

**Nom del projecte:**

1. RETAILLAB MATARÓ

**Categoria: Comerç**

**Documentació adicional:**

Enllaç videos.

Fotos.

Otros \_\_\_\_\_

## LOCALITZACIÓ DE L'ACTUACIÓ

MUNICIPI: MATARÓ

PROVÍNCIA: BARCELONA

NOMBRE D'HABITANTS: 129.002 hab. segons l'estudi de la població de gener de 2022

NOM DE L'ÀREA COMERCIAL URBANA, ESTABLIMENT COL·LECTIU O MERCAT

(EN EL SEU CAS): projecte dirigit al conjunt del comerç minorista (Retail) de la ciutat

## SITUACIÓ PRÈVIA A L'ACTUACIÓ (Diagnòstic):

Situació prèvia al desenvolupament de l'actuació (diagnòstic previ; quines necessitats es van detectar per posar en marxa la idea o projecte).

Mataró, capital del Maresme, a la província de Barcelona, té una població de 129.000 habitants. És una ciutat viva, en constant transformació i amb un important patrimoni cultural que li atorga una personalitat pròpia. La seva situació geogràfica privilegiada - amb el mar d'un costat i la serralada litoral de l'altre- fa que les condicions climàtiques de Mataró siguin ideals per gaudir de la ciutat. Mataró està envoltada de municipis amb un alt poder adquisitiu, ben comunicada amb l'entorn metropolità i amb la resta de comarques de Catalunya. La xarxa de comunicacions facilita l'accés a la ciutat, ja sigui en transport públic o privat.

Mataró és una ciutat per viure-la en qualsevol època de l'any. Tot convida a passar-ho bé, tant de dia com de nit, especialment a l'estiu: l'oferta gastronòmica variada i cuidada; el front marítim, amb el port esportiu i pesquer, que compta amb més de mil amarratges; els restaurants; les terrasses; les platges i l'oferta comercial, que es complementa perfectament amb els atributs esmentats.

Com a resultat del procés de terciarització al qual s'ha sotmès la ciutat des de fa més de 20 anys, quan Mataró es caracteritzava per un perfil productiu clarament enfocat a la indústria tèxtil, el sector comercial a Mataró i, de manera extensiva, el sector terciari es situen actualment com el principal motor productiu i d'ocupació a la ciutat. Només el sector comercial, minorista i majorista, representa més del 20% del PIB local i de l'ocupació al municipi.

Ens referim, per tant, a un procés prèviament ja de transformació en el model econòmic-productiu del municipi en les últimes dècades. Paral·lelament, Mataró s'ha convertit en

els últims anys i de forma progressiva en un destí més obert a l'exterior i amb major voluntat d'atracció, gràcies a accions i campanyes de promoció que han donat visibilitat i reconeixement a la ciutat.

Tot i així, malgrat treballar en campanyes i accions potents per a la promoció de la ciutat, la realitat és que el Centre ciutat -i particularment el casc històric- ha patit un estancament en els últims 15 anys per diverses causes. Com a conseqüència, la ciutat ha perdut activitat econòmica i comercial i, per tant, atracció de consumidors potencials.

La convocatòria de la línia d'ajuts del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme de suport al comerç "Ajuts a mercats urbans sostenibles" i la subvenció rebuda del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència promogut pel govern central i finançat per la Unió Europea Next Generation EU, han permès finançar gairebé el 60% del cost total del projecte Mataró: innovació urbana en el comerç. La digitalització i la sostenibilitat com a eixos de transformació de l'àrea comercial urbana del centre de Mataró que té com a objectiu impulsar i relançar el centre de la ciutat, a través de la innovació i de la incorporació de la tecnologia com a palanca per a la transformació del comerç. Un projecte que contempla diferents línies d'actuació per garantir un enfocament transversal.

La proposta presentada s'emmarca en el projecte estratègic Pla d'Impuls al Centre (PIC), instrument de govern en el Pla de Mandat 2019-2023, orientat a revitalitzar el centre comercial de Mataró a nivell econòmic, urbanístic i de mobilitat, per reactivar el centre com una zona que aposti per la qualitat de vida dels ciutadans i recuperi l'activitat i el dinamisme que li són propis, així com per continuar oferint a residents i visitants l'oportunitat de gaudir dels atractius ambientals, paisatgístics, històrics, culturals i comercials de la ciutat.

Una de les actuacions previstes en el projecte i relacionada amb el RetailLab Mataró que aquí presentem, és l'estudi de maduresa digital realitzat a una mostra del comerç del centre ciutat, com a base per obtenir dades objectives sobre el grau de maduresa digital i per identificar quines són les necessitats més recurrents i necessàries que ha manifestat el sector davant el paradigma actual.

Aquesta diagnosi ens aporta informació qualitativa per sensibilitzar i apropar els atributs que ofereix la tecnologia al punt de venda, evidenciant la digitalització com una solució a l'actual transformació del sector.

Aquest estudi previ juntament amb la conceptualització del RetailLab, ha ajudat a la

definició de les necessitats a les quals el RetailLab pot donar resposta, de manera que el seu disseny i funcionalitats puguin actuar com a palanca d'impuls per a la millora competitiva i trencar barreres cap a la digitalització del sector retail, alineant-se a més amb les prioritats europees.

El RetailLab pot actuar com un revulsiu cap a una part del sector, que encara avui presenta reticències pel que fa al món digital, però alhora, com a suport en un espai comú de formació, sensibilització, divulgació, pedagògic on provar i analitzar la viabilitat d'incorporar eines que es troben en el mercat i que estan pensades per facilitar l'activitat pròpia dels establiments alhora que aportin modernització, actualització, avantguarda i la opció de crear comunitat al sector.

## **OBJECTIUS PERSEGUTS AMB L'ACTUACIÓ:**

Objectiu general:

Oferir eines de suport al sector en un espai comú de formació, sensibilització i difusió que actuï com a punt de trobada per al sector, on pugui provar i analitzar la viabilitat d'incorporar eines que es troben al mercat i que s'han dissenyat per facilitar i millorar la pròpia activitat comercial.

Millorar la competitivitat de l'oferta comercial local i fer-la més atractiva, facilitant-ne la modernització i actualització per adaptar-se als nous hàbits i necessitats de la demanda.

Objectius específics:

1. Projectar, preservar i prestigiar el model comercial de Mataró, posant en valor els seus trets atractius i diferencials, especialment el comerç de proximitat de la zona centre.
2. Promoure la transformació digital dels punts de venda de la ciutat, destacant la importància de la tecnologia i l'adaptació als nous hàbits de consum per preservar el comerç i augmentar la seva competitivitat.
3. Reforçar el vincle del comerç de proximitat amb la ciutadania i amb la ciutat. Millorar l'experiència de compra dels consumidors a Mataró.

## **DESCRIPCIÓ DE LA IDEA O PROJECTE (Actuacions realitzades en consonància amb els objectius plantejats):**

Actuació (continguts, estratègies, activitats i metodologia)

El RetailLab, com a centre de coneixement i valorització de la tecnologia aplicada al punt de venda, es conceptualitza com un espai físic estructurat entorn a tres zones diferenciades:

- Espai de benvinguda
- Showroom tecnològic
- Espai de coneixement

El RetailLab està situat dins les instal·lacions municipals "Espai Mataró Connecta", on disposa d'una superfície aproximada de 90 m<sup>2</sup>. En aquest espai s'ha habilitat una zona específica formada per diferents mòduls expositius en els quals s'integren les infraestructures tecnològiques. Aquests mòduls (individuals i mòbils segons la dinàmica expositiva) s'ajusten a les especificacions tècniques de la tecnologia incorporada i estan acompanyats de suports gràfics alineats amb la imatge corporativa del projecte i de l'Espai Mataró Connecta. Aquests mòduls són mòbils amb l'objectiu que puguin desplaçar-se quan l'espai estigui actiu i unir-se de manera compacta en una sola peça quan no hi hagi cap activitat, per tal de poder alliberar espai i oferir una imatge coherent i alineada amb les característiques de l'espai on està ubicat.

### • ESPAI DE BENVINGUDA

Aquest espai està concebut com una zona d'introducció i acollida al visitant. Serveix com a primer espai d'informació relacionat amb la ciutat de Mataró, sobre la història del comerç i les particularitats del nostre model comercial. Al mateix temps, és el preàmbul del Showroom tecnològic.

### • SHOWROOM TECNOLÒGIC

Aquest espai s'ha desenvolupat com una zona d'exposició modular de les solucions

tecnològiques amb un important potencial d'implementació als establiments de la ciutat. L'objectiu és mostrar les diferents tecnologies i eines de suport al punt de venda, destacant sobretot els avantatges i beneficis que pot obtenir el punt de venda si implementa aquestes solucions.

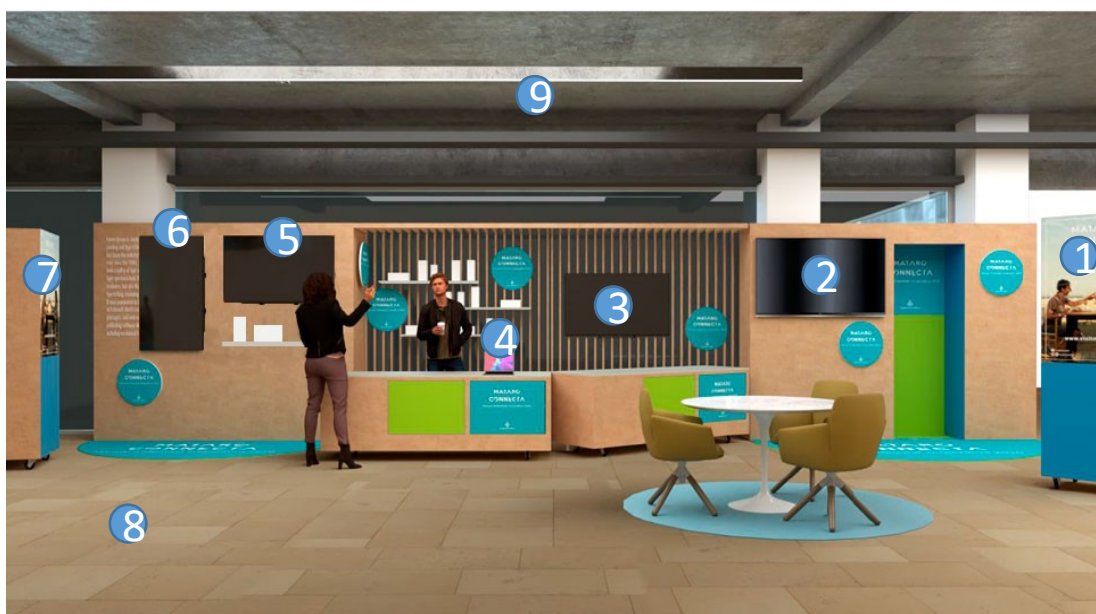
#### • ESPAI DE CONEIXEMENT

Finalment, s'ha concebut un espai de coneixement i interacció dins de l'Espai Mataró Connecta amb l'objectiu de promoure l'ús de la tecnologia en el punt de venda a través d'accions de sensibilització, comunicació i formació.

En aquest espai es duran a terme activitats dirigides tant a l'activitat econòmica com a la ciutadania, com poden ser:

- Formació pels establiments en l'àmbit de la digitalització.
- Sessions orientades a l'anàlisi de dades i tendències en matèria de digitalització.
- Sessions d'intercanvi d'experiències i coneixement entre els establiments i la ciutadania per avaluar l'impacte i els beneficis de la tecnologia.
- Espai de reflexió i suport per a l'adaptació de la tecnologia als punts de venda de la ciutat.

### **DESCRIPCIO DE LES SOLUCIONS TECNOLÒGIQUES QUE OFEREIX EL RETAILLAB MATARÓ**



El RetailLab Mataró ha incorporat diferents solucions tecnològiques:

1. Pantalla tàctil VERTICAL Pantalla tàctil amb interactivitat sobre el comerç i la història de Mataró. Aquest tipus de pantalla facilita aprofundir més en el contingut que es vol mostrar al client. Augmenta l'eficiència al punt de venda, ja que és el propi client qui busca el que necessita interactuant amb la pantalla tàctil.
2. Pantalla per a cartelleria digital HORIZONTAL + Visualització del Comptador de Persones Pantalla horitzontal amb contingut sobre el comerç i la història de Mataró. La cartelleria digital millora la visibilitat de les promocions i dinamitza la comunicació al punt de venda. El comptador de persones informa del nombre de persones que entren i surten de l'establiment durant un període de temps determinat, al mateix temps que gestiona l'aforament.
3. Cartelleria + Gestió de cua HORIZONTAL Pantalla horitzontal amb cartelleria digital + gestió de cues. Controla i gestiona la posició de les persones en una cua, i ho mostra a la cartelleria digital i a través de notificacions acústiques. Ordena les cues, redueix el temps d'espera i alleuja l'experiència del client combinant el contingut d'interès a la pantalla.
4. Pantalla petita al taulell Pantalla connectada al TPV amb cartelleria de productes relacionats amb la compra del client. Augmenta la venda creuada de productes d'interès per al consumidor mostrant-los en el moment del cobrament.
5. Cartelleria + Lift&Learn El Lift&Learn permet descobrir informació sobre el producte que el client sosté a la mà, o mostrant la comparació si sosté dos productes alhora, mostrant-ho en un suport de cartelleria digital. Permet influir en les decisions del client i augmentar les vendes.
6. Cartelleria + Video Analytics Cartelleria digital + video analytics, amb gestor de continguts personalitzats i analítica potent que adapta el contingut al perfil demogràfic de l'audiència. Optimitza la comunicació. Reconeix el perfil de l'audiència i mesura l'impacte de les campanyes.
7. Cartelleria Escaparate + Barcode (Codi de barres) + Intel·ligència Artificial Pantalla vertical amb funció d'escaparat + codi de barres. És un escaparat atractiu per fer campanyes de publicitat exterior amb èxit. Atrau l'atenció dels clients potencials: mirar, aturar-se i entrar. Combina cartelleria digital i tecnologies que ajuden al personal de l'establiment a obtenir informació de valor en directe escanejant un producte amb un lector

de codi de barres. La Intel·ligència artificial ajuda a prendre decisions de manera predictiva i automatitzada, mostrant informació al personal referent a múltiples elements de l'activitat del dia a dia. La tecnologia té la capacitat de predir el contingut més atractiu pels clients.

8. Tablet amb enquesta de satisfacció instal·lada en un suport de peu "lliure" Aquesta solució recull l'opinió dels clients o visitants durant la seva experiència de compra, creuant-la amb les seves respectives dades demogràfiques.
9. Sistema de projecció Projector de sostre que mostrarà imatges de simulació d'espai a la paret posterior. Projecció d'imatges per crear un ambient més envoltant.
10. Fil Musical Crea un ambient confortable perquè el client es senti més còmode, passi més temps a l'establiment i comprisqui més.

El RetailLab es planteja com un model de transferència de coneixements i informació entorn de les tecnologies dirigides al sector del retail, per millorar la competitivitat de l'oferta local comercial, de serveis i de restauració. Mataró aposta per la promoció de la modernització del seu teixit econòmic local, alineant-se, per tant, amb les estratègies de futur designades per la Unió Europea que preveuen incentivar la modernització i digitalització de sectors econòmics estratègics. El RetailLab neix amb la vocació de ser un model de referència i de transferència digital –de coneixement i de solucions aplicables–, gràcies a l'exposició en un espai físic de l'espai de benvinguda i showroom tecnològic amb diferents solucions tecnològiques aplicables al punt de venda i de l'espai de coneixement previst per a les activitats de dinamització.

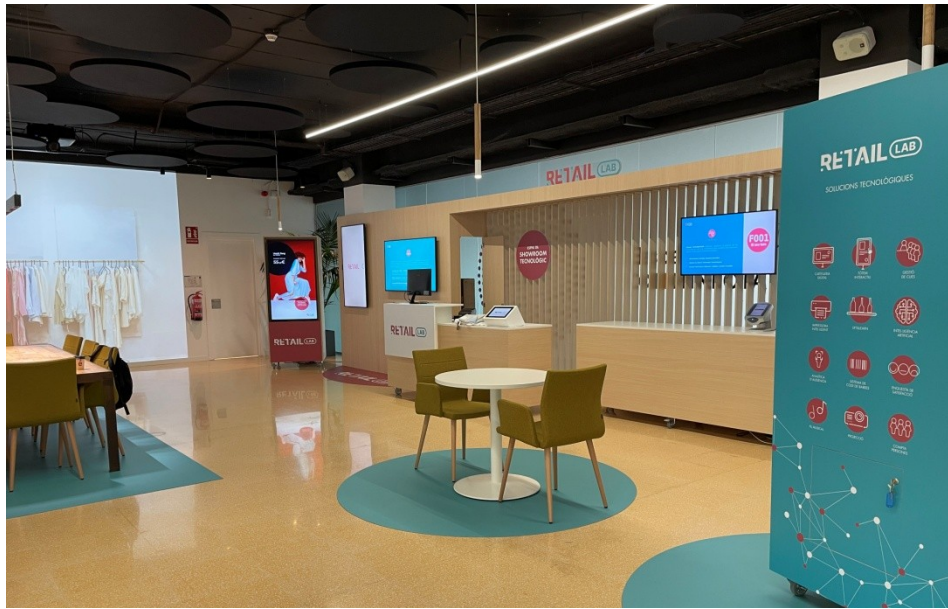
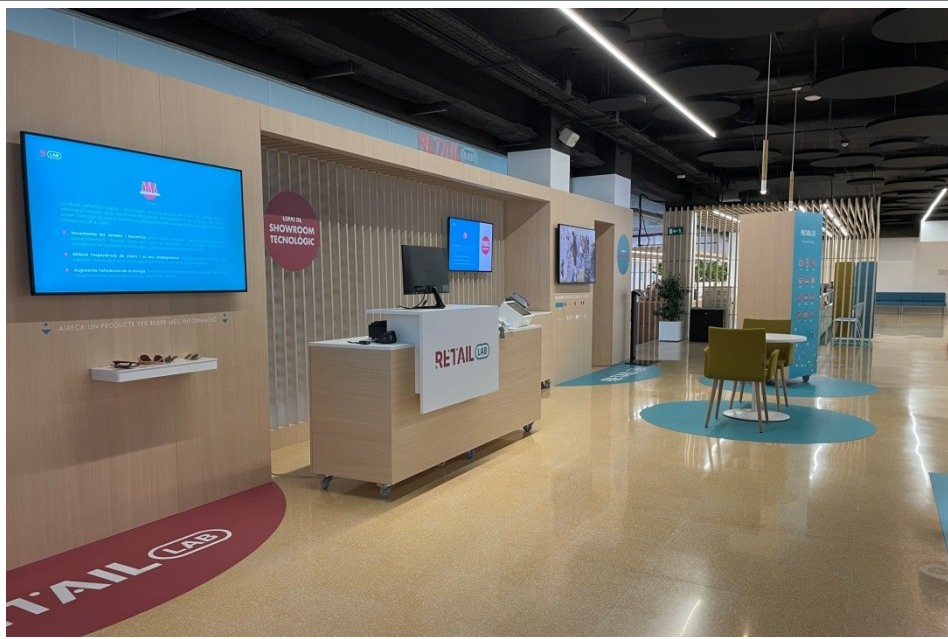
Desplegament del projecte L'activació del RetailLab va tenir lloc a finals del mes d'abril amb la concreció de diversos focus groups, que durant un període de dues setmanes van interactuar amb el laboratori tecnològic per contrastar la funcionalitat de les solucions desplegades. Finalitzat aquest període de proves s'ha activat l'agenda de visites a tot el teixit comercial. Per dur a terme una correcta gestió, aquest Laboratori tecnològic compta amb un perfil tècnic que dinamitza i dinamitzarà aquest espai, concertant visites per a grups cohesionats (empresaris del retail, entitats comercials, gremis, institucions, estudiants, ...) planificant les accions formatives, de sensibilització i capacitació, i demostracions del funcionament de les solucions tecnològiques. El

programa formatiu està configurat per més de 40 activitats, tallers i demostracions que es desplegaran al llarg del 2023 i 2024, centrades principalment en habilitats i competències digitals, comunicació digital aplicada a les empreses, ús de la tecnologia i en l'exposició del producte. Per tal de difondre i comunicar correctament el RetailLab i el conjunt de les accions que s'estan duent a terme, el projecte disposa d'un pla de comunicació específic que incorpora accions de comunicació com: **correus electrònics informatius, un espai web i xarxes socials.**

Per complementar la descripció del projecte, us indiquem aquest enllaç on podreu tenir accés al render que es va realitzar sobre el RetailLab: [Enllaç del vídeo render del RetailLab](#). Incorporarem l'enllaç de la pàgina web on trobareu tot el projecte, descripció, activitats, vídeos, notícies, etc.: [Enllaç de la pàgina web del RetailLab](#).

## Imatges del RetailLab







## VIABILITAT I ADAPTACIÓ AL SECTOR DEL COMERÇ:

1- Grau de viabilitat del projecte en general o en alguno dels seus aspectes, com ara en termes financers, organitzatius, tecnològics, de necessitats del mercat, etc.: Donat que és un projecte ja iniciat, podem afirmar que és un projecte 100% viable en tots els aspectes, tant a nivell financer, organitzatiu, tecnològic.

2- Grau d'adequació del projecte al sector del comerç: És un projecte totalment adequat per al sector del comerç, ja que el RetailLab es concibeix com una oportunitat per promoure el prestigi del sector comercial, la seva millora competitiva i econòmica, i el reforçament de la relació amb la clientela i, en definitiva, l'impuls de la seva preservació i pervivència.

## RESULTATS QUE ES PODEN OBTENIR (Avaluació):

Situació posterior al desenvolupament de l'actuació (resultats principals, millores que es poden aconseguir). El RetailLab ha de funcionar com un revulsiu cap a una part del sector, que encara avui en dia mostra reticències respecte al món digital, però alhora, com a suport en un espai comú de formació, sensibilització, divulgació, pedagògic on

provar i analitzar la viabilitat d'incorporar eines que es troben al mercat i que estan pensades per facilitar l'activitat dels establiments, aportant alhora modernització, actualització, avantguarda i la opció de crear comunitat en el sector. Un cop implementat aquest projecte, el resultat esperat és la millora de la competitivitat de l'oferta comercial de la ciutat i fer-la més atractiva, haver facilitat la seva modernització i actualització per adaptar-se als nous hàbits i necessitats de la demanda. Reforçant el vincle del comerç de proximitat amb la ciutadania i amb la ciutat, millorant l'experiència de compra dels consumidors a Mataró.

1- Indicadors quantitius (nombre de beneficiaris/es; altres indicadors quantitius):  
Nombre d'empreses del retail (comerços, operadors de mercats, nous emprenedors) que han visitat el RetailLab. Nombre de gremis i entitats sectorials que han visitat o han mostrat interès. Nombre d'administracions (àmbit local, nacional o estatal) que han visitat l'espai o han mostrat interès. Nombre d'accions implementades. Nombre de persones que han participat en les accions de formació, capacitació... Nombre d'establiments que han implementat tecnologia al seu punt de venda. Nombre de notícies generades.

2- Indicadors qualitius (quins resultats es podrien conèixer en termes qualitius?):  
Opinions generades pels visitants així com pels mitjans de comunicació que facin ressò sobre aquest projecte. Grau d'interès generat.

## **INNOVACIÓ I POSIBILITAT DE TRANSFERÈNCIA:**

Caràcter innovador i tecnificació, així com aplicabilitat i adaptabilitat de la idea en els negocis comercials.

1- Principals aspectes en quant a innovació:

El més innovador d'aquest projecte és, sobretot, que una administració pública d'àmbit local hagi dut a terme un laboratori tecnològic dirigit al sector comercial amb l'objectiu d'aglutinar i mostrar la tecnologia disponible al mercat per facilitar-ne la implementació i la capacitació de les persones que conformen aquest sector. Això permet que el comerç de proximitat es modernitzi i perduri com un dels principals motors econòmics dels

centres urbans.

## 2- Principals aspectes en quant al grau de tecnificació:

El context actual, marcat per la digitalització de la societat i de la població consumidora, ha posat de manifest la necessitat que el comerç evolucioni i establi aliances amb la tecnologia per millorar el funcionament dels negocis i la pervivència del model comercial de les nostres ciutats. Precisament, el RetailLab és un projecte que vol i pretén mostrar com les últimes novetats tecnològiques es converteixen en les principals aliades per potenciar els trets característics del comerç de proximitat, el seu paper en la consolidació de l'entorn urbà i ciutadà, així com la seva millora econòmica. A més, capacita el sector en termes digitals i tecnològics per fer els seus establiments realment competitiu.

## 3- Quins elements d'aquesta iniciativa podrien ser transferibles a altres contextos?:

Aquest projecte es va concebre com un projecte extrapolable i transferible a altres territoris i ciutats comercials. Pot ser totalment escalable i s'adapta a l'escala territorial desitjada, així com a diferents sectors econòmics.

## **COST DEL PROJECTE O IDEA:**

L'estimació del pressupost o cost que tindria posar-ho en marxa en un comerç o una col·lectivitat de comerços.

El cost total d'aquest projecte és de 96.621,00€ + IVA. Aquesta suma inclou:

- Conceptualització del projecte
- Disseny de l'espai
- Acondicionament de l'espai (pintura, instal·lacions,...)
- Mobiliari modular i decoració
- Solucions tecnològiques (hardware i software)
- Continguts • Activitats de dinamització (activitats de capacitació, sensibilització, tallers, conferències, organització de visites guiades...)

- Pla de comunicació
- Campanya de comunicació.

D'altra banda, el cost de la implementació de la tecnologia en un comerç concret pot variar en funció de la solució tecnològica que es vulgui implementar. Podríem parlar que podem incorporar solucions tecnològiques des dels 750€ (hardware i software) als 3.000€, però també és convenient destacar que un mateix hardware (pantalla) pot albergar diversos software, és a dir, que una mateixa pantalla pot mostrar-nos diferents solucions tecnològiques.

### **ALTRES ASPECTES RELLEVANTS A DESTACAR:**

Com s'ha descrit a l'inici de la presentació, el RetailLab forma part del projecte Mataró: innovació urbana en el comerç. La digitalització i la sostenibilitat com a eixos de transformació de l'àrea comercial urbana del centre de Mataró (finançat gairebé el 60% del cost total per la Unió Europea Next Generation EU) té com a objectiu impulsar i relançar el centre de la ciutat, a través de la innovació i la incorporació de la tecnologia com a palanca per a la transformació del comerç. És per això que Mataró aposta per la implementació de diferents solucions sostenibles que permetin transformar digitalment l'entorn i la trama urbana de Mataró de manera integral, digitalitzant diferents elements que componen aquest entorn urbà, des dels comerços de proximitat als espais públics més rellevants amb l'objectiu de facilitar de manera més còmoda, eficient i resilient aquests serveis a la ciutadania. Aquestes actuacions inclouen:

- Digitalització de l'experiència de compra a través de pantalles informatives digitals (Pantalles digitals al carrer) • Dispositiu exterior multimèdia a l'espai Mataró Connecta. Espai innovador d'informació de difusió d'esdeveniments per a la dinamització comercial
- Anàlisi del trànsit exterior de l'àrea comercial i mercats no sedentaris (contador de persones) • Servei Big Data de l'àrea comercial delimitada (Aporta informació sobre les persones que visiten l'àrea comercial).
- Implementació de la xarxa wifi a la zona PIC (WIFI4EU)
- APP de seguretat "Seguretat Mataró". Aquesta APP ofereix als comerciants la possibilitat d'emetre una alarma silenciosa des del telèfon mòbil si es produeix un

incident relacionat amb la seguretat al seu establiment.

Amb el desplegament d'aquestes solucions tecnològiques de manera integral i conjunta, es pretén que l'impacte a l'àrea d'actuació sigui molt més important.