

EL COMERCIAL

JOAN GUÀRDIA (HMG)

cidint amb la celebració del seu XXV aniversari, segons el projecte de l'arquitecte **Salvador Matas**, i que van afectar el recinte en general i les corresponents parades interiors: 12 de carn, 9 de fruita i verdura, 7 cansaladeries, 6 de xarcuteria i embotits, 7 de caça i polleria, 12 peixateries, 5 de peix salat, 2 de restes, 1 de llegums i cereals, 2 de pa, 4 de productes alimentaris, 1 drogueria i 2 bars. Altres mercats d'iniciativa privada, com el Sant Miquel a l'avinguda de Francesc Macià, el Mercat Nou al carrer de Roger de Flor o les Galeries Sant Esteve a l'avinguda del mateix nom, no han tingut tant d'èxit com el Mercat de Sant Carles.

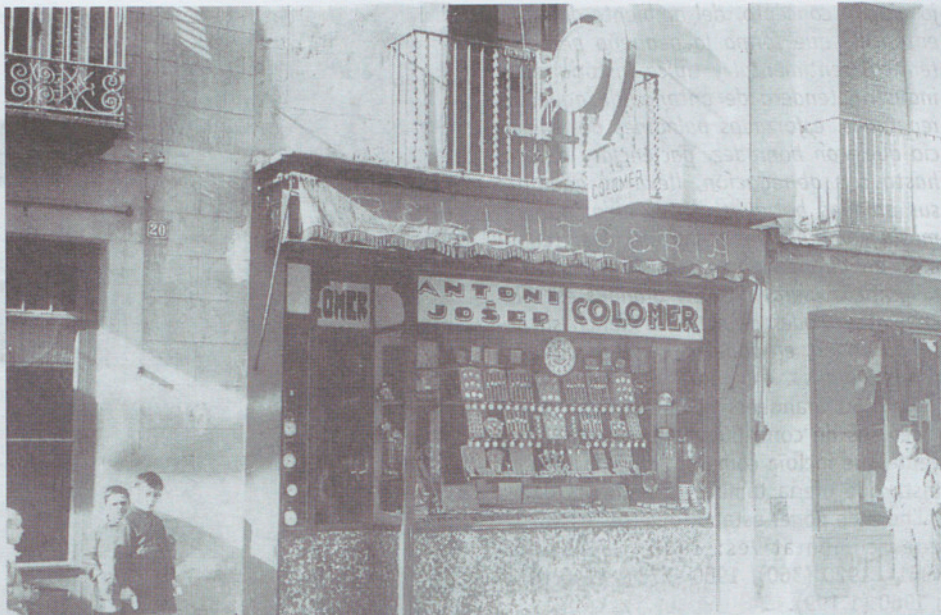
■ **ANYS 70 I 80: ES VAN ESTABLIR LES NOVES BASES COMERCIALS I VA NÈIXER LA UNIÓN DE BOTIGUERS.** El Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Direcció General de Comerç Interior i Consum de la Generalitat de Catalunya realitzà, el 1987, un estudi sobre les activitats del comerç a Granollers i rodalies. El treball, obra d'**Antoni Soy, Jaume Gallifa, Gonçal Lax, Josep Lloret i Luíís Ferran** posava a consideració aspectes com "L'oferta comercial i de serveis", "El comerç majorista", "El comerç ambulant", "L'estructura urbana del comerç i dels serveis", "La demanda comercial i els hàbits de compra", "Les relacions entre l'oferta i la demanda" i "Les línies d'actuació".

Segons les dades analitzades, l'estudi en qüestió ofería, pel que fa a Granollers concretament, l'anàlisi d'un total de 1.382 establiments que es repartien de la següent manera: alimentació (38,8%), vestit i calçat (16,8%), equipament de la llar (12,4%), cultura i lleure (10,7%) i resta de sectors (21,2%). L'estudi remarcava entre d'altres coses que els establiments comercials minoristes de Granollers es caracteritzaven per la seva reduïda dimensió, ja que només un 15,4% disposava de més de 80 m². Una superfície que augmentava considerablement en el cas dels concessionaris de cotxes o locals per a maquinària i subministrament.

En aquestes dates, el comerç, amb un ratió de 29 establiments per cada 1.000 habitants, superava amb escreix ciutats com Sabadell, Mataró o, fins i tot, Barcelona. Del total dels locals (un 40% d'ells especialitzats en alimentació) el grau de concentració en la zona centre era molt gran, ja que el 41% es localitzava especialment al triangle format pels carrers d'Anselm Clavé, Sant Roc i Santa Esperança, fet que coincidia amb el que fou el recinte antic i el seu primer eixample.

Altres trets característics destacats foren:

- 1.— Els establiments i centres es concentraven sobretot al llarg de la carretera.
- 2.— S'havia produït una profunda reforma de locals.
- 3.— El cost per metre quadrat continuava sent molt elevat.
- 4.— Les galeries no donaven el resultat esperat.
- 5.— Van aparèixer les primeres firmes franquiciades.



La Relotgeria Colomer del carrer Anselm Clavé, l'any 1930.

ARXIU FAMILIA MONTAÑA



Confecions Montaña (1867).

La zona centre de la ciutat i de la carretera (plaça de la Corona-carrer de Torras i Bages) era coneguda amb els noms de mil·la d'or comercial i paradís comercial. Els carrers més comercials eren ja, tot recordant el marc geogràfic del mercat del dijous, dia comercial per excel·lència durant moltíssims anys a la ciutat, Josep Anselm Clavé, Sant Roc, Santa Anna, Santa Esperança, plaça de les Olles, plaça de Maluquer i Salvador...

Granollers, com ha vingut sent sempre fins ara, continuava sent elegida, com a capital de la comarca, per un gran nombre de visitants de tot el Vallès Oriental, fent-se cèlebre la frase de «*sort n'hi ha de la comarca que ens visita*», amb gent procedent de nuclis amb un important nombre d'urbanitzacions de segona residència situades a poblacions com Lliçà d'Amunt, Lliçà de Vall, Santa Eulàlia de Ronçana, Caldes de Montbui, Sant Feliu de Codines, Bigues i Riells,

ARXIU FAMILIA SITJES



Sastreria Sitjes (1874).

Sant Celoni, Vallgorguina, Vilanova del Vallès, Llinars, Cardedeu, Sant Antoni de Vilamajor, Sant Pere de Vilamajor, Cànoves, Canovelles, l'Ametlla del Vallès... A l'hora de valorar els punts positius de la força comercial de Granollers es tenien en compte aspectes com: preus satisfactoris i tracte directe en un marc de ciutat agradable, gran nombre d'establiments, assortiment de qualitat, modernització...

Pel que fa als motius considerats més importants per anar a comprar al centre comercial de Granollers, aquests eren: gran concentració de comerços del mateix tipus, àmplia gamma d'establiments i la coincidència —en alguns casos— amb el mercat del dijous, tot i que el dia de més afluència era i és encara dissabte a la tarda. L'estudi reflectia també que les bones comunicacions dels serveis públics, la facilitat d'aparcament, les zones de vianants —hi havia coincidència general en què ha-