

Procés deliberatiu per a la dinamització econòmica de Vilafant



MEMÒRIA DE RESULTATS

0.- INDEX DE CONTINGUTS

- 1.- Introducció (pàg. 3)
- 2.- Objectius (pàg. 4)
- 3.- Fases i metodologies de treball (pàg. 5)
- 4.- Participants (pàg. 9)
- 5.- Resultats del procés (pàg. 10)
- 6.- Conclusions i recomanacions tècniques (pàg. 28)

1.- INTRODUCCIÓ

Tot seguit es presenten els resultats derivats de la dinamització d'un procés participatiu amb agents econòmics del municipi de Vilafant encaminat a definir de forma compartida estratègies per a la dinamització econòmica del municipi.

El procés de deliberació s'ha fonamentat en dos tallers de participació (diagnosi + propostes) i ha estat dissenyat, dinamitzat i avaluat a través d'un Nucli Directiu compost per representants polítics i tècnics.

Mitjançant aquest informe es detallen els objectius de partida del procés, les fases i metodologies de treball que s'han aplicat, els agents participants i els resultats obtinguts. L'informe es tanca amb un darrer apartat de conclusions i recomanacions tècniques que té per objectiu valorar la iniciativa i assenyalar criteris bàsics de treball que permetin donar continuïtat al procés de revisió i millora de les polítiques de promoció econòmica de Vilafant.

2.- OBJECTIUS

El procés participatiu ha servit per obtenir una orientació, una guia i un espai de col·laboració d'on han sorgit objectius estratègics i propostes d'actuació pel que fa a la dinamització comercial i empresarial del municipi, i que ha posat les bases per a iniciar un camí de treball conjunt entre el sector públic i el privat en l'àmbit de la promoció econòmica a Vilafant.

En aquest sentit, el procés s'ha desenvolupat amb la intenció de donar resposta a diferents objectius de partida. Eren els següents:

- ✓ Disposar d'un document estratègic (full de ruta) que esdevingui una referència per al disseny i desenvolupament de les polítiques de promoció econòmica a Vilafant.
- ✓ Adaptar i focalitzar les actuacions en funció de les particularitats i necessitats locals.
- ✓ Generar intel·ligència col·lectiva i incentivar la corresponsabilitat i el treball compartit en el desenvolupament de la política de promoció econòmica de Vilafant.
- ✓ Alinear el agents participants al voltant d'objectius i enfocaments comuns.
- ✓ Animar la cultura estratègica i participativa.
- ✓ Sistematitzar i enriquir el procés de presa de decisions.
- ✓ Concentrar i optimitzar recursos i sinergies.
- ✓ Combinar accions per superar necessitats de present amb estratègies que determinin voluntats de futur.
- ✓ Establir sistemes de control, seguiment i avaluació.

3.- FASES I METODOLOGIES DE TREBALL

El procés deliberatiu amb agents econòmics de Vilafant s'ha estructurat, tal i com preveia la proposta inicial, en 3 grans fases:

FASE 1: PREPARACIÓ I DEFINICIÓ EXHAUSTIVA DEL PROCÉS

OBJECTIU = L'experiència ens demostra com n'és d'important una preparació detallada de qualsevol procés participatiu. Aquesta fase ha servit per definir de forma exhaustiva les característiques del procés i per adaptar-se a les característiques de Vilafant en general, i del seu teixit econòmic en particular

Concretament, durant la fase de preparació es van definir els següents elements:

- Concreció específica els agents participants: empresaris, comerciants, d'altres actors de l'àmbit socioeconòmic, etc.
- Definició dels àmbits de debat de les sessions participatives => Finalment es van establir els següents àmbits:
 - o Comerç
 - o Indústria
 - o Promoció de la vila
 - o Ocupació
 - o Relacions Ajuntament – agents econòmics
- Preparació detallada de les sessions de treball: convocatòries, accions de difusió, espai, materials, metodologies, etc.
 - o Les convocatòries es van elaborar a través trucades telefòniques, correus-e i xarxes socials.
 - o Els tallers s'han celebrat al Casal de la Gent Gran de Vilafant, i han tingut una durada aproximada de 2 hores cada una.
 - o En els dos tallers s'ha treballat a partir de documents informatius ordenats per àmbits:
 - Taller de diagnosi: informació sobre Què fem i Què tenim per

cada un dels àmbits de debat

- Taller de propostes: informació sobre fortaleeses, febleses i reptes de partida consensuats durant el taller de diagnosi
- Per tal de garantir igualtat de condicions a tots els participants s'han aplicat metodologies participatives basades en el debat en petits grups

ACCIONS DINAMITZADES:

- **Sessió** de treball amb el **Nucli Directiu**

FASE 2: DIAGNOSI



OBJECTIU = Promoure un espai reflexiu i compartit que ha servit per obtenir un diagnòstic conjunt de la situació actual de Vilafant en matèria de Promoció Econòmica:

- Comerç
- Indústria
- Promoció de la vila
- Ocupació
- Relacions Ajuntament – agents econòmics

ACCIONS DINAMITZADES:

- **Sessió de treball participativa (diagnosi):**
 - DATA DE LA SESSIÓ: 21/01/2016
 - DURADA: 2 hores
 - LLOC: Casal de la Gent Gran de Vilafant
 - NOMBRE DE PARTICIPANTS: 18
 - PERFIL DELS PARTICIPANTS: Agents econòmics i tècnic municipal de Desenvolupament Local i Social
 - DINAMITZACIÓ: Neòpolis. Consultoria Sociopolítica, S.L.

Per tal de facilitar les deliberacions, i garantir l'ordre en els processos de debat i reflexió compartida, la sessió participativa es va estructurar entorn 5 àmbits de debat (Indústria + comerç + ocupació + promoció de la vila + relacions ajuntament – agents econòmics), i es va dinamitzar de forma homogènia recollint opinions respecte:

- Les fortaleses i febleses dels diferents àmbits de debat
 - La definició dels principals reptes de partida per cada àmbit
- **Anàlisi, buidatge i retorn de resultats** de la sessió participativa de diagnosi. El document, ordenat segons els àmbits de debat per garantir-ne la seva utilitat, recull de forma ordenada les reflexions i consensos generats durant el taller, i es va retornar als participants per tal de garantir-los-hi el dret a consultar-lo i validar-lo.
- Contactes amb el **Nucli Directiu** (validació del document de diagnosi, preparació de l'espai de generació d'idees i propostes).

FASE 3: ESTRATÈGIES I PROPOSTES D'ACCIÓ



OBJECTIU = Prendre la informació de diagnosi (on som?) com a referència per a definir estratègies i actuacions (on volem anar?), que hauran d'esdevenir el full de ruta que guïï el disseny i desenvolupament de les polítiques de promoció econòmica de Vilafant.

ACCIONS DINAMITZADES:

- **Sessió de treball participativa (propostes)**
 - o DATA DE LA SESSIÓ: 04/02/2016
 - o DURADA: 2 hores
 - o LLOC: Casal de la Gent Gran de Vilafant
 - o NOMBRE DE PARTICIPANTS: 10
 - o PERFIL DELS PARTICIPANTS: Agents econòmics i tècnic municipal de Desenvolupament Local i Social
 - o DINAMITZACIÓ: Neòpolis. Consultoria Sociopolítica, S.L.

Per tal de facilitar les deliberacions, i garantir l'ordre en els processos de debat i reflexió compartida, la sessió participativa es va estructurar entorn 5 àmbits de debat (Indústria + comerç + ocupació + promoció de la vila + relacions ajuntament – agents econòmics), i es va dinamitzar de forma homogènia recollint aportacions respecte:

- Objectius estratègics per cada un dels àmbits de treball
 - Propostes d'acció per assolir els objectius estratègics plantejats
-
- **Anàlisi, buidatge i retorn de resultats** de la sessió participativa de propostes. El document recull de forma ordenada les reflexions i consensos generats durant el taller.

 - **Tancament del projecte**

4.- PARTICIPANTS:

TALLER DE DIAGNOSI:

Carlos Moreno	Sistemes Empordà, SL
Montse Moré	L'Elegància del paladar
Albert Vilardell	Fruiteria 4 Vents
Manuel Gallego	Serralleria Lúmer
M ^a Teresa de Diego	Can Cintet
Lluís Colomer	El Barber
Roser Vallmajó	Residència canina Can Bruch
Paulí Fernàndez	Pintfer Decoració, SL
Miguel Robles	Bar Restaurant Casa Robles
Joan Oliva	Independent
Joan Carles Llobet	Excavacions Llobet i fills, SL
Santi Masó	Llibreria 3M
Ruben España	Metalespa
Anna Salellas	Can Morera
Josep Salellas	Can Morera
Sívia Ruiz	Motor a punt
Albert Pineda	Nous de Vilafant
Francesc Jiménez	Tècnic municipal de Desenvolupament Local i Social

TALLER DE PROPOSTES:

Montse Moré	L'Elegància del Paladar
Carlos Moreno	Sistemes Empordà
Albert Vilardell	Fruiteria 4 Vents
Joan Carles Llobet	Excavacions Llobet
Ana Pedroso	Perruqueria Ana Guillamet
Albert Pineda	Nous de Vilafant
Genoveva Feliu	Carnisseria Guillamet
Antonio Martínez	Pintures Tello
Francesc Jiménez	Tècnic municipal de Desenvolupament Local i Social

5.- RESULTATS DEL PROCÉS

A continuació es presenten de forma detallada els resultats obtinguts del procés deliberatiu amb agents econòmics de Vilafant. Per cada àmbit de debat es presenten:

- Llistat de forteses (*Taller de diagnosi*)
- Llistat de febleses (*Taller de diagnosi*)
- Identificació de reptes de partida de l'àmbit (*Taller de diagnosi*)

- Objectius Estratègics (*Taller de propostes*)
- Propostes d'actuació (*Taller de propostes*)

COMERÇ	
FORTALESES	FEBLESES
<p>MUNICIPI BEN UBICAT I SENSE PROBLEMES DE MOBILITAT</p> <p>* Vilafant és un “municipi de pas”, pròxim a Figueres ciutat i amb bones comunicacions viàries (AP-7 / A-2) i ferroviàries (Estació TGV Figueres-Vilafant).</p> <p>* La mobilitat interna amb vehicle és còmoda, ja que no existeixen problemes per aparcar</p> <p>PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT</p> <p>* Existeix una oferta de productes de qualitat a Vilafant, locals i de proximitat.</p>	<p>DÈFICITS URBANO-TERRITORIALS, I DE RECURSOS I SERVEIS</p> <p>* La dispersió territorial. El fet que Vilafant estigui estructurat en 3 nuclis diferenciats esdevé un problema que afecta la cohesió social i les dinàmiques comercials.</p> <p>* Es considera que caldria millorar el manteniment de l'espai públic (Exemple: camí de la Bòbila, que porta més d'un any tallat).</p> <p>* El mercat setmanal (ubicació i el fet de disposar només d'una parada)</p> <p>* El transport públic al casc antic</p> <p>* Manca de fibra òptica.</p> <p>* La cobertura telefònica és millorable</p> <p>MODEL DE POBLE I HÀBITS ADQUIRITS</p> <p>* Vilafant és un poble dormitori, a tocar de Figueres, la qual cosa té conseqüències directes en les característiques del sector comercial i el seu desenvolupament:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Molts ciutadans treballen fora del municipi, i tendeixen a fer les

	<p>compres fora (fonamentalment a Figueres)</p> <ul style="list-style-type: none">○ Hipermercats molt propers○ Es tendeix poc a fer “vida de poble” durant els caps de setmana. La població resident està habituada a marxar del poble <p>EL COMERÇ LOCAL, MILLORABLE</p> <p>* Es considera que el petit comerç del municipi és millorable:</p> <ul style="list-style-type: none">○ L’oferta de petit comerç és més pobra del que seria desitjable, com a conseqüència dels hàbits de la població○ No hi ha prou relació entre productors – comerç – ajuntament○ Caldria millorar la visualització dels comerços locals mitjançant més i millors senyalitzacions.
REPTES DE PARTIDA	
<p>APOSTA PEL TREBALL EN XARXA</p> <ul style="list-style-type: none">- Cal promoure l’establiment de sinergies entre els comerços per tal d’ajudar-se mútuament i desenvolupar el comerç en general a Vilafant.- Es proposa la necessitat de promoure la creació d’una Associació de comerciants a Vilafant	

DISSENYAR I DESENVOLUPAR ACCIONS DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL

- Fer més atractiva l'oferta comercial local (ajuts, subvencions per a reformes, publicitat assequible a la Ràdio Municipal, etc.)
- Accions per atraure i facilitar la implantació de nous comerços
- Potenciar el Mercat Setmanal
- Augmentar el volum de compra a comerços locals per part del sector públic

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- Promoure millores del comerç local i la seva dinamització a través de:
 - Millores de les accions de difusió i visualització del comerç local
 - Facilitant l'organització del sector
 - Potenciant el mercat setmanal

PROPOSTES D'ACCIÓ

- VISUALITZACIÓ DEL COMERÇ:

Definició: Millorar la visualització del comerç.

Objectius: Facilitar a la clientela potencial el coneixement de la realitat comercial de Vilafant. Caldria engegar accions com:

- Espai per a empreses i comerços al web municipal (amb localitzacions de google maps)

- Promoure un programa de ràdio específic, i amb entrevistes, dedicat al comerç “comerç a prop”
- Editar un catàleg / llibret de comerços locals

Agents implicats: Ajuntament i comerciants

- SENYALITZACIÓ / CARTELLERIA:

Definició: Garantir la senyalització de tots els comerços locals a través de cartells

Objectius: Facilitar la identificació de comerços i serveis de Vilafant

Agents implicats: Ajuntament i comerciants

- POTENCIAR EL MERCAT SETMANAL:

Definició: Consolidació del mercat setmanal de Vilafant mitjançant el treball i la interacció amb els comerços del municipi

Objectius: Potenciar el mercat i dinamitzar econòmicament l'entorn del lloc on s'ubiqui el mercat

Agents implicats: Ajuntament i comerciants

- MILLORA DE LES COMUNICACIONS

Definició: Millorar el sistema de comunicacions mitjançant bus que connecti els diferents barris del municipi. Es podria estudiar la possibilitat d'oferir transport gratuït des dels diferents nuclis del municipi els dies de mercat

Objectius: Facilitar la mobilitat intramunicipal en transport públic, per promoure més cohesió i facilitar la dinamització comercial

Agents implicats: Ajuntament i comerciants

- CREACIÓ D'UNA ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS:

Definició: Promoure la creació d'un col·lectiu organitzat vinculat amb el comerç de Vilafant. Caldria:

- Plantejar la creació de l'Associació en positiu, en tant que instrument de treball compartit útil per a tots els comerços
- Esforçar-se en visualitzar la seva existència i la seva utilitat
- Començar a partir d'una iniciativa específica, com per exemple, la creació d'una targeta de punts de descompte que serveixi per fidelitzar clients i per promoure la visita de diferents comerços del municipi

Objectius: Promocionar de forma compartida el comerç local

Agents implicats: Ajuntament i comerciants

INDÚSTRIA	
FORTALESES	FEBLESES
<p>UBICACIÓ GEOGRÀFICA ESTRATÈGICA I ELEMENTS D'ATRACCIÓ</p> <ul style="list-style-type: none"> * La ubicació del municipi és atractiva: bones comunicacions (Estació TGV, autopista i cinturó de ronda), i proximitat amb França i la Costa Brava. * Els costos per a les empreses del sector secundari ubicades a Vilafant són més reduïts que a terrenys de ciutats grans * Disposició de sòl industrial al municipi <p>SECTOR INDUSTRIAL I GENERACIÓ DE LLOCS DE TREBALL ESTABLES</p> <ul style="list-style-type: none"> * El sector industrial del municipi suposa l'existència de llocs de treball de caràcter estable. * Els treballadors de la indústria es converteixen en clients potencials per al comerç local 	<p>DÈFICITS DE CARÀCTER URBANO- TERRITORIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> * MOBILITAT: Els vials de comunicació entre nuclis són millorables * MOBILITAT: Transport públic deficitari, que no facilita l'accés a llocs de treball vinculats amb la indústria * Indústries ubicades dins el nucli urbà. Aquesta realitat genera dificultats de convivència entre indústries i zones residencials * Trànsits de camions dins el nucli urbà <p>DÈFICITS DE RECURSOS I SERVEIS QUE REDUEIXEN CAPACITATS D'ATRACCIÓ D'INVERSIONS INDUSTRIALS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Inexistència de Fibra Òptica * Problemes de cobertura mòbil

REPTES DE PARTIDA

DEFINIR ESTRATÈGIES PER ATRAURE INVERSIONS INDUSTRIALS A VILAFANT, COMENÇANT PER UNA REVISIÓ DE LA PLANIFICACIÓ URBANÍSTICA

- Promoure i facilitar la instal·lació de noves indústries al municipi
- Actualitzar i revisar la planificació urbanística
- Potenciar i ordenar el sector del Pont del Príncep com a polígon industrial: Ordenació de la zona de l'entorn del "Mas Fonsu"
- Evitar que el creixement del sector industrial a Vilafant es produeixi en zones residencials

APROFITAR EN MAJOR MESURA LA CAPACITAT DEL SECTOR SECUNDARI DE GENERAR LLOCS DE TREBALL ESTABLES

- Caldria disposar d'una Borsa de Treball eficient a través de la qual s'ofertin llocs de treball del sector industrial municipal.
- Aprofitar la generació de llocs de treball del sector secundari per convertir els treballadors en clients potencials del comerç local.
- Promoure la contractació pública d'empreses locals (bonificacions i subvencions) quan s'engeguen projectes susceptibles de ser externalitzats a indústries de Vilafant

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- Disposar, a mig llar termini, d'un volum significatiu d'indústries instal·lades a Vilafant, a ple rendiment i amb majoria de personal del municipi

- Concentrar físicament la indústria a una sola ubicació atractiva i adaptada al sector per tal de respectar l'entorn i, alhora, ser competitius i atractius per a l'acollida d'inversions industrials (comunicacions viàries, telecomunicacions, etc.)

PROPOSTES D'ACCIÓ

- ESTRATÈGIES D'ATRACCIÓ D'INVERSIONS INDUSTRIALS

Definició: Promoure la instal·lació de noves indústries (petites i mitjanes majoritàriament) mitjançant accions d'atracció que converteixin Vilafant en un lloc competitiu:

- Preus competitius i atractius (del sòl, els serveis, bonificacions llicències, els impostos, etc.)
- Reclamar de forma conjunta millores de cobertura telefònica i de fibra òptica
- Millores viàries (unió N-II amb pavelló, entrades més amples, millores de les senyalitzacions, etc.)
- Prendre Vilamallà com a referent al que superar

Objectius: Augmentar el pes del sector secundari al municipi, en tant que sector que genera llocs de treball estable

Agents implicats: Ajuntament, patronal, industrials, propietaris de terrenys

OCUPACIÓ	
FORTALESES	FEBLESES
<p>BONES POLÍTIQUES LOCALS DE PROMOCIÓ DE L'OCUPACIÓ</p> <p>* Els nivells d'implicació de la corporació local amb temes de treball:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ L'ajuntament treballa eficientment i destina recursos per promoure l'ocupació al municipi ○ L'Ajuntament és molt actiu a les xarxes (publicació d'ofertes de llocs de treball) ○ El recolzament que s'ofereix a col·lectius vulnerables (joves i majors de 45 anys en situació d'atur) ○ L'oferta de cursos gratuïts <p>ELEMENTS DE CONTEXT POSITIUS</p> <p>* Els cicles formatius, iniciats aquest curs, que ofereix l'institut</p> <p>* La indústria local, sector generador de llocs de treball estables</p>	<p>DESCONEIXEMENT GENERALITZAT DE RECURSOS OCUPACIONALS</p> <p>* Desconeixement del "Club de la Feina"</p> <p>* Desconeixement del conveni de l'Aula Oberta (Institut-Empreses-Ajuntament)</p> <p>EL MERCAT DE TREBALL LOCAL</p> <p>* Els empresaris tenen dificultats per cercar treballadors del municipi</p> <p>* Alhora, el fet de ser un poble dormitori, el poc volum d'indústries i el poc pes del comerç fa que l'oferta de llocs de treball sigui reduïda</p> <p>* No s'aprofiten prou activitats, com per exemple la gestió de residus, per generar llocs de treball per a la població autòctona</p>

REPTES DE PARTIDA

CONSOLIDAR I MILLORAR LA PROMOCIÓ DE L'OCUPACIÓ

- Es proposen un seguit de mesures que podrien ajudar a consolidar i millorar les polítiques d'ocupació local i per promoure la contractació de persones del municipi: a nivell institucional, a nivell de comerç i indústria, etc:
 - o Millorar l'Aula Oberta, sobretot explicant la seva existència al teixit empresarial local
 - o Promoure ajudes per a emprenedors (assessoraments, formació, suports, etc)
 - o Recuperar, millorar i promocionar la Borsa de Treball local
 - o Establir comunicacions i treball en xarxa amb organitzacions del tercer sector que treballen per la inserció sociaolaboral de persones en risc d'exclusió (Exemple: Projecte "Casa Meu" de Caritas Figueres i que disposa d'un Centre Especial de Treball –CET)
 - o Reactivar el polígon on s'ubica SMART per tal que s'hi instal·lin empreses que generin llocs de treball

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- Reduir l'atur local i incrementar la renda per càpita local
 - Promovent i facilitant l'emprenedoria
 - Apropant la demanda i l'oferta de llocs de treball
 - Fomentant la contractació de residents al municipi

PROPOSTES D'ACCIÓ

- ESTRATÈGIES CENTRADES EN LA FORMACIÓ OCUPACIONAL

Definició: Dissenyar una oferta formativa:

- Adaptada als sectors d'activitat local i a les necessitats de les empreses. Cal promoure l'Aula Oberta i assegurar-se que les empreses locals coneixen la seva existència
- Adreçada a aturats i a emprenedors (sense límits d'edat)
- Que tingui en compte la necessitat de facilitar projectes empresarials compartits (Ex. cooperatives)

Objectius: Reduir l'atur i incrementar el poder adquisitiu de la població

Agents implicats: Ajuntament, empreses, emprenedors, etc

- MILLORAR LA UTILITAT DE LA BORSA DE TREBALL

Definició: Garantir que totes les empreses locals tenen coneixement de l'existència de la borsa i dels perfils demandants de feina que hi estan inscrits. Es tracta d'apropar, consolidar i millorar el Club de la Feina

Objectius: Reduir l'atur i incrementar el poder adquisitiu de la població

Agents implicats: Ajuntament, empreses, emprenedors, etc

- FACILITAR LA CONTRACTACIÓ DE VILAFANTENCs/QUES

Definició: Ajuts a empreses (amb condicions molt ben definides) per a promoure la contractació de vilafantencs/ques i facilitats per a emprenedors (menys burocràcia, simplificar tràmits, descomptes, incentius, etc.)

<p><i>Objectius:</i> Reduir l'atur i incrementar el poder adquisitiu de la població</p> <p><i>Agents implicats:</i> Ajuntament, empreses, emprenedors, etc.</p>	
<p>PROMOCIÓ DE LA VILA</p>	
<p>FORTALESES</p>	<p>FEBLESES</p>
<p>PATRIMONI LOCAL</p> <p>* EQUIPAMENTS: Es disposa de bons equipaments esportius i culturals aprofitables per promocionar la vila</p> <p>* NATURAL: El camí dels Oms (patrimoni natural, itineraris, etc)</p> <p>ALTRES FORTALESES</p> <p>* La Fira del Conill i el prestigi que ha adquirit</p> <p>* Es disposa d'un mitjà de comunicació local molt aprofitable com és Radio Vilafant</p>	<p>DÈFICITS DE VISUALITAZACIÓ I OFERTA</p> <p>* No s'aprofita l'estació del TGV per visualitzar el municipi i les seves potencialitats a través d'informació específica i atractiva</p> <p>* Les festes populars són menys potents del que seria desitjable i, a més, se'n fa poca promoció.</p> <p>* Manca d'oferta de caràcter lúdic per la població jove</p> <p>CARACTERÍSTIQUES TERRITORIALS</p> <p>* Vilafant no disposa d'elements que el singularitzin. La manca d'elements de singularitat dificulta el seu posicionament en termes de promoció.</p> <p>* El fet de ser un "poble dormitori" i la dispersió territorial en 3 nuclis diferenciats redueix la cohesió i, en conseqüència, les capacitats de promoció cap a l'exterior</p>

REPTES DE PARTIDA	
<p>MILLORES D'ESDEVENIMENTS</p> <ul style="list-style-type: none">- Es proposa establir estratègies de millora dels esdeveniments locals ja existents:<ul style="list-style-type: none">o Repensar i reestructurar els “Vespres Musicals”o Millorar la selecció de les parades de la Fira del Conill <p>PROMOURE MÉS I MILLORS RECURSOS PER A LA PROMOCIÓ DE LA VILA</p> <ul style="list-style-type: none">- Es plantegen possibles millores per a consolidar recursos encaminats a la promoció local:<ul style="list-style-type: none">o Reedició del Mapa Vialer (imprès i digital)o Millorar el web municipalo Aprofitar l'estació del TGV per fer promoció de Vilafanto Anuncis de comerços gratuïts a la revista Veïns <p>MILLORES DE CARÀCTER URBANO-TERRITORIAL</p> <ul style="list-style-type: none">- Millorar la senyalització d'empreses i comerços locals- Projectar la possibilitat d'unir Vilafant amb Figueres a través d'un carril-bici i de camins- Tancar el Camí dels Oms i plantejar un circuit que l'uneixi amb el Camí de la Bòbila	

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- Generar una reflexió col·lectiva per a cercar i explotar una singularitat local que esdevingui la referència en matèria de promoció de la vila (malgrat no tenir patrimoni arquitectònic cal generar creativitat col·lectiva i singularitzar el municipi. Exemple: Vilafant, vila saludable)
- Consolidar i potenciar els recursos i atractius ja existents (Ràdio Vilafant, Fira del Conill, etc)

PROPOSTES D'ACCIÓ

- SINGULARITZAR VILAFANT

Definició: Promoure un debat col·lectiu per identificar elements que ajudarien a singularitzar Vilafant. Malgrat caldria veure on deriva el debat compartit es proposa la necessitat de vincular Vilafant amb la salut i l'esport:

- Mitjançant l'organització d'esdeveniments nous i atractius vinculats amb la vida saludable
- Promocionant i millorant la zona Pavelló – Riu Manol – sector Palol i Bòbila (millorar l'entorn , fer-ho més transitable, millorar il·luminació, etc.)

Objectius: Promoure la vila cap a l'exterior i atraure visitants

Agents implicats: Ajuntament, agents econòmics, entitats locals i ciutadania

- CONSOLIDAR RECURSOS I ESDEVENIMENTS EXISTENTS

Definició: La promoció de la vila no pot obviar la necessitat de consolidar fortaleeses com la Fira del Conill o el fet de disposar de ràdio local:

- Fira del Conill: Fer un pas endavant i convertir-la en una fira més selecta (menys parades i més qualitat i singularitat)
- Ràdio Vilafant: Fer un pas endavant ampliant l'abast d'emissió, adaptant la programació i incrementant l'audiència

Objectius: Promoure la vila cap a l'exterior i atraure visitants

Agents implicats: Ajuntament, agents econòmics i entitats locals

RELACIONS AJUNTAMENT – AGENTS ECONÒMICS

FORTALESES	FEBLESES
<p>SENSACIÓ DE MILLORA</p> <p>* Es té la sensació que l'Ajuntament “hi és” en matèria de promoció econòmica, a diferència a èpoques anteriors:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ S'ha creat l'Àrea de Promoció Econòmica (que no existia) ○ S'ha engegat el procés participatiu amb agents econòmics <p>* A més, es considera que el client pot esdevenir el primer client potencial per a les empreses locals.</p>	<p>SENSE BAGATGE</p> <p>* El fet de no haver comptat amb una àrea específica de Promoció Econòmica fins ara fa que el bagatge relacional en aspectes de desenvolupament local sigui poc significatiu: Existeix un dèficit molt evident d'informació, comunicació i coneixement entre els agents econòmics, i entre aquests i l'Ajuntament.</p>

REPTES DE PARTIDA	
<p>TREBALL EN XARXA I COORDINACIÓ</p> <ul style="list-style-type: none">- El sistema de relacions entre l'ajuntament i els agents econòmics té molt camí per recórrer, fonamentalment perquè no partim de precedents previs destacables. En aquest sentit es planteja com repte la necessitat de començar a treballar en xarxa i coordinar-se:<ul style="list-style-type: none">o Creant i consolidant canals i espais de relació entre l'ajuntament i les empreses localso Prioritzant la contractació de serveis i subministraments d'empreses locals per part de l'Ajuntamento Dissenyant suports específics a les empreses locals en l'àmbit de la formació i la capacitació (gestió interna, màrqueting, aparadors, etc.)	
OBJECTIUS ESTRATÈGICS	
<ul style="list-style-type: none">• Mantenir i consolidar la lògica de treball en xarxa iniciada mitjançant aquest procés participatiu	
PROPOSTES D'ACCIÓ	
<ul style="list-style-type: none">- <u>CREACIÓ D'UN COL·LECTIU ORGANITZAT (ASSOCIACIÓ)</u> (Veure	

propostes de l'àmbit de comerç)

- MANTENIR I CONSOLIDAR UN ESPAI DE TREBALL EN XARXA

Definició: Crear un òrgan participatiu de caràcter permanent liderat i dinamitzat per l'Ajuntament i que compti amb la participació d'agents econòmics de Vilafant. Cal ser realistes i entendre que és una aposta que cal anar desenvolupament a poc a poc, a base de fets, però que esdevé clau per garantir una millora i adaptació de les polítiques de promoció econòmica

S'assumeix que:

- El lideratge de l'Ajuntament esdevé clau
- S'han d'adquirir hàbits
- Manca més implicació dels agents econòmics
- S'hauran de mostrar resultats, ser convincents i cercar incentius

Objectius:

- Desenvolupar en xarxa les estratègies i accions derivades del procés deliberatiu
- Posar en relació els agents econòmics de Vilafant i potenciar el seu coneixement mutu
- Accedir de forma conjunta a informacions d'interès pels agents econòmics
- Compartir necessitats i problemàtiques
- Establir i definir estratègies i actuacions compartides que beneficiïn al conjunt d'agents participants
- Entendre la corresponsabilitat com un ingredient clau per adaptar-se a la complexitat del context econòmic actual

Agents implicats: Ajuntament i tots els agents econòmics de Vilafant que s'hi vulguin sumar

6.- CONCLUSIONS I RECOMANACIONS TÈCNiques

Un cop exposats els resultats derivats del procés deliberatiu, l'equip tècnic encarregat de dinamitzar el projecte vol exposar una sèrie de reflexions i recomanacions sobre el procés dinamitzat i la seva continuïtat:

- En primer lloc cal recordar que el procés deliberatiu s'ha d'entendre com l'inici d'un exercici de reflexió compartida entorn el desenvolupament de les polítiques de promoció econòmica de Vilafant. Per tant, queda clar que el procés pretén obrir un nou camí i que som davant la finalització d'una etapa d'una cursa de llarga durada on cal anar assolint fites.
- També és important destacar la importància de mantenir el component participatiu que ha caracteritzat el procés dinamitzat. L'aposta per la participació s'ha d'entendre com una nova manera d'afrontar les problemàtiques i necessitats del municipi, assumint que la suma de visions, opinions i compromisos d'agents diversos ens permetrà prendre decisions més adaptades i intel·ligents en un context socioeconòmic extremadament complex.
- En aquest sentit cal reconèixer que els nivells de participació assolits han estat menys significatius del que seria desitjable en un context ideal. Malgrat tot, cal tenir present que al municipi en general, i al sector econòmic en particular, existeixen pocs precedents participatius i, per tant, no deixa de ser normal que a hores d'ara els nivells d'implicació siguin més aviat baixos. S'haurà d'anar avançant de mica en mica des de la constància i, sobretot, garantint que no es frustren les expectatives dels agents que han participat.
- El debat generat durant el taller de propostes va posar de manifest que la darrera de les propostes presentades a l'apartat de resultats haurà d'esdevenir el pal de paller en el futur de les polítiques de Promoció Econòmica a Vilafant.

- Per tant, definir i crear un òrgan permanent de participació, liderat per l'Ajuntament i compost per agents econòmics dels diferents sectors productius del municipi haurà de servir per garantir un desplegament corresponsable i integral de les estratègies i actuacions recollides i, alhora, per posar en relació el teixit empresarial de Vilafant.