

Declaración de Málaga.

Durante los días 24 a 26 de febrero de 1.999 se celebró en Málaga el **Primer Congreso Europeo de Comercio y Ciudad** con el objetivo de llevar a cabo una reflexión conjunta sobre la problemática del comercio en la ciudad, las acciones a favor del comercio de la Comisión Europea y los problemas que plantea el sector de la distribución, proponiendo soluciones para mejorar el marco ciudadano en el que se desarrolla el comercio y para reforzar el papel que tiene como generador de empleo y como actividad básica para el mantenimiento de la vida social y urbana.

Como resultado de este congreso, se elaboró un documento de conclusiones al que se ha llamado “**Declaración de Málaga**” y que se resume en los siguientes puntos:

1. Reconciliar la planificación urbanística y la actividad comercial de forma que se engloben en instrumentos operativos y globalizadores del fenómeno, desde visiones integradas.
2. Asumir en la estrategia urbanística la triple consideración de la actividad comercial como motor económico, equipamiento comunitario y elemento estructurante del Centro Urbano.
3. Satisfacer las necesidades de la población residente, estableciendo una jerarquía de centros que ponga en valor al comercio como equipamiento comunitario.
4. Favorecer la integración entre los desarrollos comerciales y el tejido residencial, favoreciendo el desarrollo de los usos mixtos.
5. Establecer políticas integradas de mejora ambiental creando focos de centralidad y rediseñando el espacio público.
6. Conseguir un marco de aceptación entre los poderes públicos y los actores privados para promover la rehabilitación y mejora de los centros históricos con efecto y proyección sobre toda la ciudad, haciendo

participar a todos los operadores, pero muy especialmente al sector comercial.

7. Promover desde las distintas instituciones y particularidades la diversidad de usos en el centro urbano, para retener al mayor número de población residente de diversas edades.
8. Mejora de la accesibilidad peatonal, transporte colectivo y dotación de aparcamientos.
9. Ayudar a la reconversión de las áreas comerciales tradicionales en centros comerciales abiertos, mediante el apoyo a los movimientos asociativos necesarios, en el marco de la realización de proyectos integrales.
10. Impulsar decididamente la gestión integrada del centro urbano mediante la creación de gerencias de centro ciudad que apliquen las técnicas de los centros comerciales de forma que se incida especialmente en la promoción y marketing del centro urbano, mediante:
 - Mantenimiento de las condiciones de seguridad.
 - Limpieza e higiene.
 - Mantenimiento de las áreas peatonales y aparcamiento.
 - Organización de actos públicos, celebraciones, publicidad, etc.
 - Incidencia en los usos favoreciendo su renovación.
11. Trabajar coordinadamente entre las distintas Administraciones para que con respeto de los principios de homogeneidad y jerarquización normativa, se establezcan los procesos de racionalización administrativa que supongan en la práctica una profunda simplificación en los mecanismos de apertura y reconversión de los locales comerciales en los ámbitos urbanos.
12. Establecer las líneas de financiación, a medio y largo plazo para las Administraciones implicadas de forma que las hagan llegar en condiciones oportunas al sector comercial.

13. Establecer las medidas que incentiven al comerciante en la mejora de la calidad y en la prestación del servicio teniendo al consumidor como la primera de sus prioridades.

14. Participación más intensa de las Cámaras de Comercio y de las Asociaciones de Comerciantes en los fenómenos de renovación urbana liderándolos.

15. Estimular el debate entre los distintos colectivos sobre las estrategias activas posibles.

16. Mejora del espacio físico de los locales comerciales, aplicando las nuevas técnicas de marketing de forma que se establezca un atractivo adicional para el consumidor.

17. Coordinar con los Ayuntamientos ayudas a la promoción comercial de áreas urbanas específicas mediante la creación de imagen corporativa, logotipos, etc.

18. Potenciar las acciones de promoción turística de los centros ciudad y de los cascos históricos mediante el impulso del tejido comercial, coordinando las acciones de difusión, horarios, etc.

19. Asegurar el futuro de estas conclusiones y su desarrollo posterior mediante la creación de un Grupo Europeo permanente de trabajo que contribuirá a la divulgación e impulso tanto de las investigaciones necesarias en el plano teórico, como del fomento y apoyo de sus aplicaciones prácticas.