

0.-PRESENTACION:

LA PLATAFORMA EMPRESARIAL DE LA BICICLETA DE ESPAÑA

ORIGEN

Debemos y agradecemos nuestro origen y creación, a la Fundación Eca Bureau Veritas, y concretamente al Sr Xavier Corominas, que en su labor de promoción del uso de la bici en nuestro país, como aportación a una mejora en sostenibilidad, y calidad de vida de nuestros ciudadanos, propuso y ha promovido la creación de esta unión empresarial.

A partir de este momento, la Plataforma empieza a andar sola, evidentemente con una estrecha relación con todas las entidades de promoción sectoriales.

1.-PRESENTACION DE LA JUNTA DIRECTIVA

Pere Cahué Escuder	Presidente
Marisol Otero	Secretario
Creu Agustina i Vivas	Vocal
Jesús Garcia Avila	Vocal

En la junta solo estan representados comercios, y es fundamental la participación de algún fabricante, distribuidor, competicion ciclista, prensa, cicloturismo, alquiler,...
Pedimos voluntarios !!! Quedan tres años de compromiso...

OBJETIVO FUNDACIONAL

Unir a todas las empresas privadas, cuya actividad mayoritaria esté directamente relacionada con la bicicleta, para trabajar conjuntamente solo en todos aquellos temas que nos beneficien al conjunto, y para ser representados como sector o lobby.

Excluyendo la bici publica, ya que esta no trabaja bajo criterios empresariales

El objetivo de la Plataforma viene originado por una unión de colectivos con fines empresariales, que no siempre tienen que coincidir con agrupaciones de usuarios financiadas por las administraciones.

La PEB no es una entidad de promoción de la bicicleta, aunque evidentemente las acciones que emprenda redundaran en un mayor y mas qualificado uso de la bici en España.

La PEB es un lobby que defiende y trabaja para los intereses del sector empresarial de la bici.

Sus líneas de trabajo, planes de actuación, estrategias a corto y largo término, pueden coincidir o no con las Administraciones i/o colectivos no empresariales del sector. Es por esta razón que debemos mantener una posición crítica y equidistante con Administraciones y colectivos.

DEMORA

“Las cosas de palacio van despacio”,.

En un par de meses tuvimos la web hecha, pero no se ha podido legalizar la Asociacion en el Registro hasta hace un mes, y tener un numero de cuenta hasta este lunes...

Pero hoy es el dia de arranque !!!!

2.-PLAN DE SOCIOS : FACTOR CLAVE

QUE NECESITAMOS PARA TIRAR EL PROYECTO HACIA ADELANTE ? SOCIOS:

PERO NO ALGUNOS SOCIOS, SINO TENEMOS QUE SER MUY AMBICIOSOS PARA CONSEGUIR QUE TODAS LAS EMPRESAS DEL SECTOR SE ASOCIEN !

COMO LO CONSEGUIREMOS ?

CON UNA CUOTA SIMBÓLICA DE 60 EUROS/AÑO, PERO QUE EVITE LA BARRERA DE ENTRADA POR EL PRECIO, CON UNAS VENTAJAS SIGNIFICATIVAS, Y SOBRETUDO CON UN EFFECTO DE MANCHA DE ACEITE : CADA UNO DE LOS SOCIOS FUNDADORES, TENEMOS QUE CONSEGUIR UN MÍNIMO DE 10 SOCIOS NO DADOS DE ALTA, Y ASÍ SUCESIVAMENTE. EL CONTROL Y REGISTRO SE LLEVARÁ DESDE LA WEB Y UNA PERSONA PREPARADA PARA ESTA LABOR.

POR QUE SER SOCIO DE LA PLATAFORMA EMPRESARIAL DE LA BICICLETA DE ESPAÑA

-Para formar parte del primer grupo empresarial que une a todo el sector de la bicicleta y que nos represente ante las administraciones públicas, disponiendo de un distintivo gráfico identificativo como sello de calidad,

-Para tener acceso a la información real del sector,

-Para tener acceso a la información de las tendencias del sector,

-Para poder proponer modificaciones legislativas,

-Para promover y disponer de una formación reglada,

-Para tener acceso a las ayudas de las diferentes administraciones, y de la propia Plataforma en su caso,

-Para poder formar parte de todos los acuerdos y negociaciones a que se lleguen con las Administraciones, entidades financieras

-Para poder acceder a comisiones de trabajo o proyectos,

-Para poder tener acceso como protagonista de noticias a la Web y redes sociales de la Plataforma, pudiendo ser usadas como otro elemento de comunicación de nuestras empresas,

-Para poder participar en ferias nacionales i internacionales, eventos, viajes,...en condiciones especiales, por la capacidad de negociación que representa la unión sectorial.

-Para colaborar con otras asociaciones del sector (p.ej. Afydad)

-Para optar a líneas de financiación específicas como sector “emergente”,

-...

PROGRAMAS DE ACTUACIÓN Y POSIBLES VENTAJAS DE LA PEB POR SUBSECTORES

1.-TIENDAS, TALLERES, DISTRIBUIDORES

- IVA producto reducido,
- IVA taller reducido,
- Ayudas a particulares,
- Plan Renove,
- Estudios y titulación reglada de mecánica de bicicleta específicos,
- Códigos de “Buenas Prácticas”,
- Mecanismos de regulación de la competencia, p.ej. Bicing
-

2.-FABRICANTES, PRODUCTORES Y ENSAMBLADORES

- Sistematización y simplificación de la Legislación y las Homologaciones, equiparándolas a la normativa Europea,
- Subvenciones estatales y autonómicas,
- Consortio de exportación,
- Plan Renove,
- Regulación de marcas blancas,
- Recuperación de la Memoria Histórica . El Museo de la Bici de España.
-

3.-SECTOR CICLOTURISMO Y ALQUILER

- Identificar y aglutinar este sector emergente (p.ej. en Alemania mueve mas euros el sector del cicloturismo, que el de los productos !!!),
- Regulación del sector,
- Estudio de modelos comparativos : análisis de nuestro retraso en infraestructuras, y servicios,
- Visualizar la transversalidad del sector,
- Estudio de la necesidad y posibilidad de un portal global, (p.ej. Veloland en Alemania),
-

4.-SECTOR MEDIA, COMPETICIONES, EVENTOS, RUTAS, FERIAS Y SIMILARES

- Identificar esta parte del sector tan atomizada y deslocalizada, para integrarla en la PEB.

3.-PRESENTACION DE LA PAGINA WEB

4.-PROPUESTA DE CONTRATACIÓN DE UNA PERSONA “PART TIME”, PARA GESTIONAR EL DIA A DIA.

5.-PROPUESTA DE FUNCIONAMIENTO POR GRUPOS DE TRABAJO

1.-GRUPO DE ESTUDIO DEL MERCADO NACIONAL.

0.-investigación de los estudios, datos y comparativas existentes, INE, import-export,...

1.-Identificación de las tipologías de empresa : descripción exacta del Sector

2.-Definición de los datos Sectoriales que necesitamos en el Estudio Anual, Creación del Libro Blanco del Sector de la Bici que será referencia anual,

3.-Búsqueda de subvenciones sectoriales,

4.-Recogida de ofertas de empresas especializadas en Estudios Sectoriales,

5.-Ejecución del estudio i Conclusiones,

Qué impacto económico tiene nuestro Sector?, Qué peso real?

6.-Divulgación entre los socios de la PEB

Sobre la extracción de datos, una parte importante vendrà de las propias inscripciones confidenciales de los socios de la PEB, y el resto por modelos estadísticos que utilizan las empresas especializadas, hoy dia muy exactos y menos costosos, debido a las nuevas tecnologías.

2.-GRUPO DE LUCHA CONTRA EL ROBO

3.-GRUPO ESPECIALIZADO EN BICI ELECTRICA

4.-GRUPO DE DISEÑO, PRODUCCIÓN Y MECÁNICA DE BICICLETA

5.-GRUPO PLAN RENOVE Y “RIDE TO WORK”

6.-GRUPO MECANISMOS DE REGULACIÓN DE LA COMPETENCIA

7.-GRUPO FINANCIACIONES

8.-GRUPO CICLOTURISMO

9.-OTROS...

TOMA DE VOLUNTARIOS PARA EL PROGRAMA DE GRUPOS DE TRABAJO Y DEFINICION DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN.

6.-CREACIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GESTIÓN, SECRETARIA TÉCNICA, Y SEDE SOCIAL.

7.-FINANCIACIÓN DE LA PEB

-Via Subvenciones,

-Anuncios en Web,

-Sponsors de otros sectores, p.ej automóvil,

1. Pla de socis (xarxa 1 x 4) Cada soci fundador ha de portar quatre nous associats

Ja en diverses reunions preparatòries a la Constitució de la PEB, l'actual President, va manifestar que el primer objectiu de la Plataforma, era unificar i cohesionar el sector i sobretot quantificar-lo. Saber la dimensió de sector, és poder determinar la força i la projecció futura per assolir els objectius de l'entitat.

La fórmula proposada pel President de que els socis fundadors es comprometin a captar quatre nous socis, suposaria, a efectes pràctics, sortir amb un volum d'associats que li donaria una posició privilegiada de representativitat, i per tant, una posició privilegiada de cara la interlocució amb l'administració. Per tant, en aquest inici el pla de socis és cabdal.

2. Quantificació del sector

2.1. Com gran és el sector i quin és el seu impacte econòmic

Per saber el volum i l'impacte del nostre sector cal un estudi. Actualment, no o existeixen estudis d'impacte econòmic del sector de la bicicleta. Entre d'altres raons, perquè no existeix encara la conceptualització o determinació del que és el sector i del que inclou. La definició, no gens fàcil, d'aquest concepte és un pas previ a qualsevol estudi.

Sobre l'extracció de dades, una part provindrà del mateix full d'inscripció. El tema de la confidencialitat en l'ús d'aquestes dades ha de facilitar-ne l'obtenció. Una altra part hauria d'aconseguir-se mitjançant dades oficials, dades d'importacions i exportacions, dades de l'INE, d' Instituts d'Estadística a nivell autonòmic, estudis referencials comparats (alemanya, suïssa) estudis d'impacte econòmic de determinades vies verdes (Olot-Sant Feliu) i d'altres.

Caldria definir exactament quina és la demanda d'aquest estudi (tampoc no és fàcil) per tal de poder demanar pressupostos de projectes d'estudi.

Segurament, la via òptima seria signar un Conveni amb entitats Privades i Públiques perquè financessin aquest estudi. La Fundació ECA, podria ser una candidata atesa la seva implicació en aquesta temàtica.

A Catalunya a nivell general, el poc que s'ha fet sobre ciclisme, està emmarcat dins d'un compte satèl·lit sobre l'esport i incidència econòmica.

<http://biblio.idescat.cat/docs/docest/cs-esports.pdf>

L'INE i l'Institut d' Estadística de Catalunya poden tenir dades que poden ser del nostre interès. Seria aconsellable comenta'ls hi les nostres necessitats per veure amb quina informació poden ajudar-nos.

A Catalunya hi ha dades estadístiques del nombre de bicicletes/vivenda. És una dada.

2.2. ¿Quin pes real té el sector?

La majoria de les persones treballadores del sector consideren que el volum i el pes real és molt gran. També són ben poques les que s'han plantejat les ventatge de crear un lobby

o una Plataforma Empresarial de la Bicicleta. Les primeres dades, siguin quines siguin, seran tota una sorpresa i sobretot una eina de treball elemental de la tasca de la PEB.

També seran una eina per tal de posicionar-se com Plataforma.

A nivell comparatiu, el volum econòmic que mou el sector bicicleta i el cicloturisme a Alemanya, el segon encara més gran que el primer, ha fet que aquest sector estigui reconegut i posionat davant de la seva Administració, que ja anys planifica i executa polítiques molt més efectives. Segurament aquesta és una de les línies d'argumentació que cal anar transmetent. Saber que som un sector fort per exigir polítiques eficients.

2.3. Identificació i posicionament

En les primeres fases de vida d'una entitat con la nostra, marcar perfil, determinar la línia ideològica és fonamental per tal que pugui posicionar-se com interlocutora. L' indicador tradicional serà el valor del que suposa tenir el suport de la PEB o no en determinades qüestions.

Conceptes con promoció de la bicicleta, col.laborar amb l'administració, fomentar, desenvolupar polítiques són formes que no condueixen a marcar perfil con interlocutor sinó com a soci o entitat col.laboradora de l'Administració, cosa que no és la PEB.

La PEB ha de tenir unes línies de treball, uns plans d'actuació, unes estratègies a curt i llarg termini, que poden coincidir o no amb les de les Administracions.

Mantenir una posició crítica i equidistant amb totes les administracions és la base per poder exigir les polítiques que interessin a la PEB.

En la formació de la PEB hi ha dos factors de distorsió importants:

El primer és quan la gent sent parlar de la PEB el primer que pensin és en una entitat de promoció de la bicicleta. La PEB no ho és. La PEB és un lobby que defensa i treballa pels interessos del sector de la bicicleta.

El segon és la connotació de tot allò que té a veure amb la bicicleta. El món de la bicicleta, és un món "simpàtic", possibilista, sostenible, ecològic i amb un tipus de connotacions que l'allunyen de qualsevol perfil bel.ligerant. Els interessos de la PEB han de superar aquesta connotacions. Un exemple clarificador és que, que el sector de l'automòbil sigui un lobby molt potent i bel.ligerant s'enten perfectament per tothom i ningú deixarà de comprar cotxes per aquest motiu, però no que ho sigui el de la bicicleta. El millor per la PEB seria seguir ser un sector simpàtic pel consumidor i dur i exigent i amb l'Administració.

3. Creació dels òrgans de gestió, secretaria tècnica i seu social

Caldria tenir molt clar quins són els òrgans, càrrecs i comissions per anar concretant-los de la forma idònia i transparent.

Cal tancar decidir i ubicar una mínima secretaria tècnica.

Cal fer un mapa del capital humà del sector dispost a treballar en la fase inicial de la PEB. És indispensable identificar persones i entitats que poden actuar en aquesta fase.

També, i encara que s'hagi manifestat continuadament, cal destacar que el paper del President de la PEB en aquesta fase ha de ser liderar el sector, de definir que és el sector, quantificar-lo, cohesionar-lo, posicionar-lo i marcar les línees generals de treball a curt i llarg termini.

Tenir un nucli dur, o un lobby ad hoc, identificant persones del sector que tinguin influència en els medis de comunicació, a nivell polític, a nivell econòmics i a nivell social pot ser molt útil per iniciar les actuacions de la Plataforma.

4. Aprovació pla de treball de la PEB

Caldria confeccionar un document molt genèric anomenat pla d'actuació o pla de treball per ser el marc dels futurs treballs de comissions.

5. Aprovació de la pàgina web

Prèvia l'acceptació de la Junta, caldria donar el vist i plau a la pàgina i començar la campanya 1X4 per tal de fer socis.

Cal transmetre als nous associats els elements i el funcionament de la pàgina web. Per començar caldria demanar-los hi que enviessin notícies per tal de publicar-les i reenviar-les a tots els associats.

També caldrà buscar la persona que faci d'administratiu, que faci un seguiment de les activitats de la PEB i de les notícies del sector i anar-les publicant periòdicament.

6. Buidat d'estudis, informes i comparatives del sector

Cal fer un buidat d'informes, estudis, comparatives, material sobre el sector (CEE, Ministeri Industria, Ministeri Transport, Generalitat, Bacc, Conbici,...)

Via carta de presentació de la Plataforma, ja des de l'inici caldria recavar a les entitats del sector la màxima informació i documentació. De moment, per tenir-la disponible.

Cal buscar la implicació de les entitats no governamentals del món de ciclisme (federacions de ciclisme, conbici, bacc, ECA i d'altres) en el projecte de la Plataforma. En aquest sentit cal destacar i subratllar la seva implicació bàsica en el nostre projecte. Ha d'haver-hi retorn en aquelles organitzacions que han potenciat la creació de la PEB.

7. Convenis col.laboració

És interessant començar a proposar convenis de col.laboració amb els agents del sector, tant públics com privats. Entitats com Conbici, Bacc, Eca, Universitats, i d'altres han de rebre alguna oferta en aquest sentit. Ni que sigui a nivell institucional. Els acords de col.laboració poden ser tan elementals com facilitar-se informació. Tenir acords signats és un fet que acredita i prova que la PEB és mou i en un inici això és fonamental.

8. Finançament

El tema del finançament és bàsic per la salut de qualsevol entitat o plataforma. Segons el volum dels socis podrà passar-se de mantenir una mínim infraestructura o créixer.

Caldria estudiar si es poden demanar subvencions a l'Administració. Alhora cal buscar espònsors privats per actuacions concretes.

Cal buscar projectes esponsoritzables per proposar-los a les marques més potents. Cal imaginar projectes d'esponsorització.

Una de les formes que pot plantejar-se la PEB, per finançar la pàgina web i la persona que faci d'administratiu és posar anuncis d'empreses a la pàgina web. Permeten uns ingressos econòmics fixes importants. La pàgina es.ciclismo es finança entre d'altres amb aquest sistema. Si s'obta per aquesta forma de finançament cal explicar molt bé als socis que aquests anuncis són una font d'ingressos per la PEB i no tenen res a veure amb favoritismes. Per tant, caldria enviar una proposta a tots els associats per si volen anunciar-se. Com més empreses vulguin anunciar-se, més ingressos i els anuncis han de ser més cars.

9. Programa actuacions de la PEB per sectors

9.1. Sector botigues tallers, distribuïdors i similars

9.1.1 Iva reduït. Donar suport a totes les propostes europees per tenir un iva reduït.

Organitzacions europees del sector com COLIBI (Associació del sector de la bicicleta a Europa) COLLIPED (Associació del sector de components i accessoris dels vehicles de dues rodes), ETRA (Associació europea de minoristes de bicicletes) i ECF (Federació de Ciclistes Europeus) proposen reduir l'IVA de les bicicletes, dels productes relacionats i dels serveis derivats atenent a la funció social d'aquesta.

En distintes ocasions la Unió Europea ha manifestat la necessitat de prestar especial atenció a la reducció de l'IVA en les polítiques comunitàries, com les relatives a protegir el medi ambient, a millorar la mobilitat o en aquells serveis que compleixin una funció social. (...) La Comissió Europea el juliol de 2008 va presentar una proposta per modificar la normativa comunitària sobre l'IVA, per la qual s'autoritzaria als Estats membres a ampliar de manera permanent el tipus reduït (el 7% a Espanya) a una llista de serveis d'entre els quals destaquen: els productes utilitzats per a la contracepció i els productes de protecció higiènica absorbents, els productes i aparells destinats al usos de les persones amb discapacitat i la reparació d'articles com sabates, ordinadors, rellotges i bicicletes.

Entitats com CONBICI i el BACC porten temps treballant aquests temes.

L'IVA reduït hauria de ser una de les campanyes estrelles de la PEB. La nostra entitat hauria de ser la portaveu d'aquesta demanda. L'hauria de convertir en una demanda innegociable. Com més soroll tingui aquesta campanya més reconeixement tindrà la nostra entitat i la farà més present.

No es tracta de demanar si els productes relacionats amb el ciclisme podem tenir un iva reduït sinó quan tindrem l'IVA reduït. Hi ha arguments més que suficients per

justificar-ho. Sostenibilitat, canvi de model de transport, promoció de la intermodalitat, etc.

9.1.2 Ajudes a particulars

A diversos països europeus hi ha programes per incentivar l'ús de la bicicleta pe anar a treballar o convertir-la en el teu medi de transport habitual. Conceptes com la intermodalitat agafant cada cop més força. Aquests programes preveuen ajudes a particulars i promoció vendes com:

Aventatges fiscals, reducció fiscal als quilòmetres que recorris diàriament, com és el cas Holandés que és pot dir que et paguen per anar amb bici, subvencions per a comprar una bici nova (Anglaterra) subvencions de fins a 82 € l'any, per comprar accessoris per a la bicicleta (cadenats, impermeables, llums, etc(Holanda) .

Algunes pàgines on consten campanyes i incentius:

www.unece.org/thepep/en/workplan/candw/candw.htm

www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de/

www.lifecycle.cc/index.phtml?ID1=1422&id=1422

www.eltis.org

www.civitas.eu

www.velo-city2010.com

ec.europa.eu

www.bewussterleben.li

www.mobilityweek.eu

www.gremonapot.si

www.sustrans.org.uk

www.cpnw.newcomweb.demon.com

www.biketowork.be

www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de

www.werradltgewinnt.at

www.radland.steiermark.at

www.app.radland.steiermark.at

www.kamba.hu/index.php

www.thepep.org

www.sustrans.org.uk/what-we-do/active-travel/active-travel-publications

www.cyclekyoto.com

9.1.3 Pla renove

És de tots conegut que els plans renove han estat una forma d'augmentar les vendes del sector de l'automoció, d'electrodomèstics eficients, i d'altres. Es tracta d'utilitzar la mateixa forma.

9.1.4. Central de compres

Hi ha diversos tallers/botigues i petits distribuïdors que han fet moviments per crear una central de compres a l'estil o emulant una de grans dimensions que hi ha a Alemanya. És una forma de comprar directament que hauria de beneficiar a tot el circuit, al productor, distribuïdor, botiga/taller i consumidor.

9.1.5 Iva hora treball taller reduït

Hauria de ser una altra demanda.

9.1.6 Mecanismes de regulació de la competència

En el lliure mercat hi ha mecanismes de protecció davant la competència deslleial o pràctiques deslleials.

Aquesta competència pot venir del mateix sector, i fins i tot, de l'administració amb l'aparició de la bici pública low cost.

Casos com el bicig a Barcelona, amb un impacte econòmic desfavorable importantíssim (encara per quantificar, però que podria fer-se mitjançant el càlcul de la baixada de vendes) en el sector, exigeixen un estudi per part del PEB de si són o no competència deslleial.

En el cas del bicig, malauradament amb efectes col·laterals com el desprestigi de l'usuari ciclista, que afecta al nostre sector. Aquí l'Administració municipal hauria de repensar-se seriosament la seves actuacions. Amb la improvisació dels projectes, falta d'estratègia i previsió, publicació de normatives de difícil o impossible compliment i d'altres desencerts, ha acabat provocant certa criminalització del col·lectiu ciclista. Ciclista i incívic són conceptes propers a Barcelona. Situació que mai hauria d'haver-se produït.

Hi ha experts en competència deslleial que entenen que hi ha una possibilitat de demandar a l'administració per aquesta ingerència que ha trencat els preus del mercat (bici per destrossar a sota casa per 26? euros l'any).

Tot i que hi diverses ciutats ja ha entrat el model de la bici pública (moltes sense tenir la més mínima infraestructura i estratègia a llarg termini) encara n'hi ha d'altres que estan estudiant la seva implantació.

L'Administració majoritàriament ha acabat escollint projectes estrangers desproporcionats i poc respectuosos amb el sector. Que els projectes de bici pública nacionals a Espanya tinguin poca acceptació tot i que s'exportin a l'estranger i a països com Holanda, no deixa de ser un indicador de la falta de criteri. És allò que tot el que ve de fora és millor.

La crítica de la PEB en aquest tema, és fonamental per marcar el perfil d'aquesta organització. Si l'Administració pot seguir imposant bicings com els de Barcelona davant del sector sense parlar de compensacions, sense modificacions en els projectes, sense plantejar la participació del sector, és evident que la PEB no té cap viabilitat.

9.1.7. Estudis de mecànica específics ¿On trobar mecànics de qualitat? Beques a d'estudis a l'estranger, estudis especialitzats i d'altres

L'Administració central i autonòmica ha d'establir programes específics d'estudis de disseny, de producció i de mecànica de bicicletes. Actualment, encara ara hi ha demanda de mecànics qualificats en el sector.

9.1.8 Utilització i reivindicació del logo

Utilització, i reivindicació del logo i de la marca corporativa. Cal vendre i repartir plaques per tots els agents visibles del sector. Cal fer proselitisme.

9.2. Sector fabricants, productors i assembladors

9.2.1 Simplificació legislació i establiment de criteris d'homologació CEE

Cal actualitzar i simplificar les legislacions relacionades amb el sector en tots els àmbits d'aquest, i amb el tema de les homologacions cal ubicar-se en clau europea definitivament. En aquest tema la Plataforma de la mà de la ECA ja han fet passos importants. Si estan publicats, és imprescindible fer-ne la màxima difusió per tal que els sector entengui les aventatges de l'existència de la PEB.

Determinades traves burocràtiques han de desaparèixer. No pot ser que encara avui homologar una bicicleta sigui tota una aventura, on per exemple, la demora de la rubrica d'un funcionari de Madrid, perquè està malalt, pugui provocar tenir un container de material paralytitzat durant mesos a Duanes. Que l'Administració no col·labori és greu, però que posi falques és inadmissible.

9.2.2 Subvencions nacionals i autonòmiques

De la mateixa forma que hi ha subvencions en sectors com l'automoció ara hi ha la conjuntura perfecte per començar a subvencionar el nostre sector. El previsible creixement de l'emergent sector de la bicicleta elèctrica, la potencialitat del creixement del sector cicloturisme (tot i la falta de plans estratègics) i del canvi en el models de transport ens indiquen aquesta necessitat.

9.2.3 Consorci d'exportació

La creació d'un o més consorcis d'exportació de fabricants de productes relacionats amb el ciclisme és una vella aspiració i ja s'han fet diversos intents. Segons l'ICEX encara no n'hi ha cap d'aquest sector. Aquesta és una de les formes més eficients d'associar productors nacionals per fomentar les exportacions. Les avantatges passen pel pagament per part de l'Administració del 45 o 50 % de moltes de les despeses (publicitat, viatges, fires i d'altres).

Un consorci pot crear-se a partir de quatre empreses i pot ser tan gran és vulgui. En l'actualitat hi ha consorcis molt importants en branques com l'electrònica, tèxtil, etc.

Es crea una nova societat formada per les empreses que s'han consorciat que passen a exportar con una sola empresa a l'estranger.

És una forma real i efectiva de subvencionar la producció nacional.

9.2.4 Plans renove i plans d'ajuda

És de tots conegut que els plans renove han estat una forma d'augmentar les vendes del sector de l'automoció, d'electrodomèstics eficients, i d'altres. Es tracta d'utilitzar la mateixa forma.

9.2.5 Recuperació memòria històrica

Recuperació memòria històrica significa enter d'altres, la reivindicació dels ciclistes, de les curses mítiques, dels fabricants de components, de fabricants de marques nacionals que han sobreviscut i de les nombroses que han desaparegut. Cal recordar que el sector té una història important.

Sobre aquest extrem hi ha un interès en fer un museu de la bicicleta. Seria interessant tenir un primer contacte i oferir la col·laboració que sigui via conveni, o altres instruments.

9.2.6 Regulació de la qualitat dels productes i lluita contra els productes escombraria

La possible supressió de l'antidúmping xinès, tindria diversos efectes en el sector. Per un costat podria baixar part del preu de components i bicicletes d'importació asiàtica, que són la majoria. Per l'altra i des del mateix origen, podria comportar l'entrada de productes de pèssima qualitat i de preu irrisori. Atès que tota bicicleta venuda a Espanya ha d'estar homologada i complir la normativa una de les opcions de la PEB és exigir el control de que tots els productes estiguin homologats i en cas de que no estiguin s' enretirin de la venda.

Que la PEB tingui ho reguli un segell de qualitat és una línia interessant de treball.

9.2.7 Clústers

Caldria estudiar les avantatges de fer els famosos clústers. A nivell Catalunya hi ha una pàgina web sobre motociclisme anomenada clúster del motociclisme.

9.2.8 Campanyes de revalorització dels nostres productes

Un exemple paradigmàtic és que marques com ORBEA i BH, per posar un exemple, tenen més prestigi a fora d'Espanya que a Espanya. Com és que encara hi ha productors que per vendre aquí amaguen que fabriquen aquí? Aquestes preguntes només es podem respondre per la senzilla raó que encara existeixen molts tòpics sobre qualitats i marques.

Hauria de ser una tasca de la PEB posar una mica de llum sobre l'origen i qualitats de la majoria dels nostres productes, per intentar tendir cap a la seva revalorització. A

Alemanya el fabricat a Alemanya té molt més prestigi que el forani. Les etiquetes amb la bandera alemanya amb el made in deutschland (o com es digui) són molt grans i visibles a totes aquestes bicicletes. Aquí estem a anys llum d'aquesta valorització, però cada cop hi ha més fabricants mereixedors d'aquest prestigi. Per tant no deixa de ser un objectiu obligat de la nostra entitat

9.3. Sector vendes online

Cal començar a pensar si és possible una mínima regulació online. En aquest tema, els fabricants i distribuïdors tenen la paella pel mànec atès que poden fixar preus mínims i orientatius, que de no complir-se, poden significar el deixar de poder ser part de la cadena de distribució.

Aquest sector de vendes no para de créixer i té una potencialitat encara desconeguda. Només cal mirar l'augment anual de les xifres de vendes online.

En ocasions determinades empreses cauen en el parany de la guerra de preus mínims. Arriben a ratllar l'absurd del mínim guany, o no guany, per ser el més econòmic dels venedors i guanyar quota de mercat. Cal buscar mecanismes per aturar aquestes pràctiques via acords de preus mínims amb productors i distribuïdors. Cal reivindicar i valoritzar els productes i serveis del sector. Els preus escombraria perjudiquen globalment a tot el sector i només beneficien a l'usuari.

Internet ha de provocar un efecte positiu i beneficiós a tots els segments del sector.

9.4. Sector cicloturisme

Aquest sector específic hauria de ser en pocs anys el de més impacte econòmic del nostre sector en general. Si les polítiques es fan correctament tot ho indica.

És un sector encara molt indeterminat. A nivell europeu, hi ha dades macroeconòmiques del seu impacte que són senzillament al·lucinants. A la fira d'Eurobike 2009 en una conferència sobre el seu impacte econòmic va explicar-se que concretament a Alemanya mou més aquest sector que el sector vendes de ciclisme. Hi ha un PDF disponible en Alemany sobre les dades i magnituds.

El que és evident, és que aquest sector té aquest volum per una inicial existència de carrils bicis i per la planificació i execució de polítiques enfocades a tal efecte. Les infraestructures sobretot de retolació, rutes, guies, pàgines online globals i totalment organitzades i coordinades han permès aquest miracle que pot centrar-se a Alemanya, Austria i Suïssa.

A Suïssa, el projecte veloland, pla iniciat ara fa 10 anys per planificar i coordinar el turisme de senderisme, ciclisme, patinatge i piragüisme, executar les obres de les vies i rutes, retolar amb el mateix grafisme totes les rutes, coordinar i organitzar tot els agents, administracions, agències, empreses de lloguer, botigues, restaurants, hotels, granjers i moltíssims més, ha estat una feina descomunal de moltes entitats públiques i privades, i dels agents del sector, que ha esdevingut el referent mundial.

La pàgina de Veloland, permet amb l'eficàcia suïssa tenir el coneixement de les rutes, travessar aquest país patinant, remant, rodant (bici carretera, btt, bici elèctrica), tenir

planificat pernoctacions i suports per tots nivells econòmics (pots dormir a pallers i hotels de luxe) tot des d'una única pàgina.

Diverses agències alemanyes de cicloturisme organitzen tantes rutes planificades que han organitzat fins i tot rutes per Espanya. És preocupant que en l'actualitat hi ha rutes a la península que només gestionen empreses estrangeres. És una dada que ens ha de fer pensar.

Segons un estudi de Conbici, un elevat tan per cent dels europeus consideren que la península no està preparada per fer cicloturisme. Tot i que, de segur, és el país que té potencialitat, per varietat, paisatge, rutes, amplies zones no poblades (al Centre d'Europa és molt poblat i no hi ha les extensions no habitades de la península).

No pot entendre's com en l'actualitat són ciclables en tota l'extensió el Danubi, el Rin i d'altres. En canvi l'Ebre no ho sigui en tota l'extensió. Hi ha una dada que cal analitzar, són pocs els Alemanys i Austriacs que no han fet un recorregut per aquest riu i fem l'exercici de pensar amb les potencialitats per exemple de l'Ebre.

9.5 Sector media, curses, competició, fires i similars

Hi ha un volum important de revistes sobre ciclisme. No és comparable amb l'extensíssima varietat de revistes europees, on hi ha revistes específiques de bici que arriben al segment de bici urbana, plegable i recumbent.

La iniciativa privada, amb poc recolzament de l'administració ha fet aportacions substancials en el sector de curses, events, rutes, competicions, al reduït mapa de rutes.

L'impacte social i econòmic de curses com el Cabrerès, rutes com Pedals de Foc, la Titan i tota la resta que han aparegut posteriorment no ha estat suficientment quantificat i valorat.

Cal determinar les demandes específiques que pugui tenir aquest sector per incorporar-lo a la nostra Plataforma.