

REPORTATGE

Un comerç urbà, de qualitat, associat i compromès amb la ciutat



El model comercial de Granollers funciona i molt bé, les dades ho posen de manifest. Segons la Direcció General de Comerç de la Generalitat i l'Institut d'Estadística de Catalunya els indicadors de clima comercial urbà de Granollers estan per sobre de la mitjana de Catalunya en el tercer trimestre del 2005.

Mentre el saldo de la marxa del negoci es valorava amb el 30,7 % a nivell català, a la ciutat era del 48,6 %, amb cap comerciant (0 %) que assegurés haver tingut una evolució negativa.

I les expectatives per al semestre següent també eren més positives a la ciutat (28,6 %) que a Catalunya (15,1 %).

“Tenim un comerç urbà de qualitat que treballa bé i l'Ajuntament ha de fer tot el possible per impulsar la millora en tot el comerç de la ciutat”, afirma Jaume Profitós, regidor de Promoció Econòmica, Comerç i Turisme. El motiu és que “la incidència del comerç va més enllà del compte d'exploració. Va lligat amb el model de ciutat, una ciutat mediterrània, oberta, on es fa relació social al carrer”.

En aquest sentit, les polítiques de l'Ajuntament en matèria de comerç van lligades, entre d'altres, a potenciar l'espai per a les persones que van a peu. És previst durant aquest 2006 afegir dos trams més a l'illa de vianants: el carrer de les Travesseres i la seva continuació en Espí i Grau i el tram del carrer Catalunya que llinda amb Travesseres.

Una altra operació important és la creació de més places d'aparcament perquè hi hagi rotació a les diverses zones comercials. S'està construint un nou aparcament de concessió privada al sud de la ciutat, al carrer Calderón de la Barca amb Colón, mentre que a la zona del Comerç de Dalt és previst adequar l'antic edifici de Can Baulenas com a pàrquing privat. D'altra banda, per mantenir aquest model de ciutat compacta, a finals del 2003, l'Ajuntament va aprovar el Pla d'ordenació d'equipaments comercials (POEC), que regula la implantació d'equipaments comercials grans i mitjans. En aquest mateix

sentit, el Parlament de Catalunya va aprovar el desembre passat el projecte de Llei d'equipaments comercials que disposa que tot nou equipament comercial s'ha de fer en la trama urbana consolidada, allà on viuen les persones. Aquesta nova llei aposta per un model d'urbanisme comercial sostenible i proper al ciutadà i consolida el Pla territorial d'equipaments comercials.

Més enllà de la funció comercial

“El comerç del segle XXI ha de ser un comerç urbà, de qualitat, cooperatiu entre ell, o sigui, associat, i compromès amb la ciutat”, assegura Jaume Profitós. Per aquest motiu l'Ajuntament treballa per dinamitzar comercialment la ciutat. Des de fa deu anys, Gran Centre Granollers està fent una tasca molt important potenciant el comerç implicat socialment i per això ha rebut diverses distincions, com ara el Premi a la Iniciativa Comercial 1998 de la Generalitat, el Premi Nacional de Comerç Interior de 1999 del Ministeri d'Economia i Hisenda, el Premi Intur de Turisme 1999, el Premi de Dinamització Comercial 2001 de la Cambra de Comerç o el Premi Pimes a la millor iniciativa comercial 2002. Fins i tot la Universitat Metropolitana de Manchester (Anglaterra) ha agafat la tasca de l'associació com a referent de bones pràctiques comercials per estendre aquest model a diverses ciutats angleses. Membres de la junta de Gran Centre, que presideix Amadeu Barbany, van ser a Birmingham al setembre i a Manchester al novembre per explicar el projecte a alcaldes anglesos i també representants de nombrosos països han visitat la ciutat per conèixer l'experiència, batejada amb l'eslògan “Ciutat, comerç i cultura”.

Gran Centre es va crear amb l'objectiu de “recuperar la ciutat per a les persones”, que implica vertebrar l'illa de vianants, sense la qual no es pot imaginar avui el centre de Granollers. El treball l'han fet en tres eixos: la ciutat mediterrània, on la vida es fa al carrer; la cultura, aportant recursos i també fent-ne (per exemple, creant una companyia de teatre o recuperant tradicions com el cagatió popular); i el comerç entès no només com un fet econòmic sinó també com un fet ciutadà. Posteriorment han ampliat els eixos de treball incloent el compromís, la solidaritat i la participació. L'associació té 310 associats i una targeta de crèdit que tenen més de 16.000 famílies, que utilitzant-la generen recursos per a fer activitats i ser solidari. El 2004, amb el 0,7 % dels diners de les compres (15.000 €), i amb la

“la incidència del comerç va lligada amb el model de ciutat, una ciutat mediterrània, oberta, on es fa relació social al carrer”