

IMPACTE URBÀ DELS CENTRES
I GRANS SUPERFÍCIES
COMERCIALS DE LA CIUTAT DE
BARCELONA

VOLUM 1 – MEMÒRIA

ABRIL 2017

aquidos 

IMPACTE URBÀ DELS CENTRES I GRANS SUPERFÍCIES COMERCIALS DE LA CIUTAT DE BARCELONA

Coordinador: Jaume Barnada

Equip redactor: AQUIDOS Arquitectes (Carles Bárcena, Núria Garcia, Aleix Jané i Oriol Marín, arquitectes).
Ricard Gratacòs, arquitecte i antropòleg.
amb el suport d' Albert Mariné, Víctor Lozano i Alexandre Canyelles, estudiants d'arquitectura.

Aquest estudi ha comptat amb la col·laboració de:

Direcció de Comerç i Consum: Laura Vilella
Encarna Palma

Direcció de Planejament: Amelia Mateos
José Antonio Tajadura
Josep Alió

Direcció de Serveis de Mobilitat: Carles López
Joe Fontova

Departament de Llicències d'activitats: Cristina Polo

Direcció de Comerç de la Generalitat de Catalunya: Montserrat Gallardo
Àngela Daura

ÍNDEX DEL DOCUMENT

0. INTRODUCCIÓ	6
0.1. ANTECEDENTS	7
0.2. OBJECTE i OBJECTIUS DEL DOCUMENT	8
1. PRIMERA PART	10
ESTAT ACTUAL DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS A BARCELONA	10
1.1. DEFINICIONS, CATEGORIES I EMPLAÇAMENT DELS GRANS ESTABLIMENTS COMERCIALS	11
1.2. MARC JURÍDIC DE REFERÈNCIA	14
1.2.1 Marc jurídic autonòmic	14
1.2.2 Marc jurídic metropolità	22
1.2.3 Marc jurídic municipal	28
1.2.4 Taula síntesi de les condicions d'implantació i règim de llicència dels establiments comercials	34
2.1. FITXA DESCRIPTIVA DELS CENTRES COMERCIALS DE BARCELONA	38
2. SEGONA PART	42
CRITERIS, FACTORS I ESTIMACIÓ DE L'IMPACTE URBÀ DELS CENTRES COMERCIALS I GRANS SUPERFÍCIES DE BARCELONA	42
2.1. LÒGICA D'IMPLANTACIÓ DELS CENTRES COMERCIALS DE BARCELONA	45
2.2. CARACTERÍSTIQUES MORFOLÒGIQUES I PAISATGE URBÀ	52
2.3. USOS DELS CENTRES COMERCIALS I RELACIÓ AMB ALTRES USOS I ACTIVITATS	57
2.4. IMPACTE POTENCIAL DE LA LEGISLACIÓ VIGENT EN MATÈRIA DE COMERÇ SOBRE ELS TEIXITS URBANS (PECNAB)	68
2.5. MOBILITAT SOSTENIBILTAT	72
2.6. ESTUDI DE CASOS: 10 centres comercials i un eix comercial central	78
TERCERA PART	152
CONCLUSIONS I RECOMANACIONS	152
BIBLIOGRAFIA	160

0. INTRODUCCIÓ

IMPACTE URBÀ DELS CENTRES I GRANS SUPERFÍCIES COMERCIALS DE LA CIUTAT DE BARCELONA

0.1. ANTECEDENTS

Les ciutats han estat tradicionalment l'espai privilegiat de l'intercanvi comercial. En l'imaginari compartit dels ciutadans europeus, l'activitat comercial és indissociable de la pròpia idea de ciutat i de la vida urbana.

Barcelona és majoritàriament una ciutat densa i compacta, en què la presència de teixits amb usos mixtos té una presència destacada. La funció residencial es combina amb la funció comercial en planta baixa en gran part dels teixits urbans, fet que afavoreix la configuració d'una ciutat en què les persones poden realitzar les seves compres quotidianes i no quotidianes d'una forma pròxima a la seva residència. L'arquetip d'aquest tipus de ciutat es troba en teixits com l'Eixample Cerdà on la combinació d'oficines, habitatge, comerços grans i petits, edificis representatius i institucionals suma una mescla d'usos diversos i la imatge d'una ciutat rica i plural urbanament. La iniciativa pública contribueix en la creació de pols d'abastiment de productes frescos i quotidians mitjançant una xarxa de mercats municipals.

Durant la segona meitat del segle XX, les ciutats europees van experimentar un augment i diversificació de l'oferta comercial que es va traduir en la implantació de nous formats comercials que es van constituir paral·lels, i de vegades com a catalitzadors, d'un canvi en els hàbits de compra de la ciutadania.

Els grans magatzems començaren a poblar les ciutats de tot el món, i també van arribar a la nostra ciutat. El primers grans magatzems de Barcelona van obrir les portes al Portal de l'Àngel de la mà de la família Jorba, i de mica en mica, la ciutat va veure com es desplegaven sobre el seu territori més establiments d'aquest tipus (El Àguila, El Siglo, Magatzems Alemanys, El Barato, el SEPU, Sears) fins a l'obertura del primer El Corte Inglés a la plaça de Catalunya l'any 1962, empresa que avui és titular de la major part de grans magatzems de la ciutat.

Mentre als centres urbans es desenvolupaven aquests nous tipus de formats comercials, als territoris suburbans perifèrics hi apareixia un altre tipus d'establiment comercial lligat a la mobilitat en vehicle privat. França i els Estats Units van ser els primers països on a partir dels anys 1950 es van inserir centres

comercials als afores de les ciutats que provocaven un canvi d'hàbits profunds en la manera en què les persones duïen a terme les seves compres quotidianes i no quotidianes. Moltes famílies, per omplir la nevera o els armaris de roba, ja no es movien pels carrers i pels comerços de dins de la ciutat on vivien, sinó que agafaven el cotxe i es llençaven fora de la ciutat cap a uns grans espais comercials en què hi havia una gran diversitat d'oferta de productes a uns preus avantatjosos.

Catalunya va veure arribar aquest tipus d'establiments comercials amb un cert decalatge temporal, però la seva presència en el territori es va anar incrementant fins a ser avui molt destacada. L'any 1980 es va inaugurar el primer centre comercial d'Espanya a Barberà del Vallès. Comptava amb més de noranta establiments i un gran hipermercat i va trastocar els hàbits de compra de molts ciutadans. Fins a dia d'avui, la proliferació a Catalunya d'aquesta tipologia d'establiments ha estat contínua, i compta amb un total de 45 centres comercials, la majoria concentrats a l'Àrea Metropolitana de Barcelona que en comptabilitza 35.

Des de l'Administració, donada la importància que ha pres aquest fenomen, s'han promogut diferents legislacions per regular la seva ordenació territorial davant una preocupació latent i constant sobre el seu impacte sobre els teixits comercials tradicionals.

A finals dels anys 1980, la ciutat de Barcelona, veient que l'activitat comercial i l'activitat terciària es concentraven en una mateixa regió de la ciutat (al voltant de La Rambla, passeig de Gràcia i Diagonal), va apostar per generar noves àrees de centralitat per aconseguir una ciutat més equilibrada en tots els àmbits del seu territori. En la majoria dels casos, es va confiar l'activació urbana a la implantació de centres comercials. Els equipaments comercials de gran superfície que s'havien originat fora de la ciutat, s'inserien ara en les pròpies trames urbanes consolidades del municipi.¹ Aquesta decisió era, paradoxalment, una reacció de les autoritats municipals originada arran de la implantació de centres comercials perifèrics. Aquests comportaven el perill de la desertització progressiva del comerç tradicional, problemes de congestió de les vies d'accés i sortida de la ciutat, i un descens de l'activitat econòmica a l'interior del municipi.

Des de l'obertura del primer centre comercial de la ciutat —el Pedralbes Centre, l'abril de 1989— fins a l'obertura de Las Arenas, el març de 2011, a la ciutat s'hi han desplegat un total de deu centres comercials. La presència d'aquests equipaments, segurament per la seva dimensió i capacitat de generar fluxos de gent, planteja de forma omnipresent el dilema sobre com afecten aquestes peces al petit

¹ Boston, l'any 1976, va ser la primera ciutat al món que va veure com els centres comercials s'inserien al centre de la ciutat. Veure Tarragó, M. (1991), p. 90.

comerç tradicional i a la ciutat en general. Se sumen sense més repercussions a l'espectre de tipologies comercials existents o provoquen efectes de fagocitació de l'activitat comercial i desertització dels àmbits comercials tradicionals de la ciutat?

El Consistori de la ciutat, ha emprès amb regularitat iniciatives per conèixer els hàbits de compra dels ciutadans. Aquests estudis són importants per conèixer com s'han modificat i segueixen canviant les tendències en els hàbits de consum de la ciutadania a l'hora de realitzar les seves compres.² Ara bé, quina ha estat la repercussió de l'obertura de tots aquets centres comercials a nivell urbà i urbanístic? Com afecta la implantació de grans superfícies comercials sobre un territori plenament urbà i dens? Quin és l'efecte de la implantació de les grans marques sobre el territori urbà?

La ciutat de Barcelona té en el comerç de proximitat una de les bases del seu model comercial. Es tracta d'un model capaç de donar un servei de proximitat als ciutadans, que genera una activitat econòmica distribuïda per tot el territori, i que reconeix el paper cohesionador i generador d'identitat de l'activitat comercial als barris de la ciutat.

Fruït d'aquestes circumstàncies i per encàrrec de la Direcció d'Estratègia i Cultura de Sostenibilitat de l'Àrea d'Ecologia Urbana, s'ha redactat el present document per establir criteris que permetin avaluar l'impacte urbà dels centres comercials sobre la ciutat.

0.2. OBJECTE I OBJECTIUS DEL DOCUMENT

El present document, com bé indica el seu títol, pretén realitzar una mirada intencionada sobre dos objectes d'estudi per conèixer i avaluar el seu impacte urbà: els centres comercials unitaris i les grans superfícies comercials de la ciutat.

Els centres comercials unitaris de Barcelona són l'objecte principal d'aquest document i els establiments que l'han motivat. La ciutat comtal acull, a dia d'avui, deu centres comercials: Pedralbes Centre, L'Illa Diagonal, Glòries, Maremàgnum, El Centre de la Vila, El Triangle, La Maquinista, Heron City, Diagonal Mar, i Arenas de Barcelona. Es tracta d'espais comercials amb característiques molt diferents entre ells.

El segon objecte d'estudi són les grans superfícies comercials, denominació que aglutina altres edificis i equipaments comercials rellevants de la ciutat—com grans magatzems, mercats municipals—, i àmbits

urbans que per acumulació i concentració d'establiments comercials formen agrupacions de gran superfície comercial en el propi teixit urbà. De fet, determinades agrupacions comercials es poden acabar convertint en una espècie de centres comercials a l'aire lliure de la ciutat, com demostra un darrer cas analitzat en aquest estudi. L'eix Passeig de Gràcia-Portal de l'Àngel funciona com un centre comercial a l'aire lliure que se serveix del suport de la infraestructura pública.

L'estructuració del treball persegueix diferents objectius. En primer lloc, es proposa conèixer i definir l'estat actual dels equipaments comercials de la ciutat. Aquest es basa en l'inventariat dels establiments inclosos en les categories objecte d'estudi, l'anàlisi i la síntesi del marc jurídic regulador del comerç, i la preparació d'unes fitxes que sintetitzen els paràmetres urbanístics fonamentals dels centres comercials.

En segon lloc, el treball analitza i valora diversos criteris i factors que serveixen per avaluar l'impacte urbà dels centres comercials en els teixits urbans on s'insereixen i les activitats urbanes del seu entorn immediat, i sobre el conjunt de la ciutat en general.

En base als criteris i indicadors establerts i analitzats, es fa un balanç sobre les externalitats positives i negatives dels centres comercials, els seus impactes urbans, i la conveniència i oportunitat del seu creixement i desenvolupament.

Finalment, es formulen recomanacions de caràcter general i per a cada cas respecte múltiples òptiques.

²En són clars exemples els estudis sobre els hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials (publicats els anys 1990, 1996, 2003 i 2012), i l'Òmnibus municipal, enquesta d'opinió que realitza la Direcció de comerç trimestralment.

1. PRIMERA PART

ESTAT ACTUAL DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS A BARCELONA

1.1. DEFINICIONS, CATEGORIES I EMPLAÇAMENT DELS GRANS ESTABLIMENTS COMERCIALS

Barcelona gaudeix avui en dia d'una gran diversitat de formats comercials. Com avançàvem a l'inici del treball, el principal objecte d'aquest estudi són els centres comercials de la ciutat i, per extensió, els establiments i àmbits comercials de gran superfície.

Els diferents textos legals amb afectació sobre el comerç categoritzen els establiments comercials i els descriuen.

DEFINICIONS I CATEGORIES³

Grans magatzems. Es tracta d'establiments comercials individuals organitzats per seccions, amb un assortiment ampli i profund, que ofereixen al públic, amb sistema de venda assistida, diferents productes d'equipament de la persona, d'equipament de la llar, articles i serveis diversos; també s'hi poden incloure productes d'alimentació. La seva superfície de venda és generalment superior als 15.000 m².

Centres comercials. Són establiments comercials col·lectius. Es consideren centres comercials, els establiments comercials que es troben situats dins d'un mateix edifici o en dos o més que estan comunicats. Són concebuts, localitzats i gestionats com una única unitat. Segons la seva composició es poden distingir en:

- **Centre comercial unitari.** Són el conjunt d'establiments minoristes, entre els quals hi ha un o diversos mitjans i/o grans establiments que serveixen d'atracció al centre. La seva ubicació, dimensió i tipus de botigues depèn de l'àrea a la qual serveix. Normalment, a més de comerços hi ha establiments de serveis, restauració i lleure, i compta amb una important dotació d'aparcament. Són precisament els centres comercials unitaris, l'objecte d'estudi preferent d'aquest document.
- **Galeria comercial.** Són un conjunt d'establiments minoristes independents que comparteixen un espai comú de circulació i determinats serveis. Les galeries comercials poden constituir per si mateixes un establiment comercial col·lectiu o estar integrades dins d'un establiment comercial col·lectiu. No s'han tingut en consideració en aquest estudi, donat que la seva superfície no és molt gran.
- **Mercat municipal i mercat de marxants.** És un establiment comercial col·lectiu de titularitat pública, que disposa de serveis comuns i requereix una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. El mercat està format per un conjunt de locals comercials, fonamentalment d'alimentació perible en

³ Definicions del DECRET 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials.

règim de venda personalitzada, sense que cap de les empreses o grup d'empreses que els exploten pugui ocupar més del 60% de la superfície de venda del conjunt del mercat.

És interessant subratllar que la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) fa una categorització⁴ dels centres comercials segons siguin:

FORMATS TRADICIONALS:

- MG Centre comercial molt gran. Centre amb més de 79.999 m² de superfície bruta arrendable (SBA)⁵
- GR Centre comercial gran. Centre entre 40.000 m² i 79.999 m² de SBA
- ME Centre comercial mitjans. Centre entre 20.000 m² i 40.000 m² de SBA
- PE Centre comercial petit. Centre entre 5.000 m² i 19.999 m² de SBA
- HI Centre comercial basat en hipermercat
- GC Galeria comercial. Galeria comercial urbana de fins a 5.000 m² de SBA de característiques notables⁶

FORMATS ESPECIALITZATS:

- PC Parc comercial. Parc d'Activitats Comercials, que tinguin un espai comú urbanitzat, realitzin activitats comercials al detall, i estiguin formats, principalment, per mitjanes i grans superfícies.
- CF Centre de fabricants (Outlet). Centre comercial, d'ubicació normalment perifèrica o en zones turístiques, integrat per una agrupació de botigues de fabricants i marques, que venen amb descompte seus propis productes
- CO Centre d'oci. Centre Comercial integrat fonamentalment per establiments destinats a l'oci, la restauració i el temps lliure, que té habitualment un complex de cinemes com a locomotora principal.

⁴ Consultat a la pàgina de la AECC el 22/02/2017. Enllaç: <http://directoriocentroscomerciales.aedec.com/terminologia>. Les descripcions estan extretes del mateix web.

⁵ La superfície bruta de lloguer inclou la superfície de venda, magatzems, oficines i locals tècnics. No inclou ni aparcament, ni patis de càrrega i descàrrega ni zones comunes.

⁶ Segons la mateixa AECC, el marc europeu no reconeix les galeries comercials com a centres comercials.

INVENTARI I UBICACIÓ DE CENTRES I ESTABLIMENTS COMERCIALS DE GRAN SUPERFÍCIE⁷

Presentem a continuació un inventari dels centres comercials, grans magatzems, establiments especialitzats, eixos comercials i mercats municipals de la ciutat de Barcelona. El plànol 1.01 representa la situació de tots aquests equipaments i àrees comercials en la geografia de la ciutat.

Centres Comercials

- 01_Centre Comercial Pedralbes Centre
- 02_Centre Comercial l'Illa Diagonal
- 03_Centre Comercial Glòries
- 04_Centre Comercial Maremàgnum
- 05_Centre Comercial El Centre de la Vila
- 06_Centre Comercial El Triangle
- 07_Centre Comercial La Maquinista
- 08_Centre Comercial Heron City
- 09_Centre Comercial Diagonal Mar
- 10_Centre Comercial Arenas de Barcelona

Grans magatzems i establiments especialitzats

- 01_Botiga FNAC Arenas de Barcelona
- 02_Botiga FNAC La Maquinista
- 03_Botiga Wala
- 04_El Corte Inglés Can Dragó
- 05_Botiga Decathlon Plaça Vila de Madrid
- 06_Botiga FNAC El Triangle
- 07_Botiga FNAC Illa Diagonal
- 08_El Corte Inglés Avinguda Portal de l'Àngel
- 09_El Corte Inglés Plaça Francesc Macià
- 10_Botiga Decathlon Illa Diagonal
- 11_Botiga Bauhaus Passeig Zona Franca
- 12_El Corte Inglés Avinguda Diagonal
- 13_El Corte Inglés Plaça Catalunya
- 14_Servei Estació Aragó
- 15_Botiga FNAC Diagonal Mar

Eixos comercials

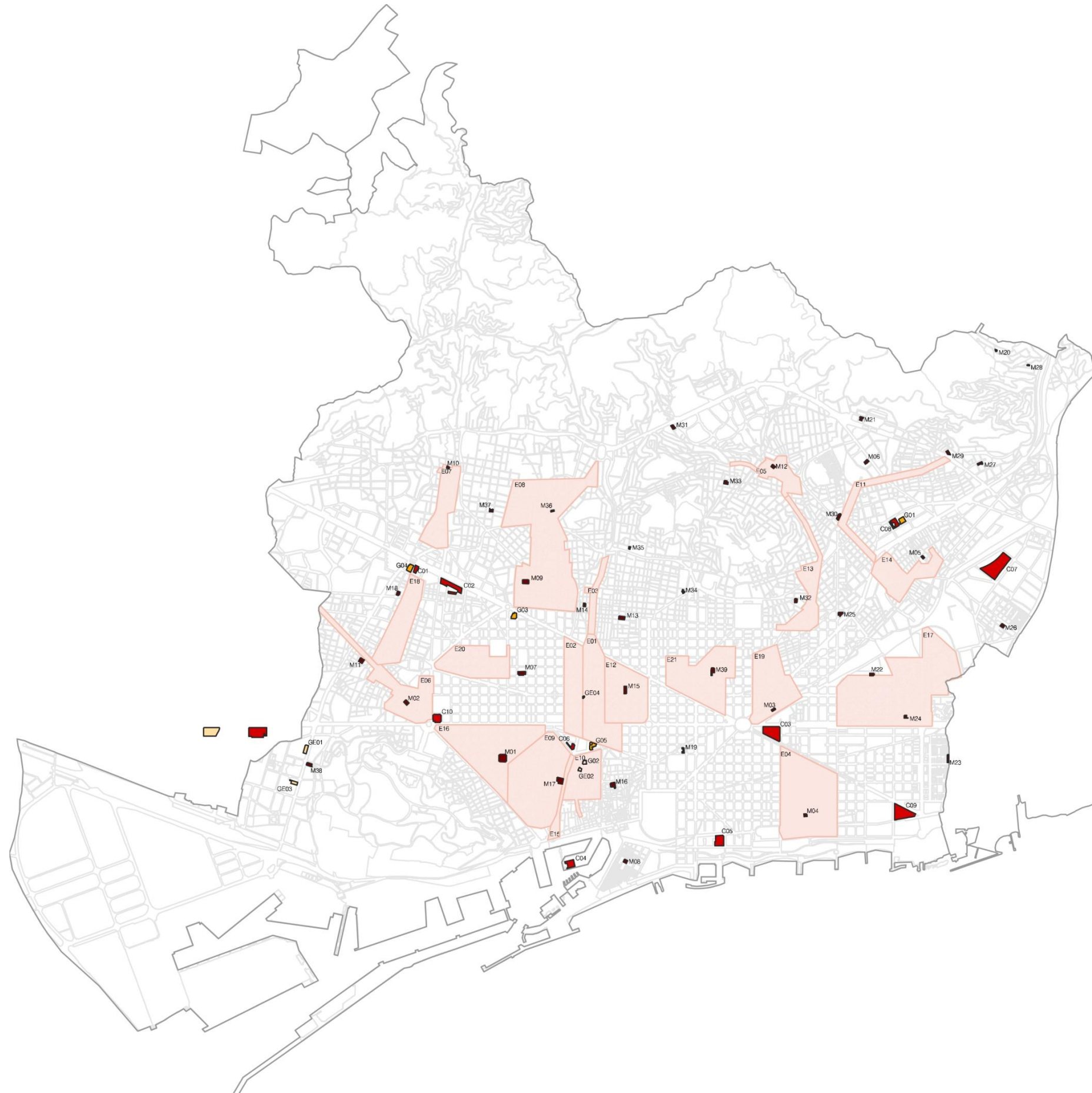
- 01 Passeig de Gràcia
- 02 Rambla de Catalunya
- 03 Gran de Gràcia
- 04 Poblenou
- 05 El Cor d'Horta i Mercat
- 06 Creu Coberta - Sants Establiments Units
- 07 Sarrià
- 08 Sant Gervasi, Barnavasi
- 09 Raval
- 10 Barna Centre
- 11 Nou Barris Centre Comerç
- 12 Cor Eixample
- 13 Eix Maragall
- 14 Sant Andreu
- 15 La Rambla
- 16 Sant Antoni Comerç
- 17 Sant Martí Eix Comercial
- 18 Sants - les Corts
- 19 Eix Clot
- 20 Eix Comercial Nou Eixample
- 21 Sagrada Família

Mercats municipals

- 01_Mercat de Sant Antoni
- 02_Mercat d'Hostafrancs
- 03_Mercat del Clot
- 04_Mercat del Poblenou – Unió
- 05_Mercat de Sant Andreu
- 06_Mercat de La Guineueta
- 07_Mercat del Ninot
- 08_Mercat de La Barceloneta
- 09_Mercat de Galvany
- 10_Mercat de Sarrià
- 11_Mercat de Sants
- 12_Mercat d'Horta
- 13_Mercat de l'Abaceria Central

- 14_Mercat de la Llibertat
- 15_Mercat de La Concepció
- 16_Mercat de Santa Caterina
- 17_Mercat de Sant Josep - La Boqueria
- 18_Mercat de Les Corts
- 19_Mercat del Fort Pienc
- 20_Mercat de Núria
- 21_Mercat de Canyelles
- 22_Mercat de Provençals
- 23_Mercat del Besòs
- 24_Mercat de Sant Martí
- 25_Mercat de Felip II
- 26_Mercat del Bon Pastor
- 27_Mercat de La Trinitat
- 28_Mercat de Ciutat Meridiana
- 29_Mercat de Montserrat
- 30_Mercat de La Mercè
- 31_Mercat de Vall d'Hebron
- 32_Mercat del Guinardó
- 33_Mercat del Carmel
- 34_Mercat de l'Estrella
- 35_Mercat de Lesseps
- 36_Mercat de Sant Gervasi
- 37_Mercat de Les Tres Torres
- 38_Mercat de La Marina
- 39_Mercat de la Sagrada Família

⁷ Segons el Directori de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona (<http://ajuntament.barcelona.cat/comerc/ca/directori-de-comerc/els-eixos-comercials-de-la-ciutat>)



El plànol 1.01 mostra la situació dels grans establiments comercials de la ciutat: centres comercials, grans magatzems, eixos comercials i mercats municipals.

1.2. MARC JURÍDIC DE REFERÈNCIA

A la ciutat de Barcelona, el comerç s'implanta sobre el territori amb condicions determinades per regulacions i cossos normatius de diferents nivells administratius. A continuació s'han sintetitzat aquelles disposicions fonamentals per entendre el grau d'afectació per a la implantació del comerç urbà existent en les lleis i plantejaments autonòmics, metropolitans i municipals.

1.2.1 Marc jurídic autonòmic

Segons l'Estatut d'Autonomia, la Generalitat de Catalunya té competència exclusiva en matèria de comerç i fires,⁸ i correspon a aquesta institució l'ordenació administrativa de l'activitat comercial.⁹ L'Estatut recull que la Generalitat de Catalunya té competència exclusiva sobre la classificació i la planificació territorial dels equipaments comercials, i també sobre el seu règim d'instal·lació, ampliació i canvi d'activitat.¹⁰

Segons l'article 84 de l'Estatut, els governs locals de Catalunya tenen competències pròpies, en els termes que determinin les lleis, sobre la "la regulació de l'establiment d'autoritzacions i promocions de tot tipus d'activitats econòmiques, especialment les de caràcter comercial".¹¹

Durant els darrers anys, s'han elaborat diversos textos normatius que han definit el marc jurídic de l'ordenació dels equipaments comercials, els següents:

- Llei 9/2011, del 29 de desembre, de promoció de l'activitat econòmica. Aquesta llei afecta el Decret Llei 1/2009, del 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials en els següents punts: capítol V del Títol II, en la disposició addicional i en la disposició transitòria sisena.
- Decret Llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials. Com esmentàvem en el punt anterior, es tracta d'una normativa afectada per la Llei 9/2011, del 29 de desembre, de promoció de l'activitat econòmica.
- Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials. Llei derogada segons les disposicions derogatòries del Decret Llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials.
- Decret 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials.

- Decret 379/2006, de 10 d'octubre, pel qual s'aprova el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials. Llei derogada segons les disposicions derogatòries del Decret Llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials.

Normativa afectada per la Llei 9/2011, del 29 de desembre, de promoció de l'activitat econòmica.

Pel present estudi, s'estudia el text consolidat del Decret Llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials, que inclou les modificacions, entre d'altres, de la llei 9/2011, del 29 de desembre, de promoció de l'activitat econòmica. També s'analitza el Decret 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials. A més a més, s'adjunta informació d'alguns dels textos legals ja derogats, ja que s'ha cregut pertinent parlar d'algunes de les seves consideracions. A continuació es van desgranant cadascun dels textos legals d'interès per aquest estudi.

DECRET LLEI 1/2009, DE 22 DE DESEMBRE, D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS¹²

El text estableix el marc jurídic al que s'han d'adequar els establiments comercials dels municipis de Catalunya i té com a principal finalitat l'ordenació dels equipaments comercials¹³ i la simplificació dels procediments administratius seguint la Directiva 2006/123/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior.

L'emplaçament i possible grandària de nous establiments comercials està directament lligada a la mida dels municipis, mirant de trobar una resposta adequada als impactes mediambientals i sobre la mobilitat generada que puguin generar nous establiments comercials. El decret llei estableix que¹⁴:

Municipis de:	Poden acollir establiments
Municipis < 5.000 habitants	≤ 800 m ² de sup. de venda
50.000 habitants < municipis > 5.000 habitants (o assimilats i capitals de comarca)	≤ 2.500 m ² de sup. de venda
Municipis > 50.000 habitants (o assimilats i capitals de comarca)	≥ 2.500 m ² de sup. de venda

⁸Segons l'article 121.1.

⁹Segons l'article 121.1a

¹⁰Segons l'article 121.1.d del'Estatut d'Autonomia.

¹¹Article 84.2i

¹²S'ha analitzat en base al text consolidat publicat al Portal Jurídic de Catalunya, consultat el 27 de gener de 2017. Enllaç:

http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=532585&language=ca_ES

¹³Articles 1 i 2.

¹⁴Decret llei 1/2009, EXPOSICIÓ DE MOTIUS, II.

Pel que fa a la intervenció administrativa, el decret llei concreta el tipus d'intervenció administrativa que ha de regir determinats establiments comercials a partir de superfícies de venda majors de 1.300 m².¹⁵

Establiments	Tipus d'intervenció administrativa
≥ 1.300 m ² de sup. de venda	Comunicat al Dpt. competent en matèria de comerç de la Generalitat de Catalunya. El departament s'encarregarà de vetllar pel control i la verificació de dades mitjançant el mecanisme de declaració responsable.
≥ 2.500 m ² de sup. de venda	Sotmesos a Llicència comercial, en què prèviament es valoraran qüestions específiques relacionades amb l'impacte que generen en el medi ambient, en la mobilitat i en el paisatge

És interessant subratllar alguns dels objectius que persegueixen els principis rectoris del decret llei¹⁶:

"a) L'afavoriment de la cohesió social, entesa com un dels elements que, juntament amb la cohesió ecològica, econòmica i institucional, conformen de manera conjunta i indissoluble la sostenibilitat pretesa, la qual implica necessàriament la prossecució d'equilibris econòmics en lloc del tradicional creixement lineal i acumulatiu; per garantir, en aquest context, l'aprovisionament, la diversitat d'oferta i la multiplicitat d'operadors en un model de ciutat que ofereixi les mateixes possibilitats per a tots els ciutadans i ciutadanes i tots els sectors socials, incloent en aquest objectiu la integració de les situacions de dependència."

"c) La potenciació d'un model de ciutat compacta en què l'ús residencial s'harmonitza amb les activitats comercials i de serveis, per enfortir les estructures comercials com a valors de la cultura mediterrània".

"d) La reducció de la mobilitat per evitar els desplaçaments innecessaris que congestionen les infraestructures públiques i incrementen la contaminació atmosfèrica derivada del trànsit de vehicles".¹⁷

En l'article 5 del text, es defineixen certs conceptes que cal tenir en consideració, ja que són importants en el desenvolupament d'aquest estudi.

El decret llei defineix els *centres comercials* com aquells que "estan conformats per establiments comercials que estiguin situats dins d'un mateix edifici o en dos o més que estiguin comunicats i que hagin estat concebuts, localitzats i gestionats com una unitat".¹⁸

El decret llei també defineix i detalla què cal entendre com a *superfície de venda*:¹⁹ es tracta de "els espais dels establiments comercials en els quals s'exposen les mercaderies, inclosos els espais interns pels quals pot transitar el públic, els espais en els quals s'efectua el cobrament dels articles i/o servei, i la superfície destinada a prestar serveis complementaris relacionats amb els productes adquirits i a la qual pot accedir el públic. També s'ha de considerar superfície de venda l'ocupada per les caixes, la superfície destinada a prestar serveis relatius a informació, al pagament, així com els espais dedicats a l'atenció al públic, i a serveis de reparació o manipulació, en general, dels productes adquirits. En els establiments comercials que disposen de seccions de venda personalitzada, es considera superfície de venda la zona ocupada pels venedors darrera el taulell, a la qual no té accés el públic".

En el mateix punt es detalla aquells espais que no constitueixen superfície de venda, i que per tant, no han de ser considerats dins dels seu còmput. Són els següents:

- 1) La superfície destinada a elaborar productes, quan es faci exclusivament en lloc on no té accés el públic.
- 2) Les superfícies dedicades exclusivament a la restauració, a la comercialització de serveis, a activitats lúdiques en general, i específiques per a infants i guarderies.
- 3) Les superfícies de les zones destinades a càrrega, descàrrega i magatzem, sempre que no siguin accessibles al públic.
- 4) La superfície de la zona destinada a oficines.
- 5) La superfície de la zona destinada a aparcament sempre que no s'hi dugui a terme cap activitat comercial.
- 6) Les superfícies de les zones destinades a tallers, serveis tècnics i de persona on no té accés el públic.
- 7) Les superfícies de totes les zones que siguin vedades a l'accés públic.
- 8) En les noves implantacions d'establiments en format supermercat, hipermercat i superfície especialitzada, la superfície compresa entre les caixes i les portes de sortida, sempre que en aquesta zona no es desenvolupi cap activitat comercial.

¹⁵ Decret llei 1/2009, EXPOSICIÓ DE MOTIUS, II.

¹⁶ Títol preliminar, Article 4.

¹⁷ Decret llei 1/2009, Article 4.

¹⁸ Decret llei 1/2009, Article 5.

¹⁹ Decret llei 1/2009, Article 5. Punt 4.

9) En els establiments comercials de caràcter col·lectiu, s'exclouen, a més, els espais de lliure circulació comuns al públic en general, externs als establiments individuals que en formen part. Aquest precepte no serà aplicable en el cas dels mercats municipals, on sí que computaran els espais de lliure circulació comuns al públic en general.

10) Els lavabos per als clients.

11) La zona ocupada pels sortidors de gasolina annexos als establiments comercials en què l'activitat comercial es compagini amb la venda de carburant.

Al mateix article es defineix la *superfície edificada* com "la suma de totes les superfícies cobertes, corresponents a les plantes que, de conformitat amb les normes sobre ordenació urbanística, tinguin la consideració de soterrànies, baixes i pisos. No computen les superfícies en plantes soterrànies destinades a aparcament o a càrrega i descàrrega".

El decret llei, en el seu Títol I, fa una classificació dels establiments comercials en funció de la seva superfície de venda i de la seva singularitat.²⁰

Per raó de la superfície de venda, els establiments es poden classificar en:

- **Petits establiments comercials (PEC):** establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda inferior a 800 metres quadrats.
- **Mitjans establiments comercials (MEC):** establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 800 i inferior a 1.300 metres quadrats.
- **Grans establiments comercials (GEC):** establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 i inferior a 2.500 metres quadrats.
- **Grans establiments comercials territorials (GECT):** establiments, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 2.500 metres quadrats.

Els centres comercials i centres especialitzats del municipi de Barcelona que són objecte d'estudi d'aquest treball es consideren, doncs, segons la normativa vigent com a Grans establiments comercials territorials. El Títol II del decret llei es dedica a la planificació i l'ordenació de l'ús comercial. És imprescindible fer constar, en primer lloc, la definició del concepte de Trama Urbana Consolidada (TUC). S'inclouen en la Trama Urbana Consolidada d'un municipi els àmbits següents:

- a) Els assentaments de naturalesa complexa configurats pel nucli històric i els seus eixamples on, d'acord amb el planejament urbanístic vigent, l'ús residencial és dominant i compatible amb l'ús comercial.

- b) Les àrees residencials plurifamiliars contínues als assentaments a què fa referència l'apartat a), compreses dins el sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística detallada aprovada i vigent on, d'acord amb el planejament urbanístic l'ús residencial és dominant i els usos comercials estan inserits amb els usos residencials.

- c) Les àrees residencials plurifamiliars no contínues amb les àrees a què fan referència els apartats a) i b), compreses dins el sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística detallada aprovada i vigent on, d'acord amb el planejament urbanístic l'ús residencial és dominant i els usos comercials estan inserits amb els usos residencials, sempre que tinguin una densitat bruta superior a quaranta habitatges per hectàrea.

- d) Les àrees residencials unifamiliars contigües als assentaments o a les àrees a què fan referència les lletres a) ,b) i c), compreses dins el sòl urbà o sòl urbanitzable amb ordenació urbanística detallada aprovada i vigent.

L'article 8 estipula que els municipis majors de 5.000 habitants i les capitals de comarca han de delimitar gràficament el perímetre corresponents a les trames urbanes consolidades del municipi i trametre-la a la direcció competent en matèria d'urbanisme de la Generalitat de Catalunya.

En el moment de redactar el present estudi, no ens consta que Barcelona hagi registrat la seva TUC. Sí hi ha definida la TUC derivada del Decret 379/2006, de 10 d'octubre, pel qual s'aprova el

Pla territorial sectorial d'equipaments comercials, però actualment no és vigent.

A l'article 9 del decret llei 1/2009 s'assenyala la possible localització i ordenació de l'ús comercial. Ressaltem en aquest informe, el punt 4 de l'article: "Els grans establiments comercials territorials es poden implantar únicament a la trama urbana consolidada dels municipis de més de 50.000 habitants [...]. Excepcionalment, aquests establiments es poden implantar fora de la trama urbana consolidada quan concorrin les circumstàncies previstes a l'apartat a) i b) del punt 3 d'aquest article, sempre que es justifiqui també la connexió al transport públic interurbà.

El Decret llei estableix dos nivells d'intervenció administrativa dels establiments comercials en relació a la seva implantació, ampliació, canvi d'activitat, remodelació i canvi de titularitat²¹: el règim de comunicació i el règim de Llicència comercial.

- Règim de comunicació.

Estan sotmeses a aquest règim de comunicació²²:

²⁰ Decret llei 1/2009, Títol I, article 6.

²¹ Article 12

- Les noves implantacions, les ampliacions i els canvis d'activitat d'establiments comercials individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 400 metres quadrats i inferior a 800 metres quadrats i les seves ampliacions quan siguin inferiors a 800 metres quadrats de superfície total de venda després de l'ampliació.
- Les noves implantacions, les ampliacions i els canvis d'activitat d'establiments comercials individuals o col·lectius situats en trama urbana consolidada (TUC) amb una superfície de venda igual o superior a 800 metres quadrats i inferior a 2.500 metres quadrats i les seves ampliacions quan siguin inferiors a 2.500 metres quadrats de superfície total de venda després de l'ampliació, llevat de les excepcions previstes a l'article 9.3.a) i 9.3.b).
- Els canvis de titular i les remodelacions dels establiments comercials individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 400 metres quadrats.
- Les noves implantacions, els canvis d'activitat d'establiments comercials singulars, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 400 metres quadrats i inferior a 5.000 metres quadrats i les seves ampliacions quan siguin inferiors a 5.000 metres quadrats de superfície de venda total després de l'ampliació.
- Les comunicacions relatives a noves implantacions, ampliacions i canvis d'activitat d'establiments comercials individuals o col·lectius amb una superfície de venda inferior a 1.300 metres quadrats, s'entenen efectuades amb la presentació de les regulades per la Llei 20/2009, del 4 de desembre, de prevenció i control ambiental de les activitats, per a aquest tipus d'establiments i s'han de presentar davant de l'ajuntament del municipi on es pretén realitzar l'activitat. En el termini d'un mes, l'ajuntament ha de trametre còpia de la comunicació a la direcció general competent en matèria de comerç. Reglamentàriament s'ha d'articular la interrelació entre ambdues administracions.
- Quan es tracti d'establiments comercials individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 metres quadrats i inferior a 2.500 metres quadrats, a més s'ha de presentar una declaració responsable prèvia.²³

- Règim de llicència comercial.

Estan sotmesos al règim de llicència comercial els següents casos:²⁴

1. Les noves implantacions i els canvis d'activitat d'establiments comercials, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 2.500 metres quadrats i les seves ampliacions quan la superfície de venda sigui igual o superi, abans o després de l'ampliació, els 2.500 metres quadrats.
2. Les noves implantacions i els canvis d'activitat d'establiments comercials, individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 800 metres quadrats i inferior a 2.500 metres quadrats que es situïn fora de la TUC, quan s'acullin a les excepcions previstes a l'article 9.3.a) i 9.3.b).
3. Les noves implantacions i els canvis d'activitat dels establiments comercials singulars, individuals o col·lectius, amb una superfície de venda igual o superior a 5.000 metres quadrats i les seves ampliacions quan, abans o després de l'ampliació, s'iguali o superi aquesta superfície de venda.

La llicència comercial l'atorga la direcció general competent en matèria de comerç de la Generalitat de Catalunya. Cal subratllar que, segons la disposició addicional primera del Decret llei, l'Ajuntament de Barcelona és competent per atorgar les llicències comercials corresponents als establiments amb una superfície de venda inferior a 5.000 metres quadrats, d'acord amb les ordenances i la planificació comercial pròpies.

Els ajuntaments dels diferents municipis hauran de vetllar perquè abans de l'atorgament de la llicència d'obres municipals de projectes que admetin l'ús comercial, la persona que la sol·liciti disposi de la llicència comercial o hagi presentat la declaració responsable prèvia.²⁵

El Decret llei estableix diferents criteris de *valoració per a l'atorgament o no de les llicències comercials, que són els següents*²⁶:

- L'adequació del projecte al planejament urbanístic vigent.
- La localització del projecte en les àrees territorials, prèviament delimitades, a l'efecte d'acollir usos comercials d'acord amb aquest Decret llei.
- La mobilitat generada pel projecte per establiments amb una superfície de venda igual o superior a 2.500 metres quadrats, amb una atenció especial a la incidència en la xarxa viària i les infraestructures públiques, i també a l'existència o no de mitjans de transport públic col·lectius suficients per a atendre els fluxos de públic previsibles i desincentivar l'ús del vehicle particular.
- La incidència ambiental del projecte tenint en compte els paràmetres aplicables en matèria ambiental i d'eficiència energètica, d'acord amb el que determina la disposició addicional tercera

²² Article 17

²³ L'article 18 del decret llei estableix que a la declaració responsable prèvia hi ha de constar, com a mínim, la categoria de l'establiment, l'adequació de la localització del projecte, i la dotació d'aparcament reglamentària.

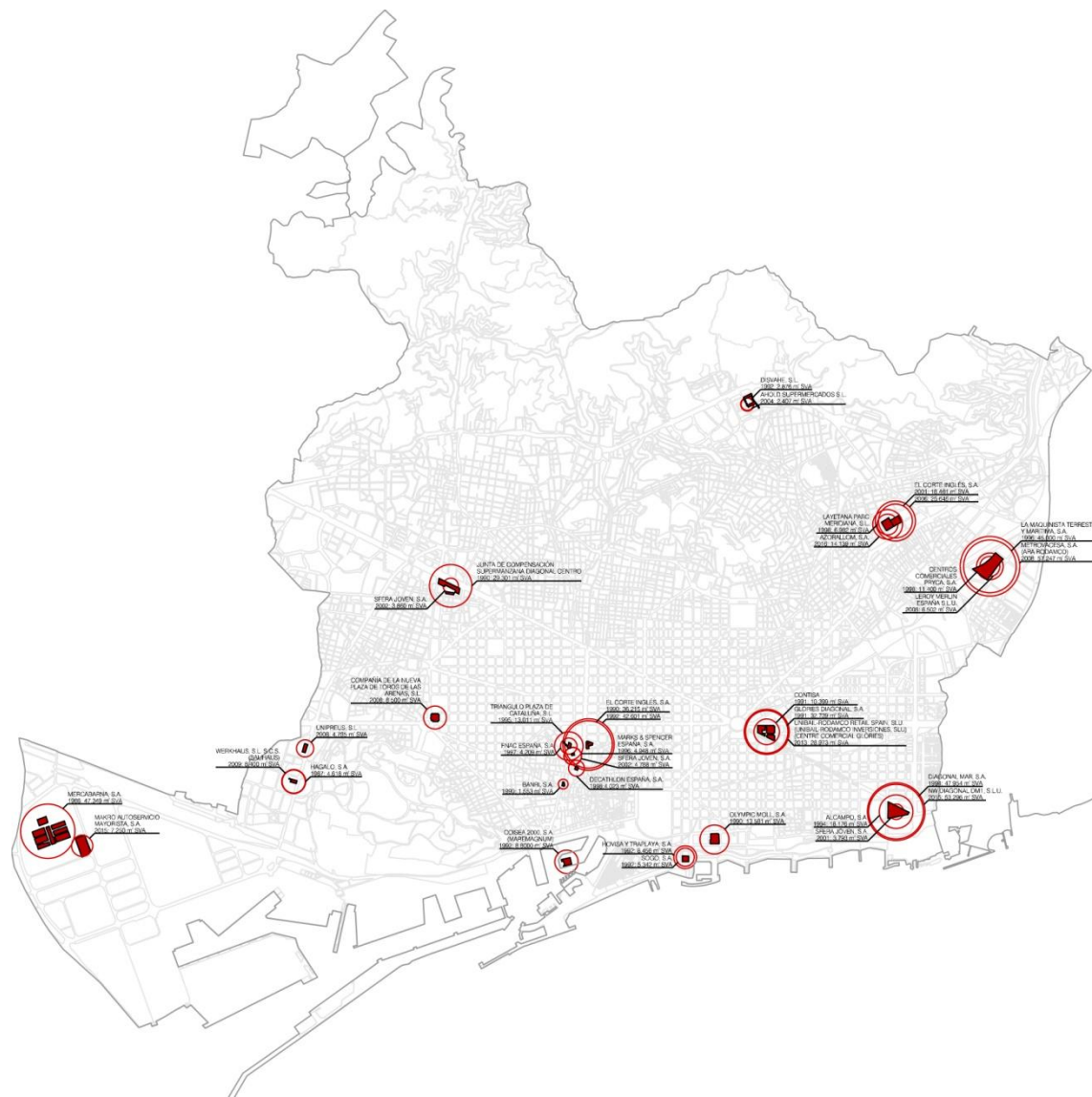
²⁴ Article 19

²⁵ Article 14.

²⁶ Article 15

del decret llei, que determina que els establiments comercials ubicats en edificis de nova construcció s'inclouen dins l'àmbit d'aplicació del Decret 21/2006, de 14 de febrer, pel qual es regula l'adopció de criteris ambientals i d'ecoeficiència en els edificis.

- L'impacte i integració paisatgística del projecte, si escau, d'acord amb l'informe de la direcció general competent.
- Reglamentàriament s'ha de determinar els requisits que han de complir els establiments comercials amb una superfície de venda superior a 1.300 metres quadrats pel que fa a les places d'aparcament, la mobilitat, l'accessibilitat, les zones de càrrega i descàrrega i també en matèria ambiental.



Al plànol 1.02 s'hi representen les llicències comercials concedides a Barcelona entre l'any 1987 i el 2016.

El decret llei 1/2009 suposa la derogació la Llei 18/2005 d'equipaments comercials i del Decret 379/2006 (PTSEC). L'aprovació del decret llei suposa la desaparició del PTSEC i, per tant, "la regulació de metres autoritzables per a l'obertura d'establiments grans i mitjans, que es calculava a partir de l'oferta (establiments grans i mitjans) i la demanda (població) de cada municipi i comarca".²⁷

Per últim, volem esmentar la documentació necessària que ha d'entregar un promotor per tal d'iniciar la tramitació del règim de llicència comercial. A part de la pròpia sol·licitud, és necessari adjuntar:

- Projecte bàsic, signat per una persona professional qualificada, amb els continguts mínims que estableix el Reial decret 314/2006, de 17 de març, pel que s'aprova el Codi tècnic d'edificació, i amb el mateix nivell de detall exigible per a la llicència d'obres municipal i en tot cas ha d'incorporar els paràmetres necessaris per verificar que la localització és correcta, d'acord amb el que estableix l'article 9 d'aquest Decret llei, que s'adequa als paràmetres urbanístics vigents i que s'han adoptat els criteris ambientals i d'ecoeficiència en els edificis, d'acord amb el Decret 21/2006, de 14 de febrer.
- Memòria i plànols generals, a escala i acotats, d'emplaçament, accessos i aparcament, i també de plantes, alçats i seccions, així com la distribució de l'oferta, especificant la superfície de cadascun dels locals. En els casos d'ampliacions, cal aportar els plànols corresponents a l'establiment existent i al projecte proposat.
- Declaració responsable signada per la persona promotora, la titular de l'activitat comercial o la persona que les representi, en la qual es declari que s'ha fet efectiu el pagament de la primera fracció de la taxa per a la tramitació de la llicència comercial segons la normativa vigent.
- Acreditació de la disponibilitat dels terrenys o de l'edificació on es pretén desenvolupar el projecte proposat.
- Acreditació, si s'escau, del compliment de les condicions establertes a l'article 9.3.a) i 9.3 b).
- La documentació que d'acord amb l'article 14 del Decret 344/2006, de 19 de setembre, de regulació dels estudis d'avaluació de la mobilitat generada, és necessària per informar sobre l'impacte del projecte en la mobilitat generada.
- La documentació necessària per emetre l'informe d'impacte i integració paisatgística, d'acord amb el desplegament reglamentari de la Llei 8/2005, de 8 de juny, de protecció, gestió i ordenació del paisatge de Catalunya, si s'escau.

²⁷territori.scot.cat/cat/notices/2010/12/decret_llei_d_ordenacio_dels equipaments_comercials_2543.php

DECRET 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials.

El primer capítol del decret defineix els conceptes i classifica els establiments comercials. Els establiments comercials poden ser individuals o col·lectius, i es classifiquen tenint en compte la seva superfície, la forma de venda, l'assortiment i la relació amb d'altres establiments.

Són establiments comercials individuals, els següents tipus d'establiments²⁸:

- Establiments basats essencialment en la venda de productes quotidians, que es classifiquen en:
 - Establiments de venda personalitzada
 - Establiments de venda en règim d'autoservei. S'inclouen en aquesta categoria, segons les seves dimensions, els establiments següents:
 - Autoserveis: establiments que tenen una superfície de venda inferior a 150 m².
 - Superserveis: establiments que tenen una superfície de venda d'entre 150 m² i 399 m².
 - Supermercats: establiments que tenen una superfície de venda d'entre 400 m² i 2.499 m². Aquests tipus d'establiments també compten amb altres productes no alimentaris. Es classifiquen en dos grups:
 - Supermercats petits: amb una superfície de venda entre 400 m² i 1.299 m².
 - Supermercats grans: amb una superfície de venda entre 1.300 m² i 2.499 m².
 - Hipermercats, que es classifiquen en:
 - Hipermercats petits: amb una superfície de venda entre 2.500 m² i 4.999 m².
 - Hipermercats mitjans: amb una superfície de venda entre 5.000 m² i 9.999 m².
 - Hipermercats grans: amb una superfície de venda igual o superior a 10.000 m².
 - Grans magatzems. *Es tracta d'establiments organitzats per seccions, amb un assortiment ampli i profund, que ofereixen al públic, amb sistema de venda assistida, diferents productes d'equipament de la persona, d'equipament de la llar, articles i serveis diversos; també s'hi poden incloure productes d'alimentació. La seva superfície de venda és generalment superior als 15.000 m².*
 - Establiments basats en la venda de productes no quotidians. Aquests poden ser de dos tipus:

- Establiments en règim de venda personalitzada. Es tracta d'establiments comercials de productes de consum ocasional que ofereixen un assortiment curt però profund en una determinada branca d'activitat. Generalment es localitzen aïlladament en el continu urbà, però també formen part dels equipaments comercials col·lectius. El sistema de venda és tant el de venda personalitzada com el de venda assistida i presenten superfícies de venda inferiors a 1.000 m².

- Superfícies especialitzades. Establiments comercials, generalment en règim d'autoservei orientats a la venda d'una gamma determinada de productes de consum ocasional, amb superfícies de venda superiors a 1.000 m². D'entre aquests tipus d'establiments es poden distingir els centres de bricolatge i els centres de jardineria.

-Botigues de conveniència. S'entén per botiga de conveniència l'establiment comercial la superfície de venda del qual no supera els 500 m² i que distribueix l'oferta de manera similar entre tots i cadascun dels grups d'articles següents: llibres, diaris i revistes; productes d'alimentació; discos i vídeos; joguines, regals i articles diversos. Aquests establiments han de romandre oberts al públic, com a mínim, divuit hores al dia durant tot l'any.

Els establiments comercials col·lectius es diferencien en:

- *Centres comercials.*²⁹ Es consideren centres comercials, els establiments comercials que es troben situats dins d'un mateix edifici o en dos o més que estan comunicats. Són concebuts, localitzats i gestionats com una única unitat. Segons la seva composició es poden distingir en:
 - Centre comercial unitari. El decret el defineix com el "conjunt d'establiments minoristes, entre els quals hi ha un o diversos mitjans i/o grans establiments que serveixen d'atracció al centre. La seva ubicació, dimensió i tipus de botigues depèn de l'àrea a la qual serveix. Normalment, a més de comerços hi ha establiments de serveis, restauració i lleure, i compta amb una important dotació d'aparcament".
 - Galeria comercial. L'articulat del decret la defineix com el "conjunt d'establiments minoristes independents que comparteixen un espai comú de circulació i determinats serveis. Les galeries comercials poden constituir per si mateixes un establiment comercial col·lectiu o estar integrades dins d'un establiment comercial col·lectiu".
 - Mercat municipal i mercat de marxants
- *Recintes comercials i concentracions comercials.*³⁰ Es consideren recintes comercials i concentracions comercials els establiments comercials col·lectius que defineix l'article 2.4 de la Llei

²⁸Article 2 i següents

²⁹Article 7

18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials. Es pot consultar en aquest mateix document unes pàgines més endavant.

El decret determina, a l'article 12, com s'ha de procedir al càlcul de la dotació d'aparcament segons quin sigui l'establiment comercial que es vulgui iniciar.

El tercer capítol del decret versa sobre la programació comercial dels municipis i determina l'instrument de planificació comercial dels ajuntaments que es plasmarà en Programes d'orientació per als equipaments comercials (POEC).

LLEI 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials³¹

Malgrat estar derogada pel decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials, és pertinent fer menció de la classificació dels establiments comercials que fa l'articulat de la llei³² ja que alguns texts legals vigents recorren a referenciar la classificació realitzada per aquest cos normatiu.

Segons la llei els establiments comercials poden ser de caràcter individual o col·lectiu. La diferència es basa en què els establiments de caràcter col·lectiu estan formats per un conjunt d'establiments situats en un o diversos edificis. Als efectes del que estableix la llei, són establiments comercials de caràcter col·lectiu els següents:

- **Centre comercial:** quan els establiments es troben en un mateix edifici o en dos o més que estan comunicats.
- **Recinte comercial:** quan dos o més establiments s'agrupen en diversos edificis en un mateix espai. S'entén que es troben en un mateix espai si es produeix qualsevol de les circumstàncies següents:

Accés comú des de la via pública, d'ús exclusiu o preferent dels comerciants o dels clients.

Aparcaments compartits o adjacents d'ús preferent dels clients.

Serveis comuns per als comerciants o per als clients.

Denominació o imatge comuna del recinte.

No es consideren recintes comercials els conjunts d'establiments situats en locals dels baixos dels edificis destinats a habitatges o oficines, sempre que estiguin situats dins la trama urbana consolidada.

- **Concentració comercial:** quan fora de la trama urbana consolidada concorren dos o més establiments dedicats al comerç detallista en una distància inferior a 300 metres l'un de l'altre. No computen a l'efecte del càlcul de la distància les superfícies comercials situades en els baixos d'edificis residencials plurifamiliars, sempre que no incloguin cap gran establiment comercial considerat individualment.

La llei defineix diferents tipus d'establiments comercials, els següents:

Són Grans establiments comercials:

- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 2.500 metres quadrats en municipis de més de 240.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 2.000 metres quadrats en municipis amb una població de 25.001 a 240.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 metres quadrats en municipis amb una població de 10.001 a 25.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 800 metres quadrats en municipis amb una població de fins a 10.000 habitants.
- Els establiments dedicats essencialment a la venda d'aparells electrodomèstics i electrònica de consum, i els dedicats essencialment a la venda d'articles i material esportiu, es consideren grans establiments comercials si llur superfície de venda és superior a 1.300 metres quadrats en municipis amb una població de 25.000 a 240.000 habitants i si llur superfície de venda és superior a 1.500 metres quadrats en municipis amb més de 240.000 habitants.
- Els establiments individuals dedicats essencialment a la venda d'automòbils, embarcacions i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció i articles de sanejament, mobles, articles de ferreteria i bricolatge, i també els centres de jardineria, són grans establiments comercials si tenen una superfície de venda superior a 2.500 metres quadrats. En el supòsit que aquests establiments, sense superar individualment els 2.500 metres quadrats de superfície de venda, formin un establiment col·lectiu, aquest és considerat un gran establiment comercial si el conjunt supera els 5.000 metres quadrats de superfície de venda.

³⁰Article 8

³¹S'ha analitzat en base al text publicat al Portal Jurídic de Catalunya, consultat el 15 de febrer de 2017. Enllaç: http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&documentId=440316&language=ca_ES&textWords=18%2F2005&mode=single

³²Articles 2 i 3.

Són establiments comercials mitjans:

- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 1.000 metres quadrats en municipis de més de 240.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 800 metres quadrats en municipis amb una població de 25.001 a 240.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 600 metres quadrats en municipis amb una població de 10.001 a 25.000 habitants.
- Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 500 metres quadrats en municipis amb una població de fins a 10.000 habitants.

Les implantacions comercials que no responen a cap de les categories d'establiments comercials anteriorment descrites es consideren, a tots els efectes, establiments comercials petits.

Decret 379/2006, de 10 d'octubre, pel qual s'aprova el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials

Tot i que aquest decret va quedar derogat pel decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials, és pertinent recollir la Trama Urbana Consolidada del municipi de Barcelona, ja que en el moment de redactar el present estudi no ens consta que la ciutat hagi facilitat una nova TUC.



Trama Urbana Consolidada de Barcelona, segons el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (2006, sense vigència). Cal advertir que quedaven fora de la TUC Montjuïc, la Zona Franca, el port o el barri de la Marina del Prat Vermell.

1.2.2 Marc jurídic metropolità

El Pla General Metropolità (PGM), aprovat per la comissió d'urbanisme de Barcelona en data 14 de juliol de 1976, té per objecte l'ordenació urbanística del territori que integra l'Entitat Municipal Metropolitana de Barcelona, d'acord amb el Decret llei 5/1974, formada per 27 municipis.

Per a les finalitats previstes al pla s'estableixen les qualificacions del sòl segons es tracti de: sistemes, zones en sòl urbà, en sòl urbanitzable i en sòl no urbanitzable. Per tal d'avaluar la possibilitat de localitzar usos comercials dins la ciutat de Barcelona, s'han analitzat els sistemes i les zones en sòl urbà, amb el benentès que en el sòl urbanitzable hi haurà la possibilitat d'implantar l'ús comercial, d'acord amb la legislació vigent en cada moment.

Val a dir que durant els 40 anys de trajectòria del PGM, s'han realitzat milers de modificacions puntuals, i d'entre elles cal destacar les que han generat transformacions per a la localització de Centres Comercials. Les modificacions puntuals i/o planejament derivat de cada centre comercial s'analitzen al següent capítol per a cada centre.

A continuació es recull part de l'articulat del PGM per entendre l'ús comercial en relació les zones en sòl urbà i als sistemes, d'acord amb dos apartats: Règim d'usos i usos a les zones, i usos comercials en els sistemes.

Règim dels usos i usos de les zones³³

Art. 272. Classes dels usos.

1. A efectes d'aquestes Normes i de les que, en desenvolupament d'aquest Pla General, s'inclouin als Plans Parcial i als Plans Especials, s'estableixen les classes d'usos següents:

- 1.1. Usos permesos
- 1.2. Usos prohibits
- 2.1. Usos públics
- 2.2. Usos privats
- 2.3. Usos col·lectius
- 3.1. Ús d'habitatge
- 3.2. Ús residencial
- 3.3. Ús comercial**
- 3.4. Ús d'oficines
- 3.5. Ús industrial
- 3.6. Ús sanitari

3.7. Ús religiós i cultural

3.8. Ús recreatiu

3.9. Ús esportiu

4.1. Ús d'estacionament

4.2. Ús de garatge-aparcament

Art. 273. Usos permesos.

1. Són usos permesos els que són expressament admesos a la regulació de les zones o subzones, i si escau, no es comprenen en algun dels supòsits dels usos prohibits.

3. Usos compatibles són els que poden donar-se simultàniament o coexistir.

Art. 274. Usos prohibits.

1. Usos prohibits són aquells que impedeixen les Normes d'aquest Pla, les ordenances dels Plans Parcial i dels Plans Especials, els catàlegs, les ordenances municipals o les disposicions estatals promulgades en matèria de seguretat, salubritat, moralitat o tranquil·litat.

2. També són usos prohibits aquells que, encara que no estigui expressament vedats, són incompatibles amb els usos permesos, encara que se'ls sotmeti a restriccions en la intensitat o forma de l'ús.

Art. 275. Usos públics, privats i col·lectius.

1. **Usos públics**, als efectes d'aquestes Normes i de les contingudes als plans que desenvolupin el que disposa aquest Pla General, són els referents als **usos i serveis públics** realitzats o prestats per **l'Administració o per gestió dels particulars sobre béns de domini públic**.

2. **Usos privats** són els que es realitzen per particulars en béns de propietat privada i no estan compresos a l'apartat següent.

3. **Usos col·lectius són els privats destinats al públic** i als quals s'accedeix perquè es pertany a una associació, agrupació, societat, club o organització similar o per l'abonament d'una quota, d'un preu o d'una contraprestació anàloga.

4. En els usos públics també s'inclouen els realitzats per l'Administració en béns de propietats particular mitjançant arrendament o qualsevol altre títol d'ocupació.

³³Títol IV. Capítol III Règim dels usos i usos de les zones, p. 91.

Article 278 - Ús comercial

1. És l'ús corresponent a locals oberts al públic destinats al comerç a l'engròs o al detall, magatzems exclusivament comercials i locals destinats a la prestació de serveis privats al públic, com poden ser perruqueries, salons de bellesa, de rentada, de planxada i similars.
2. Els usos comercials que per les seves característiques, matèries manipulades o emmagatzemades o mitjans emprats, originin molèsties o generin riscos a la salubritat o a la seguretat de les persones o de les coses s'han de regir per l'establert per a l'ús industrial.

Art. 285. Simultaneïtat dels usos.

1. Quan una activitat compregui diversos usos permesos, i sempre que siguin compatibles entre sí, cadascun haurà de complir les condicions que es determinin a les normes específiques aplicables.
2. El que disposa el paràgraf anterior s'aplicarà, també, als usos que, per la seva naturalesa, no tan sols siguin compatibles sinó que també **complementin l'activitat** considerada.

D'acord amb la reglamentació detallada d'usos en sòl urbà, les zones es poden classificar en tres grans grups, segons les possibilitats d'implantació d'ús comercial:

- zones on es permet l'ús comercial a tot l'edifici
- zones on només es permet l'ús comercial en planta baixa
- zones on no es permet l'ús comercial

Cal tenir en compte que la reglamentació específica de cada zona estableix condicionants les implantacions comercials, que es recullen a continuació³⁴

ZONES ON ES PERMET L'ÚS COMERCIAL A TOT L'EDIFICI

Clau 12.

Art. 302. Zona de nucli antic: de substitució de l'edificació antiga i de conservació del Centre històric. En aquesta zona es permeten els usos següents:

3r. Comercial. **S'admet en edificis exclusius sense limitació i a la planta baixa dels edificis d'habitatge plurifamiliar, fins a un màxim de superfície del local de 600 m2.** A àrees d'habitatge unifamiliar, s'admeten locals fins a 250 m2.

Clau 13.

Art. 303. Zones en densificació urbana (intensiva i semi-intensiva). En aquesta zona es permeten els usos següents:

3r. Comercial. S'admet.

Art. 304. Usos col·lectius o usos públics en grans superfícies.

1. Malgrat el que disposa l'article anterior, es condicionen els usos públics i els usos col·lectius en superfícies superiors a 10.000 m2 al fet que la disposició de les edificacions o instal·lacions, l'ordenació dels volums, la composició estètica, la destinació de l'edificació o instal·lacions o el trànsit que generin, no trenquin l'harmonia urbana.
2. Quan el projecte no s'adapti a aquestes condicions o per les característiques de l'edificació, instal·lació o ús no pugui assegurar-se l'harmonia urbana, no s'autoritzaran aquests usos públics o usos col·lectius en superfícies que depassin els 10.000 m2.

Clau 14a i 14b.

Art. 312. Zones de remodelació.

1. A les zones de remodelació, tant públiques com privades, s'admeten els usos següents:

3r. Comercial. Es permet.

2. Els usos públics i els usos col·lectius en grans superfícies s'hauran d'ajustar al que disposa l'article 304.

Clau 15.

Art. 305. Zona de conservació de l'estructura urbana i edificatòria. En aquesta zona es permeten els usos següents:

3r. Comercial. **S'admet en edificis exclusius sense limitació i en planta baixa dels edificis d'habitatge plurifamiliar, fins a un màxim de superfície de local de 250 m2.** A les àrees d'habitatges unifamiliars s'admeten locals de fins a dos-cents cinquanta metres quadrats, per a modalitats comercials d'articles o serveis quotidians.

³⁴Títol IV. Capítol III. Secció 5a reglamentació detallada d'usos al sòl urbà, p. 100.

Els locals per a la prestació de serveis particulars, en els quals no es generin molèsties, incomoditats, insalubritats o perills, podran ubicar-se en plantes pisos.

Clau 18.

Art. 306. Zona subjecta a ordenació volumètrica específica.

1. Les condicions d'ús en aquesta zona són les següents:

3r. Comercial. S'admet.

3. És aplicable a aquesta zona el que disposa l'article 304 sobre usos col·lectius i usos públics en grans superfícies, de la reglamentació d'usos en la zona de densificació urbana.

Clau 22.

Art. 311. Zona industrial

1. Els usos permesos a la zona industrial són els següents:

3r.Comercial. **Es permeten els establiments dedicats a la venda de maquinària, material de transport i elements auxiliars de la indústria. S'admeten les cafeteries, restaurants, bars i similars.**

2. Mitjançant un Pla Especial podrà autoritzar-se l'establiment dels usos següents, en les situacions que s'assenyalen:

a. **Podran admetre's els usos comercial, d'oficines, religiós i cultural, recreatiu i esportiu en parcel·les perifèriques de l'àrea industrial, accessibles des de l'exterior d'aquesta, que siguin contigües a zones l'ús principal de les quals sigui el residencial.**

b. **S'admetrà la ubicació d'establiments comercial en grans superfícies en parcel·les que constitueixin illes completes amb front a carrers de capacitat suficient.**

El Pla Especial regularà les condicions, accés i aparcament de manera que no puguin produir interferències a l'activitat industrial pròpia de la zona i que d'aquesta no s'hagin de derivar molèsties perilloses als usuaris dels establiments que s'autoritzin.

Clau 22@

La Modificació del Pla General Metropolità per a la renovació de les àrees industrials de Poble Nou, districte d'activitats 22@BCN, de Barcelona, aprovada el 27 de juliol de 2000.

Art. 6. Règim d'usos

1. Usos permesos. S'admet ús comercial, d'acord amb l'apartat 2.

No s'autoritzen els grans establiments comercials definits en la Llei 1/1997, de 24 de març, d'equipaments comercials. S'inclouen en aquest ús els locals destinats a la prestació de serveis al públic, en general, o a les empreses. Els comerços alimentaris s'ajustaran a les previsions del Pla Especial de l'Equipament Comercial Alimentari (PECAB).

2. Els usos comercial, sanitari, religiós, cultural, recreatiu, esportiu i residencial s'admeten en les actuacions de transformació previstes en els articles 10, 16 i 17. (edificis industrials existents, PERI delimitats i no delimitats per la MPMG)

En els edificis existents no incorporats a actuacions de transformació s'admeten de conformitat amb el que preveu l'article 311.1 de les NU del PGM.

En els edificis existents dels fronts edificatoris s'admeten aquests usos sempre que no suposin substitució dels usos d'habitatges existents. En planta baixa s'admet l'ús comercial sense limitació. Els Plans Especials dels fronts edificatoris que preveu l'article 9 establiran el règim d'usos.

En els edificis d'habitatge situats fora dels fronts edificatoris s'admet també l'ús comercial en planta baixa.

Art. 9. Règim de les edificacions actuals destinades a habitatge.

1. Els edificis existents destinats a habitatge, qualificats com a zona 22@, mantenen les seves condicions edificatòries actuals i poden portar a terme tot tipus d'obra que no comporti augment de volum.

2. Els edificis que formin part dels fronts edificatoris assenyalats en el plànol 3, podran augmentar el volum o renovar l'edificació mitjançant un Pla Especial que regularà les condicions d'edificació d'acord amb les següents regles:

e. Els usos diferents a l'habitatge s'admeten en un màxim del 20 per 100 de l'edificabilitat del front. L'aplicació d'aquest percentatge no podrà suposar la disminució del sostre actualment destinat a l'ús d'habitatge.

Els sòls inclosos dins l'àmbit de la modificació del PGM, sòls 22@, són sòls en transformació, que poden estar en diferents moments:

Sòls no transformats industrials, tenen la mateixa consideració que els sòls amb clau 22, article 311.1

Sòls en transformació mitjançant Plans Especials: S'admet l'ús comercial en l'edificabilitat corresponent a l'índex general, 2,2m²st/m²s, l'increment de 0,5m²st/m²s permès en aquestes operacions, només es pot destinar a activitats @.

En els edificis d'habitatge, en planta baixa s'admet l'ús comercial sense limitació. En els edificis que formin part dels fronts edificatoris, s'admet l'ús comercial en un màxim del 20 per 100 de l'edificabilitat del front.

Una particularitat que afecta de forma transversal a totes les claus del PGM és l'ús dels soterranis, que en el primer soterrani s'admeten tots els usos excepte el d'habitatge, d'acord amb el següent article:

Art. 226. Soterranis.

1. Els soterranis en el tipus d'ordenació segons alineacions de vial, són els espais situats per sota de la planta baixa, tinguin o no obertures, a causa dels desnivells, en qualsevol dels fronts de l'edificació.
3. Als soterranis no es permet l'ús d'habitatge ni la ubicació d'habitacions en ús residencial i sanitari. Els soterranis, per dessota del primer, només podran destinar-se a aparcaments, instal·lacions tècniques de l'edifici, cambres cuirassades i similars. Això no obstant, **podran autoritzar-s'hi altres usos, diferents del d'habitatge i del residencial, si es dota el local de mesures tècniques segures que cobreixin els riscos d'incendi, explosió i altres i el desallotjament, amb seguretat, de les persones en aquests casos.**

ZONES ON NOMÉS ES PERMET L'ÚS COMERCIAL EN PLANTA BAIXA

Clau 16.

Art. 313. Zona de renovació urbana. A la zona de renovació urbana rehabilitació s'admetran els usos següents:

3r. Comercial. S'admet a les plantes baixes d'edificis d'habitatge plurifamiliar. A les àrees d'habitatge unifamiliar s'admeten locals independents fins a 250 m2. quadrats, destinats a comerços i serveis quotidians.

Als Plans Especials es podran preveure centres comercials en edificis independents en les àrees d'habitatge plurifamiliar.

Clau 20a.

Art. 307. Subzones unifamiliars VI, VII, VIII i IX d'ordenació en edificació aïllada. En aquestes subzones s'admeten els usos següents:

- 1r. Habitatge. Només es permet l'habitatge unifamiliar.
- 3r. Comercial. Podran autoritzar-se comerços i locals de serveis destinats a cobrir necessitats quotidianes, fins a una **superfície per local de 250 m2.**

Art. 308. Subzones plurifamiliars I, II, III i IV d'ordenació en edificació aïllada. Les condicions d'ús seran les següents:

- 3r. Comercial. Podran autoritzar-se comerços i locals de serveis destinats a cobrir necessitats quotidianes, fins a una **superfície per local de 250 m2.**

Art. 309. Subzona plurifamiliar V d'ordenació en edificació aïllada. Les condicions d'ús d'aquesta subzona són les següents:

- 3r. Comercial. **S'admet en planta baixa amb un límit màxim de superfície de 600 m2.** S'admeten els destinats a prestació de serveis a particulars que no causin molèsties, incomoditats, insalubritats o perills en plantes pisos, fins a una superfície màxima per local de 250 m2.

ZONES ON NO ES PERMET L'ÚS COMERCIAL

Clau 8

Art. 310. Zona de verd privat protegit. En aquesta zona s'admeten els usos següents:

- 1r. Habitatge. S'admet l'habitatge unifamiliar.
- 2n. S'admeten, mitjançant l'aprovació d'un Pla Especial, els usos culturals, recreatius, docents o assistencials que siguin compatibles amb les característiques de la zona i les particulars de l'edifici.

USOS COMERCIALS EN ELS SISTEMES

D'acord amb l'article 166, els sistemes generals són el conjunt d'elements, d'àmbit supralocal que, ordenadament relacionats entre si, contribueixen a aconseguir els objectius del planejament en matèria de **comunicacions, espais lliures, serveis tècnics i equipaments comunitaris**, en l'àmbit d'ordenació metropolitana. A continuació es detalla la capacitat d'implantació d'usos comercials, que s'estableix específicament per a cada sistema.

Sistema general portuari (1)

Art. 177. Usos del port.

Dins l'àrea portuària, o espai delimitat com a port, s'admeten els usos d'indústria i de magatzems, i els altres directament relacionats amb les funcions del port, pel que fa al transport, emmagatzematge i distribució.

Art. 178. Entorn portuari.

1. L'entorn portuari es destina a la ubicació d'activitats relacionades amb el port.
2. A l'entorn portuari s'admeten els usos industrials d'oficines i de **comerç immediatament relacionats amb l'activitat portuària**; s'exclou qualsevol altre ús diferent de l'anterior.
3. Per a l'ordenat desenvolupament de l'entorn portuari s'elaborarà, conjuntament amb el port, un **Pla Especial** on es previngui, simultàniament, l'ordenació del port i la del seu entorn, i es precisi tant l'organització del port com la localització de les activitats industrials complementàries que tinguin cabuda a l'entorn. Aquest Pla Especial, fixarà el règim urbanístic de l'entorn portuari i assegurarà a les indústries que hi són ubicades el correcte accés des del port i des d'altres vies de comunicació.

Art. 180. Limitacions urbanístiques.

1. A la zona marítime-terrestre, incloent-hi als enclavaments privats a què es refereix l'art. 4t de la Llei 28/1969, a més de les limitacions establertes a la Llei esmentada, regiran les que per raons urbanístiques s'imposin en virtut d'aquest Pla General.
2. **No es podran realitzar en aquesta zona obres o instal·lacions per a usos d'habitatge, residencial, d'oficines, sanitari, industrial o cultural. S'admeten els usos recreatius i esportius i els comercials directament relacionats amb el servei o la utilització del mar o de les platges.**
3. Al sector portuari i per a l'entorn portuari les llicències que s'atorguen s'hauran d'ajustar a les determinacions del pla especial. Mentre aquest no s'aprovi, només s'admetrà l'atorgament de llicències per a l'ampliació o reforma d'indústries en funcionament en edificis existents sempre que el volum de les ampliacions no ultrapassi el cinquanta per cent de l'existent

Sistema general ferroviari (3)

Art. 191. Règim de limitacions

2. La construcció i edificació i l'establiment d'instal·lacions i, si escau, els usos, al sòl immediat a les vies fèrries, estan subjectes a les limitacions que per raons de seguretat o de conservació de les vies s'estableixen a la legislació de policia de ferrocarrils.

Art. 192. Limitacions per raons urbanístiques.

A més de les limitacions establertes per la legislació especial en matèria ferroviària respecte a edificacions, construccions, instal·lacions i usos, i sens perjudici d'aquestes, s'estableix per aquest Pla General, per raons d'ordenació urbana, **la inedificabilitat en tota la franja confrontant per un o altre costat amb el ferrocarril, en una amplada de vint metres comptats des de l'eix de la via**

fèrria més pròxima, llevat per a edificis o instal·lacions al servei directe de la xarxa ferroviària que requereixin, per exigències del servei ferroviari, una ubicació més pròxima a la via.

Sistema general d'espais lliures

Art. 201. Espais lliures vinculats a la protecció de sistemes. (9)

2. La seva destinació és constituir reserves de sòl per a la protecció, implantació o servituds imposades per les normes i lleis vigents sobre els sistemes respectius. L'ús d'aquests espais és el propi dels espais verds no edificables, no obstant això, a l'esmentat sòl **es podran admetre, mitjançant un pla especial** i sense menystenir les limitacions i servituds derivades del sistema general, aquells **usos i activitats d'utilitat pública o interès social** que, pel seu caràcter, puguin emplaçar-se prop del sistema respectiu. El pla especial, haurà de fixar les condicions que garanteixin la compatibilitat i subordinació de les instal·lacions autoritzades, amb les necessitats i limitacions derivades del sistema general corresponent.

Parcs urbans (6)

Art. 203. Usos permesos.

A les àrees de parc urbà, sense perdre, en cap cas, la naturalesa de domini públic, només s'hi admeten els **usos públics i els usos col·lectius** que estiguin especialment previstos al **pla especial** que s'aprovi a aquest efecte i que respectin, en tot cas, les condicions següents:

1. Les edificacions no han d'ultrapassar l'ocupació del **5 per 100** de la superfície del parc en servei al moment en què es projectin.
2. L'alçada màxima de les instal·lacions o edificacions serà de 10 m. S'admetrà un cos singular fins a 15 m., sempre que es garanteixi la insolació de les àrees enjardinades i de repòs.

Parcs forestals (27), (28) i (29)

Art. 210. Condicions d'utilització.

1. No s'atorgaran llicències d'edificació o d'ús del sòl en terrenys qualificats com a parcs forestals fins que s'aprovi el Pla Especial corresponent.
2. La utilització prevista al Pla Especial haurà de respectar, sempre, les condicions següents:
 - 1a. Es prohibiran les activitats que directament o indirectament puguin produir la destrucció, el deteriorament o la desaparició de les espècies forestals existents.
 - 2a. L'aprofitament forestal s'ha de portar a terme de manera compatible amb la conservació dels valors naturals que motiven la qualificació urbanística.

3a. Als llocs que es delimitin al Pla Especial, podrà autoritzar-se l'edificació per a usos recreatius o culturals, en finques que comptin, com a mínim, amb una superfície de 100.000 m², sense que l'edificació, incloses les construccions auxiliars i les instal·lacions, depassi el 0,5 per 100 de la parcel·la, ni el volum edificable superi el metre cúbic per cada 30 m² sòl.

3. El Pla Especial ha de contenir mesures adients per a fomentar el gaudi públic dels terrenys qualificats de parc forestal.

Equipaments comunitaris (7)

Art. 212. Tipus d'equipaments comunitaris.

1. Els sòls destinats a equipaments comunitaris amb les edificacions, instal·lacions i altres accessions o serveis sobre aquests sòls, es classifiquen en els tipus següents:

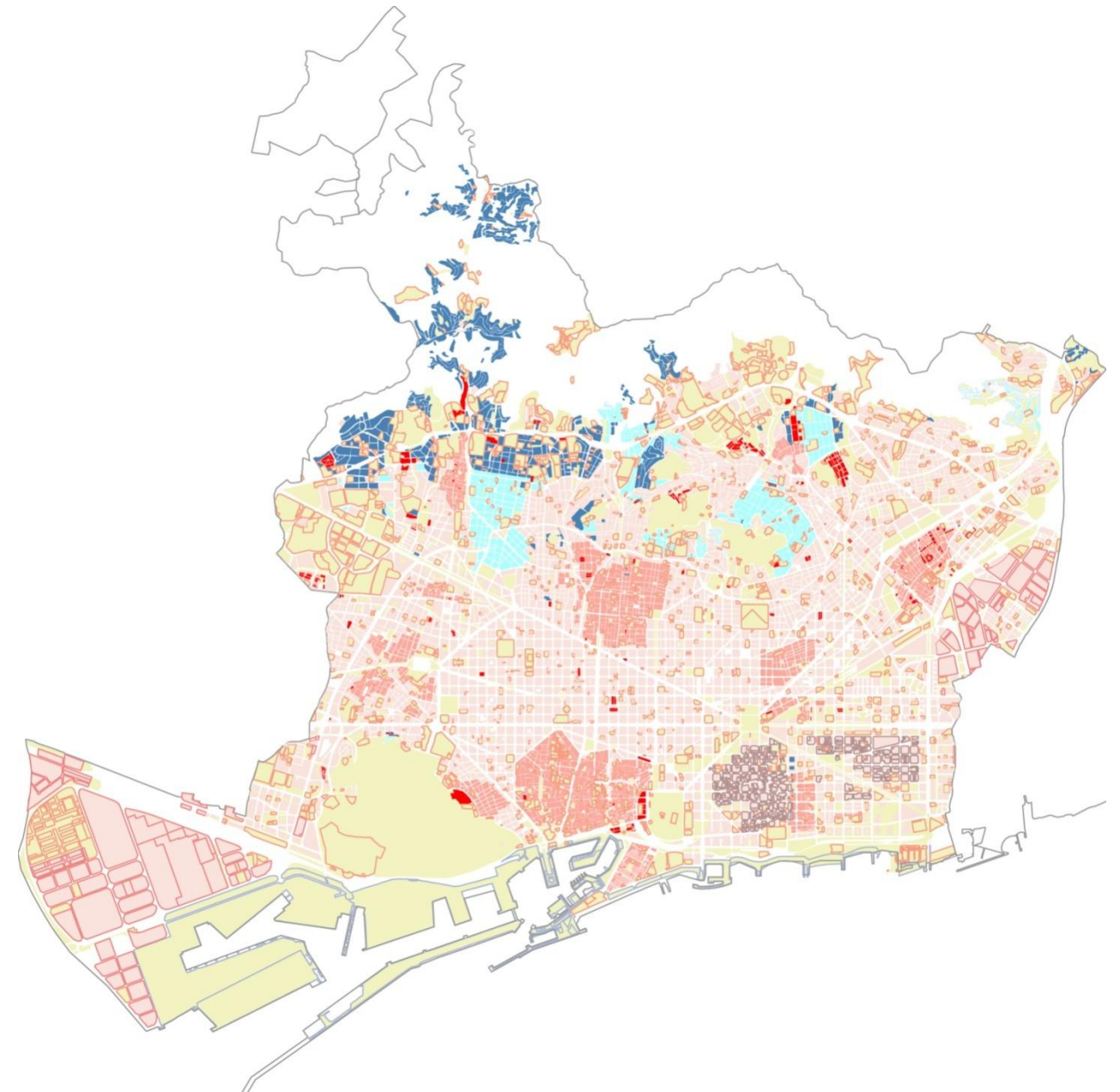
- a. Equipaments docents. Centres docents, públics o privats, i annexos esportius.
- b. Equipaments sanitaris-assistencials. Centres sanitaris assistencials i geriàtrics, públics o privats, d'interès públic, social o comunitari, i cementiris.
- c. Equipaments culturals i religiosos. Temples, centres religiosos, centres o instal·lacions per a congressos, exposicions, sales de reunions, d'interès públic, social o comunitari i annexos esportius i recreatius.
- d. Equipaments esportius i recreatius. Edificacions i instal·lacions esportives; campaments; centres d'esbarjo o d'expansió; balnearis i establiments de banys i d'altres turístics no residencials, d'interès públic, social o comunitari; i serveis annexes.
- e. Equipaments de proveïment i subministraments. Escorxadors, mercats i altres centres de proveïment, sempre de titularitat pública, encara que de possible gestió privada, i àrees de servei.
- f. Equipaments tècnics administratius i de seguretat. Centres o edificis per a serveis de l'Administració pública, serveis de seguretat o militars i d'altres d'interès públic.

2. Els sòls per a equipaments comunitaris són els representats als plànols b-2 i b-3, a escala 1:5000 i 1:10.000, amb els números d'identificació 7-a, 7-b i 7-c. El número 7-a representa els equipaments existents o en execució o amb llicència; el número 7-b, els sòls reservats per a equipaments de nova creació i àmbit local; i, el número 7-c s'assignarà als sòls per a equipaments de nova creació d'interès supralocal o metropolità.

Art. 213. Destinació dels equipaments actuals.

Els equipaments qualificats com a tals i ja existents o que estiguin en execució, anteriors al Pla Comarcal de 1953 o realitzats de conformitat amb aquest i amb els Plans Parcial del seu desenvolupament, quedaran afectats al mateix tipus d'equipament existent o previst, segons la classificació de l'article anterior.

2. La mutació del tipus d'algun dels equipaments esmentats es farà d'acord amb el que disposa l'article següent pel que fa a la modificació relativa als nous equipaments.



Plànol 1.03, amb les condicions de l'ús comercial segons el PGM. Elaboració pròpia

1.2.3 Marc jurídic municipal

A nivell municipal, l'Ajuntament té potestat per intervenir, ordenar i regular els usos comercials en el terme municipal. Aquesta es manifesta a través d'ordenances i plans especials. En el camp de les ordenances en destaquen:

- . L'ordenança municipal d'activitats i establiments de pública concurrència.
- . L'ordenança d'establiments i centres de comerç alimentari de Barcelona
- . Els plans d'usos de Districte.
- . L'ordenança de rehabilitació i millora de l'Eixample.
- . L'ordenança del paisatge urbà.
- . L'ordenança de venda d'animals

Entre els plans especials, trobem:

- . Els Plans Especials de Reforma Interior de barris en transformació.
- . El Pla Especial del Comerç Alimentari de Barcelona (PECAB).
- . El Pla Especial de l'Equipament Comercial i els usos No Alimentaris de Barcelona (PECNAB).

Pla Especial de l'Equipament Comercial i els usos No Alimentaris de Barcelona (PECNAB)

És el document d'ordenació urbanística que regula la implantació dels usos comercials no alimentaris dins el terme municipal. Es va aprovar el febrer de 2007 i, fins a l'actualitat, no ha estat modificat.

El PECNAB té com a objectiu, l'ordenació dels usos esmentats a fi i efecte de³⁵:

- Potenciar l'atractivitat dels espais comercials i reforçar la capacitat de negoci de les empreses comercials.
- Donar servei als consumidors i minimitzar la necessitat de desplaçaments per fer compres.
- Evitar sobrecàrregues en l'ús de determinades infraestructures i espais públics.

El Pla pretén consolidar una estructura urbana comercial diversa, dinàmica, eficient i accessible en tot els barris de la ciutat, a través de regular els criteris d'implantació. Una de les seves premisses és la creació d'entorns de **concentració espacial d'establiments**, com a factor i garantia d'atractivitat dels compradors i de competitivitat³⁶. Aquests entorns, a la ciutat de Barcelona, prenen la forma d'**eixos comercials**. Els eixos s'estructuren en diverses jerarquies en funció de la seva intensitat i localització. Alhora, es considera que en aquests entorns de concentració, determinats formats comercials, especialment aquells que integren marques reconegudes, ajuden a tenir un **paper locomotor** d'altres petites i mitjanes empreses del seu entorn. També es reconeixen els **mercats municipals** com a focus generadors d'activitat comercial idonis per a la implantació de comerç de proximitat.

Instruments d'ordenació³⁷: D'acord amb l'article 68.5 de la Llei d'urbanisme de Catalunya, el PECNAB s'instrumenta establint el grau de compatibilitat entre els diversos usos del sòl per a cada localització. En aquest cas, per usos del sòl cal entendre els diferents formats comercials o el tipus d'establiment. Per localització s'entén el tipus de zona, àrea o perímetre en què es divideix el terme municipal al qual pertany la finca on es projecti obrir un nou establiment (o ampliar-ne un d'existent). El grau de compatibilitat entre els diferents usos i formats suposa que, per a cada un d'ells i per a cada àrea, s'assenyala alguna de les determinacions següents:

- **Usos admesos o autoritzables**: s'autoritza la implantació de l'establiment en l'àrea en qüestió, sense restriccions especials derivades del PECNAB i sense perjudici sobre d'altres normatives generals o específiques d'aplicació.
- **Usos prohibits**: s'estableix la prohibició obeint a raonaments específics d'urbanisme comercial i no suposa una contradicció amb les autoritzacions genèriques que puguin derivar-se de la normativa urbanística general.
- **Usos condicionats**: l'autorització de nous establiments (o l'ampliació dels existents) està subjecta a condicions específiques.

Criteris d'ordenació: El Pla ordena els establiments i les activitats comercials no alimentàries segons els següents factors:

1. La classificació comercial de l'establiment.

³⁵ Apartat 4.1 de l'Exposició de Motius del PECNAB

³⁶ Apartat 3.2 a) de l'Exposició de Motius del PECNAB.

³⁷ Apartat 4.2 de l'Exposició de Motius del PECNAB.

2. El perímetre o l'àrea de zonificació establerta pel Pla³⁸.
3. L'amplada de la via pública.

1. La classificació comercial de l'establiment. Definició dels usos o formats comercials³⁹:

La definició d'usos i formats comercials es basa en els establerts a la Llei 18/2005 i al capítol primer del Decret 378/2006 de desplegament de la Llei d'equipaments comercials. No obstant, al PECNAB es precisen en major grau de detall per adaptar-los a les característiques urbanístiques de Barcelona i al seu paper com a polaritat comercial. Els tipus d'establiments es basen en els següents criteris:

- a. La superfície de venda, el qual és el més important.
- b. El sector comercial, definit pel tipus de producte i la forma de compra i consum.
- c. El caràcter especialitzat⁴⁰ o polivalent de l'establiment.
- d. El caràcter individual o col·lectiu⁴¹ o de l'establiment.
- e. Els impactes urbanístics que l'activitat provoqui sobre els espais públics, pel que fa tant a l'afluència de compradors, com a les necessitats de proveïment.

a. Superfície de venda⁴².

S'entén per superfície de venda dels establiments la suma de les següents magnituds:

- Llocs on s'exposen les mercaderies amb caràcter habitual i permanent.
- Els destinats a aquest fi, amb caràcter eventual i/o periòdic, sempre que pugui accedir-hi la clientela per realitzar les compres.
- Els espais interns en zones de venda destinats al trànsit de persones.
- La superfície de la zona de caixes.
- La compresa entre aquestes i les portes de sortida, excepte els espais destinats a l'evacuació i a les circulacions verticals.
- En els establiments que disposin de venda assistida, s'inclou en aquest còmput la zona situada darrere el taulell.

³⁸ Art 9.1 i Art.10 Normativa del PECNAB

³⁹ Apartat 4.3 Objectius del Pla Especial de l'Exposició de Motius del PECNAB, i Art. 6.1 de la Normativa del PECNAB.

⁴⁰ Segons l'article 1 del Reglament de desplegament de la Llei d'equipaments comercials del Decret 378/2006), es consideren *especialitzats* aquells que destinen més del 80% de superfície de venda a un únic sector de productes.

⁴¹ Integrats per un conjunt d'establiments situats en un o diversos edificis, en els quals s'exerceixen les activitats comercials respectives d'una manera empresarialment independent.

⁴² Art 8 Normativa del PECNAB.

Superfícies comunes en els establiments comercials col·lectius⁴³: En els establiments comercials col·lectius del tipus centre comercial (art. 2.4.9 de la Llei 18/2005 d'equipaments comercials), s'entén per superfícies comunes:

- La suma dels espais destinats a usos diferents als de venda de productes i prestació de serveis (administratius, vestidors i higiene, inodors, etc.).
- Els espais de circulació (malls o galeries) no privatis, els que donen front les façanes interiors dels establiments o locals individuals, i que estan delimitats com a tals en els projectes que fonamenten les respectives llicències, i, si escau, els espais d'evacuació.

b. Sector comercial⁴⁴

Els sectors comercials es regulen d'acord a les determinacions contingudes en la Llei d'equipaments comercials i al Pla Territorial Sectorial d'Equipaments comercials⁴⁵. Com a mínim són les següents:

- Quotidià no alimentari.
- Equipament de la llar (amb especial consideració dels subsectors de mobiliari i parament de la llar, electrodomèstics i informàtica de consum, bricolatge, articles de sanejament, ferreteria, i centres de jardineria).
- Equipament de la persona.
- Automòbils, embarcacions i altres vehicles.
- Lleure i cultura (amb especial consideració dels articles i complements esportius).

Les categories definides al PECNAB resulten les següents:

Establiments individuals especialistes

Cod. 1. Establiments individuals especialistes de qualsevol sector (excepte els alimentaris), amb superfície de venda inferior a 150 metres quadrats.

Cod. 2. Establiments individuals especialistes de qualsevol sector (excepte els alimentaris), amb superfície de venda entre 150,1 i 500 metres quadrats.

Cod. 3.1. Establiments individuals especialistes dels sectors essencialment destinats a la venda d'automòbil si altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament,

⁴³ Art 8.3 de la Normativa del PECNAB.

⁴⁴ Art. 7 b) del la Normativa del PECNAB.

⁴⁵ Substituïts per la Llei 1/2009.

mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, amb superfície de venda entre 500,1 i 1.300 metres quadrats.

Cod. 3.2. Establiments individuals especialistes de qualsevol sector (excepte els alimentaris), amb superfície de venda entre 500,1 i 1.300 metres quadrats.

Cod. 4.1. Establiments individuals especialistes dels sectors d'articles i complements esportius i electrodomèstics i informàtica de consum, amb superfície de venda entre 1.300,1 i 2.500 metres quadrats.

Cod. 4.2. Establiments individuals especialistes dels sectors essencialment destinats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, (excepcions establertes a l'article 3.4. de la Llei 18/2005 d'equipaments comercials) amb superfície de venda entre 1.300,1 i 2.500 metres quadrats.

Cod. 4.3. Resta d'establiments individuals especialistes de qualsevol sector (excepte els alimentaris), amb superfície de venda entre 1.300,1 i 2.500 metres quadrats.

Cod. 5.1. Establiments individuals especialistes dels sectors d'articles i complements esportius i electrodomèstics i informàtica de consum, amb superfície de venda de més de 2.500 metres quadrats.

Cod. 5.2. Establiments individuals especialistes dels sectors essencialment destinats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, (excepcions establertes a l'article 3.4. de la Llei 18/2005 d'equipaments comercials) de més de 2.500 metres quadrats.

Cod. 5.3. Resta d'establiments individuals especialistes de qualsevol sector (excepte els alimentaris), amb superfície de venda de més de 2.500 metres quadrats.

Establiments individuals multisectorials o polivalents

Cod. 6.1. Hipermercats: Establiments que ofereixen en règim d'autoservei un ampli conjunt de productes de consum quotidià i no quotidià, amb una superfície de venda superior als 2.500 metres quadrats.

Cod. 6.2. Magatzem popular: Establiment organitzat per seccions, amb règim de venda d'autoselecció, amb caixes de cobrament independents de les sortides, amb venda de productes dels diversos sectors

definit a l'article 7.0., amb un assortiment ampli i poc profund, amb una gamma de preus reduïts, i un servei limitat, que poden incloure productes alimentaris, amb superfície de venda entre els 2.500 i els 10.000 metres quadrats.

Cod. 6.3. Gran magatzem: Establiment organitzat per seccions, amb règim de venda d'autoselecció, amb caixes de cobrament independents de les sortides, amb venda de productes dels diversos sectors definits a l'article 7.0., que poden incloure productes alimentaris, amb superfície de venda de més de 10.000 metres quadrats.

Cod. 6.4. Establiments polivalents d'una sola marca: Establiment organitzat per seccions, amb règim de venda d'autoselecció, amb caixes de cobrament independents de les sortides, amb venda de productes dels diversos sectors definits a l'article 7.0., però que corresponen a una sola marca de fabricant, amb superfície de venda de més de 2.500 metres quadrats.

Cod. 6.5. Establiments individuals, amb superfície de venda inferior a 500 metres quadrats, que tenen la consideració legal de botigues de conveniència⁴⁶.

Establiments col·lectius⁴⁷

Cod. 7.1.a): Centres o recintes comercials col·lectius de menys de 5.000 m² de superfície de venda, amb la totalitat dels establiments per sota dels 2.500 m², destinats tots ells a la venda d'articles de l'equipament de la llar, inclosos en la relació de l'article 3.4. de la Llei 18/2005 de 27 de desembre.

Cod. 7.1.b): Centres o recintes comercials col·lectius de menys de 5.000 m² de superfície de venda, amb la totalitat dels establiments per sota dels 2.500 m², destinats tots ells a la venda d'articles d'automòbil, embarcacions, altres vehicles i maquinària, inclosos en la relació de l'article 3.4. de la Llei 18/2005 de 27 de desembre.

⁴⁶ Botiga de conveniència: establiments comercials amb superfície neta de venda no superior als 500 m² i que distribueixen la seva oferta, de manera similar, entre els articles següents: llibres, diaris i revistes; productes d'alimentació; discos i vídeos; joguines, regals i articles diversos. Aquests establiments han d'estar oberts al públic un mínim de 18 hores diàries.

⁴⁷ Art. 6.4 de la Normativa del PECNAB. Els establiments comercials de caràcter col·lectiu poden ser: a) *Centres comercials*, quan els establiments estan situats en un o diversos edificis comunicats interiorment per passadissos o altres espais. b) *Recintes comercials*, quan els establiments estan situats en edificis independents, però que comparteixen accés comú des de la via pública i/o els serveis comuns als quals es refereix l'article 2.4.b) de la Llei 18/2005 de 27 de desembre d'equipaments comercials.

Cod. 7.2. Centres o recintes comercials col·lectius de menys de 5.000 metres quadrats de superfície de venda, amb la totalitat dels establiments per sota dels 1.300 metres quadrats.

Cod. 7.3. Centres o recintes comercials col·lectius de menys de 5.000 metres quadrats de superfície de venda, amb un o més dels establiments de més de 1.300 metres quadrats.

Cod. 8.1. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb la totalitat dels establiments per sota dels 1.300 metres quadrats.

Cod. 8.2. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb un o més dels establiments de més de 1.300 metres quadrats.

Cod. 8.3. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb un o més dels establiments de més de 2.500 metres quadrats.

Cod. 8.4. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, constituïts essencialment (per sobre del 50% de la superfície de venda) per establiments dedicats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, (excepcions establertes a l'article 3.4. de la Llei 18/2005 d'equipaments comercials).

Cod. 8.5. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, constituïts essencialment (per sobre del 50% de la superfície de venda) per establiments dedicats a la venda de productes d'un sol sector comercial, fet que els dona el caràcter d'especialitzats.

Cod. 8.6. Centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 metres quadrats de superfície de venda, constituïts essencialment (per sobre del 50% de la superfície de venda) per establiments dedicats a la venda de productes de marques determinades, a preus reduïts, saldos i oportunitats coneguts com centres de fabricant, *outlets*, i assimilables.

Cod. 9.1. Centres o recintes comercials col·lectius demés de 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb la totalitat dels establiments per sota dels 1.300 metres quadrats.

Cod. 9.2. Centres o recintes comercials col·lectius demés de 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb un o més dels establiments de més de 1.300 metres quadrats.

Cod. 9.3. Centres o recintes comercials col·lectius demés de 15.000 metres quadrats de superfície de venda, amb un o més dels establiments de més de 2.500 metres quadrats.

Cod. 9.4. Centres o recintes comercials col·lectius demés de 15.000 metres quadrats de superfície de venda, constituïts essencialment (per sobre del 50% de la superfície de venda) per establiments dedicats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, (excepcions establertes a l'article 3.4. de la Llei 18/2005 d'equipaments comercials).

Cod. 9.5. Centres o recintes comercials col·lectius demés de 15.000 metres quadrats de superfície de venda, constituïts essencialment (per sobre del 50% de la superfície de venda) per establiments dedicats a la venda de productes de marques determinades, a preus reduïts, saldos i oportunitats coneguts com centres de fabricant, *outlets*, i assimilables.

2. Ordenació segons perímetres i àrees de zonificació:

El Pla divideix el terme municipal en perímetres i zones. A cadascun d'aquests perímetres, es defineixen les categories d'equipament comercial permeses, les permeses condicionades a la redacció d'un Pla Especial⁴⁸ i les prohibides en funció de la clau de cada zona, es permeten determinades categories d'equipaments segons uns objectius i rols estratègics en la seva implantació. Les claus de les àrees són les següents⁴⁹:

Clau A: Perímetres o àrees de comerç de proximitat

Clau B: Eixos i entorns comercials de centralitat

Clau C: Eixos i entorns comercials no centrals o de barri

Clau D: Eixos i entorns comercials especialitzats

Clau E: Centres Comercials en funcionament

Clau F: Nous barris residencials

Clau G: Àrees de polaritat PECAB

Clau H: Àrees nova polaritat PECAB

Clau I: Estacions de FFCC de grans línies

⁴⁸ Contingut del Pla Especial definit a la Disposició Addicional Tercera del PECNAB.

⁴⁹ Els perímetres de les Claus Ai K, són agregació, continua o no, d'unitats de zona del PGM. Els perímetres de les Claus F i L, estaran determinats en els respectius planejaments especials que els siguin d'aplicació en la seva ordenació.

Clau J: Altres estacions de viatgers.

Clau K: Àrees industrials (classificació 22 del Pla General Metropolità)

Clau L: Àrees sotmeses a PERI, PEMU, planejament derivat i/o modificació del PGM.

Clau A: Perímetres o àrees de comerç de proximitat.⁵⁰ S'entén per comerç de proximitat el comerç dispers pel teixit urbà, que no s'agrupa en cap forma de concentració comercial per la qual cosa no constitueixen polaritats ni àrees d'atractivitat conjunta fora del seu àmbit d'implantació. Equival als usos definits pel PGM com "modalitats comercials d'articles o serveis quotidians".

Clau B: Entorns i eixos de ciutat.⁵¹ Es tracta de zones de la ciutat on es concentra un nombre important d'establiments i activitats comercials. La concentració i diversificació de comerços permet una atractivitat conjunta que capta clientela més enllà del barri on estan situats. Aquests entorns acostumen a comptar amb infraestructura urbanística pròpia i a acollir accions associatives de dinamització comercial. Es fixa com objectiu per aquesta clau potenciar la concentració, diversificació i qualificació de l'oferta i de l'espai urbà, a fi d'aconseguir atraure compradors en volum suficient com per garantir la competitivitat dels establiments que hi estan localitzats. La previsió de possibles implantacions de grans establiments i determinats centres comercials en aquests perímetres té per objecte que actuïn com a polaritats locomotores del conjunt comercial de l'entorn.

Clau C: Entorns i eixos de ciutat.⁵² Es tracta de zones que comparteixen característiques i objectius amb la Clau B, però on la seva capacitat d'atractivitat queda reduïda a famílies residents en els barris i districtes d'implantació.

Clau D: Eixos comercials i Entorns especialitzats.⁵³ Zones de la ciutat on es concentra un nombre important d'establiments d'una única especialitat, generalment en petits i mitjans establiments. La concentració i pluralitat de marques en oferta de l'especialitat, permet exercir una atractivitat comercial conjunta captant clientela més enllà del barri en què estan implantats. Es fixa com a objectiu per aquesta clau, potenciar la concentració, especialització i qualificació de l'oferta i de l'espai urbà.

Clau E: Centres comercials en funcionament.⁵⁴ Són les àrees on es localitzen el tipus d'establiment esmentat. El PECNAB fixa per aquests perímetres l'objectiu de la seva adaptació constant a les necessitats

dels consumidors, i l'evolució de l'oferta comercial. En aquest sentit és permet la reforma dels centres i el canvi en la seva estructura d'oferta (ampliació, canvi de categoria d'establiments, etc.) amb les preceptives tramitacions administratives.

Clau F: Nous barris residencials.⁵⁵ Es tracta dels nous barris residencials programats a la ciutat, o àrees de transformació urbana. Els plans derivats que els desenvolupen han de definir detalladament els seus usos i les seves estructures i polaritats comercials.

Clau G: Àrees de polaritat PECAB.⁵⁶ Són les àrees de concentració comercial induïdes per la presència d'un gran equipament comercial, generalment un mercat, que apareixen al Pla Especial del Comerç Alimentari de Barcelona (PECAB) de l'any 1996. L'objectiu és complementar l'oferta comercial alimentària amb alguns establiments no alimentaris, aprofitant els fluxos de compradors de proximitat que es generen en aquestes àrees.

Clau H: Àrees de nova polaritat PECAB.⁵⁷ Són perímetres de nova polaritat definits pel PECAB de l'any 1996, per tal de dotar a àrees i districtes de la ciutat amb dèficits o subequipament de proveïments.

Clau I: Estacions de FFCC de grans línies.⁵⁸ Es correspon a les estacions de ferrocarrils que acullen grans línies, en especial el TGV. L'objectiu és dotar aquests espais d'una oferta comercial qualificada, que permeti augmentar la projecció exterior del comerç de la ciutat, i doni servei als usuaris d'aquestes estacions i els seus entorns de mobilitat de persones.

Clau J: Altres estacions de viatgers.⁵⁹ Es tracta d'altres estacions de viatgers (estacions menors de ferrocarrils i grans intercanviadors, estacions d'autobusos, estacions marítimes, etc.) on es concentra un important nombre de viatgers. Es fixa com objectiu comercial dotar-les d'una mínima oferta comercial que s'adeqüi a les necessitats dels viatgers, tenint en compte que tenen una menor projecció externa que les estacions de FFCC de les grans línies.

Clau K: Àrees industrials (classificació 22 del Pla General Metropolità.)⁶⁰ Es correspon amb les zones industrials del PGM (clau 22), ambles excepcions que es puguin derivar dels processos de transformació d'aquestes àrees industrials (22@, nous polígons residencials, etc.). L'objectiu és dotar-les d'un mínim

⁵⁰ Art. 16 de la Normativa del PECNAB

⁵¹ Art. 18 de la Normativa del PECNAB

⁵² Art. 22 de la Normativa del PECNAB

⁵³ Art. 26 de la Normativa del PECNAB

⁵⁴ Art. 30 de la Normativa del PECNAB

⁵⁵ Art. 34 de la Normativa del PECNAB

⁵⁶ Art. 37 de la Normativa del PECNAB

⁵⁷ Art. 41 de la Normativa del PECNAB

⁵⁸ Art. 45 de la Normativa del PECNAB

⁵⁹ Art. 49 de la Normativa del PECNAB

⁶⁰ Art. 53 de la Normativa del PECNAB

equipament comercial al servei de les empreses i els seus treballadors, en especial per allò que fa al comerç especialitzat i que constitueixen excepcions (maquinària, ferreteria, bricolatge, subministraments, etc.).

Clau L: Àrees sotmeses a PERI, PEMU, planejament derivat i/o modificació del PGM.⁶¹ Són les àrees de remodelació i rehabilitació de determinats entorns degradats i que constitueixen objecte d'operacions integrades de reforma interior, o de plans de millora urbana, planejament derivat i/o modificació del PGM. Els objectius i finalitats comercials vindran determinades pel pla que les desenvolupa.

Perímetres amb prohibició d'implantació d'establiments comercials.⁶² Per la pròpia ordenació d'usos derivada del PGM (en els anomenats sistemes generals del PGM), queda prohibida, tot tipus d'activitat comercial, excepte les pròpies per donar servei als usuaris: sistema portuari(1a i 1c) i ferroviari (3) amb exclusió de les estacions; serveis tècnics (4); vials (5); equipaments comunitaris (7), amb exclusió dels destinats a proveïments i subministraments; protecció de sistemes generals (9), parcs forestals(27,28 i 29); cementiris (25), verd privat (8a). Per aquests perímetres, s'estableixen les condicions i excepcions següents⁶³:

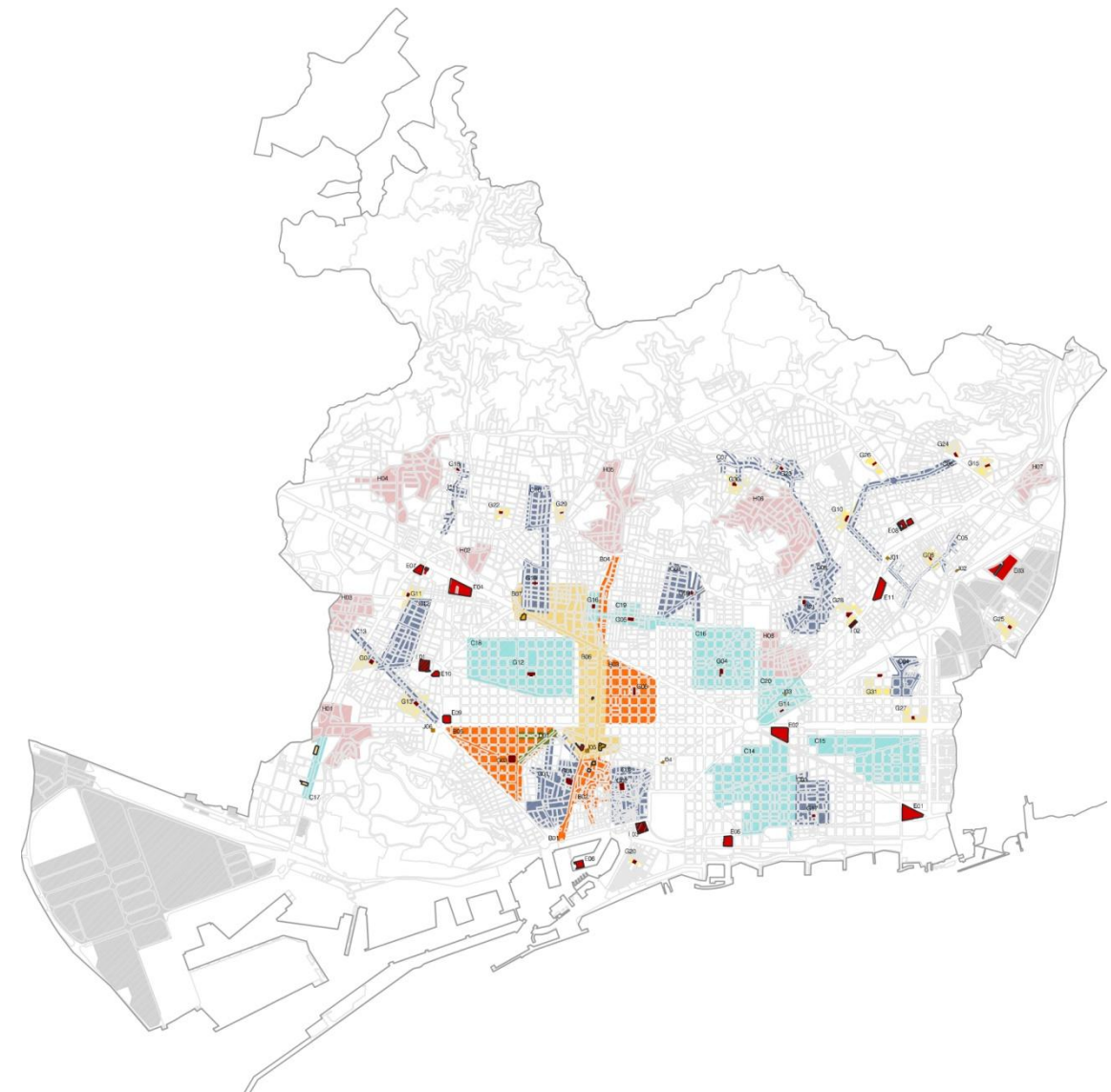
- En els perímetres 5 (vials) i 9 (protecció de sistemes generals) regulats en aquesta secció, s'autoritza l'obertura de nous establiments dels següents tipus:
 - Botigues de conveniència
 - Botigues annexes a benzineres
- En els perímetres 7 (equipaments comunitaris), s'autoritza l'obertura de nous establiments dels següents tipus:
 - Botigues de conveniència
 - Botigues lligades a l'activitat de l'equipament (museus, llibreries, etc.).

Excepcionalment podran autoritzar-se els usos comercials per a la venda de productes de consum immediat en les condicions que es fixen en l'Ordenança municipal sobre l'ús de les vies i espais públics.

3. L'amplada de la via pública:

Aquesta es defineix per la distància entre façanes del carrer, segons el planejament vigent de l'entrada principal a l'establiment. Els trams de classificació són:

- . Inferior a 7 metres.
- . Entre 7 i 9,99 metres
- . Entre 10 i 19,99 metres
- . Igual o superior a 20 metres



El plànol 1.04 representa els perímetres que recull el PECNAB

⁶¹Art. 57 de la Normativa del PECNAB

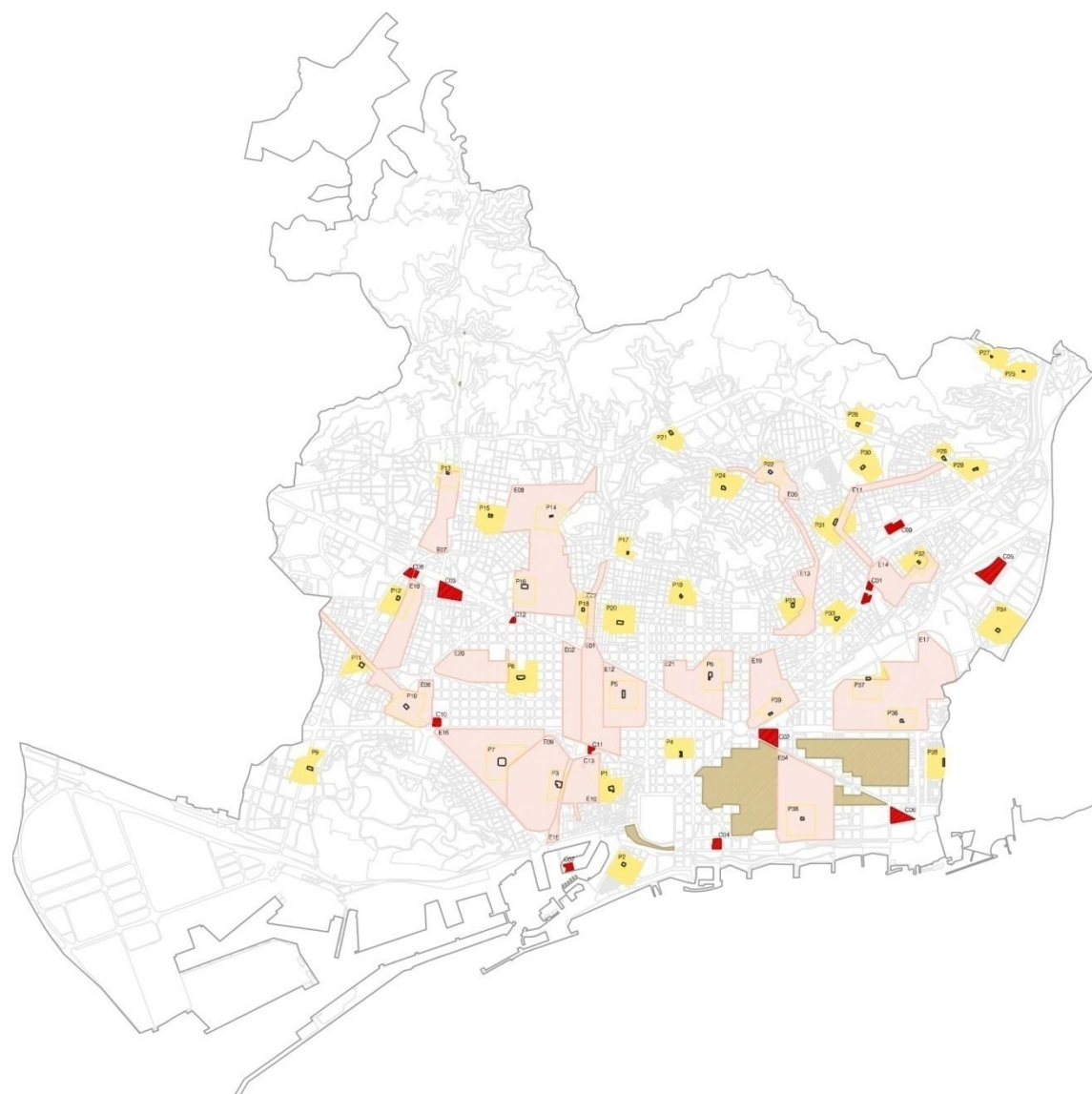
⁶²Art. 61 de la Normativa del PECNAB

⁶³Art. 63 de la Normativa del PECNAB

Pla Especial del Comerç Alimentari de Barcelona (PECAB)

El primer Pla Especial de l'Equipament Comercial Alimentari de Barcelona es va aprovar l'any 1985, i ha estat revisat en diverses ocasions per adaptar-se a les evolucions del context del moment fins a l'actualitat, essent l'última revisió del 2015. El Pla té com a objectiu ordenar i regular el comerç d'alimentació en l'espai urbà de la ciutat. Això es concreta en tres àmbits de planificació:

- Localitzar i ordenar les polaritats comercials.
- Dimensionar l'equipament comercial fins a un nivell suficient.
- Regular els usos i formes comercials permesos en cada zona de la ciutat.



- Plànol 1.05, que representa els perímetres que recull el PECAB (2015)

A aquests tres àmbits caldria afegir-ne un quart, consistent a dimensionar i distribuir l'equipament comercial de manera que no es produeixin concentracions que puguin suposar una major càrrega circulatòria a la ciutat.

El PECAB, com a instrument bàsic de la intervenció municipal en l'ordenació de les activitats comercials alimentàries, recull un tractament específic de les diferents realitats territorials del teixit comercial de la ciutat. La solució adoptada és la divisió de la ciutat en zones o perímetres amb unes característiques determinades. En la terminologia del Pla, aquests perímetres són:

- Els perímetres d'influència de les polaritats comercials en funcionament.
- Els perímetres dels centres comercials en funcionament.
- Els perímetres per a la ubicació del comerç de proximitat.
- Els perímetres per a la prohibició d'instal·lació d'establiments.
- Els perímetres de zonificació especial.

A cadascun d'aquests perímetres se li assigna una funcionalitat que delimita els tipus i les característiques dels usos comercials autoritzables en cada àrea. Alguns d'aquests perímetres i les seves condicions d'ús van ser recorregudes a través del recurs contenciós administratiu numero 174/2011 i que ha estat estimat favorablement pel Tribunal Superior de Justícia de Catalunya. En concret, van ser declarats nuls, els articles 17.1, 21.1, 24.1 y 2, 28.1 de la normativa del PECNAB⁶⁴.

1.2.4 Taula síntesi de les condicions d'implantació i règim de llicència dels establiments comercials

Per acabar aquest capítol es mostra una taula que sintetitza, per al cas de Barcelona, les condicions d'implantació comercial i règim de llicència, segons la categoria de l'establiment i la seva superfície de venda.

⁶⁴ Anunci del Butlletí Oficial de la Província de Barcelona (BOPB) de 19 de febrer de 2014.

2.1. FITXA DESCRIPTIVA DELS CENTRES COMERCIALS DE BARCELONA

A continuació es presenten 10 fitxes que descriuen els deu centres comercials de Barcelona. Malgrat que cada centre comercial té les seves particularitats, totes les fitxes comencen amb dades que permeten comparar-los entre ells.

En primer lloc es plasmen les dades generals del centre (adreça, promotor, any d'inauguració, etc.), a continuació, les dades urbanístiques bàsiques (clau urbanística, superfície de parcel·la, edificabilitat, etc.) i finalment, dades respecte al seu ús comercial (superfície de venda autoritzada, nombre de comerços, etc.)

En segon lloc, cada fitxa presenta una evolució del planejament amb l'explicació dels elements clau que defineixen cadascuna de les modificacions realitzades.

A la part dreta de cada fitxa un ortofotoplànol a escala 1:5.000 contextualitza la peça comercial i el seu entorn. Els plànols amb els que cada centre orienta als seus usuaris és inclòs en les fitxes, ja que és molt il·lustratiu de com s'organitza l'espai interior de cada centre, com s'ubiquen els establiments i els comerços àncora. També s'han realitzat uns esquemes d'implantació per a cadascun dels centres que il·lustren la composició dels espais interiors, la presència o no d'espais lliures, i els accessos per a vianants i per a vehicles. Només s'indiquen els accessos a les àrees públiques i no a les locomotores, que de vegades, gaudeixen d'accessos propis.

A continuació es presenten les fitxes descriptives dels deu centres comercials seguint l'ordre de la seva obertura a la ciutat:

Centre Comercial Pedralbes Centre

Centre Comercial L'Illa Diagonal

Centre Comercial Glòries

Centre Comercial Maremàgnum

Centre Comercial El Centre de la Vila

Centre Comercial El Triangle

Centre Comercial de La Maquinista

Centre Comercial Heron City

Centre Comercial Diagonal Mar

Centre Comercial Arenas de Barcelona

PEDRALBES CENTRE

DADES GENERALS¹

Adreça: Avinguda Diagonal, 602-615
Any obertura: Abril 1989
Promotor: Immobiliària Colonial
Propietat: Immobiliària Colonial
Societat gerent: Immobiliària Colonial
Comercialitzador: Ratt Fenech
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 18
Superfície de parcel·la²: 4.784m²
Nombre de plantes total: PB+10 i 2 sota rasant
Edificabilitat màxima³: 26.223m²
Superfície d'ús comercial: s/d

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 9.800 m² (no inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA): s/d
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 5.446 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 4/5
Nre. de comerços¹: 52
Llocs de treball¹: 415
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹: no disposa
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹: no disposa
Places d'aparcament¹: 500
Afluència anual de visitants: s/d



E: 1/5.000

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1978) Estudi de Detall del sector comprès entre l'avinguda del generalísimo Franco i els carrers de Numància, Europa i Joan Güell de Barcelona
- (1987) Pla Especial. Rectificació Puntual de l'Ordenança del Pla parcial de la Zona nord de l'Av. Diagonal i barri de Les Corts

ESTUDI DE DETALL (1978)

Per a l'emplaçament on està situat el centre comercial es defineix un solar de **6.530,81m²** de superfície i **dos volums d'edificació** amb els següents paràmetres:

El **primer volum** consta d'una **alçada reguladora màxima de PB +10** i **1.867m²** d'ocupació, amb una **edificabilitat de 20.086,98m²** de sostre.

El **segon volum** consta d'una **alçada reguladora màxima de PB +10** i **1.026m²** d'ocupació, amb una **edificabilitat de 6.136m²**.

PLA ESPECIAL (1987)

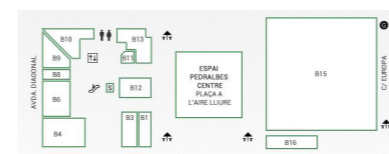
L'objectiu del pla especial és **augmentar l'alçada reguladora màxima sense modificar-ne el nombre de plantes**. S'estableix un valor màxim d'alçada lliure de 3,70m i un valor mínim de 3,05m.



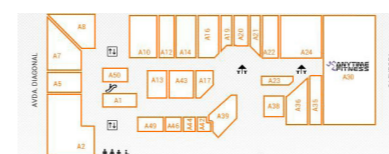
Planta 1



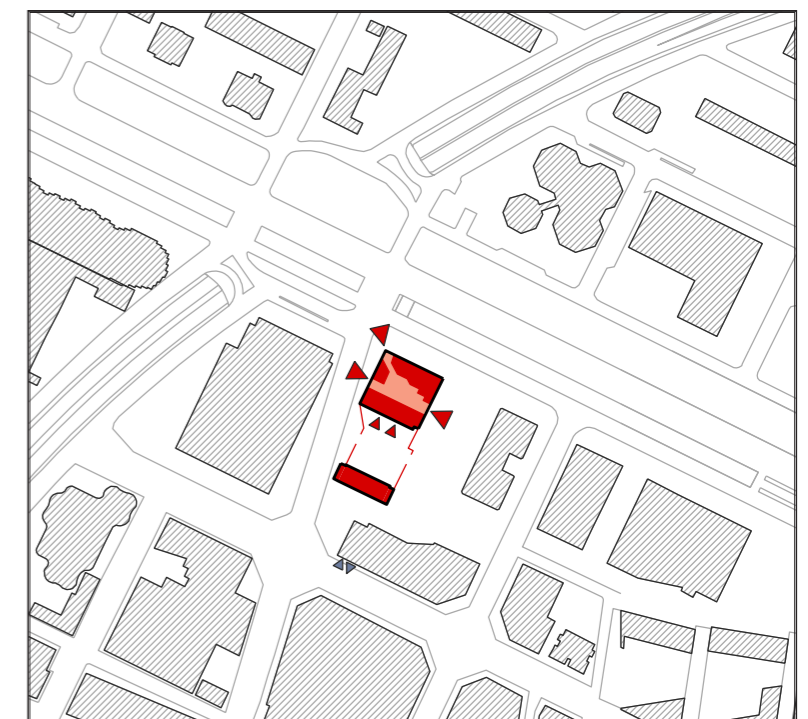
Planta 0



Planta -1



Planta -2



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.

2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.

3. Plànol d'ordenació. ED al sector comprès entre l'avinguda del generalísimo Franco i els carrers de Numància, Europa i Joan Güell de Barcelona (1978).

4. Punt 1.2 de la memòria justificativa. PE. Rectificació puntual de l'ordenança del PP de la Zona Nord de l'Av. Diagonal i el barri de Les Corts (1987).

L'ILLA DIAGONAL

DADES GENERALS¹

Adreça: Avinguda Diagonal, 557
Any obertura: Desembre 1993
Promotor: Grup Sanahuja, Grup Axa
Propietat: Comunitat de propietaris
Societat gerent: SCCE
Comercialitzador: SCCE
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 18c, 18d, 18h
Superfície de parcel·la²: 23.670 m²
Nombre de plantes total: PB+12 i 4 sota rasant
Edificabilitat màxima⁵: 100.000 m²
Superfície d'ús comercial¹⁰: 29.190 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 42.000 m² (no inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 29.300 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 35.000 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 3/4
Nre. de comerços¹: 172
Llocs de treball¹: 1.170
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹:
 Caprabo (4.500m² SBA)
Cinemes (n^o sales/n^o butaques/sup.)¹: No disposa
Places d'aparcament¹: 2.400
Afluència anual de visitants: s/d

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT

- (1976) Pla General Metropolità
- (1987) Pla Especial. Rectificació Puntual de l'Ordenança del Pla Parcial de la Zona nord de l'Av. Diagonal i barri de Les Corts
- (1989) Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal
- (2002) Refós. Modificació Puntual del Pla Especial Illa Diagonal

PLA ESPECIAL (1987)

L'objectiu és augmentar l'alçada reguladora màxima sense modificar-ne el nombre de plantes. S'estableix un valor **màxim** d'alçada de **3,70m** i un valor **mínim** de **3,05m**.⁴

PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (1989)

Es defineix l'àrea del pla especial, que inclou els usos comercial, oficines, residència, hotel i equipament en una superfície de sòl de 56.106m².

L'edificabilitat màxima és de 115.232m², però el projecte defineix un sostre construït de 100.000m², distribuïts en els següents usos:

Ús	Superfície
Ús Comercial (Clau 18c i 18d)	29.000m ²
Ús Oficines	48.000m ²
Ús Residencial	6.000m ²
Ús Hotel (Clau 18h)	17.000m ²

Els usos previstos per a l'edificació principal amb façana Diagonal són: plantes inferiors comercials, galeries intermèdies, pisos per a oficines i empreses, apartaments representatius, plantes per a societats i un apartahotel.⁶

Queden definides les superfícies de sòl i edificabilitat de les claus 18c, 18d i 18h,⁷:

- **18c:** 1.800m²s, 2.520m²st
- **18d:** 18.552m²s, 78.980m²st
- **18h:** 3.740m², 18.500m²st

Es disposa d'una parcel·la de **1.800m²** per a ús "comercial comple-

mentari" en la part est de l'illa entre l'Edifici Diagonal i el Centre de convencions. La parcel·la, podrà **ocupar fins a un màxim del 70% del seu sòl**.⁸

Pel que fa als **usos comercials** de l'edificació de la Diagonal es preveuen quatre tipologies comercials bàsiques. Les **superfícies** es distribueixen en un **10-15%** en els establiments de tipus **mínim**, **20-30%** en els establiments **petits**, **10-15%** en els de tipus **mitjà** i **30-55%** en els **grans establiments**.⁹

MODIFICACIÓ PUNTUAL PE ILLA DIAGONAL (2002)

S'estableix que es destini a ús comercial la meitat de la superfície del soterrani 1 de Déu i Mata, ocupant la semiplanta del costat del Parc (amb sortida directa a Planta Baixa Déu i Mata).¹⁰ Modifica lleugerament la superfície d'ús comercial, augmentant de 29.000m² a 29.190m².



E: 1/5.000

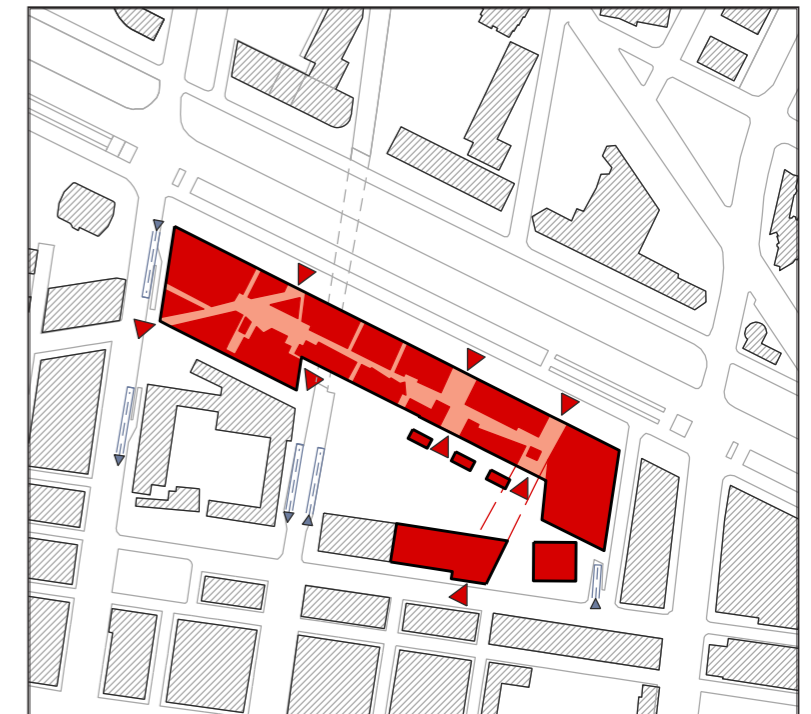
Planta 1



Planta 0



Planta -1



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016. Cadastre.
 2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.
 3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 1990 088(B-060) concedida per la Generalitat de Catalunya
 4. Punt 1.2 de la memòria justificativa. Pla Especial. Rectificació Puntual de l'Ordenança del Pla Parcial de la Zona Nord de l'Av. Diagonal i barri de les Corts (1987)
 5. Capítol 1. Punt 8. Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989)
 6. Capítol 1. Punt 10. Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989)
 7. Capítol 3. Punts 36, 37 i 38. Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989)
 8. Capítol 2. Punt 22. Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989)
 9. Annex 16. Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989)

10. Punt 1.7. Modificació del Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (2002)

LES GLÒRIES

DADES GENERALS¹

Adreça: Avinguda Diagonal, 208
Any obertura: Abril 1995
Promotor: Carrefour, Consorci Zona Franca BCN, SCIC
Propietat: Unibail-Rodamco, Carrefour Property, Redevo, Cines Balañá
Societat gerent: Unibail-Rodamco
Comercialitzador: Unibail-Rodamco
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 18*, 18*(p)
Superfície de parcel·la²: 31.184 m²
Nombre de plantes total: PB+1 i 4 sota rasant
Edificabilitat màxima⁶: 85.350 m²
Superfície d'ús comercial⁹: 64.975 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 212.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 28.973 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 60.300 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 3/3
Nre. de comerços¹: 130
Llocs de treball: s/d
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹: Carrefour (16.673m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹: Cines Balañá (7/1684/2.400 m²)
Places d'aparcament¹: 2.605
Afluència anual de visitants¹: 11.600.000

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1990) Modificació del Pla General Metropolità a l'illa Hispano Olivetti
- (2013) Modificació del Pla General Metropolità per a la transformació urbanística de l'àmbit discontinu comprès per la parcel·la B del PMU d'ordenació de la parcel·la situada al carrer Àlaba 122-130 i el Centre Comercial Glòries
- (2014) Pla de Millora Urbana de l'àmbit "Centre Comercial Glòries"

MODIFICACIÓ DEL PGM (1990)

Canvi de qualificació urbanística de la superilla Granvia-Diagonal-Llacuna. Queda qualificada com a 18*, amb excepció de la zona 7a. Anteriorment qualificada al PGM com a 22ª, industrial.

Superfície de la super-illa: 39.941m²

Divisió en sectors de la zona 18*

Sectors	Superfície
Sector 1	13.08m ²
Sector 2	6.396m ²
Sector 3	7.493m ²
Sector 4	4.537m ²

Es defineixen els **usos permesos**. A tots els sectors: ús **industrial** en les categories 1ª, 2ª i 3ª, a més també s'hi admeten l'ús **comercial, d'oficines, religiosos i cultural, residencial, sanitari, recreatiu i esportiu**. L'ús comercial pot estendre's al primer soterrani. **Es permet l'ús comercial-alimentari limitat a un únic establiment de 5.000m² en els sectors 1 i 3.**

Coefficient d'edificabilitat: 2m²st/m²s

Sostre edificable: 79.882m²₅

MODIFICACIÓ PGM LES GLÒRIES (2013)

Es produeix un **canvi de qualificació urbanística** de l'illa delimitada pels carrers Tànger, Àlaba, Sancho de Àvila i Àvila, permetent **transferir a l'àmbit del Centre Comercial Glòries. 5.500m² de sostre edificable**. Amb aquesta operació es fa possible la **renovació del C.C. Nou sostre edificable: 85.350m²₆**. L'operació de renovació del C.C. té com a **objectius la permeabilitat del centre relacionant-lo amb la trama urbana consolidada**

del seu entorn i la millora de l'espai públic i de l'espai privat d'ús públic de l'àmbit del Centre Comercial.

Es descomposa la zona 18* i 18*(p) en quatre grans illes separades per carrers interiors.

Illes	Superfície
Illa 1	12.860m ²
Illa 2	6.396m ²
Illa 3	6.628m ²
Illa 4	5.537m ²

PLA DE MILLORA URBANA (2014)

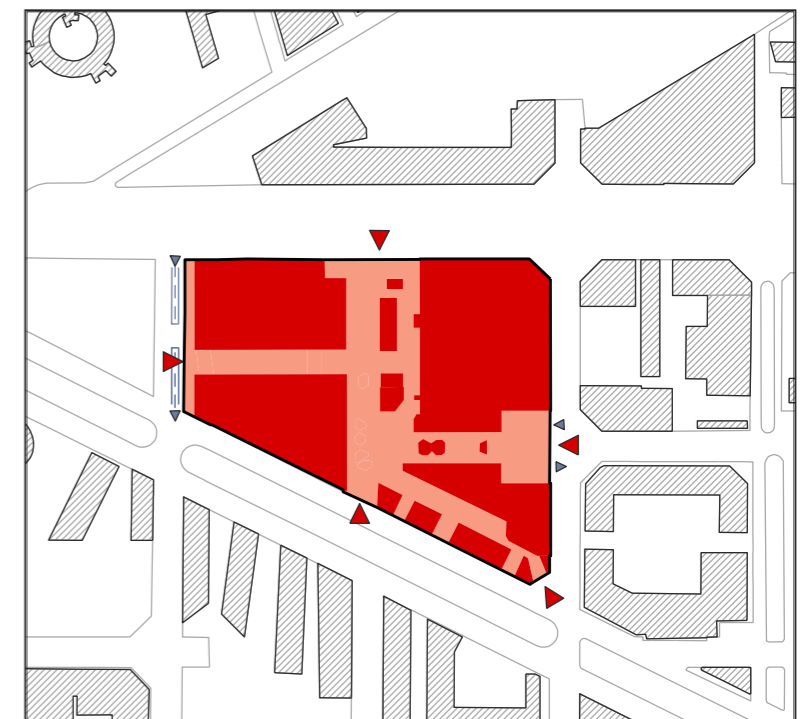
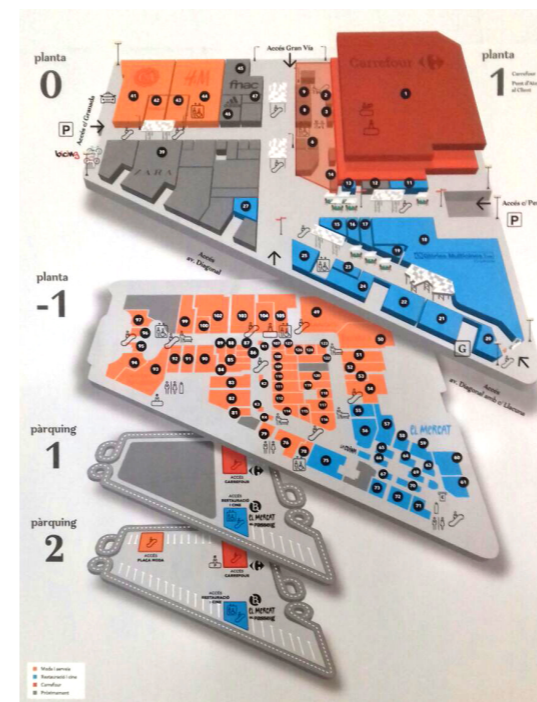
Es defineix l'edificabilitat per a cadascuna de les illes del MPMG 2013 i es comparen les superfícies construïdes actuals i de projecte segons usos.

Illes ₅	Edificabilitat
Illa 1	30.943,52m ² st
Illa 2	15.759,93m ² st
Illa 3	16.980,97m ² st
Illa 4	21.665,58m ² st

Ús ₉	Sup. constr. actual	Sup. constr. proj.
Oficines	31.852m ² st	31.852m ² st
Serv. com. oficines	6.671m ² st	6.993m ² st
Comercial	52.064m ² st	64.975m ² st
Serv. com. comercial	19.485m ² st	19.523m ² st
Aparcament	65.721m ² st	59.513m ² st
Serv. com. aparcament	14.188m ² st	14.375m ² st
Total	189.980m ² st	197.231m ² st
Concessió	28.343m ² st	29.299m ² st
Total	218.322m ² st	226.530m ² st



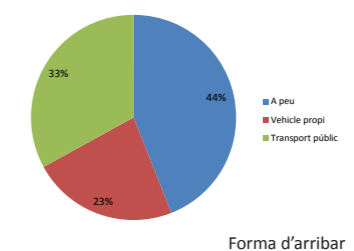
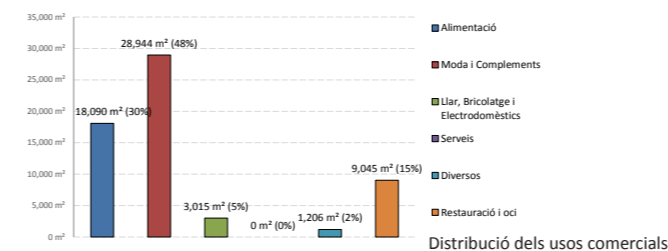
E: 1/5.000



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.
2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.
3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 2013 LLC-05/13 (B/C-04) concedida per la Generalitat de Catalunya.
4. Punt 3.2. Característiques de la modificació. MPMG Illa Hispano Olivetti (1990)
5. Punt 4. Regulació de l'edificació. MPMG Illa Hispano Olivetti (1990)
6. Punt 4. Objectius, oportunitat i conivència. MPMG (2013)

7. Article 6. Regulació de la zona subjecta a ordenació volumètrica específica. MPMG (2013)
8. Punt 7. Objecte del Pla de Millora Urbana. Pla de Millora Urbana de l'àmbit "C.C. Glòries" (2014)
9. Punt 8.1. Ordenació volumètrica de l'edificació. Pla de Millora Urbana de l'àmbit "C.C. Glòries" (2014)



MAREMÀGNUM

DADES GENERALS¹

Adreça: Moll d'Espanya, s/n
Any obertura: Maig 1995
Promotor: Corio Real Estate, Odisea 2000
Propietat: Klèpierre Manegement Espanya
Societat gerent: s/d
Comercialitzador: Klèpierre Manegement Espanya
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: 1.a.31.2
Superfície de parcel·la²: 10.920 m²
Nombre de plantes total: PB+2 i 1 sota rasant
Edificabilitat màxima³: 21.656 m²
Superfície d'ús comercial⁴: 21.656 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 40.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 8.800 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 21.545 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 3/1
Nre. de comerços¹: 93
Llocs de treball¹: 668
Locomotora comercial alimentària (sup.): No disposa
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.): No disposa
Places d'aparcament¹: 826
Afluència anual de visitants¹: 11.053.564

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1989) Pla Especial del Port Vell de Barcelona
- (1990) Estudi de Detall del Moll d'Espanya Port Vell de Barcelona
- (1999) Estudi de Detall per la modificació i alineacions de l'ED del Moll d'Espanya 1990
- (2001) Modificació del Pla Especial del Moll d'Espanya àmbit III del Port Vell de Barcelona

PLA ESPECIAL (1989)

Es divideix el Port Vell en **diferents àmbits d'actuació** i se n'especifica què les superfícies per a cadascun dels àmbits.

Pel que fa al Moll d'Espanya, àmbit III₄:

Superfície global: 100.505m²

Distribució de la superfície;

Clau 1.1: 7.500m²

Clau 5a5b: 8.000m²

Clau 31.1: 3.300m²

Clau 31.1: 2.100m²

Clau 31.2: 79.605m²

Desenvolupament de les claus:

Claus 31.1: Clubs

Clau 31.2: ED u.p. Moll Espanya

Sostres màxims:

Clau 31.1: 1.680m²

Clau 31.1: 3.100m²

Clau 31.2: 55.200m²

ESTUDI DE DETALL (1990)

L'Estudi de Detall **desenvolupa la normativa que estableix el PE Port Vell**. Es modifica la distribució de superfícies, **reduint els espais ocupats per àrees d'edificació i s'amplien els espais lliures**. Hi ha un **canvi de les superfícies destinades a clau 31.2**: es passa de 79.605m² del PE a 39.898m²₅

Es defineixen els **paràmetres d'edificació del centre lúdic-comercial₆**:

Sostre màxim edificable sobre rasant per usos privats: 21.500m²
Ocupació de l'edificació per usos privats sobre rasant: 10.950m²
Superfície mínima d'espais públics a nivell de planta baixa: 11.939m²

Disposició dels usos₆:

Planta soterrani: aparcament, magatzem, serveis, instal·lacions i altres dependències de servei.

Planta baixa: activitats lúdiques-comercials i de restauració, amb una ocupació màxima de 10.950m². La resta de superfícies seran espais públics per estança i circulació de vianants.

Planta 1^a: activitats recreatives comercials i, o culturals, dintre de l'àmbit d'ocupació màxima de 10.950m². La resta de superfícies també seran espai públic i circulació.

Planta 2^a: en funció de la solució adoptada es deixa la possibilitat d'un altre nivell, sempre que no sobrepassi els 12m d'alçada.

Paràmetres d'ocupació i edificació del centre lúdic-comercial₇:

Ocupació en PB: 8.775m²

Ocupació dels cossos sobresortints P1: 2.175m²

Edificació PB: 8.775m²

Edificació P1: 10.380m²

Edificació P2: 2.345m²

ESTUDI DE DETALL (1999)

Es fa l'estudi pels desajustos entre el previst a l'ED i les edificacions dels projectes aprovats. Només **reordena les àrees de nova edificació**. No modifica paràmetres d'edificació o ús de l'ED de 1990.

Ocupació del centre lúdic-comercial: 8.317m²

Sostre: 21.655,72m²₈

MODIFICACIÓ PLA ESPECIAL (2001)

Es reordenen les superfícies del PE 1989:

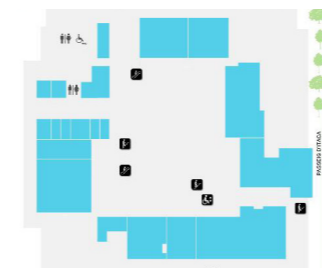
Clau 31.2:

Sòl: es passa de 73.105m² del PE 1989 a 43.887m²

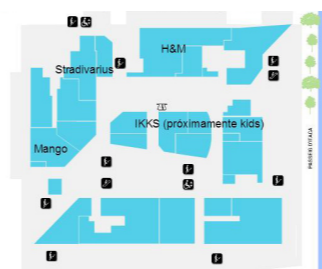
Sostre: es passa de 55.200m² del PE 1989 a 49.932m². Per tant, es **reduïx el sostre edificable en 5.268m²₉**



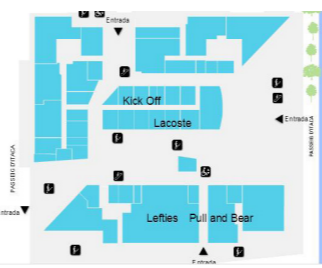
E: 1/5.000



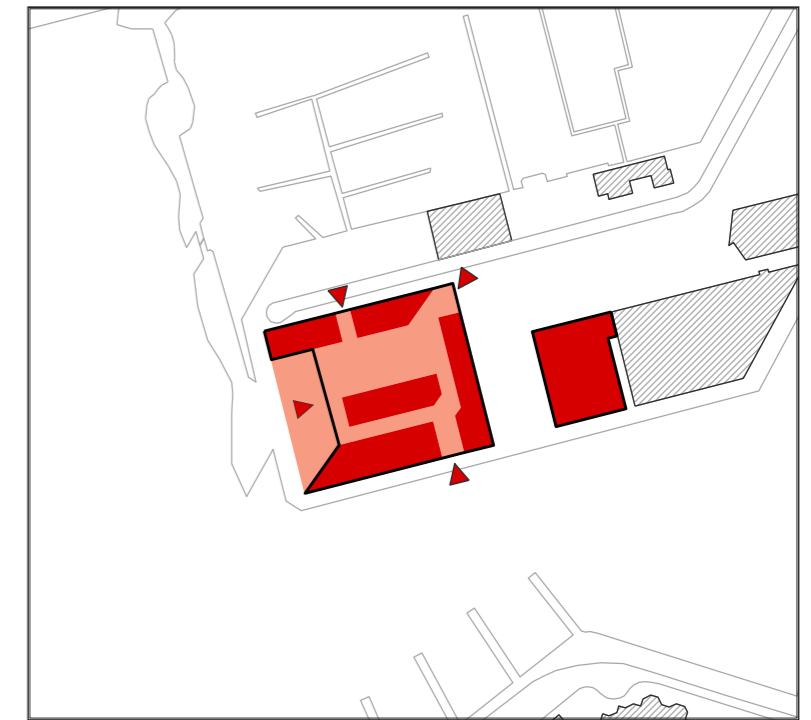
Planta 2



Planta 1



Planta 0



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.

2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.

3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 1992 C-09/94 (B/C-23) concedida per la Generalitat de Catalunya

4. Punt 3. Criteris generals de l'ordenació. PE del Port Vell de Barcelona (1989)

5. Punt 6. Ordenació de les diferents àrees. ED de Moll d'Espanya Port Vell de Barcelona (1990)

6. Punt 8.2. Àrees d'edificació subjectes a unitat de projecte. Clau 31.2. ED de Moll d'Espanya Port Vell de Barcelona (1990)

7. Punt 9. Superfícies. ED de Moll d'Espanya Port Vell de Barcelona (1990)

8. Antecedents. Modificació del Pla Especial del Moll d'Espanya àmbit III del

Port Vell de Barcelona (2001)

9. Comparació entre la MPE 2001 i el PE 1989. MPE del Moll d'Espanya àmbit III del Port Vell de Barcelona (2001)

EL CENTRE DE LA VILA

DADES GENERALS¹

Adreça: Salvador Espriu, 61
Any obertura: Juliol 1996
Promotor: Mercasa (Olympic Moll S.A.)
Propietat: Mercasa
Societat gerent: SCCE
Comercialitzador: SCCE
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 18*
Superfície de parcel·la²: 17.565 m²
Nombre de plantes total: -
Edificabilitat màxima³: 30.000 m²
Superfície d'ús comercial: s/d

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 68.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 13.581 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 17.600 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 2/2
Nre. de comerços¹: 86
Llocs de treball¹: 247
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹:
 Consum (3.719m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹:
 Yelmo Cineplex 3D (15/2269/4.937 m²)
Places d'aparcament¹: 1.000
Afluència anual de visitants: s/d

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1987) Pla Especial d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona al sector del passeig de Carles I de l'avinguda d'Icària
- (1989) Pla Especial d'adequació de l'àrea residencial de la vila olímpica i de la zona d'equipaments costaners als ajustos esdevinguts necessaris al pla especial d'ordenació de la façana al mar de Barcelona al sector de Carles I i d'Icària.

PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (1987)

L'objectiu del Pla Especial és **desenvolupar les determinacions del Pla General Metropolità amb una ordenació detallada del seu àmbit.**⁴

El pla parcial defineix els **usos en zona de volumetria específica per a habitatge**⁵: vivenda, residencial, comercial, sanitari, recreatiu, esportiu, religiós i cultural, oficines, estacionament i aparcament.

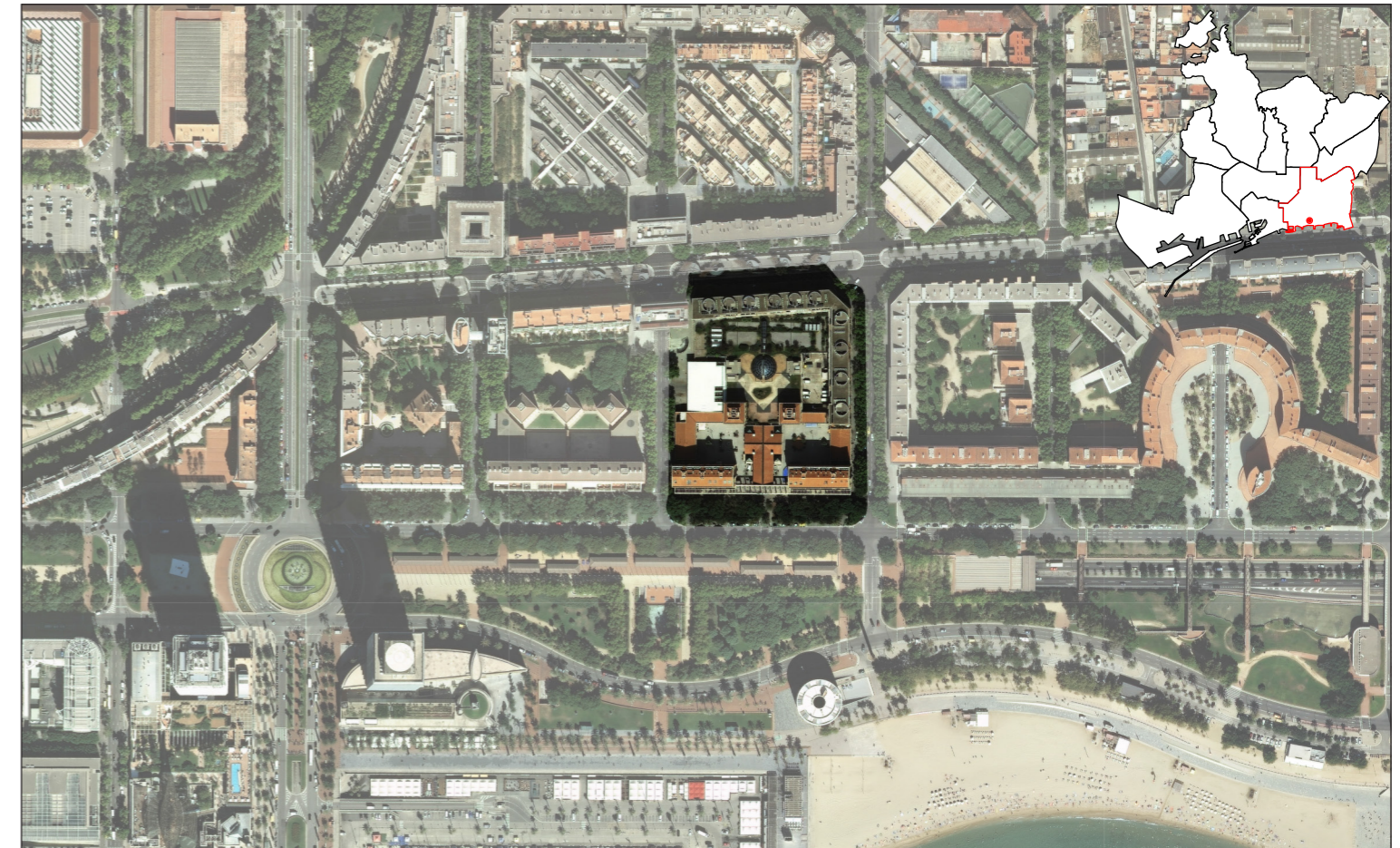
També defineix els **usos en zona de volumetria específica per a equipaments hotelers i terciaris**⁶: residencial, comercial, sanitari, recreatiu, esportiu, religiós i cultural, oficines, estacionament i aparcament.

Es defineix que el **desenvolupament d'una unitat de projecte** podrà fer-se directament mitjançant el **projecte d'edificació que haurà de comprendre la totalitat de la U.P** i l'oportuna llicència municipal. Pel que fa a una **unitat de projecte per parts**, el seu desenvolupament requerirà l'**aprovació d'un Estudi de Detall** que determini les noves unitats de projecte en que es subdivideix i concreti els paràmetres adients per garantir l'harmonia de la nova ordenació.⁷

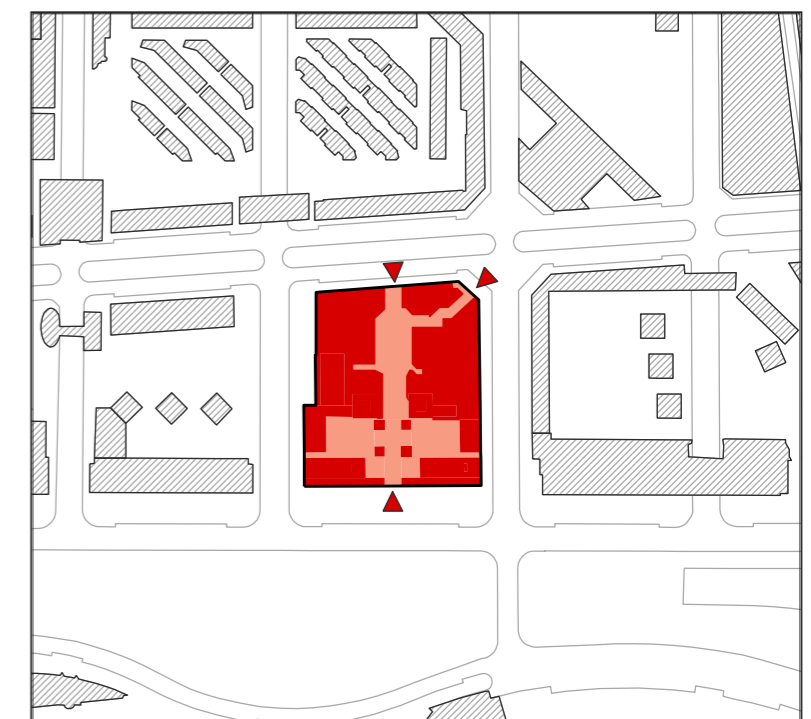
La **unitat de projecte U.P.7.5** que es defineix en aquest PE és la que correspon a l'emplaçament del Centre Comercial. Al PE es defineix un **sostre total màxim de 30.000m²** per a aquesta U.P.⁸

PLA ESPECIAL D'ADEQUACIÓ (1989)

Es defineix un **edifici de concentració comercial a l'interior de la U.P.7.7** d'aquest pla especial, que s'ha d'adaptar a l'edificació residencial que l'envolta i el programa definitiu d'aquest edifici quedarà subjecte a les decisions de la promoció.⁹



E: 1/5.000



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.

2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.

3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 1990 088 (B-060) concedida per la Generalitat de Catalunya.

4. Art. 2. PE d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona, al sector del passeig de Carles I i de l'avinguda d'Icària (1987).

5. Art. 25. PE d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona, al sector del passeig de Carles I i de l'avinguda d'Icària (1987).

6. Art. 26. PE d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona, al sector del passeig de Carles I i de l'avinguda d'Icària (1987).

7. Art. 30. PE d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona, al sector del passeig de Carles I i de l'avinguda d'Icària (1987).

8. Plànol 15. PE d'ordenació urbana de la façana al mar de Barcelona, al sector del passeig de Carles I i de l'avinguda d'Icària (1987).

9. Punt 7.2.4. PE d'adequació de l'àrea residencial de la vila olímpica i de la zona d'equipaments costaners als ajustos esdevinguts necessaris al PE 1986 (1989).

EL TRIANGLE

DADES GENERALS¹

Adreça: Plaça Catalunya, 1-4
Any obertura: Novembre 1998
Promotor: Stim Batir Espanya (Bouygues)
Propietat: Deka Immobilien Investment GmbH
Societat gerent: CBRE
Comercialitzador: CBRE
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 13E
Superfície de parcel·la²: 4.278 m²
Nombre de plantes total: PB+6 i 5 sota rasant
Edificabilitat màxima⁵: 22.341 m²
Superfície d'ús comercial: s/d

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 27.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 13.011 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 14.179 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 4/5
Nre. de comerços¹: 22
Llocs de treball¹: 548
Locomotora comercial alimentària (sup.): No disposa
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.): No disposa
Places d'aparcament¹: 293
Afluència anual de visitants: s/d

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1994) Estudi de Detall Pelai-Catalunya-Bergara (Tram Pelai 13-Bergara 14)
- (2013) Pla de Millora Urbana per a la reordenació volumètrica de l'edifici "El Triangle" en el front del carrer "Pelai"

ESTUDI DE DETALL (1994)

L'objecte de l'estudi de detall és el **reajust de les alineacions i de la ordenació del volum d'edificació del sòl que ocupen un total de sis finques sobre els carrers Bergara, Pelai i la Plaça Catalunya.**⁴ Es defineix la **superfície edificable** per al nou edifici⁵:

Planta	Superfície edificable
Planta Baixa	4.242,66m ²
Planta Entresòl (computable)	195,39m ²
Planta Primera	3.250,63m ²
Planta Segona	3.250,63m ²
Planta Tercera	2.850,45m ²
Planta Quarta	2.850,45m ²
Planta Cinquena	2.850,45m ²
Planta Sisena	2.850,45m ²

L'edificabilitat total és de 22.341,11m²

PLA DE MILLORA URBANA (2013)

L'objecte del pla és **esgotar l'edificabilitat màxima permesa** degut a que l'edifici "El Triangle" construït **en 1998 no va esgotar tota l'edificabilitat màxima permesa**, amb una edificabilitat finalment construïda va ser de 21.721,00m² més la superfície de 342,94m² referits als retranquejos de l'accés de la planta baixa i dels plecs de la façana. Per tant, **l'edifici encara pot albergar una edificabilitat addicional de 277,17m².**⁶

El pla especifica una superfície de sòl de 4.424,66m². Indica també que els usos de l'edifici "El Triangle" són els següents:

- **Plaça de Catalunya, 1-4; Carrer Bergara 14-16.** Aquesta finca consta de cinc plantes sota rasant, planta baixa, entresòl i sis plantes pis. Les places d'aparcament es situen a les plantes -5 fins a -2, locals comercials a les plantes -1, planta baixa, primera i segona i oficines en les plantes 2 fins a 6.

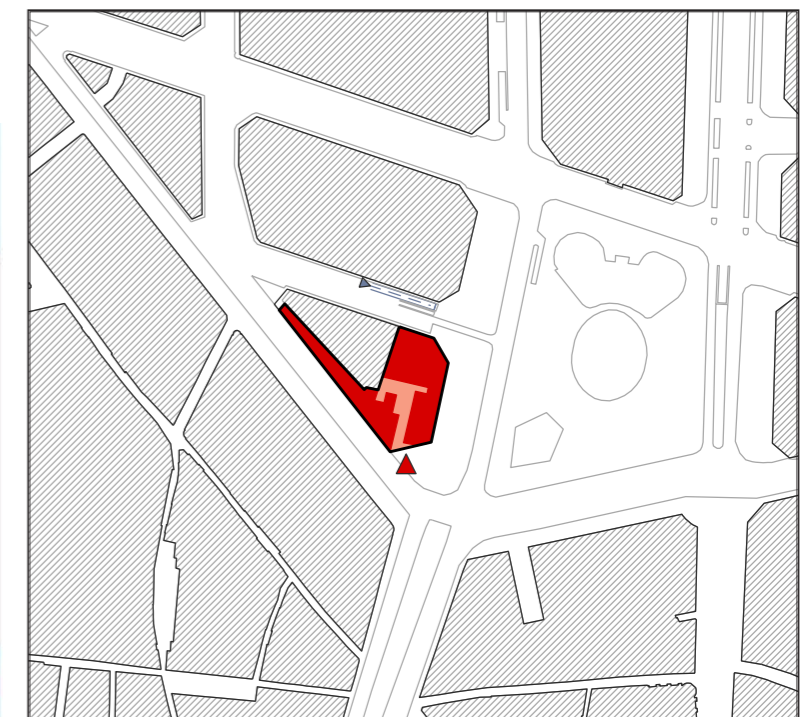
- **Carrer Pelai 13-39.** Aquesta finca consta de planta sota rasant, planta baixa i entresòl. Alberga locals comercials en les plantes -1, baixa i entresòl.



E: 1/5.000



Planta 0



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.

2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.

3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 1995 C-15/95 (B/C-12) concedida per la Generalitat de Catalunya.

4. Punt 1. Objecte i àmbit del present estudi de detall. ED Pelai-Catalunya-Bergara (1994).

5. Punt 4. Càlcul de volum edificable. ED Pelai-Catalunya-Bergara (1994).

6. Punt 2.1. Planejament vigent i la legislació aplicable. PMU per a la Reordenació volumètrica de l'edifici "El Triangle" en el front del carrer "Pelai" (2013).

7. Punt 3.1. Àmbit d'actuació. PMU per a la Reordenació volumètrica de l'edifici "El Triangle" en el front del carrer "Pelai" (2013).

8. Punt 3.2. Usos, edificacions i infraestructures existents: PMU per a la Reordenació volumètrica de l'edifici "El Triangle" en el front del carrer "Pelai" (2013).

LA MAQUINISTA

DADES GENERALS¹

Adreça: Passeig de Potosí, 2
Any obertura: Juny 2000
Promotor: La Maquinista Villa Global
Propietat: Unibail-Rodamco, Carrefour Property Espanya
Societat gerent: Unibail-Rodamco
Comercialitzador: Unibail-Rodamco
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 22
Superfície de parcel·la²: 71.084 m²
Nombre de plantes total: PB+2 i 2 sota rasant
Edificabilitat màxima³: 103.400 m²
Superfície d'ús comercial⁷: 103.400 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 225.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 57.147 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 95.000 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 3/2
Nre. de comerços¹: 222
Llocs de treball¹: 2.587
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹:
 Carrefour (15.236 m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹:
 Cinesa (12/3569/6.777 m²)
Places d'aparcament¹: 4.588
Afluència anual de visitants: s/d

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1990) Pla Especial d'ordenació i estructuració del sector industrial de Sant Andreu
- (1996) Modificació del PGM al sector de Sant Andreu-Sagrera
- (1997) Estudi de Detall de les zones 18 i 22 del Sector VI: Maquinista de la MPGM al sector de Sant Andreu-Sagrera
- (2001) Modificació del ED de la zona 22 del sector IV "La Maquinista" de la MPGM de Sagrera-Sant Andreu
- (2015) Modificació Puntual del PGM en el subàmbit 2 del Sector IV "La Maquinista", de Barcelona

PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (1990)

L'àmbit d'actuació del pla es defineix pels carrers Santander, Fray Juniper Serra, de la Formiga, Ciutat d'Asunción, prolongació de Tucumán i la línia del Ferrocarril. Abasta 70Ha destinades a sòl industrial.⁴

L'objecte del pla és l'adequació dels vials existents a la trama industrial del sector i la proposta de noves traces viàries. No es modifiquen les qualificacions urbanístiques del PGM 76.

MODIFICACIÓ DEL PGM (1996)

Es defineix el **Sector IV: Maquinista** amb els següents paràmetres:
 Superfície: 299.756m²
 Edificabilitat: 302.000m²

La **qualificació del sòl es distribueix de la següent manera:**

Vial: 95.971m ²	Verd: 31.748m ²
Clau 7: 31.543m ²	Clau 9: 1.291m ²
Clau 18: 32.895m ²	Clau 22: 106.308m ²
Clau 3: 950m ²	

Es dediquen **90.600m²** a sostre residencial.

Es divideix el **sector IV en subàmbits:**

Subàmbit (1): Zona 18, 90.600m²st
 Subàmbit (2): Zona 22c, 100.000m²st
 Subàmbit (3): Zona 22c, 111.400m²st

S'estableix que per al desenvolupament del sector s'haurà de redactar un **Estudi de Detall per a cadascun dels subàmbits.**⁵

ESTUDI DE DETALL (1997)

L'objecte de l'estudi de detall és el **desenvolupament del Sector IV: Maquinista**. Es redacta un únic estudi de detall per a tot el sòl privat (18 i 22) per garantir un sistema urbà integrat.⁶ Es defineixen totes les **superfícies de sòl i edificabilitats**;

Zona 18: 38.600m²s; 90.600m²st
 - Ús residencial: 17.650m²s, 90.000m²st
 - Ús lliure privat: 8.450 m²s
 - Ús vial públic: 850m²s
Zona 22: 114.000m²s, 211.400m²st
 - Ús comercial: 45.640m²s, 103.400m²st
 - Ús industrial/terciari: 22.770m²s, 108.000m²st
 - Ús lliure privat: 45.600m²s

MODIFICACIÓ ESTUDI DE DETALL (2001)

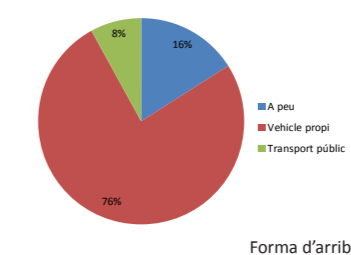
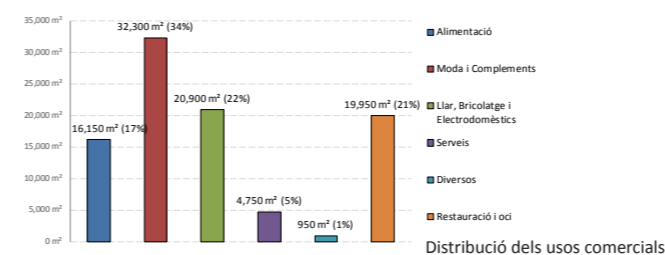
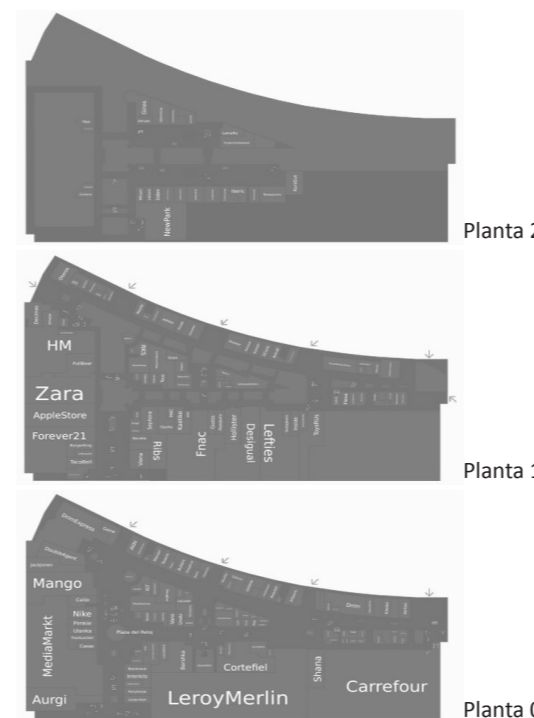
L'objecte de la modificació és **incorporar l'ús d'hotel i benzinera** en dues de les parcel·les industrials.⁸ Es fa una **modificació de les edificabilitats**, afegint 667,30m²st a la parcel·la del C.C i compensant les edificabilitats entre les parcel·les industrials per tal de poder augmentar l'edificabilitat de la parcel·la d'ús hotelier en 1.500m²st.⁹

MODIFICACIÓ PUNTUAL PGM (2015)

L'objecte de la Modificació és **transformar 22.000m²** de sostre industrial a comercial del subàmbit 2, pendent d'edificar, que admet 72.000m² de sostre industrial/terciari i 20.000m² de sostre comercial. Es proposa **ordenar l'edificabilitat del sector en forma de torres d'habitatge**. Això suposa un **canvi d'ús** de 50.000m² de sostre industrial a habitatge.¹⁰ La superfície comercial ampliada resultaria de 42.000m² de sostre comercial; fet que **ampliaria el sostre comercial fins als 145.400m²**.



E: 1/5.000



1. Directori AECC 2016.
 2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.
 3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 2008 LLC-11/08 (B/C-08) concedida per la Generalitat de Catalunya.
 4. Punt 1.1 PE d'ordenació i estructuració del sector industrial de Sant Andreu (1990).
 5. Fitxa normativa Sector IV:Maquinista. MPGM al sector de Sant Andreu-Sagrera (1996).
 6. Punt 3. ED de les zones 18 i 22 del Sector IV: Maquinista de la MPGM al sector de Sant Andreu-Sagrera (1997).
 7. Plànol P.02. ED de les zones 18 i 22 del Sector IV: Maquinista de la MPGM al sector de Sant Andreu-Sagrera (1997).

8. Punt 1.5. MED de la zona 22 del Sector IV "La Maquinista" de la MPGM de Sagrera-Sant Andreu (2001).
 9. Quadre de superfícies i edificabilitats. MED de la MPGM de Sagrera-Sant Andreu (2001).
 10. Punt 4. Antecedents urbanístics. Encaix urbà de la proposta. MPPGM en el subàmbit 2 del Sector IV "La Maquinista" (2015).

HERON CITY

DADES GENERALS¹

Adreça: Avinguda Rio de Janeiro, 42
Any obertura: Setembre 2001
Promotor: Heron International
Propietat: Azorallom SL (Activum SG)
Societat gerent: CBRE
Comercialitzador: CBRE
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 11
Superfície de parcel·la²: 17.299 m²
Nombre de plantes total: PB+15 i 4 sota rasant
Edificabilitat màxima³: 76.000 m²
Superfície d'ús comercial⁴: 9.080 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 101.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 4.139 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 30.583 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 4/4
Nre. de comerços¹: 46
Llocs de treball¹: 385
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹:
 Mercadona (2.955 m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹:
 Cinesa (16/4.000/10.926 m²)
Places d'aparcament¹: 1.650
Afluència anual de visitants¹: 4.500.000

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1984) Pla Parcial del Sector Renfe-Meridiana al Districte IX
- (1990) Modificació del Pla Parcial del sector Renfe-Meridiana de Barcelona
- (1998) Estudi de Detall per a l'ordenació de l'illa central en el sector Renfe-Meridiana
- (2015) PMU de l'àmbit "Heron City Can Dragó", Barcelona

PLA PARCIAL (1984)

L'actual centre comercial s'emplaça en la denominada **Illa Central** d'aquest pla, que es distribueix en les superfícies següents⁴:
 Superfície total: 36.975m²
 Superfície de sistemes peatonals: 7.741m²
 Total sòl edificable: 29.504m²
 Pel que fa als **usos**, es distribueixen de la següent manera els **sostres edificables⁵**:

Usos	Sostre edificable
Residencial/hoteler	7.000m ²
Edificis administratius	12.000m ²
Oficines	30.000m ²
Comercial	27.000m ²

El sostre edificable resulta: 76.000m²

MODIFICACIÓ DEL PLA PARCIAL (1990)

S'amplia el sostre edificable fins als **83.000m²**, establint una ocupació màxima de 24.605m². Es distribueix el sostre en els següents usos⁶:

Usos	Sostre edificable
Residencial/hoteler	14.000m ²
Equipament públic	2.500m ²
Equipament privat	4.500m ²
Oficines	30.000m ²
Comercial	32.000m ²

S'admet una alteració de les superfícies de sostre computable amb destinació als usos comercial, residencial i d'oficina de fins a un **8% de la superfície total de 76.000m²**.

ESTUDI DE DETALL (1998)

Es redacta l'Estudi per tal de **definir els paràmetres de l'edificació destinada a oci lúdic i recreatiu**. Es defineix la superfície de l'àmbit en 16.220m², amb una superfície total de la parcel·la alienada de 12.000m².⁷
 Es defineixen també la **distribució del centre per superfícies d'ús i plantes⁸**:

Plantes	Zona Cines	Zona Hotelera	Zona Lúdico-temàtica
Nivell 0	-	2.462,56m ²	1.231,68m ²
Nivell 1	3.913,75m ²	1.761,68m ²	1.883,58m ²
Nivell 2	5.593,90m ²	1.458,73m ²	1.444,78m ²
Nivell 3	3.789,43m ²	429,17m ²	607,13m ²
Nivell 4-14	-	3.380,00m ²	-

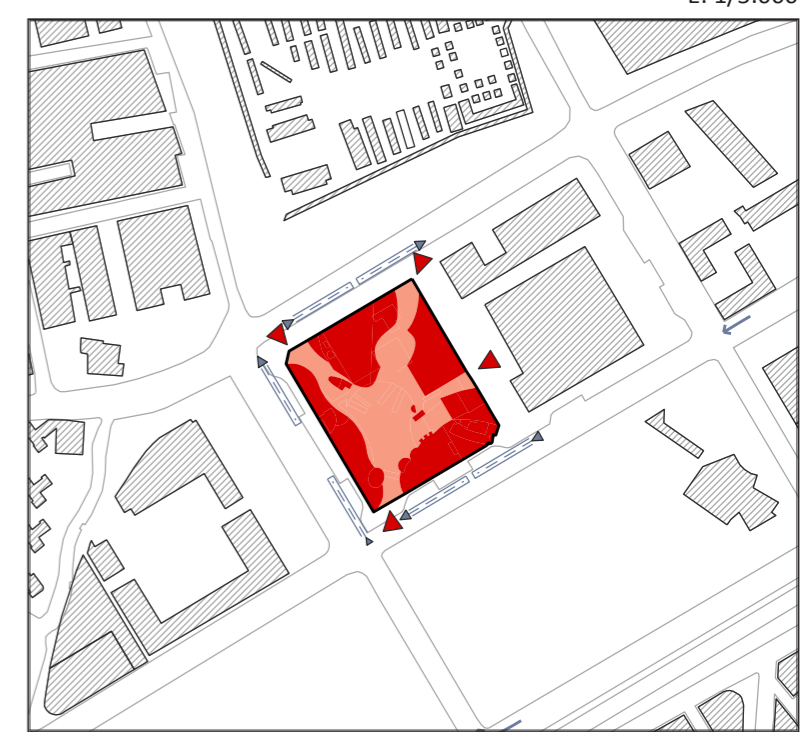
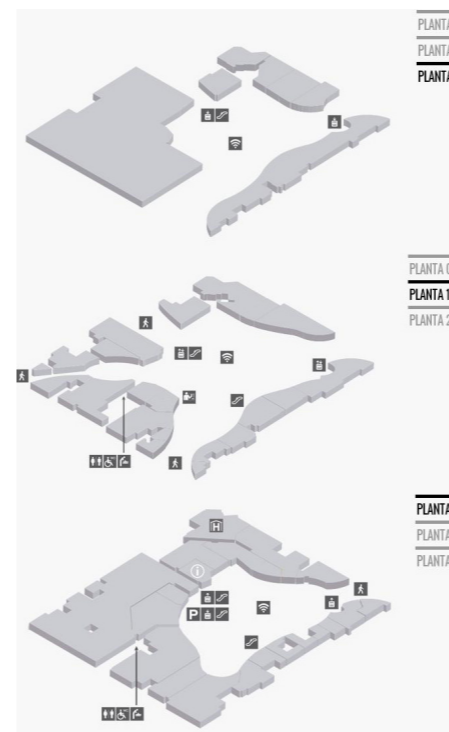
El sostre total del projecte és de 27.956,39m²

PLA DE MILLORA URBANA (2015)

El PMU reconeix una superfície de l'àmbit de 16.590m², amb una ocupació de 12.000m².
 L'objecte del pla és l'**aprofitament de l'alteració del 8% de superfície dels 76.000m²** permès a la MPP 1990. Es pretén **augmentar en 6.080m² la superfície destinada a ús comercial i reduir en 942m² l'ús d'oficines, i en 5.138m² el residencial/hoteler**.
 La proposta no modifica el volum ni l'edificabilitat màxima, només modifica la distribució d'usos i els nuclis d'accés.
S'augmenta també la superfície comercial en planta sota rasant, però aquesta no computa a efectes d'edificabilitat.¹⁰



E: 1/5.000



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.
 2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.
 3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 2016 LLC-20/16 (B/C-08) concedida per la Generalitat de Catalunya.
 4. Punt 4.3. Característiques dimensionals del Pla parcial. PP del sector Renfe-Meridiana al Districte IX (1984).
 5. Punt 8.2.2.1 Conjunt terciari. PP del sector Renfe-Meridiana al Districte IX (1984).
 6. Modificació del Pla Parcial del sector Renfe-Meridiana de Barcelona (1990).
 7. Situació. ED per a l'ordenació de l'illa central en el sector Renfe-Meridiana (1998).

8. Quadre Superfícies per Zones. ED per a l'ordenació de l'illa central en el sector Renfe-Meridiana (1998).
 9. Punt 7.1. Objecte del PMU. PMU de l'àmbit "Heron City Can Dragó", Barcelona (2015).
 10. Punt 8. PMU de l'àmbit "Heron City Can Dragó", Barcelona (2015).

DIAGONAL MAR

DADES GENERALS¹

Adreça: Avinguda Diagonal, 3-5
Any obertura: Novembre 2001
Promotor: Hines
Propietat: Deutsche Asset Management, Alcampo
Societat gerent: CBRE
Comercialitzador: CBRE
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 11c (clau 18 del PGM)
Superfície de parcel·la²: 39.952m²
Nombre de plantes total: PB+1 i 6 sota rasant
Edificabilitat màxima³: 67.000 m²
Superfície d'ús comercial⁴: 67.000 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 302.000 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 53.295,92 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 87.085 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 3/5
Nre. de comerços¹: 190
Llocs de treball¹: 3.082
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹: Alcampo (27.103 m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹: Cinesa (18/4.144/8.950 m²)
Places d'aparcament¹: 4.681
Afluència anual de visitants¹: 16.700.000

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1993) Modificació Puntual del PGM en l'àmbit de l'illa delimitada per l'Av. Diagonal i els carrers de Llull, Selva de Mar i Josep Pla i en el Centre direccional
- (1993) Pla Parcial del sector Centre direccional, àmbit 7, de la Modificació de Pla general Metropolità per a l'ordenació del Front Marítim del Poble Nou
- (1998) Modificació del Pla Parcial Diagonal Mar
- (1998) Modificació del Pla General Metropolità en el sector del Centre direccional Diagonal Mar
- (2016) Aprovació Inicial del Pla Especial Urbanístic per a l'implantació de locals comercials al centre comercial Diagonal Mar
- (2016) Modificació del Pla Especial Urbanístic per a l'implantació de locals comercials al centre comercial Diagonal Mar

MODIFICACIÓ PUNTAL DEL PGM (1993)

Definició del sector Centre Direccional.

Reordenació de les qualificacions urbanístiques 11 i 6c de l'illa delimitada per l'Av. Diagonal, c/Llull, c/Selva de Mar i c/Josep Pla i la zona 6c del Centre Direccional.⁴

Paràmetres urbanístics:

Superfície del sector Diagonal mar: 341.983m²
Coefficient d'edificabilitat bruta: 1m²st/m²s
Edificabilitat total màxima: 341.983m²
Màxim sostre comercial concentrat: 90.000m²
Mínim sostre habitatge: 18.000m²
Mínim sostre destinat a habitatge o residencial: 54.000m²⁵

PLA PARCIAL DIAGONAL MAR (1993)

L'àmbit del pla parcial és 341.983m². Es defineixen els usos permesos de la clau 11c: comercial, residencial, sanitari, recreatiu, esportiu, religiós, cultural, oficines i indústria de categoria 1ª i 2ª. S'admet l'ús comercial en el primer soterrani.⁶

L'edificabilitat en el primer soterrani no computa a efectes de l'aprofitament màxim.⁶

El primer pis tindrà una zona d'almenys 3.500m² destinada a terrassa en una sola peça, amb una façana mínima de 100m lineals sobre el carrer Taulat.⁵

Es permet l'ocupació del 100% del primer soterrani sota la planta baixa i del 30% de l'espai lliure d'edificació per usos diferents de l'aparcament, instal·lacions tècniques dels edificis, càmeres cuirassades i similars. Per sota del primer soterrani només s'admet l'ús d'aparcament.⁷

A les entrades del centre comercial s'eixamplarà la vorera fins a 11m dins el perímetre regulador.⁷

MPP DIAGONAL MAR 1998

Aquesta modificació redistribueix el sostre residencial de la clau 11c a la clau 11a. Aprofitament de la zona 11c quedarà només com a comercial: **39.610m² de sòl, 67.000m² de sostre, 0 habitatges.**⁸ Es defineix una superfície de venda de **46.059,39m²**⁹.

PLA ESPECIAL URBANÍSTIC 2016 (Aprovació Inicial)

Proposta d'ampliació de la superfície de venda en **5.341m²**, substituint part de l'actual superfície d'oci, sense augment de sostre total.¹⁰

PLA ESPECIAL URBANÍSTIC 2016 (Modificació Desembre 2016)

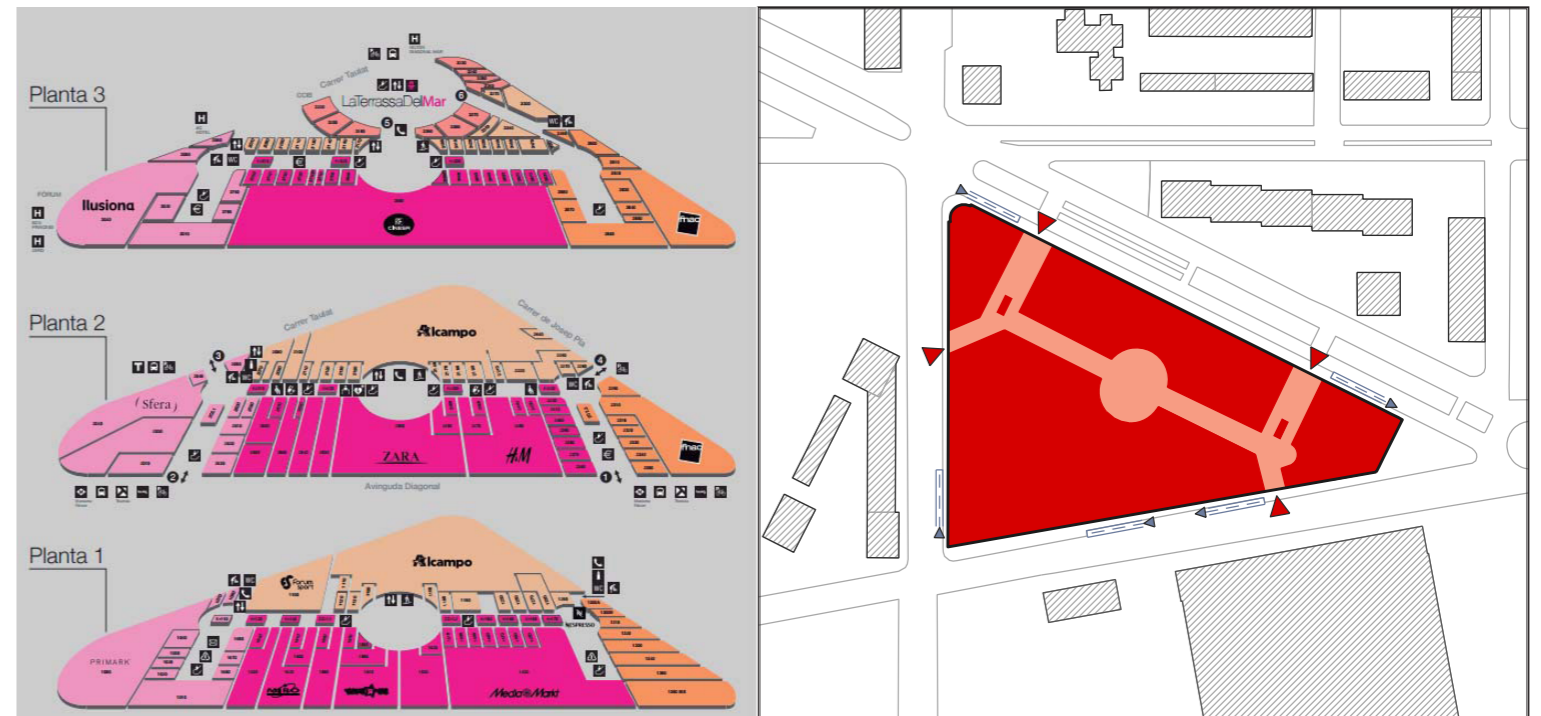
No es produeix cap modificació de les superfícies contemplades en l'aprovació inicial del PE. La modificació concreta i dona resposta a les qüestions sol·licitades per tal d'emetre un informe favorable.¹¹

S'especifica un canvi d'ús de 2.436m² dels cinemes; s'elimina la zona recreativa "Ilusiona", de 2.194m² i es redueix la zona de restauració en 943m².¹¹

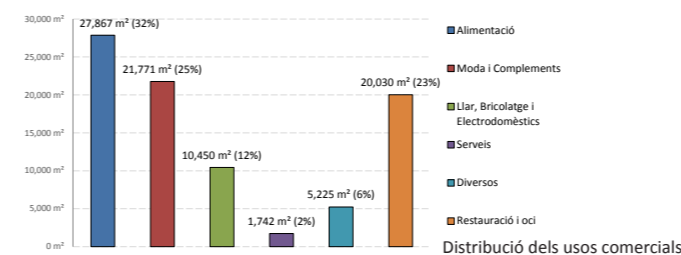
Aprovat per silenci administratiu.



E: 1/5.000



E: 1/5.000



1. Directori AECC 2016.
 2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.
 3. Superfície autoritzada per la Llicència Comercial 2015 LLC-06/15 (B/C-05) concedida per la Generalitat de Catalunya.
 4. Document, Modificació de les zones verdes en la proposta "Modificació Puntual del PGM en l'àmbit de l'illa delimitada per l'Av. Diagonal i els carrers de Llull, Selva de Mar i Josep Pla i en el Centre Direccional" (1993).
 5. Marc legal i paràmetres urbanístics. Text Refós del Pla Parcial Diagonal Mar (1993).
 6. Prescripció 1.7 de la memòria justificativa. Text Refós del Pla Parcial Diagonal Mar (1993).
 7. Punt h), seccions b), l) i q), Article 24. Normes Urbanístiques. Text Refós

del Pla Parcial Diagonal Mar (1993).
 8. Quadres de característiques. Modificació del Pla Parcial Diagonal Mar (1998).
 9. Superfície de venda actual, Punt 1.7.2. Pla Especial Urbanístic Diagonal Mar (2016)(Aprovació Inicial).
 10. Superfície de venda proposada, Punt 1.7.2. Pla Especial Urbanístic Diagonal Mar (2016)(Aprovació Inicial).
 11. Antecedents. Pla Especial Urbanístic Diagonal Mar (2016)(Modificació Desembre 2016).

ARENAS DE BARCELONA

DADES GENERALS¹

Adreça: Gran Via de Les Corts Catalanes, 373-385
Any obertura: Març 2011
Promotor: Metrovacesa
Propietat: Metrovacesa
Societat gerent: Centros Comerciales Metropolitanos
Comercialitzador: Metrovacesa
Sistema d'explotació: Lloguer

DADES URBANÍSTIQUES

Qualificació: Clau 7a
Superfície de parcel·la²: 11.731 m²
Nombre de plantes total: PB+4 i 5 sota rasant
Edificabilitat màxima⁶: 37.900 m²
Superfície d'ús comercial⁶: 32.400 m²

DADES COMERCIALS:

Superfície bruta construïda¹: 106.250 m² (inclou aparcament)
Superfície de venda autoritzada (SVA)³: 8.500 m²
Superfície bruta arrendable (SBA)¹: 31.000 m²
Nre. de plantes comercials/aparcament¹: 5/4
Nre. de comerços¹: 100
Llocs de treball¹: 917
Locomotora comercial alimentària (sup.)¹: Mercadona (1.560 m² SBA)
Cinemes (nº sales/nº butaques/sup.)¹: Cines Balañá (12/2.100/3.626 m²)
Places d'aparcament¹: 1.750
Afluència anual de visitants¹: 10.000.000

EVOLUCIÓ DEL PLANEJAMENT DEL SECTOR

- (1976) Pla General Metropolità
- (1985) Pla Especial d'Ordenació del sector delimitat pels carrers Tarragona-Diputació-Vilamarí i Gran Via de les Corts Catalanes. Text refós
- (2002) Modificació del Pla Especial d'ordenació i determinació del tipus d'equipament del sector limitat pels carrers de Tarragona, de la Diputació, la Gran Via de les Corts Catalanes, de Llançà i el seu entorn
- (2005) Modificació Puntual del Pla Especial d'ordenació determinació del tipus d'equipament del sector delimitat pels carrers de Tarragona, Diputació, Gran Via de les Corts Catalanes, Llançà i el seu entorn
- (2007) 2ª Modificació Puntual del Pla Especial d'ordenació determinació del tipus d'equipament del sector delimitat pels carrers de Tarragona, Diputació, Gran Via de les Corts Catalanes, Llançà i el seu entorn

PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (1985)

L'objecte d'aquest pla respecte a la plaça de braus de Les Arenes és la de **conservar el patrimoni**, aconseguir una potenciació de la seva arquitectura i diversificar els seus usos. Es proposa l'**enderrocament de les edificacions auxiliars al cilindre** de l'edificació principal.

Pel que fa a la conservació del patrimoni s'estableix que: S'han de **mantenir les façanes circulars exteriors i interiors**. Es permet **ampliar l'espai interior**. Es permet **suprimir la rasant interior** sempre que estigui justificada. **Es manté l'alçada reguladora màxima exterior** i es permet **superar l'interior en 15m**.

Es defineix que els **usos permesos** són els privats i col·lectius destinats a **activitats culturals, recreatives i esportives**.

MODIFICACIÓ PUNTUAL DEL PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (2002)

S'estableixen els usos permesos per al cos circular central. **Superfície màxima de venda: 5.000m²** corresponents a un establiment col·lectiu. Es pot destinar el **25% de la superfície construïda sobre planta cota 0,00 i 1r soterrani a usos comercials i activitats de restauració**. Les **sales multicine** se situen a les **plantes -1 i -2**.

Es planteja les Arenas de Barcelona com un **gran centre d'oci**; els usos permesos són: **cultural, jocs d'atzar i recreatius, restauració, esportius i exhibició**.

Es proposa una **superfície construïda de 37.900m²** distribuïda en **32.400m² per a l'edifici circular i 5.500m² per a l'E-Fòrum**.

MODIFICACIÓ PUNTUAL DEL PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (2005)

Es considera l'**ús comercial com a ús complementari** a l'equipament.

En aquesta modificació es produeix un **canvi en la distribució de les superfícies construïdes** tant en el cos circular com en l'E-Fòrum; d'aquesta manera s'acaba afegint **una planta més a l'edifici circular**. Les **superfícies construïdes totals**, tant del cos circular com l'E-Fòrum, **es mantenen iguals** que en la MPE 2002.

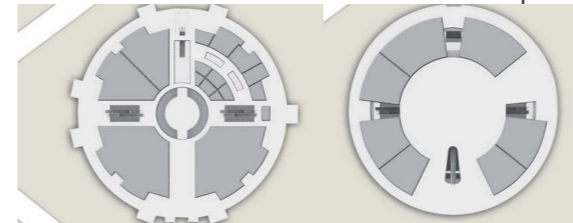
2ª MODIFICACIÓ PUNTUAL DEL PLA ESPECIAL D'ORDENACIÓ (2007)

L'objecte principal d'aquesta modificació puntual del PE és la d'**augmentar fins a 8.500m² la superfície de venda**, reduint fins a 13.500m² la superfície destinada a oci.

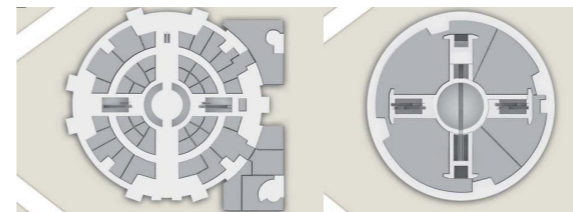


E: 1/5.000

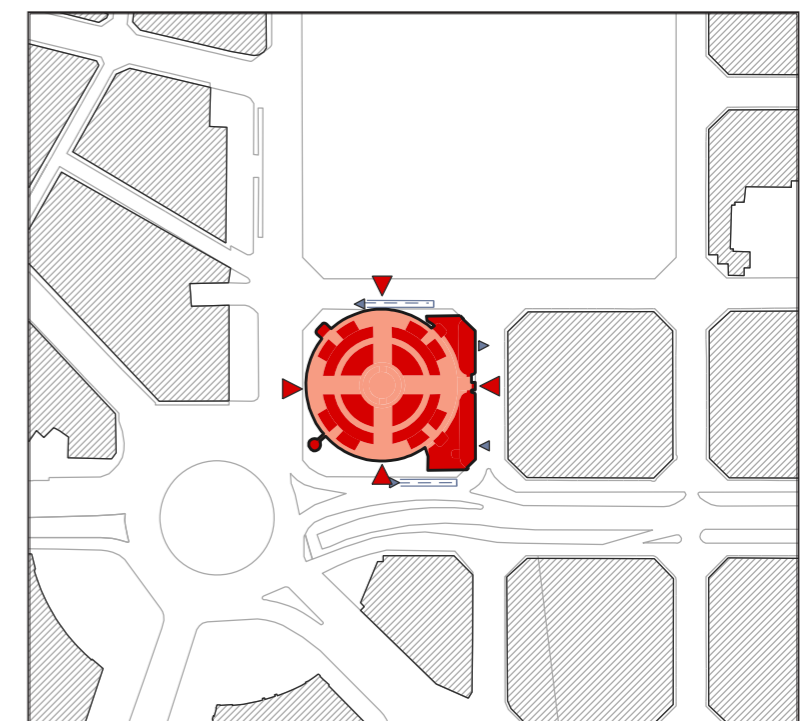
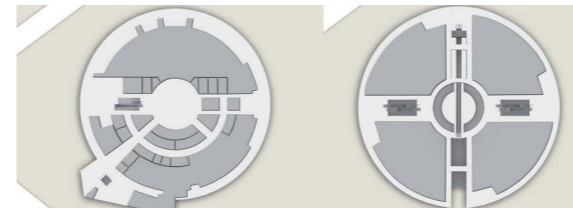
Planta Primera Planta Cúpula



Planta Baixa Planta Cuarta



Planta Soterrani Planta Cines



E: 1/5.000

1. Directori AECC 2016.

2. Cadastre. Consultat el 10 de Febrer de 2017.

3. Superfície autoritzada per la Llicència comercial 2008 LLC-11/08 (B/C-10) concedida per la Generalitat de Catalunya.

4. Article 15. Punt 2. PE d'ordenació del sector delimitat pels carrers Tarragona-Diputació-Vilamarí i Gran Via de les Corts Catalanes (1985).

5. Punt 3.2.6 MPPE d'ordenació i determinació del tipus d'equipament (2002).

6. Punt 3.2.9. MPPE d'ordenació i determinació del tipus d'equipament (2002).

7. Estudi econòmic. Resum de superfícies construïdes. MPPE d'ordenació i determinació del tipus d'equipament (2005).

8. Annex I. Estudi de viabilitat econòmica. 2ª MPPE d'ordenació i determinació del tipus d'equipament (2007).

Taula resum, amb la informació més rellevant de cadascun dels centres comercials de la ciutat.

Centre comercial	Pedralbes Centre	L'Illa Diagonal	Glòries	Maremàgnum	El Centre de la Vila	El Triangle	La Maquinista	Heron City	Diagonal Mar	Las Arenas
DADES URBANÍSTIQUES										
Qualificació Urbanística	Clau 18	Clau 18d, 18c,18h	Clau 18*, 18*(p)	1a.31.2	Clau 18*	13E	Clau 22	Clau 11	Clau 11c(clau 18 PGM)	Clau 7a
Sup. Parcel·la	4.784 m ²	23.670 m ²	31.184 m ²	10.920 m ²	17.565 m ²	4.278 m ²	71.084 m ²	17.299 m ²	39.952 m ²	11.731 m ²
Nombre de plantes totals	PB +10 i 2 sota rasant	PB +12 i 4 sota rasant	PB+1 i 4 sota rasant	PB +2 i 1 sota rasant	s/d	PB +6 i 5 sota rasant	PB +2 i 2 sota rasant	PB +15 i 4 sota rasant	PB +1 i 6 sota rasant	PB +4 i 5 sota rasant
Edificabilitat màxima ^A	26.223 m ²	100.000 m ²	85.350 m ²	21.656 m ²	30.000 m ²	22.341 m ²	103.400 m ²	76.000 m ²	67.000 m ²	37.900 m ²
Sup. d'ús comercial ^B	s/d	29.190 m ²	52.064 m ²	21.656 m ²	s/d	s/d	103.400 m ²	9.080 m ²	67.000 m ²	32.400 m ²

PARÀMETRES EDIFICACIÓ										
Superfície Bruta Arrendable (SBA) ^C	5.446 m ²	35.000 m ²	60.300 m ²	21.545 m ²	17.600 m ²	14.179 m ²	95.000 m ²	30.583 m ²	87.085 m ²	31.000 m ²
Superfície de Venda Autoritzada (SVA) ^D	s/d	29.300 m ²	28.973 m ²	8.800 m ²	13.581 m ²	13.011 m ²	57.147 m ²	14.139 m ²	53.296 m ²	8.500 m ²
Estimació sostre sobre rasant amb ús no comercial	19.700 m ²	72.000 m ²	32.000 m ²	0 m ²	13.000 m ²	13.300 m ²	0 m ²	22.700 m ²	0 m ²	5.500 m ²
Estimació sostre sota rasant	22.800 m ²	114.900 m ²	111.500 m ²	18.400 m ²	51.000 m ²	18.000 m ²	121.600 m ²	50.500 m ²	235.000 m ²	73.900 m ²
Estimació % superfície comercial sota rasant / % superfície aparcament sota rasant	14 / 86	12 / 88	34 / 66	0 / 100	17 / 83	25 / 75	0 / 100	15 / 85	13 / 87	7 / 93
Nombre places aparcament	500	2.400	2.605	826	1.000	293	4.588	1.650	5.000	1.750

ALTRES DADES										
POBLACIÓ										
Població resident àrees censals a 500m	18.130	27.372	25.400	17.426	7.768	14.832	6.403	19.803	15.469	26.914
Població resident àrees censals a 1.200m	110.541	183.372	186.687	62.649	49.087	176.163	93.167	202.400	66.871	190.104
Afluència de visitants any 2015	s/d	16.000.000	11.600.000	11.053.564	s/d	13.500.000	16.600.000	4.500.000	16.700.000	10.000.000
COMERÇ										
Superfície Bruta Arrendable locomotora alimentació ^E	-	4.500 m ²	16.673 m ²	-	3.719 m ²	-	15.236 m ²	2.955 m ²	27.103 m ²	1.560 m ²
% de superfície comercial respecte superfície de lleure i restauració	76 / 24	s/d	85 / 15	40 / 60	48 / 52	96 / 4	79 / 21	30 / 70	77 / 23	40/60
Pes comercial respecte entorn immediat (500m)	6%	17%	17%	27%	37%	4%	38%	5%	66%	14%
Pes comercial respecte les trames de casc antic properes	5%	18%	17%	5%	39%	2%	43%	4%	-	12%
Pes comercial respecte els eixos comercials propers	3%	11%	14%	8%	21%	2%	57%	2%	62%	6%

^A Edificabilitat màxima:

Sostre màxim construïble sobre rasant definit pel planejament urbanístic.

^B Superfície d'ús comercial:

Sostre definit pel planejament urbanístic destinat a l'ús comercial.

^C Superfície Bruta Arrendable (SBA):

Sumatori de la superfície de venda, magatzems, oficines i locals tècnics privatis del centre. No inclou circulacions, aparcament, patis de càrrega i descàrrega ni zones comunes⁶⁵. La SBA pot situar-se sobre i/o sota rasant.

^D Superfície de Venda Autoritzada (SVA) :

Superfície dels establiments corresponent a la suma de les següents magnituds⁶⁶:

- Llocs on s'exposen les mercaderies amb caràcter habitual i permanent.
- Els destinats a aquest fi, amb caràcter eventual i/o periòdic, sempre que pugui accedir-hi la clientela per realitzar les compres.
- Els espais interns en zones de venda destinats al trànsit de persones.
- La superfície de la zona de caixes.
- La compresa entre aquestes i les portes de sortida, excepte els espais destinats a l'evacuació i a les circulacions verticals.
- En els establiments que disposin de venda assistida, s'inclou en aquest còmput la zona situada darrere el taulell.

No constitueixen superfície de venda, i que per tant, no han de ser considerats dins dels seu còmput:

- La superfície destinada a elaborar productes, quan es faci exclusivament en lloc on no té accés el públic.
- Les superfícies dedicades exclusivament a la restauració, a la comercialització de serveis, a

activitats lúdiques en general, i específiques per a infants i guarderies.

- Les superfícies de les zones destinades a càrrega, descàrrega i magatzem, sempre que no siguin accessibles al públic.
- La superfície de la zona destinada a oficines.
- La superfície de la zona destinada a aparcament sempre que no s'hi dugui a terme cap activitat comercial.
- Les superfícies de les zones destinades a tallers, serveis tècnics i de persona on no té accés el públic.
- Les superfícies de totes les zones que siguin vedades a l'accés públic.
- En les noves implantacions d'establiments en format supermercat, hipermercat i superfície especialitzada, la superfície compresa entre les caixes i les portes de sortida, sempre que en aquesta zona no es desenvolupi cap activitat comercial.
- En els establiments comercials de caràcter col·lectiu, s'exclouen, a més, els espais de lliure circulació comuns al públic en general, externs als establiments individuals que en formen part. Aquest precepte no serà aplicable en el cas dels mercats municipals, on sí que computaran els espais de lliure circulació comuns al públic en general.
- Els lavabos per als clients.
- La zona ocupada pels sortidors de gasolina annexos als establiments comercials en què l'activitat comercial es compagini amb la venda de carburant.

La SVA pot situar-se sobre i/o sota rasant.

^E Locomotora alimentació:

Principal comerç alimentari del centre comercial, generalment hipermercat, amb gran capacitat d'atracció de clients.

⁶⁵ Definició i dades extretes del *Directorio Anual de Parques y Centros Comerciales* de la Asociación de Centros Comerciales de España.

⁶⁶ Definició segons el Decret 1/2009 i l'Art. 8 de la Normativa del PECNAB. Font dels paràmetres: Registre de llicències comercials, Generalitat de Catalunya.

2. SEGONA PART

CRITERIS, FACTORS I ESTIMACIÓ DE L'IMPACTE URBÀ DELS CENTRES COMERCIALS I GRANS SUPERFÍCIES DE BARCELONA

Introducció als criteris i factors d'impacte urbà dels centres comercials

L'objectiu de l'estudi és analitzar els centres comercials de Barcelona i el seu impacte urbà sobre la ciutat. Els diferents criteris, factors i indicadors possibles per avaluar l'impacte poden ser, a grans trets, de caràcter estàtic o de caràcter dinàmic. Els estàtics fan referència a paràmetres invariables o de difícil variació que sovint estan vinculats a dades urbanístiques, cadastrals, tipològiques, edificatòries o demogràfiques, per posar-ne alguns exemples. Aquests paràmetres es poden obtenir des de fonts més accessibles donat l'abast i recursos d'aquest estudi. D'altra banda, per estudiar una activitat dinàmica com la comercial, pot resultar d'interès emprar eines i dades de caràcter dinàmic que reflecteixin el comportament i l'evolució de les activitats, com són dades econòmiques, d'ocupació de locals comercials o de transformació de les activitats a l'interior dels locals. Aquestes dades són de difícil obtenció, que sovint no són de domini públic, i requereixen mitjans específics i de complexitat tècnica elevada. A tall d'exemple, amb recursos de mineria de dades massives (*big data*), es podrien conèixer amb molta precisió paràmetres sobre els hàbits de consum de la ciutat a partir del registre de compres realitzades amb targeta de crèdit; o per exemple, explotar amb intencionalitat estratègica, les dades del cens de llicències d'activitat de l'Ajuntament. No obstant, l'abast d'aquest estudi s'ha cenyit a avaluar aquells paràmetres més estàtics i que estan disponibles a partir de la d'informació d'abast públic.

De manera sintètica, l'estudi analitza paràmetres dels centres comercials vinculats a la seva:

- SITUACIÓ RELATIVA A LA CIUTAT
- MORFOLOGIA, DIMENSIÓ I PAISATGE URBÀ, en termes d'artefacte físic que provoca una empremta a la ciutat i al territori on s'implanta
- SITUACIÓ RESPECTE A D'ALTRES USOS I ACTIVITATS (comercials i no comercials)
- MOBILITAT I SOSTENIBILITAT

En aquest sentit, els criteris i factors per a avaluar l'impacte dels centres comercials que s'han estimat en aquest estudi són els següents:

SITUACIÓ

- Grau de centralitat urbana
- Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana
- Proximitat a trames urbanes 12 i 13
- Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació
- Població resident en l'àrea de proximitat

MORFOLOGIA, DIMENSIÓ I PAISATGE URBÀ

- Superfície de parcel·la
- Superfície construïda
- Relació amb el teixit immediat
- Qualitat del paisatge urbà generat

USOS DEL CENTRE I RELACIONS AMB ALTRES USOS I ACTIVITATS

- Superfície de venda autoritzada
- Superfície bruta arrendable
- Diversitat funcional del centre
- Superfície locomotora alimentària
- Proximitat a mercats municipals
- Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat
- Proximitat a altres entorns i eixos comercials
- Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials
- Proximitat a àrees d'intensitat turística

MOBILITAT I SOSTENIBILITAT

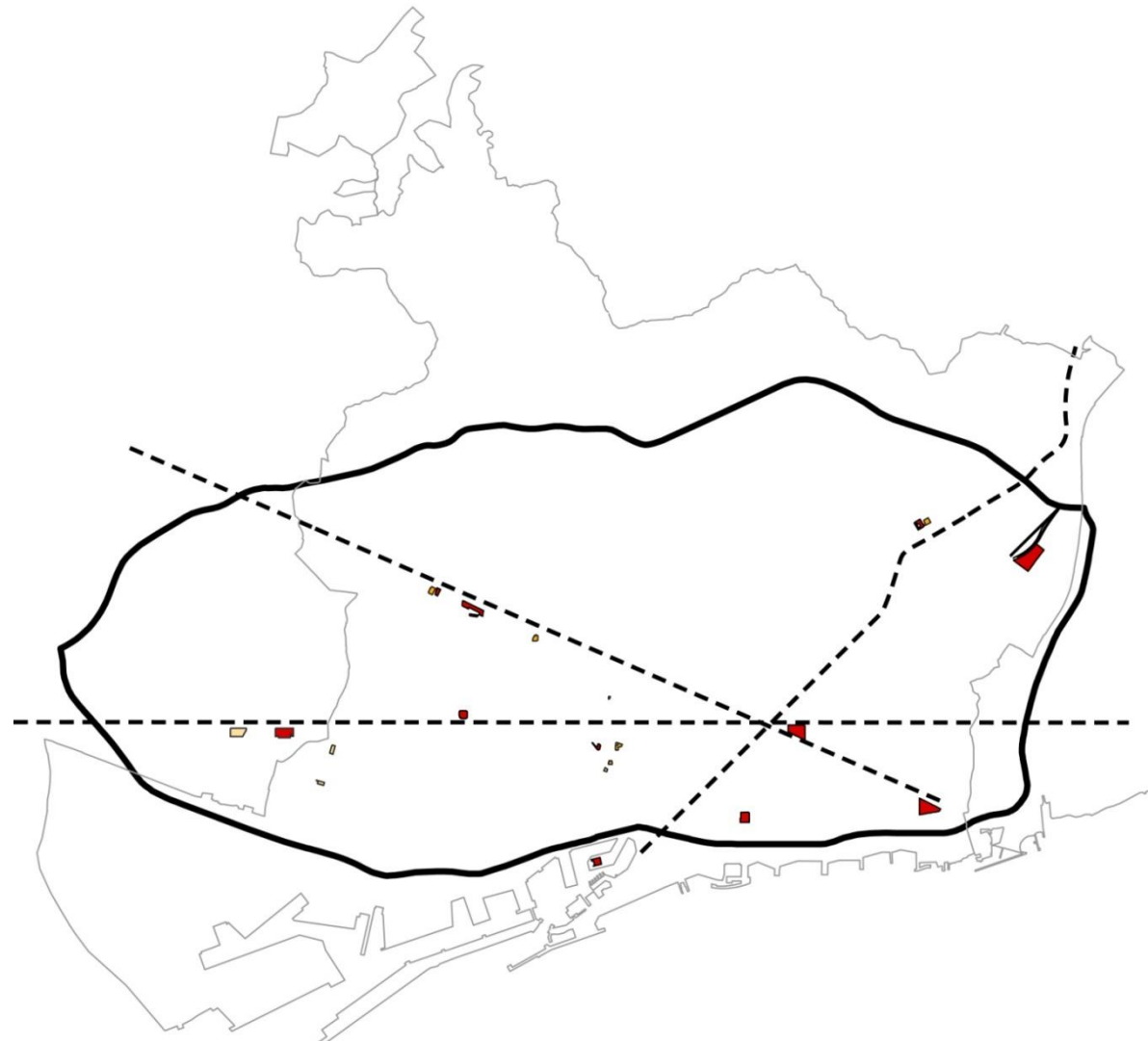
- Mobilitat viària generada
- Dotació d'aparcament
- Accessibilitat en transport públic
- Capacitat d'atracció de mobilitats lentes
- Ús i activitats productives a les cobertes
- Potencial d'acollida d'activitats productives

A continuació es desgranen cadascun d'aquests factors i criteris.

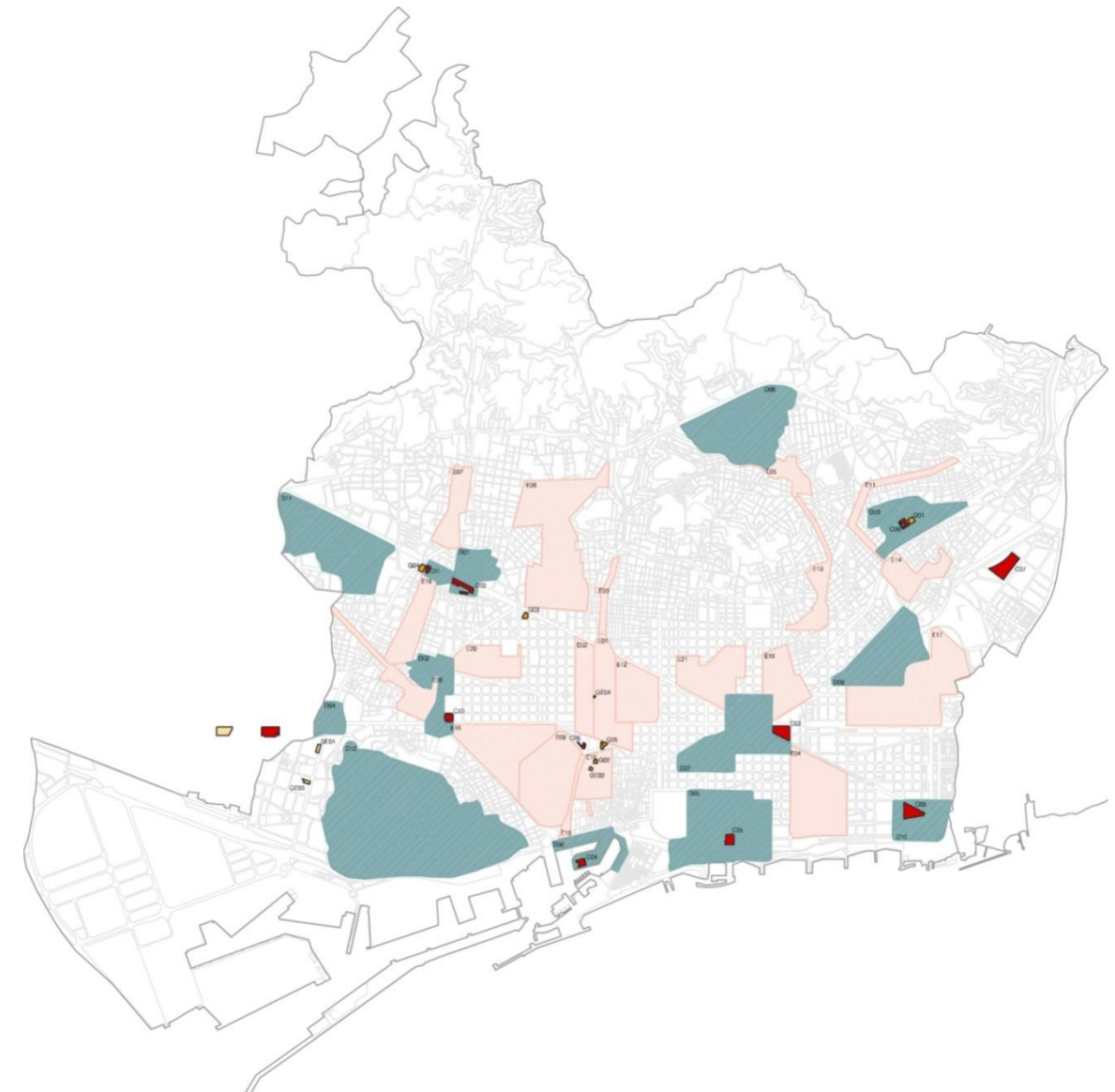
2.1. LÒGICA D'IMPLANTACIÓ DELS CENTRES COMERCIALS DE BARCELONA

Els centres comercials de Barcelona se situen sobre el territori de Barcelona sota una V delimitada per la Meridiana i la Diagonal i el front marítim. La major part es posicionen tangencials o adjacents als tres eixos viaris principals que travessen la ciutat: l'avinguda Diagonal, l'avinguda Meridiana i la Gran Via de les Corts Catalanes. Així, sobre cada eix es troben els següents centres comercials:

- Gran Via: Les Arenes, centres de Plaça Catalunya, i Glòries. A més, caldria considerar Gran Via 2 fora del terme municipal.
- Diagonal: Pedralbes Centre- Gran Via Carles III, Illa Diagonal, Glòries, Diagonal Mar
- Meridiana: Heron-City (Renfe Meridiana), Glòries i Maremàgnum (sobre la projecció de l'eix cap al mar).



Esquema de la lògica d'implantació dels centres comercials en relació als grans eixos viaris de la ciutat.



Plànol 2.01.1, en què se superposen els centres i eixos comercials de Barcelona a les Àrees de Nova Centralitat definides a mitjans dels anys 1980

Aquesta distribució coincideix, en la seva majoria, amb els sectors de bona part de les Àrees de Nova Centralitat⁶⁷, àmbits de desenvolupament i redistribució d'activitats de centralitat urbana ubicats en àmbits allunyats del centre funcional tradicional de la ciutat, format per l'Eixample i Ciutat Vella. Aquests sectors es van localitzar, en la majoria de casos, sobre terrenys ocupats per infraestructures o grans conjunts industrials a reconvertir i es van desenvolupar durant el període pre i post-olímpic. Més enllà de

⁶⁷ Document estratègic redactat a mitjans dels anys 1980 pels serveis de Planejament de l'Ajuntament i dirigit pel Dr. Arquitecte Joan Busquets. Les àrees són: 1. Diagonal-Sarrià, 2. Carrer Tarragona, 3. Renfe-Meridiana, 4. Plaça Cerdà, 5. Carles I – Av. Icària, 6. Port Urbà, 7. Plaça de les Glòries, 8. La Vall d'Hebron, 9. Sagrera, 10. Diagonal-Prim.

la disponibilitat de sòl, l'interès i la seva oportunitat s'establia en relació a la seva posició com a portes urbanes, i respecte a la seva connectivitat amb la infraestructura existent o per executar. L'únic centre comercial que no respon a cap de les lògiques d'implantació mencionades és La Maquinista, que se situa fora dels eixos mencionats i fora dels àmbits de les Àrees de Nova Centralitat.

Una singularitat destacable dels centres comercials de Barcelona respecte a d'altres centres comercials de Catalunya o d'Europa és el seu alt grau d'inserció, centralitat i proximitat a trames urbanes consolidades amb ús residencial. Això els capacita per a complir una funció d'atracció dual: captar clientela del territori urbà en proximitat i, alhora, gràcies a la seva capacitat de concentració d'establiments i bona accessibilitat viària, atraure clientela de barris llunyans i d'altres municipis.

Actualment, aquest és el cas de la majoria de centres, malgrat alguns d'ells, en origen, no es trobaven en les condicions actuals de desenvolupament del teixit urbà al seu voltant. Al contrari, en algun cas com el de Diagonal Mar, aquest va ser motor impulsor del desenvolupament i transformació del sector. O també Glòries, que en implantar-se, la Diagonal encara no estava urbanitzada per sota del centre ni oberta a llevant.



Plànol 2.01.2, amb l'esquema viari de l'AMB amb la localització dels centres comercials

La ubicació dels centres comercials sobre els eixos principals viaris de la ciutat, els permet disposar d'un alt grau de connectivitat amb la trama viària primària, tant interna de la ciutat com externa respecte el territori metropolità; i atraure clientela tant a nivell municipal com metropolità i/o regional. El plànol 2.01.2 recull la posició dels centres comercials respecte el sistema viari principal municipal i metropolità.

Es podrien ordenar els centres comercials en tres categories en funció de la seva posició respecte al centre funcional i econòmic tradicional de la ciutat: aquells que se situen a l'interior o molt propers al centre tradicional; els que es troben en posicions intermèdies en contacte a trames urbanes denses; i finalment, aquells que se situen en posicions més perifèriques, vora el límit municipal, i intenten guanyar atractivitat respecte el territori metropolità. Seguint aquestes tres categories s'ha avaluat el grau de centralitat urbana dels centres comercials com a elevada (per als ubicats en una posició més propera al centre funcional i econòmic tradicional de la ciutat), mitjana (els ubicats en posicions intermèdies) i baixa (per als posicionats als límits municipals). Estretament vinculat al grau de centralitat urbana dels centres comercials, s'ha valorat la seva accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana. En aquest sentit, són especialment accessibles des de les Rondes i el territori metropolità: la Maquinista, Diagonal Mar i Glòries, amb una forta atractivitat del Vallès (per la Maquinista) i del Maresme per (Diagonal Mar i Glòries). En canvi, centres com El Triangle tenen una accessibilitat a les grans vies metropolitanes molt menor.

S'ha valorat el grau de centralitat urbana dels centres comercials de la següent manera:

Alt: Aquells centres que se situen a l'interior o molt propers al centre funcional i econòmic tradicional de la ciutat. Casos: El Triangle, Maremàgnum.

Mig: Aquells centres que se situen en posicions intermèdies, en contacte amb trames urbanes denses. Casos: Pedralbes Centre, L'illa Diagonal, Glòries, El Centre de la Vila.

Baix: Centres que se situen en posicions properes als límits municipals. Casos: La Maquinista, Heron City, Diagonal Mar, Les Arenas.

S'ha valorat el grau d'accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana dels centres comercials de la següent manera:

Alt: Centres estretament lligats a les grans vies metropolitanes. Casos: La Maquinista, Diagonal Mar.

Mig: Aquells centres que se situen en posicions intermèdies respecte al viari metropolità. Casos: Pedralbes Centre, L'illa Diagonal, Glòries, Heron City.

Baix: Centres poc relacionats amb les vies metropolitanes. Casos: Maremàgnum, El Triangle, El Centre de la Vila.

Relació dels centres comercials amb trames urbanes

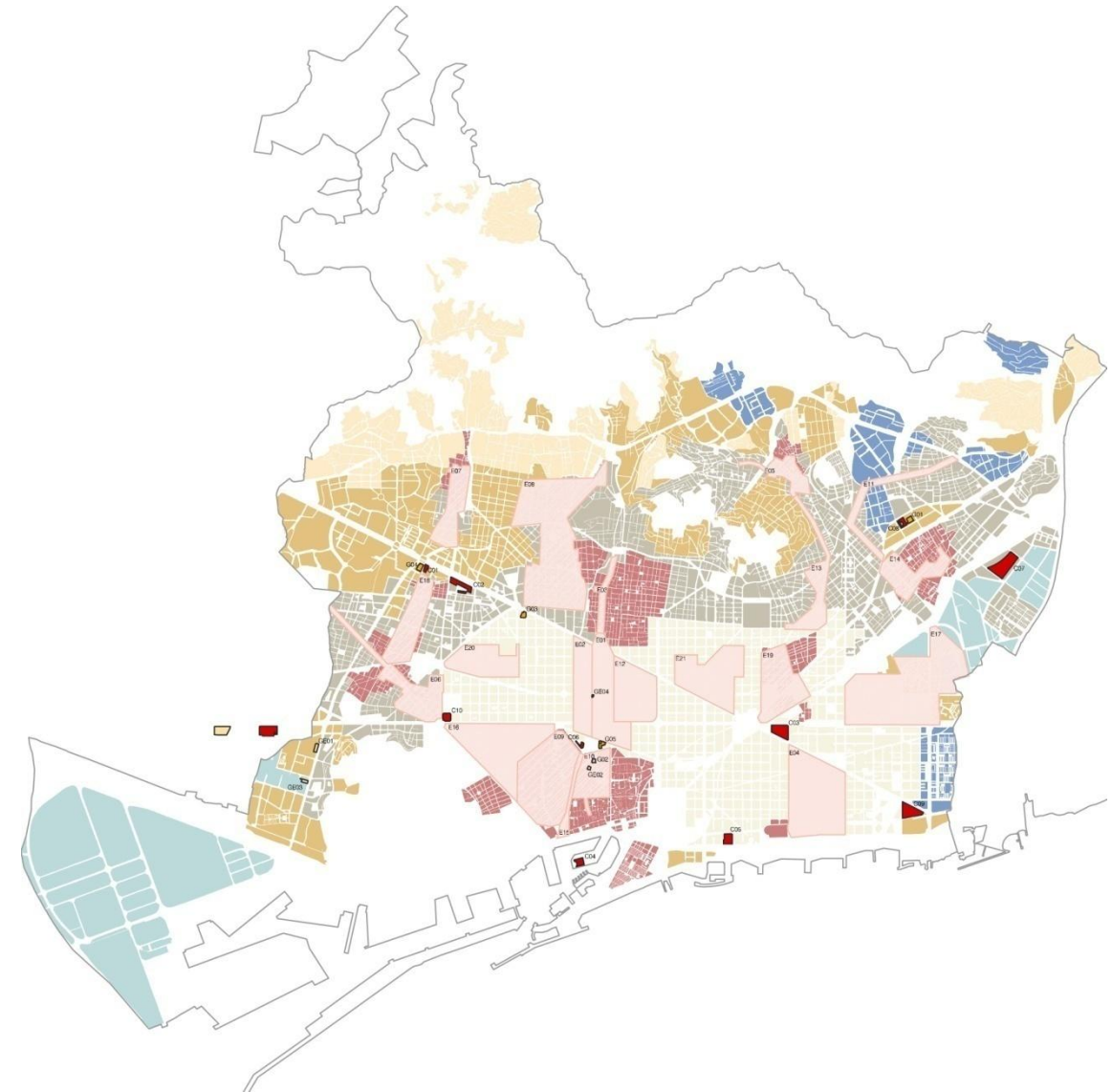
Cada trama urbana, per la seva forma i atributs, és capaç de donar cabuda a formes comercials determinades. En diversos estudis i planejaments realitzats a Barcelona aquest fet s'ha contemplat de forma recurrent,⁶⁸ malgrat que la capacitat de transformació dels formats comercials de vegades ha posat en qüestió situacions que de vegades es preveïen molt difícils. Els centres comercials, per exemple, són quasi impossibles d'inserir en una trama urbana si no es fruit d'un planejament específic que li doni un origen. O un altre cas extrem, difícilment un petit establiment comercial tradicional s'inserirà en un polígon industrial.

Al mateix temps, el propi tipus de format comercial pot tenir més o menys capacitat d'influència en la creació de polaritats comercials depenent del tipus de trama on s'insereix.⁶⁹ D'aquesta manera, si un mercat s'inserís en una zona industrial no tindria el mateix efecte generador i multiplicador d'activitat comercial que com ho fa en les situacions urbanes a la que estem acostumats a Barcelona, en què trobem àrees urbanes d'una elevada concentració comercial als voltants dels equipaments comercials municipals.⁷⁰ Aquests dos exemples ens serveixen per exemplificar com les formes urbanes i els equipaments comercials tenen una relació indissoluble que marca el tipus de formats comercials possibles en cada cas i la possibilitat o no que es generin trames urbanes amb altes intensitats comercials al seu voltant.

El plànol 02.01.3 defineix la posició dels centres comercials en relació a les diferents trames urbanes de la ciutat, i s'hi pot observar com els centres comercials s'ubiquen en diversos tipus de teixits. Tot i que en la quasi totalitat de casos han format part de processos de transformació urbana més extensos, els centres comercials majoritàriament se situen en trames urbanes en forma d'edificació oberta i en àrees d'edificació contínua (eixamples i assimilables).

Tradicionalment, el comerç urbà s'ha inserit en les trames urbanes de casc antic (Ciutat Vella, Gràcia, Sants, Hostafrancs, Sant Andreu, Sarrià, etc.), en els eixos d'antics camins d'arribada a la ciutat, i de forma difusa, però també concentrada i amb intensitat, en les trames urbanes d'eixample i assimilables (trames d'edificació contínua, per exemple). Encara avui es pot prendre el pols a la intensitat comercial d'aquests teixits.

Tant els cascs antics de la ciutat com les trames d'eixample i assimilables són nodes de centralitat amb qualitats urbanes notòries. En general, es tracta de zones d'usos mixtos amb predominança residencial i plantes baixes comercials. Els plànols 2.01.4 i 2.01.5 posen en relació els centres comercials amb aquests dos tipus de trames urbanes. Precisament, perquè al ser les trames amb més capacitat d'atractivitat comercial, poden ser, al mateix temps, les que davant la inserció d'un artefacte com un centre comercial, perdin parcialment la seva intensitat comercial.

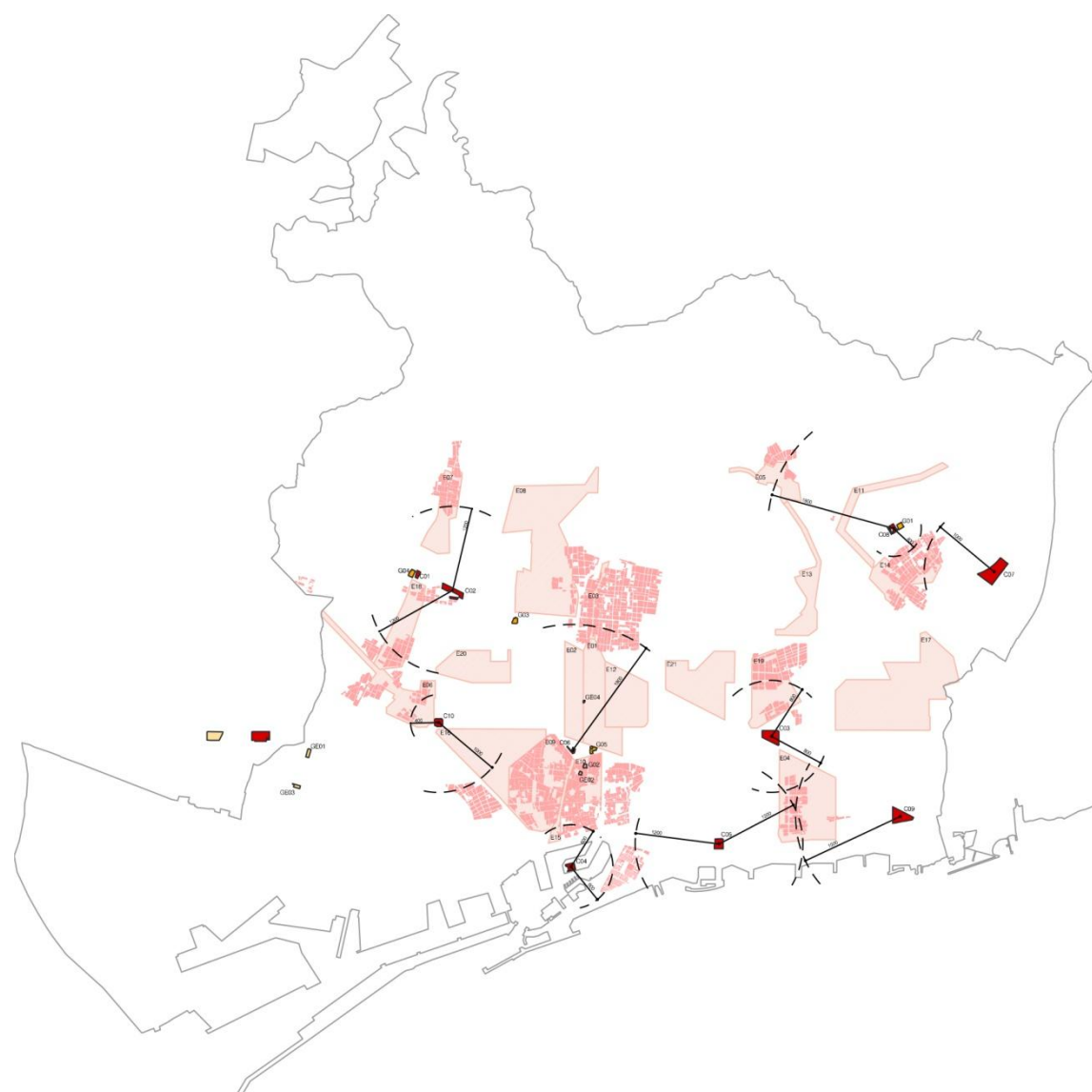


Plànol 02.01.3. Centres i eixos comercials en relació a tipologies de teixit

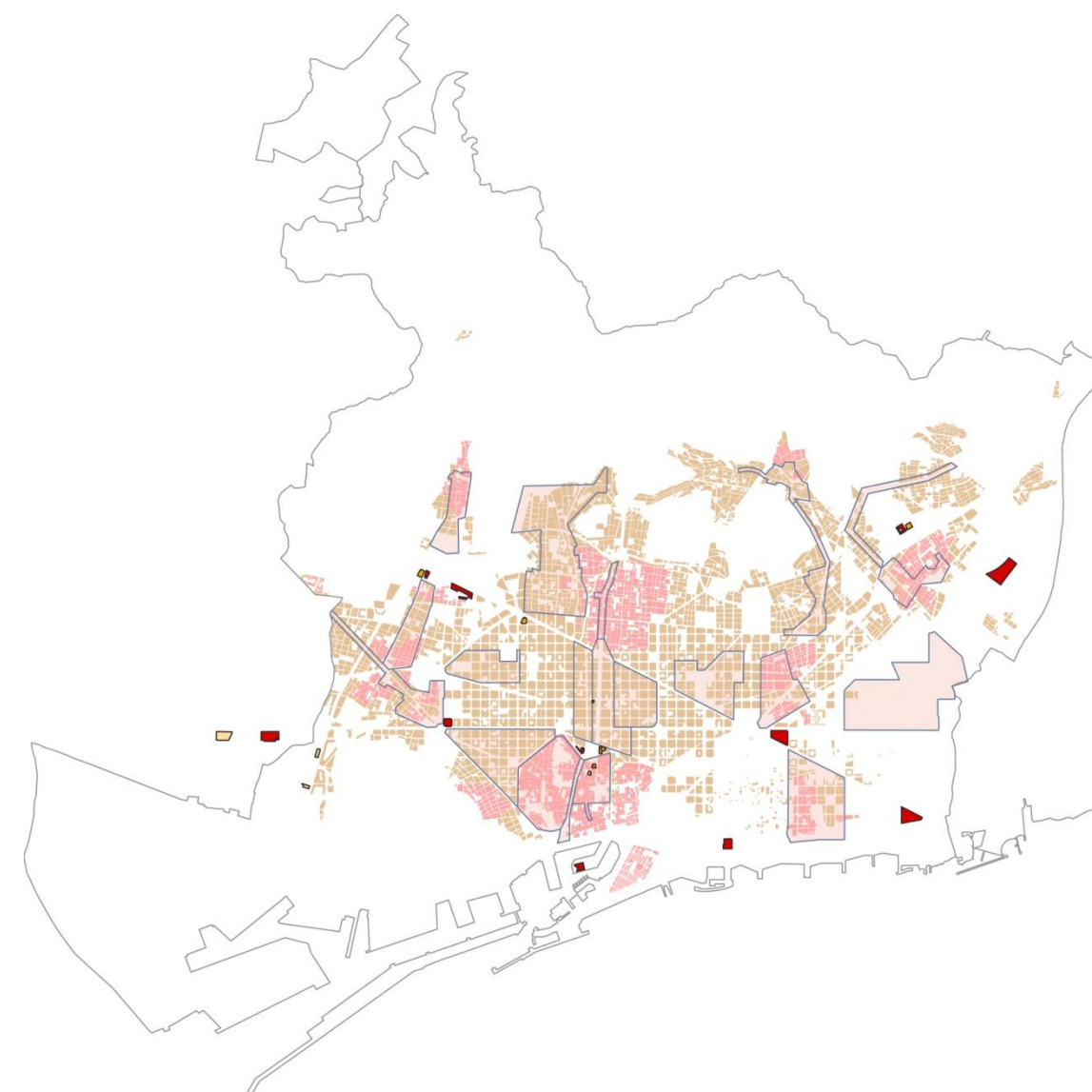
⁶⁸Consultar, per exemple, l'estudi dirigit per Marçal Tarragó *El comerç no alimentari de Barcelona*, publicat l'any 1991, o el propi PECNAB.

⁶⁹Marçal Tarragó, *El comerç no alimentari de Barcelona*, pp. 103-ss.

⁷⁰Com apareix en altres indrets d'aquest estudi, el PECNAB reconeix àrees de polaritat comercial al voltant dels mercats municipals.



Plànol 02.01.4. Centres i eixos comercials en relació a les trames de casc antic (clau 12).



Plànol 02.01.5. Centres i eixos comercials en relació a les trames de casc antic i densificació urbana (clau 13)

El plànol 2.01.04 posa de manifest la distància existent entre els centres comercials i les zones urbanes qualificades de casc antic (12). S'hi poden observar casos com els de L'Illa Diagonal, Les Arenes i El Triangle, tots ells limítrofs als nuclis antics de Les Corts, Hortafrancs i Ciutat Vella. Tot i la proximitat aparent entre els centres comercials Glòries i Heron City amb El Clot i Sant Andreu respectivament, cal advertir de l'efecte barrera que suposen tant la Gran Via com la Meridiana, que allunyen físicament el que aparentment se situa a la vora. Centres com Diagonal Mar, no tenen en proximitat trames urbanes de nucli antic. El plànol 2.01.5 suma als teixits qualificats de nucli antic (12), les zones de densificació urbana (13). El plànol serveix per comprovar la coincidència dels vint-i-un eixos comercials de Barcelona amb els dos tipus de trama, fet que demostra la vitalitat i la capacitat de retenció comercial dels cascs antics (qualificació 12) i de les zones de densificació urbana (qualificació 13).

Ambdós plànols són interessants per observar com cap centre comercial se situa a l'interior dels àmbits dels eixos comercials. Alguns centres comercials sí que se situen juxtaposats a trames 12 i 13 i en contacte amb eixos comercials. És el cas de Les Arenes, que se situa com a frontissa entre l'eix comercial del carrer de la Creu Coberta-carrer de Sants i l'eix de Sant Antoni. Al plànol, centres comercials com La Maquinista, Heron City, Diagonal Mar o el Centre de la Vila semblen haver format una aureola que repèl els eixos comercials. Evidentment, això no és exactament així, sinó que els propis centres comercials es van planificar tenint en compte les àrees urbanes que presentaven carències de dotació comercial.

El que és interessant subratllar dels dos plànols és que la proximitat a alguns teixits urbans pot crear un efecte de retroalimentació dels fluxos que generen els equipaments comercials i els àmbits de

concentració comercial. En canvi, una distància major pot comportar un efecte de competència entre ambdós formats comercials. Al següent capítol, que fa referència als usos es tracta aquesta temàtica amb més precisió.

S'ha valorat la proximitat dels centres comercials a trames urbanes de nucli antic i densificació urbana de la següent manera:

Alt: Quan el centre comercial se situa molt proper o adjacent a trames 12 i 13. Casos: El Triangle, Les Arenes.

Mig: Quan el centre se situa en una posició ambivalent respecte diversos nuclis antics (propers a uns, allunyats d'uns altres). Casos: Pedralbes Centre, L'Illa Diagonal, Glòries, Maremàgnum, Heron City.

Baix: Quan el centre comercial se situa allunyat de qualsevol trama urbana 12 i 13. Casos: El Centre de la Vila, Diagonal Mar, La Maquinista.

Relació dels centres comercials amb planejaments en desenvolupament i en estudi

En l'apartat anterior ens referíem a la capacitat de certes trames urbanes, com les trames de casc antic i de densificació urbana, de generar un efecte de propagació comercial. Veiem doncs, que la presència d'un centre comercial juxtaposat a aquest tipus de trames amb un to comercial molt alt, no té perquè desafavorir-les, sinó que més aviat pot jugar un rol de retroalimentació de fluxos de persones.

Malgrat que no haguem detectat durant la redacció d'aquest estudi una pèrdua de la intensitat comercial en aquest tipus de trames, sí que es pot estimar que aquests teixits han patit processos de transformació i canvi de perfil dels seus establiments comercials, relacionat en la majoria de casos amb fenòmens globals i tendències en els hàbits de compra de la ciutadania. Acompanyant aquest efecte de transformació dels establiments també es detecta que la presència dels centres comercials en trames 12 i 13 té un impacte directe en el desenvolupament de planejaments i promocions. L'Illa Diagonal és un dels casos que ens permeten exemplificar-ho. Si bé és ben cert que la presència del centre comercial no ha afectat la intensitat comercial del casc antic de Les Corts i que ha permès una activació comercial de carrers que abans tenien un paper secundari —com Déu i Mata—, també és cert que les noves promocions d'habitatge construïdes els darrers anys no han contemplat la possibilitat d'habilitar les plantes baixes per a ús comercial. Carrers com Anglesola, amb una continuïtat espacial a l'interior del centre comercial, o els carrers de Solà o Joan Gamper, no han recollit el possible flux comercial generat pel centre comercial. Podem parlar en aquests casos de la generació d'un efecte d'ombra comercial, una mena de temor a l'habilitació de nous comerços davant el gran acumulador comercial que representa el centre comercial.

Extrapolant aquest cas, podem advertir que en aquells indrets de la ciutat en què hi havia fortes carències d'activitat i es va confiar a grans peces comercials un rol catalitzador i dinamitzador del desenvolupament del seu entorn, la seva presència ha provocat un efecte d'ombra comercial i ha impedit la implantació de noves activitats i de la mixtura d'usos desitjable a la nostra ciutat, precisament degut a la forta concentració de superfície comercial que acompanyen els centres comercials.

Un cas extrem d'aquest fet és Diagonal Mar, en què directament es va planificar tota l'operació urbana confiant únicament al centre comercial la funció comercial, sense preveure que aquesta hagués pogut estar present d'una forma difusa sobre el territori. Un altre cas destacable és La Maquinista. És important mencionar que aquest centre comercial, i especialment amb la seva ampliació proposada de 42.000 m² de sostre comercial, pot influenciar significativament els futurs desenvolupaments de la Verneda industrial, el Torrent d'Estadella, el Parc del Rec Comtal, i la transformació del Pla de Barris del Besòs. En els dos primers, la presència del centre pot fagocitar i dificultar la implantació d'activitat comercial en els teixits que es desenvolupin i als barris existents al seu voltant: Baró de Viver, Bon Pastor, etc. En relació al Parc del Rec Comtal i el Pla de Barris, La Maquinista, degut a la seva gran dimensió, pot suposar una barrera de cara a les continuïtats urbanes potencials de Sant Andreu cap al Besòs a través del nou parc, i de Santa Coloma i Badalona cap a Barcelona a través del Besòs.

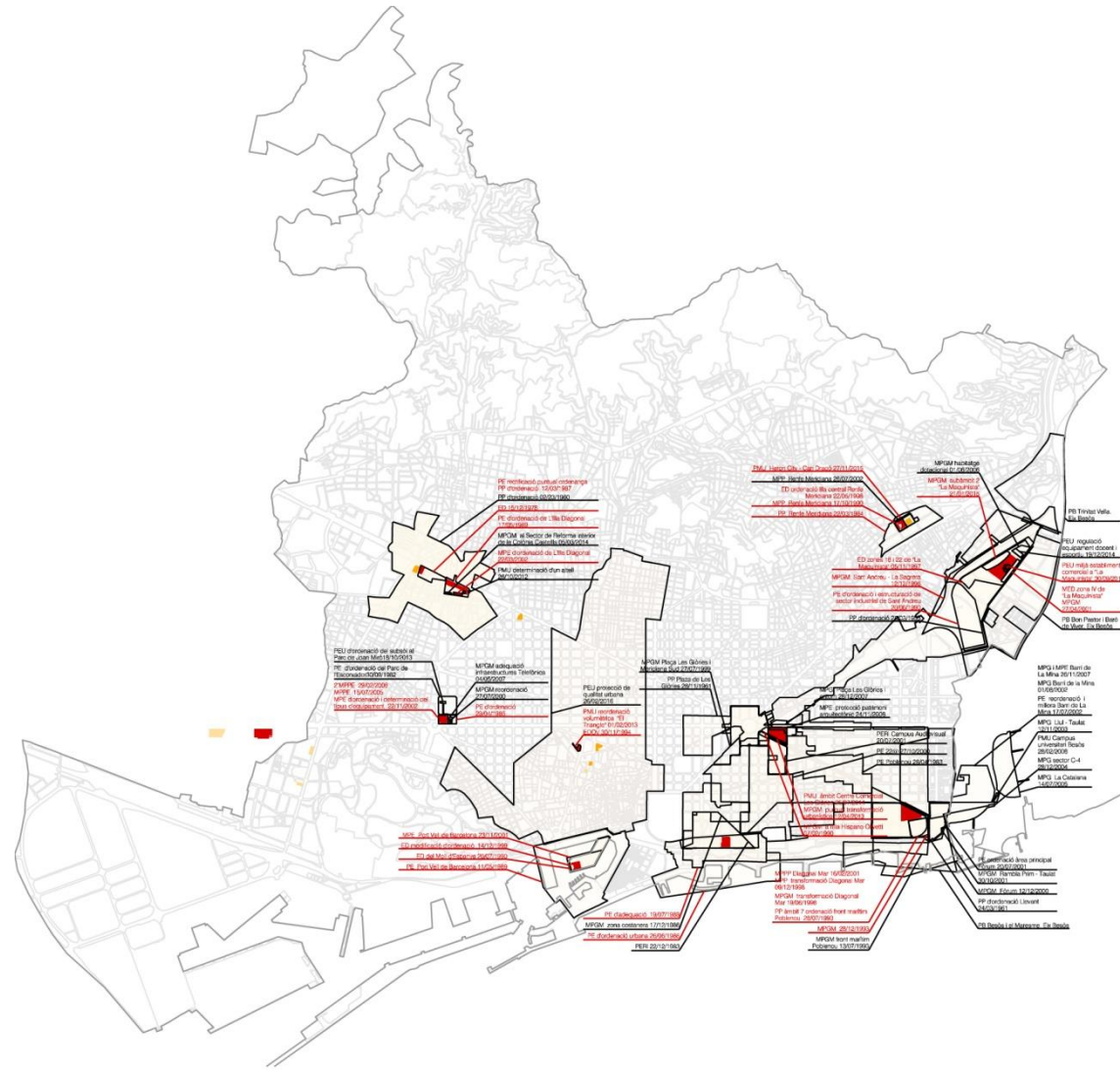
Cal advertir, que els centres comercials poden servir, també, per impulsar transformacions urbanes més encertades. En referència a Heron City, cal mencionar que la futura i previsible pacificació de la Meridiana hauria de fomentar, entre d'altres virtuts, la connectivitat transversal entre Sant Andreu i el barri de Porta. El rol de l'Heron City i el Corte Inglés, degut a la rellevància del seu ús i la presència i posició dels edificis, poden influir fortament a aquesta costura entre barris. A més, la presència del cementiri i la transformació del seu entorn, s'haurà de relacionar eficaçment amb el centre i potenciar la possible radiació d'activitat d'aquest cap a l'exterior.

Tot el que hem exposat fins ara demostra com la inserció, planificació o presència d'un centre comercial pot condicionar fortament el desenvolupament d'una àrea urbana en procés de transformació. Per aquest motiu s'ha avaluat la influència que els centres comercials poden tenir amb planejaments en desenvolupament i amb territoris expectants de transformació de la següent manera:

Alt: Quan el centre ha ocasionat o pot ocasionar efectes greus d'ombra comercial sobre el territori en desenvolupament. Casos: La Maquinista, Diagonal Mar.

Mig: Quan el centre juga un paper ambivalent de potenciació de trames, però genera ombra comercial en noves promocions. Casos: Illa Diagonal, Glòries.

Baix: Quan la trama o el grau de desenvolupament dels entorns del centre comercial és molt elevat i la seva presència difícilment pot condicionar noves iniciatives, operacions o promocions del seu voltant. Casos: Pedralbes Centre, El Triangle, Les Arenas, El Centre de la Vila, Maremàgnum, Heron City.



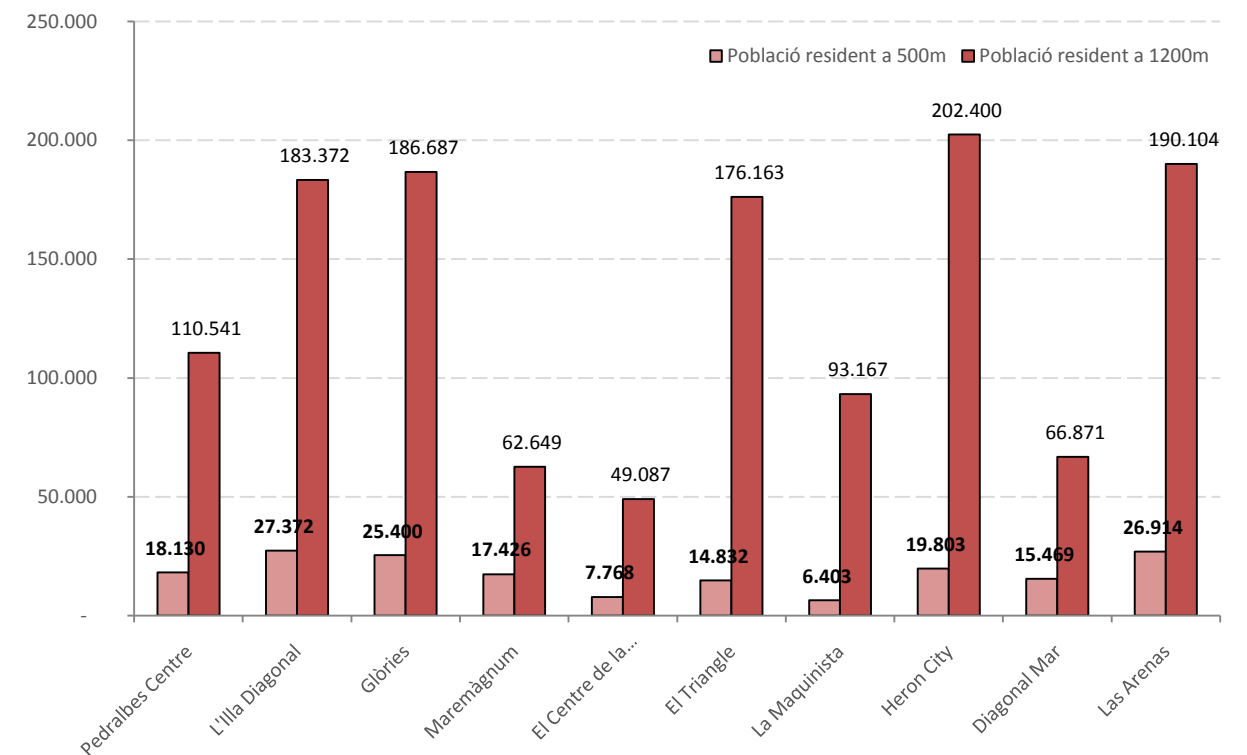
Al plànol 2.01.06 s'hi recullen el conjunt de planejaments i àmbits de transformació en desenvolupament i estudi relacionats amb els centres comercials de la ciutat.

Població resident en l'àrea de proximitat

En el darrer estudi d'hàbits de compra publicat, impulsat per la Direcció de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona, es conclouia que els centres comercials urbans esdevenen progressivament centres de proximitat.⁷¹ Aquest fet tan sols és possible quan existeix un volum de població resident significativa al voltant d'un determinat centre comercial. És precisament aquesta massa crítica de població la que permet, o no, assolir una funció de servei de proximitat als centres comercials de la ciutat.

L'Ajuntament de Barcelona planifica els equipaments públics de la ciutat tenint en compte uns estàndards, d'entre els que destaca una població mínima resident en una àrea determinada per a fer-los viables. Per exemple, els mercats municipals es consideren viables només quan existeix una població mínima de 25.000 habitants en proximitat a l'equipament comercial.

És evident que en el cas dels centres comercials els paràmetres per garantir-ne la seva viabilitat són uns altres. Tot i així, per tal d'establir quins centres comercials tenen la capacitat o no d'assumir el rol de centre de proximitat cal posar-los en relació a trames urbanes denses i, més concretament, avaluar la quantitat de població resident als seus voltants. En el següent gràfic hi ha les dades de la població resident a les àrees censals compreses dins d'un radi de 500 i 1.200 metres.



Quadre comparatiu de la població resident en proximitat en les àrees censals a 500m i 1.200 m dels centres comercials de Barcelona. Font: Anuari estadístic Ajuntament de Barcelona 2015.

⁷¹ p.128

De l'anàlisi del quadre, se'n desprèn que hi ha 3 centres comercials que tenen una quantitat elevada de població resident dins un radi de 500m al voltant del centre. Aquests són L'Illa Diagonal, Les Arenas i Glòries, que disposen d'entre 25.000 i 28.000 residents al seu voltant. En un segon rang, trobem els centres Heron City, Maremàgnum, Pedralbes Centre, El Triangle i Diagonal Mar, que comprenen entre 15.000 i 20.000 habitants al seu entorn més immediat. Finalment, en un rang baix de població resident, es troben el Centre de la Vila i La Maquinista, que no compten ni amb 8.000 residents cadascun en el seu entorn més proper.

Si tenim en compte les àrees censals compreses en un radi de 1.200 metres, destaquen cinc centres que disposen de més de 175.000 residents (L'Illa Diagonal, Glòries, El Triangle, Heron City i Las Arenas. En una categoria intermèdia, es trobaria Pedralbes Centre i La Maquinista, amb una població resident d'entre 90.000 i 110.000 habitants. Finalment, Maremàgnum, Centre de la Vila i Diagonal Mar disposen de poca població, amb menys de 70.000 residents cadascun.

S'ha valorat l'impacte urbà de la població resident en l'àrea de proximitat dels centres comercials de la següent manera:

Alt: Aquells casos en què tant la població resident a 500 metres com a 1.200 és elevada. Casos: L'Illa Diagonal, Glòries, El Triangle, Heron City, Les Arenas.

Mig: Es registra un únic cas situat entre ambdós extrems avaluats. Casos: Pedralbes Centre.

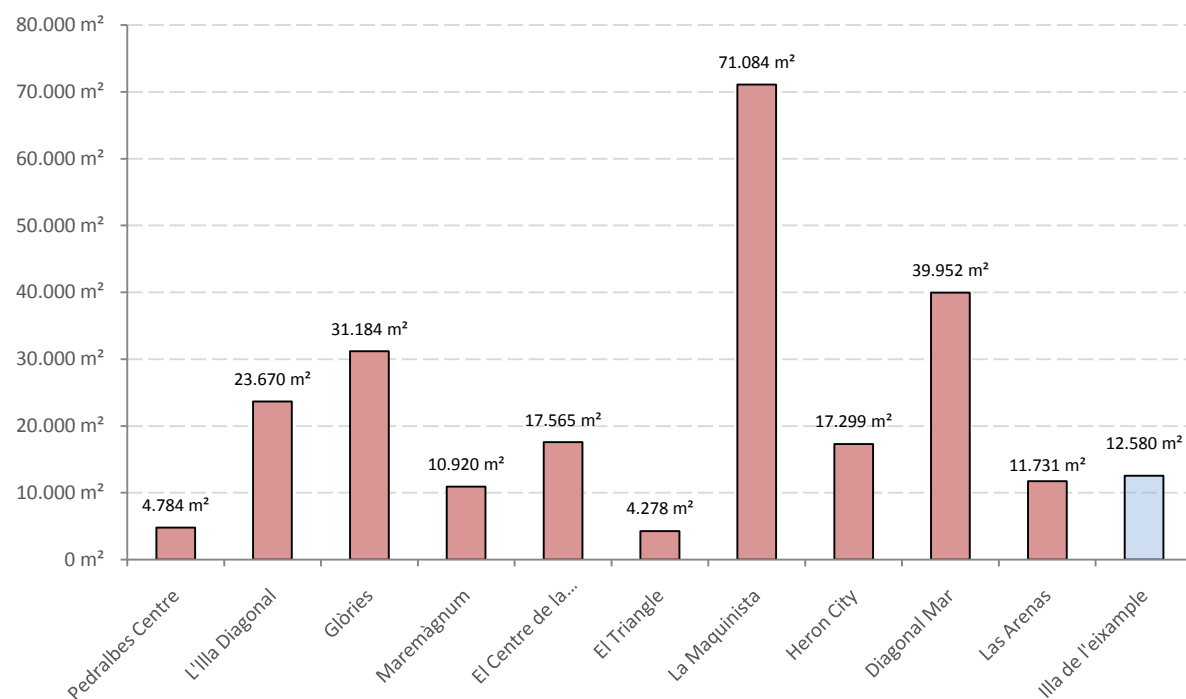
Baix: En aquells casos en què comparativament la població resident a 500 metres com a 1.200 és baixa. Casos: Maremàgnum, El Centre de la Vila, La Maquinista, Diagonal Mar.

2.2. CARACTERÍSTIQUES MORFOLÒGIQUES I PAISATGE URBÀ

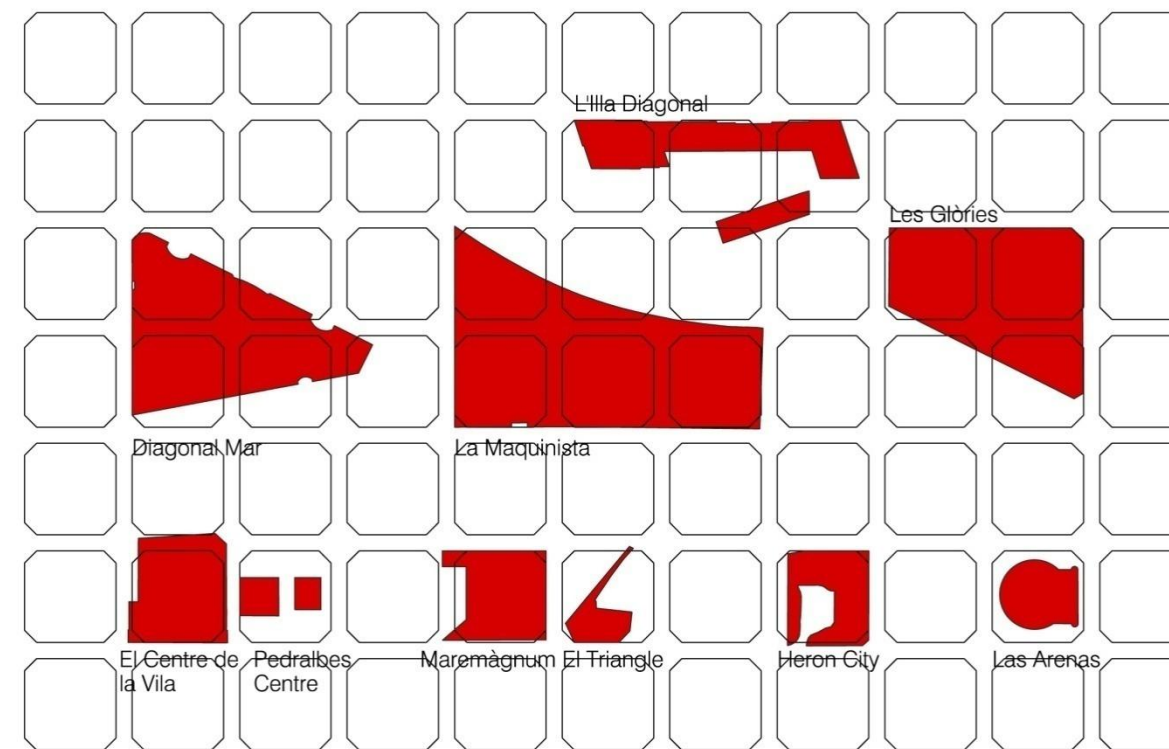
Els centres comercials de Barcelona són peces urbanes de gran dimensió. La superfície de la parcel·la on s'implanten, la pròpia ocupació de la parcel·la i la configuració dels espais lliures al seu interior, el sostre construït total, la longitud de les seves façanes o el grau de relació i permeabilitat amb les trames urbanes on s'insereixen defineixen en gran mesura les seves característiques morfològiques i són determinants a l'hora d'avaluar el seu impacte urbà i urbanístic. A continuació es conceptualitzen i s'avaluen els factors i criteris d'impacte urbà relacionats amb la mesura d'aquestes grans peces comercials.

Superfície i dimensions de la parcel·la

La superfície i dimensions de la parcel·la són el primer paràmetre que indica l'empremta urbana d'un centre comercial en el teixit urbà. La dimensió de la parcel·la determina en un alt grau la manifestació física del centre i el grau de monocultiu o no del paisatge urbà que genera. Tant la seva superfície com la seva forma defineixen els fronts que podrà tenir l'edifici o conjunt d'edificis a la via pública, i restringiran l'organització interna de l'edificació, els seus espais interiors i la possibilitat o no d'habilitar espais oberts a l'interior de la parcel·la. Al quadre i a l'esquema següents es poden comparar les parcel·les dels deu centres comercials de la ciutat. Per fer més comprensibles les xifres, i a mode de referència urbana compartida, es compara amb la superfície d'una illa de l'Eixample, i amb la trama Cerdà respectivament.



Quadre comparatiu de les superfícies de les parcel·les dels centres comercials i una illa de l'Eixample. Font: Cadastre.



Plànol 2.02.1. Esquema comparatiu de les dimensions de les parcel·les dels centres comercials en relació al teixit de l'Eixample.

A partir d'aquest dos recursos gràfics es pot comprovar que tots els centres comercials requereixen d'una superfície de parcel·la força elevada. Tot i així, podem classificar les parcel·les dels centres comercials en 3 categories:

- **Parcel·les petites:** Aquelles de dimensió equivalent i homologable a la d'altres edificis per a altres usos (oficines, equipaments, grans blocs d'habitatge). En aquests casos, l'impacte urbà és menor ja que són més fàcils d'integrar i adaptar al teixit urbà on s'implanten. Són un element més que se suma a la pluralitat d'iniciatives que representa una ciutat.

- **Parcel·les mitjanes:** Es tracta de parcel·les d'una superfície molt important, però que podem assimilar a la d'equipaments urbans com el Mercat de Sant Antoni (de 11.231 m²), que ocupen una illa sencera de l'Eixample.

- **Grans parcel·les:** Aquelles d'una dimensió molt major a les anteriors, que si fossin dins de la trama Cerdà ocuparien més d'una illa d'Eixample i que prenen un paper molt rellevant i destacat en el magma urbà. Es podrien fer dues distincions, dins d'aquest grup, parcel·les equivalents a les de l'Hospital Clínic (de 28.177

m²) o la presó Model (de 27.715 m²), i parcel·les molt més grans que formarien part de les més extenses de la ciutat de Barcelona.

S'ha valorat la dimensió de la parcel·la dels centres comercials de la següent manera:

MOLT ELEVAT: Quan la parcel·la suma una superfície equivalent a quatre illes de l'Eixample o més. Casos: La Maquinista.

ALT: Quan la parcel·la del centre comercial ocupa la superfície de més d'una illa de l'Eixample, però és equivalent a altres equipaments públics de la ciutat. Casos: L'Illa Diagonal, Glòries i Diagonal Mar.

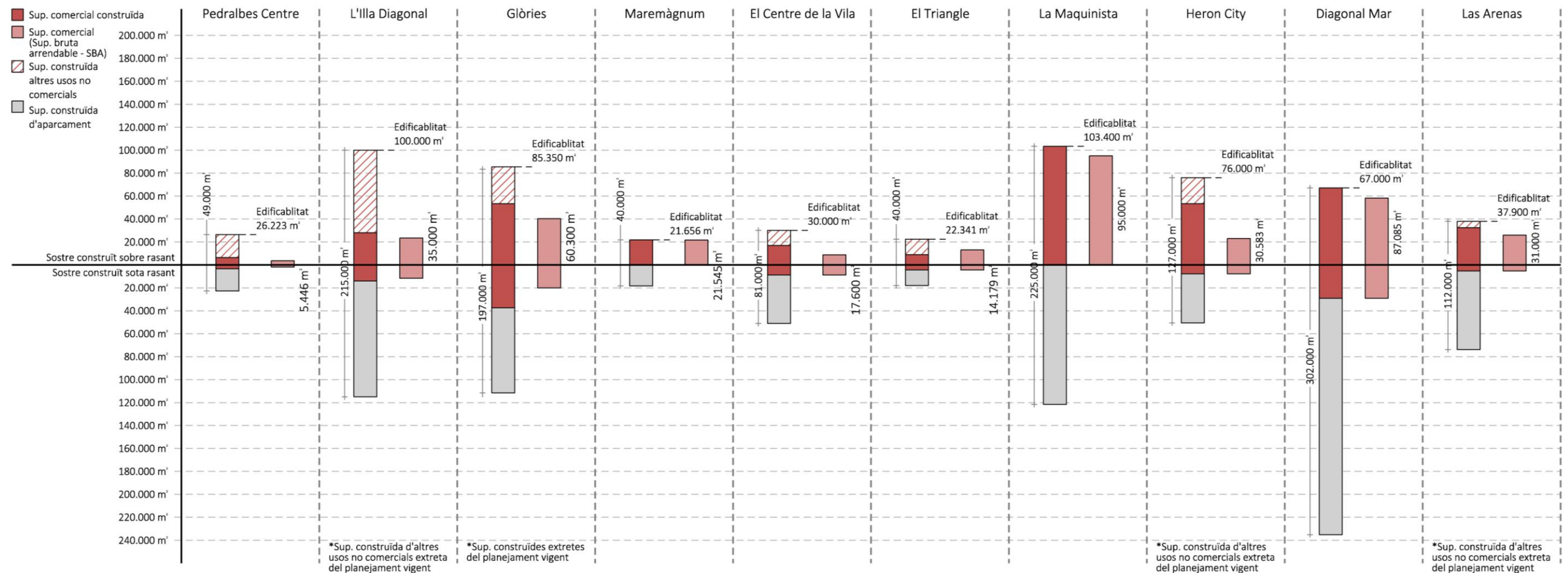
MIG: Quan l'edifici ocupa una superfície similar a la d'una illa de l'Eixample. Casos: Maremàgnum, El Centre de la Vila, Heron City i Arenas Barcelona.

BAIX: Quan la parcel·la és equiparable a parcel·les mitjanes de la ciutat, i seria compatible amb altres edificis dins d'una illa de l'eixample. Casos: El Triangle i Pedralbes centre.

Edificabilitat i superfície construïda

No només és rellevant analitzar la petjada de l'artefacte comercial sobre la ciutat, també és determinant conèixer quina és la seva dimensió total, el seu desplegament en alçada a l'interior de la parcel·la. La superfície d'un edifici està estretament vinculada a la capacitat de contenir usos i activitats, i per tant, d'esdevenir un edifici amb més o menys capacitat d'atracció de fluxos de persones. Els deu centres comercials de la ciutat tenen superfícies construïdes molt diferents entre ells, i van des dels 302.000 m² de Diagonal Mar fins als 9.800 m² de Pedralbes Centre.

El següent gràfic presenta la superfície construïda total dels diferents centres de la ciutat, i quantifica quina part d'aquesta és sobre rasant (edificabilitat) i quina sota rasant. A més, es diferencia la superfície construïda comercial i aquella que pertany a altres tipus d'usos. Pel que fa a la superfície sota rasant, en tots els casos hi ha un volum important al subsòl destinat a aparcament. L'edificabilitat, aquella part de superfície que emergeix sobre rasant i computa urbanísticament, és la que té un efecte urbà més notable ja que és la manifestació física i visible de l'artefacte comercial sobre l'espai públic. Cal advertir que en



tots els casos, les edificabilitats són elevades o molt elevades, però per comparació entre els diferents centres comercials s'ha valorat la seva edificabilitat de la següent manera:

ALT: Edificabilitats majors als 50.000 m². Casos: L'Illa Diagonal, Glòries, La Maquinista, Heron City i Diagonal Mar.

MIG: Edificabilitats compreses entre 50.000 m² i 20.000 m². Casos: Pedralbes Centre, Maremàgnum, El Centre de la Vila, el Triangle, Arenas Barcelona.

BAIX: Edificabilitats menors a 20.000 m². Sense casos.

Valorar l'impacte urbà del volum construït sota rasant representaria un estudi exhaustiu de les condicions específiques del subsòl en cada cas, i de les relacions urbanes que es donen amb la resta de parcel·les veïnes a nivell de subsòl. En aquest estudi no s'han pogut valorar aspectes d'aquestes característiques malgrat entenem que poden ser rellevants per jutjar l'impacte urbà de les grans peces comercials.

Relació amb el teixit immediat

Els carrers i edificis de les nostres ciutats són entitats inseparables, difícils de concebre independentment. De fet, la qualitat de l'espai urbà depèn, en un grau molt elevat, de l'afortunada associació que es pugui aconseguir entre el que succeeix a l'interior de les parcel·les i l'espai públic.

En qualsevol tipus d'edifici, la volumetria, la composició dels espais interiors, la manera com aquests es disposen en relació a places i carrers, i la posició d'accessos i entrades conformen la seva imatge pública i determinen la manera en què l'edifici es vincula i s'arrela a la ciutat. Tot i així no sempre és encertada la manera en què des d'un parcel·la i una edificació s'aborda l'encaix urbà amb el seu entorn immediat.

Si ens fixem en els centres comercials, hi ha diversos elements que determinaran un millor o pitjor encaix en la trama urbana de la ciutat:

- La capacitat per integrar i relacionar-se amb els seus espais urbans limítrofs. Estan més ben integrats i relacionats aquells centres que saben recollir al seu interior espais de la trama urbana.
- La bona lectura de la jerarquia dels espais públics amb els que es relaciona.
- L'habilitat per ubicar i qualificar els accessos principals del centre comercial i l'entrada d'altres usos.
- La posició de determinats usos que poden permetre animar la cota 0.
- La perícia en la ubicació de les locomotores del centre, ja que són establiments amb suficient atractivitat com per generar fluxos en determinades zones.

L'Illa Diagonal és un exemple paradigmàtic de la manera com una peça urbana d'una dimensió molt destacada es pot encaixar i integrar en el teixit on s'insereix d'una forma natural mitjançant el traçat al seu interior d'extensions dels carrers limítrofs a l'edifici, o mitjançant la creació d'accessos en carrers de perfil secundari, i entrades a oficines i hotels per enriquir el carrer. També el centre comercial de les Glòries sap relacionar-se amb la trama urbana fent entrar diversos carrers de la trama Cerdà al seu interior, generant, a més uns espais interior col·lectius lligats a la trama. Hi ha casos menys reeixits, com el de La Maquinista o Diagonal Mar, que col·loquen determinats accessos en posicions que no es relacionen amb la trama urbana.

S'ha valorat la relació dels centres comercials amb el teixit immediat de la forma següent:

ALT: Quan el conjunt d'elements del centre comercial (composició volumètrica i dels espais oberts, accessos, entrades, posició locomotores) vetllen per aconseguir la màxima associació amb la trama existent. Casos: L'Illa Diagonal, Glòries, El Centre de la Vila, El Triangle.

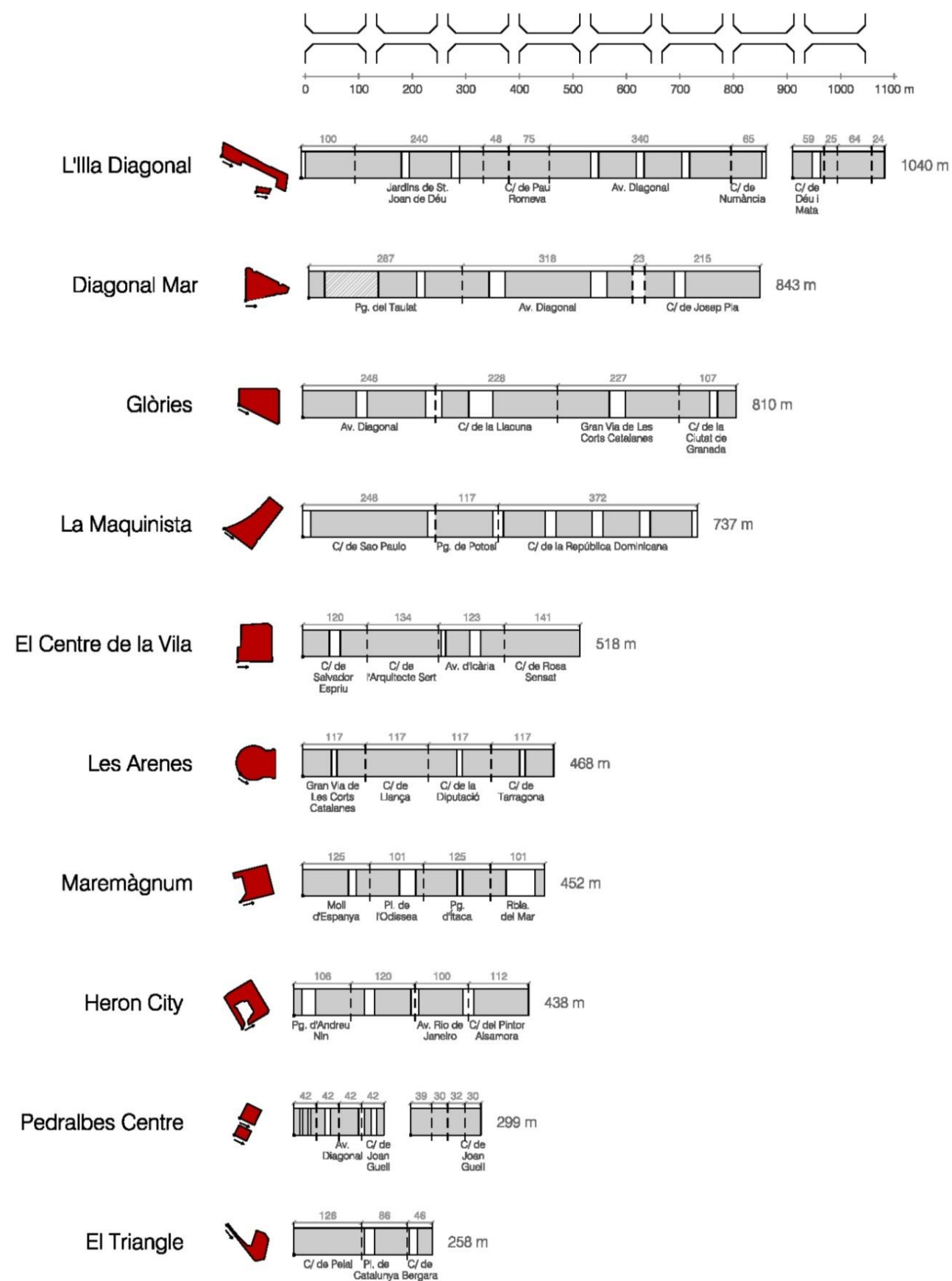
MIG: Quan alguns elements del centre aconseguen una bona relació amb la ciutat. Casos: Pedralbes Centre, Maremàgnum, Heron City, Arenas de Barcelona.

BAIX: Quan els elements no aconseguen un vincle favorable amb els espais urbans. Casos: La Maquinista i Diagonal Mar.

Paisatge urbà generat: longitud, qualitat i permeabilitat material de les façanes

A base de plantes baixes comercials, el comerç ha configurat gran part i en bona mesura el paisatge urbà de les ciutats europees. Un paisatge basat en una estreta relació entre l'espai exterior públic i l'espai interior comercial. Un paisatge en què les obertures i transparències de les façanes de les plantes baixes es podien llegir com a extensions del propi espai urbà. Els centres comercials representen una transformació substancial de la relació entre espai públic i espai comercial.

El model clàssic de centre comercial que s'ha intentat importar en molts casos consisteix en un establiment situat als afores de trames urbanes, lluny de carrers i places, i que disposa de grans superfícies d'aparcament al seu voltant per a que la gent hi arribi en el seu cotxe privat. A l'interior, una estructura d'espais de referència en forma de "carrers" i "places" simulant espais públics, articula els fluxos, les activitats i els establiments. Aquest model, de configuració extensiva, consumeix



Plànol 2.02.2. Esquema comparatiu de les longituds de façana dels centres comercials

gran quantitat de sòl i és difícil d'implantar en teixits urbans relativament centrals o consolidats, com és el cas de Barcelona, degut a l'elevat preu del sòl i la manca de disponibilitat de parcel·les amb dimensió suficient.

En el moment en què els grans establiments comercials s'implanten dins de les trames urbanes de la ciutat, com a Barcelona, aquests passen a ser peces rellevants del paisatge urbà del teixit on s'insereixen. I, en funció de les seves característiques morfològiques i arquitectòniques, determinaran fortament les condicions urbanes i del paisatge urbà al seu voltant.

Un element clau per avaluar l'impacte sobre el paisatge urbà d'un gran establiment, són les condicions que les seves façanes urbanes generen. La importància d'aquestes condicions és proporcional a la dimensió i consum de recursos urbans de l'establiment. D'aquesta manera, factors com

- la longitud de façana pública de l'establiment,
- la quantitat i diversitat dels establiments que conformen el front urbà,
- la permeabilitat i transparència dels paraments que limiten amb l'espai públic

són determinants per avaluar la qualitat de l'espai públic que generen.

El model de ciutat compacta mediterrània, propi de Barcelona, es caracteritza per carrers i places construïts per les façanes dels edificis, amb plantes baixes que acompanyen al vianant amb usos diversos i canviants, amb façanes permeables i amb un alt grau de transparència. Els aparadors, els interiors dels comerços i els accessos als edificis, mostren part del seu interior i amenitzen l'experiència del vianant.

Els centres comercials de grans dimensions interioritzen aquests espais estructurants de referència, i hi aboquen tota l'activitat i el comerç, relegant les façanes urbanes a una funció secundària o residual. És habitual que les façanes d'aquests centres, malgrat corresponguin a comerços, siguin opaques, amb escassa o nul·la variació, ni permeabilitat més enllà de les portes principals a l'establiment. Si a aquestes condicions se li suma la seva gran longitud i presència en el paisatge urbà, el resultat del conjunt és un front urbà erm, sense activitat, sense urbanitat, i que enlloc d'irradiar i potenciar les activitats al seu voltant, actua com un edifici que ha absorbit tota l'energia urbana al seu interior. Aquesta configuració es correspon als centres de Diagonal Mar, La Maquinista, L'Illa Diagonal i Glòries, i l'Heron City, encara que entre ells, n'hi ha que ofereixen millors condicions que d'altres. Més endavant, s'ofereix una avaluació detallada per a cada centre comercial.

Per contra, en els establiments situats en parcel·les de menor dimensió, no disposen de prou superfície per a crear els espais mencionats, i han d'aprofitar al màxim el sol ocupat per al comerç. La conseqüència, és que s'orienten cap a l'exterior, aprofiten la façana coma aparador, i guanyen en permeabilitat i

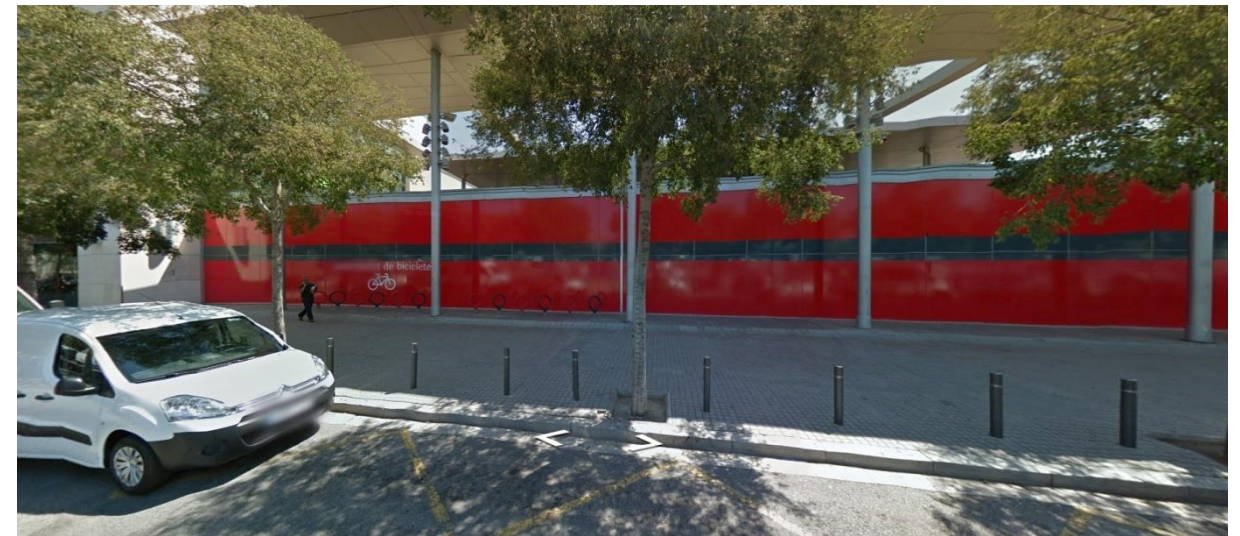
accessibilitat de la mateixa. Aquestes condicions, permeten potenciar en major mesura les activitats al seu voltant i fomenten un paisatge urbà de major qualitat. Aquesta configuració es correspon a El Triangle, Les Arenes, El Corte Inglés de Portal de l'Àngel, El Corte Inglés de Francesc Macià.

S'ha valorat la qualitat del paisatge urbà generat de la forma següent:

ALT: Longitud de façana assimilable a altres edificis de la ciutat, amb un perímetre de façana amb accessos individualitzats per cada establiment comercial, o capacitat de passat desapercebut. Casos: El Triangle i El Centre de la Vila.

MIG: Perímetre de façana que tot i la seva longitud incorpora entrades a comerços àncora i a altres usos que suavitzen la seva mesura. Casos: Pedralbes centre, L'Illa Diagonal, Glòries i Arenas Barcelona.

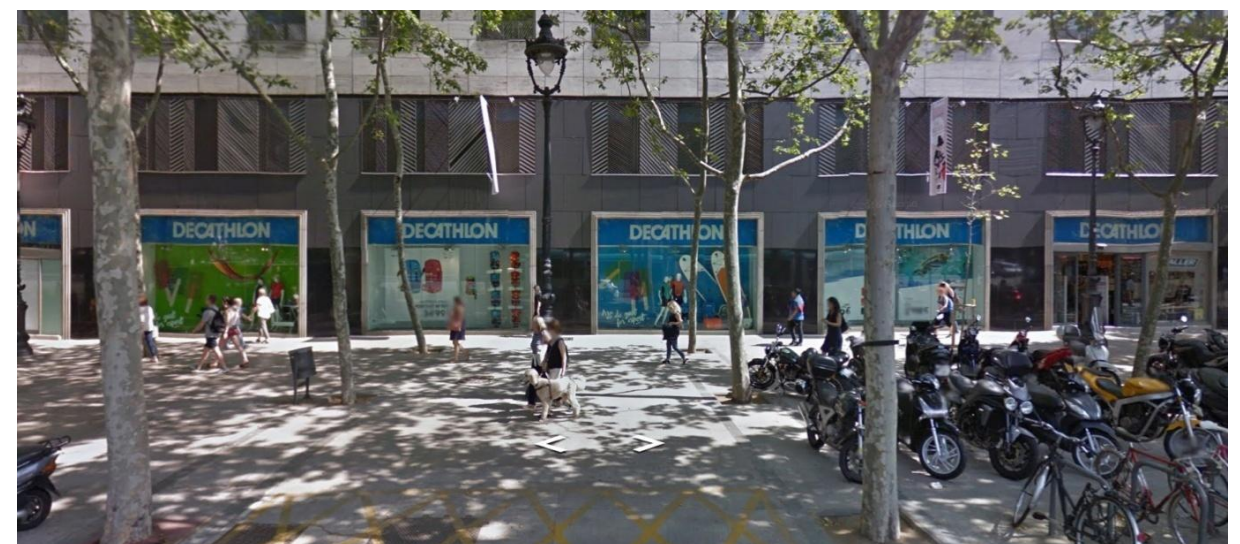
BAIX: Perímetre de façana de gran longitud, gran hermetisme i opacitat. Casos: Marmagnum, La Maquinista, Heron City i Diagonal Mar.



Façana de La Maquinista



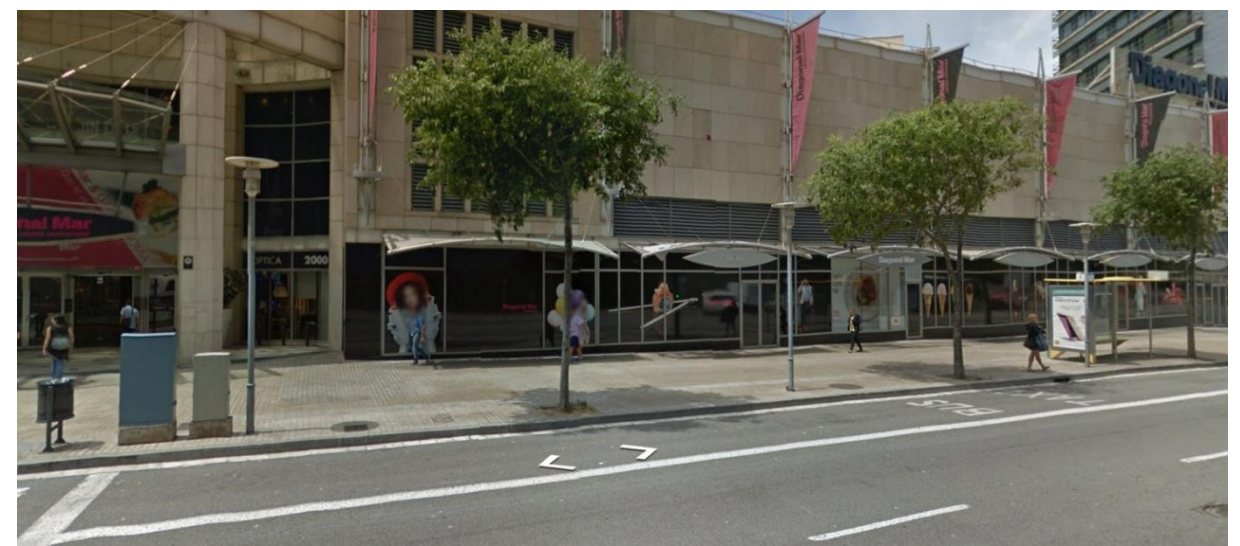
Façana del Triangle



Façana de L'Illa Diagonal



Façana de Glòries



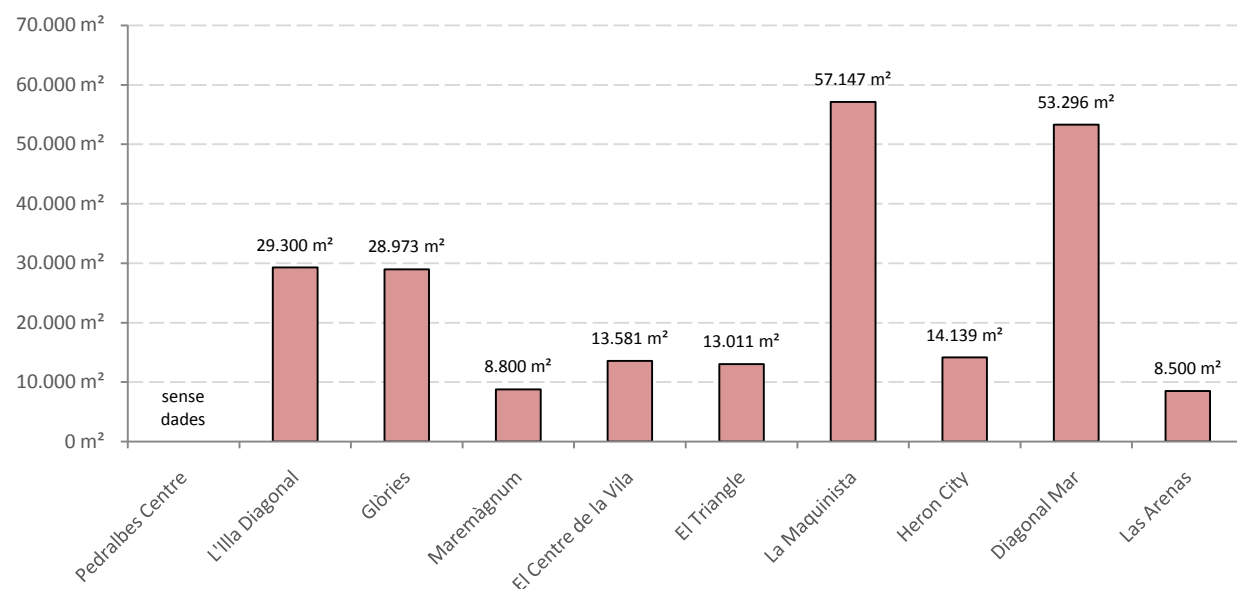
Façana de Diagonal Mar

2.3. USOS DELS CENTRES COMERCIALS I RELACIÓ AMB ALTRES USOS I ACTIVITATS

Superfície de venda autoritzada (SVA)

La superfície de venda autoritzada és la superfície concedida a la llicència comercial de l'establiment. A l'apartat 1.2.1 del marc jurídic es defineix el paràmetre en detall. La superfície de venda es correspon, generalment, amb els espais necessaris per a que es produeixi la compra, inclosos els àmbits on s'exposen els productes, els espais que pot recórrer el públic i els espais d'atenció al públic. La superfície de venda, doncs, és essencialment un paràmetre de valor administratiu que indica el sumatori de superfícies de venda dels diferents establiments que pot acollir el centre comercial.

Els centres comercials de Barcelona disposen de quantitats de superfície de venda autoritzada molt diferenciades. Es poden dividir en 3 graus, en funció de la superfície de venda de la seva llicència. En el rang dels que disposen de superfície de venda molt elevada, destaquen La Maquinista i Diagonal Mar amb superfícies de venda majors als 50.000 m². Entre els dos acumulen gairebé la mateixa superfície que la suma de la resta de centres. En un segon nivell trobem L'Illa Diagonal i Glòries amb una superfície al voltant dels 30.000 m². La resta de centres comercials tenen superfícies de venda inferiors als 15.000 m². S'ha valorat l'impacte urbà de la superfície de venda seguint aquesta diferenciació.



Quadre comparatiu de les superfícies de venda autoritzada dels centres comercials.

Font: Registre de Llicències comercials de la Generalitat de Catalunya.

Superfície bruta arrendable (SBA)

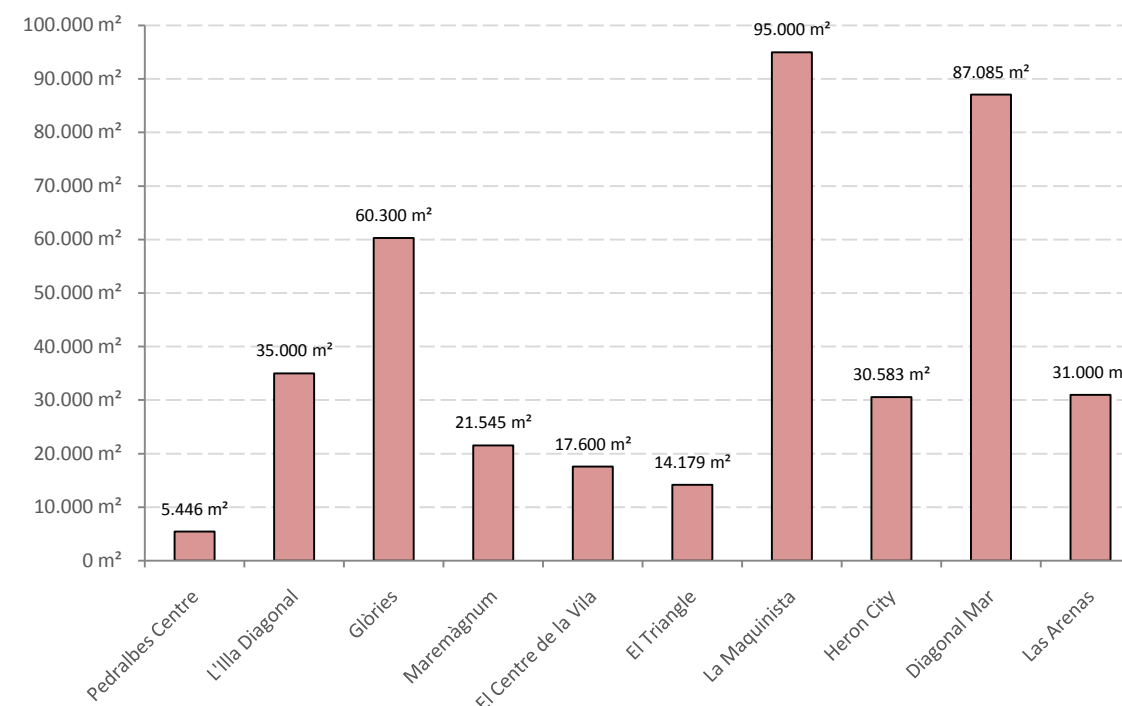
La superfície bruta arrendable o de lloguer inclou a la superfície de venda els magatzems, oficines i locals tècnics relacionats amb els establiments comercials. No inclou ni aparcament, ni zones comunes, ni patis de càrrega i descàrrega. És, de fet, la superfície necessària per a que es produeixi l'acte de venda sense comptar els espais logístics i comuns dels centres comercials. Aquesta és la superfície que utilitzen els propis promotors dels centres comercials per explicar-ne les seves característiques i dimensions. Seguint la classificació que realitza l'Associació Espanyola de Centres Comercials, s'ha estimat que el valor de la superfície bruta arrendable dels centres comercials de Barcelona és:

MOLT ALT: Pels centres comercials molt grans, de més de 79.999 m² de SBA. Casos: La Maquinista i Diagonal Mar.

ALT: Pels centres comercials grans, d'entre 40.000 m² i 79.999 m² de SBA. Casos: Glòries.

MIG: Pels centres comercials mitjans. Centre entre 20.000 m² i 40.000 m² de SBA. Casos: L'Illa Diagonal, Maremàgnum, Heron City i Arenas Barcelona.

BAIX: Pels centres comercials petits, de menys de 19.999 m² de SBA. Casos: Pedralbes centre, El Centre de la Vila i El Triangle.

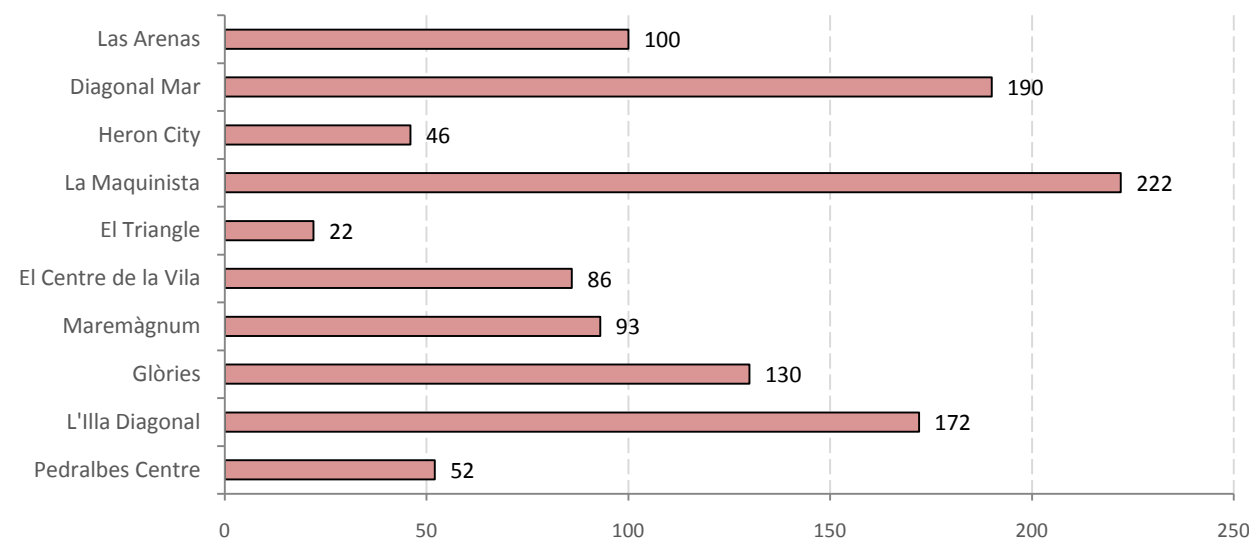


Quadre comparatiu de les superfícies brutes arrendables dels centres comercials.

Font: Directorio de Centros y Parques Comerciales de España 2016 de la AECC.

Diversitat funcional dels centres comercials

Els centres comercials no tenen establiments ni usos uniformes. Existeixen tipologies diferenciades d'establiments comercials i també usos que s'afegeixen al comercial i que juguen un paper destacat en la imatge, la funcionalitat, i l'impacte urbà que poden tenir els centres comercials. Com major és el número d'establiments, més diversitat tipològica tenen i més usos existeixen, més gran és la capacitat d'atracció i més possibilitat de ser usats per una pluralitat d'usuaris potencials. A la taula podem veure el nombre d'establiments comercials de cadascun dels centres comercials de la ciutat:



Nombre d'establiments dels centres comercials

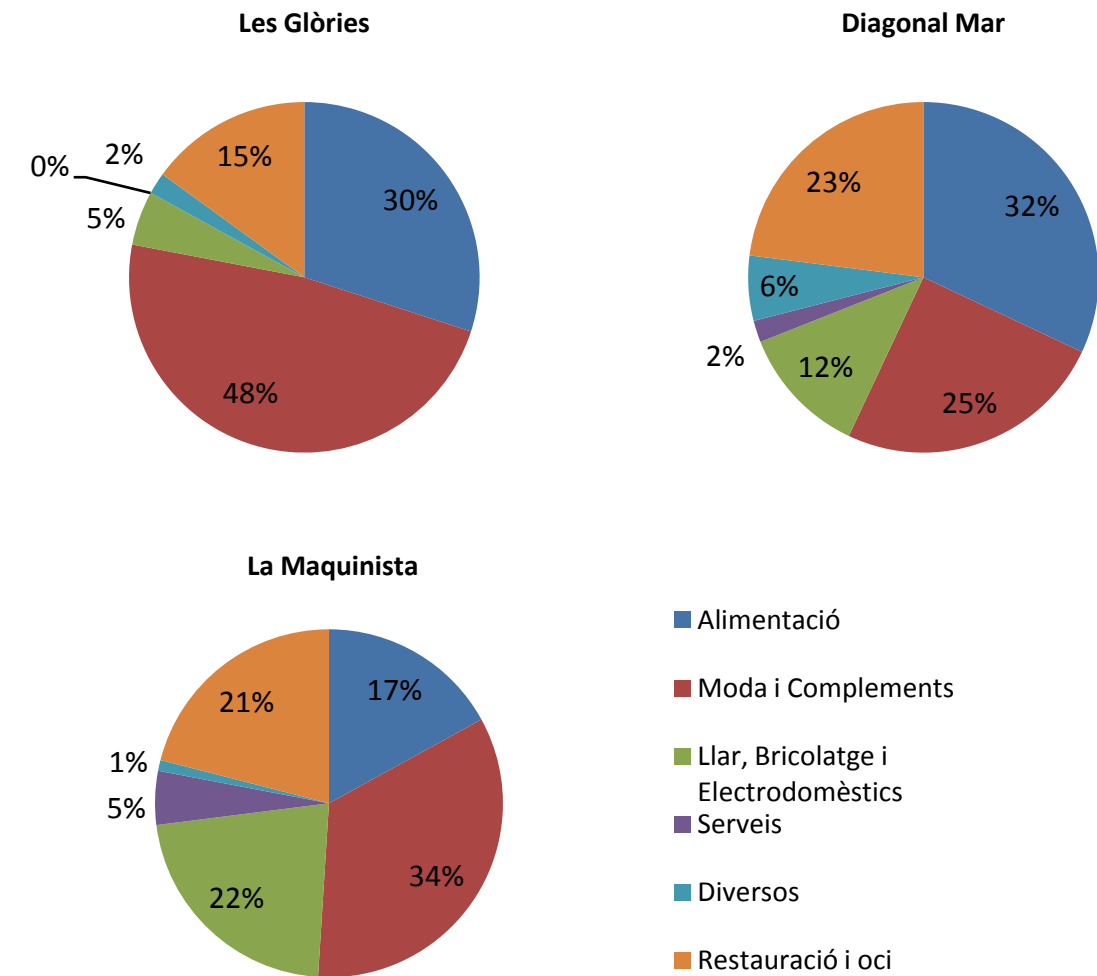
Font: Directorio de Centros y Parques Comerciales de España 2016 de la AECC.

Però evidentment, el nombre d'establiments no és suficient per tenir la fotografia completa dels centres. Necessitem trobar respostes a qüestions com: quina és la dimensió d'aquests establiments? Què és el que venen? Quins d'aquests establiments tenen una capacitat d'atracció per si sols? És a dir, i utilitzant la terminologia pròpia dels promotors dels centres comercials, quines són locomotores o comerços àncora del centre? Quins altres usos estan relacionats amb la pròpia promoció del centre comercial? Existeixen oficines, sales de conferències, hotels, equipaments públics?

Malgrat que no tenim les dades detallades de cada centre, la informació obtinguda a l'anuari dels centres comercials d'Espanya ens permet dir que l'oci i la restauració són el complement més habitual a l'activitat comercial. En alguns casos, l'oci i la restauració arriben a superar la pròpia activitat comercial, com en el cas del Maremàgnum (60% oci i restauració, 40% comercial), l'Heron City (70% d'oci i restauració i 30% de

comerç), El Centre de la Vila (48% comercial i 52% d'oci i restauració) o les Arenas Barcelona (40% comerç i 60% d'oci i restauració). La principal activitat d'oci dels centres comercials són les sales de cinema, però també existeixen sales d'exposicions, gimnasos i boleres de gran superfície que esdevenen locomotores o àncores del propi centre.

Sobre els perfils de comerços dels centres comercials cal destacar la importància dels establiments destinats a moda i complements que en alguns casos arriben a copsar la meitat de la superfície dels centres (vegis el cas de Les Glòries, per exemple). Precisament, la major part de les locomotores dels centres comercials es dediquen a la venda de moda i complements (grup Inditex, H&M, Mango, Primark...). L'alimentació és un dels perfils comercials més importants en alguns centres i està estretament relacionada amb la presència o no d'una locomotora alimentària important. Aquesta qüestió la tractarem en el següent punt del treball.



Cal destacar en aquest punt que algunes de les promocions vinculades als centres comercials de la ciutat acullen altres activitats més enllà de les relacionades estrictament amb el lleure, l'oci i el comerç. Les oficines i els usos hotelers són els usos més destacats, i en alguns casos s'incorporen dotacions importants per a la ciutat (parcs i algun equipament públic com escoles). Una part de la promoció, encara no executada, de La Maquinista inclou el desenvolupament d'un elevat sòl destinat a habitatge.

Aquest estudi entén que com major és la diversitat funcional dels centres comercials, més capacitat tenen de ser utilitzats per una pluralitat de ciutadans. Per aquest motiu, s'ha valorat el grau de diversitat funcional de la següent manera:

ALT: Quan la proporció tipològica d'establiments comercials és variada i la promoció del centre comercial inclou usos de lleure, oficines, hotels, dotacions i equipaments públics. Casos: L'Illa Diagonal i Glòries.

MIG: Quan proporció tipològica d'establiments comercials és variada i inclou usos com cinemes.

BAIX: Quan els centres comercials són centres dedicats únicament al comerç i a l'oci i la restauració. Casos: Maremàgnum, Pedralbes Centre,

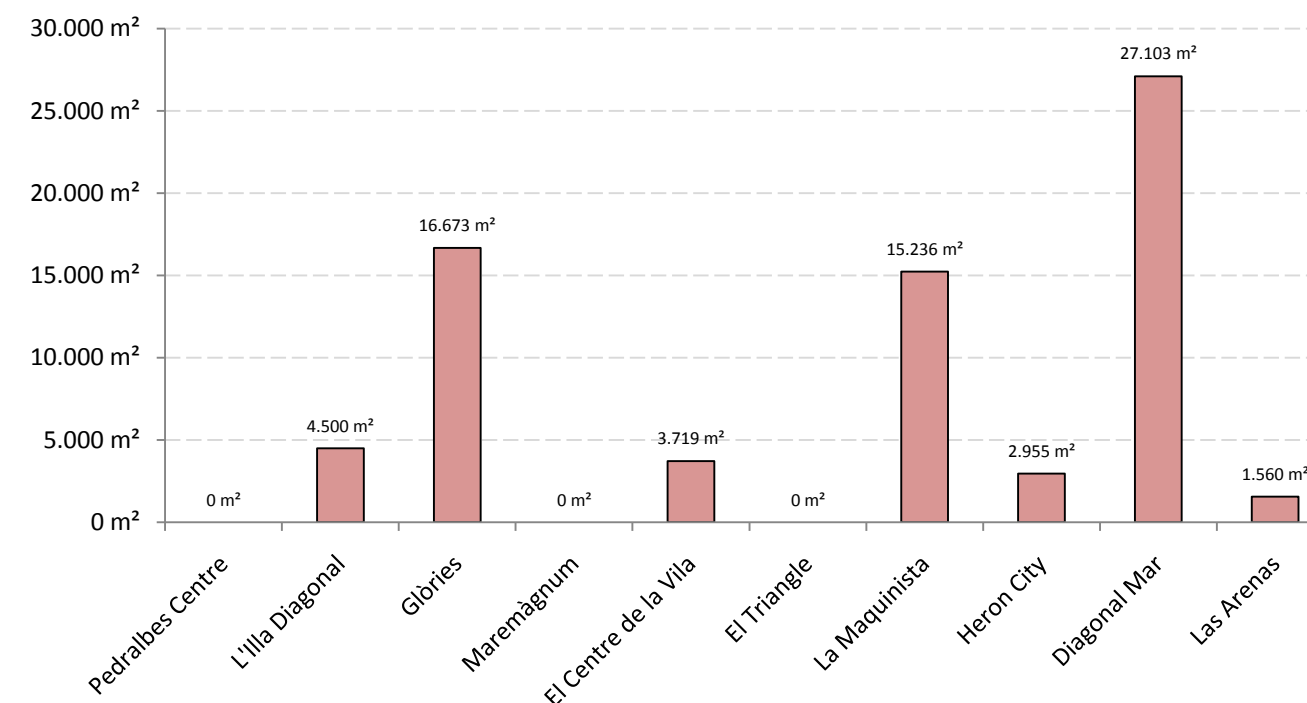
Cal ser conscients que els centres comercials són especialment sensibles als hàbits de compra i de vida de la ciutadania. Davant la davallada del públic a les sales de cinema, els centres comercials, com ho demostra el cas de Diagonal Mar, tendiran a voler disminuir la superfície destinada a aquesta activitat i ocupar-la amb activitats més idònies per al seus usuaris.

Superfície de la locomotora alimentària

Tradicionalment, una de les locomotores més importants per a un centre comercial era l'alimentària. Aquest fet anava lligat a uns centres comercials que se situaven fora de les trames urbanes en un moment d'auge d'un tipus de consum lligat a la mobilitat rodada que concentrava la compra quotidiana d'aliments en un o pocs dies al mes.

A Barcelona, set dels deu centres comercials tenen una locomotora alimentària, però la seva mida divergeix considerablement. Els centres comercials amb hipermercats de més superfície són els que es troben en situacions de major accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana, i es poden relacionar amb la seva capacitat d'atraure una clientela metropolitana que utilitza el centre com a centre

d'abastiment d'aliments. La resta de centres tenen al seu interior hipermercats assimilables a supermercats, hipermercat petits i mitjans que podem trobar al teixit urbà de la ciutat.⁷²



Quadre comparatiu de les superfícies brutes arrendables de les locomotores alimentàries dels centres comercials. Font: Directorio de Centros y Parques Comerciales de España de la AECC.

S'ha estimat que el valor de la superfície bruta arrendable de les locomotores alimentàries pot ser:

MOLT ALT: En els casos de més de 25.000 m² de SBA. Casos: Diagonal Mar.

ALT: En els casos entre 10.000 i 25.000 m² de SBA. Casos: La Maquinista i Glòries.

MIG: Sense casos.

BAIX: En els casos de superfícies menors a 5.000m² de SBA. Casos: L'Illa Diagonal, Centre de la Vila, Heron City, Arenas Barcelona.

La superfície de les locomotores alimentàries és un dels factors a tenir en compte a l'hora d'avaluar l'impacte dels centres comercials en la vida urbana de la ciutat i en els hàbits de compra de la ciutadania, però no l'únic. La proximitat a trames urbanes comercials i a Mercats municipals també és rellevant i s'explica a continuació.

⁷² Segons la normativa autonòmica, els hipermercats poden ser grans (sup. de venda major a 10.000 m2.); mitjans (entre 5.000 m2 i 9.999 m2) o petits (2.500 m2 i 4.999 m2). Els supermercats tenen superfícies situades entre els 400 m2 i els 2.499 m2.

Relació de posició i dimensió dels centres comercials respecte els Mercats municipals

A l'últim estudi d'hàbits de compra realitzat per l'Ajuntament de Barcelona,⁷³ amb data de 2012, es constata que les compres quotidianes alimentàries i no alimentàries es produeixen en gran mesura en un entorn de proximitat a la residència dels ciutadans.

Taula 3. Tipus d'establiment on es realitzen habitualment les compres d'alimentació (% de compres de les famílies)

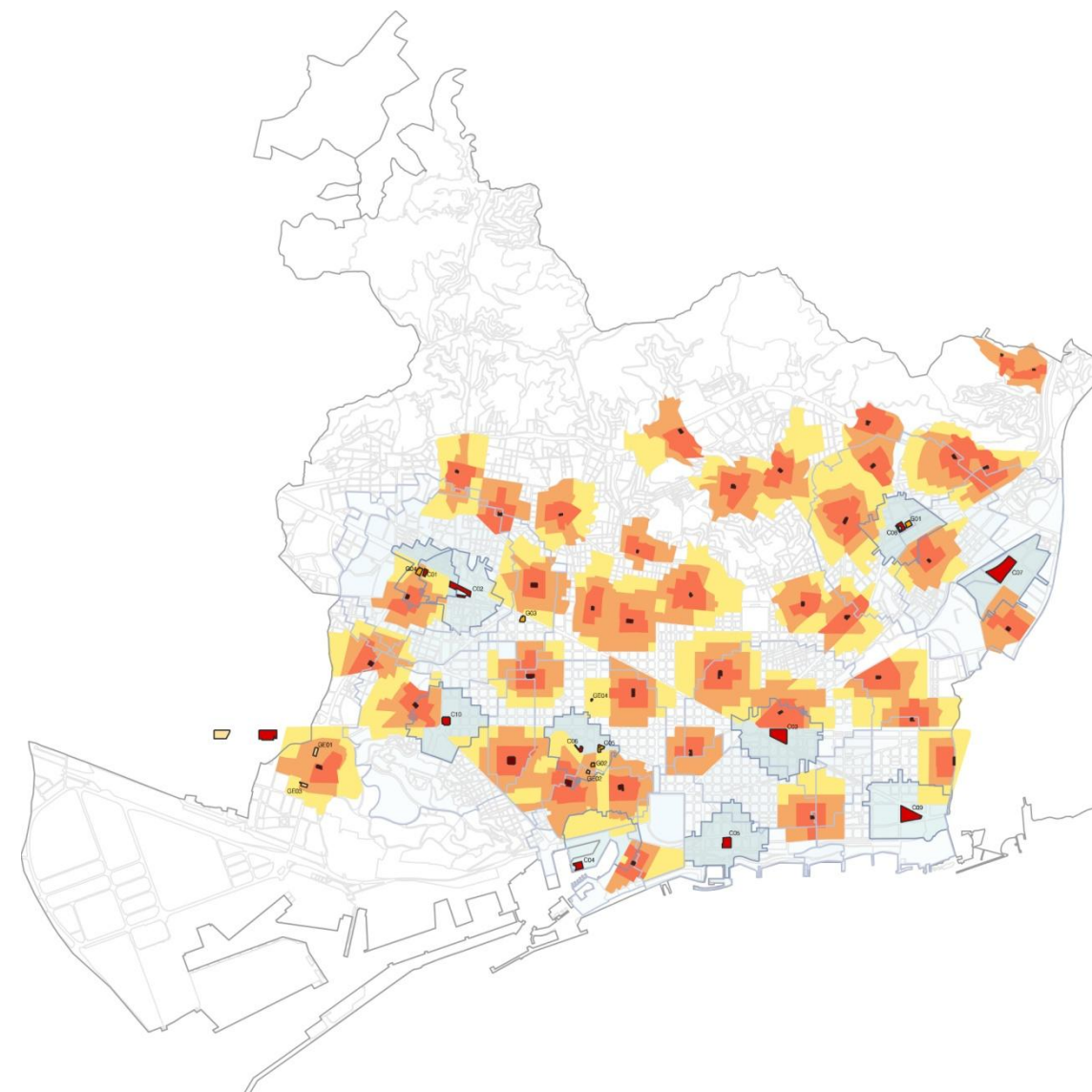
Tipus d'establiment	Carn i peix	Fruita i verdura	Pa i pastisseria	Resta aliments i begudes
A la botiga especialitzada	20,2	47,2	73,5	5,2
Al mercat municipal	45,2	27,9	0,3	1,4
Al supermercat	30,6	21,4	19,9	83,0
A l'hipermercat	1,3	0,7	0,4	3,5
Al gran magatzem	1,0	0,5	0,4	1,1
Als centres comercials	0,3	0,2	0,2	1,3
Al "colmado", queviures	0,1	0,9	0,1	1,0
Internet	0,2	0,5	0,1	0,9
No compra	1,1	0,7	5,1	2,6
No contesta	0,0	0,1	0,0	0,0

Taula 9. Localització dels establiments on es realitzen les compres d'alimentació (%)

Localització establiment	Carn i peix	Fruita i verdura	Pa i pastisseria	Resta aliments i begudes
Barri de residència	91,4	95,6	98,1	95,1
Altres barris de la ciutat	6,8	3,4	1,8	3,2
Altres municipis	1,8	1,0	0,1	1,5
No contesta				0,1

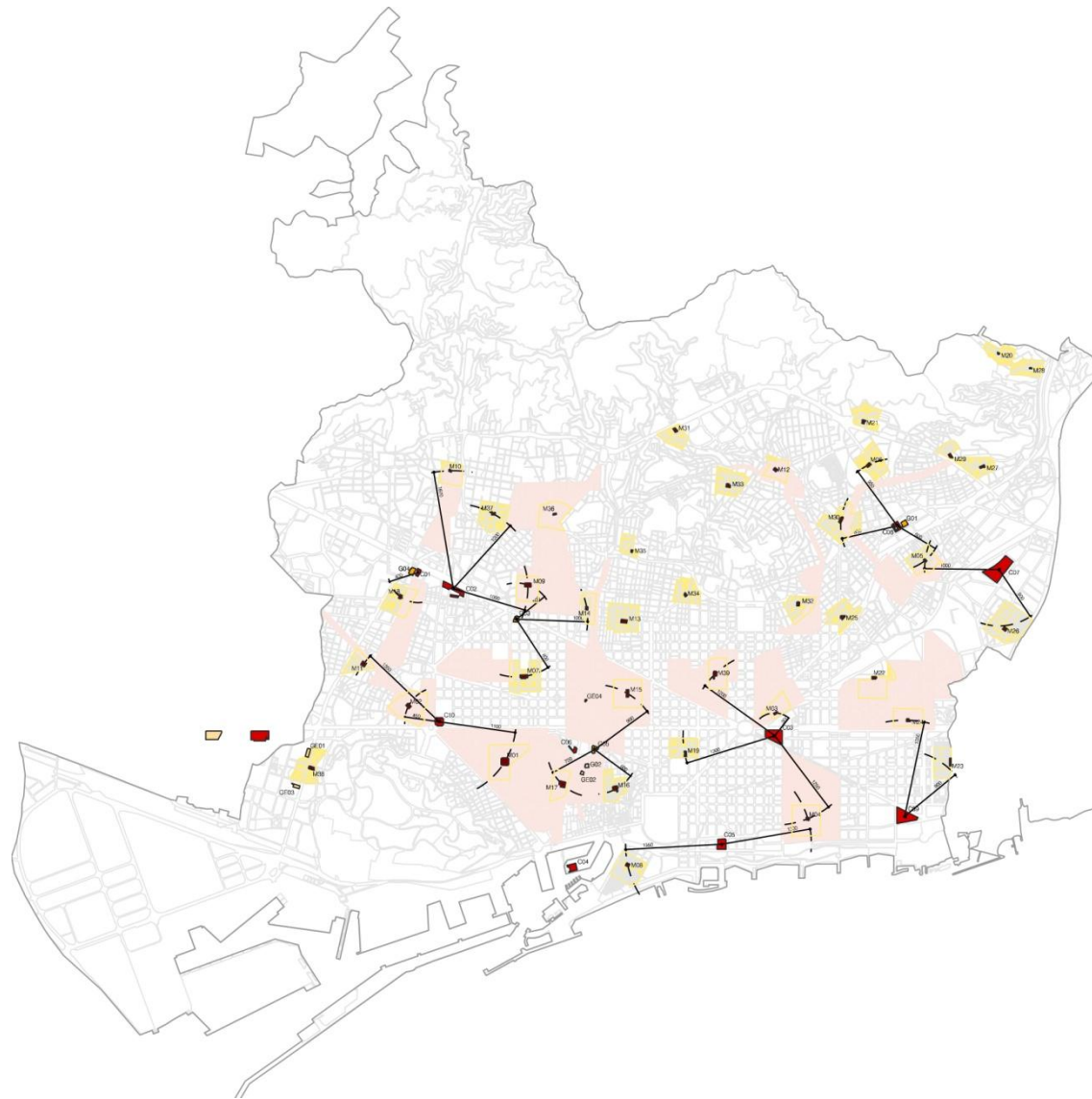
Tot i així, és evident que la presència d'hipermercats de gran superfície a l'interior dels centres comercials pot tenir un impacte en els hàbits de consum de les persones que viuen al seu voltant. Al plànol 2.03.1 s'hi representen les àrees d'influència dels mercats municipals amb les àrees de proximitat de 5 minuts i 12 minuts a peu dels centres comercials, i la distància als mercats municipals respectivament. Quan aquests es corresponen amb indrets amb una alta densitat residencial, els centres comercials es poden convertir establiments de proximitat per als ciutadans que viuen als seus voltants. Es pot constatar que l'oferta alimentària d'alguns centres comercials pot entrar en competència amb els Mercats municipals i les seves polaritats comercials: Les Arenes amb el Mercat de Sants, Glòries amb el Mercat del Clot, La Maquinista amb el Mercat del Bon Pastor, i l'Illa Diagonal amb el Mercat de Les Corts.

Al plànol 2.03.2 s'hi representa la distància existent entre els centres comercials i els mercats municipals i les seves àrees de polaritat definides pel PECAB. En alguns casos es pot comprovar com els hipermercats dels centres comercials juguen un paper substitutori dels mercats municipals en aquells indrets on la xarxa municipal de mercats no hi és present. És el cas de Diagonal Mar i del Centre de la Vila. En canvi, hi ha hipermercats que entren en clara competència amb els mercats municipals donada la seva proximitat relativa. Com els ciutadans tendeixen a realitzar les seves compres quotidianes en un entorn de proximitat, si els centres comercials estan propers a trames urbanes denses i poblades són candidats per a que la ciutadania s'abasteixi d'aquest tipus de productes.

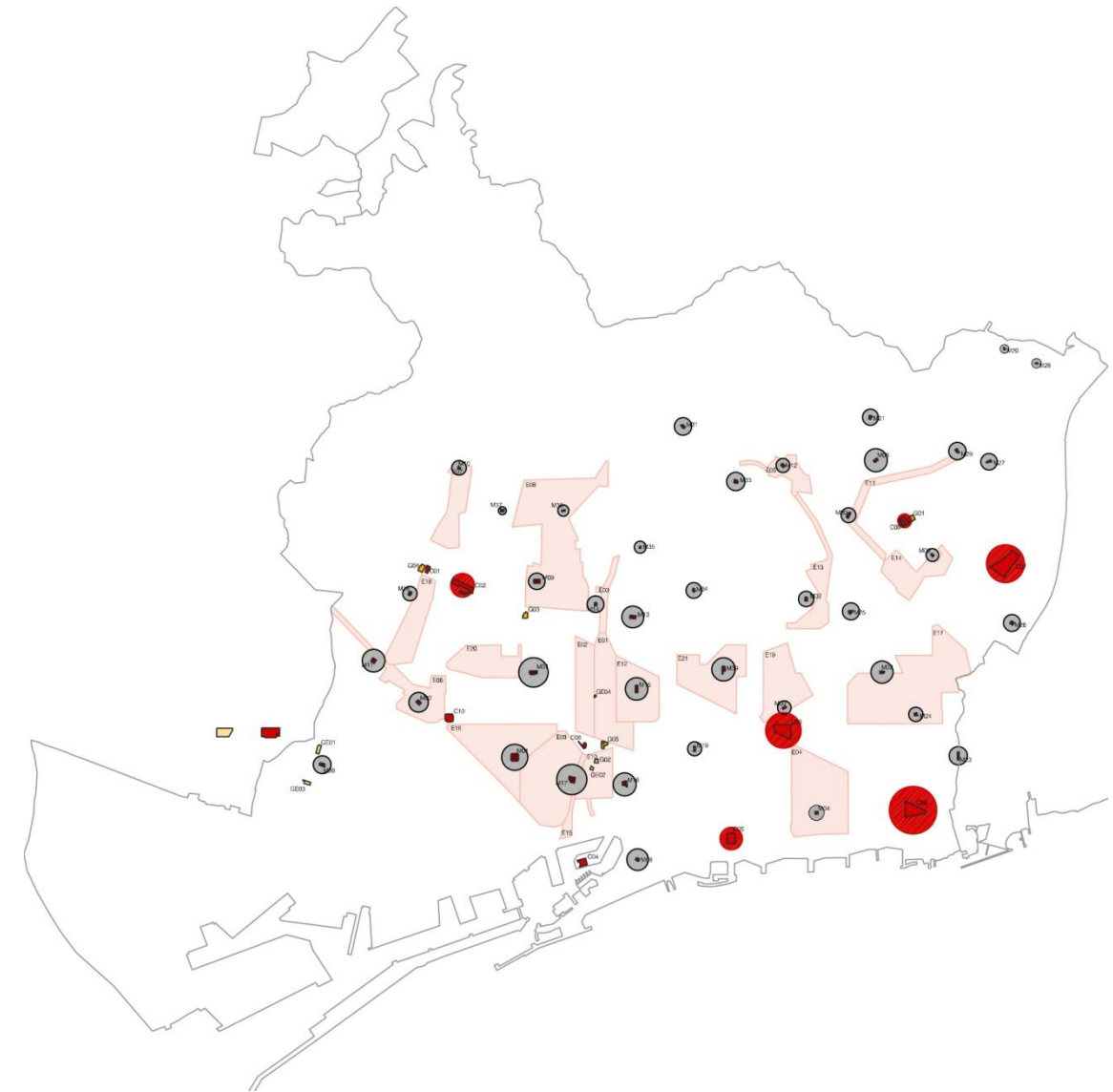


Plànol 2.03.1. Centres comercials en relació a les àrees d'influència dels mercats municipals.

⁷³ Tarragó, Marçal i Time Consultants (2012). *Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació, Direcció de Comerç i Consum. Actualment està en redacció un nou estudi sobre els hàbits de compra que es preveu publicar l'estiu de 2017.



Plànol 2.03.2. Distància entre centres comercials i mercats municipals. Elaboració pròpia.



Plànol 2.03.3. Centres comercials en relació als mercats municipals. Comparatiu entre superfície de venda dels hipermercats dels centres comercials i els mercats municipals

S'ha estimat que el grau de proximitat dels centres comercials respecte als Mercats Municipals pot ser:

ALT: En els casos en què la proximitat és menor o igual als 500 metres. Casos: Pedralbes Centre (sense hipermercat), Glòries i Arenas Barcelona.

MIG: Qual la distància se situa entre els 500 i els 1.000 metres. Casos: L'Illa Diagonal, Maremàgnum i Triangle (ambdós sense locomotora), La Maquinista i Heron City.

BAIX: Quan la distància és major als 1.000 metres. Casos: Centre de la Vila i Diagonal Mar.

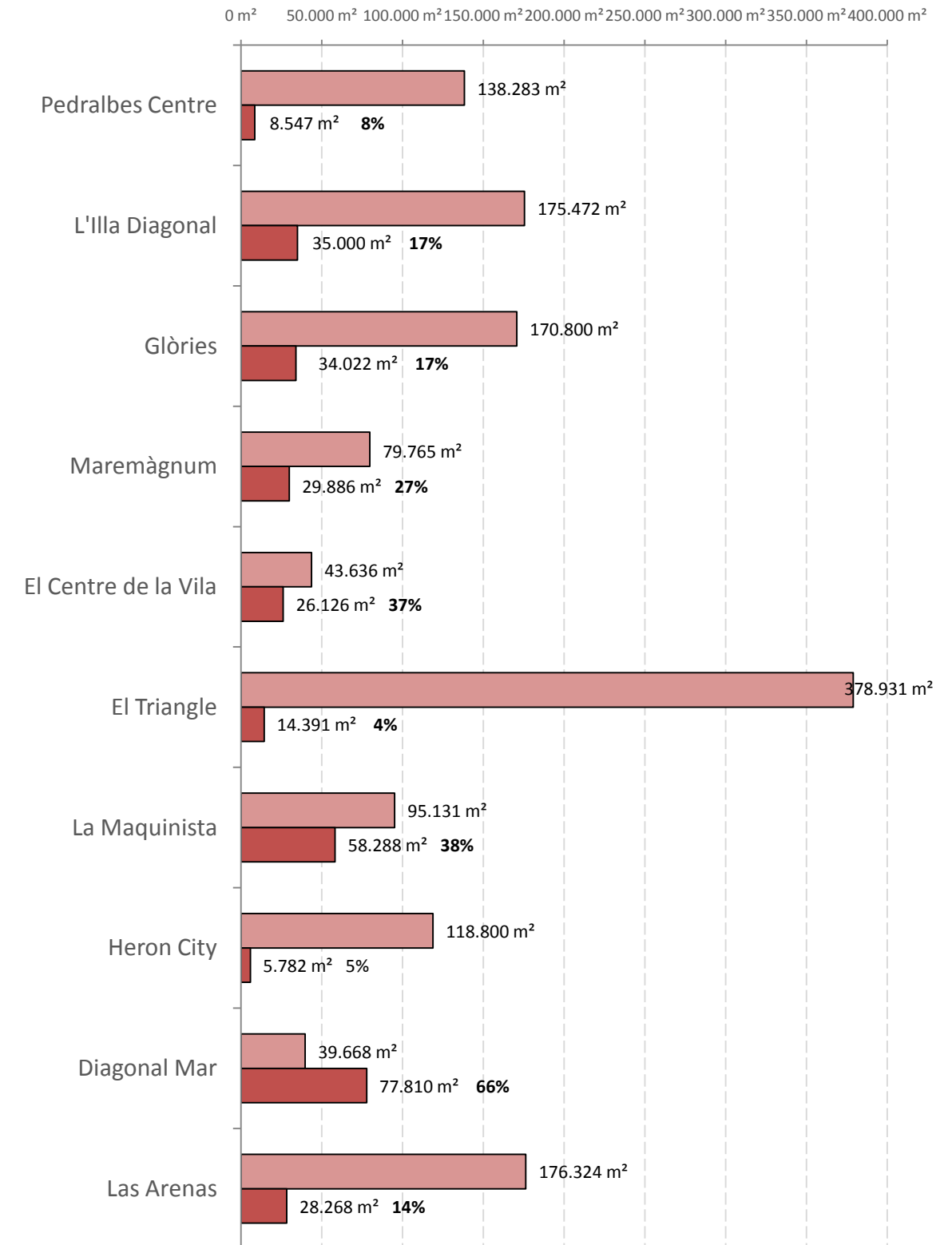
Hem entès que una proximitat més alta pot crear una competència sobre els mercats municipals i per això és valora l'impacte urbà com a negatiu en aquests casos. Quan la proximitat és elevada, però el centre comercial no té locomotora alimentària s'ha jutjat l'impacte com a neutre.

Ho avançàvem en el punt anterior: no només el factor de la distància és rellevant en aquesta possible competència entre Mercats municipals i hipermercats dels centres comercials, també és fonamental conèixer la superfície de cadascun dels equipaments. Una major superfície pot representar, pel ciutadà, una oferta més atractiva per la varietat de productes a oferir (sobretot els que no són frescos) i, el fet de tractar-se de grans cadenes alimentàries, pot equivaldre a preus més econòmics. El plànol 02.03.03 compara la superfície de venda (SVA) de cadascun d'aquests equipaments alimentaris de gran superfície. Podem comprovar com hipermercats com el de Diagonal Mar multipliquen gairebé per quatre la superfície del Mercat de Sant Antoni (prèvia a la transformació).

Relació de posició i dimensió dels centres comercials respecte al comerç del seu entorn immediat

És important conèixer quin és el pes relatiu del comerç present dins l'espai d'un centre comercial respecte el que se situa en el seu entorn immediat per saber fins a quin grau hi ha una concentració comercial del conjunt d'un àmbit en un sol edifici. Per tal de conèixer aquesta relació s'ha analitzat quin percentatge representa la superfície comercial cadastral⁷⁴ de cada centre comercial respecte la superfície comercial cadastral⁷⁵ present en les àrees censals incloses en un àmbit de 500 metres al voltant del centre comercial. L'únic cas en què s'ha calculat la concentració comercial respecte al seu entorn immediat ha estat L'Illa Diagonal, que només computa 1.400 m² comercials al cadastre. S'ha pres, en aquest cas, la superfície de venda de 35.000 m².

En el següent gràfic de barres trobem ressaltat amb color granat el percentatge que cada centre comercial representa en relació a la superfície comercial del seu entorn (de color rosa pal). Com és evident, aquest paràmetre està estretament relacionat amb la pròpia dimensió del centre comercial, però també amb el tipus de teixit que l'envolta i la seva capacitat de tenir usos comercials. Centres comercials com Diagonal Mar, a part de la seva important superfície, tenen entorns urbans i tipologies edificatòries amb una baixa capacitat d'acollir usos comercials. És per aquest motiu que arriben a acaparar el 66% del comerç. Cal advertir que en casos com el Pedralbes Centre o l'Heron City, la concentració és força baixa ja que tenen grans magatzems de molta superfície (El Corte Inglés) molt propers. Si associéssim els dos edificis comercials, la xifra de concentració comercial augmentaria ostensiblement en ambdós casos. S'ha considerat que concentracions comercials majors a 1/5 part són elevades i concentracions menors al 10% baixes. Més endavant, en els estudis detallats de cada centre comercial, es poden consultar quins són els perímetres que s'han considerat per a calcular aquesta factor d'impacte.



⁷⁴Segons cadastre. Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

⁷⁵ Ídem

S'ha estimat que el pes relatiu de la superfície comercial dels diversos centres comercials respecte el seu entorn immediat és:

MOLT ALT: En els casos en què el centre comercial concentra 1/3 o més de la superfície comercial total del seu entorn immediat. Casos: El Centre de la Vila, La Maquinista i Diagonal Mar.

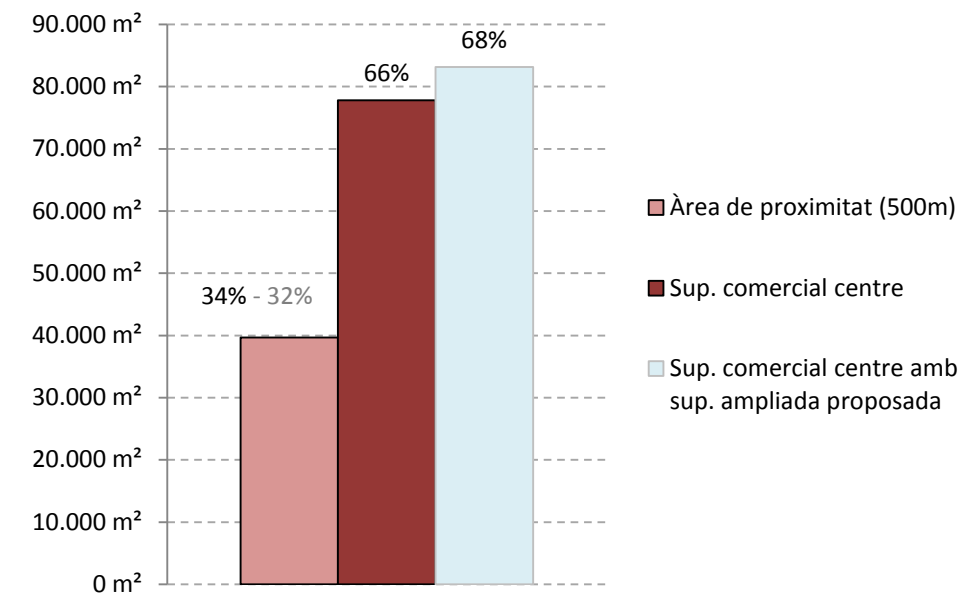
ALT: En els casos en què el centre comercial concentra entre un 20% i un 33% de la superfície comercial total del seu entorn immediat. Casos: Maremàgnum

MIG: En els casos en què el centre comercial concentra entre un 10% i un 20% de la superfície comercial total del seu entorn immediat. Casos: L'Illa Diagonal, Glòries i Arenas Barcelona.

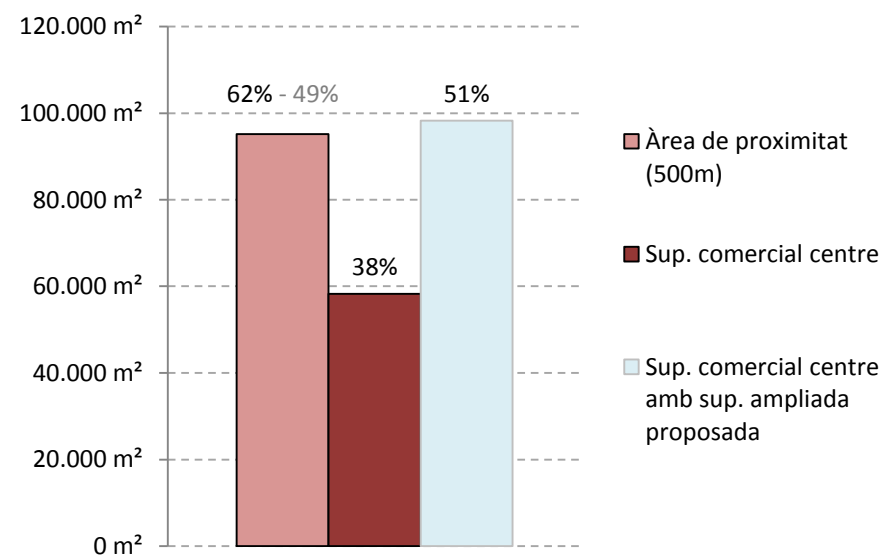
BAIX: En els casos en què el centre comercial concentra menys d'un 10% de la superfície comercial total del seu entorn immediat. Casos: Pedralbes Centre, El Triangle, Heron City.

En els casos de Diagonal Mar i La Maquinista, amb processos d'ampliació iniciats, les xifres mencionades anteriorment canvien de forma molt notable. Diagonal Mar, que com comentàvem anteriorment, concentra actualment un 66% del pes comercial respecte el seu entorn immediat, augmentarà dos punts aquesta xifra un cop es consolidi el canvi d'ús de part de les seves sales de cinema per establiments comercials.

Pel que fa a La Maquinista, l'augment és molt més important, ja que es pretén augmentar la superfície comercial en 40.000 m², el que suposaria el pas d'un 38% al 51% de la superfície del seu entorn immediat.



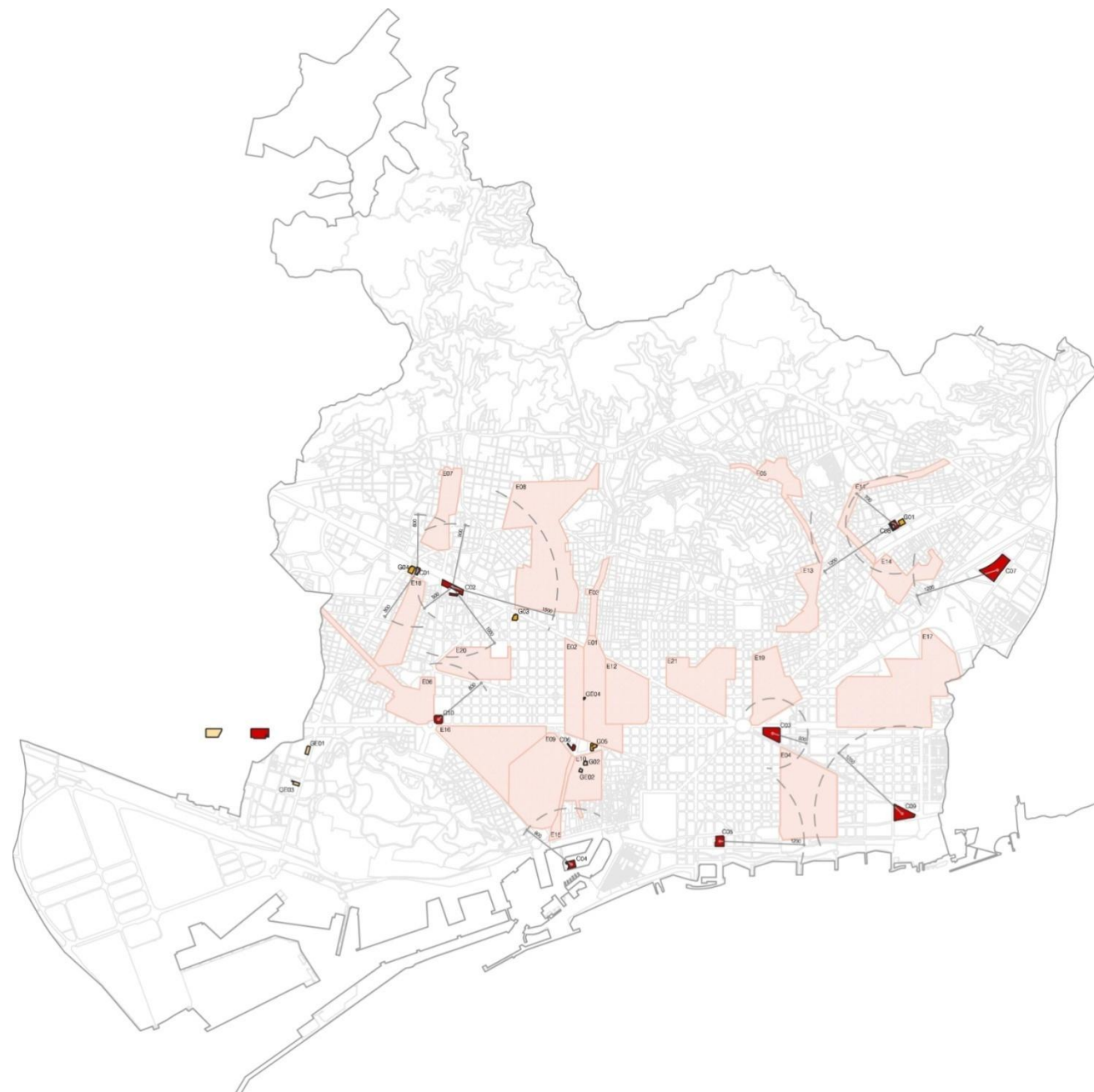
Pes relatiu de la superfície comercial de Diagonal Mar actual i proposada, respecte el seu entorn



Pes relatiu de la superfície comercial de La Maquinista, actual i proposada, respecte el seu entorn.

Relació de posició i dimensió dels centres comercials respecte eixos i entorns comercials

Parlar del pes comercial del centre comercial respecte el seu entorn immediat és rellevant, però per establir amb més precisió criteris i factors d'impacte urbà cal posar en relació els centres comercials amb entorns d'alta intensitat comercial, com són els eixos comercials de la ciutat.



Plànol 02.03.04. Centres comercials en relació als eixos comercials de la ciutat.

El plànol 2.03.4 estableix quines són les distàncies entre els centres comercials i aquests fragments de la ciutat on s'hi acumulen les concentracions comercial més elevades, i s'ha valorat el grau de proximitat de la següent manera:

MOLT ALT: En el cas específic de El Triangle, que per la seva posició singular està en contacte amb diversos eixos comercials centrals de la ciutat.

ALT: En aquells casos en què els centres comercials estan en contacte amb un o dos eixos comercials i inclús fan de frontissa entre ambdós. Casos: Pedralbes Centre, Glòries i Arenas Barcelona.

MIG: En aquells casos en què la proximitat és elevada, situant-se al voltant dels 500 metres. Casos: L'Illa Diagonal, Maremàgnum i Heron City.

BAIX: En aquells casos en què el centre comercial no té cap eix comercial proper o se situa a una distància major als 500 metres. Casos: El Centre de la Vila, La Maquinista i Diagonal Mar.

S'ha considerat que la proximitat entre centres i eixos comercials pot tenir un efecte positiu per la retroalimentació de fluxos que genera. En canvi, entenem que una distància major pot dissociar els fluxos i comportar un efecte de competència entre ambdós formats comercials.

Cal advertir, no obstant, que l'efecte positiu que pot generar la proximitat pot tenir un càrregues negatives en certs tipus d'establiments, com els de moda i complements. Segons els darrers estudis d'hàbits de compra,⁷⁶ l'adquisició de productes de moda i complements es dona en una proporció molt elevada en centres comercials, el que podria provocar una ombra comercial d'aquest tipus d'establiments el voltant dels centres comercials. Per poder-ho determinar caldria analitzar detalladament el perfil comercial de cadascun dels eixos i la seva transformació des de la implantació dels centres comercials.

En aquest estudi no només s'ha valorat la proximitat, també s'ha considerat com un factor determinant per valorar l'impacte urbà el pes relatiu de superfície comercial que representen els centres comercials respecte els eixos i polaritats properes. Per fer-ho s'han comparat les superfícies comercials cadastrals dels diferents centres comercials amb la superfície comercial cadastral de les àrees censals compreses dins l'àmbit dels eixos comercials més propers a cada centre. En força casos s'ha calculat el pes relatiu amb més d'un eix comercial. A l'apartat d'aquest estudi en què es desgranen cas per cas els diferents centres comercials, hi ha la informació detallada per a cadascun d'ells.

⁷⁶Segons l'enquesta Òmnibus Municipal, realitzada del 12 de desembre de 2016 al 4 de gener de 2017, el 36,2% dels ciutadans compren la roba i el calçat a centres comercials. El percentatge augmenta fins als 60,8% i el 52,7% en joves de menys de 25 anys i de 25 a 34 respectivament.

S'ha estimat que el pes relatiu de la superfície comercial dels diversos centres comercials respecte els eixos comercials propers és:

MOLT ALT: En els casos en què el centre comercial representa una superfície equivalent a més del 33% de la superfície comercial dels eixos comercial propers. Casos: El Centre de la Vila, La Maquinista i Diagonal Mar.

ALT: En els casos en què el centre comercial concentra superfícies equivalents situades entre el 20% i el 33% de la superfície comercial dels eixos comercial propers. Casos: El Centre de la Vila.

MIG: En els casos en què el centre comercial concentra superfícies equivalents situades entre el 10% i el 20% de la superfície comercial dels eixos comercial propers. Casos: L'Illa Diagonal i Glòries.

BAIX: En els casos en què el centre comercial representa una superfície equivalent a menys del 10% de la superfície comercial dels eixos comercial propers. Casos: Pedralbes Centre, Maremàgnum, El Triangle, Heron City i Arenas Barcelona.



Exemples dels esquemes que representen els àmbits que s'han tingut en compte per calcular

el pes relatiu de superfície comercial que representen els centres comercials respecte els eixos i polaritats properes.

Relació entre els usos turístics i els centres comercials.

A part de la capacitat d'atraure clientela d'àmbits propers i de captar visitants provinents d'indrets més llunyans gràcies a la mobilitat rodada o en transport públic, alguns centres també s'aprofiten de la forta presència de l'activitat turística a la ciutat. Aquests centres, gràcies a la proximitat a les principals fites turístiques i als itineraris que generen, poden augmentar significativament el seu nombre de visitants. Els centres vinculats als itineraris turístics, s'acaben convertint en un element més de l'oferta turística de la ciutat, gràcies a diversos factors:

- La cada cop major consideració d'anar de compres ("shopping") com a una activitat turística més, especialment quan l'oferta és diversa, de qualitat i a preus competitius, com és el cas de Barcelona.
- L'abundant oferta de lleure i restauració present als centres.
- La incorporació de fites o elements d'atracció turística dins els mateixos centres. Per exemple, el mirador de Les Arenes o el Maremàgnum, en sí mateix, al formar part com a finalització de l'eix Rambles-Colom-Port.
- La combinació de les anteriors.

El major exemple de centre comercial vinculat a l'ús turístic és el Maremàgnum, que funciona com a fita en sí mateix convertint-se en el final de l'eix Passeig de Gràcia – Rambles – Colom – Port. De fet, es pot considerar que el centre està majoritàriament orientat cap a aquest perfil de clientela. A més, degut a la seva situació en zona portuària, és l'únic que pot obrir els diumenges de manera regular, erigint-se com a única oferta comercial en festiu, sense cap tipus de competència.

El segon cas com a exemple de fita turística, és Les Arenas. Gràcies al mirador perimetral situat sobre la part alta de l'edifici, s'ha convertit en visita obligada per a gaudir de bones vistes del pol turístic de Plaça Espanya – Fonts de Montjuic i el MNAC.

Un altre grau de vinculació serien els que simplement se situen sobre els itineraris turístics de major intensitat: El Triangle, El Corte Inglés de Pl. Catalunya i el de Portal de l'Àngel. L'Illa, el Pedralbes Centre, Diagonal Mar i El Centre de la Vila tenen parades properes de línies de bus turístic.

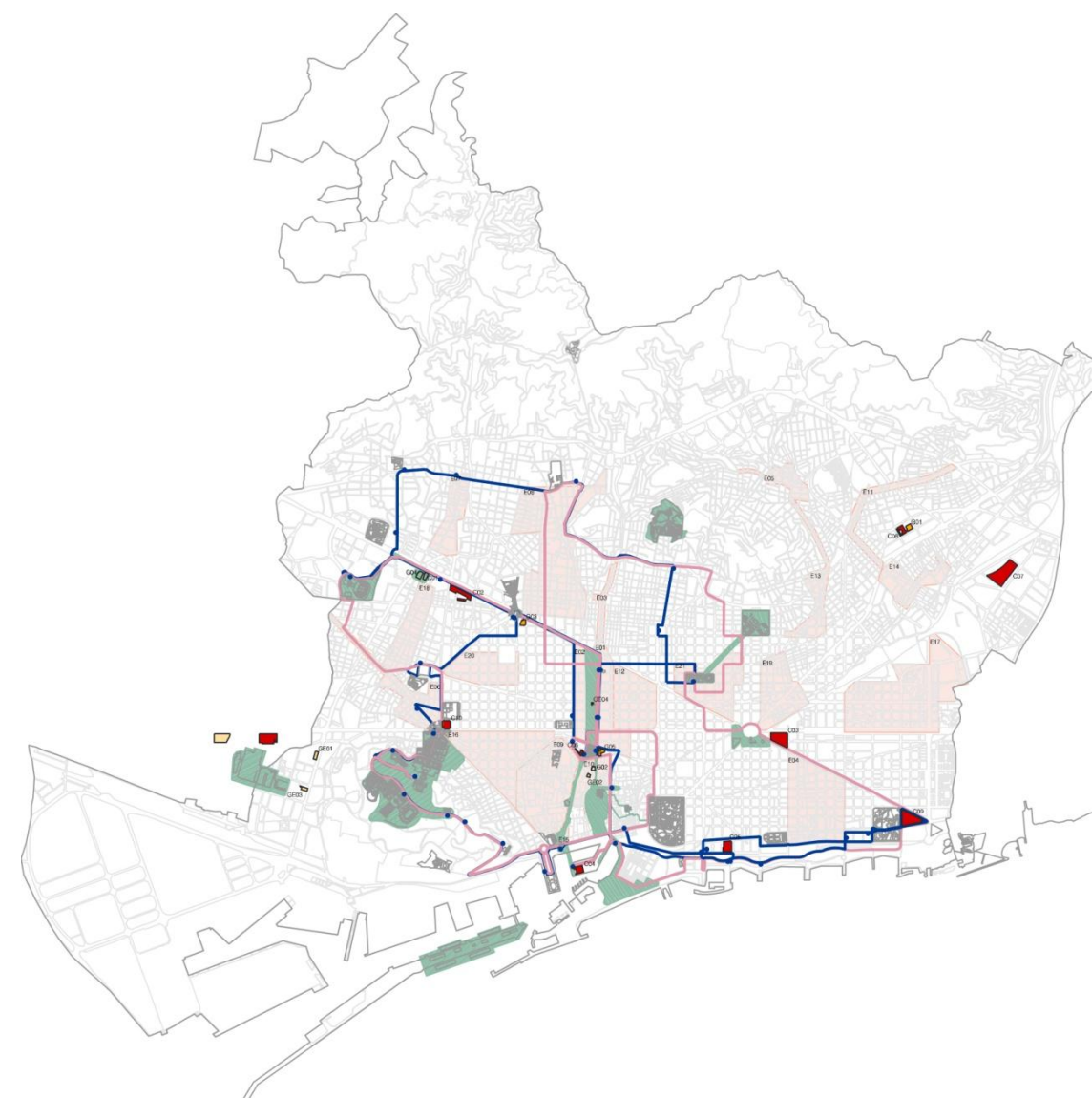
S'ha valorat el grau de proximitat a àrees d'intensitat turística de la següent manera:

ALT: En aquells casos en què els centres estan immersos a forts fluxos turístics. Casos: Maremàgnum, El Triangle i Arenas Barcelona.

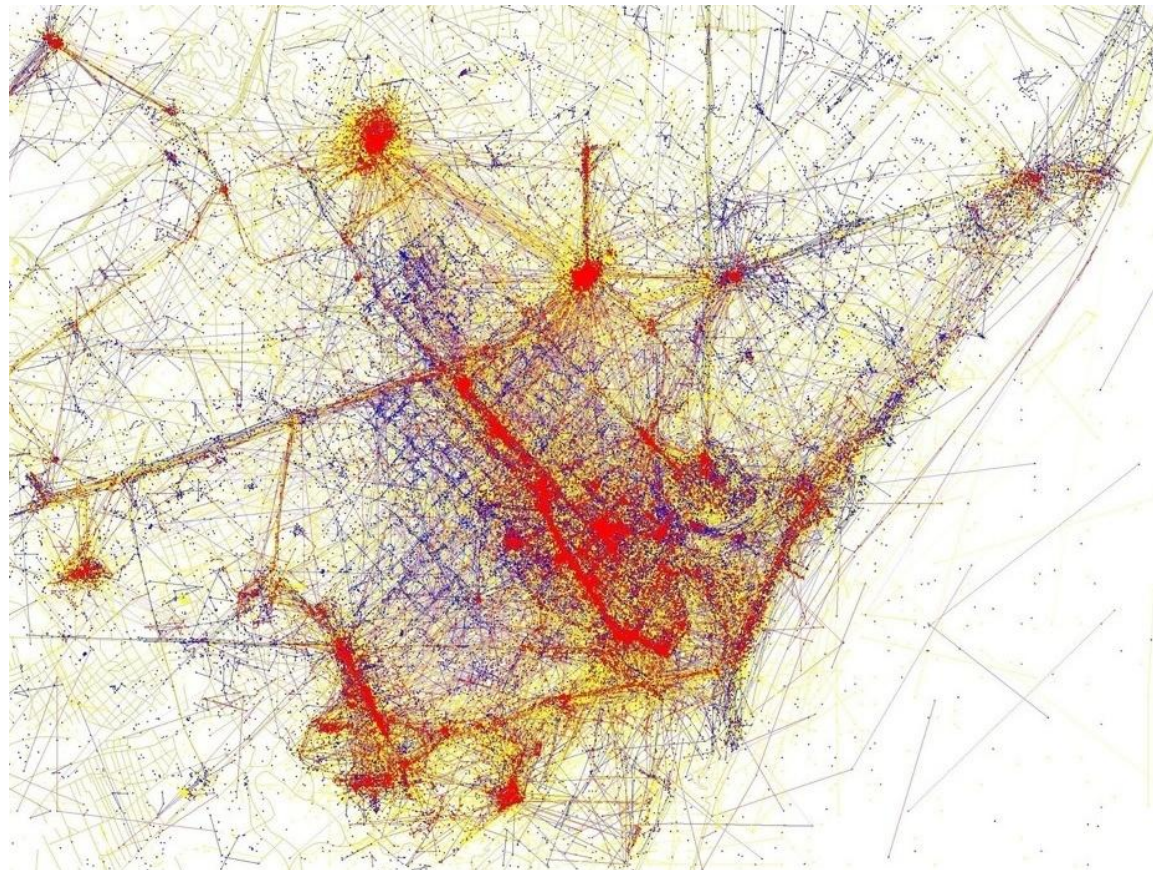
MIG: En aquells casos amb fites turístiques emergents o centres que estan inclosos dins les rutes turístiques dels busos que circulen per la ciutat. Casos: Pedralbes Centre, L'Illa, Glòries, El Centre de la Vila i Diagonal Mar.

BAIX: Els centres allunyats dels pols d'atractivitat turística. Casos: Heron City i La Maquinista.

Més enllà dels centres comercials, cal considerar l'efecte que el turisme té sobre el conjunt de la funció comercial dins de la ciutat. La quantitat de persones que visiten la nostra ciutat és un flux de població flotant que se superposa a l'habitual dels ciutadans que viuen a la ciutat i pot arribar a modificar el paisatge comercial de la ciutat. Ho demostren casos com el Passeig de Gràcia, que durant els darrers anys ha sofert una transformació gradual dels seus establiments cap a marques de luxe globals.



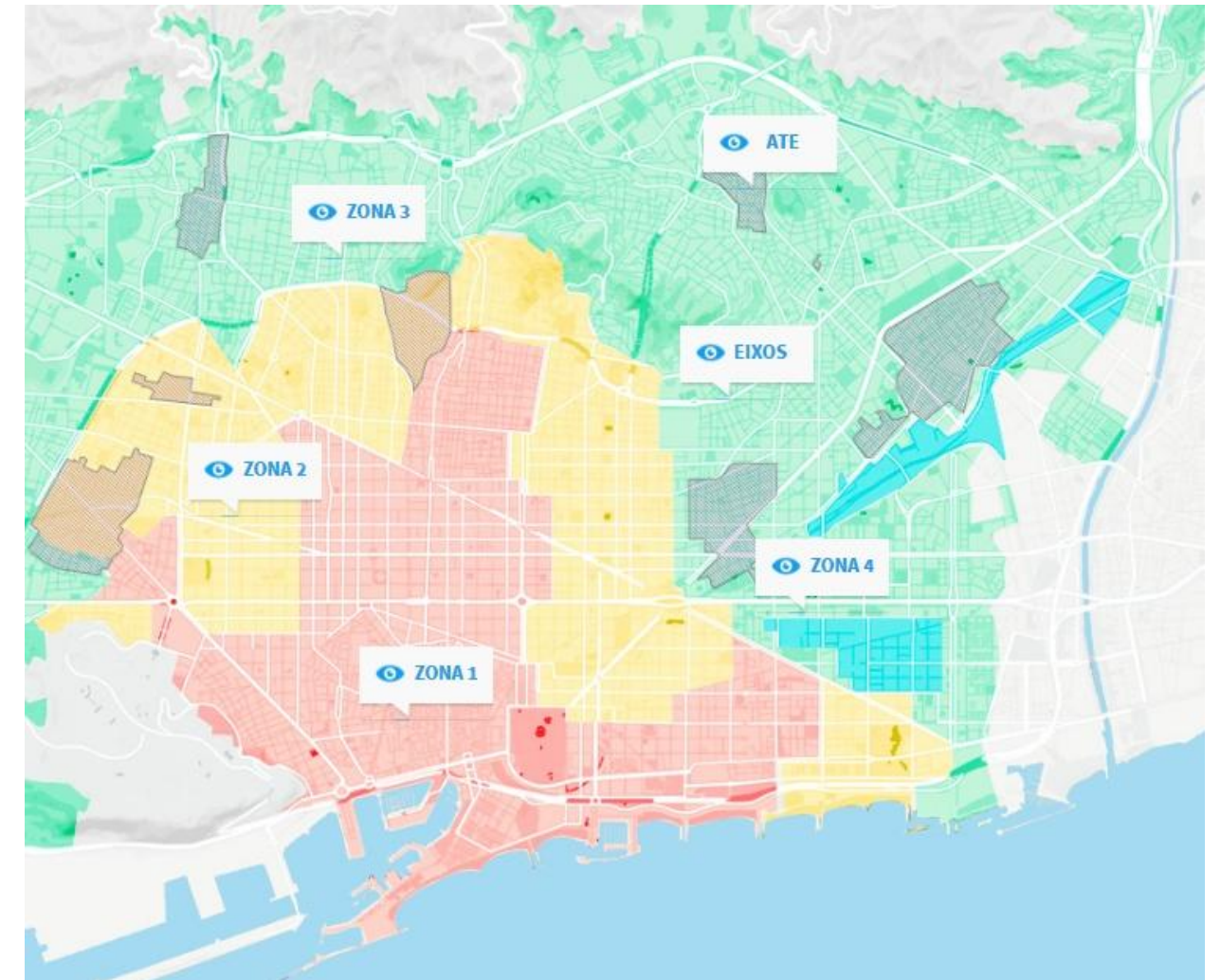
Plànol 02.03.05. Centres comercials en relació als àmbits de concentració i intensitat turística.



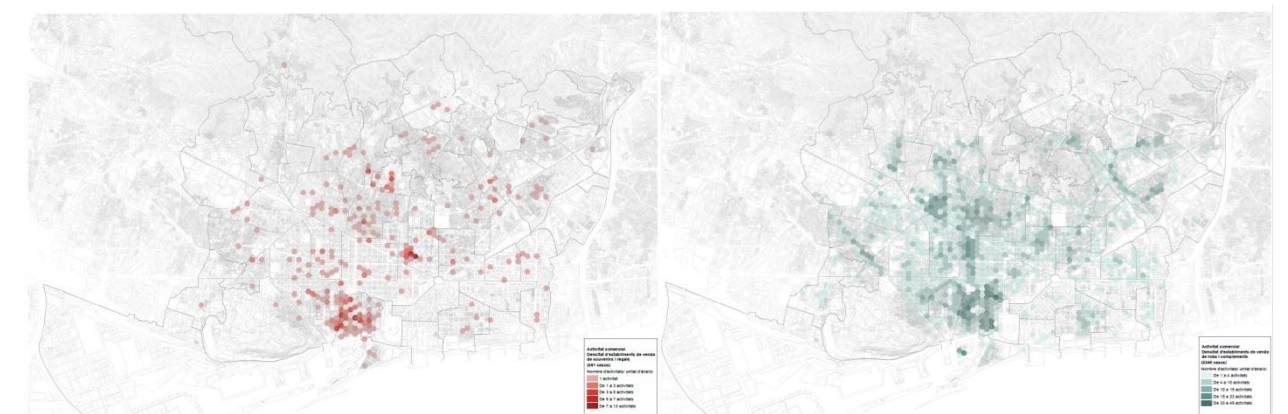
Cartografia Locals (Blau) and Tourists (en vermell) d'Eric Fischer, que representa els fluxos turístics de Barcelona a partir de fotografies geolocalitzades a la plataforma Flick'r.

La presència i obertura d'establiments hotelers de certa dimensió o la suma d'establiments més petits també pot arribar a provocar modificacions visibles en l'estructura comercial de la ciutat. Només cal observar els canvis produïts sobre els locals comercials del carrer Còrsega des de l'obertura d'un alberg de joventut a la cantonada amb el carrer Venus. Caldria avaluar aquest impacte en un altre estudi no dedicat exclusivament als centres comercials de la ciutat. El desplegament sense control d'habitatges d'ús turístic per tota la ciutat també fa augmentar la capacitat d'acollir una població flotant major i amb un pes relatiu cada vegada més gran respecte els residents que viuen en determinats entorns de la ciutat. Aquesta població flotant té unes necessitats diferents que resident habitual i pot arribar a transformar, també, l'estructura comercial.

Els estudis realitzats arran del desenvolupament i aprovació del Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics (PEUAT) permet visualitzar com l'activitat turística té una afectació determinant sobre els tipus d'establiments que conformen les plantes baixes dels carrers de Barcelona. Als plànols que acompanyen el text es poden veure com la densitat de botigues de regals i *souvenirs* i les botigues de moda i complements és més gran en els punts que més transiten els visitants de la nostra ciutat.



Les quatre zones que defineix el Pla Especial Urbanístic d'Allotjaments Turístics



Densitat d'establiments de venda de souvenirs i regals. Plànol 2.3A del PEUAT (esquerra) i densitat d'establiments de venda de roba i complements. Plànol 2.3.2A del PEUAT (dreta)

2.4. IMPACTE POTENCIAL DE LA LEGISLACIÓ VIGENT EN MATÈRIA DE COMERÇ SOBRE ELS TEIXITS URBANS (PECNAB)

En la primera part del treball hem vist com la normativa metropolitana i municipal condicionen la implantació del comerç sobre la trama urbana de la ciutat. El PGM ho fa a través de les qualificacions urbanístiques i els planejaments d'àmbit municipal, com el PECNAB i el PECAB, posen condicions específiques a la implantació de les diferents categories d'establiments comercials en base a perímetres i àrees de zonificació establerts sobre determinats àmbits i tipologies de carrers que formen el magma urbà. Representàvem aquests àmbits normatius als plànols 1.04 i 1.05 i a la taula síntesi de la normativa vèiem quins establiments s'hi podien o no implantar.

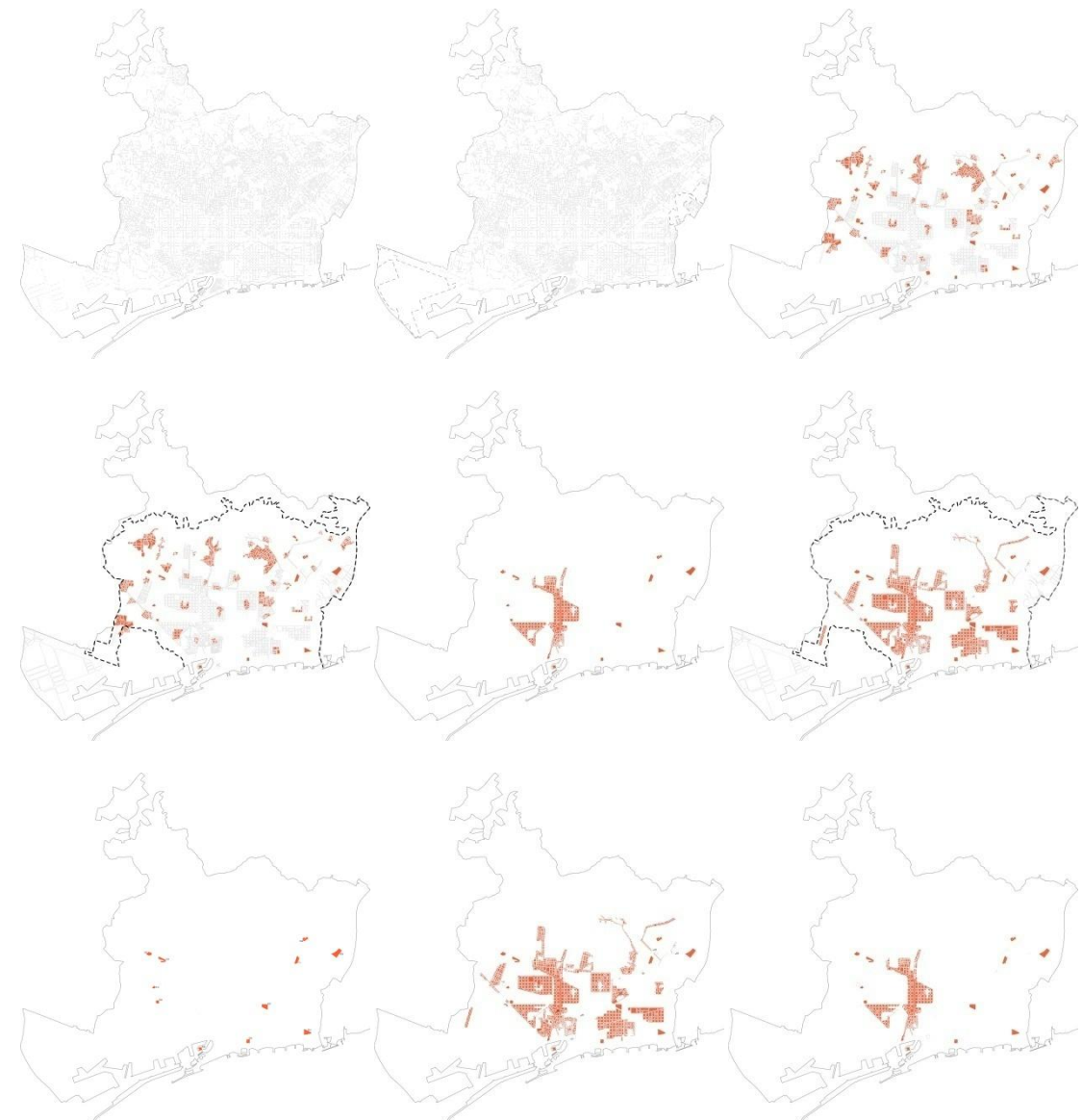
En aquest capítol s'ha realitzat l'exercici contrari i s'ha cartografiat quina ubicació poden tenir les diferents categories d'establiments comercials, i si aquesta té restriccions específiques o no segons el PECNAB. El conjunt de plànols del capítol 2.04 de la documentació gràfica transposen sobre el plànol de la ciutat quines són les ubicacions possibles i permeses segons el planejament municipal, i quines són les condicions d'implantació de les diverses categories d'establiments comercials no alimentaris. Ens interessa realitzar aquest exercici per analitzar, particularment, quines són les condicions d'implantació d'establiments amb superfícies de venda grans i molts grans. Si pensem que la implantació de diversos establiments de gran superfície sobre un mateix territori pot acabar conformant centres comercials oberts sobre la pròpia infraestructura pública de carrers i places, aquests plànols ens serviran per visualitzar d'una forma conjunta en quins indrets és possible que es produeixi aquest fenomen amb més facilitat.

La sèrie de plànols 2.04.01-2.04.09 cartografia les condicionants dels establiments individuals, mentre que la sèrie de plànols 2.04.10-2.04.17 ho fa pels establiments col·lectius. S'expliquen a continuació el conjunt de plànols de la sèrie 2.04.01-2.04.09:

- Plànol 2.04.01: Alguns tipus d'establiments, com els que es representen en aquest plànol, es poden implantar en tota la superfície de la ciutat sense condicionants. Es tracta d'establiments individuals especialistes no alimentaris de petites dimensions (menors de 150 m²) i també establiments destinats a la venda de vehicles, materials de construcció, ferreteries o centres de jardineria menors a 1.300 m².
- Plànol 2.04.02: A mesura que la superfície de venda dels establiments s'incrementa, augmenten les restriccions i les àrees limitades per a la seva implantació. En aquest plànol s'hi poden començar a observar prohibicions d'implantació en certes àrees de la ciutat. Ens indica com hi ha una impossibilitat d'implantar els següents establiments comercials als àmbits industrials del Bon Pastor i la Zona Franca:

botigues de conveniència d'una superfície menor a 500 m²; i establiments individuals especialistes no alimentaris d'entre de 150 m² i 1.300 m².

- Plànol 2.04.03: En aquest document ja s'hi poden començar a observar prohibicions, però també condicionants que obliguen a la redacció d'un Pla Especial en la implantació de determinats establiments en alguns àmbits de la ciutat. Els establiments individuals especialistes amb superfícies de venda situades entre els 1.300 i els 2.500 m² no es poden implantar en gaires parts de la ciutat, només en indrets com eixos comercials. A més, la seva implantació té condicions específiques al voltant dels mercats municipals, en aquells àmbits que el PECNAB determina com a àrees de polaritat (establertes pel PECAB).

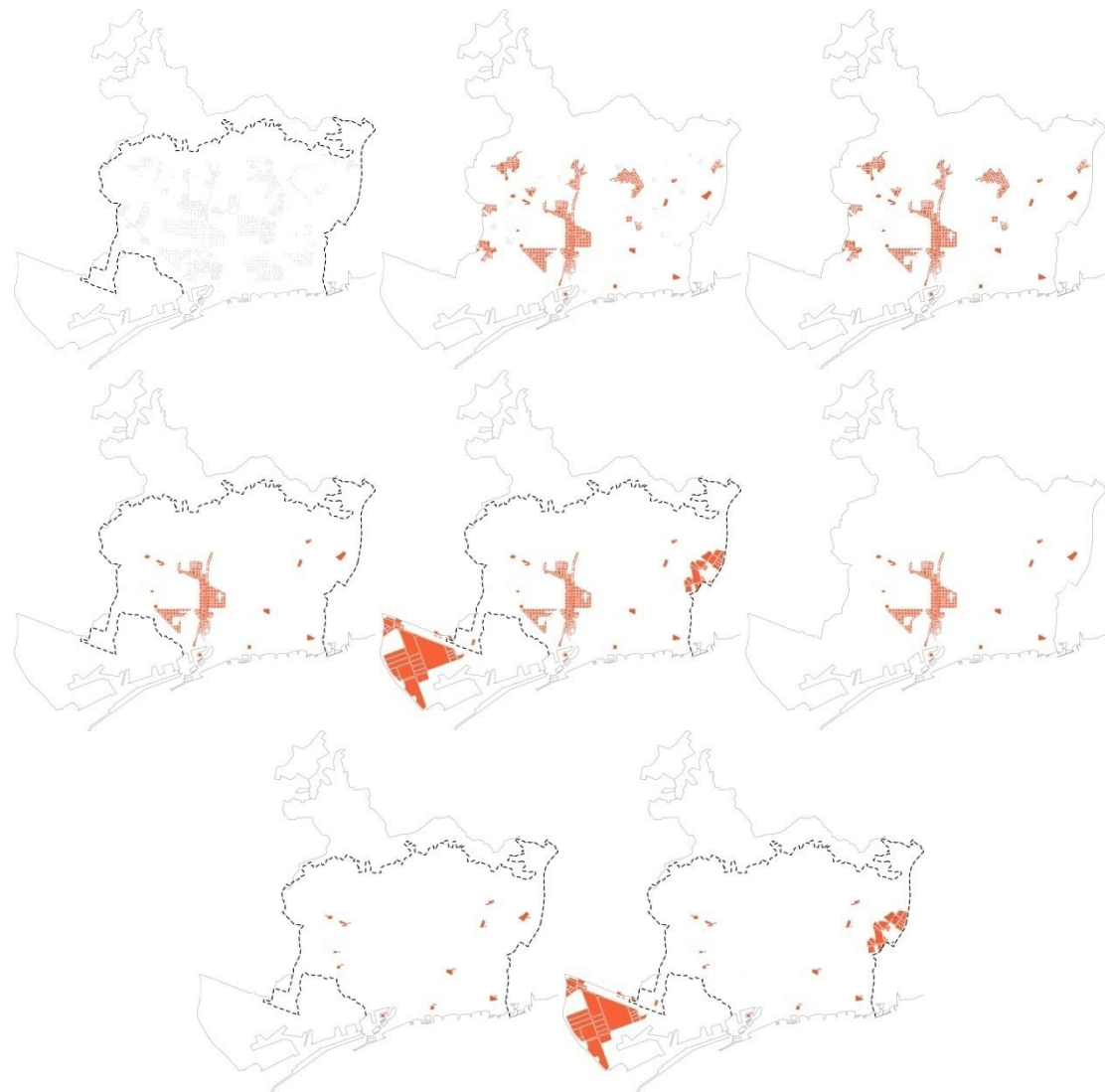


Sèrie de plànols 2.04.01-2.04.09, amb la possible implantació dels establiments individuals

- Plànol 2.04.04: Mostra les condicions espacials d'implantació dels establiments individuals especialistes d'entre 1.300 i 2.500 m² dels sectors essencialment destinats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria. Es poden implantar lliurement als entorns i eixos comercials (centrals i locals) i a àrees qualificades com a industrials (22), a més dels espais fora de la trama urbana consolidada (TUC). Es poden implantar, condicionats a la redacció d'un Pla Especial, a l'interior de centres comercials, a les àrees de polaritat PECAB (entorns mercats municipals) i a les àrees de nova polaritat. La seva implantació està prohibida a la resta d'espais de la ciutat (espais de comerç de proximitat definides pel PECNAB, per exemple).
- Plànol 2.04.05: Hi ha cartografiats els àmbits de la ciutat on és possible implantar establiments individuals especialistes de qualsevol sector d'una superfície major als 2.500 m². Com es pot observar, aquests tipus d'establiments només es poden implantar, condicionats a la redacció d'un pla espacial, a l'interior dels centres comercials i als eixos comercials centrals (La Rambla, Pg. de Gràcia, Cor Eixample, Gran de Gràcia i Sant Antoni Comerç) sempre que no estiguin en àrees de polaritat PECAB (entorns mercats municipals).
- Plànol 2.04.06: Els establiments de més de 2.500 m² dels sectors dedicats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria es poden implantar lliurement a les àrees industrials i fora de la trama urbana consolidada (TUC). També es poden implantar, condicionats a la redacció d'un Pla Especial, en entorns i eixos comercials centrals i locals i en l'interior dels centres comercials. La seva implantació està prohibida en les zones definides pel PECNAB com a perímetres o àrees de comerç de proximitat, en les àrees de polaritat PECAB o en les àrees de nova polaritat, entre d'altres.
- Plànol 2.04.07: S'hi pot visualitzar com els hipermercats de més de 2.500 m² només es poden establir en àrees que el PECNAB estableix com a centres comercials (inclou l'espai comercial dels països comercials i Meridiana Escòcia).
- Plànol 2.04.08: Els magatzems populars d'entre 2.500 i 10.000m² es poden implantar, condicionats a la redacció d'un Pla Especial, en entorns i eixos centrals i locals, a l'interior dels centres comercials i a les estacions ferroviàries de la ciutat.
- Plànol 2.04.09: S'hi representen els àmbits on es poden implantar, amb condicions, grans magatzems de més de 10.000 m² i establiments polivalents d'una sola marca de més de 2.500 m². Tan sols és possible fer-ho en els eixos comercials centrals, llevat de les àrees de polaritat PECAB i entorns especialitzats.

A partir del plànol 2.04.10 es presenten els àmbits on es poden implantar els diversos tipus d'establiments col·lectius.

- Plànol 2.04.10: Els centres o recintes comercials col·lectius menors de 5.000 m² es poden implantar sense condicions als entorns i eixos comercials centrals i locals, a les àrees de nova polaritat. Està prohibida la seva implantació en els perímetres o àrees de comerç de proximitat i en les àrees industrials.
- Plànol 2.04.11: els centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 m², amb la totalitat dels establiments per sota dels 1.300m², es poden implantar lliurement a les àrees de polaritat PECAB. També es poden implantar, condicionats a la redacció d'un pla especial, a l'interior dels centres comercials, en entorns i eixos de centralitat, en les àrees de nova polaritat i en àrees sotmeses a PERI, PEMU, planejament derivat i/o modificació del PGM.
- Plànol 2.04.12: s'hi representen els punts de la ciutat on s'hi poden implantar centres o recintes comercials col·lectius d'entre 5.000 i 15.000 m² que tinguin com a mínim una locomotora de més de 1.300m². Només es poden obrir, condicionats a la redacció d'un pla especial, dins dels centres comercials existents, en els eixos comercials centrals i en àrees de nova polaritat.
- Plànol 2.04.13: mostra els espais on es poden inserir centres o recintes comercials col·lectius d'entre 5.000 i 15.000 m² amb una o més locomotores de 2.500m² i *outlets* de fins a 15.000 m². És possible implantar aquests tipus d'establiments en els eixos comercials centrals i a l'interior dels centres comercials. Cal destacar que segons el PECNAB, es poden emplaçar *outlets*, fins i tot de més de 15.000 m² de superfície de venda, en els àmbits fora la Trama urbana Consolidada (TUC). En el cas de Barcelona, aquesta no avarca tot el territori municipal i, per tant, seria possible la seva implantació fora de la mateixa. A Barcelona, la major part de la Zona Franca queda fora de la TUC, i per tant, no està blindada (o controlada) la implantació d'aquests establiments.
- Plànol 2.04.14: els centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 m² constituïts essencialment per establiments dedicats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, es poden implantar, condicionats a la redacció d'un pla especial, en els eixos i entorns centrals, en centres comercials i en àrees industrials. També es poden implantar fora de la TUC.
- Plànol 2.04.15: els centres o recintes comercials col·lectius entre 5.000 i 15.000 m² constituïts essencialment per establiments dedicats a la venda de productes d'un sol sector comercial, es poden implantar, prèvia redacció d'un pla especial, en entorns i eixos de centralitat, entorns especialitzats i en centres comercials en funcionament.

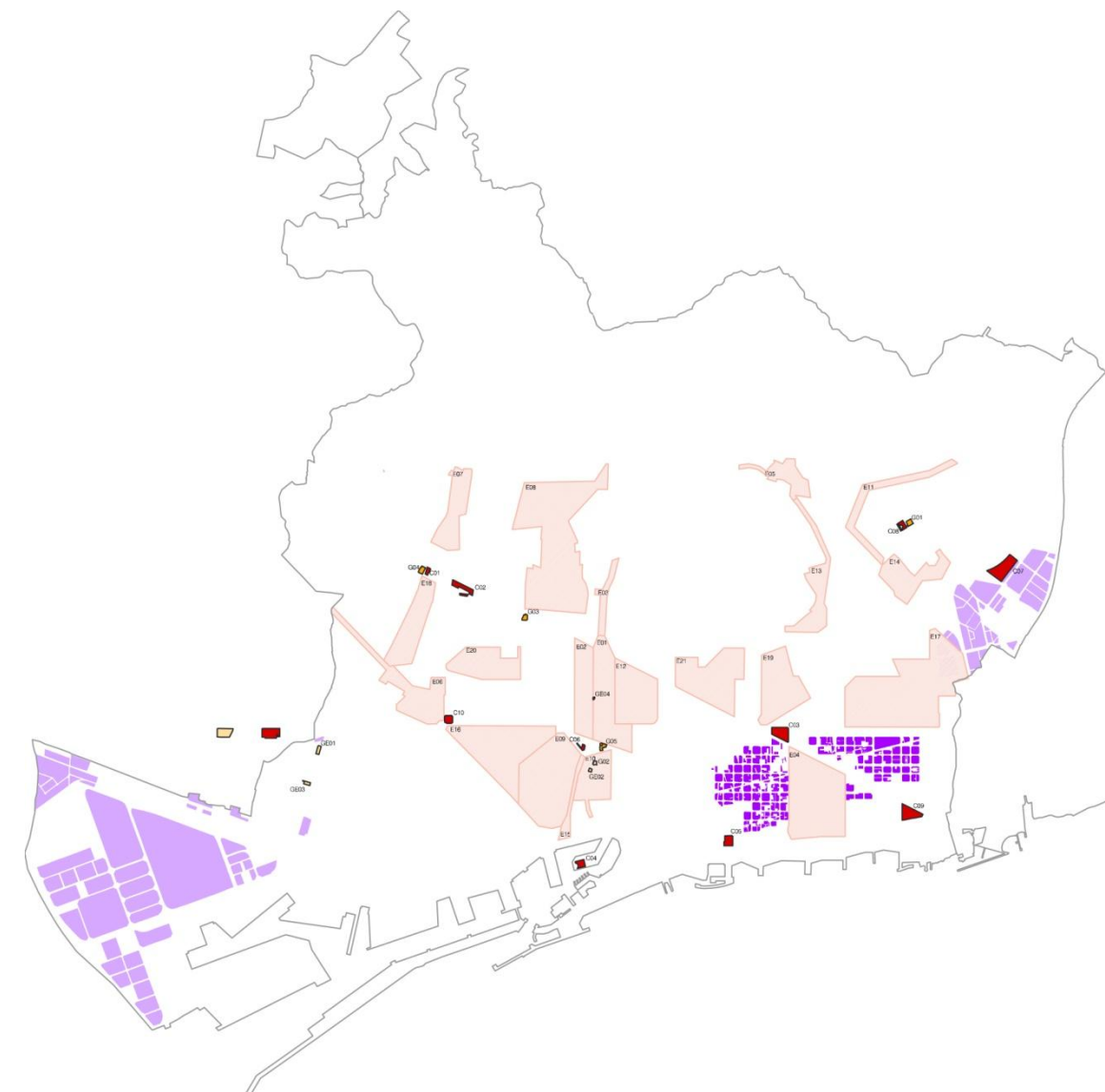


Sèrie de plànols 2.04.10-2.04.17, amb la possible implantació dels establiments col·lectius

- Plànol 2.04.16: els centres o recintes comercials col·lectius majors de 15.000 m² quadrats de superfície de venda i els *outlets* de més de 15.000 m² es poden implantar, prèvia redacció i aprovació d'un pla especial, a l'interior dels centres comercials de la ciutat. En el cas dels *outlets* de més de 15.000 m² també es poden implantar fora de la TUC sense restriccions.
- Plànol 2.04.17: els centres o recintes comercials col·lectius majors de 15.000 m² constituïts essencialment per establiments dedicats a la venda d'automòbils i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció, i articles de sanejament, mobiliari, ferreteria i articles de bricolatge, i centres de jardineria, es poden implantar, prèvia redacció i aprovació d'un pla especial, a l'interior dels centres

comercials i en les àrees industrials de la ciutat. També es poden implantar fora de la TUC sense restriccions.

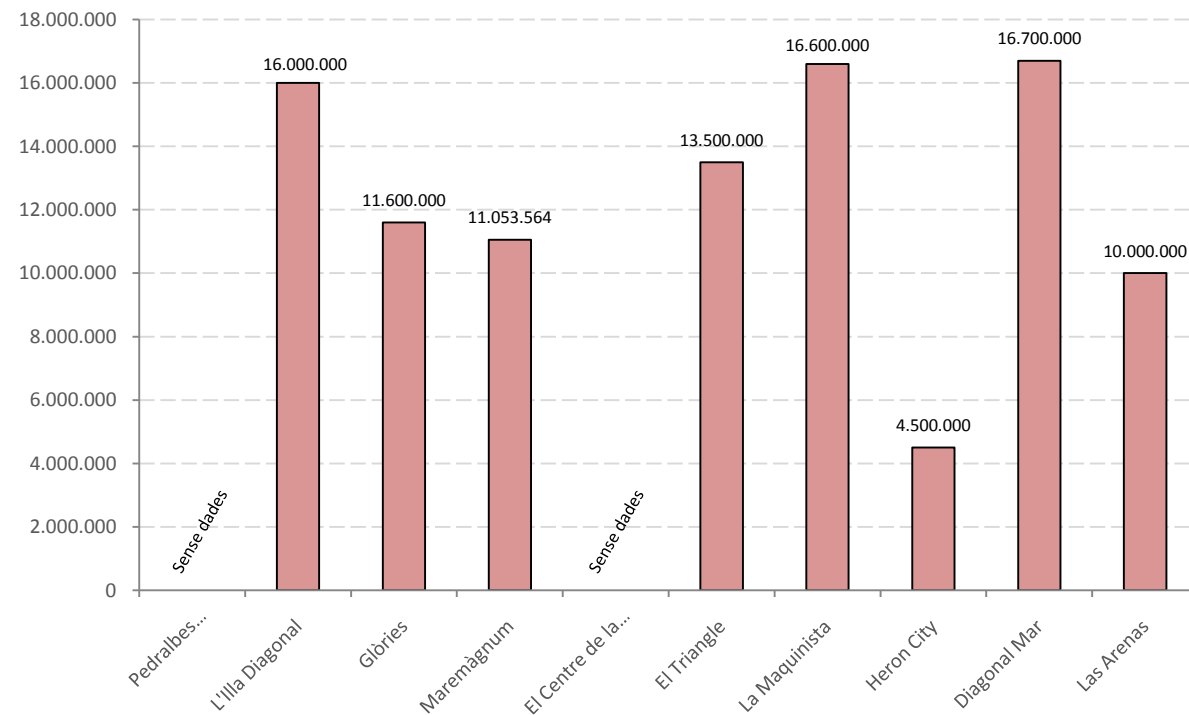
Finalment, cal assenyalar que l'Art. 311.2 del PGM permet la implantació de nous centres comercials en substitució de sòl industrial amb clau 22, si el nou ús es correspon a una illa sencera, i no entra en conflicte amb la resta d'activitats al seu voltant. Aquest supòsit, teòricament, pot arribar a executar-se a Barcelona a les dues zones industrials existents: Zona Franca i polígons de Verneda Industrial i el Bon Pastor, encara que les condicions d'implantació real són difícils. Per tant, l'aparició de nous centres comercials a Barcelona està oberta en el futur.



Plànol 2.04.18. Centres comercials en relació a l'ús industrial (claus 22 i 22@)

2.5. MOBILITAT I SOSTENIBILITAT

L'elevat nombre de persones que visiten els centres comercials els converteixen en peces urbanes que generen fluxos de mobilitat molt elevats. La següent taula expressa el número de visitants que van tenir durant l'any 2015 vuit centres comercials de la ciutat i ens serveix per il·lustrar l'escala del moviment que produeixen.⁷⁷



Comptant que un any té 52 setmanes i que l'any 2015 van poder obrir els centres comercials durant 8 festius, i per tant, aquests van obrir 320 dies l'any, arribem a la conclusió que els centres comercials amb més afluència de visitants poden arribar a atraure quantitats al voltant de les 50.000 persones diàries. Evidentment, en aquest càlcul no s'han tingut en compte les puntes d'afluència que poden representar els caps de setmanes o períodes de rebaixes, però és una mitjana que ens indica i ens permet comprendre la capacitat d'atracció dels centres comercials. Si comparem aquestes xifres amb la població resident a les àrees censals que estan a 500 metres dels centres comercials veiem com l'aflux de visitants duplica als residents en els casos que hi viuen més persones.

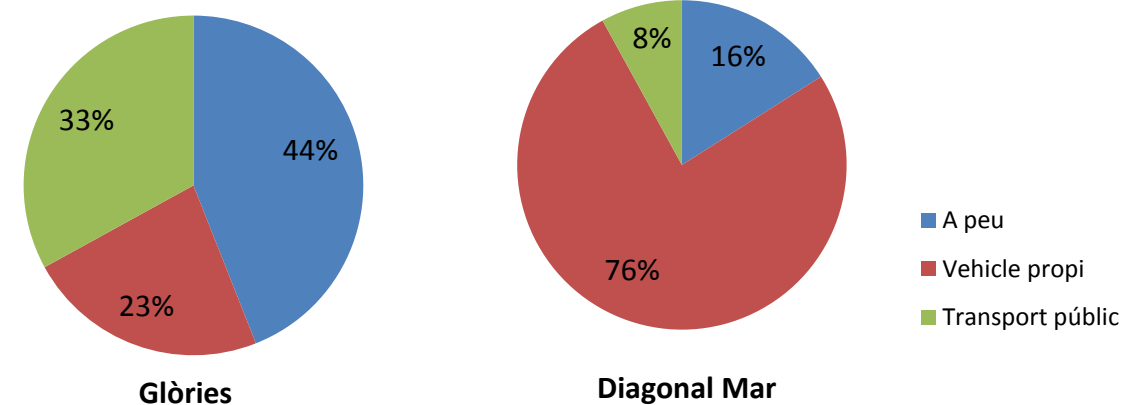
⁷⁷ Dades extretes de l'Anuari dels centres comercials. La dada de La Maquinista s'ha extret d'informacions publicades en diversos mitjans d'informació. La dada de l'Illa Diagonal també ha estat extreta de la premsa i és de l'any 2011. L'any 2016 Diagonal Mar va rebre 17.200.000 de visitants.

Ara bé, no totes aquestes persones arriben de la mateixa manera al centres comercials. Depenent de les alternatives possibles, la ciutadania pot arribar a peu, en vehicle privat o en transport públic als diferents centres comercials de la ciutat. Totes elles generaran un impacte sobre l'espai urbà a diversos nivells. Els comentarem en els punts que desenvolupem a continuació.

Durant l'elaboració d'aquest estudi només s'han obtingut dades recents relacionades amb la mobilitat d'alguns dels centres comercials, però són molt reveladores del rol que prenen dins l'estructura funcional de la ciutat.

Per exemple, quasi la meitat dels visitants de les Glòries arriben al centre comercial a peu i un 33% ho fa en transport públic. Només 1/4 part dels visitants utilitzen el vehicle privat com a forma preferent per arribar-hi.

Amb unes dades completament oposades ens trobem el cas de Diagonal Mar, en què 3/4 parts dels visitants hi arriben en cotxe. El fàcil accés a la infraestructura viària metropolitana i una gran capacitat per acollir vehicles al seu interior el permet captar amb facilitat usuaris llunyans. La poca població que viu al seu voltant desfavoreix que una quantitat important de persones hi arribin a peu.



Manera d'arribar als centres comercials Glòries i Diagonal Mar

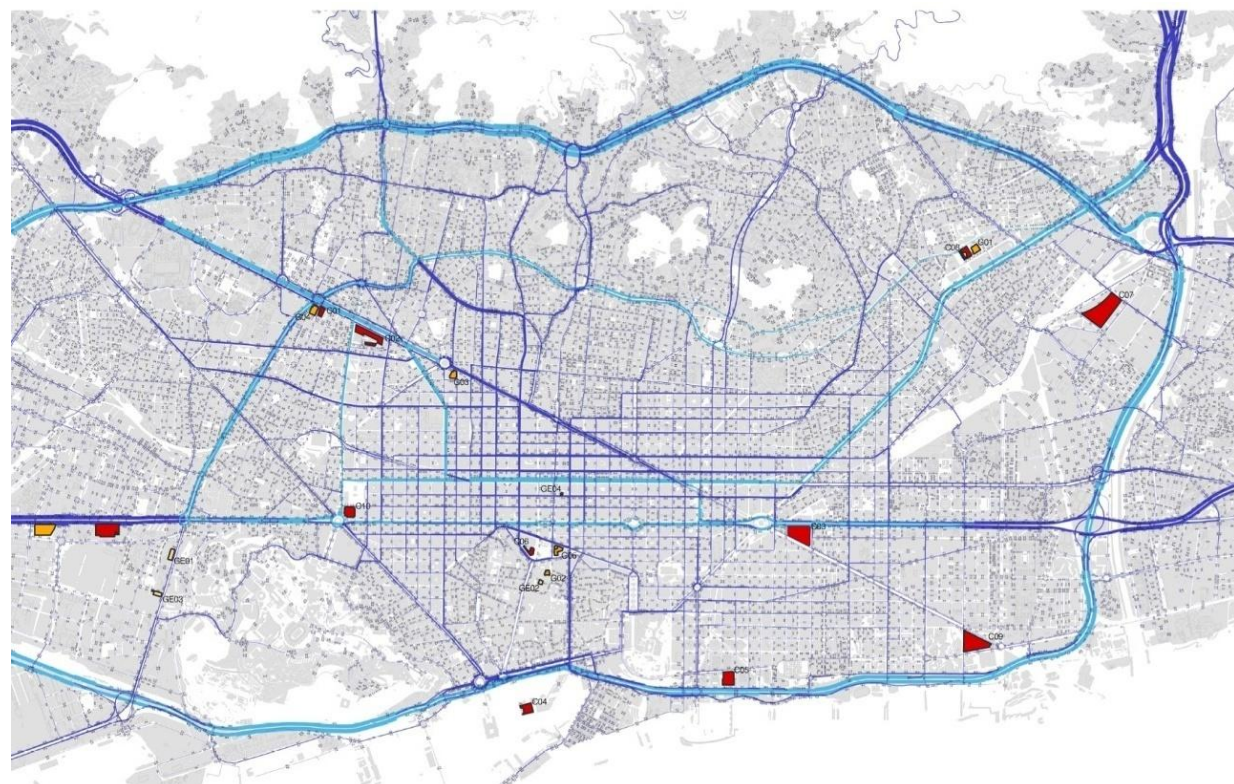
Aquestes dades ens permeten reafirmar fets que s'han anat desgranant durant l'elaboració d'aquest estudi: determinants centres, ja sigui per la seva posició dins la ciutat o per la seva relació amb trames urbanes i altres polaritats comercials, juguen un paper de centres de proximitat. Altres, degut a la bona accessibilitat viària metropolitana i a l'important disponibilitat d'aparcament, la distància a trames urbanes denses, o la manca d'accessibilitat amb transport públic, atrauen una major part dels visitants en vehicle privat.

Mobilitat viària generada

Acabem de veure com els centres comercials tenen la capacitat d'atraure grans fluxos de persones. Quan aquestes arriben en proporcions elevades en vehicle privat generen externalitats que cal tenir en compte: ocupació de la infraestructura i de l'espai públic, alts nivells de contaminació i alts nivells de soroll.

Com hem vist al primer capítol, els centres comercials se situen sobre la xarxa viària principal: Diagonal, Gran Via, Meridiana i, alguns d'ells, propers a les rondes. Aquests carrers ja tenen, quotidianament, alts nivells de trànsit. El que cal considerar és que en dies i hores punta d'utilització dels centres comercials, aquests contribueixen de manera determinant a augmentar la congestió urbana. El fet que els accessos als pàrquings no estiguin dimensionats per absorbir vehicles en hores puntes pot ser un factor desencadenant d'aglomeracions que afecten al conjunt de la xarxa viària.

El plànol 2.05.1 combina els centres comercials amb l'aranya de trànsit de l'any 2015. S'hi pot observar com el conjunt de carrers que envolten els centres comercials tenen nivells de trànsit elevats.



Plànol 2.05.1. Centres comercials i aranya de trànsit

Com avançàvem fa uns instants, en aquest estudi només s'han obtingut dades detallades de pocs centres comercials, pel que només s'ha pogut avaluar la mobilitat viària generada de tres centres comercials. En qualsevol cas, s'ha considerat que el nivell de mobilitat viària generada pot ser:

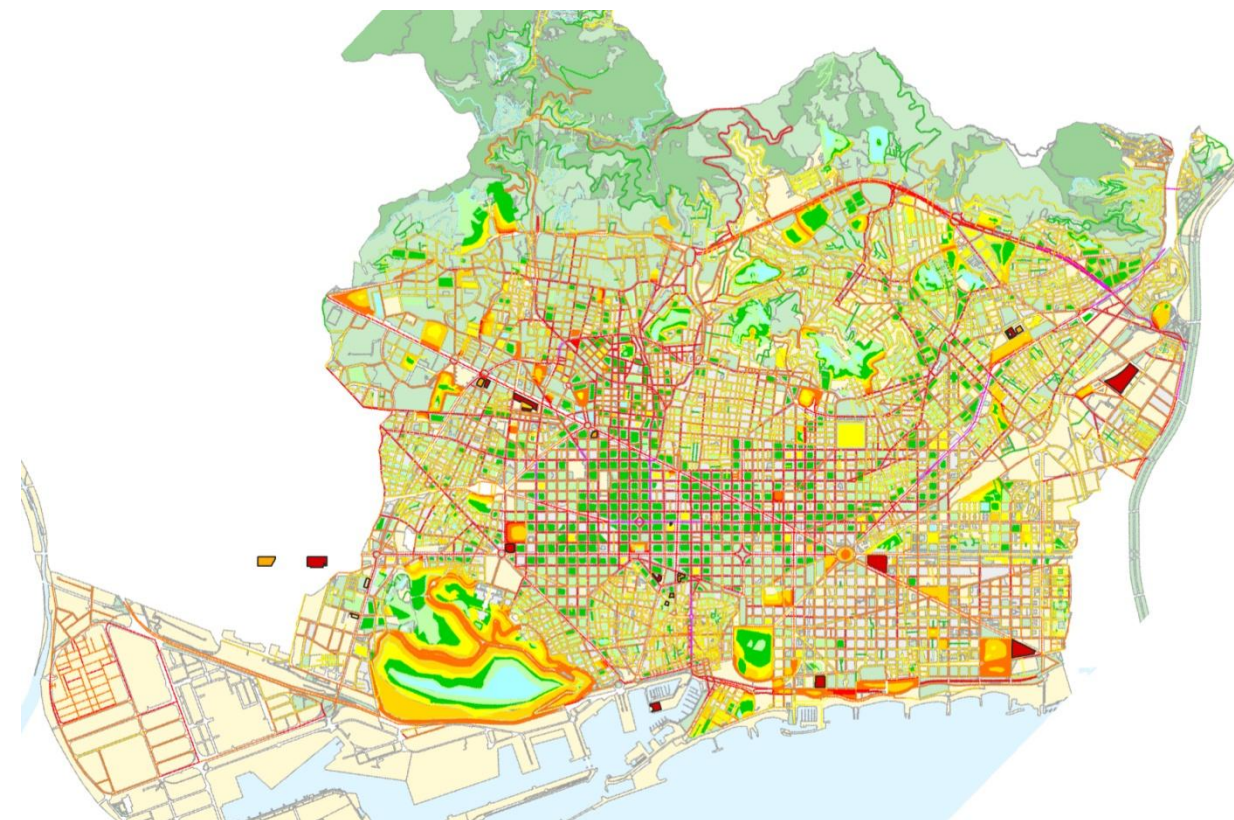
MOLT ALT: En aquells casos en què la major part dels usuaris arriben en vehicle privat. Casos: La Maquinista i Diagonal Mar.

ALT: Es donaria en aquells casos en què la meitat i més dels usuaris arriben al centre amb vehicle privat. Casos: cap (a falta de dades).

MIG: Aquells casos en què la major part dels usuaris arriben en transport públic o a peu. Casos: Glòries.

BAIX: Es donaria en aquells casos en què quasi la totalitat dels usuaris arriben al centre amb mitjans que no siguin el vehicle privat. Casos: cap (a falta de dades).

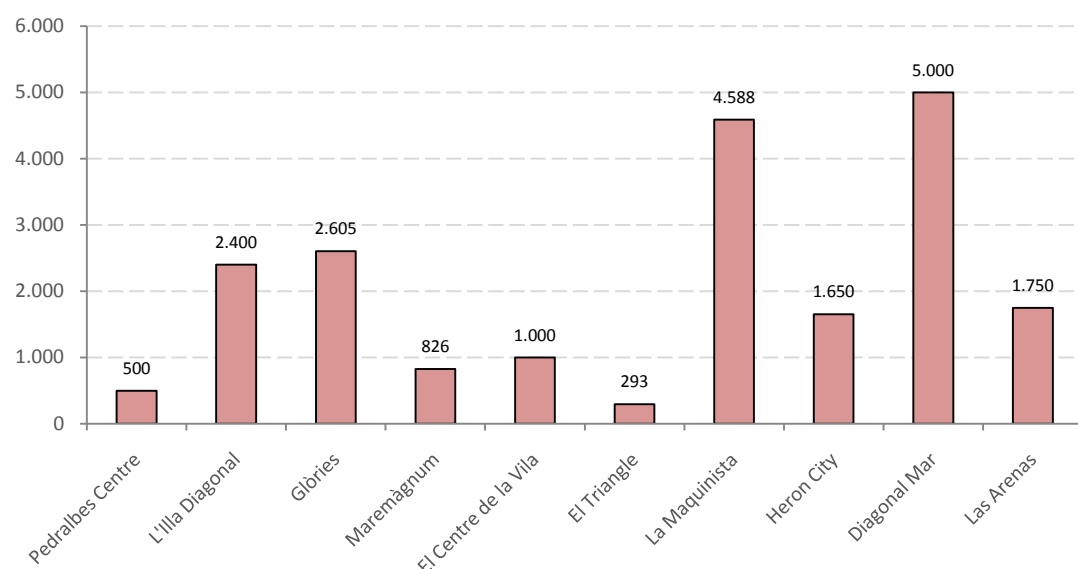
Relacionat amb la mobilitat en vehicle privat, el plànol 2.05.2 posa en relació els nivells de soroll de la ciutat amb els centres comercials. El trànsit és la font de soroll més important de la ciutat. Podem veure com al voltant dels centres comercials, grans generadors de mobilitat rodada, se sobrepassen els llindars recomanats per diversos organismes en la majoria de trams de carrers dels seus entorns, pel que la població resident es veu exposada a nivells sonors perjudicial per la salut.



Plànol 2.05.2, amb el mapa del soroll i els centres comercials de la ciutat

Dotació d'aparcament

La capacitat d'acollir vehicles privats està estretament vinculada, evidentment, amb la mobilitat rodada. Una gran capacitat d'aparcament pot produir un efecte crida que convida als usuaris dels centres comercials a agafar el cotxe per arribar-hi, i facilita la compra setmanal alimentària acumulant-la còmodament en una sola parada. Els centres acostumen a oferir als seus clients la gratuïtat de l'aparcament, com a mínim de les primeres hores, el que incentiva l'ús del vehicle privat. Tot i que alguns centres comercials tenen plantes d'aparcament tancades la gran majoria de dies de l'any, és important saber de quina quantitat de vehicles poden emmagatzemar els diversos centres. Per fer-ho es pot observar el gràfic. Per acabar d'entendre la gran dimensió d'alguns d'aquests aparcaments només cal comparar-les amb les places dels aparcaments municipals. El conjunt d'aparcaments municipals de Sant Andreu sumen 3.798 places, menys que les places disponibles tan sols a La Maquinista. A Sant Martí, els aparcaments municipals sumen 6.492 places, un nombre superior, però rellevant de la superfície d'aparcament de Diagonal Mar.



També cal considerar que la bossa d'aparcament dels centres situats més propers als eixos comercials pot servir d'estacionament a potencials usuaris d'aquests eixos. Al mateix temps, i encara que sembli contradictori, aparcar un vehicle a l'interior d'un centre comercial pot desincentivar la visita combinada als centres i als eixos comercials, ja que es limita el lliure passeig que sí permet l'opció del transport públic, que ens permet arribar en un punt comercial i marxar des d'un altre, sense haver de tornar al punt inicial.

S'ha valorat el grau de dotació d'aparcament de la manera següent:

MOLT ALT: Aparcaments de més de 3.000 places. Casos: La Maquinista i Diagonal Mar.

ALT: Aparcaments entre les 2.000 i 3.000 places. Casos: Illa Diagonal i Glòries.

MIG: Aparcaments entre les 1.000 i les 2.000 places. Casos: Centre de la Vila, Heron City, Arenas.

BAIX: Aparcaments entre les 500 i les 1.000 places. Casos: Pedralbes Centre i Maremàgnum.

MOLT BAIX: Aparcaments de menys 500 places: Casos: El Triangle.

En relació amb el model de ciutat que afavoreix el consistori, que promou mobilitats lentes i en transport públic, s'ha jutjat que una alta dotació d'aparcament va en contra del model de mobilitat de ciutat, i per això s'ha considerat que tenen un impacte negatiu els centres comercials amb més capacitat de contenir vehicles.

Accessibilitat en transport públic

Les condicions d'accessibilitat dels centres comercials inserits en la trama urbana de Barcelona són molt millors que les de centres comercials situats fora dels nuclis densos i compactes de l'Àrea Metropolitana. Es pot arribar a dir que tots els centres comercials de la ciutat tenen algun mitjà de transport públic al seu abast. Ara bé, a l'hora de captar el màxim nombre d'usuaris que viatgin amb transport públic és cabdal que les persones hagin de fer els mínims transbords possibles i que tinguin parades del major tipus possibles de transport als seu abast. A l'avaluar l'accessibilitat en transport públic, penalitza el fet de tenir els transports públics més massius (metro i ferrocarril) a distàncies llunyanes. Afavoreix la mobilitat en transport públic tenir el màxim nombre de tipus de transport, i això només succeeix en aquells indrets més centrals.

S'ha valorat el grau d'accessibilitat en transport públic de la següent manera:

MOLT ALT: En aquells casos en què es tenen tots els mitjans de transport possibles accessibles i els centres se situen en espais de màxima centralitat. Casos: El Triangle.

ALT: En aquells casos en què es tenen tots els mitjans de transport possibles accessibles. Casos: Arenas.

MIG: En aquells casos amb una bona accessibilitat amb gran part de les alternatives possibles de transport públic. Casos: Pedralbes centre, Illa, Glòries, Heron City i Diagonal Mar.

BAIX: Casos en què hi ha poques alternatives possibles i els mitjans de transport més massius no estan en posicions molt properes. Casos: Maremàgnum, El Centre de la Vila i La Maquinista.



Plànol 2.05.3. Centres comercials respecte als diferents sistemes de transport públic

Capacitat d'atracció de mobilitats lentes

La capacitat d'atracció que poden tenir els centres sobre les mobilitats lentes, és a dir, sobre les persones que hi arriben a peu i eventualment en bicicleta està estretament vinculada amb la quantitat de població resident als seus entorns immediats i també amb el tipus de relacions que estableixen els centres comercials amb els espais públics de referència. Calen espais públics amb urbanització capaç de garantir fluxos de mobilitat de persones que es desplacin a peu. S'han valorat positivament els centres que es relacionen a través d'espais públics i elements d'urbanització amb eixos comercials, trames urbanes pacificades i espais de referència urbana (passeigs, places...). En alguns casos, la pròpia morfologia de

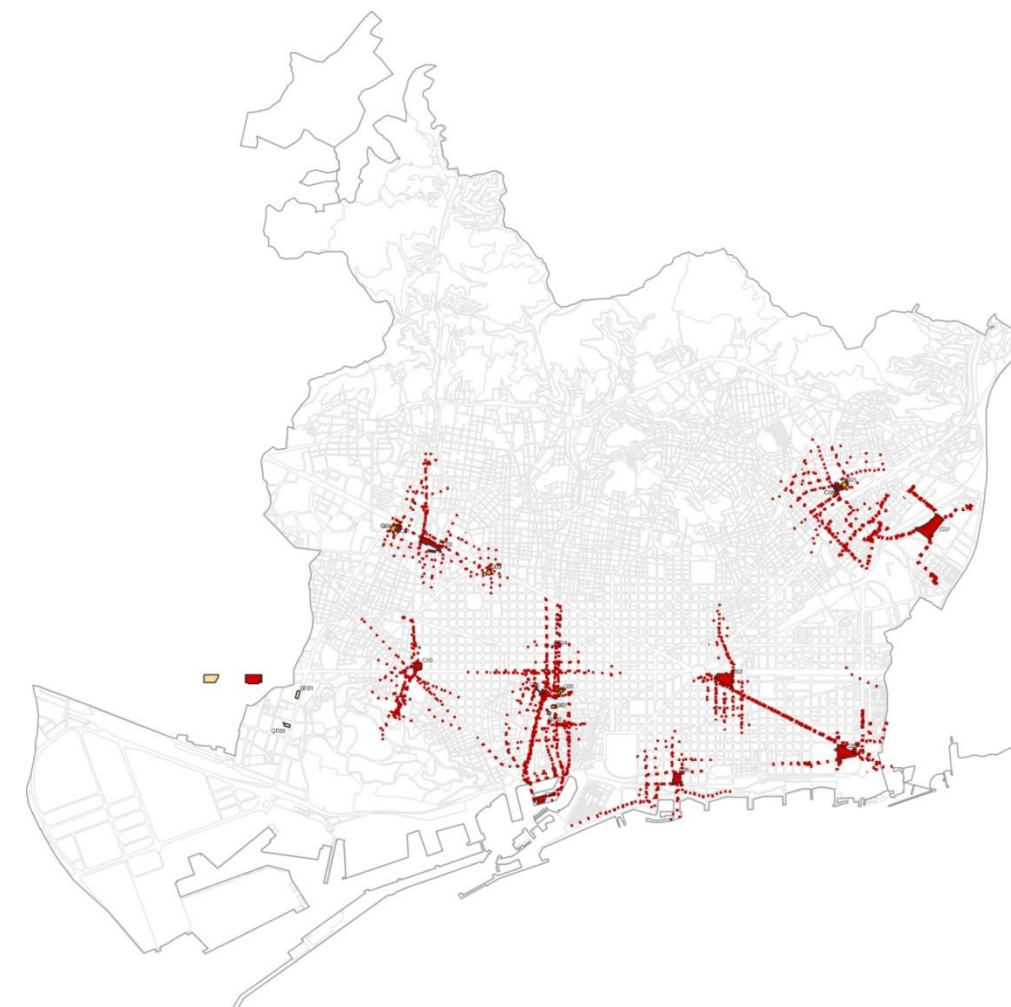
l'espai públic de la ciutat dificulta aquests moviments, com en casos de vies que generen efectes barrera sobre les mobilitats lentes. En aquests segons casos s'han valorat a la baixa la capacitat d'atracció de mobilitats lentes. S'ha valorat el grau d'atracció de les mobilitats lentes de la següent manera:

MOLT ALT: En aquells casos en què els centres se situen en espais de màxima centralitat i es relacionen bé amb espais urbans de referència. Casos: El Triangle.

ALT: En aquells casos en què els centres comercials se situen propers a eixos comercials, trames urbanes pacificades o tenen una població resident elevada que facilita el seu rol de centre de proximitat. Casos: Pedralbes centre, Illa Diagonal, Glòries, Maremàgnum, El Centre de la Vila, Arenas.

MIG: En aquells casos on les relacions amb espais urbans de referència es veuen dificultades per elements infraestructurals o viaris. Casos: Heron City i Diagonal Mar.

BAIX: En aquells casos amb una població resident baixa i on les relacions amb espais urbans de referència es veu dificultada per elements infraestructurals o viaris. Casos: La Maquinista.



Plànol 2.05.4. Centres comercials respecte a les mobilitats lentes

Productivitat en cobertes

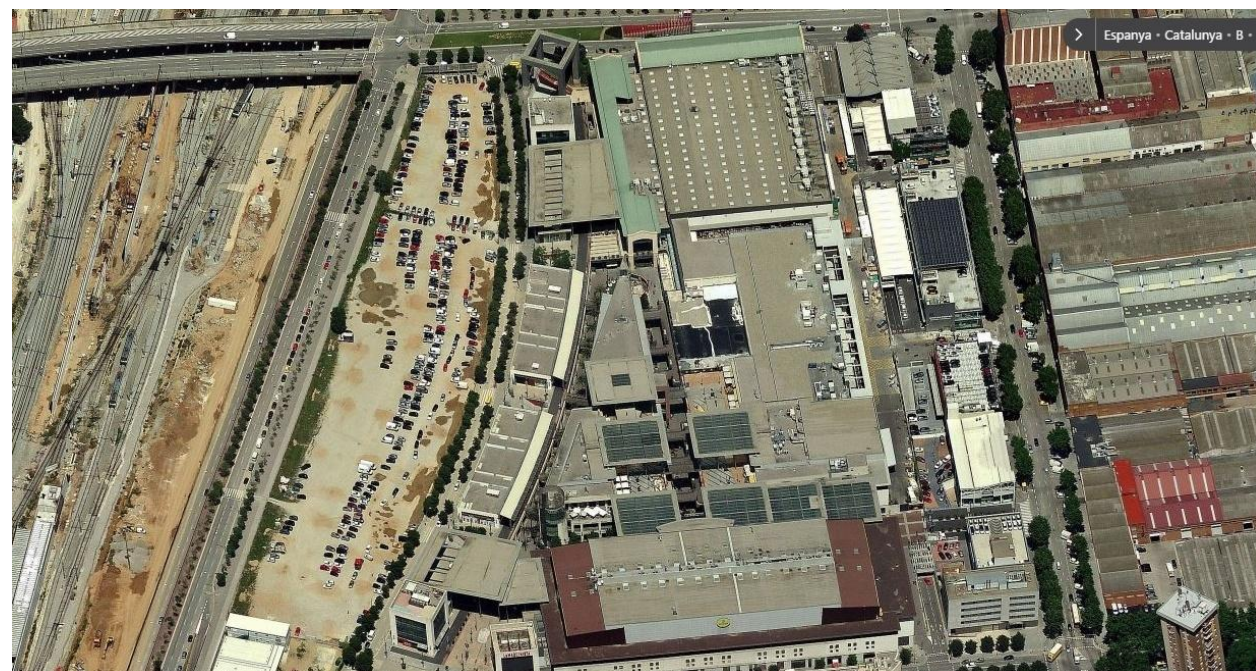
Donat que els centres comercials són edificacions de dimensions grans o molts grans, les seves cobertes tenen superfícies construïdes elevades. Fins fa poc temps, les cobertes dels grans edificis havien estat menystingudes en el disseny arquitectònic i quedaven relegades com els espais idonis per ubicar-hi les instal·lacions i grans aparells que no cabien en cap altra banda.

A dia d'avui, la reflexió entorn de com es poden aprofitar les condicions de les cobertes edificies en entorns urbans per a fer-les més útils i aptes per a activitats de tot tipus i productives especials és un fet.

En aquest capítol s'ha valorat quins usos tenen en desenvolupen actualment les cobertes i quines tenen capacitat potencial d'esdevenir focus d'intensitat de nous usos o de producció d'energia o d'agricultura urbana.

Tendim, en les nostres ciutats, a utilitzar les plantes baixes per a les activitats més públiques. Això ajuda a nodrir els carrers i espais públics, però de vegades s'oblida que les cobertes són espais amb unes particularitats molt destacables amb potencial d'inserció d'activitats públiques.

A continuació hi ha un petit mosaic de fotografies dels deu centres comercials de la ciutat, seguint el següent ordre: Illa Diagonal, Diagonal Mar, La Maquinista, Glòries, Pedralbes Centre, Triangle, Maremàgnum, Centre de la Vila, Heron City i Arenas Barcelona. En tots ells es pot comprovar que majoritàriament les cobertes s'utilitzen per disposar-hi els aparells de climatització i d'altres instal·lacions.





S'ha valorat l'ús actual de les cobertes de la següent manera:

ALT: Es donaria en aquells centres amb activitats existents i aprofitament de la coberta per a activitats productives. Casos: sense casos.

MIG: Quan els centres comercials preveuen alguna activitat a la seva cota més alta. Casos: Maremàgnum i El Centre de la Vila.

BAIX: Quan les cobertes s'utilitzen tan sols per a instal·lacions. Casos: Pedralbes Centre, Illa Diagonal, Glòries, El Triangle, La Maquinista, Heron City, Diagonal Mar, Arenas Barcelona.

S'ha valorat el potencial d'acollir usos i d'activitats productives tenint en compte factors com la superfície disponible i les condicions constructives de les cobertes, de la següent manera:

ALT: Casos amb cobertes de gran superfície. Casos: L'Illa Diagonal, Glòries, La Maquinista i Diagonal Mar.

MIG: Casos en què ja existeixen algunes activitats: Casos: Maremàgnum, El Centre de la Vila i Heron City.

BAIX: Casos en què la superfície de la coberta és petita o la solució constructiva de la coberta dificulta la implantació d'activitats. Casos: Pedralbes Centre, El Triangle i Arenas Barcelona.

Tot i que en cada cas s'hauria de realitzar un projecte, les cobertes dels centres comercials podrien ser utilitzades com a:

- Cobertes verdes (cobertes enjardinades o agricultura urbana)
- Generació energètica
- Mitigar l'efecte illa de calor
- Activitats socials

2.6. ESTUDI DE CASOS: 10 centres comercials i un eix comercial central

Fins ara, en aquesta segona part s'han analitzat i avaluat els criteris i factors d'impacte urbà dels centres comercials des d'una perspectiva conjunta. En aquest capítol es relaten els mateixos enfocaments, però des de la perspectiva de cada centre comercial. En cadascun d'ells s'expliquen els fets més rellevants i s'ometen aquells criteris i factors que no són rellevants per a cada cas particular. L'explicació segueix, en general, el següent ordre:

- Explicació de l'origen i la implantació del centre comercial

- Morfologia i relacions urbanes dels centres comercials i els seus entorns.

- Usos del centre comercial

- Relació amb altres usos (polaritats comercials...).

- Mobilitat i sostenibilitat

- Avaluació dels diversos criteris i factors d'impacte urbà

- Recomanacions

PEDRALBES CENTRE

Origen i implantació

El Pedralbes Centre es considera a dia d'avui el primer centre comercial que va obrir les seves portes a la ciutat de Barcelona. Els seus promotors van voler replicar a Les Corts el projecte que havien obert uns anys abans al bell mig del passeig de Gràcia. Així, el Pedralbes centre és hereu del Bulevard Rosa, unes galeries comercials amb més de cents establiments que es ramifiquen per tota la planta baixa d'una illa de l'Eixample.

El Pedralbes Centre es va inaugurar l'abril de 1989 a l'interior de l'edifici El Dau, construït el 1986 en una parcel·la de l'avinguda Diagonal amb el carrer Europa. Aquesta iniciativa, conjuntament amb el veí El Corte Inglés de l'avinguda Diagonal amb l'avinguda Carles III obert el 1974, van configurar una polaritat comercial de certa notorietat que ajudava a estirar l'eix amb més concentració comercial de la ciutat que tradicionalment havia estat la continuïtat entre La Rambla, el passeig de Gràcia i el tram central de la Diagonal. Amb aquesta polaritat comercial, que se sumava a iniciatives anteriors que volien impulsar una nova centralitat urbana (Zona Universitària i nou sostre d'activitats terciàries) es definia el que després es va conèixer com a eix dels 5 kilòmetres.

El centre se situa entre el nucli antic de Les Corts i el barri de Sarrià, en un punt amb una accessibilitat rodada molt elevada donat que està a les portes de la sortida de Barcelona i en la intersecció de l'avinguda Diagonal amb

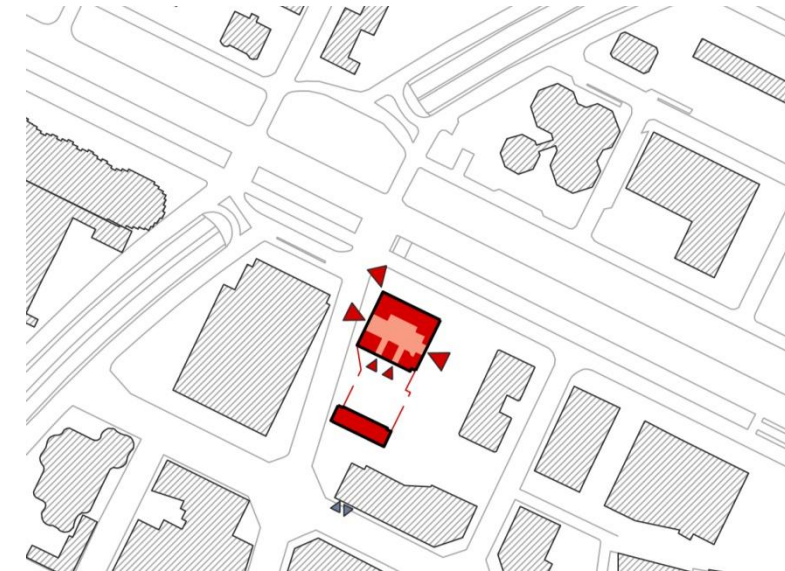
Morfologia i relacions urbanes

Segons la classificació de l'Associació Espanyola de Centres Comercials, El Pedralbes centre és un centre comercial petit. L'edifici que l'acull e s'erigeix sobre una parcel·la pràcticament rectangular de menys de 5.000 m². El projecte arquitectònic defineix dos volums de geometria molt precisa separats per un espai semipúblic. Sobre l'avinguda Diagonal hi ha l'edifici principal, de forma cúbica i de 42 metres de costat, i al carrer Europa, on hi ha la màxima longitud de la parcel·la, s'hi erigeix perpendicularment un edifici prismàtic. L'edificabilitat total del projecte és de 26.223m² i la superfície construïda total, sobre i sota rasant, és de 48.770 m².

El Pedralbes centre ocupa un total de quatre plantes, de les onze que té l'edifici. L'entrada principal del centre comercial llegeix correctament el seu context i es disposa a la cantonada de l'avinguda Diagonal amb el carrer Europa, en el punt més proper als grans magatzems El Corte Inglés. Aquests accés defineix la planta baixa del centre que té una planta semisoterrada i una planta completament soterrada amb

il·luminació zenital provinent de l'espai lliure entre els dos edificis. El centre comercial ocupa les dues primeres plantes de l'edifici prismàtic i estan destinades a grans locals de restauració.

El conjunt de l'operació, a través de certs gestos i decisions, es contextualitza bé amb el seu entorn urbà. Els establiments en contacte amb el carrer tenen accessos directes des de la via pública. El projecte, com hem dit, genera un espai públic obert entre les dues edificacions i s'hi pot accedir des del carrer Europa. Aquest espai permet al centre obrir noves façanes i accessos sobre aquest espai obert, que sovint està animat amb esdeveniments o instal·lacions com una pista de gel a l'hivern. El conjunt del Pedralbes Centre ofereix una transparència que contrasta amb la majoria dels centres comercials de la ciutat.



Esquema d'implantació i accessos del centre comercial

Usos

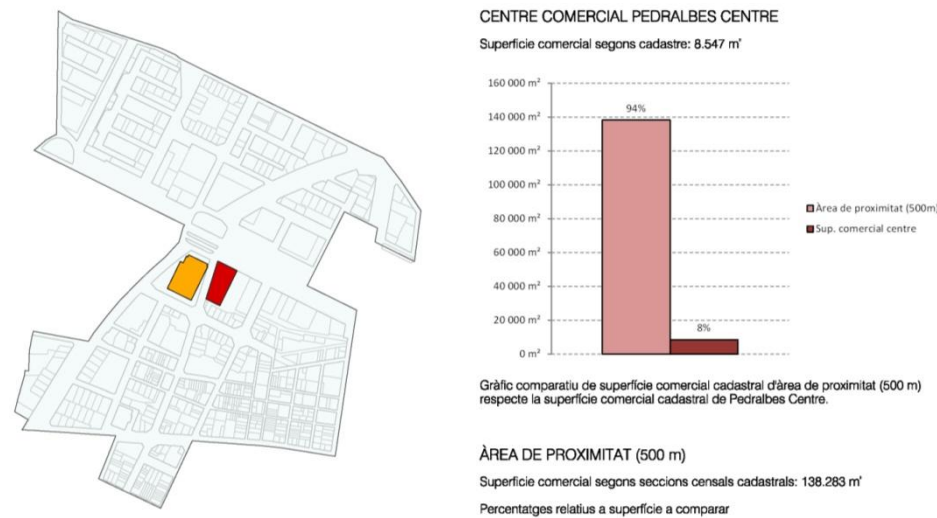
Acull un total de 52 establiments. El 76% de la superfície es destina a l'ús comercial i el 24% a restauració. El centre no té establiments de gran superfície, malgrat la presència de marques que en altres centres són locomotores importants. Només hi ha un establiment que superi els 300 m², i la gran majoria tenen menys de 100 m². Més enllà dels espais comercials, el complex ofereix un sostre important d'oficines.



Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

El conjunt de grans magatzems (El Corte Inglés) i centres comercials de la zona (Illa Diagonal) sumats al casc antic i l'eix comercials de Les Corts creen una zona d'alta concentració comercial. És per aquest context que en el seu entorn més proper, aquell delimitat per les àrees censals compreses dins d'un radi de 500 metres, el pes comercial del Pedralbes Centre respecte és de només el 8%, la segona xifra més baixa del conjunt dels centres comercials de la ciutat després de El Triangle.



Plànol 2.06.1.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12) i amb altres polaritats comercials

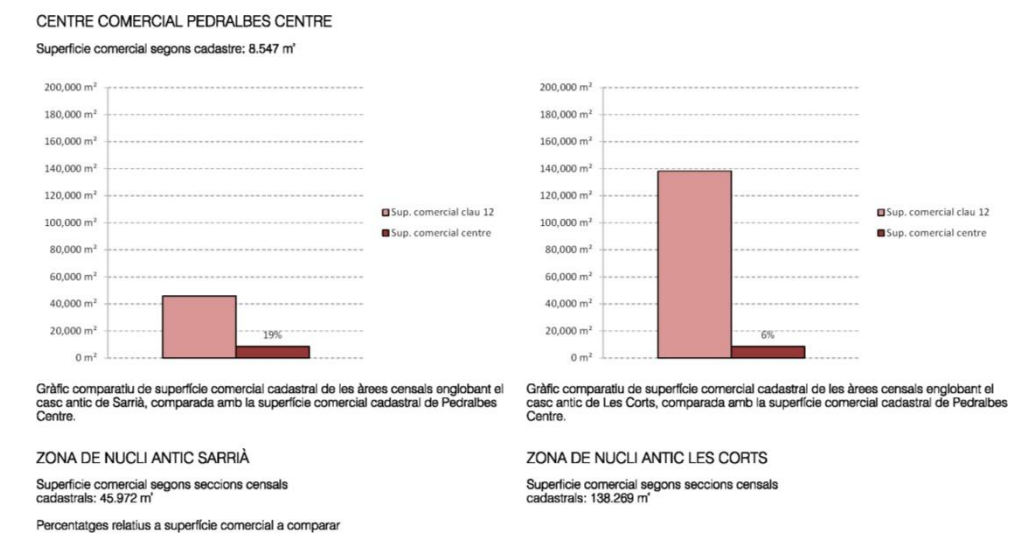
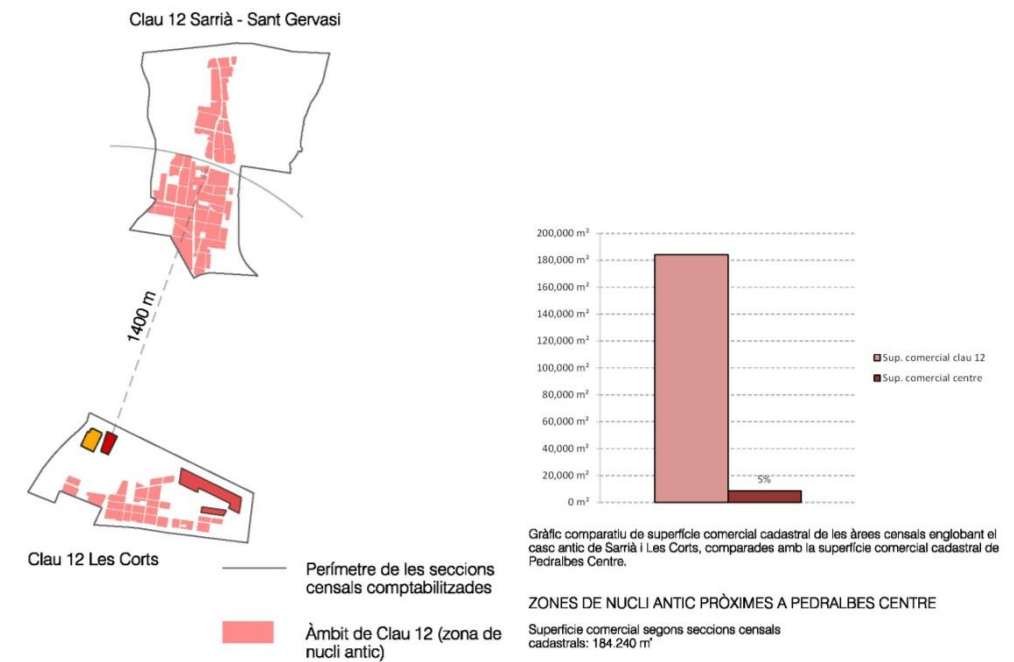
El Pedralbes Centre se situa molt proper al casc antic de Les Corts i a uns deu minuts a peu del casc antic de Sarrià. Ambdós nuclis tenen intensitats comercials elevades, sobretot en alguns dels seus carrers principals.

Si comparem ara la superfície comercial cadastral del Pedralbes Centre respecte a la present al casc antic de Sarrià (compreses les unitats censals que l'engloben) podem veure com aquest representa una dimensió similar a pràcticament una cinquena part (19%) de la dimensió dels locals comercials de Sarrià.

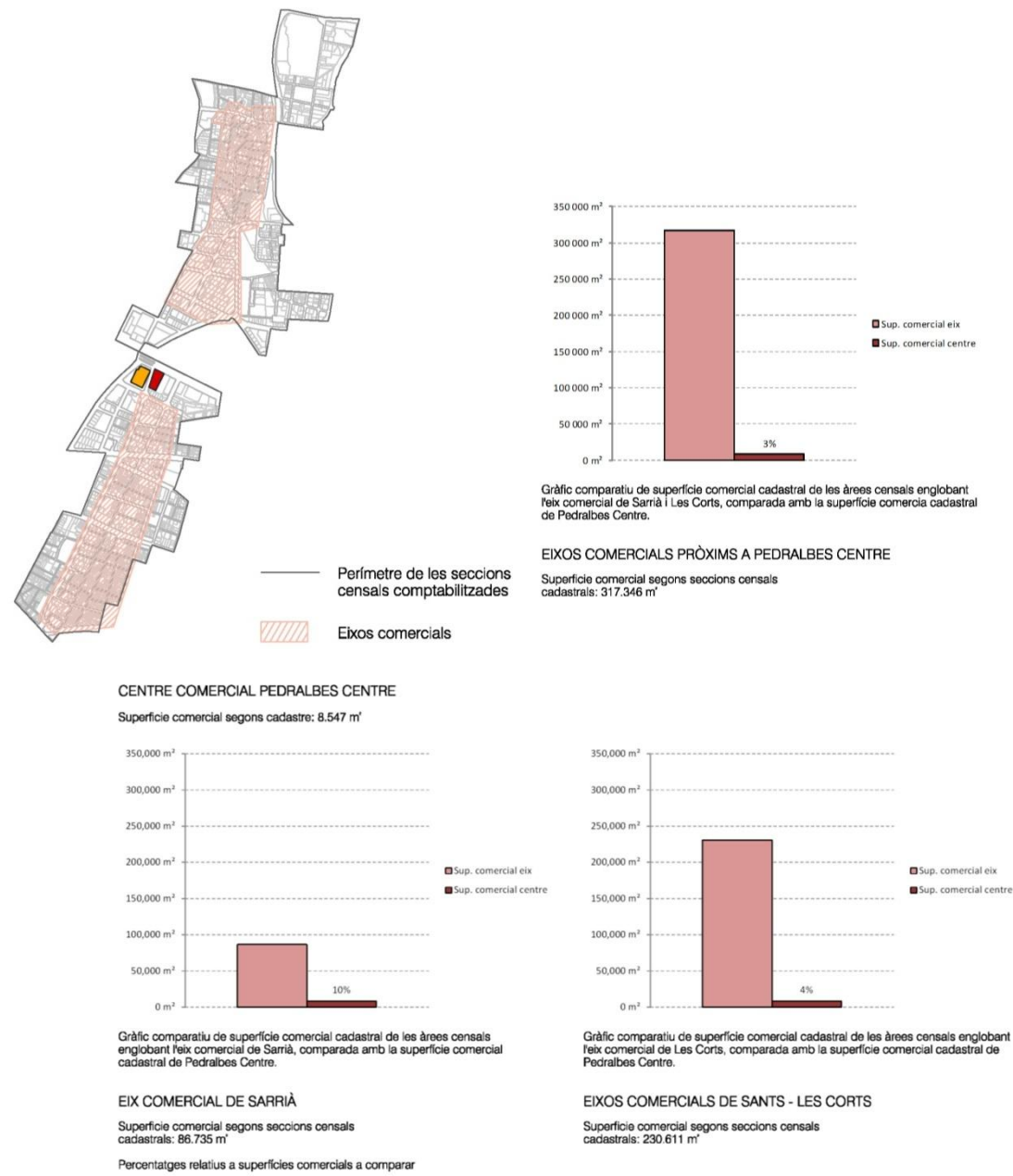
El mateix valor es redueix fins al 8% en el cas de Les Corts. Cal tenir en compte en aquest segon cas que en el còmput del càlcul s'hi consideren El Corte Inglés i L'Illa Diagonal.

El Pedralbes Centre, conjuntament amb El Corte Inglés, forma una espècie de porta, des de la Diagonal i a través del carrer Europa, a l'eix comercial de Les Corts. L'eix comercial de Sarrià és molt proper, però la seva continuïtat es veu dificultada per la traça de la Ronda del Mig.

Pel que fa a les seves dimensions, la superfície comercial cadastral de les àrees censals que engloben els eixos comercials de Sarrià i Sants-Les Corts són de 86.734 m² i 239.158 m² respectivament. Comparat amb la superfície comercial cadastral del Pedralbes centre, aquesta representa superfície equivalents al 10% i al 4% del total de la seva dimensió. Malgrat la diferència de perfil d'establiment comercial entre ambdós tipus d'àmbit, cal mencionar que mentre el nucli antic de les Corts es pot beneficiar del flux que genera el propi centre comercial, els comerços de Sarrià poden patir la competència dels establiment, sobretot, amb els de moda presents al centre comercial.



Detall plànol 2.06.1.3, amb el Pedralbes centres i els casc antics dels entorns



Detall plànol 2.06.1.3, amb el Pedralbes centres i els eixos comercials dels entorns

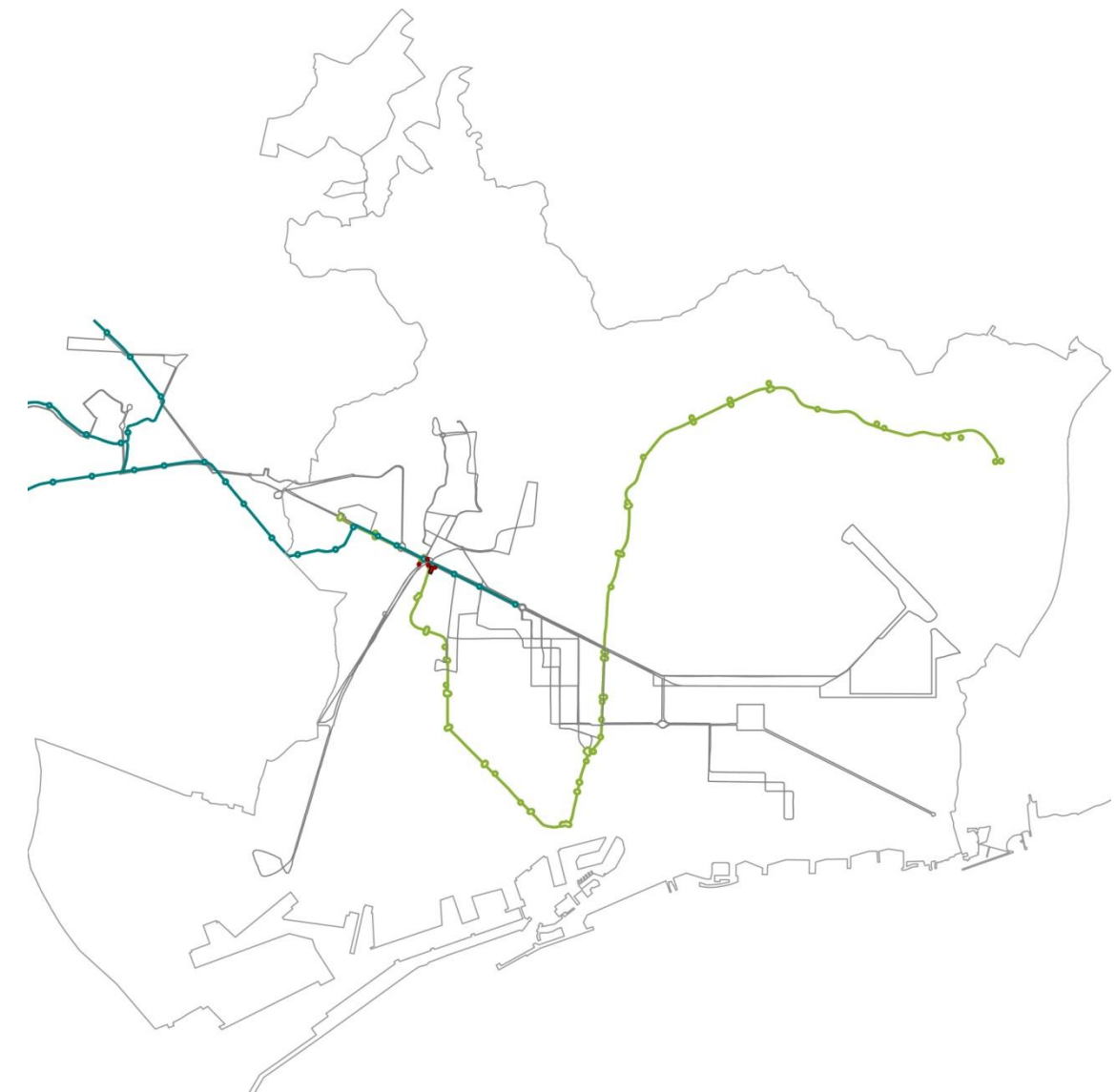
Relació amb els usos turístics

El fet que aquest àmbit sigui una zona de negocis amb un elevat sostre d'oficines l'ha convertit en un focus d'establiments hotelers importants. A més a més, una de les línies de l bus turístic, la que va al Camp Nou, té una parada a mig camí entre l'Illa Diagonal i el Pedralbes centre, el que afavoreix la possibilitat d'un flux de turistes potencials usuaris dels centres comercials. Donat que no tenim dades empíriques sobre aquest capítol, només podem estimar que la proximitat a àrees d'intensitat turística és

major que en altres centres que no tenen ni places hoteleres properes ni formen part de cap ruta regular turística, però menor que casos molt propers a fites d'interès turístic.

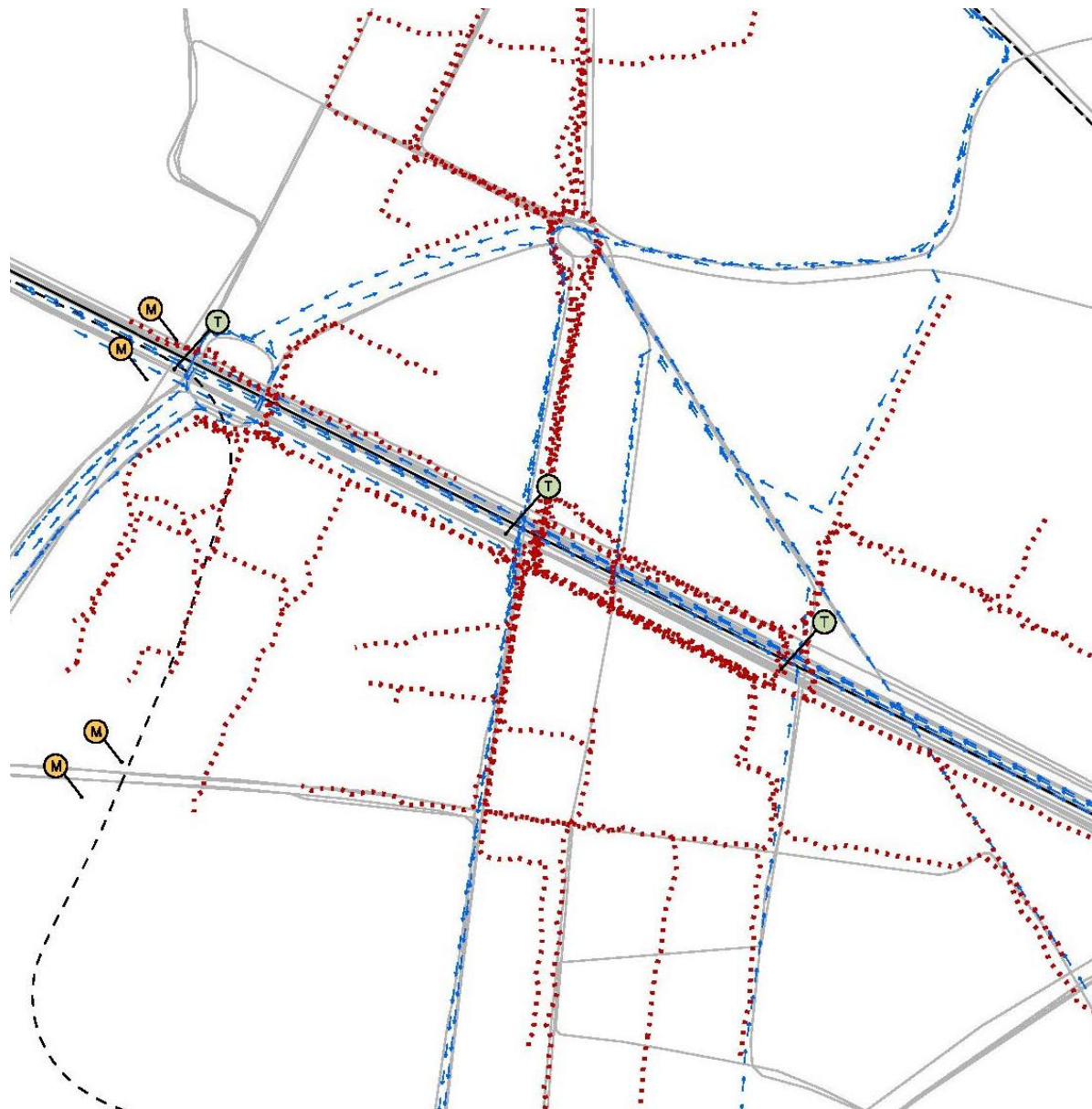
Mobilitat

El centre comercial se situa a la Diagonal, el carrer més important de la ciutat. No disposem de cap estudi de la mobilitat que genera el centre, ara bé, la dotació d'aparcament és baixa, fet que desincentiva l'ús del vehicle privat per arribar-hi. El centre comercial té una bona dotació de transport públic. Just al seu davant hi té una parada d'autobús en què hi paren diverses línies. El tramvia hi té dues parades, cap d'elles molt propera, i a menys de cinc minuts té l'estació de metro Maria Cristina (L3).

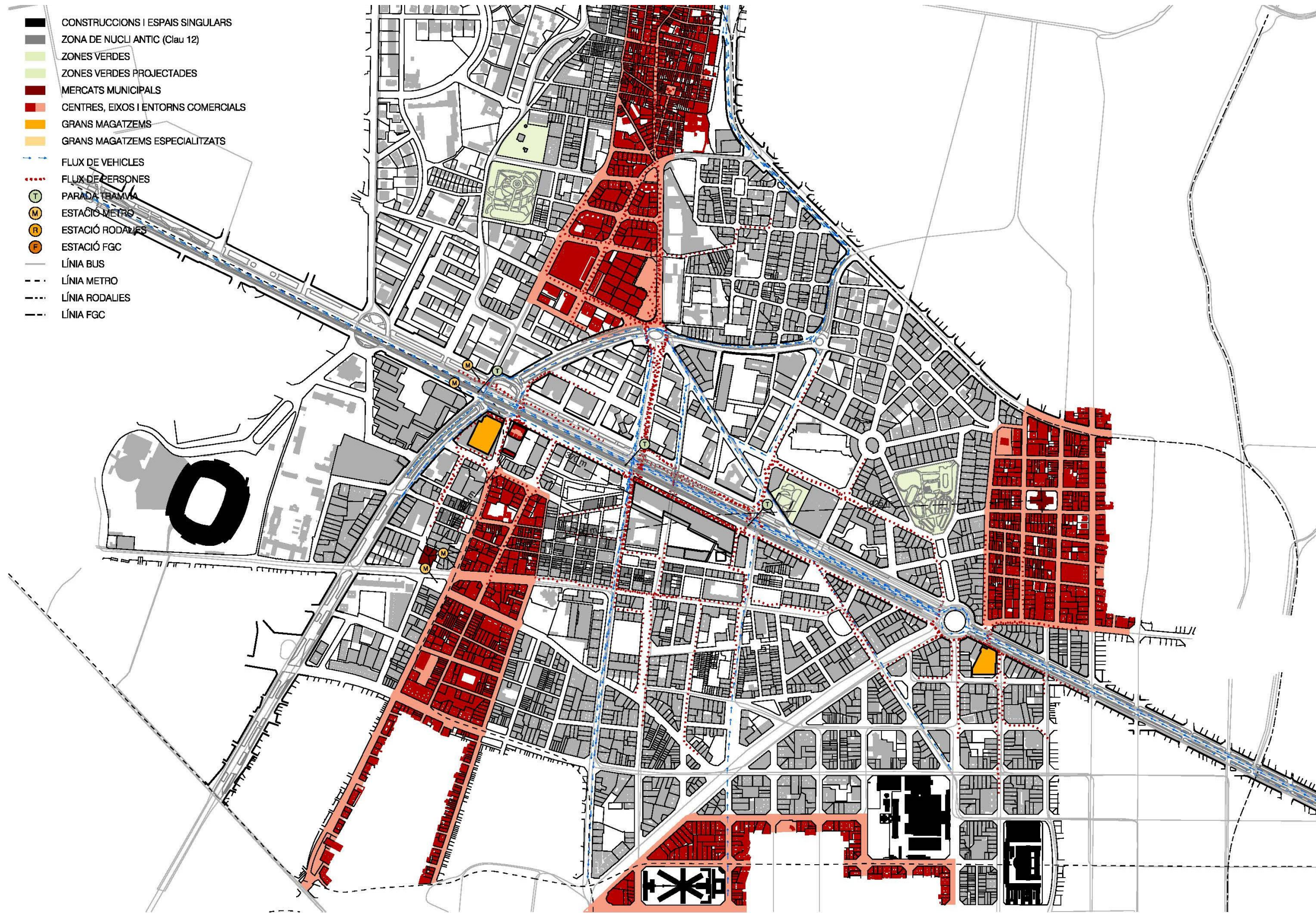


Plànol 2.06.1.4. Transport públic del Pedralbes Centre

Malgrat no tenim dades que ho corroborin, podem dir que la possibilitat d'atraure fluxos més elevats a peu queda minvada pel pas de la ronda del mig, que actua com a frontera per aquests tipus de mobilitats, i dificulta la relació amb Sarrià i també amb part del barri de Les Corts. Tot i així, la facilitat d'accés per arribar-hi caminant li confereixen una bona capacitat d'atracció de les mobilitats lentes.



Detall del plànol 2.06.1.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Plànol 2.06.1.1

Conclusions






Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	ALT
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	MIG
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	BAIX
Edificabilitat	MIG
Relació amb el teixit immediat	MIG
Qualitat del paisatge urbà generat	MIG
USOS	
Superfície de venda autoritzada	S/D
Superfície bruta arrendable	BAIX
Diversitat funcional del centre	MIG
Superfície locomotora alimentària	-
Proximitat a mercats municipals	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	BAIX
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	BAIX
Accessibilitat en transport públic	MIG
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	BAIX

Recomanacions

- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)
- Naturalització de la plaça central i l'interior d'illa
- Creació de sinèrgies amb l'entorn comercial, social i cultural.

LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

L'ILLA DIAGONAL

Origen i implantació

L'Illa Diagonal és un complex edificat que acull usos comercials, hotelers i d'oficines que es combinen amb diversos equipaments públics i usos d'oci i de restauració. Se situa sobre l'avinguda Diagonal, en la parcel·la de l'antic Hospital de Sant Joan de Déu, una de les més grans del sector Diagonal-Sarrià de les Àrees de nova centralitat.



El projecte, de gran dimensió, va representar la culminació d'un procés de consolidació i terciarització de la Diagonal entre la plaça de Francesc Macià i la Zona Universitària, que s'havia iniciat amb la els planejaments de finals dels anys 1950. Ja llavors, l'acció municipal tenia la voluntat de generar focus de centralitat allunyats del tradicional centre urbà, i la Diagonal reunia les característiques oportunes per aconseguir-ho.

Des de la seva inauguració, i conjuntament amb El Corte Inglés (1974) i el Pedralbes Centre, L'Illa Diagonal va ajudar a estirar l'eix amb major concentració comercial de la ciutat (eix La Rambla, pg. de Gràcia i tram central de la Diagonal) amb el que s'ha denominat eix dels 5 kilòmetres o Shopping Line.⁷⁸

Es tracta d'un centre que funciona de forma ambivalent. Està posicionat en una posició molt propera a una de les portes de la ciutat, fet que li confereix certa dimensió metropolitana, i al mateix temps funciona com a centre de proximitat per als barris de Les Corts i Sarrià.

Morfologia i relacions urbanes

El projecte sorgí d'un concurs internacional d'idees al que s'hi va convidar a participar a reconegudes firmes d'arquitectura internacional. La promoció del conjunt, d'iniciativa privada, proposava un programa funcional amb funcions diferents que calia resoldre arquitectònicament de la forma més unitària possible. El vencedor del concurs va ser l'equip format pels arquitectes Rafael Moneo i Manuel de Solà-Morales, que van presentar una proposta que llegia atentament l'emplaçament i el seu context immediat. El projecte s'erigeix sobre una parcel·la d'aproximadament 24.000 m². L'edificabilitat es concentra al perímetre, i s'organitza entorn de la idea d'una illa tancada amb porositats assenyalades, que acull un parc al seu interior. El sostre construït és d'aproximadament 100.000 m² que es distribueixen amb uns usos predominants (35.000 m² d'ús comercial i 48.000 m² d'oficines) i 17.000 m² d'ús hoteler.

El complex concentra l'activitat i l'edificabilitat en el front de l'avinguda Diagonal, en un volum molt treballat que acull una superposició d'usos comercials, hotelers i d'oficines. La planta baixa, la planta primera i la primera planta soterrani acullen els usos comercials. La planta baixa segueix el pendent de la Diagonal i es configura en forma de carrer interior on s'hi aboquen tots els establiments del centre comercial. El centre comercial compta amb una superfície de venda de 29.300 m² i una SBA de 35.000 m².

Un conjunt de perforacions a la planta baixa i a la planta soterrani permeten certa porositat del pla de carrer i estimulen la relació de l'edifici amb els carrers dels teixits immediats. El carrer Anglesola, al casc antic de Les Corts, travessa a l'interior de l'edificació i en la seva intersecció amb el carrer interior del centre comercial genera un espai de diverses altures a mode de plaça urbana coberta. Una perforació central, a la façana de la Diagonal, anuncia la presència del parc i de l'hotel en segona fila, al carrer Déu i Mata. Precisament aquesta perforació permet que l'hotel formi, d'alguna manera, part de la posició central que li ofereix la Diagonal. Una obertura més menuda, la més propera al carrer Entença, enllaça la Diagonal amb el carrer Prat d'en Lull-Ecuador, a través d'un pendent suau que dóna continuïtat a la trama urbana de Les Corts amb el desnivell existent fins la Diagonal.

⁷⁸Veure Carreras (1990 i 2008)



Esquema d'implantació i accessos del centre comercial

La que podria ser una façana massiva, de més de 300 metres, se soluciona amb un joc volumètric d'alçades que creix als extrems i decreix en la part central de l'edifici. Tant els accessos a les oficines com les diverses entrades al centre i a les locomotores que compten amb entrada pròpia (FNAC, El Corte Inglés i Decathlon) suavitzen l'efecte d'introversió d'aquest tipus d'edifici. Tot i així, la resta de façana en planta baixa es resol a base de falsos aparadors, que generen la ficció de la repetició, però que no remeten a la permeabilitat i la transparència pròpia d'aquest tipus d'espais als carrers comercials tradicionals. El fet que el centre comercial estigui en un punt de tanta centralitat, provoca que l'ample vorera de la Diagonal, sense botigues que s'obren al carrer, tingui un flux de persones prou important com per no donar una sensació de falta d'urbanitat.

Els comerços àncora o les locomotores se situen, principalment, en els extrems de l'edifici de la Diagonal. L'edifici reconeix la trobada entre la Diagonal i el carrer Numància com la cantonada més singular del projecte, allà on l'edifici té més altura i on se situa una de les locomotores de l'edifici (Decathlon). Aquesta locomotora té una petita entrada pròpia que no respon a la seva situació urbana.

Els darrers anys s'ha realitzat una ampliació del sostre comercial a la planta baixa i soterrani de l'hotel de nova planta situat al carrer Déu i Mata. Amb aquesta ampliació el centre guanyava un nou accés en aquest carrer, en la seva planta subterrània, però la posició de la locomotora (un Primark) no beneficia al carrer on s'ubica.

Usos

Usos del centre:

El Pla Especial d'Ordenació Illa Diagonal (1989) preveia quatre tipologies comercials bàsiques que distribuïen la superfície comercial de la següent manera: 10-15% en els establiments de tipus mínim, 20-30% en els establiments petits, 10-15% en els de tipus mitjà i 30-55% en els grans establiments. Durant la realització d'aquest estudi no hem pogut consultar cap font que donés valors actuals de la distribució d'usos del centre comercial, però sí sabem que el centre comercial disposa d'un total de 172 establiments.

El centre comercial ubica les locomotores a tots els seus extrems i en totes les seves plantes comercials. Al soterrani hi ha dues de les seves locomotores principals: un hipermercat Caprabo de 4.500 m² de superfície de venda i un FNAC amb accés propi a la façana principal de l'edifici. A la planta baixa hi ha una botiga Sfera a l'extrem est i un Decathlon que ocupa dues plantes a l'extrem oest. Sobre la botiga Sfera hi ha un gran Zara. Altres locomotores rellevants del sector de la moda a l'interior del centre comercial són: marques del grup Inditex, Mango i Primark.

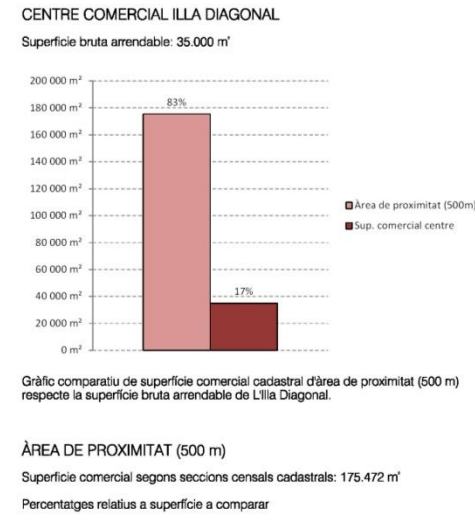
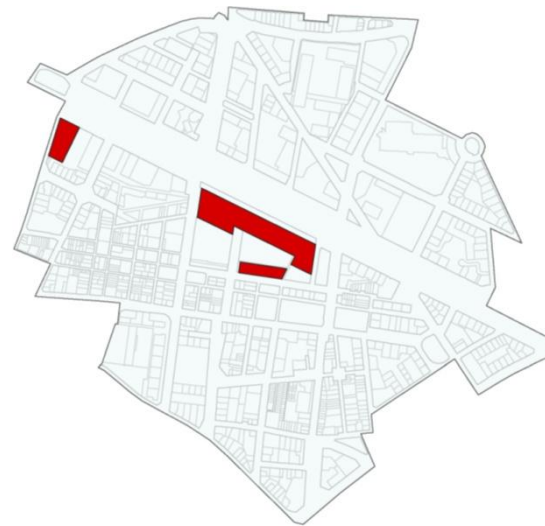
El complex de L'Illa Diagonal, com avançàvem a l'inici, no només acull el centre comercial, també alberga oficines (48.000m²), hotels, dues escoles, una biblioteca, un pavelló poliesportiu, una sala de concerts i un centre de convencions.

Per últim, cal ressaltar que a l'interior del centre comercial hi ha un parc públic establiments de restauració i bars que l'animen.

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat:

El centre comercial se situa en un entorn comercial actiu i acumula un 17% de la superfície comercial existent del seu entorn immediat (a 500 m). És important tenir en compte que tant El Corte Inglés com el Pedralbes Centre se situen dins d'aquesta àrea de proximitat. Es podria arribar a dir que tots aquests establiments comercials sumats al comerç dels nuclis antics de Sarrià i Les Corts formen una gran polaritat comercial de Barcelona, capaç d'atraure un gran flux de persones.



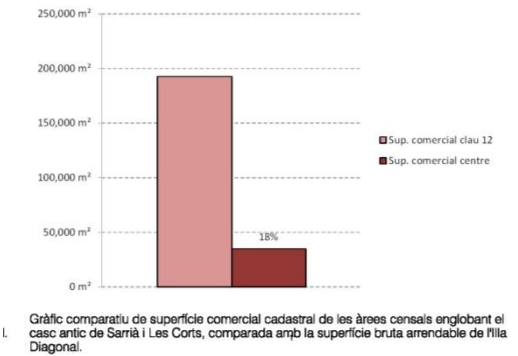
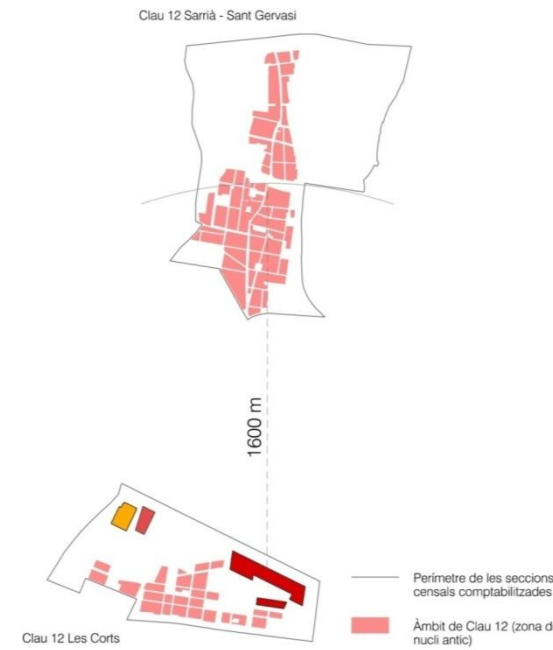
Plànol 2.06.2.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

Cal incidir que la inserció de L'Illa Diagonal ha irradiat sinèrgies al seu voltant: l'Illa Diagonal ha mantingut viu el comerç del nucli antic de Les Corts, tot i que s'hi ha produït, en alguns casos, un efecte de "franquització" dels comerços. Carrers com Déu i Mata i Numància s'han beneficiat de l'impacte del centre comercial, essent avui carrers força comercials. El centre comercial no ha estat positiu d'una forma homogènia. Les promocions d'habitatges de nova planta al nucli antic de Les Corts —val a dir que en alguns casos són habitatges unifamiliars entre mitgeres— han prescindit de destinar a ús comercial les seves plantes baixes, el que ha significat la generació d'uns carrers de baixa intensitat urbana.

És a dir, que el centre comercial ha incentivat i transformat les àrees urbanes on ja hi havia comerç, però ha provocat zones d'ombra comercial allà on s'hi han desenvolupat noves i iniciatives.

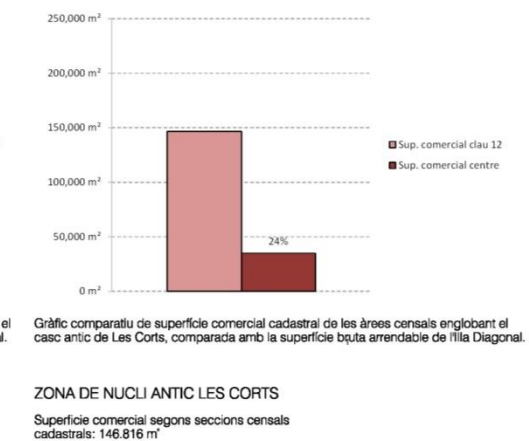
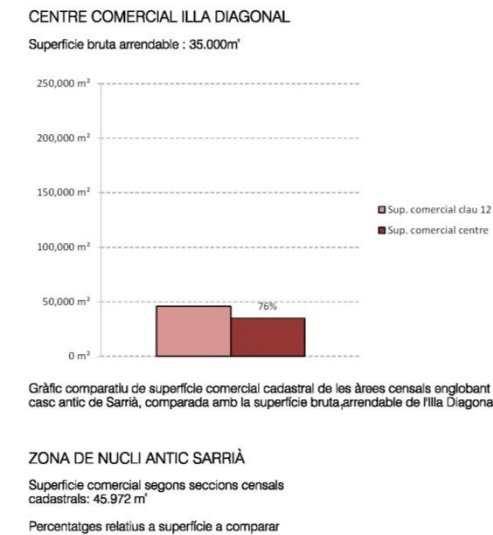
Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

L'Illa Diagonal se situa contigua a la trama de casc antic de Les Corts i no molt llunyana del casc antic de Sarrià. Ambdós nuclis tenen intensitats comercials altes en alguns dels seus carrers principals. Malgrat la diferència de perfil d'establiment comercial entre ambdós tipus d'àmbit, cal mencionar que mentre el nucli antic de les Corts es pot beneficiar del flux que genera el propi centre comercial, els comerços de Sarrià poden patir la competència dels establiment, sobretot, amb els de moda presents al centre comercial.



ZONES DE NUCLI ANTIC PRÒXIMES A L'ILLA DIAGONAL

Superfície comercial segons seccions censals cadastrals: 192.787 m²



Detall del plànol 2.06.2.3. L'Illa Diagonal i els cascs antics dels entorns

Comparativament, la superfície comercial cadastral de les àrees censals que engloben el casc antic de Sarrià i el de Les Corts sumen més de 40.000 m² i prop de 140.000 m² respectivament. Cal tenir en compte la presència de El Corte Inglés i El Pedralbes centre en el còmput d'àrees censals de Les Corts. La SBA de L'Illa Diagonal (35.000 m²) tindria un pes significatiu comparat amb el nucli antic de Sarrià.

Relació amb altres polaritats comercials:

Tant l'Illa Diagonal com el Pedralbes Centre i El Corte Inglés actuen com un eix que fa de frontissa entre els eixos comercials de Sarrià i de Sants-Les Corts. Els grans equipaments comercials generen un gran flux de persones seguint la directriu de la Diagonal. Aquest flux pot estendre's tímidament cap als eixos comercials, però difícilment es generen sinèrgies rellevants degut al fet que les directrius d'ambdós tipus de fluxos s'intersequen, però no són coincidents. La superfície comercial cadastral de les àrees censals que engloben els eixos comercials de Sarrià i Sants-Les Corts és de 46.000 m² i 147.000 m² respectivament.

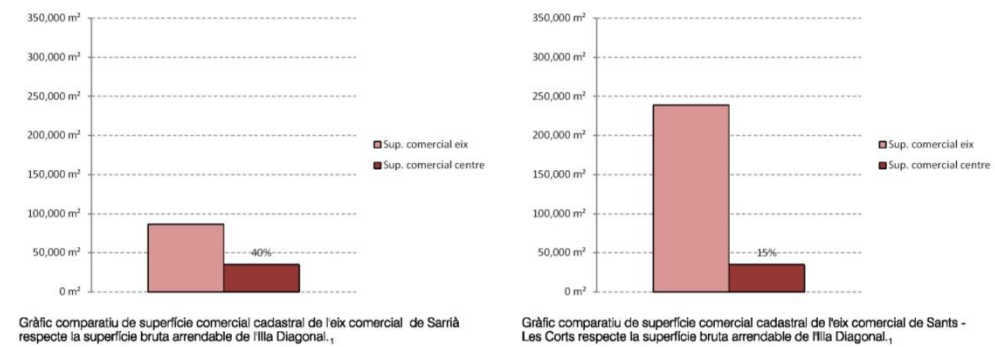
Relació amb els usos turístics:

El bus turístic té una parada en un punt intermedi entre L'Illa Diagonal i el Pedralbes Centre, el que corrobora aquest node com a punt de compres per als visitants de la ciutat. Cal destacar, a més, que aquesta zona de la ciutat ha estat, des de fa força anys, un àmbit amb una quantitat considerable d'hotels.



CENTRE COMERCIAL ILLA DIAGONAL

Superfície bruta arrendable: 35.000m²



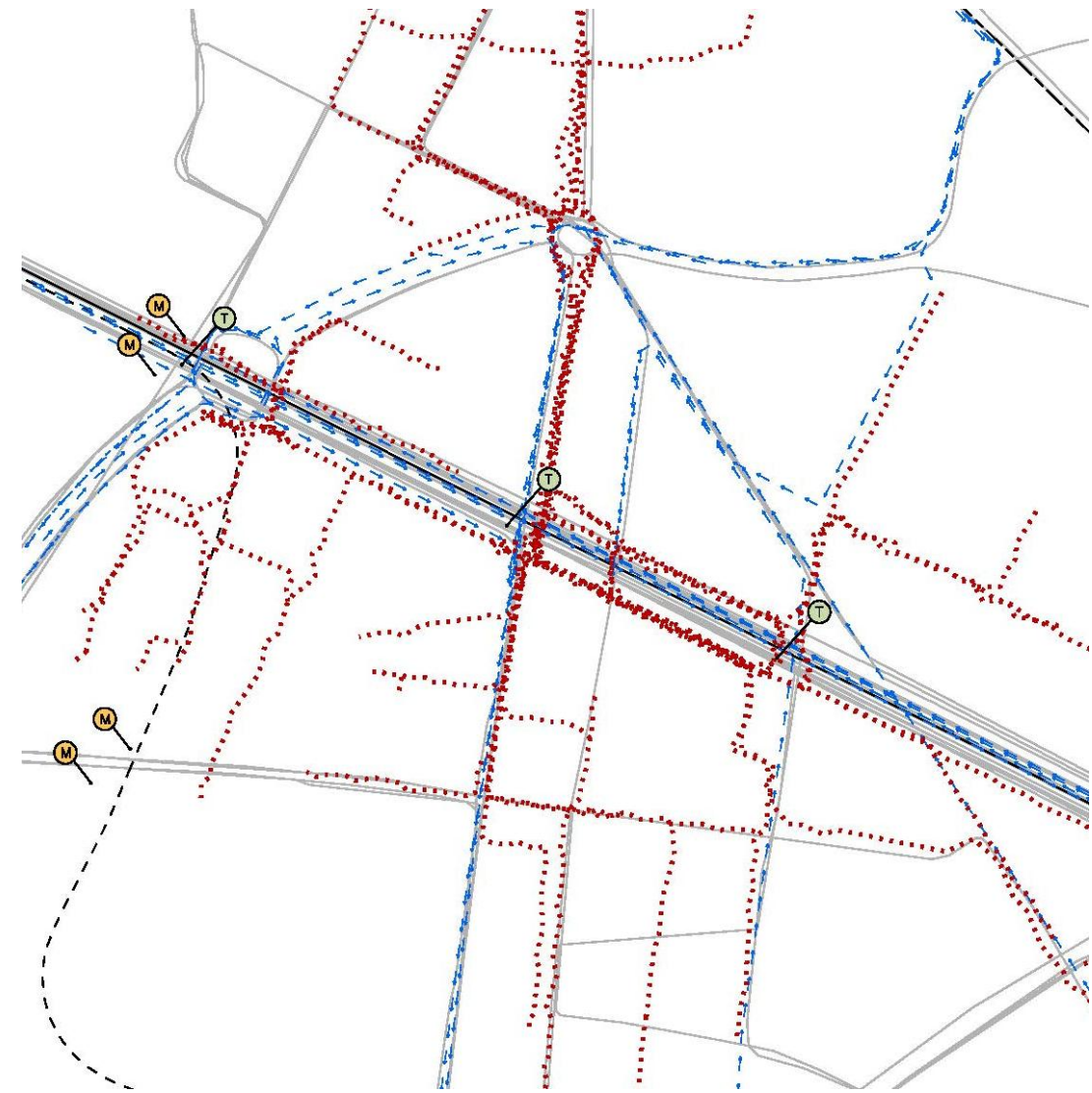
Detall del plànol 2.06.2.3, amb el Pedralbes centres i els eixos comercials dels entorns

Mobilitat

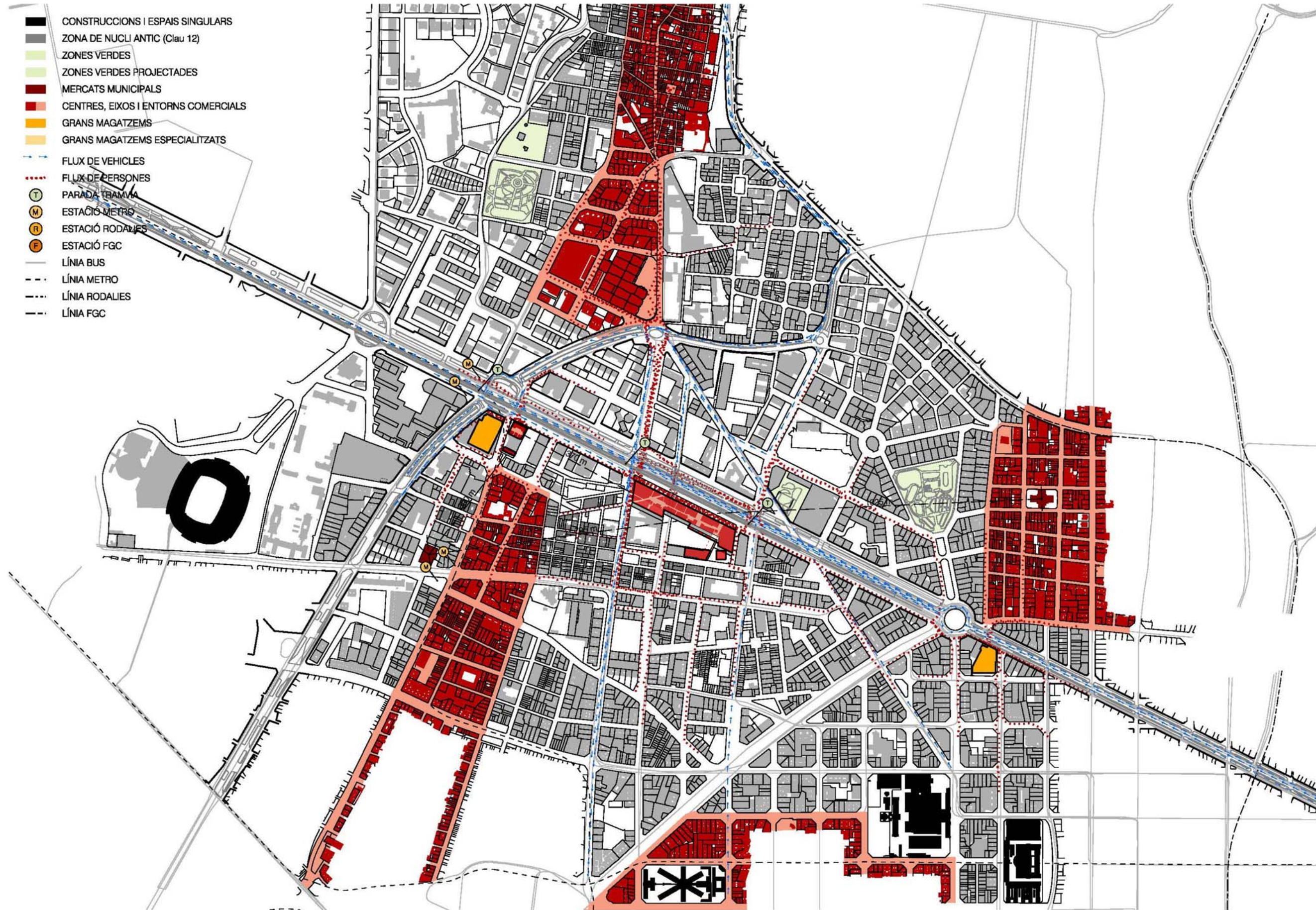
El centre comercial se situa a la Diagonal, el carrer més important de la ciutat. Cal assenyalar l'empremta infraestructural que suposa el viari soterrat del centre, que facilita l'accés rodat al pàrquing per als cotxes que van per la Diagonal en direcció Llobregat. Sovint s'ha destacat que aquest pas soterrat serveix per connectar els barris de Sarrià i Les Corts, però val a dir que no és un carrer amb un gran flux de persones que vagin a peu i que la comunicació via el carrer Numància és més franca. En realitat, el pas soterrat, resol d'una manera més òptima el gir de vehicles per accedir al centre. L'Illa Diagonal té una bona dotació de transport públic, malgrat el metro és a una distància considerable, essent l'estació més propera a Maria Cristina (L3). El tramvia hi para als seus dos extrems, i una gran quantitat d'autobusos tenen parada al seu voltant. El centre comercial funciona com a centre de proximitat dels barris de Les Corts i Sarrià, pel que, tot i no tenir dades, genera uns fluxos de mobilitats lentes importants.



Detall plànol 2.06.2.4. L'illa i la mobilitat en transport públic



Detall del plànol 2.06.2.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Plànol 2.06.2.1

Conclusions

Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i13	MIG
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	ALT
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	ALT
Edificabilitat	ALT
Relació amb el teixit immediat	ALT
Qualitat del paisatge urbà generat	MIG
USOS	
Superfície de venda autoritzada	MIG
Superfície bruta arrendable	MIG
Diversitat funcional del centre	ALT
Superfície locomotora alimentària	BAIX
Proximitat a mercats municipals	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MIG
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	MIG
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	ALT
Accessibilitat en transport públic	MIG
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	ALT

Recomanacions

- Fer permeable i obrir accessos i comerços a la façana de la Diagonal i a l'interior d'illa
- Consolidar l'accés per la Diagonal de la locomotora en la intersecció amb el carrer Numància.
- Dotar d'activitats i fer permeable el carrer de Pau Romeva.
- Creació de sinèrgies amb l'entorn comercial, social i cultural.
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)

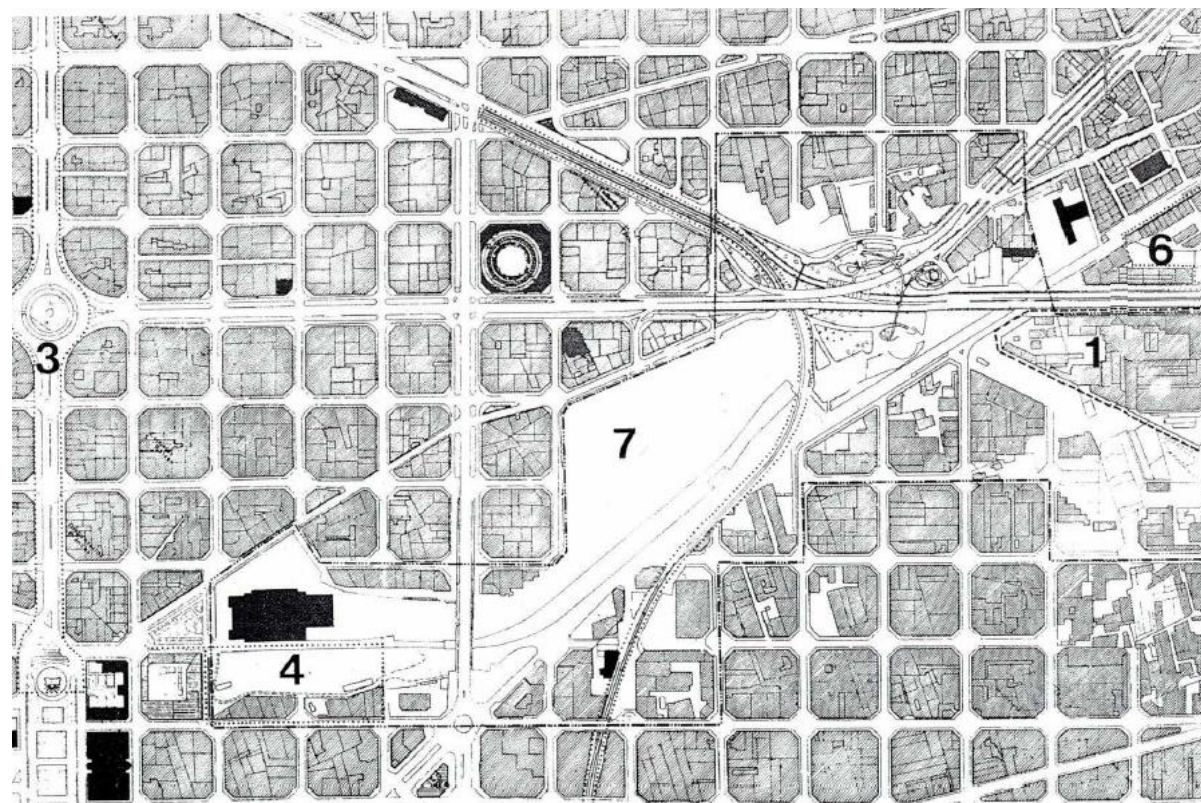
LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

GLÒRIES

Origen i implantació

L'equipament comercial s'ubica sobre les vores de la Plaça de Les Glòries, l'espai on Ildefons Cerdà va anunciar el centre teòric de la nova ciutat, el lloc on conflüen les tres vies urbanes principals: la Gran Via, la Diagonal i la Meridiana. La plaça de les Glòries encara avui és objecte de treball de les autoritats municipals per convertir-lo en aquest centre d'activitats anunciat, però encara no materialitzat. Tot i que estava planejat, fins fa alguns anys, tant la Diagonal com la Meridiana no creuaven aquest indret, i totes les solucions urbanes prenen una lògica infraestructural per donar resposta l'encreuament viari.



Planta de les actuacions en curs l'any 1988 a l'àrea de Glòries. Àrees de Nova Centralitat

La vocació de centralitat d'aquest espai era clara i va ser reconeguda en les Àrees de nova centralitat. Es va confiar al centre comercial i a dos equipaments culturals com a artífex de la definició del caràcter central de l'espai. Però tant L'Auditori com el Teatre Nacional es van construir d'esquenes a la plaça. Coincidint amb les obres olímpiques, el 1992 es va reformar el nus viari existent fins al moment per construir el tabor elevat que donava continuïtat a la Gran Via i acollia un jardí al seu interior. No obstant, la centralitat imaginada no acabava d'arribar. El centre comercial es va inaugurar l'any 1995 sobre l'antiga fàbrica Hispano Olivetti, que havia obert les seves portes l'any 1942, i que el 1998 va traslladar la seva

activitat productiva a Cerdanyola del Vallès. Finalment, la sensació que el territori urbà s'acabava en arribar en aquest punt, es va començar a esvaïr amb l'obertura de la Diagonal fins al mar i amb el desenvolupament del 22@ que ha aconseguit convertir aquest punt en un nou districte econòmic i un nou focus turístic de la ciutat, amb la Torre Agbar, el nou Mercat dels Encants i el Museu del Disseny com a nous motors d'activitat. Aquesta transformació es va iniciar formalment amb l'aprovació d'una MPGM l'any 2007, i la convocatòria d'un concurs internacional per la urbanització de la superfície de la plaça l'any 2013, que encara està pendent d'execució un cop s'acabi la transformació de la infraestructura viària i el soterrament de la Gran Via. Actualment, la Plaça de les Glòries ha deixat de ser un punt final per ser un punt focal de la ciutat. Un indret amb una accessibilitat privilegiada i bones comunicacions amb transport públic.



Planta de la proposta guanyadora de la urbanització definitiva de la Plaça de les Glòries.

Autors: Agence TER + Ana Coello

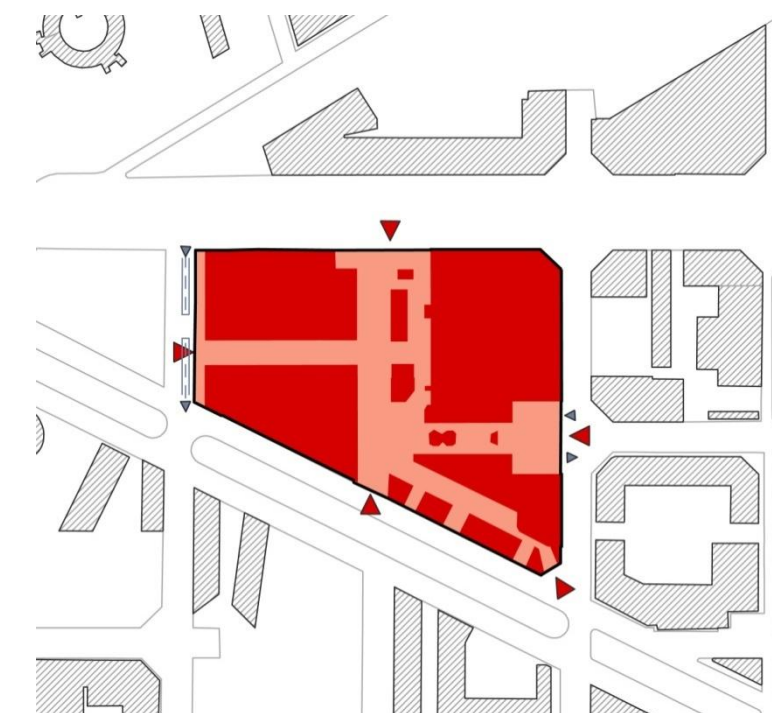
Malgrat la presència del gran buit de la Plaça de les Glòries i que el sector en proximitat (500m de distància) al centre està parcialment en procés de consolidació i desenvolupament, la població dins aquesta àrea és de 25.400 habitants⁷⁹, la tercera en nombre al voltant dels centres comercials de la ciutat. A 1.200 m de distància, la població resident és de 186.687 habitatnts, la segona en nombre. Aquestes xifres confirmen el fort potencial de Glòries com a de centre comercial de proximitat.

Planejaments del sector propers

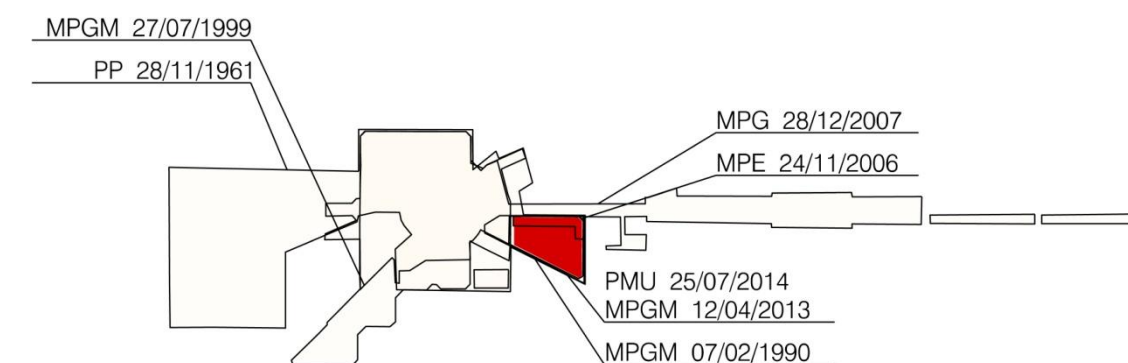
Els planejaments més destacables en el sector en proximitat al centre són:

- LaMPGM de transformació de Glòries de 2007.
- El sector de la Meridiana Sud.
- El PE del sector Diagonal de Llevant de 1993.
- El PERI del sector del Campus Audiovisual.
- La mateixa MPGM per ampliar el centre comercial.

La majoria d'aquests planejaments han contribuït a resituar el pes de la ciutat i dotar d'activitat urbana sobre aquesta àrea de la ciutat, de la qual, la creació del centre comercial també n'és responsable. Els planejaments del PERI del Campus Audiovisual i el desenvolupament del 22@, a més, han atret un nombre destacable de població no resident potencialment usuària del centre en l'àrea de proximitat del mateix. D'altra banda, la darrera transformació del centre comercial en procés de construcció, s'adapta i reconeix les noves condicions resultants de la transformació de la Plaça: crea una gran obertura a la futura Gran Via sense vehicles i reorienta i millora els accessos cap a la futura plaça.



Esquema d'implantació i accessos del centre comercial



Esquema del planejaments en proximitat al centre comercial.

És el tercer centre comercial de la ciutat en rang i magnitud darrere La Maquinista i Diagonal Mar. Dels 85.530 m² d'edificabilitat màxima, 52.000 m² són per a l'ús comercial. La superfície bruta arrendable (SBA) és de 60.300m², la tercera més gran dels centres comercials de Barcelona. Es pot considerar que la seva empremta urbana és elevada, amb una presència destacada en el seu entorn d'implantació.

Relació amb l'entorn

Com ja s'ha esmentat, el centre s'estructura a partir de grans espais descoberts a l'interior de la parcel·la, on s'hi aboquen totes les activitats. No obstant, el perímetre presenta certa permeabilitat regular, gràcies a la presència dels vestíbuls d'accés a les oficines dels pisos superiors, i també degut a certs establiments, en concret alguns que fan front sobre la Diagonal, que també són accessibles des del carrer, fet que dota

⁷⁹ Anuari estadístic de l'Ajuntament de Barcelona 2015.

de major transparència i imatge urbana a la façana. Per contra, la façana de la Gran Via està dominada per un gran mur cec, totalment opac, per evitar la relació dels interiors amb el fort trànsit de vehicles. Aquesta opacitat de la façana de la Gran Via, en la reforma en procés de construcció es trenca i es crea una nova gran obertura cap al carrer, que atenua el fort efecte pantalla de la façana.



Dos situacions antagòniques: A dalt, fotografia de la permeabilitat de la façana de la Diagonal amb comerços accessibles des del carrer, i a baix, fotografia de la façana cega de la Gran Via.

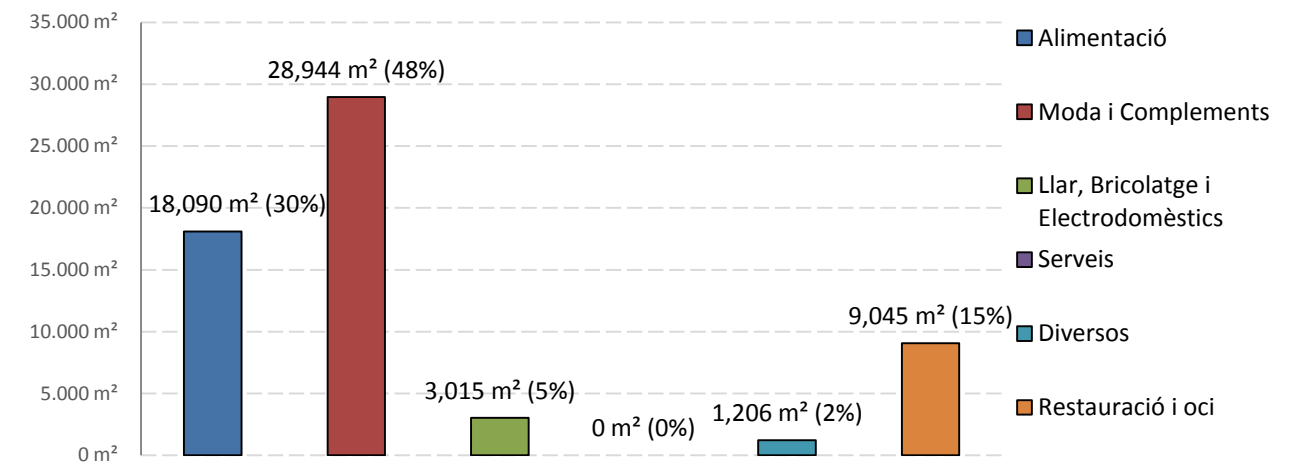
Una singularitat de Glòries que afavoreix a la qualitat i la dinamització i l'impacte favorable envers l'espai públic, és la presència de bona part de la dotació de restauració i lleure a la planta baixa, en contacte amb el carrer.

El centre reconeix i s'adapta amb eficàcia amb l'entorn immediat. S'adapta i reconeix els carrers de l'Eixample que s'hi enfronten (c/ Roc Boronat i c/del Perú) per situar els accessos principals al centre, tan rodat com de vianants, i donar-los continuïtat al seu interior. També disposa d'accés en algun punt rellevant del teixit, com la cantonada de la Diagonal amb c/Llacuna. No obstant, la façana que dona front al carrer Llacuna, excessivament opaca, no aprofita el potencial urbà que aquest té com a eix cívic de connexió Clot-Pobleu, a través de la continuïtat dels carrers Rogent, Sèquia Comtal, Parc del Clot, Llacuna, Diagonal i Rambla del Poblenou.

No obstant aquests podrien presentar lleugeres millores: l'accés principal per la Diagonal disposa d'un pas de vianants confrontat per creuar la Diagonal i facilitar el pas a la Rambla centra. No obstant, a la banda de mar, Roc Boronat no disposa de pas de vianants que permetri el creuament de manera natural de l'Avinguda des del 22@.

Usos del centre

El centre comercial disposa d'una llicència comercial de 28.973 m² de venda autoritzada, i de 60.300 m² de superfície bruta arrendable (SBA). Aquests es distribueixen segons el quadre següent:



Quadre de repartiment dels usos del centre

El centre, malgrat disposa de diversitat de perfils comercials, es caracteritza per destacar-hi un perfil orientat cap a la moda i complementes, amb la meitat de la superfície destinada a aquest tipus d'establiment (48%). D'aquests, destaquen les botigues locomotora de les marques H&M, Zara i Mango. En segon lloc es troba l'alimentació, amb un 30% de la superfície i una locomotora alimentària (Carrefour) de més de 16.673 m² de SBA. En tercer lloc, l'oci i la restauració representen un 15% dels usos, amb 7 sales de cinema amb un aforament de 1.684 butaques. La dotació de restauració actua com a pol d'atractivitat pel conjunt d'oficines del mateix edifici, de l'àmbit pròxim del 22@ i del Campus Audiovisual,

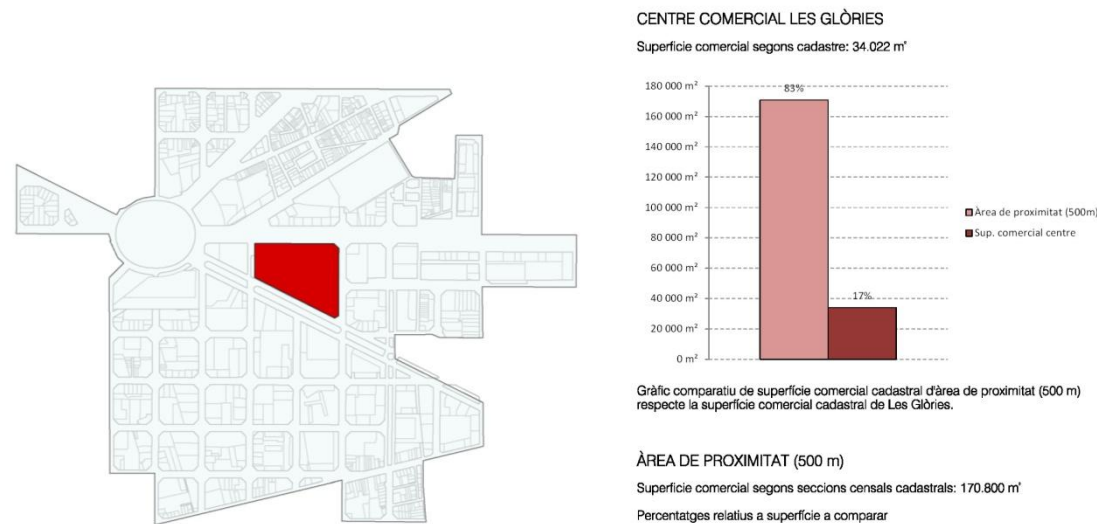
amb el valor afegit de la seva fàcil accessibilitat degut a la seva posició en planta baixa i vinculada a la plaça descoberta interior.

Segons dades del mateix centre, el 2015 va tenir una afluència de 11.600.000 visitants.

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat:

En relació al seu àmbit de proximitat de 500 m de radi, Glòries representa el 17% de la superfície comercial. Aquest és un percentatge alt, que indica la rellevància i predominància del centre dins l'estructura comercial del seu entorn. No obstant, cal assenyalar que el buit que suposa la presència de la Plaça de les Glòries, fa que aquest percentatge sigui major a que si hi hagués una trama urbana construïda.



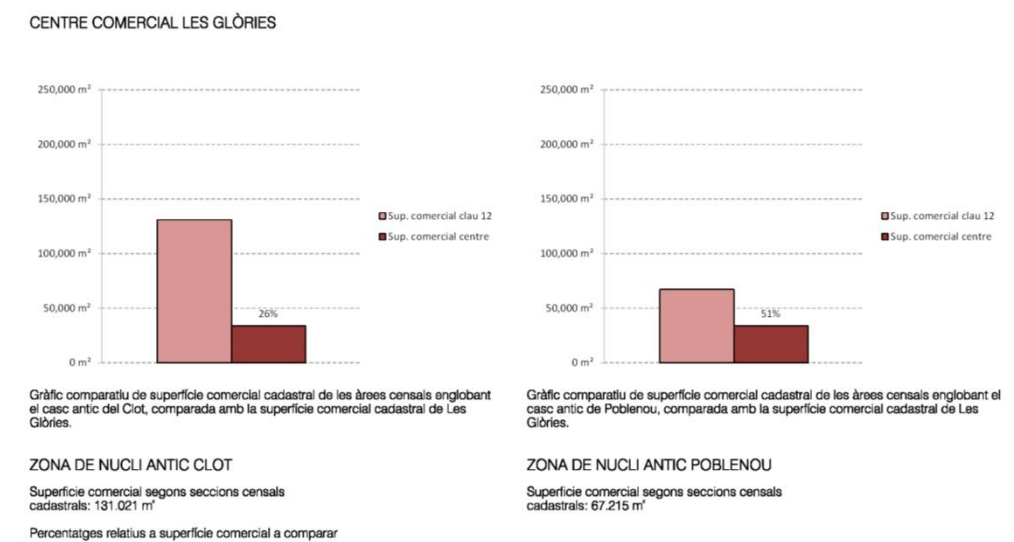
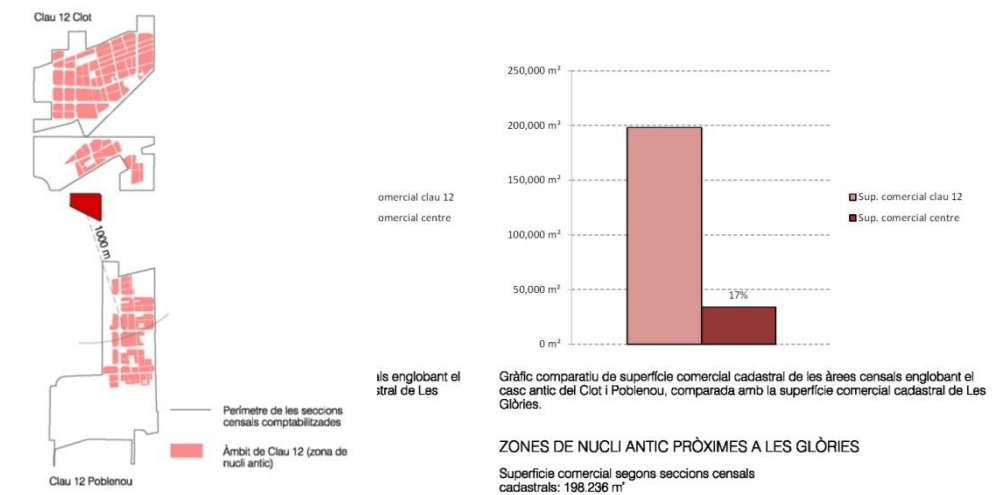
Plànol 2.06.3.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

Glòries es situa proper a trames de casc antic, especialment a la del Clot, que es troba adjacent per sobre la Gran Via. Aquesta proximitat pot permetre la creació de sinèrgies i transferència recíproca de visitants entre el centre i el casc antic. No obstant, aquesta proximitat queda atenuada per l'efecte de barrera que provoca la configuració d'autopista urbana que presenta la Gran Via en aquest tram. Un cop executada la reforma de la Plaça, podrà disminuir-se aquest efecte. A més, l'estructura urbana present pot afavorir aquestes sinèrgies positives gràcies a la continuïtat que ofereix l'eix Clot-Poblenou mencionat anteriorment, i on el centre comercial pot exercir de polaritat locomotora de l'eix sumat al Mercat del Clot, i als eixos comercials del Clot i Poblenou als extrems.

Cap a mar, el centre comercial es troba a uns 500m de distància de la part més propera del casc antic del Poblenou. Malgrat aquesta distància podria ser excessiva per a permetre la creació de sinèrgies positives i, al contrari, podria competir i captar part de la clientela del comerç de proximitat del Poblenou, la continuïtat de l'eix mencionat pot afavorir la connectivitat entre els dos elements i escurçar en l'imaginari dels compradors, la distància física real.

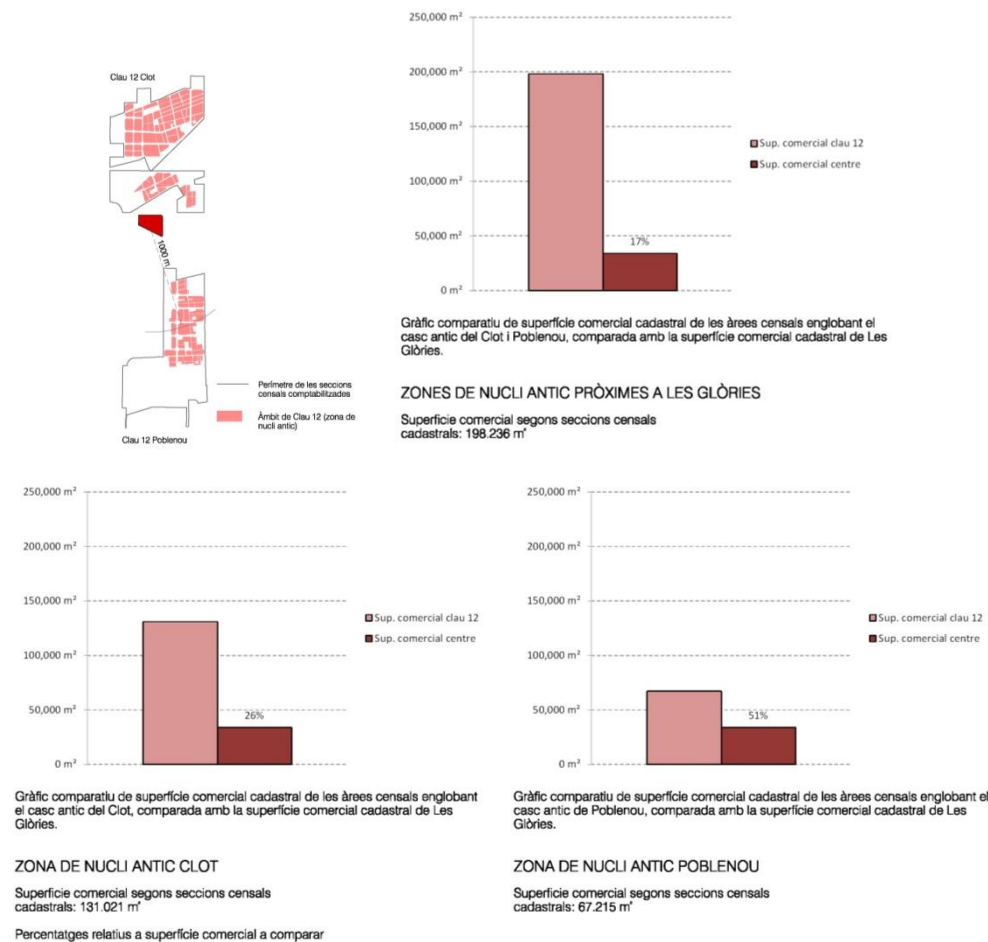
En termes de pes relatiu, Glòries representa el 51 % de superfície comercial en relació a la superfície cadastral comercial del casc antic del Poblenou, i el 26% en relació a la de Clot, on l'impacte seria menor, malgrat la proximitat.



Detall del plànol 2.06.3.3, Glòries i els cascs antics dels entorns

Relació amb altres polaritats comercials:

El centre comercial es troba en contacte amb els eixos comercials del Clot i del Poblenou, dels quals, comparativament, en representa un 31% i un 27% de la superfície comercial cadastral, respectivament, i entre els quals, exerceix un paper de frontissa. Malgrat el pes relatiu és alt respecte cada eix, respecte la suma dels dos eixos, es considera un pes mig. Un aspecte a destacar és que la seva proximitat pot permetre la creació de sinèrgies i continuïtats comercials entre les 3 polaritats. L'escull més important al respecte, seria l'efecte barrera de la Gran Via, el qual, com ja s'ha esmentat, serà atenuat després de la transformació de la Plaça.



Detall del plànol 2.06.3.3, Glòries i els eixos comercials dels entorns

El centre comercial es troba molt pròxim al mercat municipal del Clot. Comparativament, la superfície de venda de la locomotora alimentària del centre (Carrefour) és onze vegades major que la del mercat, (16.673 m² i 1.484 m² de superfície de venda, respectivament). El potencial impacte negatiu i competència de la locomotora alimentària del centre és molt alt cap al mercat municipal, el qual, no pot

oferir, a més, moltes de les comoditats que sí pot oferir el centre comercial, com aparcament en proximitat, etc. L'efecte barrera actual, podria atenuar lleugerament aquesta competència degut a l'efecte barrera de la Gran Via, especialment per als habitants del Clot.

Relació amb els usos turístics:

Durant els darrers anys la Plaça de les Glòries s'ha postulat com una nova fita turística de la ciutat, gràcies a la presència, a pocs metres de separació, del Mercat dels Encants, el Museu del Disseny i la Torre Agbar. Malgrat no es disposen dades, el centre comercials molt possiblement es beneficia de la presència de turistes gràcies a la proximitat a escassos metres de les fites mencionades, i la seva oferta de serveis de comerç i restauració.

Mobilitat

Segons dades de l'estudi de mobilitat annex al PMU del 2014⁸⁰, al centre hi accedeixen diàriament uns 4.500 vehicles en dia feiner i uns 5.700 en dissabte, amb una proporció de fins el 35% dels desplaçaments totals al centre. L'afluència anual és de 11.600.000 visitants⁸¹. L'estudi expressa que, amb l'ampliació prevista, s'augmenta lleugerament alguns punts de saturació excessiva de la infraestructura viària, com són l'accés situat a l'Avinguda Diagonal (costat muntanya) i a l'anella mateixa de la Plaça, entre Meridiana i Diagonal). S'estima, en aplicació dels ratis que estipula la normativa, l'augment de vehicles fruit de l'ampliació del centre serà d'uns 1.600 vehicles els dissabtes i d'uns 1.300 en dies feiners.

Transport públic: El centre gaudeix d'un nivell mig de connectivitat pública. En proximitat es troba una parada de metro de la línia 1, dues línies del Tram Besòs i diverses línies de Bus.

La línia de metro disposa d'un perfil transversal que permet la connectivitat del centre amb l'Hospitalet, Santa Coloma de Gramanet sense haver de commutar. El Tram, completa aquesta connectivitat intramunicipal, fent el centre accessible des de Sant Adrià del Besòs.

Mobilitats lentes

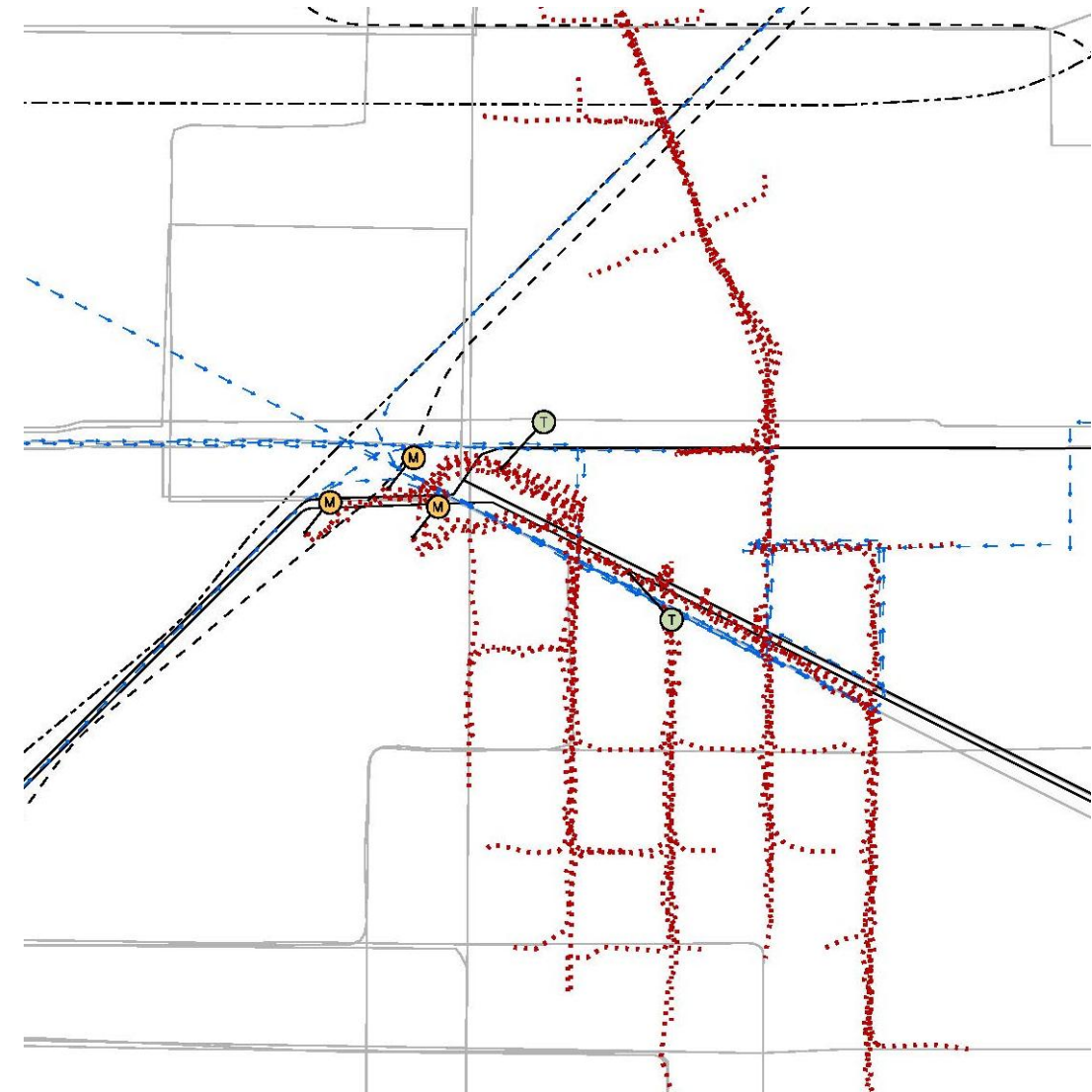
Actualment, la rambla central per a vianants de la Diagonal és el principal itinerari de mobilitats lentes per accedir al centre comercial. No obstant, la futura nova urbanització de la Plaça de les Glòries augmentarà notablement l'accessibilitat en aquest sentit fins a un grau alt.

⁸⁰ Pla de Millora Urbana de l'àmbit "Centre comercial Glòries". Document aprovació definitiva. Abril 2014

⁸¹ Segons el Directorio de Parques y Centros Comerciales de l'AECC 2016



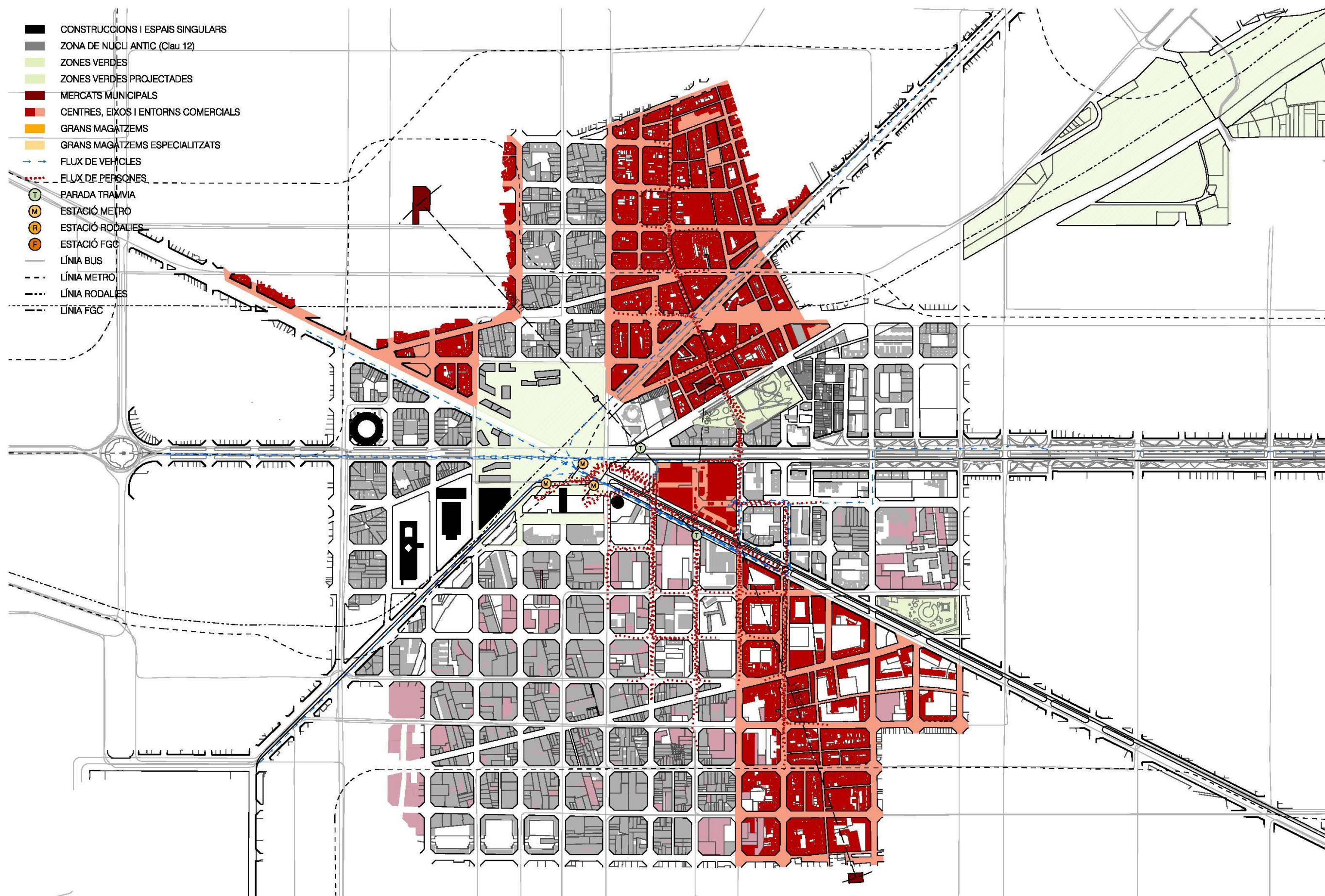
Plànol 2.06.3.3. Transport públic de Les Glòries



Detall del plànol 2.06.3.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre

Ampliació proposada

El centre comercial actualment està en procés de transformació i ampliació de la seva superfície construïda i comercial instrumentada a través d'una MPPGM aprovada el 2013 i un Pla de Millora Urbana aprovat a l'Abril de 2014. L'MPPGM estipula un augment d'edificabilitat de 5.500 m² mitjançant una permuta de sòl amb una parcel·la situada al 22@. L'augment de superfície construïda total és d'uns 12.000 m², superior a l'edificabilitat augmentada, degut a que s'edifica sobre sostre no construït del soterrani. L'ampliació reestructura, especialment, la distribució dels espais exteriors del centre, i aplica a través del PMU, diverses millores sobre la permeabilitat de les façanes del centre, la millora dels accessos i la trama urbana i la urbanització del seu entorn. Entre aquestes, destaca l'adapta la creació d'un nou accés principal a la Gran Via. L'augment estimat de visitants degut a l'ampliació és de tres milions.



Plànol 2.06.3.1

Conclusions






Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	ALT
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	MIG
Població resident en l'àrea de proximitat	ALT
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	ALT
Edificabilitat	ALT
Relació amb el teixit immediat	ALT
Qualitat del paisatge urbà generat	MIG
USOS	
Superfície de venda autoritzada	MIG
Superfície bruta arrendable	ALT
Diversitat funcional del centre	ALT
Superfície locomotora alimentària	ALT
Proximitat a mercats municipals	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MIG
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	MIG
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	MIG
Dotació d'aparcament	ALT
Accessibilitat en transport públic	MIG
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	ALT

Recomanacions

- Potenciar l'eix cívic Clot-Poblenou, que connecta el casc antic del Camp de l'Arpa amb el del Poblenou a través del Clot, el centre comercial i la Rambla del Poblenou, per a provocar sinèrgies entre les polaritats comercials que es troben al llarg del recorregut: eixos comercials locals, mercats i centre comercial
- Fer permeable i obrir accessos i comerços a la façana de la Gran Via.
- Per atenuar l'efecte negatiu de competència amb el Mercat del Clot, aconseguir la col·laboració entre les dues polaritats buscant fórmules de complementaritat i de sinèrgia positiva entre les dues, com, per exemple, no vendre producte fresc al Carrefour, intentant aconseguir que el Carrefour sigui la botiga àncora del Mercat, un cop la Gran Via hagi estat pacificada.
- Per a millorar els punts conflictius de mobilitat, especialment en els dies de màxima intensitat (dissabtes i divendres tarda i dies de reis, etc.), implementar mesures per la disminució de la cua d'accés a l'aparcament mitjançant desviaments cap a d'altres accessos, aixecament de barreres, etc.
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)

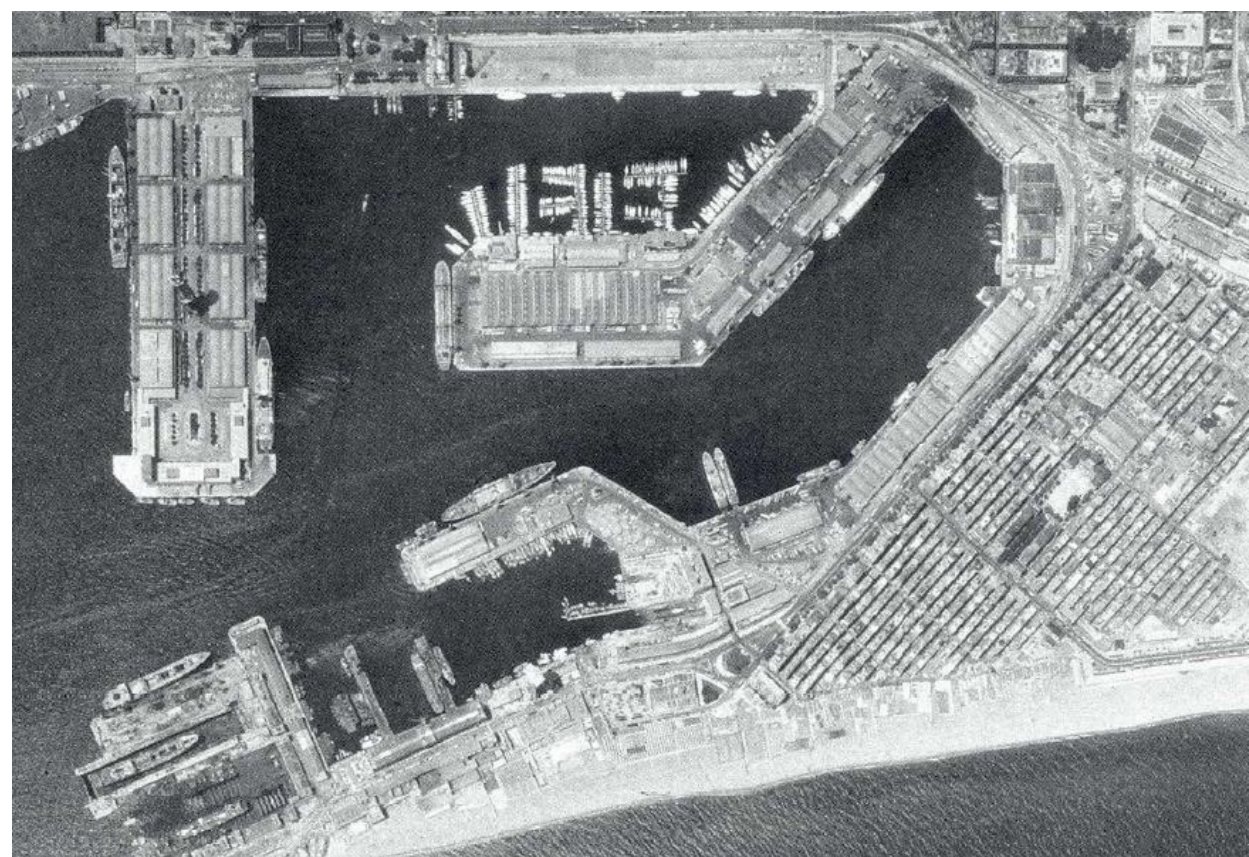
LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

MAREMÀGNUM

Origen i implantació

El centre comercial Maremàgnum es situa a l'extrem del moll d'Espanya dins el Port Vell de la ciutat, àrea de nova centralitat reconvertida durant la transformació olímpica dels anys 80. Aquesta transformació va suposar l'eliminació dels usos industrials i portuaris del Moll d'Espanya i del Moll de la Fusta principalment, per passar-hi la Ronda Litoral i situar-hi usos recreatius que van convertir la zona portuària més propera a Ciutat Vella en un nou pol de lleure i turisme, situat com a fita i punt terminal de la baixada per la Rambla. Al Moll d'Espanya s'hi van emplaçar el cinema IMAX, l'Aquàrium i al seu extrem el centre comercial Maremàgnum. Per millorar la seva accessibilitat amb Ciutat Vella, i especialment des de la Rambla, es va afegir una passera per a vianants sobre el mar que connecta el Moll amb el final de la Rambla i l'estàtua de Colom, el qual, a data d'avui, segueix sent l'accés principal a peu al centre.



Fotografia aèria del Port Vell l'any XXXX

L'edifici és un projecte dels arquitectes Albert Viaplana i Helio Piñon, i es va inaugurar l'any 1995. De la seva posició, en destaca la situació envoltada de mar, amb presència destacada de molls amb

embarcacions esportives. El moll en forma de península, tan sols es connecta a la ciutat a través d'un braç que desemboca a la Plaça del Portal de Mar a través d'un parc i un vial de vehicles.

Malgrat la seva posició clarament central respecte la ciutat i la proximitat a Ciutat Vella, la situació en el centre del Port provoca que es trobi lleugerament allunyat dels teixits més propers (Ciutat Vella i la Barceloneta), i com a conseqüència, dificulta el seu funcionament com a centre de proximitat, accentuat per la discontinuïtat de les trames i el lleu efecte barrera del Passeig Marítim. D'altra banda, la seva única connexió a través d'un únic vial, provoca que la seva accessibilitat sigui força limitada, tant viària com de transport públic.

La població resident a les àrees censals dins un radi de 500m, és de 17.426 habitants, i en un radi de 1.200m, és de 62.249 habitants. Malgrat a 500m s podria considerar que el grau de població al voltant és mig, la població situada a 1.200m fa que es considera un nivell baix de població al seu voltant.

Planejaments del sector propers

Tots els planejaments recents a l'entorn més immediat, estan relacionats amb la transformació del Port Vell i plans parcials o estudis de detall de modificació dels volums situats al Moll d'Espanya. La transformació més recent succeïda a les proximitats, ha estat la construcció de la nova marina de iots de luxe enfront el Passeig de Borbó. Aquesta ha reforçat el caracter lúdic i turístic d'aquesta àrea de la ciutat.



Esquema del planejaments en proximitat al centre comercial

Morfologia i relacions urbanes

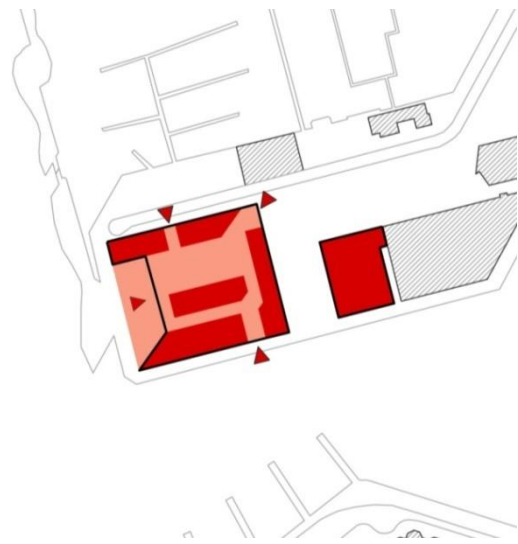
El centre comercial ocupa una parcel·la rectangular d'uns 10.920 m², assimilable a la mida d'una illa de l'Eixample. La seva edificabilitat és de 21.656 m² i es reparteix en dos volums: un que acull l'ús comercial i restauració, de planta baixa més dues plantes sobre rasant més un soterrani que acull l'aparcament. El segon volum, separat a escassos metres gairebé adjacent a l'Aquàrium i amb una plaça entremig, acull uns cinemes, actualment tancats. L'edifici principal es situa a quatre vents, amb l'entrada principal orientada a sud, tangencial a la passera de vianants.

Relació amb l'entorn

L'edifici disposa d'accessos des de totes les façanes. No obstant, la principal és la que s'orienta cap a la passera a mode de gran pòrtic d'entrada. La qualitat global de la relació amb l'entorn es considera baixa.

Els aspectes que es consideren desfavorables serien:

- El domini i la polaritat que provoca la orientació del centre cap a la passera de vianants, i la poca qualitat dels espais públics resultants sobre les altres façanes. A tall d'exemple, el vial d'accés al Club Nàutic i al centre situat sobre el cantó nord-oest i que permet una vorera de poques dimensions en contacte amb el centre.
- L'aïllament i la manca de continuïtat respecte la trama urbana, provoca que no hi hagi intercanvi d'activitats ni sinèrgies amb les activitats amb més properes.
- El monocultiu d'activitats de lleure i turístiques al moll, fet que provoca estacionalitat, i escassa diversitat d'usos. Aquest factor està agreujat per el tancament de dos dels edificis principals del moll: l'IMAX i els cinemes.



Esquema d'implantació i accessos del centre comercial

El resultat global d'aquests factors són espais al voltant de l'edifici, amb l'excepció dels situats enfront la façana principal, que donen aparença de residuals i sense ús.

Aquests factors negatius són lleugerament compensats per la materialitat i permeabilitat material de la façana a la planta baixa. Gràcies a la presència majoritària de restaurants a la planta baixa, aquesta té un grau mig-alt de permeabilitat. A més, la col·locació de vetlladors dels restaurants confrontats a la façana a la façana sud-est, dota d'una certa activitat a la riba del moll.

Usos del centre

Comparativament, Maremàgnum és un centre comercial de petites dimensions, amb tan sols 8.800 m² de venda autoritzada i 21.545 m² de superfície bruta arrendable total⁸². El centre es perfila clarament com a centre de lleure i restauració amb vocació turística. Així, dels 93 establiments existents, l'oferta de lleure representa un 60% de la superfície del centre, contra un 40% per a l'ús comercial. La restauració, que és el principal ús, es situa, principalment, entre la planta baixa i a la planta segona, per aprofitar les vistes privilegiades cap al mar i la ciutat. De l'ús comercial, els principals establiments corresponen al sector de moda i complements de les marques Desigual, Lefties, H&M i Bershka. Un tret destacable és l'absència de locomotora alimentària, que reforça el perfil lúdic turístic del centre.

El centre ocupa 668 llocs de treball, dels quals 624 corresponen a les botigues.

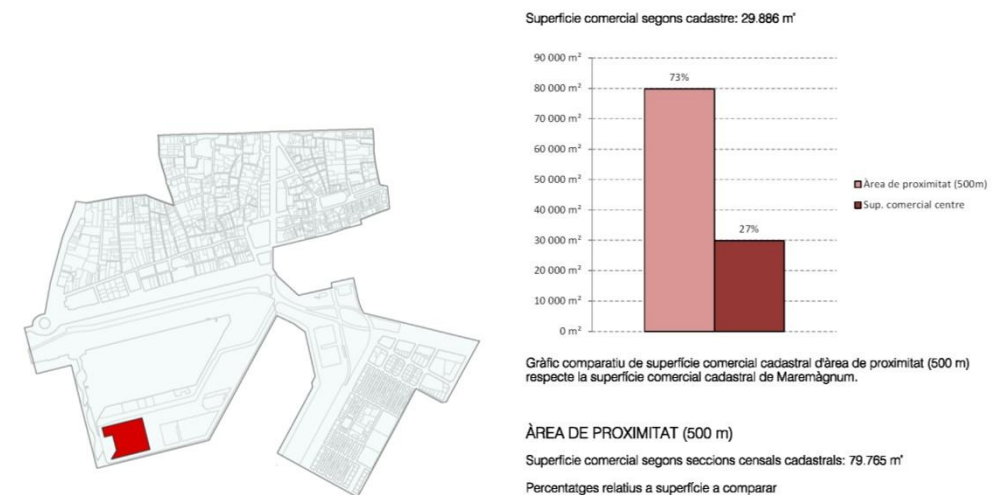
L'aparcament es desenvolupa en una sola planta soterrani, i disposa de 826 places d'aparcament, el tercer amb menys places dels centres comercials de la ciutat.

L'afluència de visitants és d'uns 11.000.000, fet que li atorga el segon millor rati d'afluència de visitants anual per any dels centres de la ciutat (513 visitants x any/m²)

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

En relació a les àrees censals dins un àmbit de 500, el centre representa un 27% de la superfície cadastral comercial d'aquestes. Aquesta és una proporció elevada. En par, es deu a que bona part de l'àmbit de proximitat és mar o absent de trama urbana amb comerç.

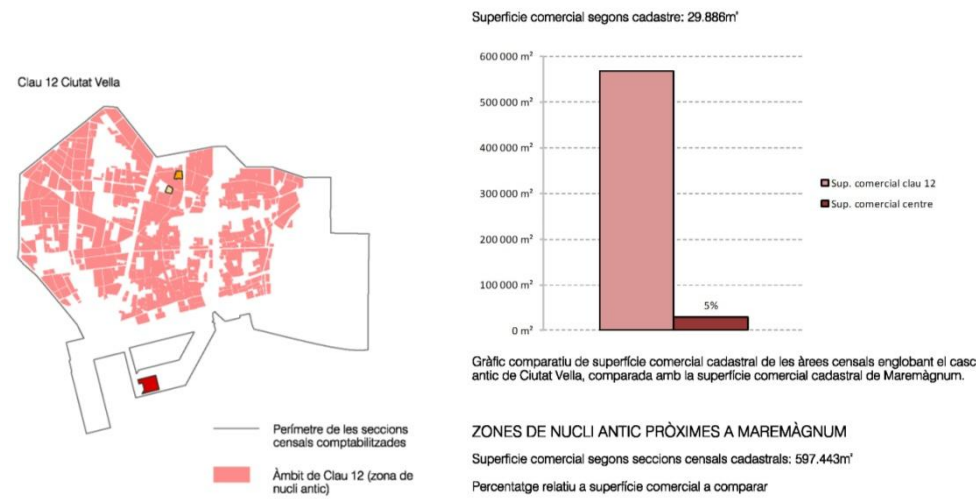


Plànol 2.06.4.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

⁸² Segons els estàndards de la AECC seria un centre mitjà, ja que supera els 20.000 m² de SBA

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

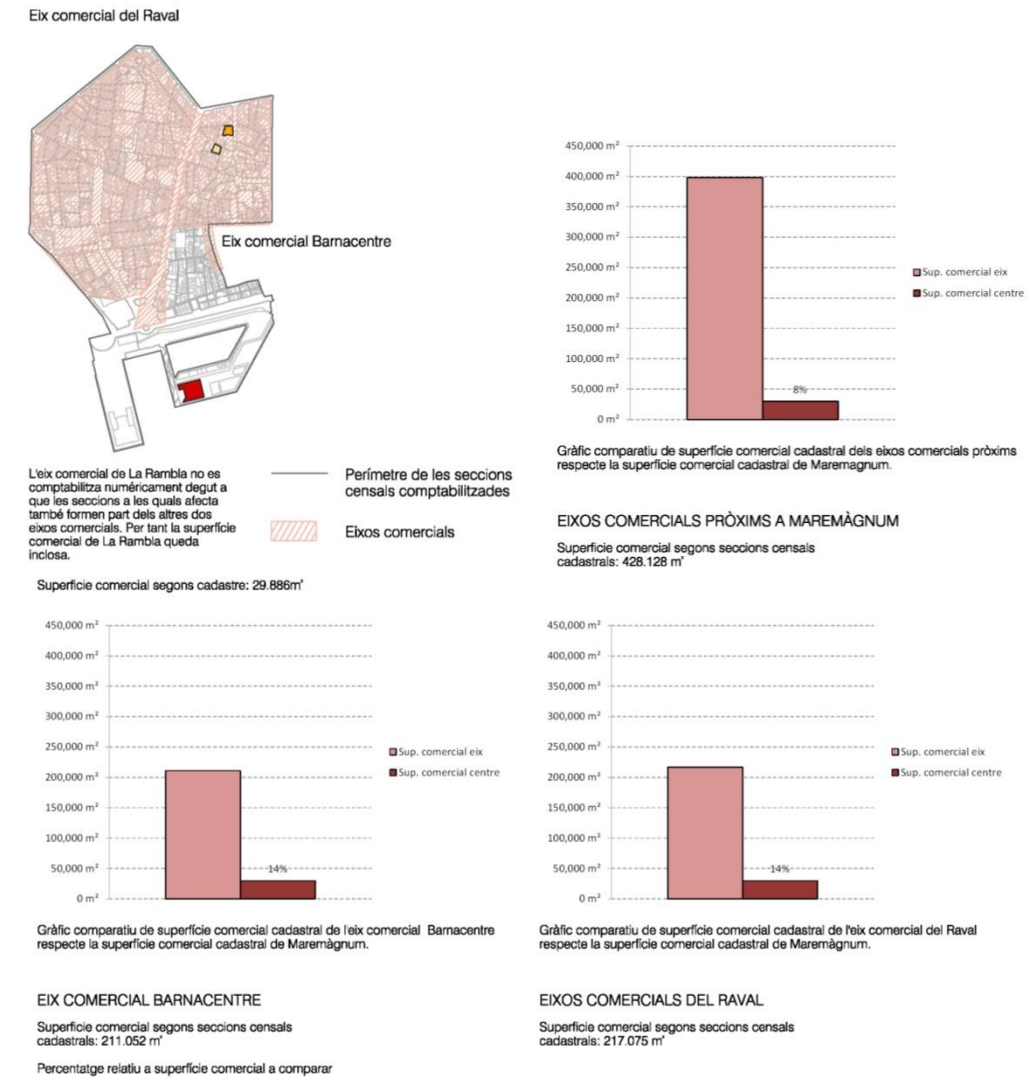
Maremàgnum es troba proper a les trames de casc antic de Ciutat Vella i de la Barceloneta. En relació a la trama de Ciutat Vella, el centre representa un 5% de la superfície comercial cadastral total, la qual es considera una proporció baixa. Malgrat es produeixen fortes sinèrgies i flux de persones de Ciutat Vella cap al Maremàgnum, la gran majoria responen a dinàmiques i fluxos turístics, i no pas a dinàmiques de caire comercial. Al contrari, molts de les polaritats i usos comercials del casc antic, especialment a l'eix de la Rambla, són subsidiaris de les dinàmiques turístiques, de les quals, el centre comercial n'és un dels grans beneficiaris. Per tant, es pot concloure que no es produeixen sinèrgies comercials entre el centre comercial i la trama de casc antic.



Detall del plànol 2.06.4.3. Maremàgnum i els cascs antics de Ciutat Vella

Relació amb altres polaritats comercials:

El centre comercial es troba en proximitat a els eixos comercials situats a Ciutat Vella (Eix Raval, Eix La Rambla i Eix Barnacentre). En relació als eixos de la Rambla i Barnacentre, Maremàgnum representa el 14% de la superfície comercial cadastral⁸³. En relació a la suma dels dos eixos, el centre representa el 8%, el qual s'ha considerat un grau baix de concentració comercial.



Detall del plànol 2.06.4.4. Maremàgnum i els eixos comercials propers

Relació amb els usos turístics:

Com ja s'ha mencionat anteriorment, el centre comercial Maremàgnum és un equipament lúdic-comercial orientat majoritàriament cap al turisme. En particular, es situa en zona portuària catalogada d'interès turístic, fet que li permet obrir tots els diumenges de l'any, essent l'únic centre comercial de Barcelona amb aquesta condició. El centre és la fita culminant del, probablement, principal recorregut turístic de la ciutat (l'Eix Passeig de Gràcia – Plaça Catalunya, la Rambla – Colom – Maremàgnum), que aglutina algunes de les majors atraccions turístiques de Barcelona (la Casa Milà, la Casa Batlló, La Rambla, la Boqueria, Colom, etc.). Aquesta atractivitat del centre és deu, especialment, a la posició sobre el front marítim envoltada de mar. De tots els centres de la ciutat és el que més es relaciona i aprofita les dinàmiques turístiques.

⁸³ No s'ha comptabilitzat la superfície comercial cadastral de l'Eix Rambla, ja que les àrees censals associades, difereixen excessivament amb el perímetre de l'eix, i es superposen amb les dels altres dos eixos adjacents.

Mobilitat

No s'ha disposat per aquest treball, de cap estudi de mobilitat del centre. La única dada que s'ha pogut consultar respecte la seva mobilitat induïda, és l'afluència de visitants, que va ser de 11.000.000 l'any 2015. Aquesta és molt alta, en relació a la superfície comercial del centre i a la superfície de venda autoritzada (513 visitants/m² SBA x any, i 1.256 visitants/m² SVA x any). La proporció en relació a la SVA és la més alta de la ciutat. Aquesta dada, també està condicionada per la menor superfície comercial en relació a la de lleure i restauració.

La mobilitat en vehicle privat és molt limitada i tan sols possible a través d'un únic accés, situat al Portal de la Pau a través del Moll d'Espanya. Aquesta entrada, està molt condicionada i exposada a la intensitat de trànsit de la Via Laietana, els Passeig de Colom, d'Isabel de Borbó, i cap a la Barceloneta. Segons l'aranya de trànsit, la Intensitat Mitjana Diària en el vial que dona accés al centre, és d'uns 33.000 vehicles/dia els dies feiners.

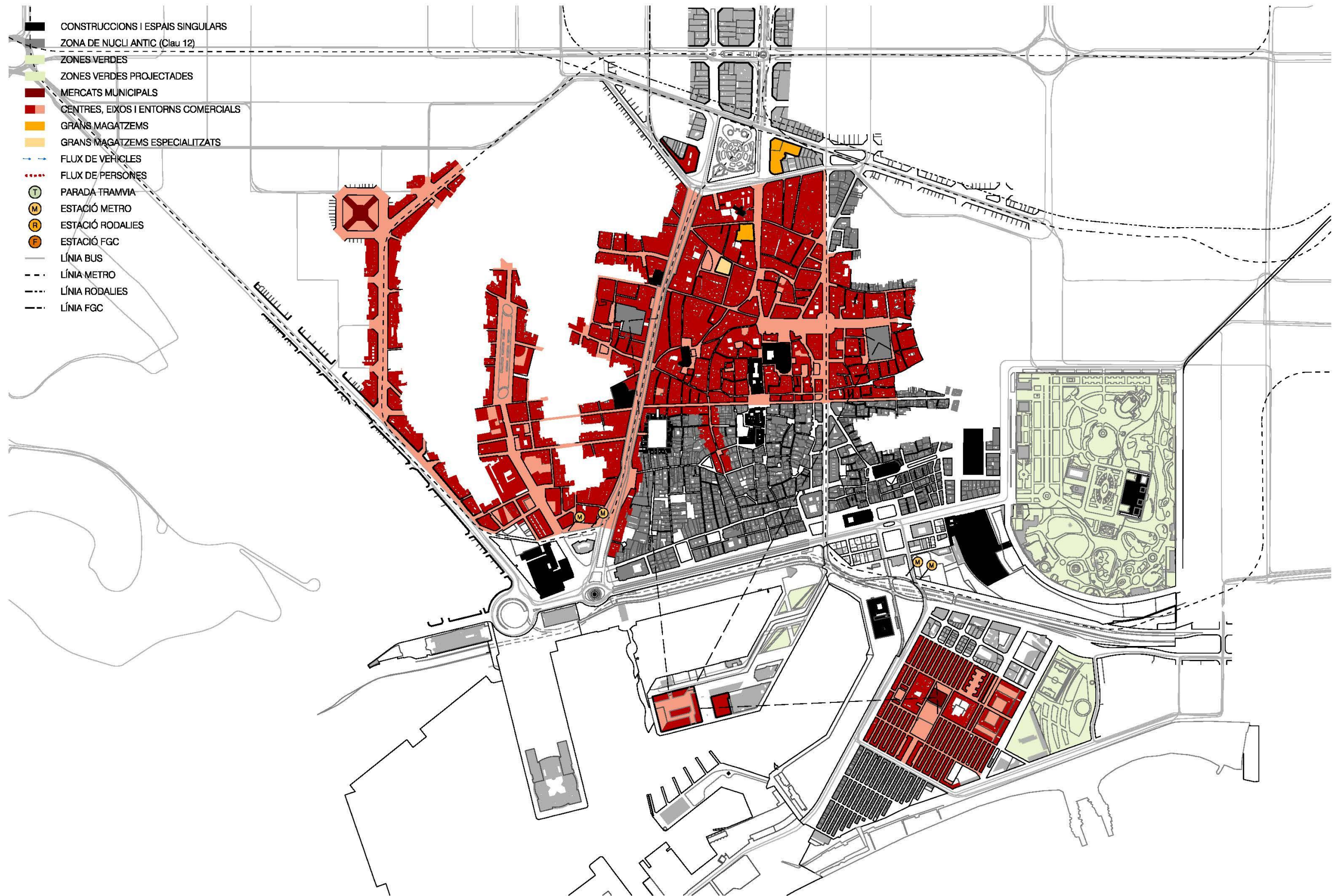
Respecte l'accés en transport públic, la posició en un moll enmig del port, penalitza fortament l'accessibilitat en transport públic al centre. Les dues línies de metro (línia verda – parada Drassanes, i línia groga – parada Barceloneta) més properes es troben allunyades i requereixen un llarg passeig a peu. Respecte al transport en superfície, tan sols hi arriba una línia de Bus, la V17. Per tant, es pot considerar que el grau d'accessibilitat, tan pública com privada, és molt baix. De fet, malgrat no es disposen de dades, es probable que la gran majoria de visitants hi accedeixi a peu a través de la passera provinent de Colom.



Detall del plànol 2.06.4.1 amb les mobilitats relacionades amb el Maremagnum



2.06.4.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Plànol 2.06.4.1

Conclusions

Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	ALT
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	BAIX
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	MIG
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	BAIX
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	MIG
Edificabilitat	MIG
Relació amb el teixit immediat	MIG
Qualitat del paisatge urbà generat	BAIX
USOS	
Superfície de venda autoritzada	BAIX
Superfície bruta arrendable	MIG
Diversitat funcional del centre	BAIX
Superfície locomotora alimentària	-
Proximitat a mercats municipals	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	ALT
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	ALT
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	BAIX
Accessibilitat en transport públic	BAIX
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	MIG
Potencial d'acollida d'activitats productives	MIG

Recomanacions:

- Recuperar l'activitat als edificis sense ús del moll, a poder ser amb activitats que aportin diversitat funcional, més enllà de l'oferta lúdica, per a augmentar l'activitat a l'espai públic del Moll d'Espanya.
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)
- Generació d'activitats sobre els espais públics
- Millorar la relació del centre comercial amb l'aigua

LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

EL CENTRE DE LA VILA

Origen i implantació

El centre comercial el Centre de la Vila es situa al cor del barri de la Vila Olímpica, nou creixement residencial dins la Àrea de Nova Centralitat anomenada Carles I – Av. Icària, construït per acollir els esportistes durant els Jocs Olímpics del 92. El barri va convertir en residencial el sector industrial comprès entre la Ciutadella, el front marítim i el col·lector del Bogatell. Aquest àmbit, tradicionalment havia quedat aïllat de la resta de la ciutat degut a la presència dels traçats de ferrocarril del Maresme i el ramal cap al c/Aragó que emergien d' l'estació de França, i el tap urbà de la Ciutadella. En la franja en contacte amb el mar, unes dècades abans, havia acollit el creixement informal del Somorrostro.

La transformació urbanística, de gran envergadura, va implicar la construcció de noves infraestructures principals: eliminació de les vies de tren paral·leles al front marítim, cobertura del col·lector de sanejament del Bogatell, traçat de la Ronda Litoral, construcció d'un front amb platges, la construcció d'un nou port esportiu, i la continuació, amb variacions, del traçat de l'eixample, amb illes i blocs residencials, combinats amb hotels, oficines i, pràcticament al seu centre geomètric, un equipament comercial de referència.



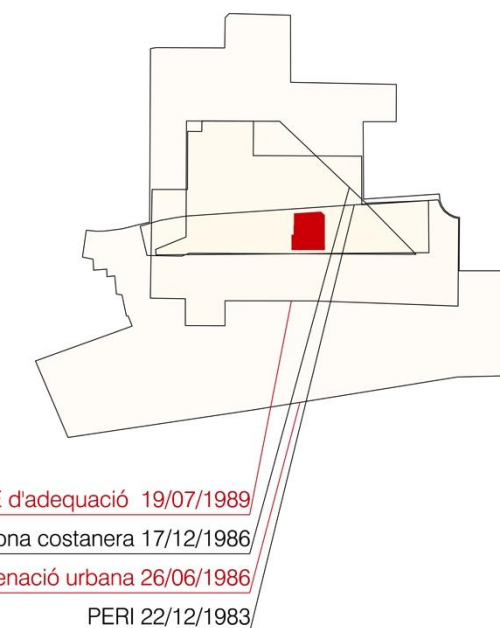
Ortofoto de l'àmbit previ al desenvolupament de la Vila Olímpica.

El barri va ser planificat per el despatx MBM, i els edificis van ser projectats per arquitectes que havien guanyat el premi FAD amb anterioritat.

Amb posterioritat a la celebració dels JJOO, els barri va ser ocupat paulatinament per els nous veïns, fins a disposar certa activitat urbana, però força menor respecte als altres barris densos de la ciutat. Actualment, a les àrees censals dins els 500metres de radi de distància del centre, hi viuen 7.768 habitants, el segon nombre més baix d'habitants després de la Maquinista. A 1.200 metres, la població resident és de 49.087 habitants, la més baixa de la ciutat en relació a un centre comercial. Aquesta baixa població resident es deu a la manca de teixit urbà degut a la proximitat al front marítim, a la relativament baixa densitat edificada del barri, i la incompleta densificació i desplaçament de residents al mateix.

Planejaments del sector propers

En proximitat al centre comercial, la major part de planejaments són previs, simultanis i/o relacionats amb el planejament de la Vila Olímpica. Malgrat es troba a una distància major, el nou planejament més destacat seria el del 22@. No obstant, la poca rellevància del centre comercial respecte l'entorn, limita el seu impacte i influència. També caldria considerar, el trencament del perímetre que representa la Ciutadella, tot i que la influència del centre en aquest sentit seria encara menor o irrisòria.



PE d'adequació 19/07/1989

MPGM zona costanera 17/12/1986

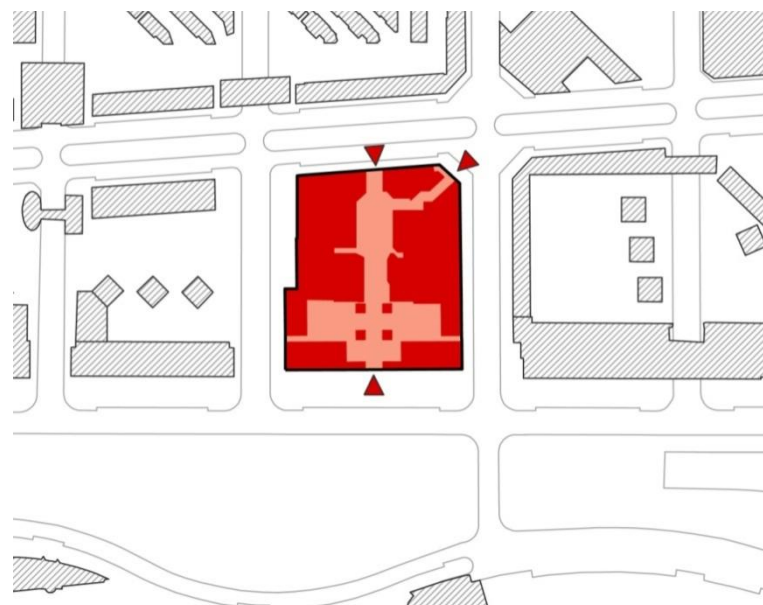
PE d'ordenació urbana 26/06/1986

PERI 22/12/1983

Esquema dels planejaments propers al centre comercial

Morfologia i relacions urbanes

El centre es situa inscrit dins l'illa delimitada per l'Av. Icària, el carrer Arq. Sert, el carrer Rosa Sensat i el carrer Salvador Espriu. L'ús comercial ocupa la planta baixa i la planta soterrani del centre de la parcel·la. Al perímetre de les plantes superiors, volums alineats a façana de 5 plantes, acullen habitatge. La parcel·la ocupa 17.565 m² de superfície de sòl. L'edificabilitat total de l'illa, inclosos els habitatges, és de 30.000 m². Respecte la resta de centres comercials de la ciutat, el Centre de la Vila és dels de rang mitjà o petit.



Esquema d'implantació del centre

És el centre comercial de la ciutat amb l'integració major respecte el seu entorn, degut a la inscripció dins una illa construïda d'habitatge. Des de l'exterior, tan sols són visibles les entrades generals al centre, i els aparadors d'alguns dels comerços que se situen en contacte amb l'exterior al perímetre. De manera que el seu impacte visual és molt reduït, prenent una aparença molt discreta i on predomina l'aspecte de bloc d'habitatges amb planta baixa comercial. En aquest sentit, el centre s'integra completament al paisatge urbà ordinari de la ciutat, i les seves relacions urbanes no difereixen significativament a qualsevol de la resta de carrers amb comerç del barri. Els seus accessos principals es situen amb lògica de jerarquia respecte als carrers principals (centrats respecte al front de façana del c/Salvador Espriu i de l'Av. Icària), i al xamfrà de l'última amb c/Arq. Sert. L'accés des de Salvador Espriu, es fa a través d'una porxada i un espai exterior parcialment cobert, que funciona com a plaça semi pública previ de distribució i accés als comerços i amb alguna terrassa per a restauració al perímetre.

A l'interior el centre s'estructura a partir d'un eix alineat mar muntanya, i amb la major part de comerços situats a banda i banda.



Fotografia de la façana del centre al carrer Arquitecte Sert.

Usos

El centre comercial disposa d'una llicència comercial de 13.581 m² de superfície de venda autoritzada, essent dels més petits dels centres de Barcelona. La superfície bruta arrendable és de 17.600 m², la tercera més petita dels 10 centres de la ciutat. Disposa de 86 comerços (la majoria de petita i/o mitjana dimensió), dels quals 8 són exteriors. El programa es desenvolupa en dos plantes comercials (planta baixa i soterrani), i dues plantes d'aparcament, amb estacionament per a unes 1.000 places.

El perfil comercial dels establiments del centre, s'apropa més a botiga de barri o de districte que no pas a un centre comercial d'abast municipal o metropolità, ja que el centre no disposa de cap locomotora comercial destacable ni de primera marca internacionals com a la majoria dels centres comercials de la ciutat. Els principals comerços són Running Sports i Last Price BCN.

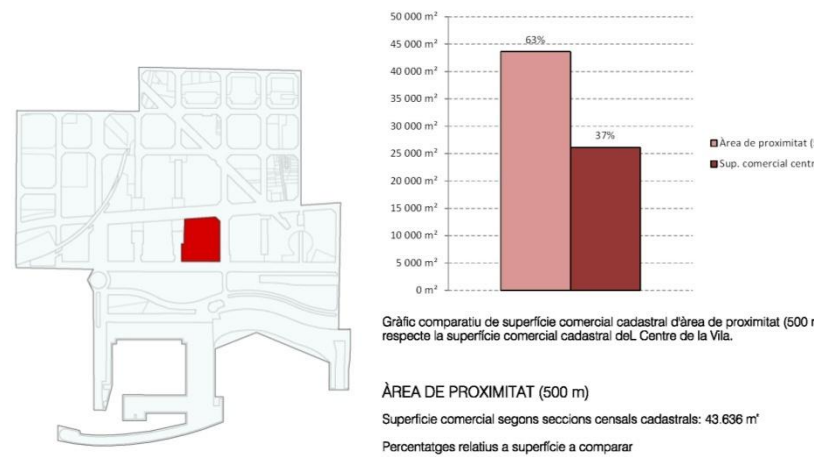
Cal destacar l'existència d'uns cinemes amb 15 sales i amb 2.269 butaques d'aforament. De fet, el lleure, representa una mica més de la meitat de la superfície del centre, amb un 52% de la superfície, respecte un 48% de superfície comercial.

Hi ha una locomotora alimentària de petites dimensions (3.700 m² de SVA) de la cadena Consum, la qual es pot considerar de dimensió mitjana, molt inferior a la dels grans centres comercials.

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat:

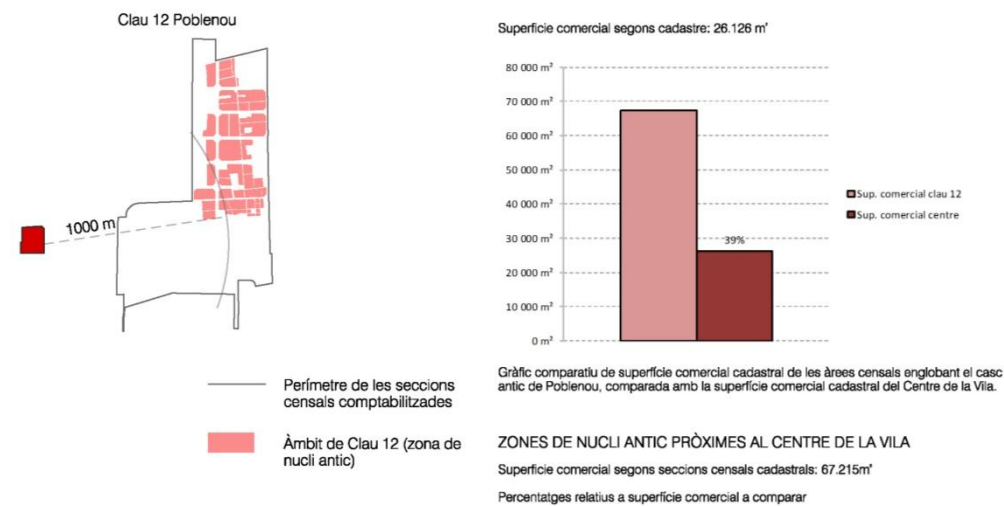
El centre de la vila representa un percentatge alt (37%) de concentració comercial respecte el seu teixit més immediat. Aquest percentatge, malgrat la poca superfície comercial del centre, es deu a la poca consolidació del comerç del barri.



Plànol 2.06.5.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

Relació amb trames de casc antic (clau 12):

La trama de casc antic més propera al Centre de la Vila és la del Poblenou, que es situa a uns 1.000 metres aproximadament. Aquesta distància impedeix la creació de sinèrgies comercials positives entre els dos àmbits. Alhora, degut al perfil comercial de menor entitat del centre, amb establiments equiparables a les botigues de barri, i a la inexistència d'una locomotora alimentària de grans dimensions al centre, és plausible que el desplaçament de clientela entre el casc antic cap al centre sigui menor respecte altres centres comercials amb situacions similars.

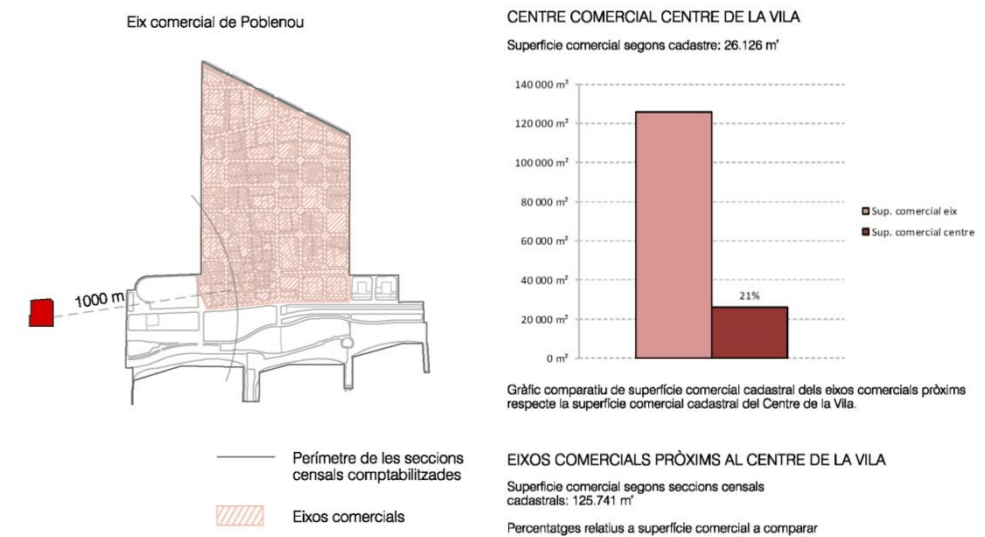


Detall del plànol 2.06.5.3. Pes comercial del centre respecte el casc antic del Poblenou

Relació amb altres polaritats comercials:

El Centre de la Vila es troba relativament allunyat respecte a d'altres eixos i entorns comercials. El més proper és l'Eix comercial Poblenou, parcialment coincident amb la trama de casc antic del Poblenou, i

situat aproximadament a 1 km de distància. El pes comercial del centre és del 21 % (mig-alt), respecte l'eix. La posició relativa, la dimensió i el perfil dels establiments fa que la situació sigui anàloga a la mencionada a l'apartat anterior, i que, malgrat s'hagi de demostrar empíricament, la creació de sinèrgies positives i la capacitat de captar clientela de l'eix, malgrat no es pugui refutar empíricament, es pugui suposar de baix grau. El centre comercial es troba molt allunyat respecte cap mercat municipal. Els dos més propers (Barceloneta i Poblenou) es troben a uns 1,3km de distància. De fet, el Centre de la Vila cobreix un gran buit existent de mercats municipals en l'àrea compresa entre Glòries, la Ciutadella, el front marítim, i el casc antic del Poblenou. És per això, que no exerceix cap competència, i al contrari, dota i equipa un barri on no existeix cap equipament municipal d'aquest tipus.



Detall del plànol 2.06.5.3. Pes comercial del centre respecte l'eix comercial del Poblenou

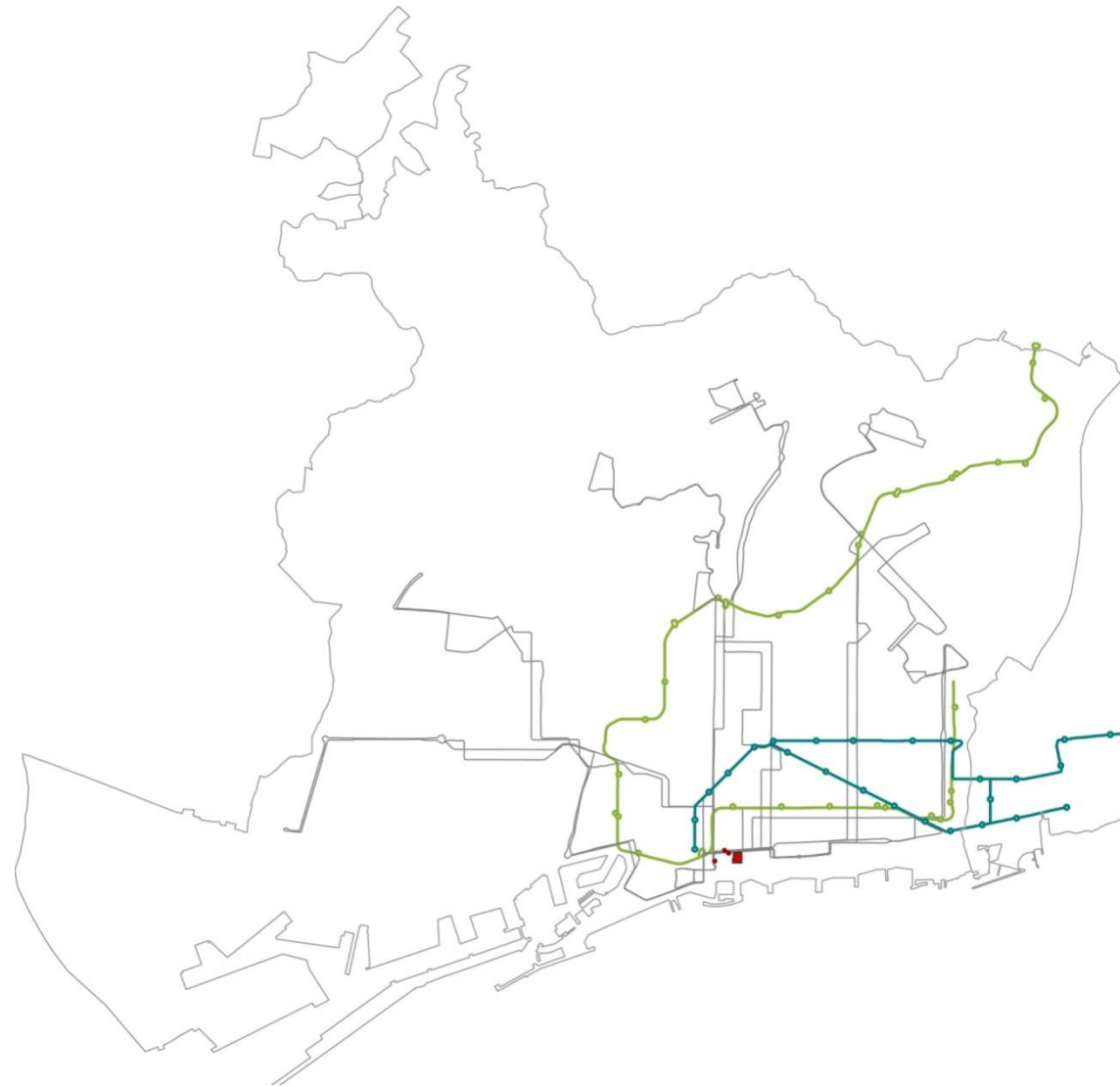
Relació amb usos turístics

El centre es troba molt proper a un dels focus de major atractiu turístic de la ciutat: el Passeig Marítim de la Barceloneta, el Port Olímpic i les platges de la Barceloneta, de la Nova Icària i el Bogatell. En aquest sentit, el centre possiblement es pugui beneficiar parcialment de l'afluència de visitants a la zona. No obstant, la situació en segona línia del front, la manca de visibilitat respecte el mateix, i la dimensió i perfil comercial de menor rellevància, redueixen probablement la seva atractivitat i aprofitament del turisme per a augmentar les vendes i l'activitat comercial, com sí fan d'altres centres situats propers a focus turístics

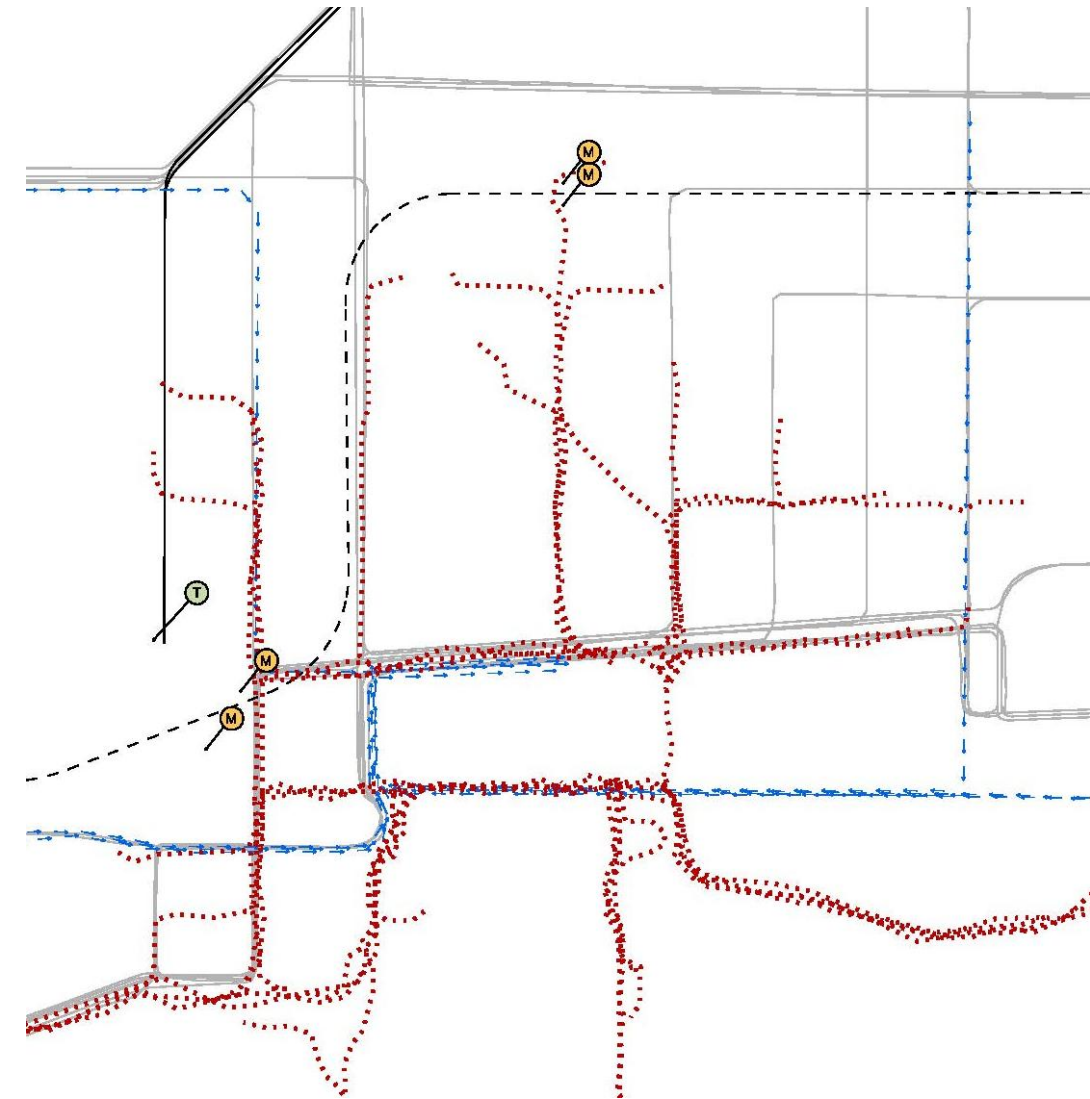
Mobilitat

Per a la redacció de l'estudi no s'ha pogut disposar de dades de mobilitat ni aflluència de visitants al centre. En relació a la mobilitat rodada, malgrat es troba en proximitat a la Ronda Litoral, la seva accessibilitat respecte l'àmbit municipal és mitjana o baixa, ja que es troba al tram central de la ciutat, i no pas sobre el perímetre.

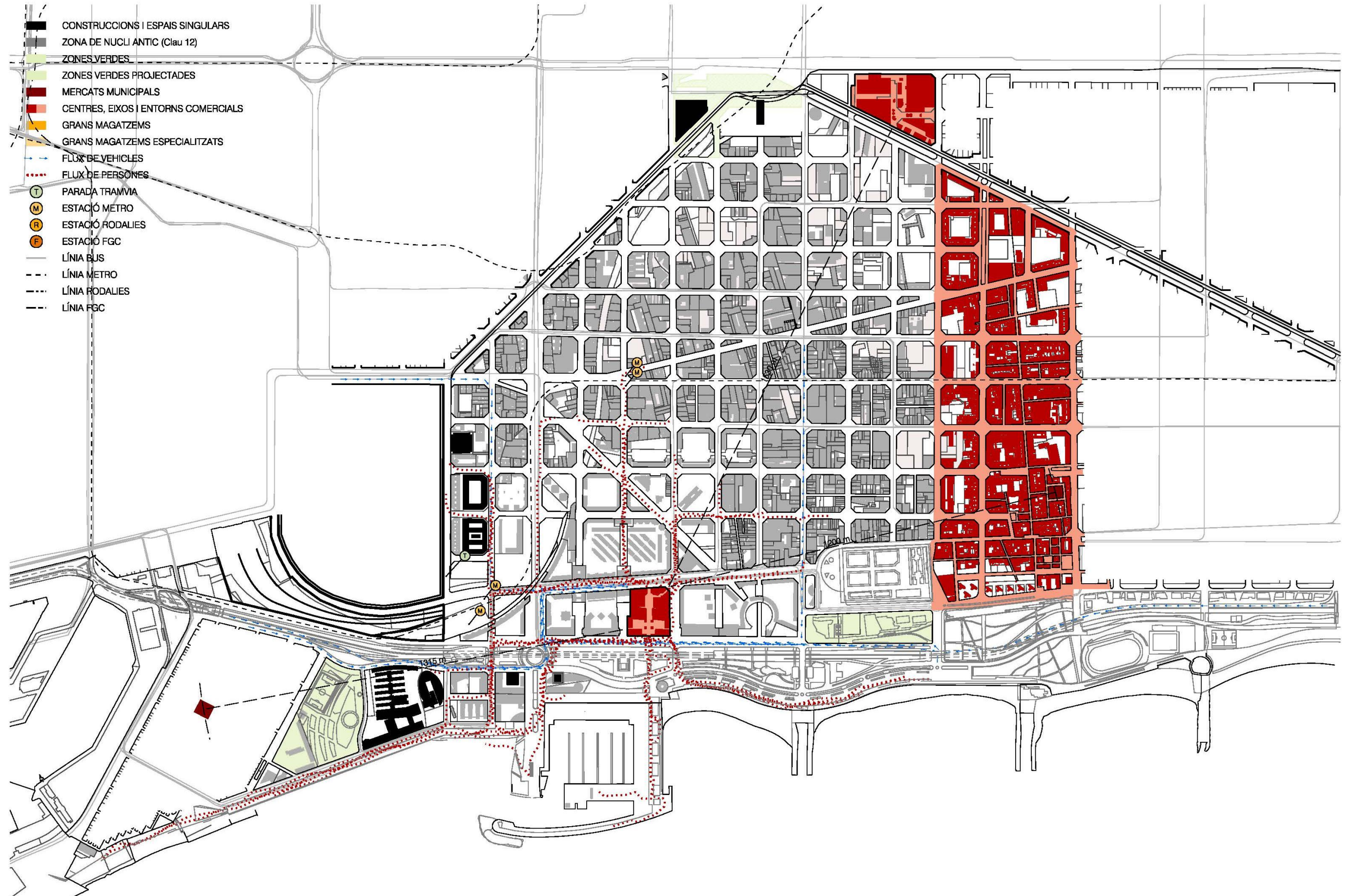
L'accessibilitat en transport públic, és considera de nivell mitjà. Disposa en proximitat (uns 400 metres) d'una parada de la línia 4, una línia de tramvia a uns 500 metres, i diverses línies de Bus que el connecten a la majoria de districtes de la ciutat, tan en la direcció mar-muntanya com Llobregat-besós.



Plànol 2.06.5.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Detall del plànol 2.06.5.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Conclusions






Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	BAIX
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	BAIX
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	BAIX
MORFOLOGIA I PAISATGE URBÀ	
Superfície de parcel·la	MIG
Edificabilitat	MIG
Relació amb el teixit immediat	ALT
Qualitat del paisatge urbà generat	ALT
USOS	
Superfície de venda autoritzada	BAIX
Superfície bruta arrendable	BAIX
Diversitat funcional del centre	BAIX
Superfície locomotora alimentària	BAIX
Proximitat a mercats municipals	BAIX
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MOLT ALT
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	BAIX
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	ALT
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	MIG
Accessibilitat en transport públic	BAIX
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	MIG

Recomanacions

- Augmentar la visibilitat del centre comercial des de l'exterior.
- Implantar botigues de major rellevància per augmentar la seva atractivitat, més enllà del districte de Sant Martí.
- Aprofitament de la coberta (coberta verda, generació energètica, mitigar efecte illa de calor, usos socials i cívics).

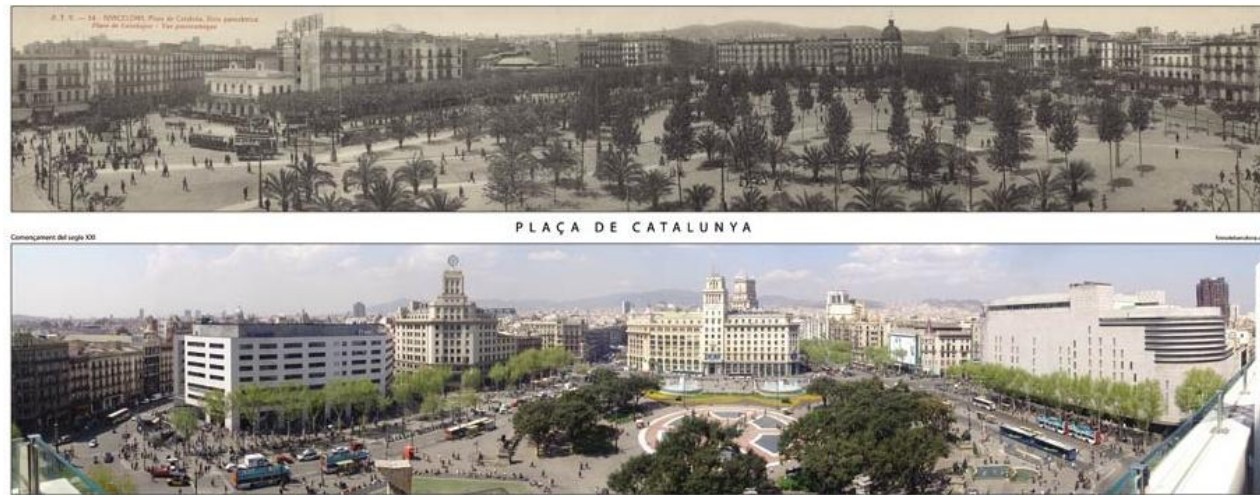
LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

EL TRIANGLE

Origen i implantació

El centre comercial El Triangle se situa a la plaça Catalunya, al capdamunt de La Rambla amb el carrer Pelai, en un dels escenaris de màxima centralitat de la ciutat a nivell funcional i un dels més representatius en l'imaginari col·lectiu. La plaça Catalunya se situa en un punt de ròtula entre els espais urbans més antics i la ciutat que s'expandí a mitjan segle XIX amb el traçat de l'Eixample.



El perfil de la majoria d'edificis que donaven front a la plaça fins fa unes dècades, majoritàriament bancaris, disminuïa la representativitat social d'aquest espai i l'efecte catalitzador urbà que podrien haver-li donat altres usos. L'estació del ferrocarril terminal del ferrocarril de Sarrià amb el seu cafè emblemàtic, l'arribada de les primeres línies de metro durant els anys 1920, l'obertura d'una galeria comercial subterrània xel 1940 i la inauguració del primer Corte Inglés de la ciutat l'any 1962 van ser alguns dels esdeveniment i activitats que han marcat la història de la plaça i li han conferit to urbà.

L'obertura de El Triangle, a finals de l'any 1998, transformava el que havia estat un dels espais més singulars i emblemàtics de la plaça, la cantonada on hi havia situat el Zurich cafè i on uns anys abans havia tancat l'Avinguda de la llum, la primera galeria comercial subterrània de Barcelona.

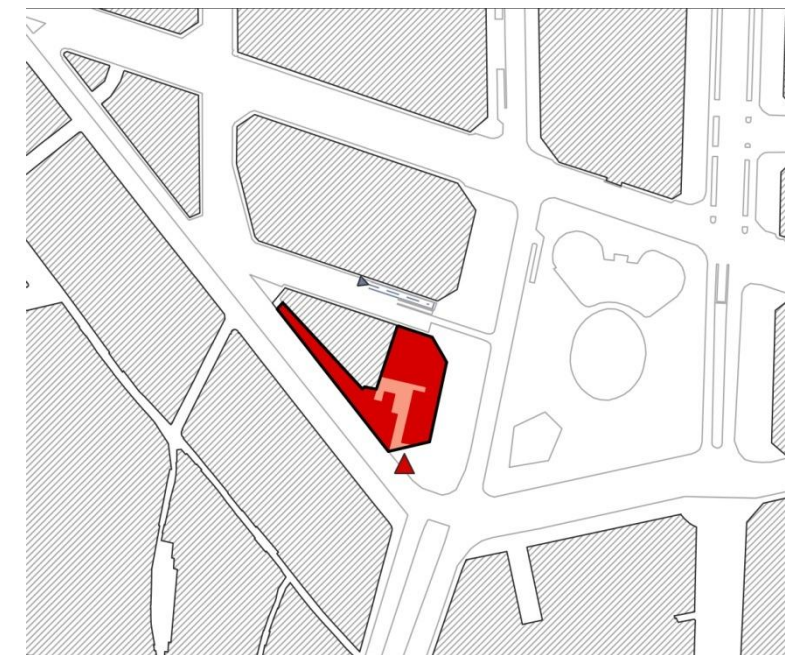
En la majoria de casos s'han emprat els centres comercials com a catalitzadors de l'activitat urbana, se'ls hi ha confiat la generació de certa centralitat. Aquí estem en un cas invers, el centre comercial s'erigeix en el punt més central de la ciutat. El centre comercial no és generador de fluxos, sinó un element més en un espai saturat pels moviments humans de la ciutat. Per tant, és impossible destriar el centre comercial de la complexitat del territori que el suporta. La seva centralitat, la confluència de fluxos i unes poblacions

flotants molt elevades li confereixen una singularitat que no comparteix amb cap dels altres centres comercials de la ciutat.

L'elevat número d'espais comercials (grans magatzems, establiments de grans superfície de venda) i locals de restauració fa que l'edifici sigui una peça més d'una àrea que alguns autors ja han considerat com un centre comercial obert de Barcelona.

Morfologia i relacions urbanes

Segons la classificació de l'Associació Espanyola de Centres Comercials, El Triangle és un centre comercial petit. Ocupa una parcel·la de menys de 5.000 m², la més petita dels centres comercials de la ciutat. La seva forma és molt particular: pren forma de V amb un xamfrà al seu vèrtex, però una de les seves ales és molt estreta. En relació amb els altres centres comercials, té una de les edificabilitats més baixes, 22.341 m², i un sostre construït (sobre i sota rasant) de 37.748 m², el menor de la ciutat.



Esquema d'implantació del centre

L'edificabilitat és concentra en la part de la parcel·la que dona a la plaça Catalunya, a La Rambla i al carrer Bergara. L'estreta franja de la parcel·la sobre el carrer Pelai és configura en planta baixa. Els principals accessos del centre comercial se situen als xamfrans. La porta principal al centre se situa al xamfrà orientat cap a La Rambla, mentre que al xamfrà Bergara-Catalunya hi ha accessos a dues de les seves principals locomotores.

És el cente comercial que més s'obre sobre el seu perímetre, amb establiments oberts directament a façana i amb accés únicament des de l'espai del carrer. Per diverses raons, ja sigui la inèrcia històrica, com

pel fet que l'arribada del carrer Balmes interromp el que podria ser un front edificat sobre el carrer més contundent, la vorera muntanya del carrer Pelai té unes dimensions en amplada molt menors que la vorera mar, el que limita els fluxos de persones.

Usos

El Triangle és el centre comercial amb una superfície de venda més baixa,⁸⁴ i amb un menor nombre d'establiments (un total de 22). Compta amb 14.179 m² de superfície bruta arrendable, el que el converteix en el segon centre amb menor superfície. Té un comerç àncora que ocupa la meitat de la superfície del centre, un FNAC que abarca gran part de les plantes de l'edifici. Al subòl hi ha una perfumeria Sephora, que també actua de locomotora, amb una superfície que s'acosta als 2.500 m² i que ocupa part de l'antiga galeria comercial subterrània mencionada anteriorment.

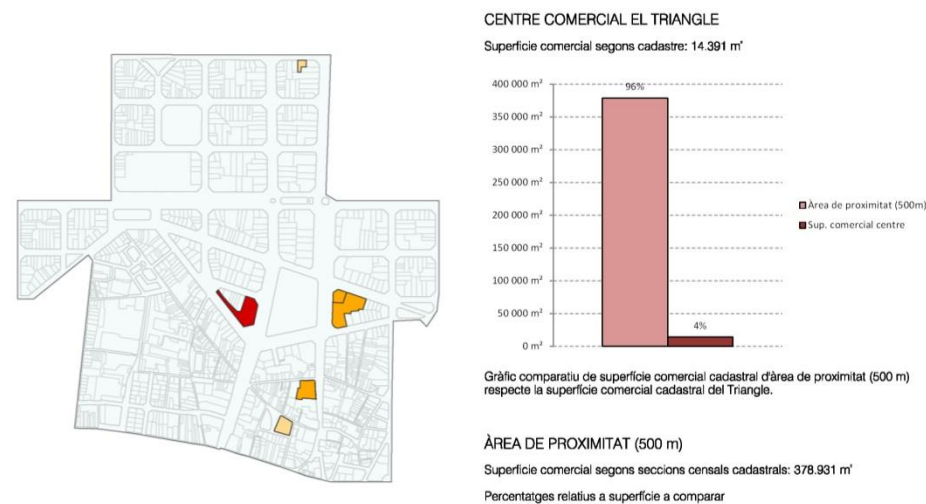
Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

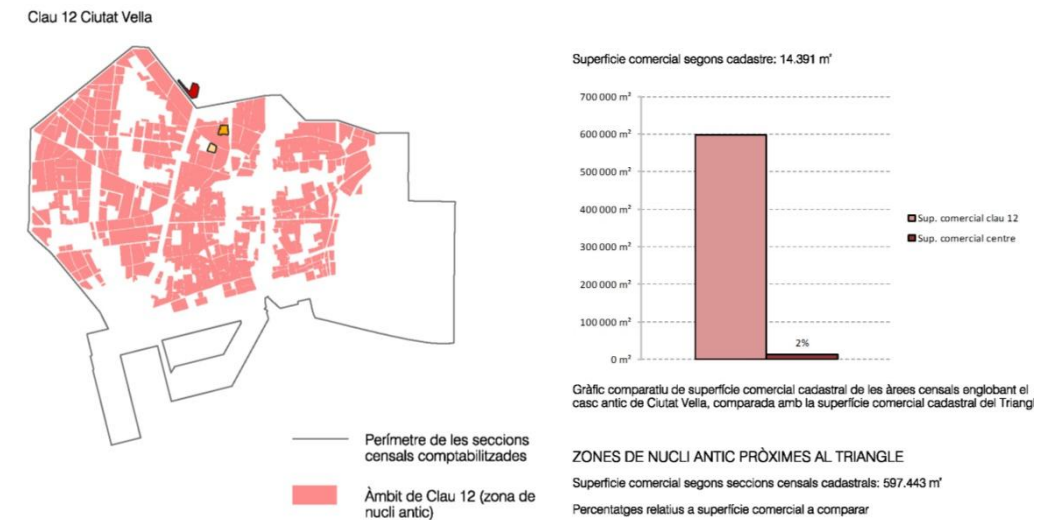
Assenyalàvem a l'inici d'aquesta explicació que El Triangle se situa en un punt de màxima centralitat, també pel que fa a l'ús comercial. En el seu entorn més proper, aquell delimitat per les àrees censals compreses dins d'un radi de 500 metres, hi ha establiments comercials de gran superfície i inclús diversos Grans magatzems (Corte Inglés de pl. Catalunya i de Portal de l'Àngel, el Decathlon de la plaça Vila de Madrid i el Servei Estació del carrer Aragó). És per aquest motiu que el pes comercial de El Triangle respecte el seu entorn immediat és de només el 4%, la xifra més baixa del conjunt dels centres comercials de la ciutat.

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12) i amb altres polaritats comercials

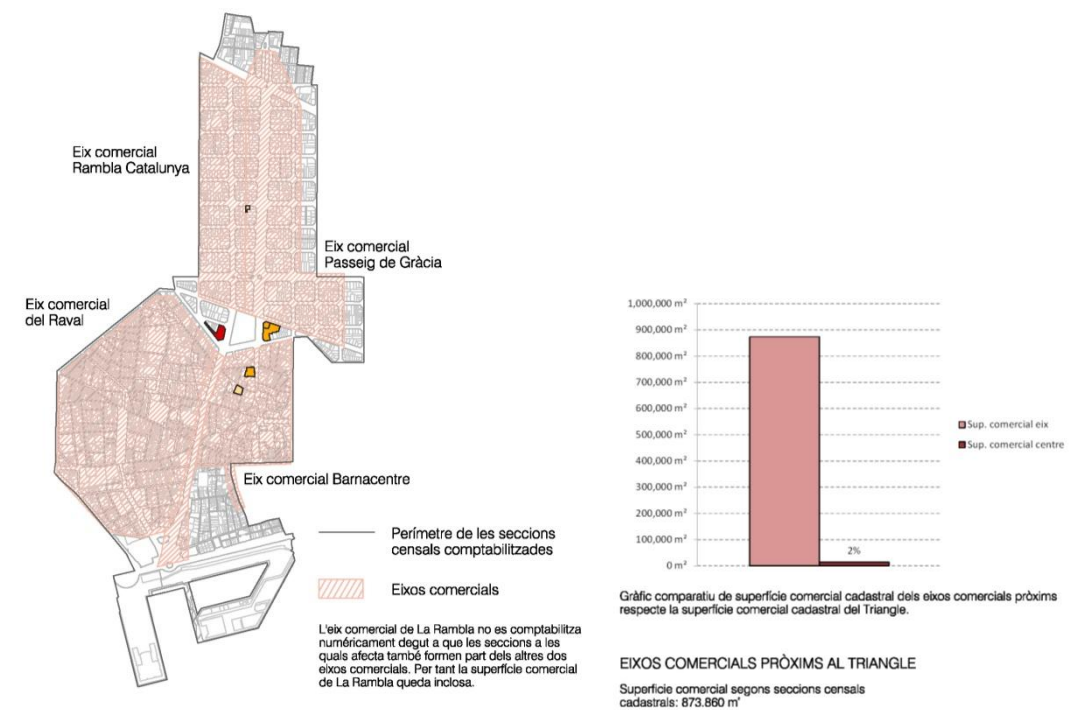
Si comparem ara la superfície comercial cadastral del centre comercial respecte a la present en el teixit de casc antic de Ciutat Vella, la xifra mencionada anteriorment decreix fins al 2%. Si la comparació la realitzem amb els eixos comercials més propers, el pes de la superfície comercial de El Triangle també és molt baix, situant-se en un 3% si el comparem amb el conjunt de superfícies comercials dels eixos Passeig Raval i Barnacentre, i en un 2% si ho la relació la fem amb el conjunt de superfícies comercials dels eixos Passeig de Gràcia i Rambla Catalunya.



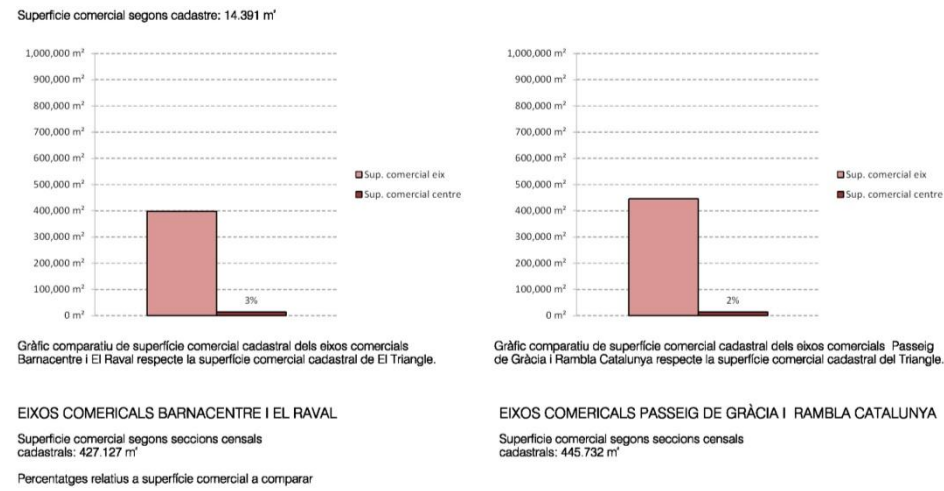
Plànol 2.06.6.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat



Detall del plànol 2.06.6.3. Pes comercial del centre respecte el casc antic de Ciutat Vella



⁸⁴ Cal tenir en compte que el Pedralbes Centre no disposa d'aquesta dada.



Detall del plànol 2.06.6.3. Pes comercial del centre respecte els eixos comercials propers.

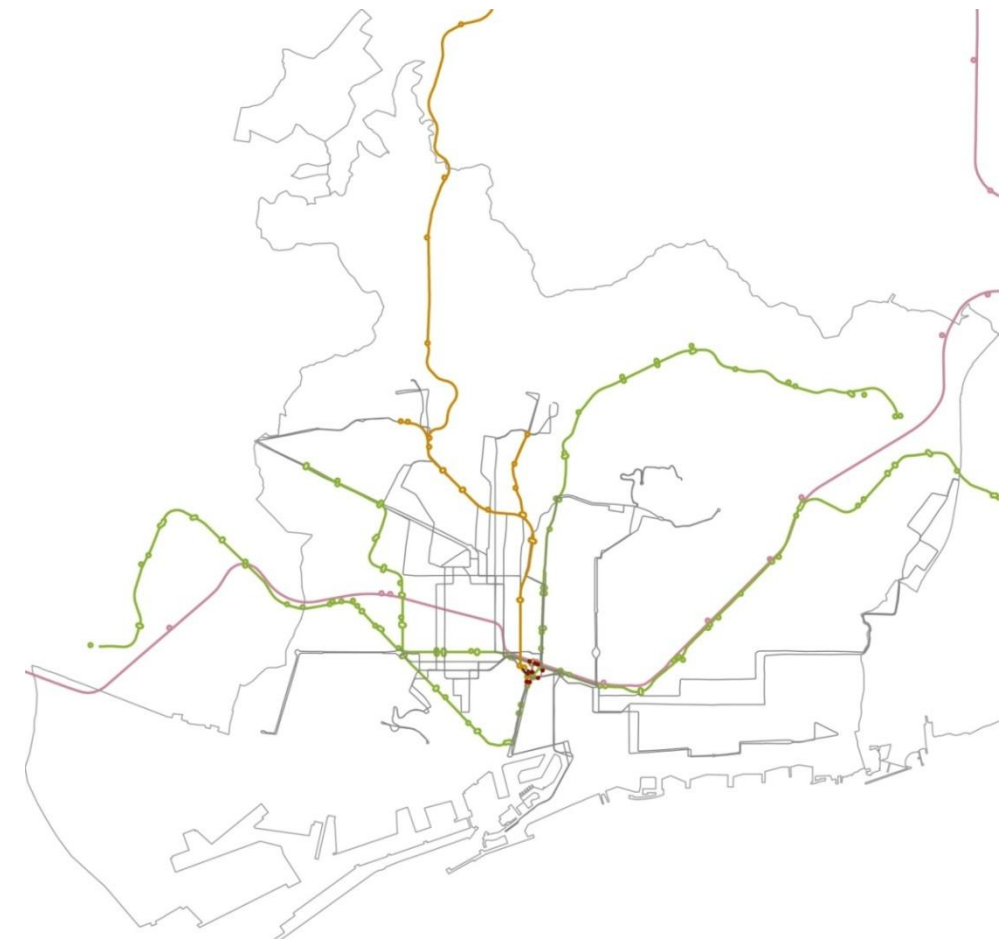
Relació amb els usos turístics

Si hi ha algun espai que els turistes que arriben a Barcelona no deixen de visitar són La Rambla, el passeig de Gràcia i el conjunt d'espais històrics de Ciutat Vella. Aquest mateix àmbit és el que acumula més establiments hotelers i allotjaments turístics. La plaça Catalunya és el centre neuràlgic del transport de Barcelona i totes les línies de bus turístic i els autobusos que van a l'Aeroport hi arriben. Tots aquests elements situen El Triangle a l'interior dels espais de més intensitat turística de la ciutat.

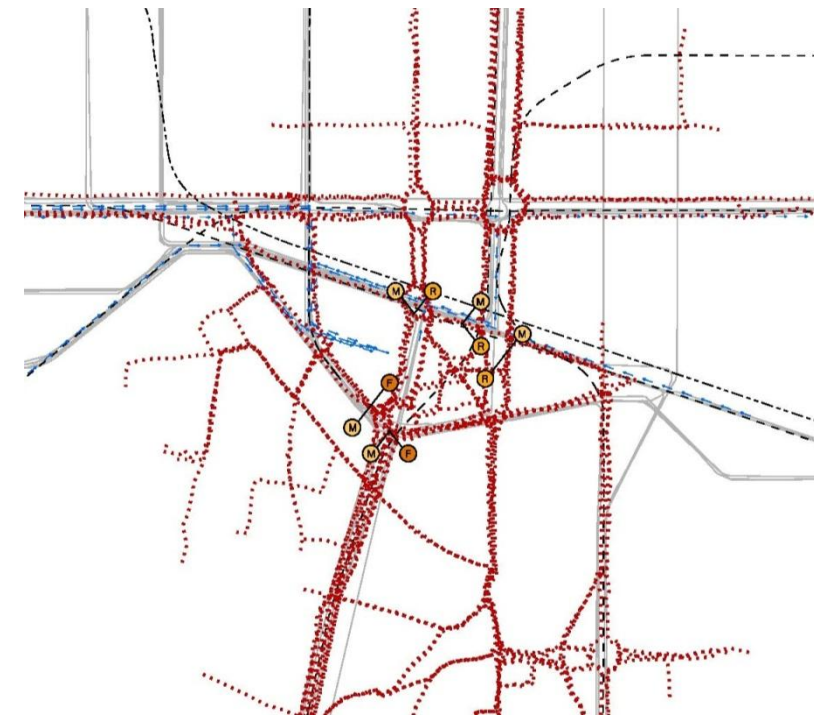
Mobilitat

Malgrat no tenim dades concretes de les formes de transport que utilitzen els usuaris del centre comercial, no és difícil conjeturar que gran part dels seus visitants hi arriben a peu o en transport públic. El fet que la plaça Catalunya sigui un centre nodal del transport públic barceloní, metropolità i provincial afavoreixen en gran mesura la utilització dels autobusos, línies de metro i ferrocarril que hi arriben.

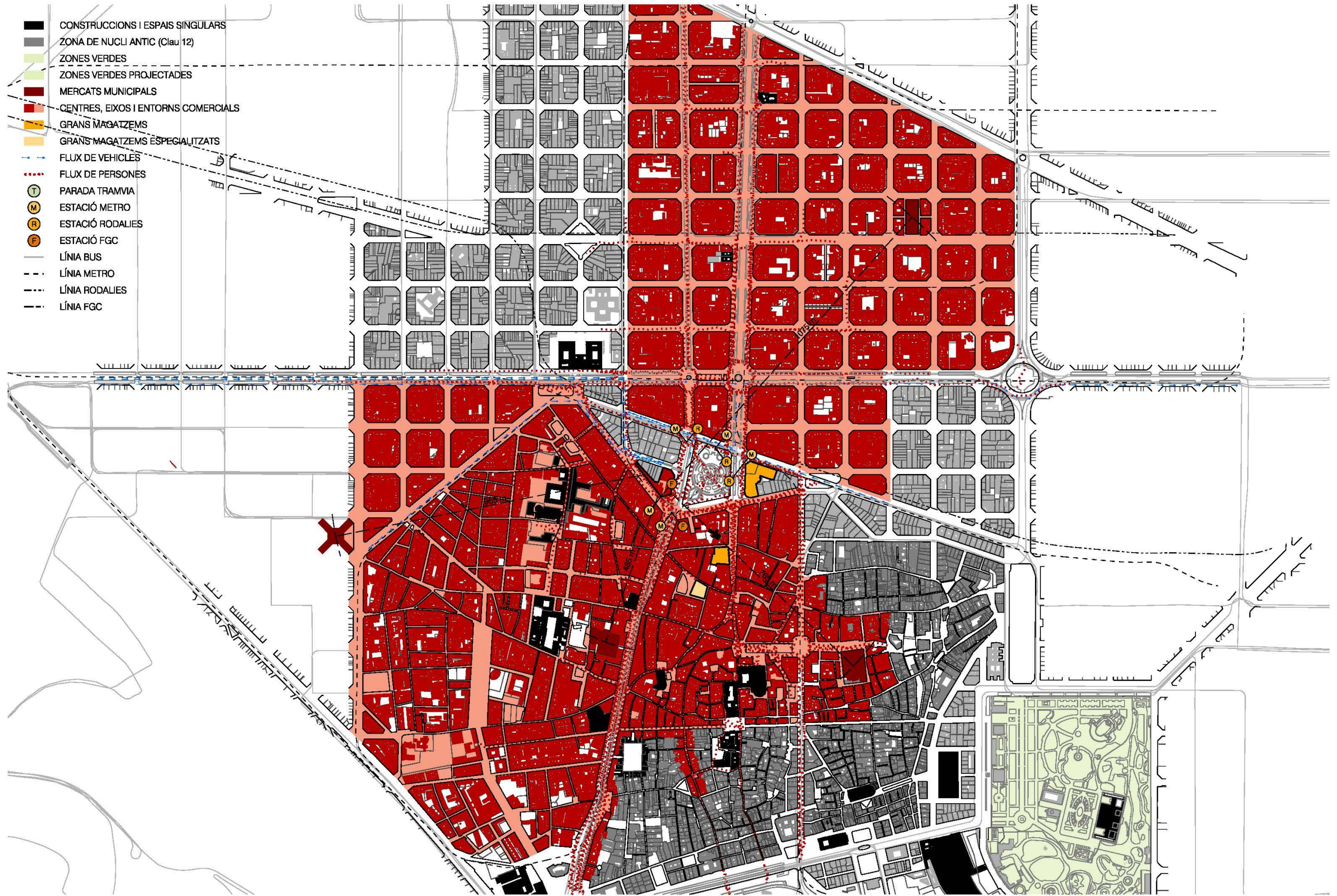
La dificultat d'arribar al centre de la ciutat en vehicle privat i el fet que l'aparcament dins del centre comercial sigui molt limitat (compta amb menys de 300 places) desincentiven l'ús del cotxe com a principal mètode de mobilitat.



Plànol 2.06.6.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Detall del plànol 2.06.6.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Conclusions

Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	ALT
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	BAIX
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	ALT
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	ALT
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	BAIX
Edificabilitat	MIG
Relació amb el teixit immediat	ALT
Qualitat del paisatge urbà generat	ALT
USOS	
Superfície de venda autoritzada	BAIX
Superfície bruta arrendable	BAIX
Diversitat funcional del centre	MIG
Superfície locomotora alimentària	-
Proximitat a mercats municipals	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	BAIX
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	MOLT ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	ALT
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	MOLT BAIX
Accessibilitat en transport públic	MOLT ALT
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	MOLT ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	BAIX

Recomanacions

- Recuperar la totalitat de l'Avinguda de la Llum, d'alt valor patrimonial per a la ciutat
- Millorar les condicions d'accessibilitat de la vorera muntanya del carrer Pelai, especialment la continuïtat de la vorera del carrer a través del carrer Balmes
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)

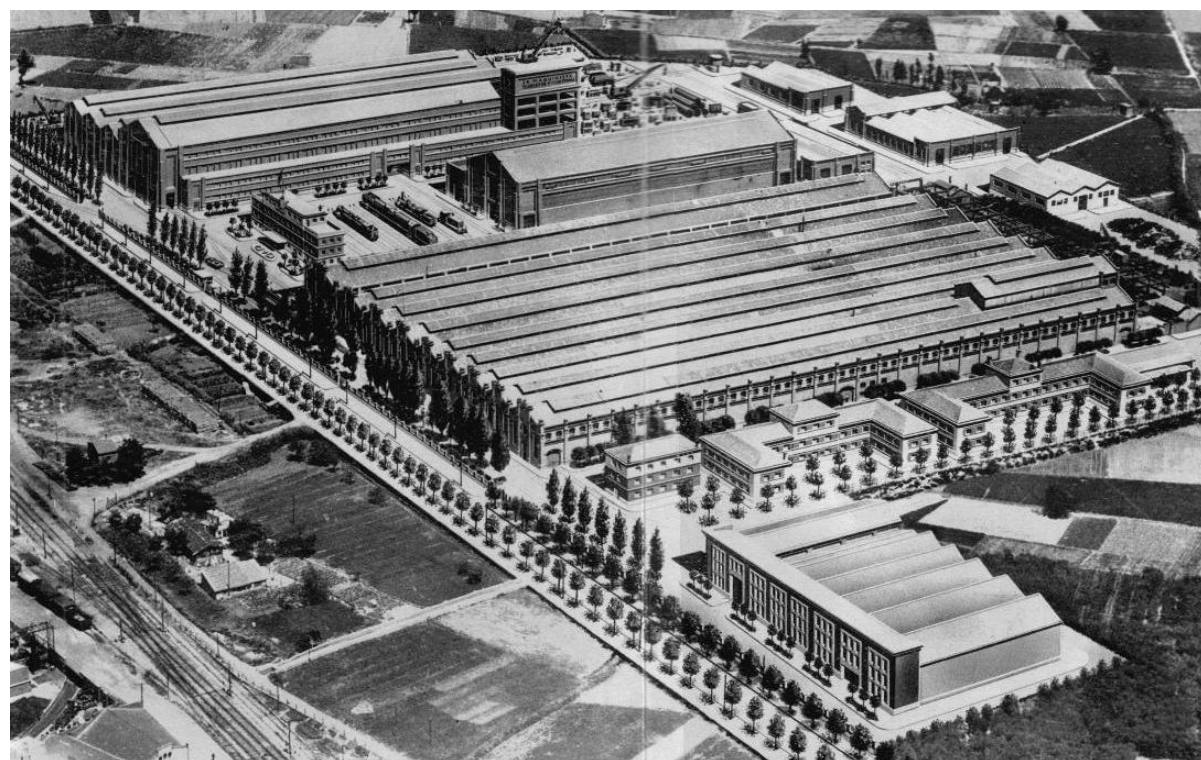
LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

LA MAQUINISTA

Origen i implantació

L'equipament comercial s'aixeca sobre els antics terrenys de la fàbrica metal·lúrgica La Maquinista Terrestre y Marítima, segona seu de l'empresa construïda al districte de Sant Andreu l'any 1917. La peça industrial, que avui forma part del barri de El Bon Pastor, va ser desmantellada l'any 1993. El projecte s'inscriu en la lògica dels anys 1990 de donar nous usos a les grans peces industrials obsoletes de la ciutat. És l'únic dels centres comercials que no s'inscriu en la lògica de cap de les Àrees de nova centralitat proposades a finals dels anys 1980.



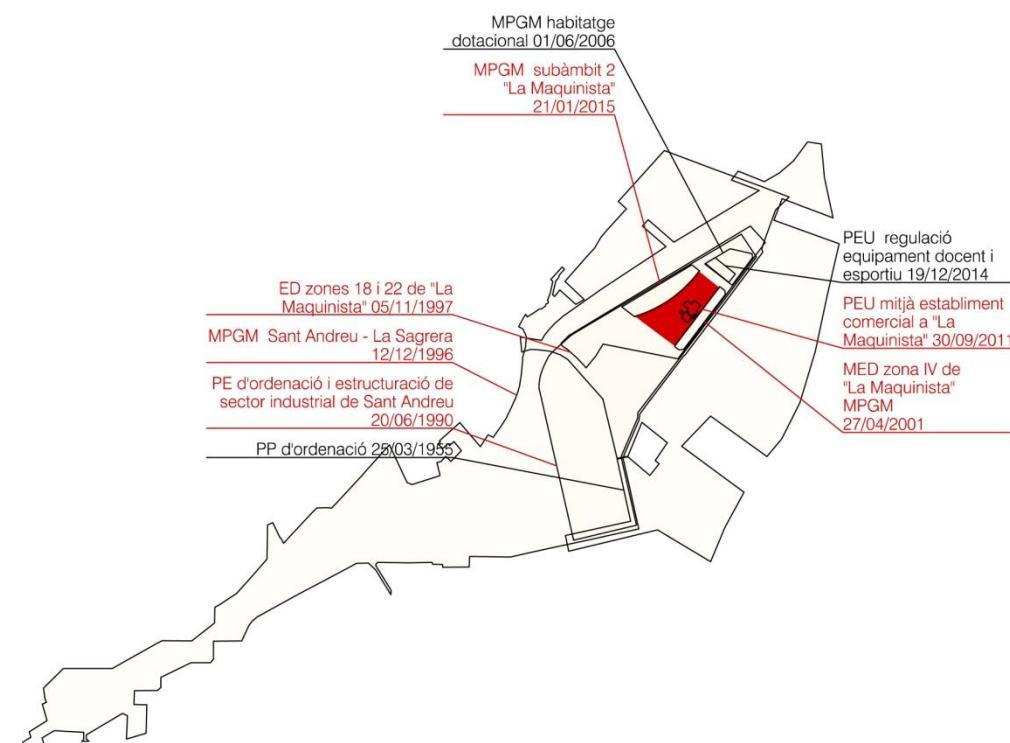
Se situa al nord-est de la ciutat, en un indret molt proper al gran encreuament de vies ràpides que representa el Nus de la Trinitat, fet que li confereix una accessibilitat rodada notable que facilita el seu rol d'equipament comercial d'àmbit metropolità.

Els entorns de la parcel·la que ocupa el centre comercial defineixen en un grau elevat la relació que aquest manté amb la ciutat. El centre comercial se situa entre el carrer de Potosí (al nord), el carrer de la Ciutat d'Asunción (a l'est), el carrer de Sao Paulo (al sud) i el carrer de la República Dominicana (a l'oest). S'insereix al límit oest del Polígon industrial del Bon Pastor i, per tant, està emmarcat en un àmbit qualificat urbanísticament amb la clau 22a, conformat principalment per indústries de petites i mitjanes

empreses. El polígon compta amb uns 500.000 m² de sòl industrial on s'hi emplacen més de 400 empreses que generen uns 8.000 llocs de treball.⁸⁵

Planejaments del sector propers

El territori on s'inscriu el centre comercial està marcat pels plans i projectes que estan en desenvolupament al seu entorn, alguns d'ells encara molt incipients. Cal destacar el Parc del Camí Comtal, la transformació de les cases Barates del Bon Pastor, i les modificacions urbanístiques als entorns de la futura estació de La Sagrera (Torrent d'Estadella, PMU Entorn Sagrera, MPGM Prim), que s'espera que converteixin el sector en un nou centre de polaritat d'activitats capaç d'equilibrar econòmicament la ciutat. El propi polígon industrial on se situa el centre comercial ha estat objecte d'estudis previs per a possibles transformacions que mantinguin el pols de l'activitat industrial, combinant-les amb usos residencials i noves indústries tecnològiques. Aquest fet és rellevant a l'hora de plantejar futures actuacions al propi àmbit del centre comercial, perquè poden condicionar la tipologia d'establiments comercials que s'implantin o, fins i tot, condicionar la seva existència i viabilitat.



Esquema dels planejaments propers al centre comercial

⁸⁵Dades del web del polígon industrial, Ajuntament de Barcelona, consultades el 4/03/2017. Enllaç: <http://www.bcn.cat/poligonbonpastor>

En aquest sentit, i fruit de la iniciativa del promotor del centre comercial d'ampliar la superfície comercial del centre en el subàmbit 2 en 42.000 m² manifestada a la MPPGM de 2015, cal advertir la possible absorció per part de l'equipament comercial del total del comerç que es podria desenvolupar en el futur al seu voltant. El desenvolupament inicial previst d'aquest àmbit, es disposava a donar un nou front de façana al futur Parc del Rec Comtal. Amb la MPPGM aquest objectiu es consolida en forma de torres d'habitatge, però amb un sòcol comercial que s'embrancha en l'estructura espacial del centre comercial existent.⁸⁶



Modificació puntual del Pla General Metropolità en el subàmbit 2 del sector IV "La Maquinista", de Barcelona. Text refòs, gener 2015.

Actualment, la relació amb el barri de Sant Andreu és difícil degut a l'efecte barrera que la platja de vies de la infraestructura ferroviària ha suposat durant dècades. Els únics carrers que permeten el trànsit viari i per a vianants són el carrer de Potosí—que enllaça amb el carrer de Palomar, a l'alçada de l'estació de metro de Torres i Bages— i el carrer de Sant Adrià —ja allunyat de l'equipament comercial—. El desenvolupament del Parc del Camí Comtal permetrà noves relacions urbanes de l'equipament comercial amb el barri de Sant Andreu, gràcies a la creació d'una continuïtat a través del parc entre el carrer de Sao Paulo i el carrer de Joan Comorera que genera una continuïtat fins al carrer Gran de Sant Andreu, eix comercial del barri de Sant Andreu.

Morfologia i relacions urbanes

La Maquinista és el centre comercial més gran de Barcelona i de Catalunya i un dels més extensos de tot l'Estat espanyol. El projecte arquitectònic va ser redactat per L35 Arquitectos, que han participat en les diferents remodelacions i ampliacions del centre.

Se situa en una parcel·la que compta de 71.084 m², la més gran dels centres comercials de la ciutat. És de forma regular en tres dels seus costats i de forma corba en el seu costat més proper al futur Parc del Camí Comtal. Té una superfície construïda total (sobre i sota rasant) de 223.510 m², dels quals 103.400 m² són sobre rasant i es distribueixen en tres nivells (PB +2).

Segons la llicència comercial concedida per la Generalitat de Catalunya, el centre té una superfície de venda autoritzada de 57.147 m², i la seva superfície bruta arrendable (SBA) és de 95.000 m².

El centre comercial es desenvolupa en horitzontal, aprofitant la pràctica totalitat del sòl disponible. Es deixen uns espais lliures a l'interior de la parcel·la que formalitzen una tipologia de centre comercial obert amb espais a l'aire lliure que configuren els espais de distribució comercial dins de la parcel·la.

Els grans cossos edificats, que acullen les principals locomotores del centre comercial, prenen la forma d'una L invertida, limítrofa en la seva part est a la franja de concessionaris de vehicles que se situa al carrer Ciutat d'Asunción. D'alguna manera, aquests cossos formen l'esquena del centre comercial, que tendeix a obrir-se —inserir entrades i col·locant establiments de menor mesura— a l'oest, en direcció a Sant Andreu. En la franja compresa entre el centre comercial i els concessionaris en resulta una façana completament secundària amb un ús en plantes baixes i soterrani destinat a la recepció de mercaderies.



Esquema d'implantació del centre

⁸⁶ La MPPGM es va aprovar per silenci administratiu de 2015

Els accessos al centre comercial es produeixen a través dels seus espais oberts. Els principals accessos es troben a les dues cantonades urbanes que el centre ofereix a la ciutat. Tot i així, l'accés a l'espai comercial que es produeix a les cantonades no respecta la cota del carrer, i requereix d'escales per pujar o baixar als nivells superiors i inferiors respectivament. Al carrer de la República Dominicana, allà on la parcel·la té el major contacte amb el carrer, hi ha diverses entrades en contacte estret amb el pàrquing en superfície actual, situat sobre el subsector que es vol desenvolupar en un futur. Es dona la paradoxa que el principal punt d'entrades al centre, la part més porosa del centre, és l'àmbit amb menys intensitat urbana i menys fluxos de vianants. En canvi, aquestes entrades s'obren estratègicament al pàrquing, donat que la major part dels usuaris del centre hi arriben en vehicle privat.

Les façanes laterals del centre comercial tenen unes relacions urbanes molt dèbils, amb escasses o nul·les permeabilitats cap a l'interior del recinte. La façana del carrer Sao Paulo presenta una planta baixa amb registres d'instal·lacions i on només s'obren ocasionalment portes de servei. Al carrer Potosí, hi ha una condició similar, només millorada per la ubicació d'una entrada a una de les locomotores del centre.



Façana del carrer Sao Paulo, i façana posterior, en contacte amb els concessionaris de vehicles.

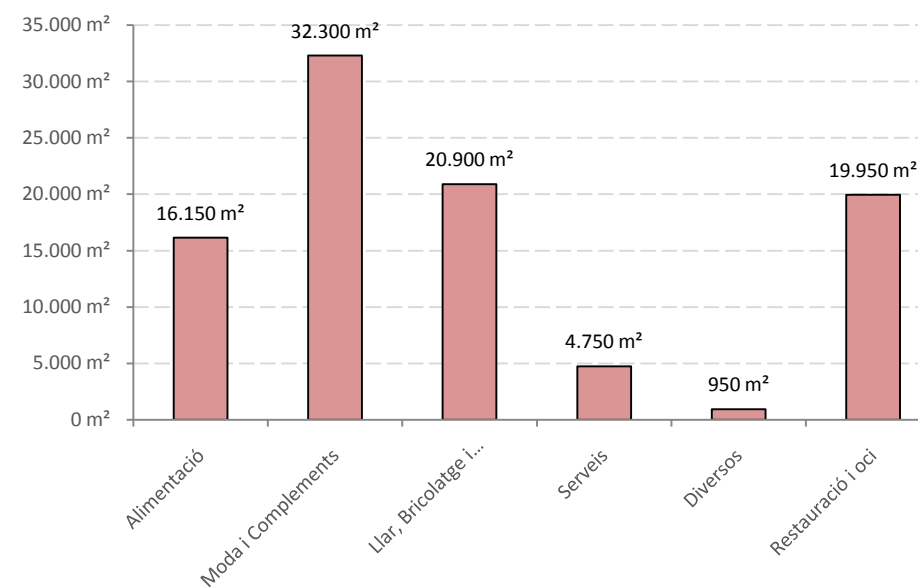
Usos del centre

El centre comercial compta amb 222 establiments que es reparteixen en tres plantes comercials.

Els establiments els dedicats a la moda i els complements copen el 34% de la superfície del centre, és a dir més d'un terç del total. Els establiments dedicats a l'equipament de la llar, a electrodomèstics i al bricolatge arriben fins al 22% de la superfície. L'oci i la restauració són activitats destacables dins el centre (21% de la superfície) amb dotze sales de cinema (6.777m²) om a locomotora destacable i una bolera de quasi 1.500 m².

Les principals locomotores de l'equipament comercial són el seu hipermercat, de més de 15.000 m², un centre de bricolatge Leroy Merlin de més de 7.500 m², i un Media Markt de quasi 5.000m². Un Zara, un

H&M, un Fnac i un Miró superen els 2.000 m², mentre Apple, Mango, Forever 21 i Leftiesocupen establiments de més de 1.500 m².



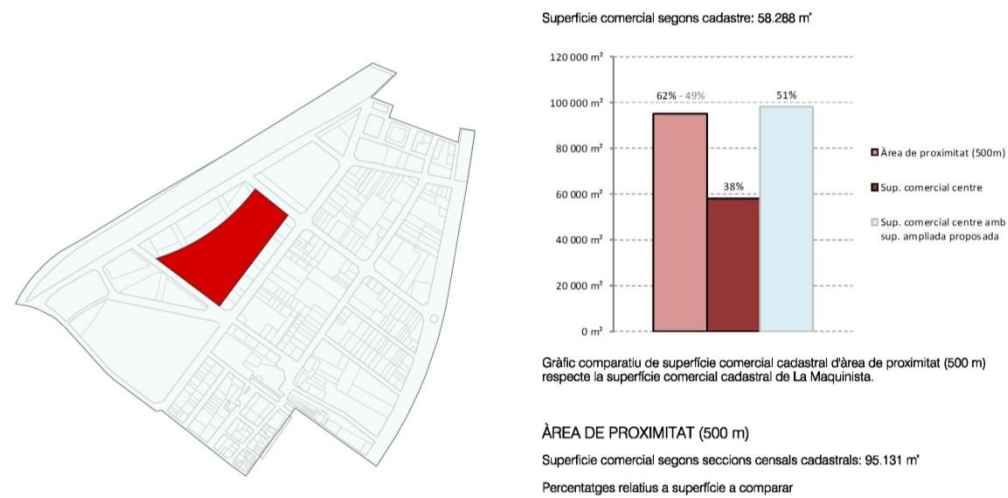
Quadre de distribució dels usos comercials del centre.

Relació amb altres usos

Com avançàvem a l'inici, el centre comercial s'insereix en un dels últims sectors industrials de la ciutat de Barcelona, amb parcel·les al seu voltant qualificades amb la clau 22a, i amb usos principalment industrials i logístics. Només als darrers anys hi ha hagut una introducció paulatina d'usos residencials, com les noves promocions d'habitatge construïdes al carrer Sao Paulo. Tot i així, la població resident compresa dins de les àrees censals a 500 metres del centre comercial tan sols arriba als 6.500 habitants, la més baixa de tots els centres de Barcelona. Aquest fet és determinant a l'hora de protagonitzar o no un paper de centre de proximitat.

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat:

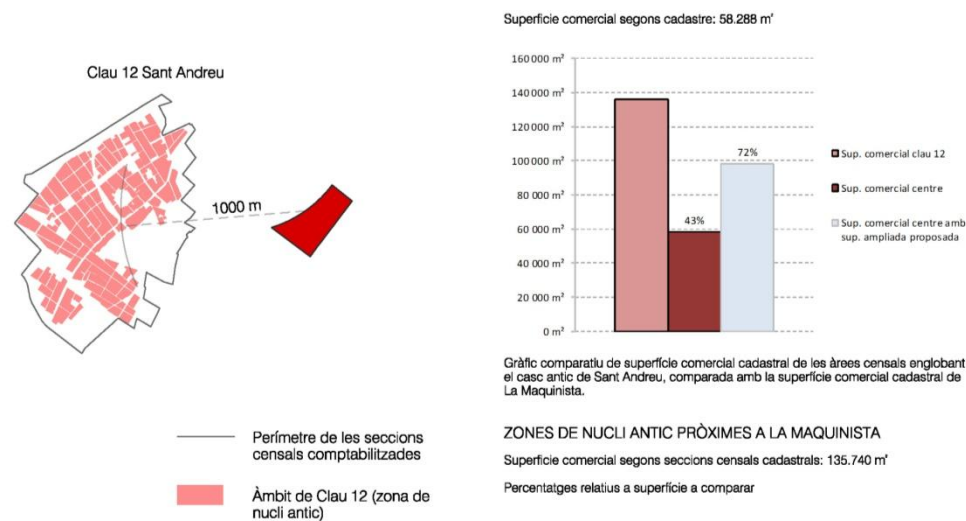
La trama urbana i la seva qualificació industrial condicionen fortament el desenvolupament d'activitats comercials. Si a aquest fet hi afegim la gran quantitat de sostre dedicat a ús comercial propi del centre ens trobem amb una concentració comercial respecte al seu entorn immediat molt alta. El centre comercial suposa el 38% del total de superfície comercial cadastral de les àrees censals inscrites a 500 metres al seu voltant. Si tenim en compte la proposta d'augment de sostre comercial prevista a la MPMPG, de 40.000 m² comercials, la concentració comercial arribaria a ser superior a la del seu entorn, fins a ocupar el 51% del total.



Plànol 2.06.7.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

El Casc antic de Sant Andreu se situa proper al centre comercial, però la seva relació és interferida encara per la infraestructura ferroviària. La futura construcció del Parc del Camí Comtal afavorirà la relació entre el centre comercial i el barri de Sant Andreu. La superfície comercial cadastral compresa dins de les seccions censals que engloben el casc antic de Sant Andreu sumen un total de 135.740 m². Si ho comparem amb els 58.288 m² de superfície comercial cadastral de La Maquinista, ens trobem que el centre comercial representa una superfície equiparable al 43% del sostre comercial del nucli antic de Sant Andreu. Si tenim en compte la futura ampliació de 40.000 m² que sol·liciten els promotors, ens trobem que aquesta superfície equivaldria al 72% , el que representaria unes xifres molt elevades i que podrien tenir un impacte molt elevat sobre el casc antic de Sant Andreu.



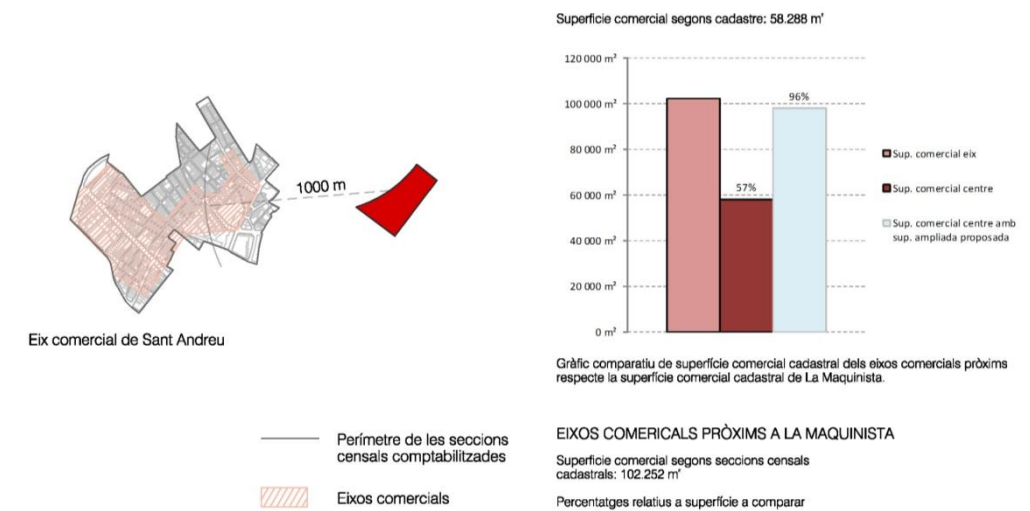
Detall del plànol 2.06.7.3. Pes comercial del centre respecte el casc antic de Sant Andreu

Relació amb altres polaritats comercials:

Si comparem el centre comercial amb altres polaritats properes, ens trobem que el centre comercial equival a un 57% de la superfície comercial cadastral de les àrees censals incloses dins de l'eix comercial de Sant Andreu. Amb l'ampliació proposada, aquesta xifra s'elevaria fins al 96%. És a dir, que el centre comercial arribaria a acumular una superfície comercial equivalent a la superfície comercial de la polaritat més propera.

Si comparem ara el centre comercial amb el Mercat del Bon Pastor, a només 800 metres, ens trobem que l'hipermercat de La Maquinista té una superfície gairebé set vegades més gran que l'equipament públic, que té una superfície alimentària de 2.262 m².

Cal tenir en compte l'efecte d'ombra comercial que pot provocar el centre comercial sobre els desenvolupaments del Bon Pastor, tant les transformacions sobre les antigues Cases Barates, com sobre el polígon industrial.



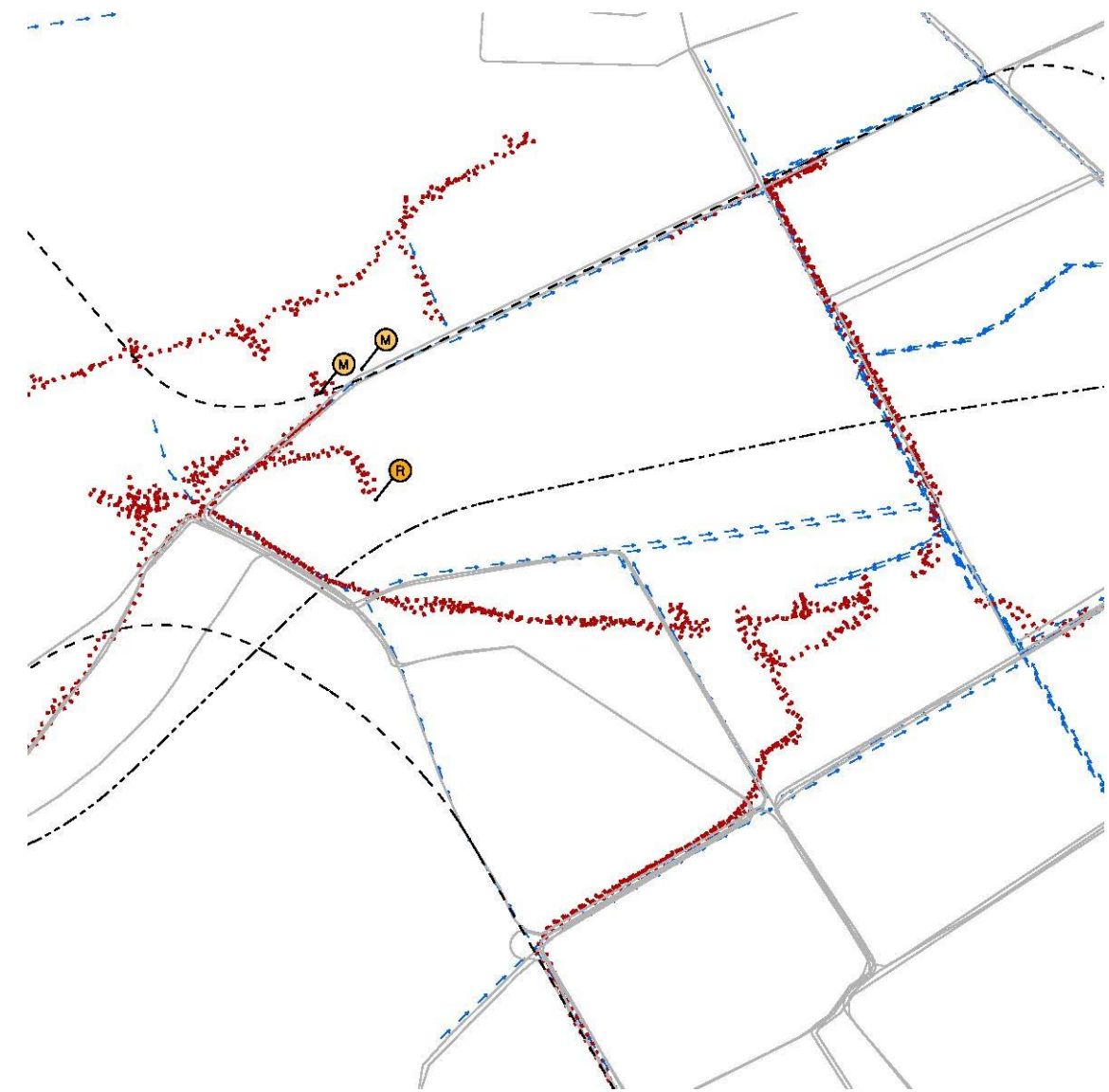
Detall del plànol 2.06.7.3. Pes comercial del centre respecte l'eix comercial de Sant Andreu

Mobilitat

L'emplaçament del centre comercial en una localització molt propera al gran encreuament de vies ràpides que és el Nus de la Trinitat li donen una accessibilitat rodada notable que facilita el seu rol d'equipament comercial d'àmbit metropolità. El 76% dels usuaris del centre hi arriben amb transport privat⁸⁷ i poden estacionar els seus vehicles a un gran aparcament en superfície, de prop de 650 places, o a un aparcament soterrat de quasi 4.000 places. L'aparcament soterrat té diversos accessos, però un d'ells se situa al mig del vial del carrer Potosí, el que suposa una ocupació important de la infraestructura pública. Un 16% dels usuaris hi arriben a peu, el que demostra que no es tracta d'un centre comercial amb un rol important com a centre de proximitat. Malgrat que als entorns del centre comercial hi ha una accessibilitat notable (metro, Renfe i autobusos), tot i que les parades no són molt properes, només un 8% dels visitants del centre ho fan en transport públic.

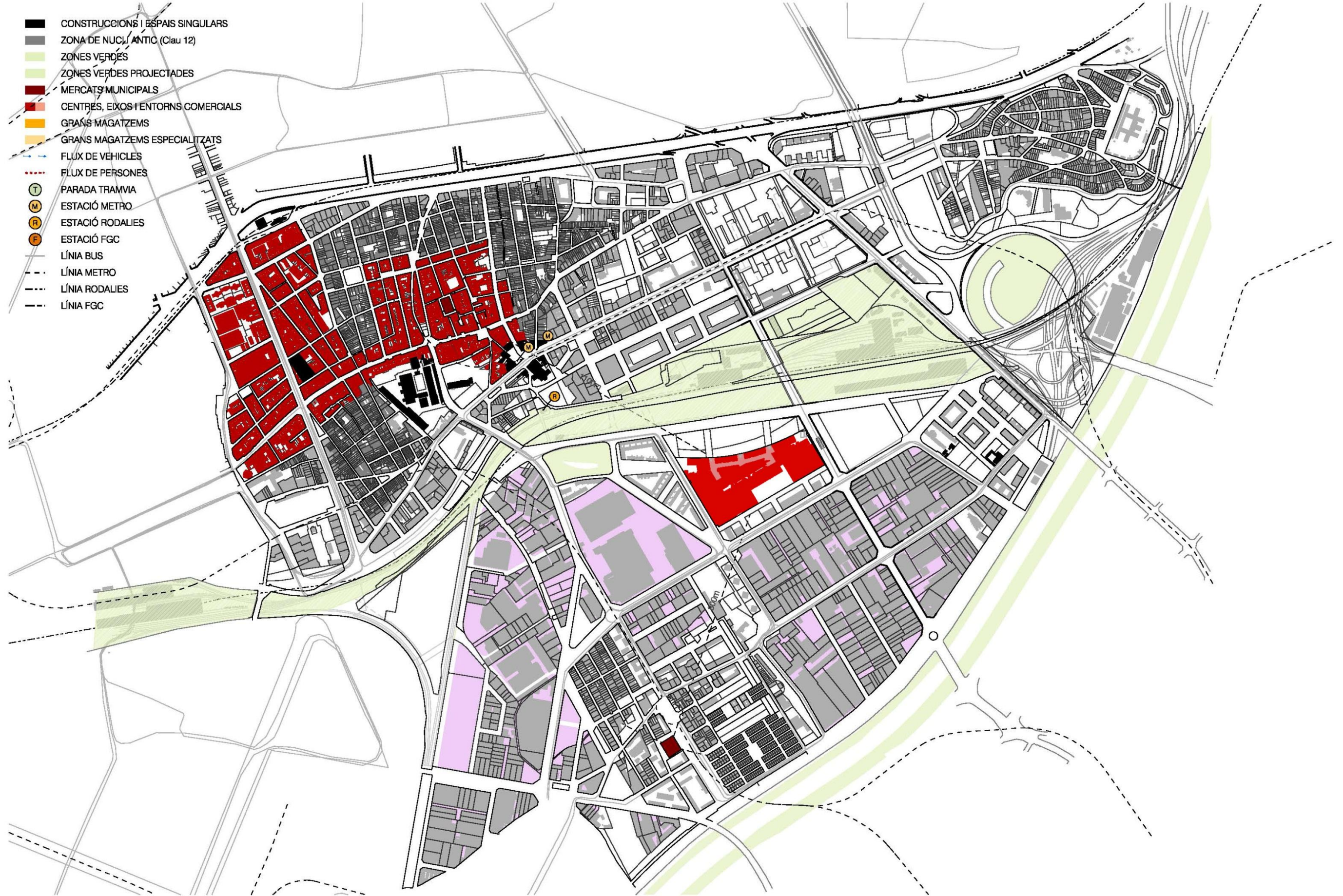


Plànol 2.06.7.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Detall del plànol 2.06.7.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre

⁸⁷ Directorio de Centros y parques comerciales de España, 2016.



Plànol 2.06.7.1

Conclusions






Resum d'avaluació dels indicadors estudiats:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	BAIX
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	ALT
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	BAIX
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	MOLT ALT
Població resident en l'àrea de proximitat	BAIX
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	MOLT ALT
Edificabilitat	ALT
Relació amb el teixit immediat	BAIX
Qualitat del paisatge urbà generat	BAIX
USOS	
Superfície de venda autoritzada	ALT
Superfície bruta arrendable	MOLT ALT
Diversitat funcional del centre	MIG
Superfície locomotora alimentària	ALT
Proximitat a mercats municipals	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MOLT ALT
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	BAIX
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	MOLT ALT
Proximitat a àrees d'intensitat turística	BAIX
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	MOLT ALT
Dotació d'aparcament	MOLT ALT
Accessibilitat en transport públic	BAIX
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	BAIX
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	ALT

Recomanacions

- Impulsar la construcció de l'escola La Maquinista
- Condicionar les ampliacions de superfície o l'aprovació de plans especials, a l'aplicació de millores sobre les condicions de contacte de l'edifici amb l'entorn immediat: Aquesta pot incloure entre d'altres mesures l'obligació d'obrir els comerços situats en contacte amb la façana de planta baixa de l'edifici per fer-los permeables i accessibles des del carrer, garantint un llindar mínim de façana urbana permeable.
- Estudiar la viabilitat d'ampliar el centre de manera discontinua, en parcel·les situades fora de l'edifici, per a estimular la creació de fluxos i noves polaritats comercials que permetin relacionar millor Sant Andreu i Santa Coloma de Gramanet a través del Bon Pastor, Baró de Viver i el Besòs.
- Fomentar l'ús de l'accés en bicicleta al centre comercial
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)

LLEGENDA

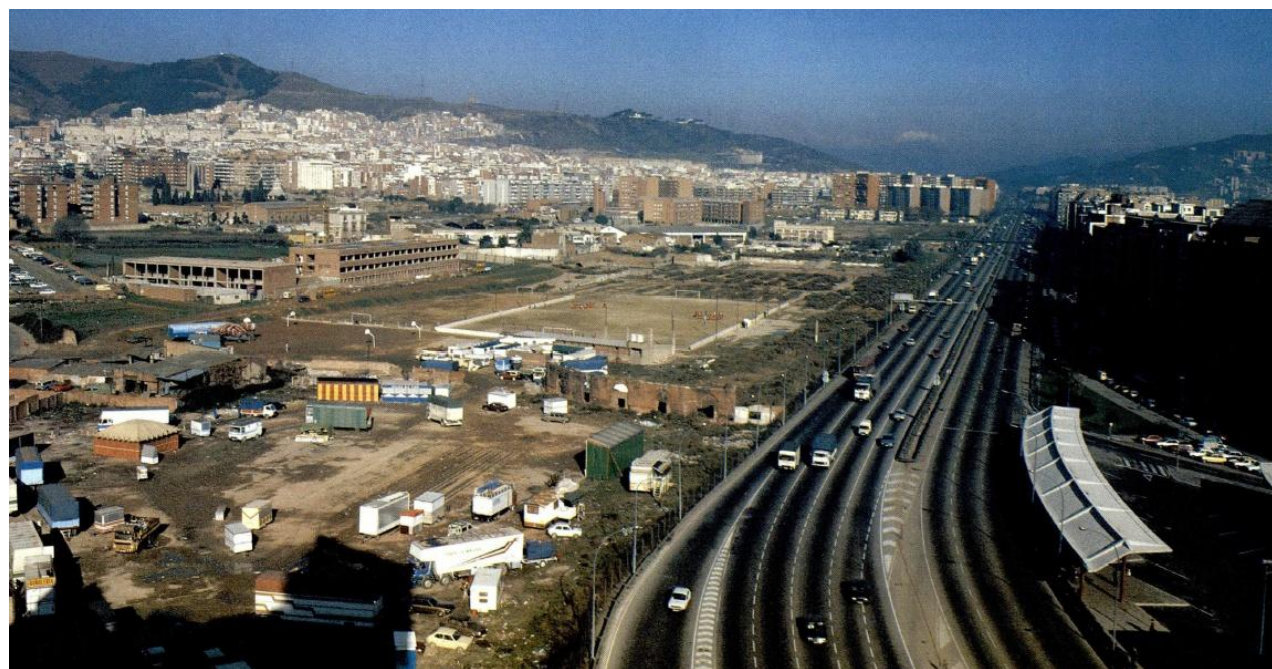
VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

HERON CITY

Origen i implantació

El centre comercial Heron City es situa sobre el que era un gran solar buit resultant de la reconversió d'unes instal·lacions ferroviàries sobre el cantó nord de la Meridiana al seu pas per Sant Andreu. Aquestes instal·lacions van suposar un gran tap urbà que va impedir el creixement de Sant Andreu i van impedir la continuïtat d'aquest amb els creixements urbans de Nou Barris apareguts durant la segona meitat del S.XX. L'estudi de les Àrees de nova centralitat proposava per a aquest sector, anomenat RENFE-Meridiana, la implantació d'equipaments de barri per a compensar el greu dèficit de serveis existent a la perifèria nord de la ciutat, i alhora, també s'hi proposava la implantació d'usos terciaris no habituals a la zona per a diversificar i insuflar noves activitats per a convertir-lo en un centre focal secundari de la ciutat.

Aquest sector es situa sobre la porta nord de Barcelona, i gaudeix d'una molt bona accessibilitat viària metropolitana cap al Vallès, complementada amb l'estació de tren i autobús de Fabra i Puig, situada a escassos metres. A més, urbanísticament, el desenvolupament d'aquest sector, conjuntament amb una transformació de les rasants de la Meridiana, contribuiria a eliminar l'efecte barrera de la Meridiana, i reconnectar Sant Andreu amb Nou Barris.



Fotografia del sector prèvia a la construcció del nou desenvolupament i amb les instal·lacions ferroviàries enderrocades.

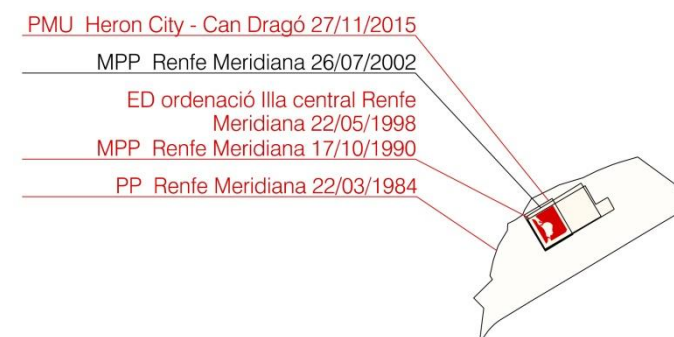
El sector es va desenvolupar durant els anys 90, i va consistir en una primera franja en contacte amb la Meridiana d'equipaments esportius i parcs (Can Dragó) i una segona línia d'equipaments d'ús divers,

delimitada pel carrer Rio de Janeiro on hi destaca, el centre comercial (bàsicament destinat a lleure i hotelier), una torre d'oficines, uns grans magatzems de El Corte Inglés (que agrupa la major part de l'oferta comercial), entre d'altres equipaments cívics i de barri.

La població resident als voltants és de 19.803 habitants dins les àrees censals dins un àmbit de 500m de distància del centre, considerant-se un nivell mig, i de 202.000 a 1.200 metres, essent la més alta dels centres de la ciutat.

Planejaments del sector propers

Els principals planejaments i transformacions urbanístiques de l'entorn són les pròpies del sector RENFE-Meridiana. Malgrat no sembla que aquesta hagi condicionat d'altres planejaments propers, la presència i configuració del sector, tindrà molta rellevància de cara a la futurible transformació de la Meridiana, que probablement implicarà una redefinició del seu caràcter de via ràpida amb alta intensitat de trànsit, per a integrar-se millor en el teixit, i minvar el fort efecte barrera actual, per facilitar la connexió entre Nou Barris i Sant Andreu. En aquest sentit, la presència del centre i totes les peces relacionades, resultarà clau per a la eficàcia i èxit d'aquesta relació transversal a banda i banda de la Meridiana.

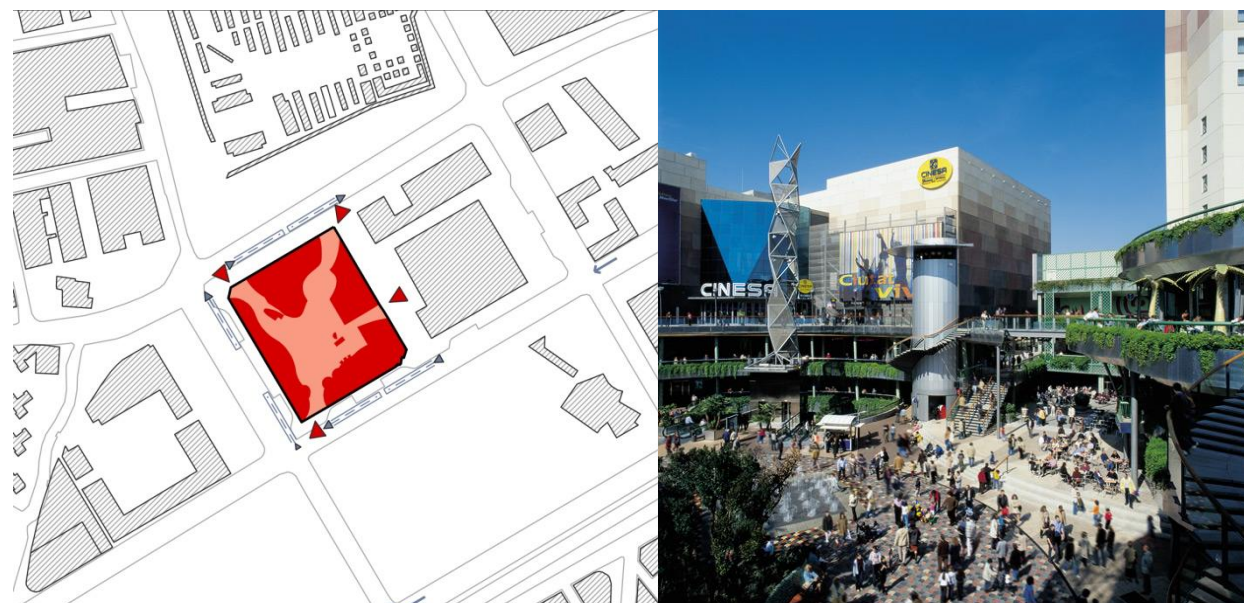


Planol esquemàtic amb els planejaments i transformacions en l'àmbit proper

Morfologia, relacions urbanes i usos

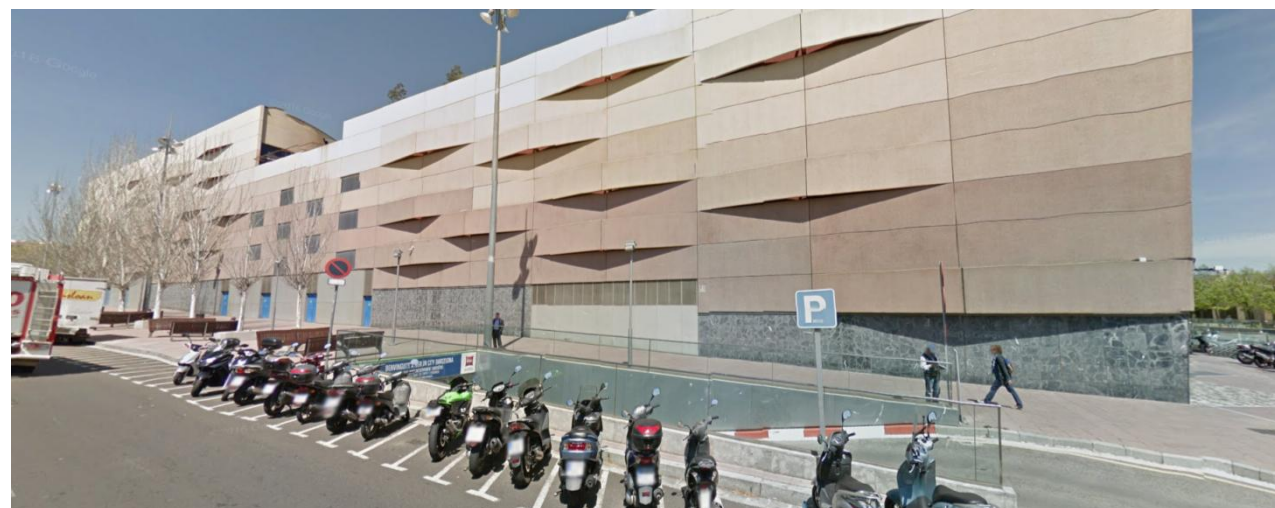
El centre comercial ocupa una parcel·la rectangular, delimitada pels carrers Rio de Janeiro (antigament anomenat Ronda del Mig), Pintor Alsamora, Pg. d'Andreu Nin i un espai públic que el delimita del Corte Inglés de Can Dragó. La parcel·la del centre comercial és d'uns 17.000 m², i la superfície ocupada per l'edificació sobre rasant és d'uns 12.000 m², equivalent al d'una illa de l'Eixample. L'edificabilitat total, inclòs l'hotel és de 76.000 m². El conjunt es compon per unes edificacions segons volumetria específica, formades per quatre plantes soterrani que ocupen la totalitat de l'àmbit (cinc plantes des de l'Avinguda Rio de Janeiro); tres plantes destinades al centre lúdic i comercial (PB+2), amb un volum més alt que conté els cinemes (ambdós nivells de sales superposades, per tant també PB+2); una torre de fins a PB+14

destinada majoritàriament a hotel, i en menor part a oficines. Les plantes comercials estan articulades per un espai lliure privat d'ús públic, de forma irregular, que forma un pati interior obert als carrers de l'entorn per diferents punts. Aquests espais interiors per a vianants es poden recórrer a diversos nivells, a través de porxos, terrasses i passarel·les.



A l'esquerra :Esquema d'implantació del centre comercial. A la dreta: espai lliure del centre sobre el que s'organitzen els diferents usos i establiments.

Els accessos estan ubicats responent a la lògica de la trama i la urbanització de l'entorn, posicionant-se tres dels quatre accessos sobre les cantonades. No obstant, la materialitat de la planta baixa, ofereix molt poques permeabilitats tan físiques com visuals més enllà dels accessos, i es resol majoritàriament amb murs opacs que doten al paisatge de l'entorn una molt baixa qualitat



Façana del carrer Pintor Alsamora.

Usos

En l'ordenació del sector transformat, la principal dotació comercial es va concentrar a El Corte Inglés situat al costat a l'Heron City, amb un sostre comercial de 29.000 m². El centre comercial adopta un perfil orientat al lleure, amb una proporció de 70% de la superfície de lleure i 30% destinat al comerç.

La superfície de venda autoritzada és de 14.139 m², i la superfície bruta arrendable total és de 30.853 m². L'ús més destacat són els cinemes de la cadena Cinesa, amb 16 sales 4,000 butaques d'aforament, i 10.960 m² de superfície.

Hi ha una locomotora alimentària de la cadena Mercadona de 2.955 m² de SBA, la qual, en termes relatius a d'altres locomotores, és de petites dimensions.

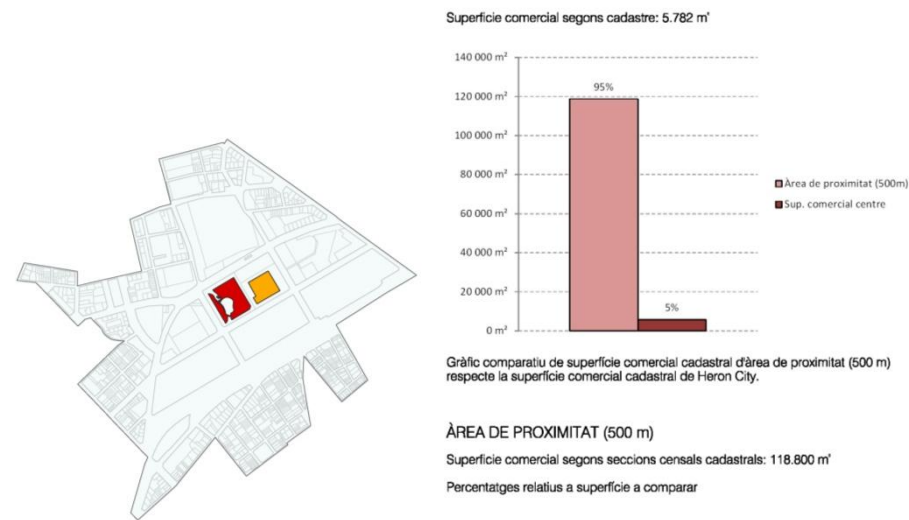
Relacions amb altres usos

Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

Heron City es troba molt proper, però no en contacte amb la trama de casc antic de Sant Andreu. No obstant, aquesta proximitat queda atenuada pel fort efecte barrera que suposa la Meridiana, i la manca de facilitat de creuament d'aquesta, amb passos molt allunyats entre sí i a través de rampes i/ o escales que salven el salt de cota entre Sant Andreu i la rasant de l'avinguda. Aquest efecte barrera impedeix crear continuïtats i sinèrgies comercials amb el teixit de Sant Andreu.

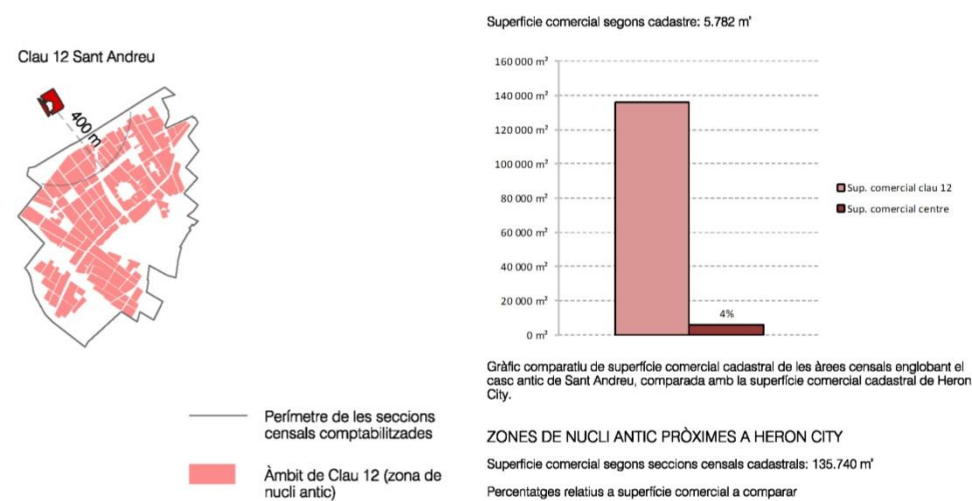


Punt d'accés al creuament de la Meridiana més proper a Heron City.Font: Google Street view



Plànol 2.06.8.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

El pes comercial relatiu del centre respecte al casc antic de Sant Andreu és molt baix, ja que la superfície comercial tan sols representa un 4% de la superfície comercial cadastral del casc antic. En aquest sentit, la incidència del centre, combinat amb el perfil de centre basat en el lleure, fa disminuir el potencial impacte sobre el teixit comercial. En aquest sentit, podria haver un fenomen de competència entre el comerç del casc antic i El Corte Inglés, el qual no s'ha considerat en aquest estudi.

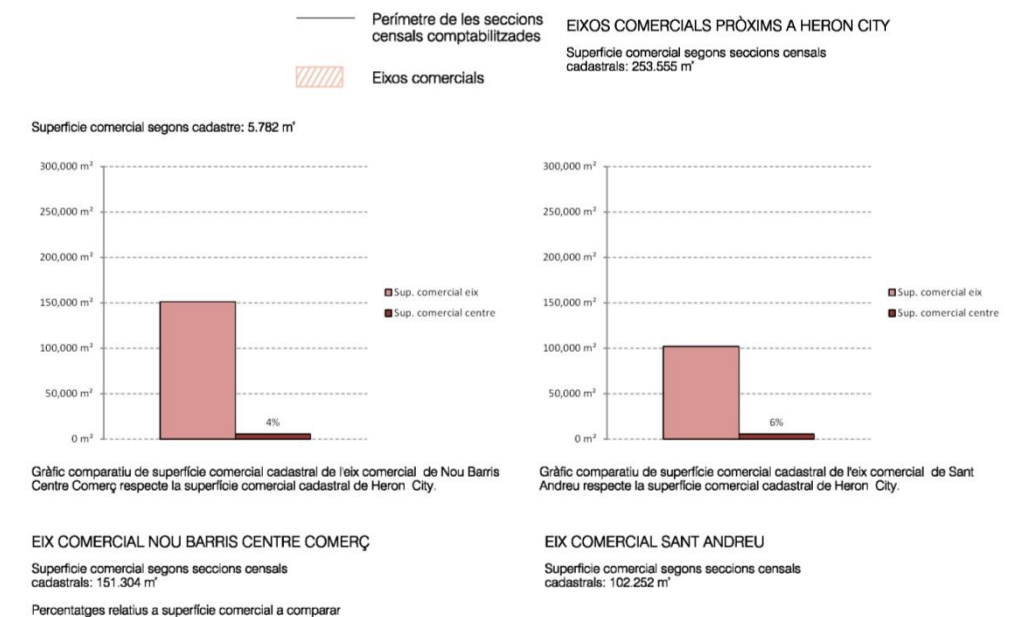
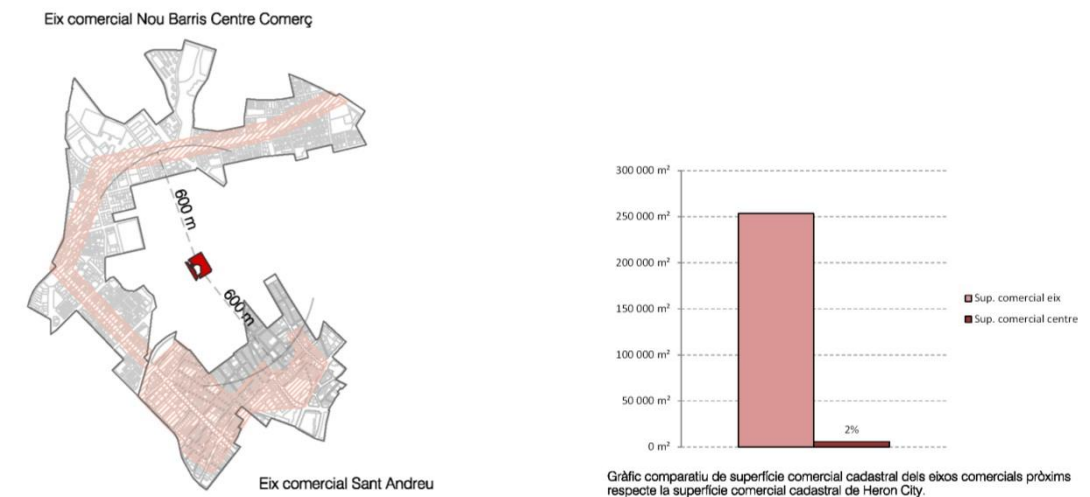


Detall del plànol 2.06.8.3. Pes comercial del centre respecte el casc antic de Sant Andreu

Relació amb altres polaritats comercials

El centre comercial es troba envoltat en bona part del seu entorn per eixos comercials, tots allunyats a uns 600 metres de distància del centre. Es tracta dels eixos de Nou Barris Centre Comerç i l'Eix comercial de Sant Andreu. El pes relatiu de Heron City en relació als eixos mencionats és baix (un 4% i un 6%, respectivament), i representa un 2% del total de la superfície comercial cadastral dels dos eixos sumats.

La creació de sinèrgies comercials amb l'eix de Nou Barris, malgrat n'és impossible, resulta complicada per la manca de continuïtats del teixit en proximitat al centre, degut a la presència del cementiri de Sant Andreu, que actua com a cert tap urbà. La possible creació de continuïtat comercial, probablement sigui més fàcil a través del carrer Rio de Janeiro, on la continuïtat de façanes construïdes s'apropa a menor distància. Respecte l'Eix de Sant Andreu, l'efecte barrera de la Meridiana, impedeix la creació de sinèrgies comercials recíproques.



Detall del plànol 2.06.8.3. Pes comercial del centre respecte els eixos comercials de Nou Barris i Sant Andreu

Heron City es troba en proximitat relativa a cinc mercats municipals, tots ells allunyats a més de 600 metres del centre. La locomotora alimentària, malgrat de reduïdes dimensions en comparació a d'altres centres comercials, podria exercir un factor de competència i desplaçament de la clientela dels mercats

municipals. Les superfícies de venda dels mercats municipals són equivalents, o lleugerament superiors a la del Mercadona del centre. La menor és la del Mercat de Sant Andreu, de 1.291 m² de SVA, i la major la del Mercat de la Guineueta, de 4.145 m² de SVA. En aquest sentit, la magnitud de El Corte Inglés, probablement exerceixi fort un factor de competència i desplaçament de clientela dels mercats municipals.

Relació amb els usos turístics:

La situació del centre es troba allunyada dels principals fluxos i atraccions turístiques de la ciutat, i en aquest sentit, no estableix sinèrgies ni relacions amb aquest ús.

Mobilitat

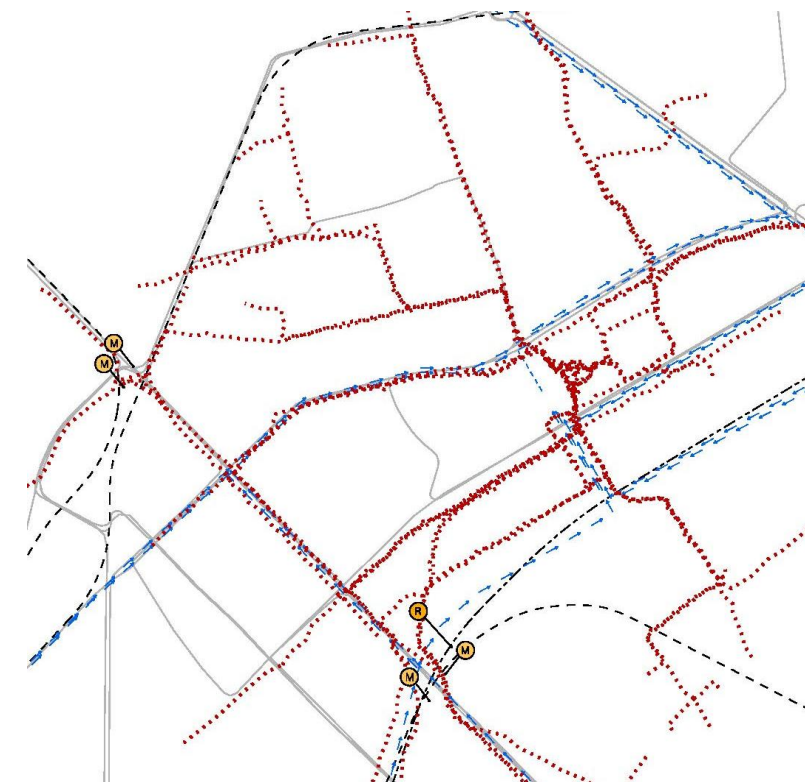
Per la redacció de la PMU de 2015, es va redactar un estudi de mobilitat, on s'extreuen les dades següents, elaborades segons càlculs estimatius en funció de ratis i taules normatives, i no pas de caràcter empíric.

La mobilitat induïda pel centre comercial és de 7.841 viatges/dia els divendres, i de 8.696 viatges/dia els dissabtes. La proporció de modalitat de desplaçaments és de 26,2% en vehicle privat, un 39,1% en transport públic, i un 34,3% no motoritzats. Amb la reforma prevista amb PMU, s'estima que els desplaçaments en vehicle privat augmentaran en 1.197 viatges els dies laborables, i 1.246 els dissabtes, per assolir un total de 3.312 i 4.448 viatges en vehicles privat els dies laborables i dissabtes, respectivament. Segons l'estudi, l'índex de saturació de les vies properes amb l'augment de mobilitat estimat, no és superior en cap cas el 60%. Per tant, es valora que l'ampliació té impacte mitjà sobre la mobilitat del sector.

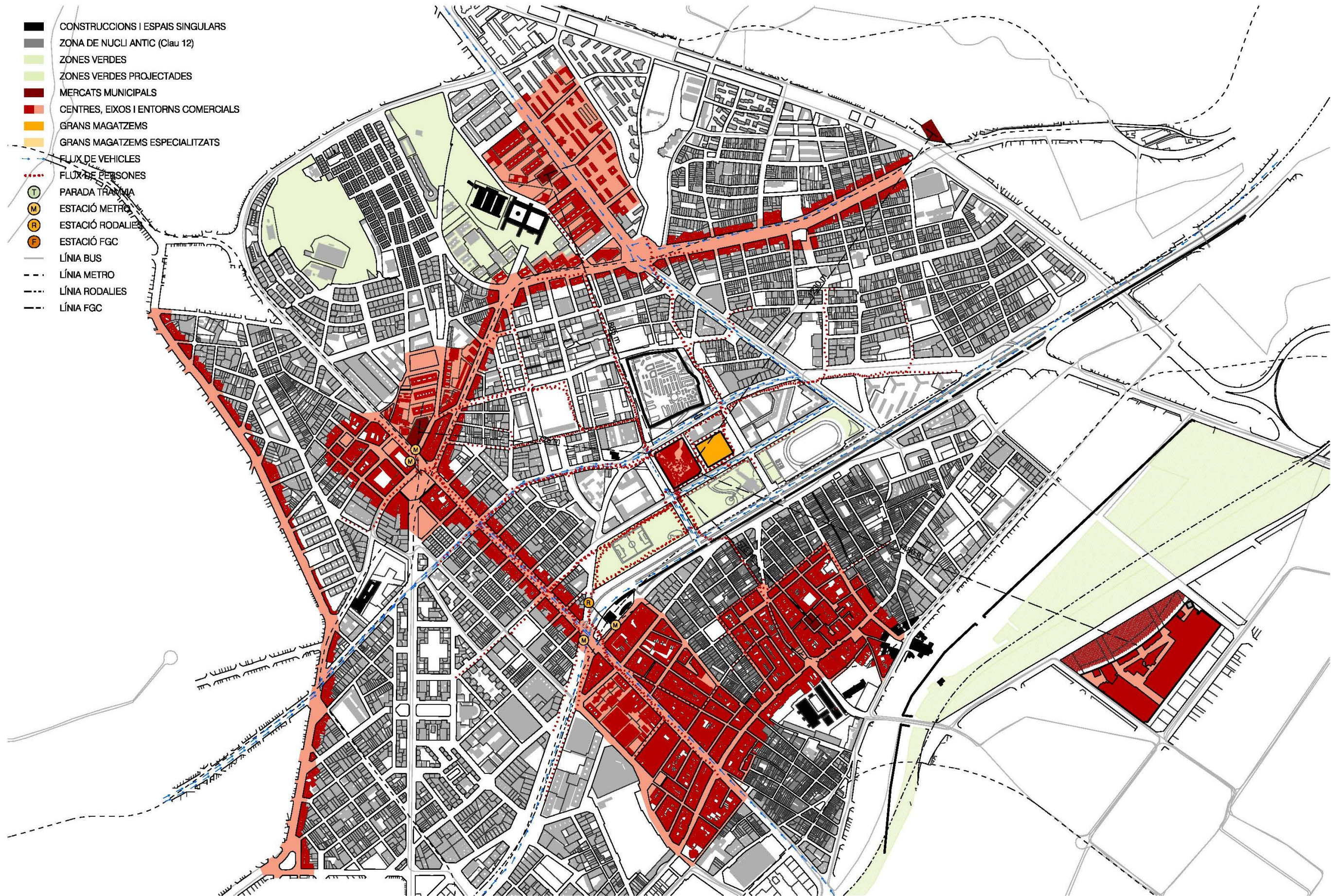
Heron City gaudeix d'una bona connectivitat en transport públic, tan metropolitana com municipal, gràcies a la presència d'una estació de Rodalies, una estació d'autobusos metropolitans, i una estació de metro de la Línia 1. A nivell metropolità, disposa d'una bona connectivitat amb el Vallès. La connectivitat en Bus, sense commutar, connecta el centre sobretot amb Sant Andreu i Nou Barris.



Plànol 2.06.8.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Detall del plànol 2.06.8.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Plànol 2.06.8.1

Conclusions






Els diferents indicadors d'impacte del centre, es valoren en el quadre adjunt:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	BAIX
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	MIG
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	ALT
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	MIG
Edificabilitat	ALT
Relació amb el teixit immediat	MIG
Qualitat del paisatge urbà generat	BAIX
USOS	
Superfície de venda autoritzada	BAIX
Superfície bruta arrendable	MIG
Diversitat funcional del centre	MIG
Superfície locomotora alimentària	BAIX
Proximitat a mercats municipals	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	BAIX
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	MIG
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	BAIX
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	MIG
Accessibilitat en transport públic	MIG
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	MIG
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	MIG

Recomanacions

- Augmentar la permeabilitat de la planta baixa mitjançant l'obertura dels establiments cap a la façana exterior, especialment sobre els carrers Rio de Janeiro i Pintor Alzamora.
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)
- Naturalització de la plaça central
- Urbanitzar conjuntament l'illa Heron City i El Corte Inglés promovent estratègies de naturalització

LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

DIAGONAL MAR

Origen i implantació

El Centre Comercial Diagonal Mares construeix dins l'àrea del *Centre Direccional de Diagonal Mar*, en unade les Àrees de nova centralitat⁸⁸, a l'extrem de llevant de la Diagonal sobre el límit est de Barcelona amb Sant Adrià del Besòs. El centre comercial forma part d'un gran projecte de desenvolupament urbanístic promogut per la promotora Hines que, sobre uns terrenys de 341.983 m² incloïa, a més del centre comercial, 160.000 m² d'habitatge, 57.000 m² d'oficines, 58.000 m² d'hotels, el Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB) i un parc públic de 14 hectàrees⁸⁹. La transformació de Diagonal Mar va ser una de les primeres operacions relacionades amb el sector de llevant de Barcelona, de l'obertura de l'Avinguda Diagonal per sota de la Plaça de les Glòries i la connexió amb el front marítim i el desenvolupament del sector del Fòrum de les Cultures 2004.



Ortofotoplànol del sector llevant de la Diagonal l'any 1996. Font: ICGC.

Els terrenys de Diagonal Mar van localitzar-se sobre antic sòl industrial limítrof amb la línia ferroviària del Maresme, que transcorria paral·lela al front marítim i que va esdevenir el carrer Taulat; amb la Ronda Litoral un cop es va construir; i en proximitat a la gran depuradora de la desembocadura del Besòs, i als barris del Sud Oest del Besòs, La Mina i la Catalana. Aquests assentaments residencials del seu entorn, durant dècades han sofert un fort dèficit urbanístic, degut a les condicions socio-econòmiques del barri i

⁸⁸ L'àrea anomenada Diagonal-Prim.

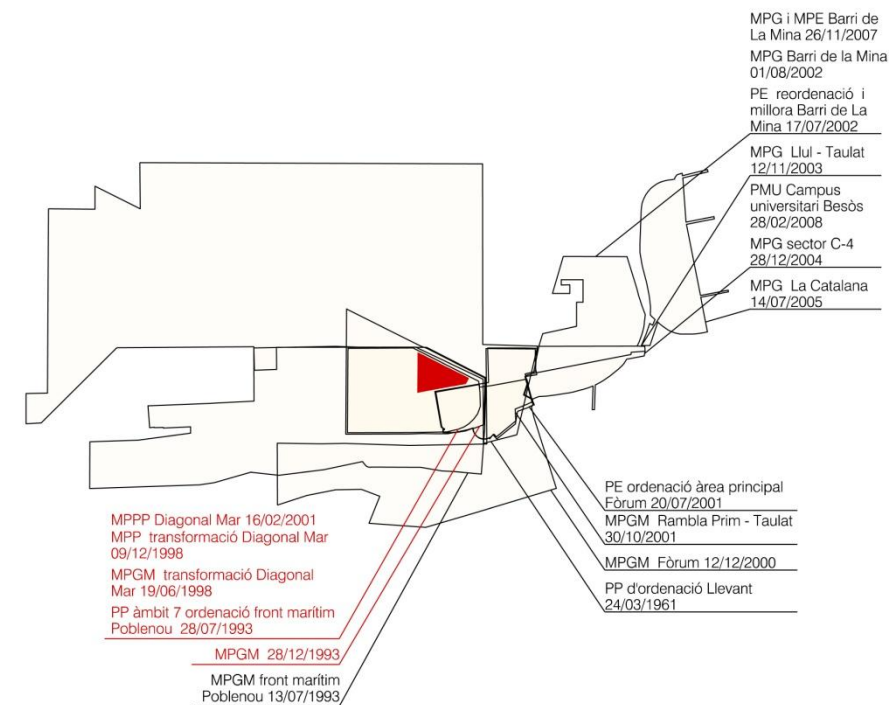
⁸⁹ Fitxa tècnica del web de Diagonal Mar. http://www.diagonalmar.com/html_cat/home_pivote.htm

a la seva posició perifèrica respecte a la ciutat, caracteritzats per estar envoltats de grans infraestructures territorials, de teixits industrials, i amb mala connectivitat a la resta de barris de la ciutat i els municipis veïns. La manca de consolidació de teixit residencial en el sector, especialment concentrats als polígons residencials del Sud Oest del Besòs i la Mina, ha implicat que en l'àmbit pròxim d'aquesta àrea de la ciutat no hi hagi la dotació d'equipaments i activitats habituals en els teixits densos de la ciutat. Aquest dèficit ha estat parcialment compensat amb la construcció del centre comercial, a més d'altres activitats desenvolupades a partir de l'obertura de la Diagonal, la transformació del Fòrum 2004 i el 22@.

Malgrat la població dins l'àrea de proximitat és baixa respecte altres centres comercials (15.469 habitants a 500m i 66.871 a 1.200m), la situació urbanística esmentada anteriorment, ha provocat que l'equipament comercial actuï com a centre funcional de referència i com a polaritat comercial de proximitat i de lleure del sector de llevant de la ciutat. A més, la seva posició li atorga una forta atractivitat per a la població dels municipis de Sant Adrià del Besòs, Badalona i, a nivell territorial, per a la població del Maresme, gràcies a la bona accessibilitat que disposa respecte la infraestructura viària, ja que, fins i tot, disposa d'un ramal d'accés soterrat propi des de la Ronda Litoral.

Planejaments del sector propers

Les principals modificacions de planejament en proximitat de Diagonal Mar realitzades els últims anys són el PERI de La Mina, les MPGM vinculades l'anterior, el MPGM de La Catalana, i la implantació del Campus de Llevant de la UPC.



Esquema del planejaments en proximitat al centre comercial

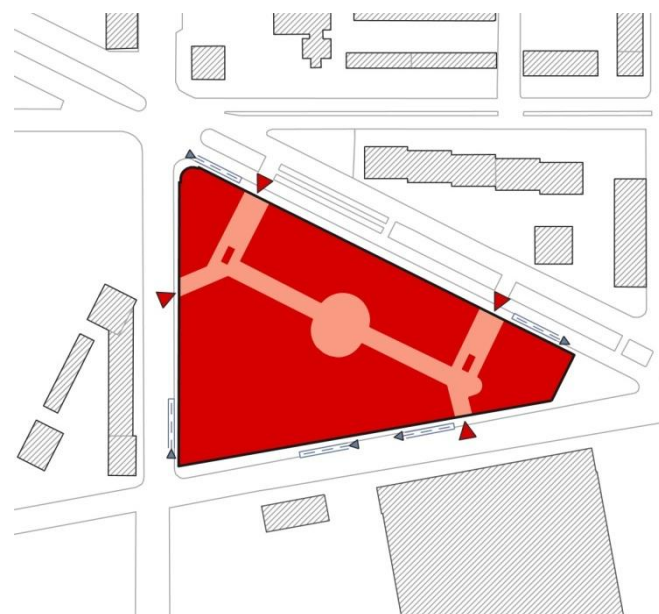
El PERI de la Mina, malgrat ha proposat la creació d'espais urbans de referència amb modificacions i millores significatives de la infraestructura aprofitant el pas del tramvia i la creació de la Rambla de La Mina, no ha permès insuflar ni reequilibrar el dèficit d'activitat i comerç del barri. De tal manera que La Mina, es segueix recolzant fortament en la dotació d'activitat i comerç de Diagonal Mar.

El nou barri residencial de La Catalana, que substitueix el barri de baixa densitat situat en proximitat, no disposa de la dimensió suficient per a formar un teixit en sí mateix amb diversitat d'activitats i equipaments a la planta baixa. El nou barri depèn fortament dels barris del seu voltant i els seus residents s'han de desplaçar a Sant Adrià del Besòs o cap a La Mina o Diagonal Mar.

El nou Campus de Llevant de la UPC significarà un nou pol d'activitat dins d'aquest sector de la ciutat, i malgrat disposarà de serveis propis, es probable que hi hagi un transvasament d'activitat entre el Campus i el centre comercial, especialment pel que es refereix a restauració.

Morfologia i relacions urbanes

L'edifici segueix el model de *mall* americà, pensat per espais perifèrics. Se situa en una parcel·la de 39.952m² de forma triangular que fa front a l'Avinguda Diagonal, al carrer Taulat i al carrer Josep Pla. La parcel·la té una superfície edificable de 67.000 m² desenvolupats sobre dues plantes (PB+1) sobre rasant, i té una superfície construïda total, incloent soterranis de 302.000 m² ⁹⁰, essent el de major sostre construït de la ciutat.



⁹⁰ Segons el Directorio de Parques y Centros Comerciales de l'AECC.

A títol general, és el segon centre comercial en magnitud de la ciutat, per darrere de La Maquinista. Segons el Directori de l'AECC està catalogat com a centre comercial Molt Gran⁹¹. És el segon amb més superfície de parcel·la, el segon en superfície bruta arrendable (SBA) (87.085m²) i el segon en superfície de venda autoritzada (53.296m²). Es pot considerar que la seva empremta urbana és molt elevada, condicionant fortament el seu entorn immediat.

La seva estructura funcional interna, gràcies a la gran dimensió de la parcel·la, s'organitza a partir de grans espais coberts (galeries) on s'hi aboca tot el comerç i les activitats sobre els tres nivells de l'edifici: soterrani, planta baixa i planta primera, tots ells connectats amb espais buits de triple alçada que es connecten visual i físicament. L'únic espai exterior obert és una gran plaça elevada per a usos de restauració. A la planta superior es troba la dotació de lleure i restauració, amb una minoria de comerç, i a les plantes baixa i soterrani s'hi ubica, majoritàriament, la superfície d'ús comercial.

L'orientació del comerç exclusivament cap a l'interior del centre provoca una façana de l'edifici cap a l'exterior dominantment opaca amb un grau de permeabilitat molt baix. Aquesta, malgrat es resol amb vidre, no permet l'accés ni la transparència cap a l'interior dels comerços excepte en els cinc accessos que disposa a la planta baixa. Aquest fet, sumat a la gran longitud de la façana urbana (843 metres, l'equivalent al front d'un urbà de 6 illes i mitja d'un carrer de l'Eixample) ha creat un espai públic al voltant de l'edifici de feble qualitat i amb gran impacte i repercussió negatius sobre l'entorn immediat. Aquest té un aspecte desertitzat, mancat d'activitat urbana a les façanes, fenomen agreujat a causa de la gran dimensió de l'edifici.

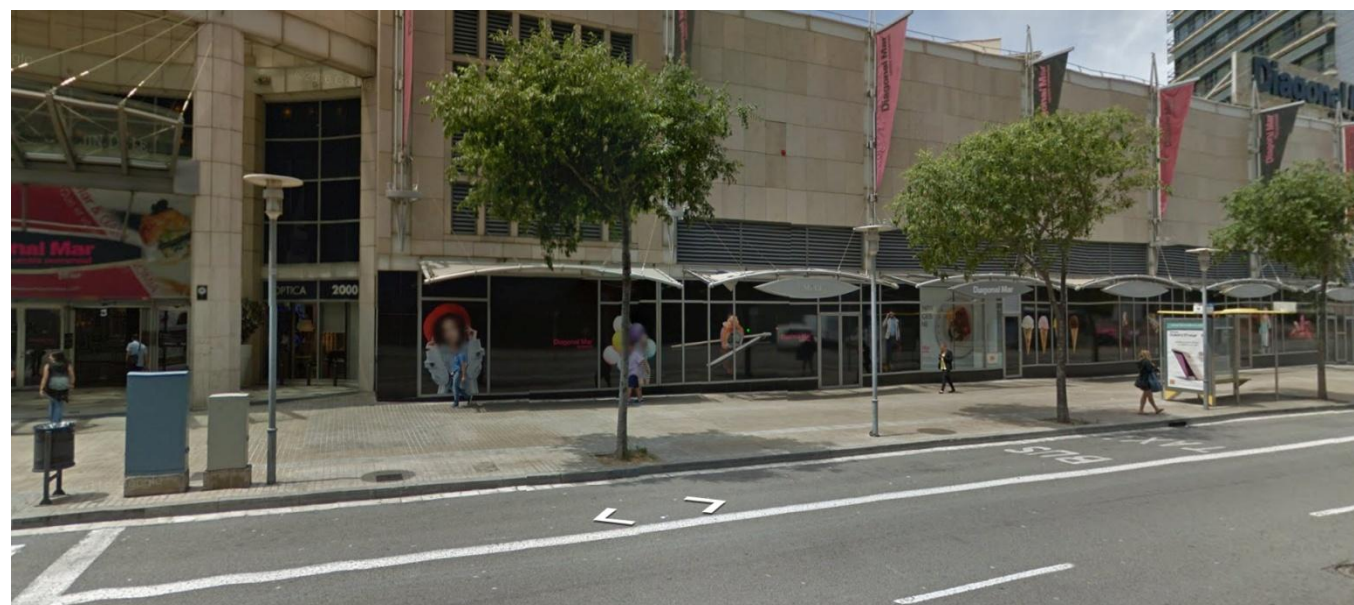
D'altra banda, l'edifici es relaciona de manera poc satisfactòria amb l'entorn immediat. La lògica de situació dels accessos reconeix molt tímidament l'entorn immediat i les potencials relacions urbanes que podria generar. Tan sols els accessos enfront el Parc de Diagonal Mar i el de la terrassa a sud, semblen reconèixer lleugerament les condicions de l'entorn més pròxim. De manera general, els accessos semblen respondre a una lògica interna d'eficiència dels espais interiors, a la qual la infraestructura urbana s'ha adaptat. Exemple d'aquesta adaptació és la situació dels



⁹¹ Amb Superfície Bruta Arrendable (SBA) major de 79.000m².

passos de vianants, o la manera com la calçada de l'Av. Diagonal perd un carril davant del centre comercial per cedir-lo a la rampa de l'aparcament, i com això provoca que la secció del carrer més important de la ciutat s'alteri. Malgrat la jerarquia i importància de de l'avinguda Diagonal, la rambla de vianants central característica del tram Glòries-Fòrum, desapareix per desplaçar als vianants cap a les voreres laterals amb moviments poc naturals.

A més, les condicions urbanes de l'entorn no afavoreixen l'establiment de continuïtats ni de "contagi" d'activitats sobre el perímetre o l'entorn immediat. L'ordenació del sector basada en edificació aïllada (els blocs d'habitatges situats a nord, les torres d'habitatge dins el Parc de Diagonal Mar, el CCIB o el Centre de Convencions del Fòrum), tampoc permet la disponibilitat de façanes urbanes amb un mínim de continuïtat per dinamitzar i estimular la implantació d'activitats fora del centre aprofitant l'afluència de visitants.

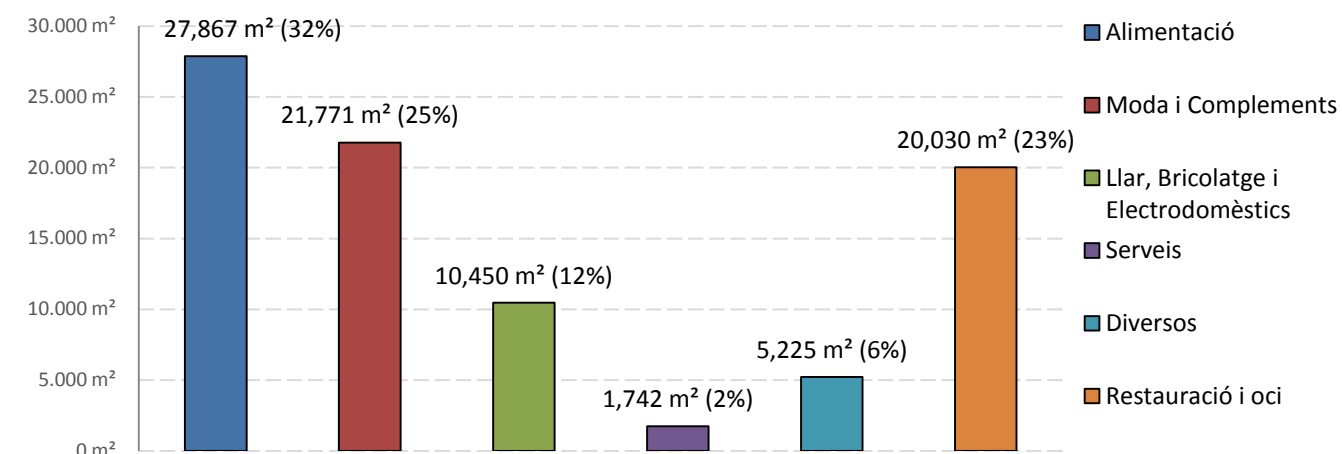


Façana del carrer Taulat. Font: Google Street view.

Usos del centre

El centre comercial disposa d'una llicència comercial de 53.296 m² de venda autoritzada, i de 87.085m² de superfície bruta arrendable (SBA). Aquests es distribueixen segons el quadre de la dreta.

El centre té una distribució variada i equilibrada dels diferents usos, i no es caracteritza per adoptar un perfil comercial específic. El centre disposa d'una gran locomotora alimentària, un Alcampo de 18.000m² de superfície de venda autoritzada i de 27.103m² de superfície construïda. És l'hipermercat més gran de la ciutat. L'ús alimentari suposa el percentatge més gran dels usos presents (32% alimentari).



Gràfic de distribució dels usos del centre comercial en termes absoluts i relatius.

Font: Directorio Parques y Centros Comerciales de l'AECC 2016

En segon lloc, es troben els establiments de moda i complementos, on hi destaca la presència d'un dels dos establiments existents a Barcelona de la marca Primark (el segon està a l'Illa Diagonal), d'un Zara i d'un H&M, entre d'altres. Darrerament, una de les seves locomotores principals (FNAC) ha abandonat el centre per establir-se al centre comercial Glòries. Respecte als usos relacionats amb l'oci destaca l'existència de 18 sales de cinema amb 4.144 butaques d'aforament, a més d'una pista de bitlles. Precisament, i degut a la tendència dels darrers anys de pèrdua d'espectadors als cinemes, els gestors del centre han iniciat un nou planejament (Modificació del Pla Especial Urbanístic del 2016) que proposa l'eliminació de 7 sales de cinema (2.436m²) i la reducció d'altres superfícies destinades a lleure, per substituir-les per establiments d'ús comercial.

La superfície destinada a restauració és destacable i gens residual. En aquest sentit, el centre actua com a pol de restauració del barri per servir als treballadors i usuaris de les oficines, hotels i equipaments terciaris del seu voltant, amb una forta afluència al migdia dels dies feiners. La futura activitat vinculada al nou Campus de Llevant de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), molt probablement s'aprofitarà de la presència de Diagonal Mar com a equipament de servei de lleure i restauració.

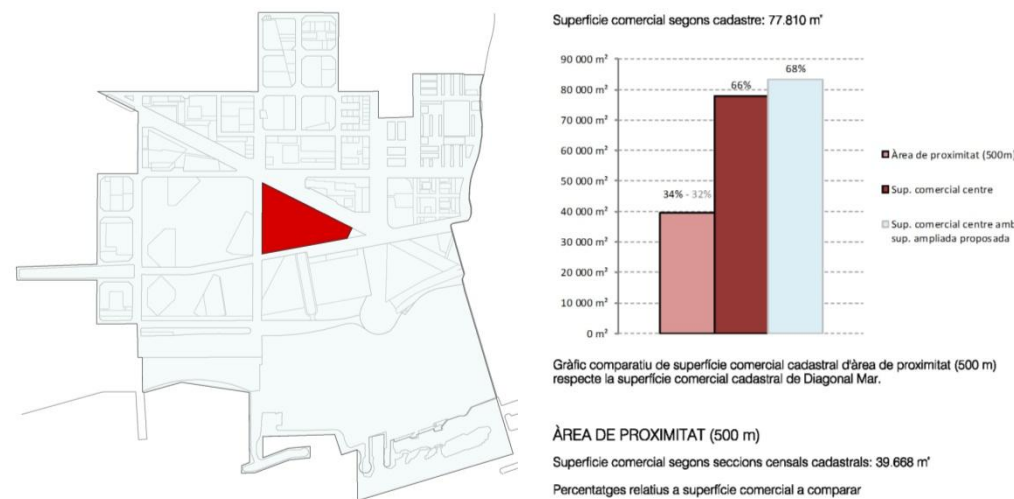
Finalment, també serveix i aprofita la presència massiva de visitants durant grans esdeveniments celebrats a la Plaça del Fòrum.

Respecte a l'afluència de visitants, i a falta de tenir dades de tots els centres, és el que en té més de la ciutat: 16.700.000.

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat:

La gran dimensió del centre combinada amb l'escassa consolidació de la trama urbana, fa que Diagonal Mar concentri en un alt grau el sostre comercial del seu entorn (66% en l'àrea a 500m al voltant), i fa que en un alt grau, monopolitzi el sostre comercial del sector. D'altra banda, l'ampliació de la superfície comercial proposada a la Modificació del Pla Especial de Diagonal Mar de 2016, augmentaria encara més aquesta concentració, fins a arribar al 68%.



Plànol 2.06.9.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

La forta acumulació de comerç del centre, malgrat ha servit per dotar comercialment el desenvolupament urbà del sector, no ha servit per aprofitar la forta afluència de visitants per dinamitzar la implantació d'activitats al seu voltant. Això es deu, en gran mesura, a les condicions urbanes de l'entorn (manca de consolidació i tipologia de teixit) i, especialment, a la configuració hermètica de l'edifici del centre.

D'altra banda, l'acumulació d'activitat (tant comercial com de lleure) al centre, pot provocar diversos impactes negatius sobre el barri:

- Ús estacional de l'espai públic, vinculat a l'horari d'obertura del centre.
- Risc de col·lapse eventual de la infraestructura viària durant pics d'intensitat de l'activitat.
- Paisatge urbà desertitzat en les àrees en proximitat més allunyades del centre.

Finalment, una concentració comercial excessiva és contrària a un model de ciutat densa, amb trames urbanes mixtes, ben equipades i amb usos diversos i carrers plens d'activitat cívica. Un factor que podria contribuir a revertir aquest repartiment, serà la progressiva consolidació del sector del 22@.

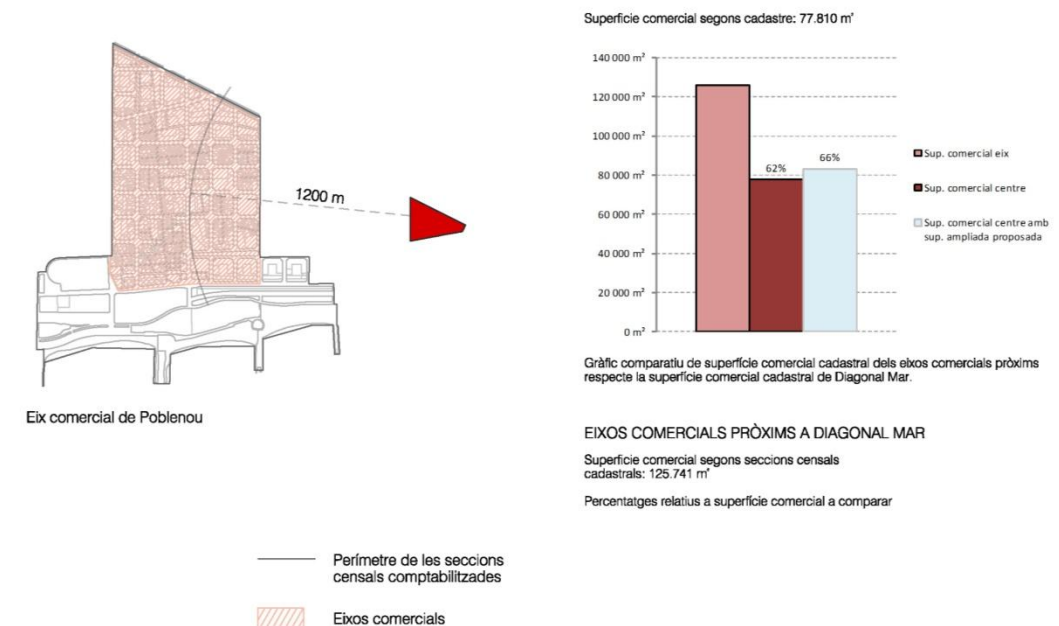
Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12):

El centre es situa allunyat i pràcticament sense relació a cap trama urbana de casc antic. La més propera és la del Poblenou. No obstant, donada la forta atractivitat del centre, no es descarta que pugui produir-se un transvasament de clientela del comerç de proximitat del casc antic cap al centre comercial, en especial en aquells tipus de comerç coincidents i no complementaris (alimentari, roba, calçat, i equipament de la llar). Aquest fet, requeriria d'estudis específics més aprofundits per avaluar-ho i confirmar-ho.

Relació amb altres polaritats comercials:

Diagonal Mar es troba allunyat respecte altres polaritats comercials (eixos comercials i mercats), essent, tal com s'ha dit anteriorment, l'única polaritat comercial d'aquesta zona de la ciutat. L'únic mercat municipal que es troba en proximitat relativa (a més de 900m), és el Mercat del sud-oest del Besòs (de 2.670 m² de superfície de venda), clarament menor a l'Alcampo de Diagonal Mar (18.000 m² de superfície de venda).

L'entorn comercial més proper és el del Poblenou (situat a més d'un quilòmetre). La distància entre ambdós és significativa i no permet la creació de sinergies positives ni que l'eix comercial es beneficiï de l'atractivitat generada pel centre. En superfície comercial, el centre representa el 62 % comparat a la superfície comercial cadastral de tot l'àmbit de l'eix, i representarà un 66% un cop aprovada l'ampliació.



Detall del plànol 2.06.9.3. Pes comercial del centre respecte l'eix comercial del Poblenou

Relació amb els usos turístics:

L'àrea de la Diagonal de llevant, a partir de la transformació de l'obertura al mar i el Fòrum 2004, ha començat a ser un dels focus d'atracció turística de rang secundari de la ciutat. A tall d'exemple, dues línies de bus turístic l'inclouen en el seu recorregut. Malgrat no es pot confirmar amb les dades disponibles, es molt probable que el centre comercial es beneficiï d'aquesta incipient activitat turística, com a dotació de restauració en primer grau, i de comerç en segon grau.

Mobilitat

El centre de Diagonal Mar atrau setmanalment a l'entorn de 300.000 visites, segons dades d'una setmana mitjana del mes de maig de 2015 facilitades pel centre. El dissabte és el dia en que es concentra el volum superior de visites, de l'ordre del 24% (73.252 visites) del total setmanal. Això representa augmentar, per gairebé vuit la població existent a l'àrea de proximitat de 500m. I dissabte, d'altra banda, és el dia de la setmana en que es detecta un major ús del vehicle privat motoritzat. Mentre que la resta de dies de la setmana prop del 30% de les visites accedeix al centre des de l'aparcament, els dissabtes representen gairebé el 40% del total.⁹² Per tant, de manera aproximada es pot dir que entre un 30 i un 40% dels desplaçaments es produeixen en vehicle privat. Amb una ocupació mitjana de vehicle privat estimada de 2,7 visitants/vehicle els dissabtes, es calcula que els dissabtes l'afluència és d'uns 10.900 de vehicles. Comparativament, respecte el parc de vehicles de l'àrea de proximitat (4.834 turismes) censats⁹³, representa un increment de 3,2vegades. De l'afluència de vehicles al centre, el 50 % accedeixen a través de les Rondes, i el 50% restant, a través de la trama urbana de carrers. D'altra banda, les dades d'ocupació de l'aparcament mostren que es tracta d'una infraestructura amb molt poc ús atès que el dia de més afluència l'ocupació mitjana és del 20% i en el moment de màxima demanda no s'arriba a ocupar la meitat de l'oferta.

En relació a l'impacte de l'ampliació de la superfície comercial del centre, l'estudi de mobilitat realitzat pels promotors, estima que la mobilitat associada a la proposta d'ordenació del centre de Diagonal Mar representaria un increment dels desplaçaments del 5,2%(+3.828 viatges/dissabte).

Aquest increment, prenent com a exemple els dissabtes, s'estima que es repartiria de la següent manera: 1.624viatges/dissabte en transport públic, 825 en transport privat, 94 en bicicleta i 1.287 a peu, tenint en

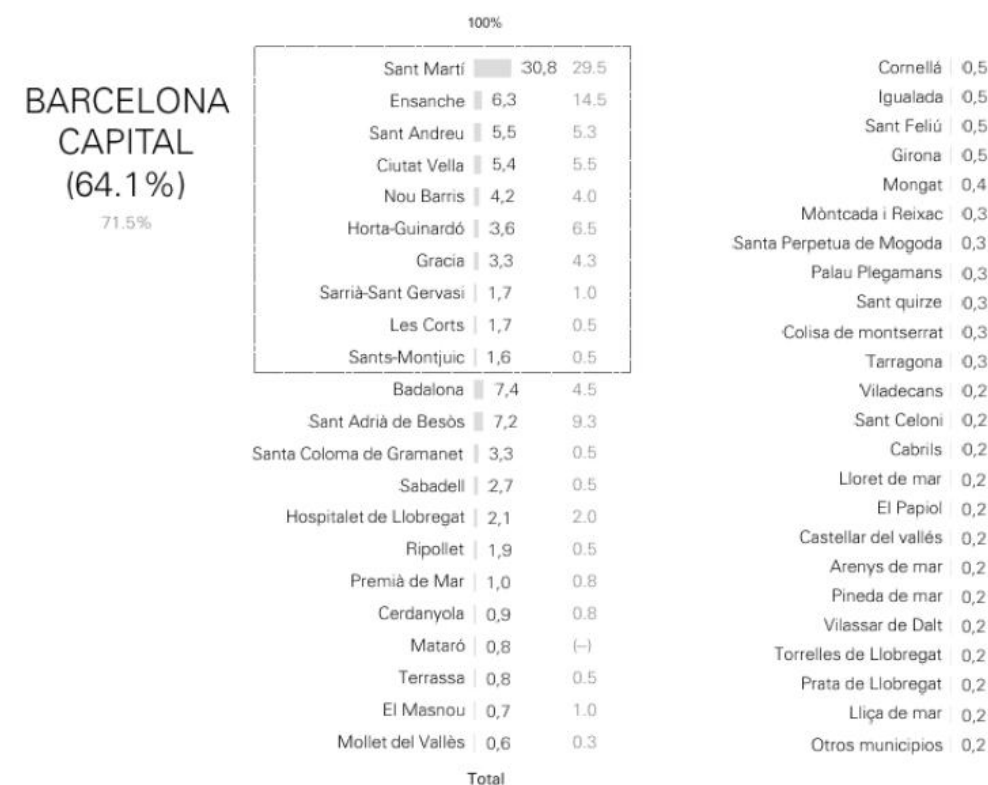
⁹² Segons annex de la Mod. Del Pla Especial de Diagonal Mar –“ Estudi d'avaluació de la mobilitat generada al centre comercial de Diagonal Mar (Municipi de Barcelona)”

⁹³ Estimació segons el rati de turismes cada 1000 habitants de l'Anuari estadístic de l'Ajuntament 2015.

compte que es tracta de viatges en un sentit. Per tant, segons aquest estudi, l'impacte de l'ampliació sobre la mobilitat rodada i global en general, seria moderat.

Origen dels visitants:

A l'estudi de mobilitat s'inclou el següent quadre de provenença dels visitants:



Quadre de distribució d'origen dels visitants, segons informe del centre de juny de 2016.

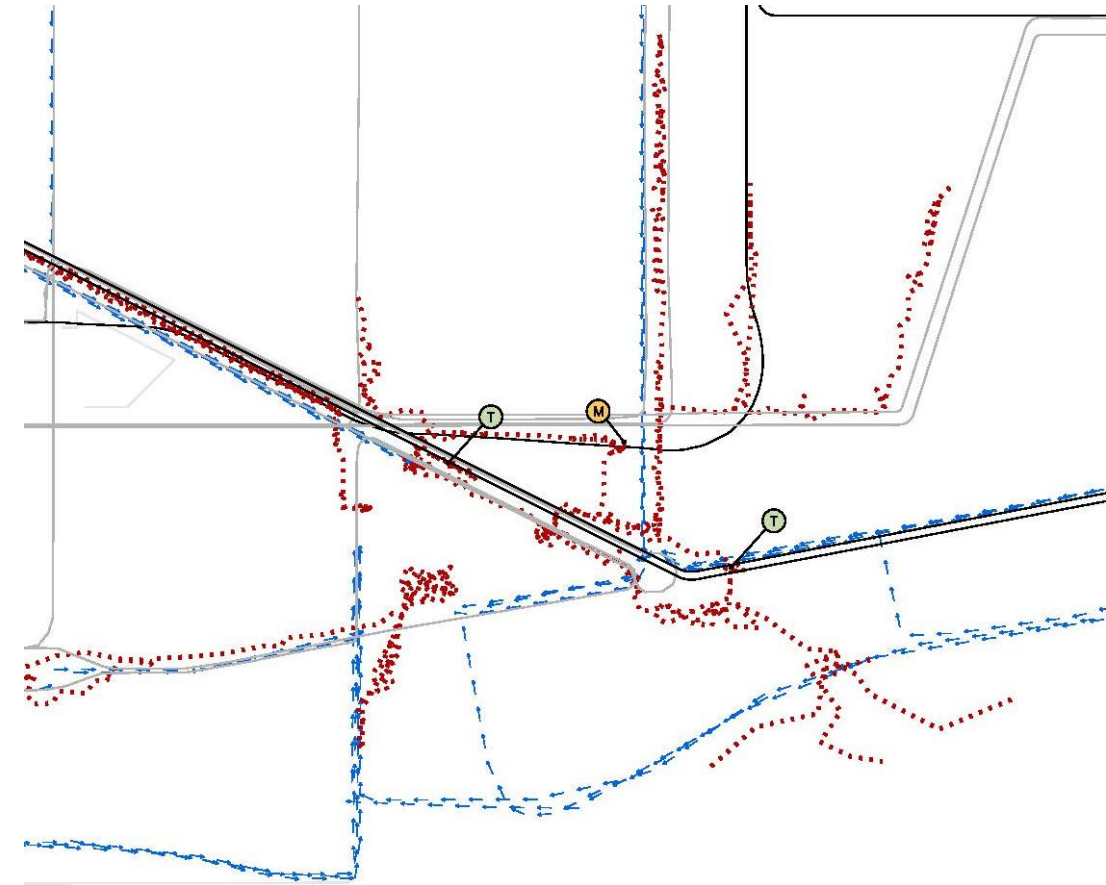
Del quadre, en destaca que gairebé dues terceres parts (64,1%) dels visitants provenen de la ciutat de Barcelona. Alhora, d'aquests, la meitat provenen del Districte de Sant Martí (un 30,8% del total), confirmant que el centre funciona com a centre de proximitat en un grau mitjà. En relació als visitants fora de Barcelona, els principals municipis d'origen de visitants són de Badalona (2ª indret d'origen darrere Sant Martí) , Sant Adrià del Besòs (3ª) i Santa Coloma de Gramanet, i representen el 17,9% de la totalitat. Aquesta dada confirma la gran atractivitat del centre en relació a aquests municipis propers.

Accessibilitat en transport públic:

En centre disposa de dues línies de metro en proximitat, diverses línies d'autobús, i el Tram Besòs. De manera general, els diferents modes de transport, connecten en un primer grau (sense considerar canvis intermodals ni transbordaments) especialment amb el Districte de Sant Martí, i en menor mesura a Sant Adrià i Badalona, el centre de la ciutat i Sant Andreu.



Plànol 2.06.9.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



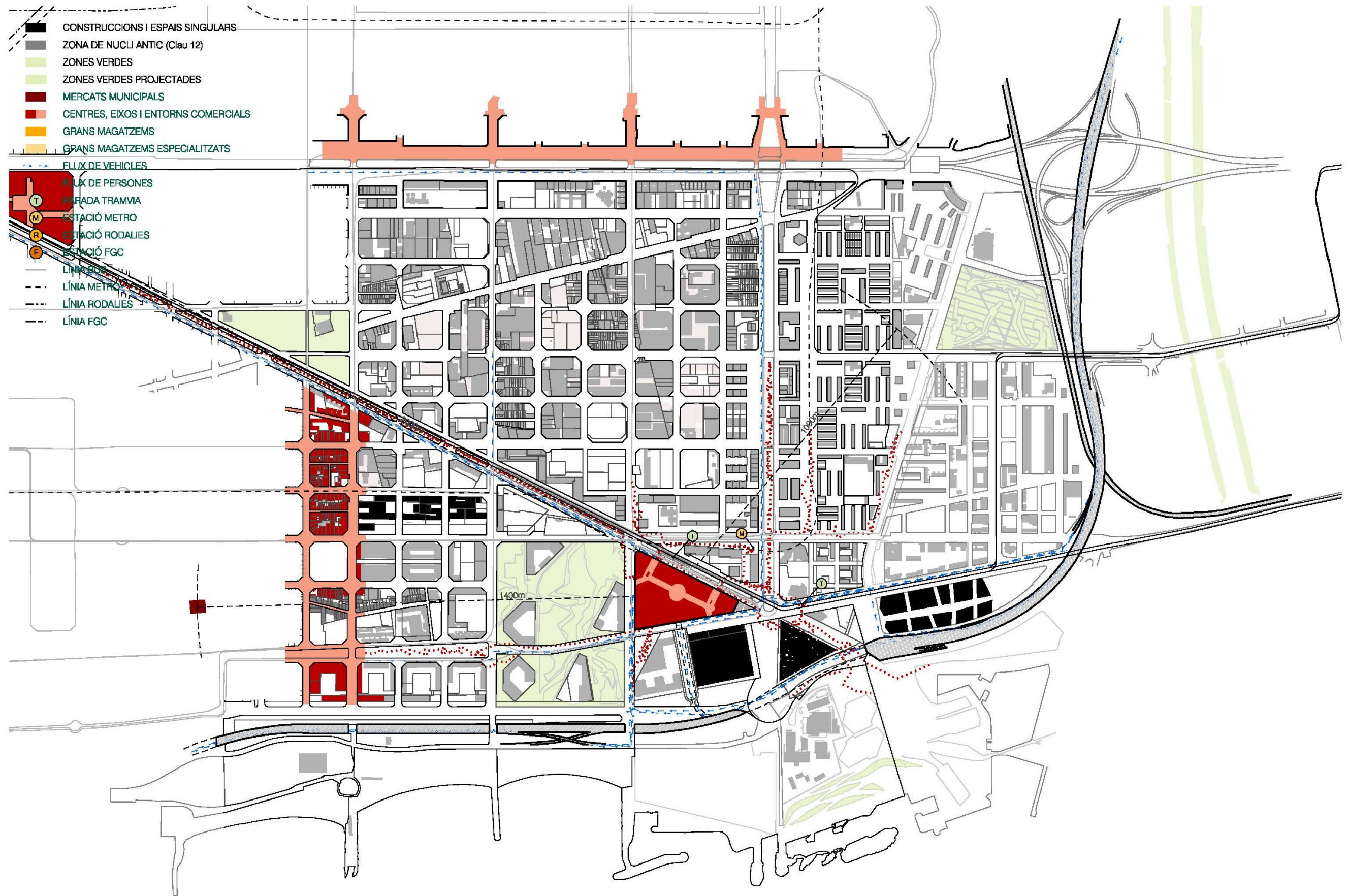
Detall del plànol 2.06.9.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre

Ampliació proposada

La propietat del centre comercial ha presentat l'any 2016 una Modificació del Pla Especial de Diagonal Mar, per a ampliar la seva superfície comercial en 5.341 m². Aquesta, segons s'expressa a la memòria del mateix, consisteix en:

- Reduir la zona de dedicada a cinemes en 2.436m² (7 de les 18 sales disponibles).
- Eliminar la zona recreativa denominada *Ilusiona* (Bowling i jocs recreatius, local 3040), 2.194m².
- Reduir la zona de restauració en 943 m².
- Regularització de la superfície de venda comercial, segons resolució favorable de la Generalitat, expedient núm. LLC-06/15 (+5.342 m²).
- No s'elimina cap establiment comercial de mes de 2.500 m².

Aquesta modificació ha estat aprovada definitivament per silenci administratiu, malgrat el Ple del Consistori s'ha pronunciat negativament.



Plànol 2.06.9.1

Conclusions

Els diferents indicadors d'impacte del centre, es valoren en el quadre adjunt:

SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	BAIX
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	ALT
Proximitat a trames urbanes 12 i13	BAIX
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	ALT
Població resident en l'àrea de proximitat	BAIX
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	ALT
Edificabilitat	ALT
Relació amb el teixit immediat	BAIX
Qualitat del paisatge urbà generat	BAIX
USOS	
Superfície de venda autoritzada	ALT
Superfície bruta arrendable	MOLT ALT
Diversitat funcional del centre	BAIX
Superfície locomotora alimentària	MOLT ALT
Proximitat a mercats municipals	BAIX
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MOLT ALT
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	BAIX
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	MOLT ALT
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	MOLT ALT
Dotació d'aparcament	MOLT ALT
Accessibilitat en transport públic	MIG
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	MIG
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX
Potencial d'acollida d'activitats productives	ALT

Recomanacions:

- Impulsar el desenvolupament del 22@, del PERI de la Mina i del Campus de la UPC per a dinamitzar els entorns del centre comercial i compensar el grau de concentració comercial existent. Preferiblement, cal promoure iniciatives que considerin les plantes baixes com a actius urbans i focus d'activitat urbana.
- Condicionar les ampliacions de superfície o d'aprovació de plans especials, a l'aplicació de millores sobre les condicions de contacte de l'edifici amb l'entorn immediat: Aquesta pot incloure entre d'altres mesures:
 - Obligació d'obrir els comerços situats en contacte amb la façana de planta baixa de l'edifici per fer-los permeables i accessibles des del carrer, garantint un llinar mínim de façana urbana permeable.
 - Situar els comerços de restauració en planta baixa i en contacte i accés directe des del carrer.
 - Transformació de la infraestructura de la Diagonal per permetre l'extensió de la rambla de vianants central fins a la Plaça del Fòrum.
- Estudiar la viabilitat d'ampliar el centre de manera discontinua, en parcel·les situades fora de l'edifici, per a estimular i dinamitzar l'activitat de l'entorn.
- Condicionar l'atorgament de llicència i aprovació de l'ampliació de superfície comercial a la implementació de mesures de millora en la sostenibilitat (energètica, mobilitat i gestió de residus).
- Utilització de la coberta (cobertes verdes, generació energètica, mitigar efecte illa de calor activitats socials)

LLEGENDA

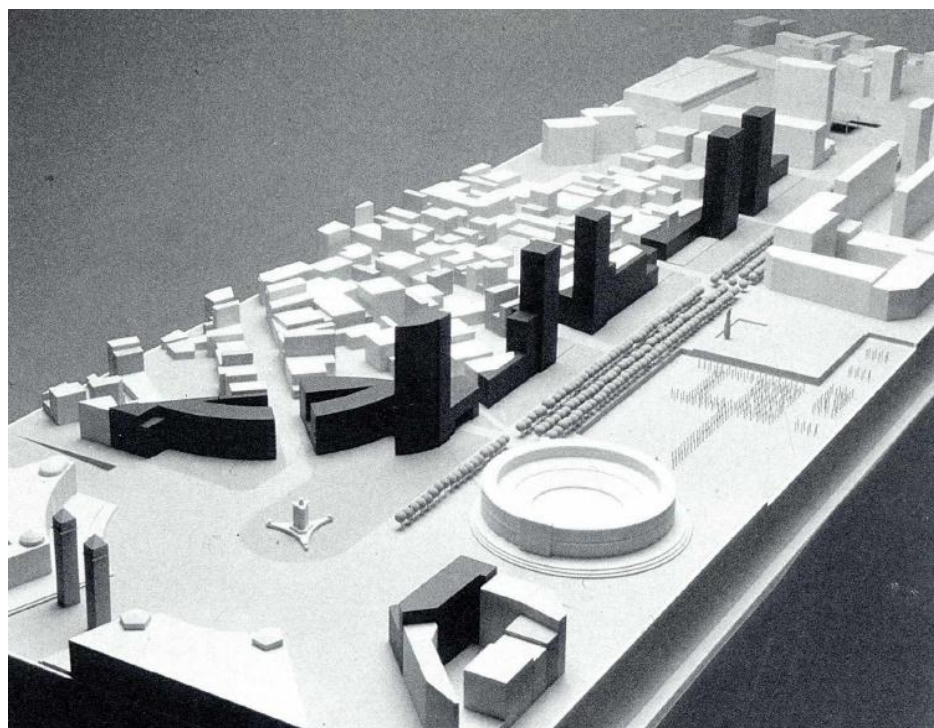
VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

ARENAS DE BARCELONA

Origen i implantació

El Centre Comercial Arenas Barcelona és l'últim que ha obert les seves portes dins de la ciutat. Se situa a la plaça d'Espanya, a l'antiga plaça de braus que portava el mateix nom i en què s'hi van deixar de fer espectacles de tauromàquia l'any 1977. Tot i que el singular edifici era limítrof a una de les Àrees de nova centralitat, la del carrer Tarragona, no es pot considerar que l'edifici formés part de les operacions que s'hi plantejaven. Durant anys l'edifici d'estil neomodèrn no va tenir ús i no van prosperar cap de les iniciatives que es plantejaven per definir el seu futur, algunes d'elles tant contundents com l'enderroc i la construcció d'un espai firal. No va ser fins l'any 1999 que el grup Sacresa va adquirir l'edifici per a construir-hi un centre comercial. En aquell moment, la conversió del carrer Tarragona en una àrea d'usos terciaris era ja una realitat. Es va encarregar el projecte a l'arquitecte Richard Rogers, que va plantejar elevar la façana original de l'edifici i cobrir-lo amb una gran cúpula.

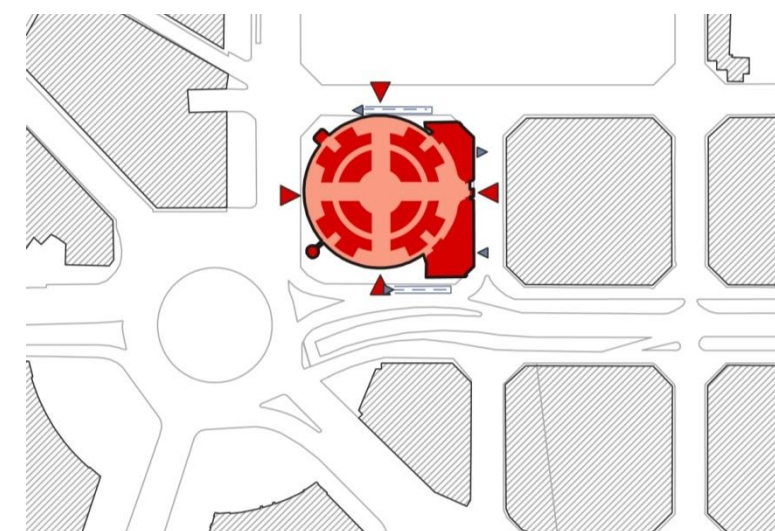
El centre comercial està situat en un lloc estratègic, a l'encreuament de la Gran Via de Les Corts Catalanes, l'eix Paral·lel-Hostafrancs i l'eix Tarragona-Numància, fet que li confereix bona accessibilitat rodada i en transport públic. S'erigeix sobre una illa de l'esquerra de l'Eixample, juxtaposat al casc antic d'Hostafrancs i a l'entrada principal del parc de Montjuïc. És l'únic centre que s'insereix en un edifici d'interès patrimonial no programat per a un ús comercial. També és l'únic, conjuntament amb El Triangle, que s'insereix en una trama qualificada de densificació urbana.



Morfologia i relacions urbanes

L'edifici ocupa una illa de l'Eixample i ha conservat l'estructura de plaça de braus, amb una planta de forma circular a la que se li ha adherit un volum tangencial i paral·lel al carrer Llança (E-Forum). En la part més propera a la plaça Espanya s'hi erigeix un ascensor panoràmic que permet pujar fins a un mirador, animat per diversos restaurants, amb visuals sobre la muntanya de Montjuïc.⁹⁴

A la planta baixa hi ha quatre accessos que es corresponen als quatre quadrants de la planta circular de l'edifici orientants partint de l'antiga entrada principal amb façana a la Gran via. Malgrat l'exercici de conservar la façana, el centre comercial és introvertit i l'ús de l'edifici no traspua en cap moment cap a l'exterior. El nou edifici del carrer Llança és l'únic punt en què el centre comercial genera una relació directa amb el carrer al disposar de diversos restaurants en planta baixa.



Esquema d'implantació del centre comercial.

Usos

Les Arenas Barcelona compta amb 100 establiments. L'oci i la restauració representen el 60% dels usos del centre. Dotze sales de cinema amb 2.100 butaques i una superfície de 3.626 m² són la locomotora principal d'oci del centre, conjuntament amb l'espai polivalent per a esdeveniments anomenat La Cúpula, de 3.894m².

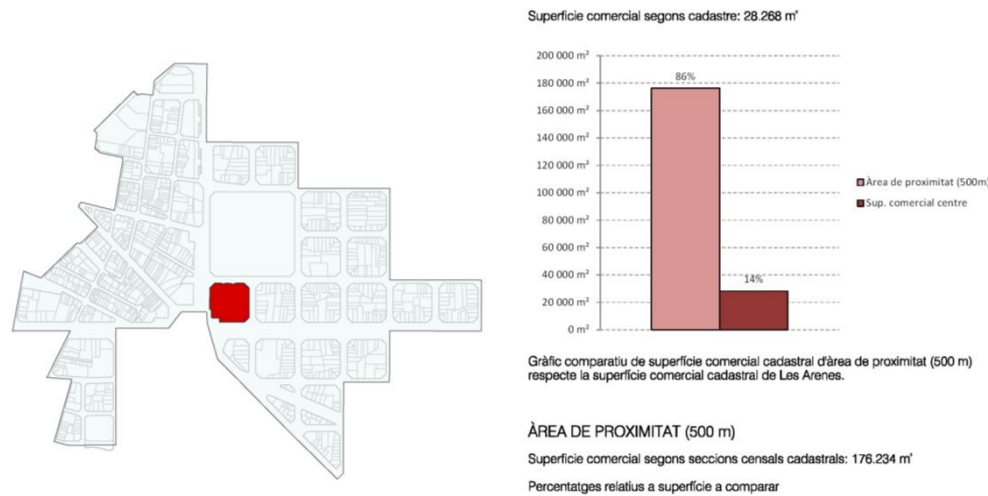
L'ús comercial representa el 40% de les activitats del centre. Les principals locomotores del centre són un FNAC de més de 2.000m², i establiments de moda com un Desigual (905m²), Base (451 m²) i Mango (452 m²). Hi ha un hipermercat Mercadona d'una superfície d'aproximadament 1.500 m², el que representa la locomotora alimentària més petita dels centres comercials de la ciutat.

⁹⁴Fotografia: <http://www.es.blog.espaibarcelona.com>

Relació amb altres usos

Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

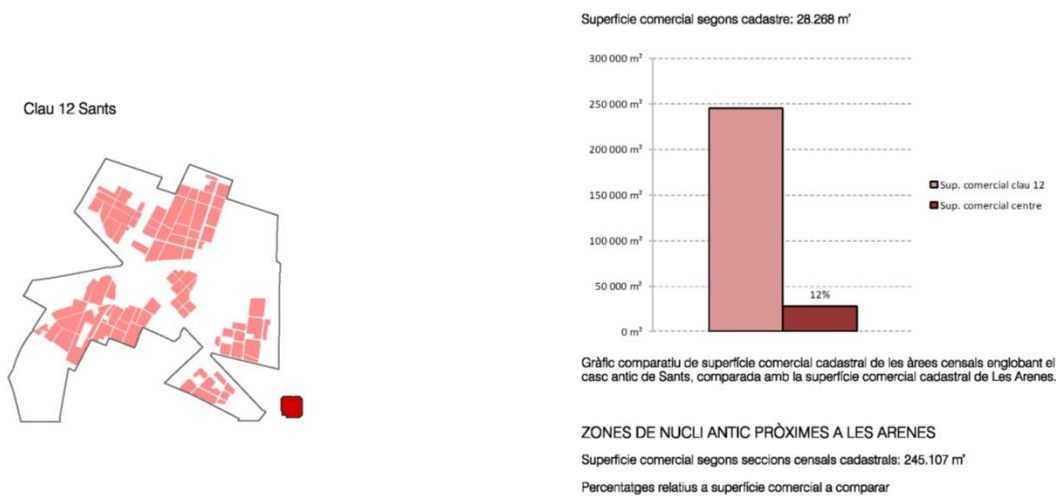
El centre comercial se situa en un entorn comercial actiu degut a la presència en el seu entorn més immediat de part de l'eix comercial del carrer de Sants i de Sant Antoni, sumats a la trama de l'Eixample esquerra amb un comerç de proximitat abundant. El centre comercial acumula el 14% de la superfície comercial existent del seu entorn més proper (a 500 m).



Plànol 2.06.10.2. Pes comercial del centre respecte l'entorn immediat

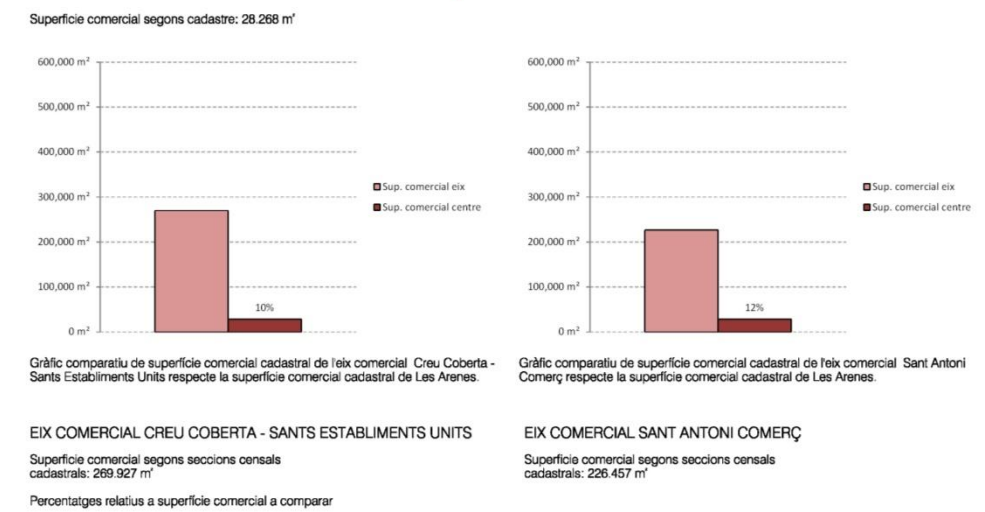
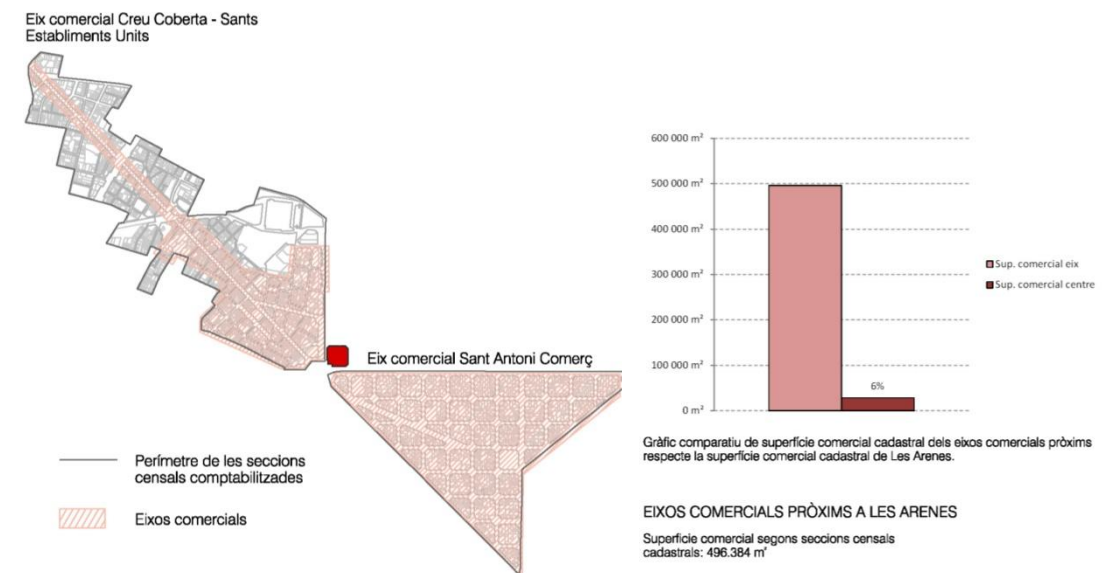
Relació amb trames urbanes de casc antic (clau 12) i amb altres polaritats comercials

Les Arenes es troba molt proper als cascs antics d'Hostafrancs, Sants i La Bordeta, que sumen, entre tots ells, una superfície comercial cadastral de 245.107 m²,⁹⁵ el que representa que el centre comercial acumula una superfície equivalent al 12% de la superfície comercial.



Detall del plànol 2.06.10.3. Pes comercial del centre respecte el casc antic de Sants

Quant a la relació amb altres polaritats comercials, Les Arenes se situa, a mode de frontissa, a l'extrem de dos dels eixos comercials més importants de Barcelona: el de Sants i el de Sant Antoni. L'eix comercial Creu Coberta-Sants és el carrer comercial més llarg d'Europa i té una superfície comercial cadastral de 269.927m², mentre que els entorns del Mercat de Sant Antoni generen una trama comercial que arriba als 226.457m². Comparativament, Les Arenes presenta una superfície equivalent al 10% i al 12% d'aquests dos eixos comercials de la ciutat, respectivament. Les Arenes presenta una superfície equivalent al 6%, si considerem els dos eixos comercials junts.

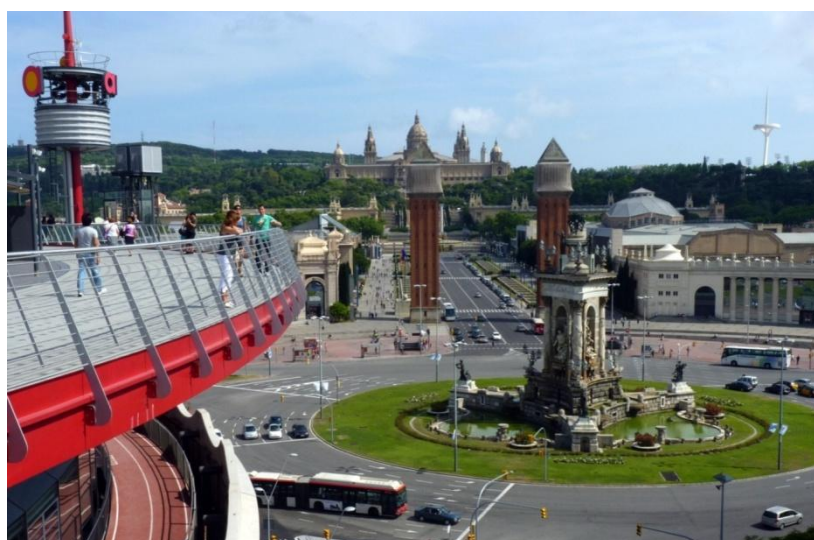


Detall del plànol 2.06.10.3. Pes comercial del centre respecte els eixos comercials dels entorns

⁹⁵ Recordem que s'engloba la superfície de compra en les àrees censals.

Relació amb els usos turístics

El centre comercial se situa en un dels indrets més turístics de la ciutat, estretament relacionat amb els fluxos de gent que arriben al parc de Montjuïc per gaudir de l'oferta cultural i lúdica que ofereix. El centre comercial ha sabut erigir-se com una fita més dins l'itinerari que poden seguir les persones que visiten aquest indret de la ciutat gràcies al mirador perimetral situat sobre la part alta de l'edifici, que s'ha convertit en visita obligada per a gaudir de bones vistes del pol turístic de Plaça Espanya – Fonts de Montjuïc i el MNAC.



Fotografia des del mirador a la plana superior del centre

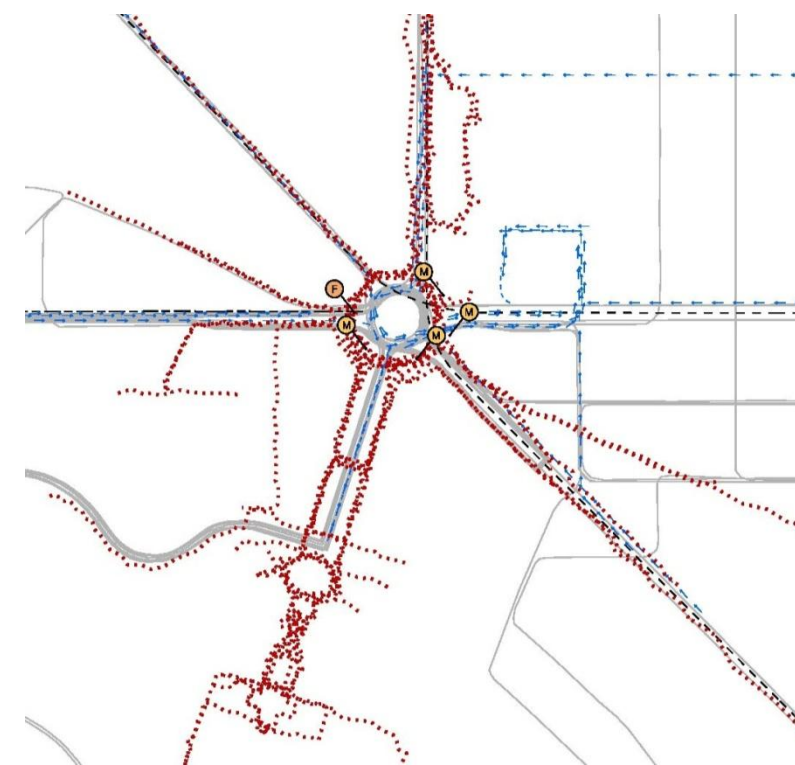
Mobilitat

L'emplaçament de Les Arenes presenta unes condicions d'accessibilitat privilegiades. Quant a la seva inserció en la xarxa viària, se situa a la Gran Via de Les Corts Catalanes, una de les vies que estructura la mobilitat municipal i metropolitana de Barcelona, i que permet posar en relació el centre comercial amb diferents punts de la ciutat i de poblacions properes. La plaça Espanya és el receptacle i distribuïdor de fluxos que arriben del Paral·lel, el carrer de Sants, l'eix Tarragona-Numància, i la presència del centre que compta amb una dotació d'aparcament important, conjuntament a altres factors (fires o esdeveniments a la muntanya de Montjuïc), comporta en dies i hores punta, aglomeracions de trànsit importants.

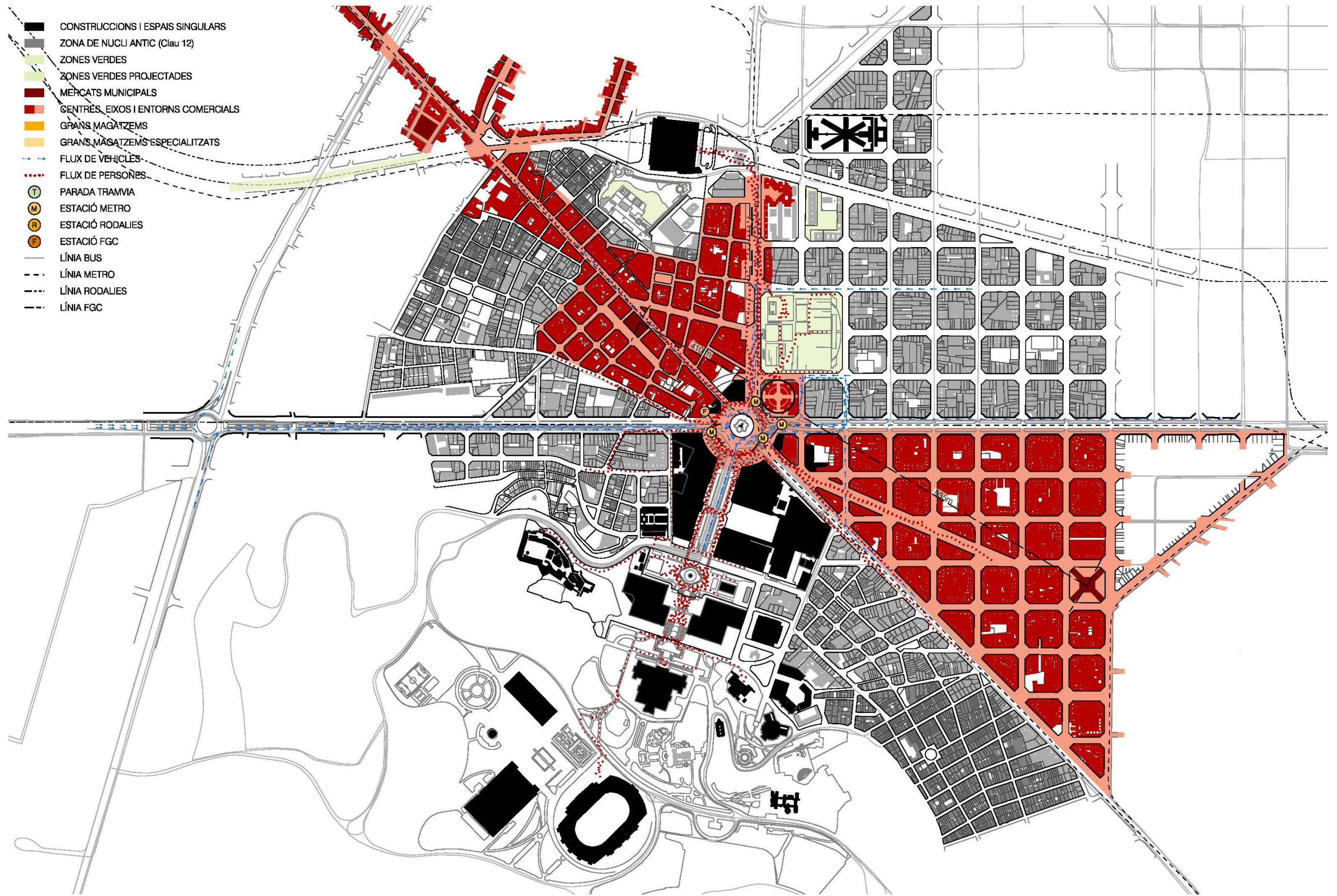
Les Arenes té una bona comunicació amb la xarxa de transport públic. Cal considerar que l'Estació de Sants se situa propera al centre, i que la plaça Espanya és un dels enllaços de transport més importants de la ciutat amb dues línies de metro i la línia Llobregat-Anoia de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, a part de diverses línies d'autobús. La qualitat de la urbanització, la quantitat de població que viu al seu voltant, sumat als fluxos turístics i a la població atreta pels eixos comercials dels seus entorns, condicionen la capacitat d'atracció de les mobilitats lentes.



Plànol 2.06.10.4. Esquema del transport públic proper al centre comercial



Detall del plànol 2.06.10.1, amb les mobilitats relacionades amb el centre



Plànol 2.06.10.1

Conclusions

Els diferents indicadors d'impacte del centre, es valoren en el quadre adjunt:






SITUACIÓ	
Grau de centralitat urbana	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	ALT
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	ALT
MORFOLOGIA	
Superfície de parcel·la	MIG
Edificabilitat	MIG
Relació amb el teixit immediat	MIG
Qualitat del paisatge urbà generat	MIG
USOS	
Superfície de venda autoritzada	BAIX
Superfície bruta arrendable	MIG
Diversitat funcional del centre	MIG
Superfície locomotora alimentària	BAIX
Proximitat a mercats municipals	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	MIG
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	ALT
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT	
Mobilitat viària generada	S/D
Dotació d'aparcament	MIG
Accessibilitat en transport públic	ALT
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	MIG
Potencial d'acollida d'activitats productives	BAIX

Recomanacions

- Millorar la relació urbana del centre comercial amb el carrer Llança i el Parc Joan Miró, a través de millores en la permeabilitat i accessibilitat del centre.

- Establir una millor relació i potenciar sinèrgies amb l'eix comercial de Sants.

LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

EIX COMERCIAL PORTAL DE L'ÀNGEL - PASSEIG DE GRÀCIA

La posició central i la continuïtat urbana que estableixen el Portal de l'Àngel i el Passeig de Gràcia configuren el principal eix comercial de Barcelona. Aquest recorregut, d'aproximadament 1,9 km de longitud, que arrenca a la Plaça de la Catedral, passa pel Portal de l'Àngel, la Plaça Catalunya i recorre el Passeig de Gràcia fins als Jardinetes de Gràcia (complementat en paral·lel per la Rambla Catalunya), s'ha convertit en una polaritat comercial de primer rang (tanta nivell nacional com internacional), amb diversitat d'usos i perfils comercials, amb una altíssima afluència de visitants que desperta l'interès de primeres marques mundials, i on el preu de lloguer del sòl comercial és el més alt (o entre els més alts) d'Espanya.

L'interès d'incloure aquest exemple al llistat dels centres comercials de la ciutat, rau en la prova que representa sobre la capacitat dels teixits urbans, sempre que compleixin certes condicions, de configurar-se com a centres comercials oberts i, de vegades, amb millor atractivitat que els centres convencionals. De com, amb una estructuració diferent, oberta i integrada en el teixit de la ciutat, es poden obtenir millors condicions de competitivitat i rendiment econòmic pel comerç. Aquesta situació es produeix en multitud de centres urbans de ciutats europees, amb major o menor rellevància en funció de la importància de la mateixa i les seves condicions.

En aquests casos, el terme anglès *mall* amb el que s'anomenaven els centres comercials des del seu inici (*mall center*), reprèn el seu sentit etimològic original, per recuperar la *promenade* urbana, flanquejada a banda i banda per comerços. L'eix del centre de Barcelona demostra que no cal el simulacre d'espai urbà asèptic que es construeix en els centres comercials. Ara el carrer adopta, de manera híper-real, la forma i el paisatge del centre comercial. Òbviament, no tots els teixits o àrees de la ciutat poden comportar-se d'aquesta forma. En el cas de l'Eix Portal de l'Àngel- Passeig de Gràcia, la seva atractivitat i el seu èxit es deu a diversos factors:

- La posició central tan física com funcional dins l'estructura de la ciutat.
- Una infraestructura urbana amb condicions òptimes: un carrer ample que destaca dins la jerarquia de la ciutat, però prou estret com per poder canviar de vorera amb facilitat; continuïtat de les façanes que permet una continuïtat comercial òptima; parcel·lari relativament petit que garanteix la disponibilitat de locals comercials diversos; orientació i assolament durant la majoria del dia; voreres amples per a permetre alta afluència de visitants; arbrat vigorós que dota d'escala humana i naturalitza el paisatge urbà, etc.

- L'elevadíssima connectivitat i accessibilitat en transport públic, acumulant i essent creuat per la majoria de línies de transport públic municipal i metropolità.
- Una estructura viària de primer rang que el fa accessible en vehicle privat, així com la disponibilitat d'aparcament abundant.
- L'acumulació de patrimoni arquitectònic al llarg del recorregut, amb certes edificacions catalogades com a Patrimoni Mundial per l'UNESCO. L'acumulació de patrimoni i atraccions turístiques funcionen com a locomotores que augmenten l'atractivitat del conjunt i l'afluència de turistes i visitants.
- L'acumulació creixent i autoalimentada de comerç, amb la presència destacada de multitud d'establiments que exerceixen el rol de locomotora comercial, amb la presència destacada de marques de referència nivell global i les seves competidores.
- L'existència d'usos complementaris que enriqueixen, diversifiquen l'oferta, i n'augmenten l'atractivitat del conjunt: cinemes, teatres, hotels, etc.



Fotografia d'un fragment del Passeig de Gràcia



Fotografia d'un fragment del Portal de l'Àngel

El centre comercial urbà que s'erigeix sobre el suport de la pròpia ciutat, malgrat pot assimilar-se en el contingut i parcialment en la forma, difereix en alguns aspectes clau respecte els centres convencionals estàndard:

- Els espais comuns i de circulació no són privats i no són titularitat d'un operador amb vocació lucrativa que el comercialitza, l'administra i transforma a demanda. Per contra, l'aprofitament de la infraestructura pública, elimina els costos d'infraestructura dels espais comuns del centre, i els desplaça cap a l'administració pública, fet que fa més competitiu el cost de SBA, que es trasllada a cadascun dels establiments de manera independent.
- No existeix gestió integrada del conjunt ni tampoc control ambiental ni social dels espais comercials.

En el cas particular del Passeig de Gràcia-Portal de l'Àngel, s'han consolidat diversos fenòmens a destacar que el diferencien respecte d'altres eixos comercials de la ciutat:

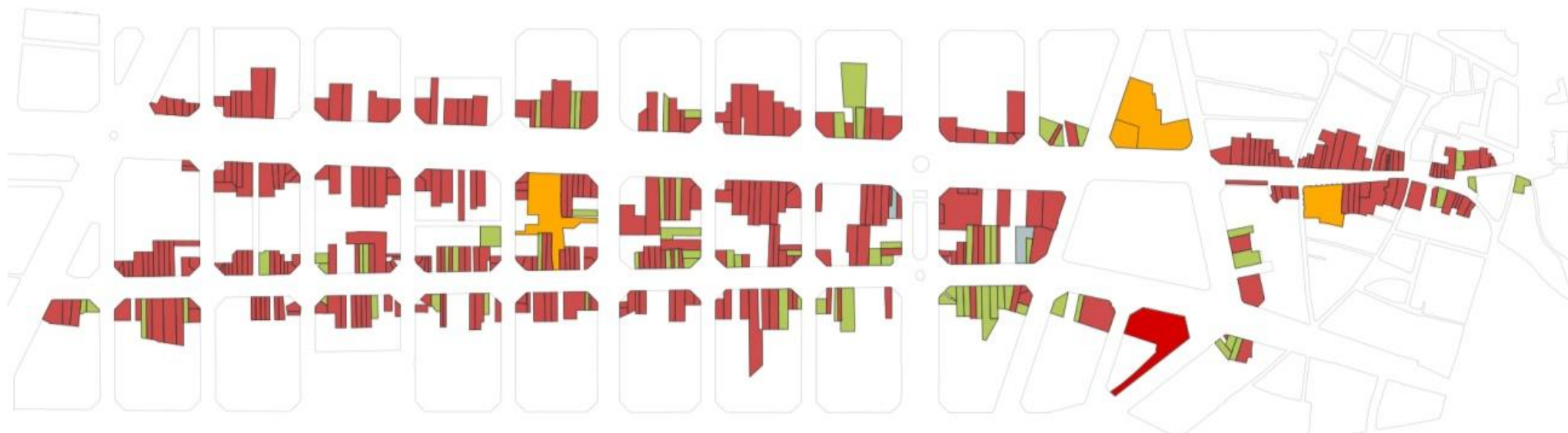
- L'aparició i l'acumulació de botigues de marques internacionals de luxe. Aquestes s'acumulen especialment a la part alta del Passeig de Gràcia, entre els carrers València i l'Av. Diagonal. Aquest és un fenomen molt vinculat al fenomen turístic. Com a dada rellevant, el 27% de les compres dels turistes extracomunitaris a tota Espanya, es fan al Passeig de Gràcia⁹⁶.
- La repetició d'establiments d'una mateixa marca o d'un mateix grup de moda, al llarg de l'eix. Alguns d'aquests grups, com Inditex, acumulen multitud de sòl comercial i adopten un posició dominant sobre la disponibilitat de sol del conjunt. Aquest domini permet una gestió i una disposició estratègica de l'oferta comercial, del mateix mode que s'articulen les tipologies de botigues dins un centre comercial en funció dels fluxos, etc.
- La implantació de botigues insígnia (*Flag ship Stores*). Aquest és un fenomen relativament recent, que consisteix en la implantació de botigues de gran superfície d'una marca, generalment amb una alta presència en el paisatge urbà i que ocupa diverses plantes d'un edifici (o l'edifici sencer), contradint la lògica habitual de disposició de l'espai de venda molt accessible i en planta baixa o a una planta de distància. Es promou amb aquestes botigues, més enllà de l'evident intenció comercial, donar una gran visibilitat a la imatge i valors de la marca.

En quant als usos, l'eix acumula una gran diversitat d'usos: majoritàriament hi destaca el comerç, de tots els perfils i tipologies comercials, amb predominança de la moda i complements. Aquests es distribueix a

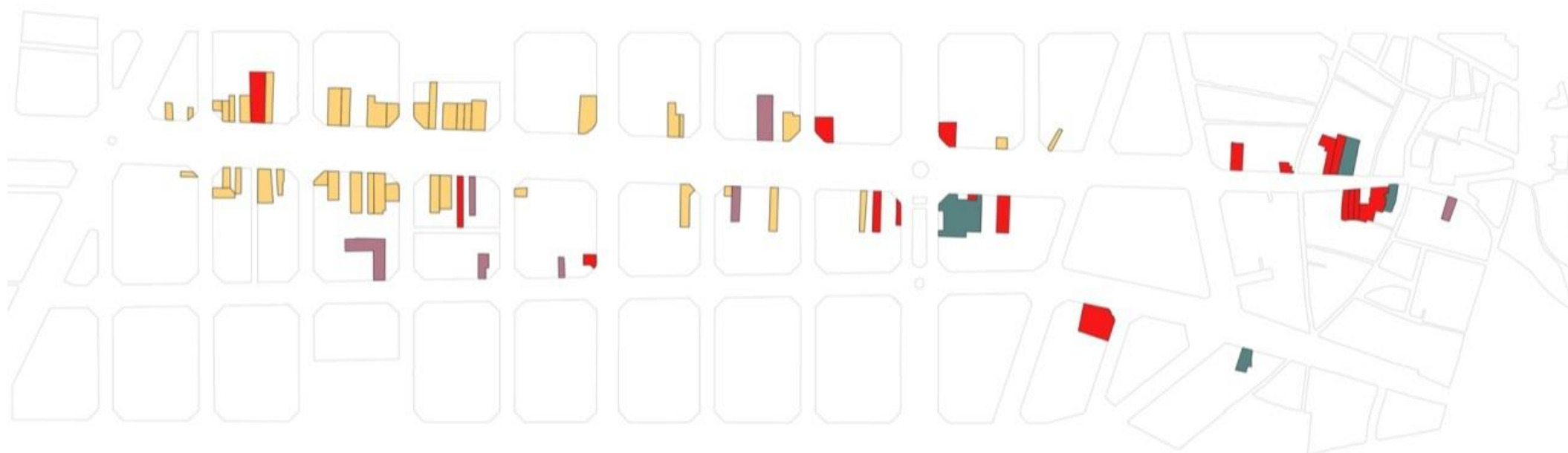
llarg de tot l'eix. A la Plaça Catalunya, gran espai de referència del conjunt, es troben dues locomotores comercials, on hi destaca el Corte Inglés. En segon lloc hi destaca una forta presència de restauració, clarament orientada al turisme. Aquesta es concentra principalment entre la Gran Via i el carrer Aragó. A la Rambla Catalunya, entre els mateixos carrers, també hi ha una forta concentració d'aquest ús.

Finalment, en menor grau, es troba l'ús hotel·ler, generalment ocupant edificis sencers, situat sobre la part central del Passeig de Gràcia.

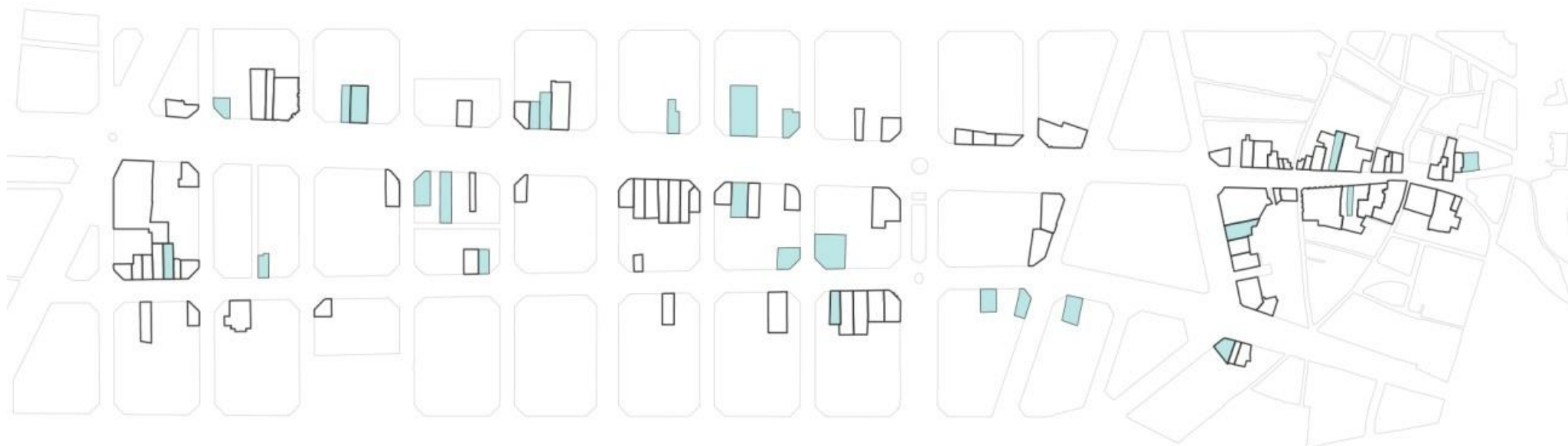
⁹⁶ Segons el directori de comerç del web de l'Ajuntament de Barcelona. <http://ajuntament.barcelona.cat/comerc/es/passeig-de-gracia>



Plànol dels usos de l'Eix Passeig de Gràcia – Portal de l'Àngel, incloent la Rambla Catalunya. En vermell fosc el comerç, en verd la restauració i hoteler. En taronja els grans magatzems i galeries comercials. En vermell, el centre comercial El Triangle.



Plànol de les botigues de luxe (groc), i de les botigues de Mango (violeta), Inditex (vermell) i H&M (verd) de l'eix Passeig de Gràcia – Portal de l'Àngel, incloent la Rambla Catalunya



Plànol dels edificis catalogats (perímetre fosc) i dels hotels de l'eix Passeig de Gràcia – Portal de l'Àngel, incloent la Rambla Catalunya

TERCERA PART

CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

CONCLUSIONS

	Pedralbes Centre	L'Illa Diagonal	Glòries	Maremàgnum	El Centre de la Vila	El Triangle	La Maquinista	Heron City	Diagonal Mar	Arenas Barcelona
SITUACIÓ										
Grau de centralitat urbana	MIG	MIG	MIG	ALT	MIG	ALT	BAIX	BAIX	BAIX	MIG
Accessibilitat a la infraestructura viària metropolitana	MIG	MIG	MIG	BAIX	BAIX	BAIX	ALT	MIG	ALT	MIG
Proximitat a trames urbanes 12 i 13	ALT	MIG	ALT	MIG	BAIX	ALT	BAIX	MIG	BAIX	ALT
Influència amb planejaments en desenvolupament i territoris expectants de transformació	BAIX	BAIX	MIG	BAIX	BAIX	BAIX	MOLT ALT	BAIX	ALT	BAIX
Població resident en l'àrea de proximitat	MIG	ALT	ALT	BAIX	BAIX	ALT	BAIX	ALT	BAIX	ALT
MORFOLOGIA I PAISATGE URBÀ										
Superfície de parcel·la	BAIX	ALT	ALT	MIG	MIG	BAIX	MOLT ALT	MIG	ALT	MIG
Edificabilitat	MIG	ALT	ALT	MIG	MIG	MIG	ALT	ALT	ALT	MIG
Relació amb el teixit immediat	MIG	ALT	ALT	MIG	ALT	ALT	BAIX	MIG	BAIX	MIG
Qualitat del paisatge urbà generat	MIG	MIG	MIG	BAIX	ALT	ALT	BAIX	BAIX	BAIX	MIG
USOS										
Superfície de venda autoritzada	S/D	MIG	MIG	BAIX	BAIX	BAIX	ALT	BAIX	ALT	BAIX
Superfície bruta arrendable	BAIX	MIG	ALT	MIG	BAIX	BAIX	MOLT ALT	MIG	MOLT ALT	MIG
Diversitat funcional del centre	MIG	ALT	ALT	BAIX	BAIX	MIG	MIG	MIG	BAIX	MIG
Superfície locomotora alimentària	-	BAIX	ALT	-	BAIX	-	ALT	BAIX	MOLT ALT	BAIX
Proximitat a mercats municipals	ALT	MIG	ALT	MIG	BAIX	MIG	MIG	MIG	BAIX	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte l'entorn immediat	BAIX	MIG	MIG	ALT	MOLT ALT	BAIX	MOLT ALT	BAIX	MOLT ALT	MIG
Proximitat a altres entorns i eixos comercials	ALT	MIG	ALT	MIG	BAIX	MOLT ALT	BAIX	MIG	BAIX	ALT
Pes relatiu de superfície comercial respecte a polaritats comercials	BAIX	MIG	MIG	BAIX	ALT	BAIX	MOLT ALT	BAIX	MOLT ALT	BAIX
Proximitat a àrees d'intensitat turística	MIG	MIG	MIG	ALT	MIG	ALT	BAIX	BAIX	MIG	ALT
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT										
Mobilitat viària generada	S/D	S/D	MIG	S/D	S/D	S/D	MOLT ALT	S/D	MOLT ALT	S/D
Dotació d'aparcament	BAIX	ALT	ALT	BAIX	MIG	MOLT BAIX	MOLT ALT	MIG	MOLT ALT	MIG
Accessibilitat en transport públic	MIG	MIG	MIG	BAIX	BAIX	MOLT ALT	BAIX	MIG	MIG	ALT
Capacitat d'atracció de mobilitats lentes	ALT	ALT	ALT	ALT	ALT	MOLT ALT	BAIX	MIG	MIG	ALT
Ús i activitats productives a les cobertes	BAIX	BAIX	BAIX	MIG	BAIX	BAIX	BAIX	BAIX	BAIX	MIG
Potencial d'acollida d'activitats productives	BAIX	ALT	ALT	MIG	MIG	BAIX	ALT	MIG	ALT	BAIX

LLEGENDA

VALORACIÓ	QUANTIFICACIÓ DEL CRITERI D'IMPACTE
S/D	SENSE DADES
(Verd fosc)	IMPACTE MOLT FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
(Verd clar)	IMPACTE FAVORABLE SOBRE L'ENTORN
(Groc)	IMPACTE NEUTRE SOBRE L'ENTORN
(Taronja)	IMPACTE DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN
(Vermell)	IMPACTE MOLT DESFAVORABLE SOBRE L'ENTORN

RECOMANACIONS DE CARÀCTER GENERAL

Recomanacions en relació a la morfologia

- **Augmentar permeabilitat de les façanes urbanes**, a través d'obertures i transparències dels establiments comercials en contacte amb carrers i places dels entorns dels centres comercials

Recomanacions en relació als usos

- **Estudiar la viabilitat d'ampliar alguns dels centres de manera discontinua**, en parcel·les situades fora de l'edifici, per a estimular i dinamitzar l'activitat de l'entorn.
- **Assajar mecanismes de interlocució, coordinació i participació per a la gestió urbanística compartida entre l'administració pública i agents comercials** (eixos i centres comercials, associacions, etc.) en els entorns de polaritat comercial, o en entorns a redinamitzar o transformar. La participació i gestió compartida d'alguns d'aquests àmbits, pot permetre una major implicació dels operadors comercials, col·laborar a l'impuls d'iniciatives de transformació i redinamització d'àrees urbanes. Iniciatives semblants s'han desenvolupat a Europa i Estats Units sota el nom de *Business Improvement District (BID)*.

Recomanacions en relació a la normativa

Sobre la normativa comercial, amb caràcter general:

- **Substituir el paràmetre de superfície de venda per altres paràmetres, com la superfície construïda per a classificar i ordenar el comerç:** La normativa classifica el tipus de comerç en funció de la seva magnitud. Aquesta ve determinada, en tot el cos normatiu, en funció de la superfície de venda. Aquest paràmetre és de fàcil variació al llarg del temps per part dels comerços, i de difícil auditoria i fiscalització per part de la intervenció municipal. A més, els òrgans d'inspecció no disposen dels recursos necessaris per a auditar-la. La utilització de paràmetres més invariables, com la superfície construïda, implicaria:
 - Treballar amb un paràmetre més tangible, mesurable i auditable; de més difícil modificació i, a més, vinculada a altres tipus d'intervenció (llicència d'obres, etc.).
 - Un coneixement més acurat i indicatiu de la magnitud física real de l'establiment comercial en la seva totalitat, incloent tots els espais auxiliars i servituds, i la seva empremta ambiental real.
 - Una intervenció coordinada amb d'altres òrgans d'inspecció i llicència, com són els d'obres, activitat, etc.

Sobre la intervenció administrativa

- **Creació d'un registre únic de llicències comercials**
- **Crear els mecanismes per a una intervenció i un atorgament de llicències comercials coordinats** entre les diferents administracions implicades (Generalitat de Catalunya, Departament de Llicències d'obres i d'activitats de l'Ajuntament, etc.), per a un major control i fiscalització de les llicències. Possiblement, la disponibilitat de finestra i tramitació única per a la seva tramitació (llicència d'obres, llicència comercial, i llicència d'activitats), facilitaria aquesta coordinació.
- **Realitzar una auditoria amb una periodicitat convinguda** per determinar les superfícies de venda reals i els usos dels diferents centres comercials

Sobre la normativa autonòmica:

- **Actualitzar la Trama Urbana Consolidada (TUC) de Barcelona.** Segons ens consta, la darrera TUC aprovada en relació al PTSEC no és vigent en l'actualitat, degut a l'aprovació del Decret Llei 1/2009. En tot cas, el límit de la TUC ha estat inclosa a la revisió del PECAB de 2015, no inclou al seu interior la Zona Franca i part de la Marina del Prat Vermell. Aquesta configuració, perimetria, segons la normativa, la possible implantació, per exemple, d'un gran *outlet* de més de 15.000 m² de superfície de venda (categoria 9.5 del PECNAB) en aquests indrets de la ciutat.

Sobre el PGM:

- **Computar com a sostre edificat el sostre amb ús comercial situat en soterrani.** De manera general, el PGM permet la implantació de l'ús comercial en soterrani, sense restricció de nombre plantes sota rasant. El sostre situat sota rasant, no computa com a sostre construït, excepte si així ho especifica el planejament específic. Aquest fet implica l'existència d'una gran quantitat de sostre "ocult" per a l'ús comercial, una activitat intensiva de pública concurrència i impacte urbà significatiu, que la infraestructura urbana, en general, no reconeix i per al qual no ha estat dimensionada. D'altra banda, implica l'augment "de facto" del sostre aprofitat d'una parcel·la, per a un ús intensiu de pública concurrència. Aquesta condició permet situacions extremes, on, amb un petit accés en planta baixa d'escassos metres quadrats, es doni accés a peces de grans superfícies comercials soterrades que no consumeixen edificabilitat. Aquesta recomanació han estat recolzada pels serveis tècnics d'Urbanisme de l'Ajuntament, malgrat la dificultat de la seva implementació.
- **Limitació de plantes soterrani.** Aquesta limitació, ve determinada per diverses normatives tècniques (CTE, ordenança d'incendis, etc.).

Sobre el PECNAB:

- **Actualitzar el PECNAB** per adequar-lo a les dinàmiques i context actuals de la ciutat: turisme, comerç franquiciat, nous hàbits de consum online, etc.
- **Revisar els criteris d'implantació del comerç**, especialment a l'Eixample.

Recomanacions en relació a l'impacte sobre la mobilitat:

- **Crear els instruments legals que obliguin a la implantació de millores sobre la mobilitat** generada dels centres per a disposar dels preceptius informes favorables de llicència. Aquestes poden consistir en:
 - Crear mesures d'apropament de les parades de transport públic a les entrades del centre comercial, per fomentar l'ús com a vianant.
 - Crear Plans de Mobilitat d'Empresa, que impliquin als treballadors del centre (tan interns com dels establiments al seu interior).
 - Per als centres comercials que tenen un perfil d'usuari metropolità, incentivar als promotors la creació de línies d'autobús que permetin desplaçaments en transport públic dels seus usuaris. Per exemple.: la Roca Village a la Roca del Vallès, disposa d'una línia d'autobús pròpia des del centre de Barcelona.
- **Realització d'estudis de mobilitat per l'obertura de nous centres que incloguin la mobilitat d'àmbits urbans més amplis**, i no tan sols la mobilitat induïda del nou establiment de manera aïllada, llicència per llicència. En entorns urbans d'alta densitat comercial, quan es redacta un estudi de mobilitat per a l'obertura d'un nou establiment comercial, resultaria més coherent, realista i útil, plantejar-los en conjunt de l'àmbit urbà i l'acumulació comercial. No obstant, el marc legal actual, no obliga a aquest nivell de treball més ampli.

Recomanacions en relació a la sostenibilitat:

- **Condicionar les ampliacions i noves llicències dels centres comercials a implantació de mesures d'eficiència i autosuficiència energètica i impuls de la mobilitat pública.** Per a reduir l'impacte energètic i ambiental de la superfície comercial dels centres, seria recomanable condicionar l'atorgament de noves llicències (tan de nova creació com d'ampliació) al compliment de criteris de millora en la sostenibilitat i autosuficiència energètica dels centre i impuls de la mobilitat pública.

- **Desincentivar l'ús del vehicle privat , reduint al mínim la dotació d'aparcament** disponible als centres comercials. Caldria reorientar la normativa per minimitzar dotació d'aparcament exigida dels edificis dels centres comercials i incentivar l'ús del transport públic.
- **Incentivar l'ús de les cobertes.** Els centres comercials, són peces de gran superfície ocupada en planta, i que disposen de grans cobertes que podrien ser utilitzades per:
 - Implantar cobertes verdes (enjardinades o agricultura urbana)
 - Generar energia
 - Disminuir l'efecte illa de calor
 - Realització d'activitats socials
- **Naturalització de places, cobertes, façanes i mitgeres** per tal de contribuir a l'augment de superfície verda de la ciutat.
- **Incentivar la gestió centralitzada de residus i la creació de punts verds oberts a la ciutadania**
- **Creació d'espais per a bicicletes**
- **Mesures d'estalvi de la gestió de l'aigua**
- **Reserva de places de vehicles elèctrics i altres iniciatives per promoure'n l'ús**

Recomanacions per l'estudi i anàlisi del comerç

- **Desenvolupar indicadors per mesurar l'impacte urbà dels centres comercials i l'evolució dels fenòmens comercials.** L'activitat comercial és un fenomen dinàmic, i molt difícil de mesurar i monitoritzar amb els instruments utilitzats majoritàriament, fet que no permet radiografiar el seu comportament i evolució amb precisió. El desenvolupament de les tecnologies digitals i de gestió massiva de dades (*Big Data*), representa una oportunitat per a emprar nous instruments amb altres tipus de dades que permetin radiografiar els fenomen associats al comerç: hàbits de consum, localització i evolució de l'activitat econòmica, monitorització de la mobilitat generada, evolució horària, i un llarg etcètera. Hi ha dades que caldrà capturar-les amb nous instruments, d'altres que ja existeixen i que són gestionades per agents privats (dades de compra de VISA, o associades a dispositius mòbils, per exemple) , i d'altres que l'Ajuntament ja disposa, i que requereixen nous sistemes per a gestionar-les i explotar-les (registre de llicències, etc.).

Altres:

- Wifi obert i foment de les TIC

Taula resum de recomanacions

	Pedralbes Centre	L'Illa Diagonal	Glòries	Maremàgnum	El Centre de la Vila	El Triangle	La Maquinista	Heron City	Diagonal Mar	Las Arenas
SITUACIÓ										
			· Potenciar l'eix cívic Clot-Poblenou	· Recuperar l'activitat als edificis sense ús del moll		· Millorar les condicions d'accessibilitat de la vorera muntanya del carrer Pelai	· Impulsar construcció de l'escola La Maquinista · Impulsar estudis del futur del Polígon Ind. Bon Pastor		Diagonal Mar: · Consolidar la transformació 22@, PERI de la Mina i Campus UPC · Transformació de la infraestructura per estendre la rambla de vianants central de la Diagonal fins a la Plaça del Fòrum.	
MORFOLOGIA										
		· Augmentar permeabilitat façanes urbanes · Consolidar accés locomotora Diagonal/Numància.	· Augmentar permeabilitat façana Gran Via	· Millorar la relació del centre comercial amb l'aigua	· Augmentar la visibilitat del centre comercial des de l'exterior.	· Recuperar la totalitat de l'Avinguda de la Llum	· Condicionar futures ampliacions a la millora de la permeabilitat de les façanes	· Augmentar permeabilitat façanes urbanes	· Condicionar futures ampliacions a la millora de les condicions de contacte de l'edifici amb l'entorn immediat	· Millorar la relació urbana del centre comercial amb el carrer Llança i el Parc Joan Miró
USOS										
		· Dotar d'activitats i fer permeable el c/ Pau Romeva.	· Fórmules de col·laboració amb Mercat Clot	· Generació d'activitats sobre els espais públics	· Implantar botigues de major rellevància per augmentar la seva atractivitat		· Estudiar la viabilitat d'ampliar el centre de manera discontinua		· Situar els comerços de restauració en PB vinculats al carrer. · Estudiar la viabilitat d'ampliar el centre de manera discontinua	
· Creació de sinèrgies amb l'entorn comercial, social i cultural.										
LEGISLACIÓ VIGENT EN MATÈRIA DE COMERÇ										
Sobre la normativa comercial, en general:	· Substituir el paràmetre de superfície de venda per altres paràmetres, com la superfície construïda per a classificar i ordenar el comerç									
Sobre intervenció administrativa	· Creació d'un registre únic de llicències comercials · Crear els mecanismes per a una intervenció i un atorgament de llicències comercials coordinats · Realitzar una auditoria amb una periodicitat convinguda per determinar les superfícies de venda reals i els usos dels diferents centres comercials									
Sobre la normativa autonòmica	· Actualitzar la Trama Urbana Consolidada (TUC) de Barcelona									
Sobre el PGM	· Computar com a sostre edificat el sostre amb ús comercial situat en soterrani. · Limitació de plantes soterrani									
Sobre el PECNAB	· Actualitzar el PECNAB · Revisar els criteris d'implantació del comerç									
MOBILITAT I SOSTENIBILITAT										
Generals	· Condicionar les ampliacions i noves llicències dels centres comercials a la implantació de mesures d'eficiència i autosuficiència energètica i impuls de la mobilitat pública.									
Mobilitat	· Revertir la normativa a per a reduir al mínim la dotació d'aparcament dels edificis dels centres comercials · Implementar mesures per la disminució de la cua d'accés a l'aparcament en hores i dia punta · Fomentar l'ús de l'accés en bicicleta i transport públic. · Fomentar l'ús del vehicle elèctric amb reserves d'aparcament									
Increment de la sostenibilitat i augment de sup. verda	· Incentivar l'ús de les cobertes dels centres per: Implantar cobertes verdes (en jardines o agricultura urbana); Generar energia; Disminuir efecte illa de calor; Realització d'activitats socials · Naturalització de façanes, cobertes, espais oberts per incrementar la superfície verda a la ciutat									
ALTRES										
	· Wifi obert i foment de les TIC									

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia consultada

Asociación Española de Centros Comerciales(2016). *Directorio de Centros y Parques Comerciales de España 2016*. Madrid: AECC.

Busquets, Joan (dir.) i Serveis de Planejaments Urbanístic de l'Aj. de Barcelona (1987). Àrees de nova centralitat. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Carreras, Carles et al. (1990). *Les Àrees de concentració comercial de la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, 1990

Carreras, Carles et al. (1999). *Els Eixos comercials metropolitans*. Barcelona : Ajuntament de Barcelona.

Carreras, Carles (dir.)(2008). *Atles Comercial de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Ponsatí, Pere (2013). *Casc Antic: centre(s) comercial(s). Estructura i paisatge de l'espai comercial de Ciutat Vella*. Tesina de Màster d'investigació en Urbanisme. Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori, Universitat Politècnica de Catalunya.

Smiley, David J. (ed.)(2002). *Sprawl and public space: redressing the mall*. Washington: National Endowment for the Arts.

Tarragó, Marçal (dir.)(1991). *El Comerç no alimentari a Barcelona*. Barcelona : Ajuntament de Barcelona.

Tarragó, Marçal (2012). *Estudi Hàbits de compra, fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona*. Barcelona:Ajuntament de Barcelona, Direcció de Comerç i Consum.

Planejaments i normatives

Normativa urbanística metropolitana: normes urbanístiques. Barcelona: Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, 2005.

Pla especial de l'equipament comercial alimentari de la ciutat de Barcelona (PECAB), 2015.

Pla especial de l'equipament comercial alimentari de la ciutat de Barcelona (PECAB), 2011.

Pla Especial de l'Equipament Comercial i els Usos no Alimentaris de Barcelona, 2007.

Planejament relacionat amb tots els centres comercials (definit a les fitxes. de cada centre comercial)

Pàgines web i eines virtuals de consulta

OpenData BCN. Enllaç: www.opendata-ajuntament.barcelona.cat

Portal Jurídic de Catalunya. Enllaç: www.portaljuridic.gencat.cat

Pàgina web del CC Pedralbes Centre: www.pedralbescentre.com

Pàgina web del CC L'Illa Diagonal: www.lilla.com

Pàgina web del CC Glòries: www.lesglories.com

Pàgina web del CC Maremàgnum: www.maremagnum.es

Pàgina web del CC El Centre de la Vila: www.mercasa.es/centros_comerciales/elcentredelavila

Pàgina web del CC El Triangle: www.eltriangle.es

Pàgina web del CC La Maquinista:www.lamaquinista.com

Pàgina web del CC Heron City: [www.Heron Citybarcelona.com](http://www.HeronCitybarcelona.com)

Pàgina web del CC Diagonal Mar: www.diagonalmar.com

Pàgina web del CC Arenas de Barcelona: www.arenasdebarcelona.com

