 90, la prolifération des centres commerciaux a été due à l'idée générale que la disparition du petit commerce était inévitable, le succès des Axes commerciaux a été tellement évident qu'aujourd'hui personne ne maintient plus cette idée de disparition.

Notre idée d'Axe commercial a été répandue dans les principales villes de la Catalogne et elle fait part déjà des normes légales de la Mairie de Barcelone.

Aujourd'hui, nous continuons à maintenir une proportion de ventes du 70% commerce urbain spécialiste face au 30% de la grande distribution (de grands magasins, de grandes surfaces, etc.)

Tout en tenant compte du fait que les dernières années il y a eu une augmentation de 200.000 m² de surface commerciale de la grande distribution.

Le succès de la formule “axe commercial” se fait encore plus évident.

Les Axes commerciales de Barcelone



Les administrations publiques

Tout ceci n'aurait pas été possible sans les administrations publiques, le Gouvernement de la Catalogne et la Municipalité de Barcelone, dont nous devons parler non seulement de collaboration mais surtout de complicité. Ils sont acteurs indispensables dans le développement du projet: application du concept d'urbanisme commercial, soutien du commerce en tant qu'élément de cohésion sociale et principal créateur d'emploi de la ville.

Principaux projets

Les projets dans lesquels travaille la Fondation Barcelone Comerç sont :

- Soutien à la Generalitat de Catalogne dans la création d'une nouvelle Loi de Commerce qui permettrait maintenir l'équilibre entre les formats de la grande distribution et le commerce urbain.
- Obtenir une loi qui rend possible la création des sociétés (APEU) à la façon de vos SDC.
 - La mise en marche de l'Indicateur du Commerce, un étude permanent de la réalité économique du secteur commercial, effectué par ESADE, une prestigieuse école de direction d'entreprises de Barcelone.

- La création de la Carte financière Barcelone Comerç, qui permet la réalisation d'actions pour obtenir la fidélisation de nos clients.
- La réalisation d'études du flux de visiteurs et du profil du client dans tous les Axes de la ville.
- Un plan conjoint avec Tourisme de Barcelone pour offrir toute la ville au tourisme.
 - Une grande campagne citoyenne appelée Noël dans les rues.
- Finalement, assurer la continuité des actions déjà existantes comme celles du Commerce dans la rue, les Défilés de Mode dans la rue et un long etcétera.

Deux exemples pour mieux comprendre cette collaboration,

- La déclaration de l'année 2006 comme “année du commerce” nous a permis de lancer plus de 400 actions, promotionnelles et d'autres qui nous ont servi pour démarrer des nouveaux projets.
- Les décisions du Conseil *Ville et Commerce* de Barcelone, organe qui analyse et examine tous les sujets qui concernent le commerce, ne sont pas officiellement obligantes. Malgré ce fait, toutes les décisions prises par le Conseil au long de toute sa existence (20 années) ont été acceptées par le Maire.

La Fundació Barcelona Comerç est fière d'avoir récupéré ce commerce urbain, le commerce de toujours et, en même temps, de travailler pour l'indispensable modernisation de l'entreprise commerciale.

Pour toutes ces raisons, et malgré des actions qui prétendent le contraire, nous sommes certains que

**le futur du commerce est notre
commerce urbain**

Fundació Barcelona Comerç

