

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA

JORDI TORRADES

Gerente del Instituto Municipal de Mercados de Barcelona



Nombre Proyecto:

PROCESO DE REMODELACIÓN DE LOS MERCADOS DE LA CIUDAD DE BARCELONA

Categoría 2 EPSA:

El desarrollo del servicio público hacia la gobernanza colaborativa

1. ¿Cómo surge la idea de remodelar los mercados alimenticios de Barcelona y cómo se establece el nuevo régimen de gestión?

Barcelona contaba en los años 80 con 40 mercados de alimentación activos, algunos creados a finales del siglo XIX con la arquitectura del hierro y otros frutos del crecimiento de los años 50. El desgaste tanto físico como comercial, producido por la aparición y consolidación de nuevos formatos comerciales, fundamentalmente a finales de los años 70, con su explosión en los 80 y 90, obligaban sin duda a una reflexión: ¿son necesarios los Mercados?

La respuesta en la ciudad de Barcelona fue clara: Si creemos en una ciudad con servicios próximos a la población, donde el automóvil no sea necesario para hacer frente a las compras cotidianas, esto pasa por el mantenimiento de los Mercados y de la zona comercial y de servicios tan dinámica que se establece siempre a su alrededor.

La gestión de Mercados recibió un impulso formidable con la creación del Instituto Municipal de Mercados de Barcelona en 1992, herramienta que ha permitido arrancar todos los procesos de reforma y que, al tener representados en su Consejo de Administración en la actualidad a los representantes de los comerciantes, los ha hecho partícipes de estos procesos de transformación en un escenario que en los últimos años ha sido de auténtico consenso.

2. Su proyecto es un ejemplo de partenariado público y privado, ¿cómo han conseguido llegar a acuerdos con los comerciantes?

Efectivamente, la aportación económica que realiza el Ayuntamiento de Barcelona a través del IMMB (Institut Municipal de Mercats de Barcelona), viene acompañada por la colaboración económica de los comerciantes, que se distribuye en dos conceptos:

- a) Aportación económica neta al proceso de remodelación global del Mercado.
- b) Obras de construcción del establecimiento propio en el Mercado una vez remodelado.

Hasta mediados de los 90 los acuerdos eran realmente complejos, hoy en día y una vez remodelados ya 19 Mercados este proceso se ha simplificado por cuanto la necesidad de renovarse esta interiorizada de manera muy mayoritaria y el conocimiento del éxito de los procesos ya finalizados garantizan seguridad en el devenir de las inversiones de los privados.

3. ¿Cómo se articuló la planificación urbanística con la preservación del medio ambiente y la conservación del patrimonio histórico barcelonés?

El Ayuntamiento de Barcelona siempre ha sido muy celoso de la conservación de su patrimonio y por ende de sus edificios catalogados, por consiguiente nunca en los proyectos de transformación de Mercados se obvia esta directriz.

Asimismo es una condición en todos los proyectos, siempre y cuando la naturaleza del ámbito y del edificio no lo impidan, la utilización de todas aquellas tecnologías que reduzcan la “factura energética”: recogida selectiva y reciclaje de residuos, presencia de centrales de cogeneración, sistemas de energía solar de diversa naturaleza, etc.

4. ¿Cuáles han sido los criterios de calidad marcados para la remodelación de los mercados?

Cualquier proyecto estratégico, y los Mercados siempre lo son, debe pasar por la “Comissió de Qualitat” que establece el “Departament d’Urbanisme” del Ayuntamiento de Barcelona, constituido por una comisión de expertos que pondrían sin duda límites a cualquier actuación que no respondiera a los criterios de gran exigencia en estos temas que siempre ha establecido nuestra ciudad.

Pero no sólo a nivel arquitectónico y urbanístico nos preocupa la calidad. El objeto básico del edificio del Mercado es el abastecimiento de producto alimentario a la población a través de la adjudicación de los puestos a los paradistas. La viabilidad económica de los comercios es uno de los criterios fundamentales de toda remodelación. Para determinar el equilibrio económico realizamos estudios específicos del “mix comercial” del mercado y de la zona de influencia. Los resultados son siempre comercios renovados de mayores dimensiones con marca de calidad en todos sus productos. Finalmente, los servicios que se incorporan a los nuevos mercados son un valor añadido para los ciudadanos: servicio a domicilio, parking, wi-fi,...

En resumen, calidad en el urbanismo, en la arquitectura, en los comercios, en los servicios y en los productos.

5. ¿Qué efectos han tenido estas remodelaciones en la competencia del comercio minorista no ubicado en los Mercados?

Los efectos han sido sin duda dinamizadores de las zonas en que estaban ubicados, pendientes como estaban de la viabilidad de este motor que es cada Mercado en su entorno. En numerosas ocasiones, el Ayuntamiento ha optado por remodelar las calles del entorno, a veces creando zonas peatonales que favorecen el comercio del mercado y sus alrededores.

6. Por último, ¿cómo decidieron presentar su proyecto a los Premios EPSA?, y ¿qué dificultades encontraron?

El Instituto de Mercados de Barcelona está inmerso en diversas iniciativas de carácter internacional. Es fundador del Emporio, una agrupación de mercados europeos singulares; socio de la World Union Wholesale Markets (WUWM); líder del proyecto europeo MedEmporion para la promoción de mercados en el Mediterráneo. Este dinamismo nos permite estar conectados con los principales acontecimientos internacionales vinculados a mercados.

Con casi 20 años de experiencia en la remodelación de mercados, un modelo contrastado y la experiencia de asesorar a numerosas ciudades de todo el mundo que solicitan nuestro “know-how”, creímos que era el momento para presentarnos a los Premios EPSA. Especialmente, teniendo en cuenta que la convocatoria de 2011 planteaba la categoría de “Colaboración público-privada” que es la base del trabajo de nuestra organización municipal para remodelar los mercados.