

nollerines (Gran Centre, del Rec al Roc...) han promocionat un model de ciutat en el que la cultura i la festa estan estretament relacionats amb el comerç, aconseguint animar els carrers i places.

9.— L'Illa de Vianants dels caps de setmana i festius ha proporcionat un espai central fonamental per gaudir del passeig, la festa, el comerç...

10.— Als barris destaquen gran quantitat d'establiments alimentaris de subsistència, absolutament indispensables per al servei al veïnat.

■ **PUNTS FEBLES: MANCA D'APARCAMENTS, DAVALLADA DEL SECTOR ALIMENTARI...** Pel que fa a les deficiències, des del Pla Estratègic es remarcaven algunes línies de caràcter general i s'assenyala que «les mancances destacades en l'urbanisme de la ciutat, els aparcaments o el mateix individualisme del botiguer i la seva poca predisposició als canvis, sobretot als barris, són aspectes massa importants encara, per esdevenir prou competitiu enfront l'oferta exterior tan significativa que ens envolta».

Segons això, els punts febles que presentava el comerç granollerí eren:

1.— Els problemes en la circulació interna i l'accessibilitat a la ciutat, sobretot al centre, no ajuden en absolut al desenvolupament comercial.

2.— Manca de promoció, un problema imputable al propi sector comercial com a l'Administració que ha estat poc activa en la publicació de la ciutat.

3.— L'urbanisme no ha afavorit gens el comerç. Hi ha poques zones de vianants, sovint l'enllumenat és insuficient...

4.— Davallada del sector alimentari, provocant que els granollerins tendixin a fer les seves compres fora de la ciutat.

5.— Preocupació per causa de la falta d'habitants al centre de la ciutat.

6.— Tot i els casos d'algunes honroses i conegudes excepcions, encara hi ha un gran nombre de botiguers escèptics i reticents a col·laborar amb les associacions de la seva zona, provocant que aquestes no disposin dels suficients recursos per esdevenir vertaderament potents.

7.— Comerç de barri poc professionalitzat.

8.— El comerç no alimentari i el no especialitzat té greus problemes de subsistència.

Com es pot comprovar, alguns d'aquests punts més significatius, tant pel que fa als punts forts com als febles, continuen estant cinc anys després de plantejats de plena actualitat i en alguns casos en evident camí de recuperació: coneixement comercial general de la ciutat, puixança de l'associacionisme, professionalització dels botiguers... En d'altres casos, però, les diferències comercials a diversos barris i



Els del Rec al Roc amb una de les seves activitats.

zones es fan més evidents cada dia, sense oblidar tampoc la pressió a la qual sotmeten les gran superfícies comercials tant al petit i familiar comerç del centre com dels barris, o la força de la totpoderosa Barcelona, on acostumen a comprar sovint uns quants granollerins i vallesans.

La diagnosi de la realitat comercial de Granollers, segons l'anàlisi feta des de l'Ajuntament per elaborar el Pla Estratègic el

1997, coincideix, en bona part, amb les línies generals que en aquest sentit presenta també l'estudi elaborat pel Gabinet Gaudi a petició de la regidoria de Promoció Econòmica i Comerç el 2001 amb el Programa d'Orientació per als Equipaments Comercials de Granollers que, una vegada entri en vigor, ha de servir per marcar les línies d'actuació (veure apartat sobre la situació actual del comerç a Granollers).