

# ESTUDIS PREVIS DE LA REMODELACIÓ DEL MERCAT MUNICIPAL ABACERIA

INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS DE BARCELONA  
Ajuntament de Barcelona

# 1 INDEX DE LA MEMÒRIA

## MD. MEMÒRIA DESCRIPTIVA

MD.1 Antecedents

MD.2 El Barri

MD.3 El Mercat (situació actual)

MD.4 Propostes d'actuació per a la remodelació del Mercat de l'Abaceria

## PR. PROPOSTA

## MD. MEMÒRIA DESCRIPTIVA

### MD.1. Antecedents.

El Mercat de l'Abaceria Central està situat al barri de Gràcia de Barcelona, i resta envoltat pels carrers de la Travessera de Gràcia, Torrijos, Verge dels Desamparats i Puigmartí.

Aquest mercat té els seus orígens a **finals del segle XIX**, en que es va iniciar un mercat a l'aire lliure a la plaça de la Revolució, que en aquells moments s'anomenava plaça d'Isabel, a tocar de l'actual mercat. Posteriorment, l'industrial anomenat Puig Martí va decidir construir l'actual mercat cobert, que es va inaugurar el 1892 sota el nom d'Isabel, sent destacable així el seu origen privat.

Moltes de les parades del mercat a l'aire lliure de la plaça de la Revolució es van traslladar al mercat cobert, propietat del senyor Puig Martí. L'any 1913 el mercat va passar però a mans municipals, a canvi de requalificar com a edificables uns quants terrenys propietat de Puig Martí. Durant molts anys van coexistir ambdós mercats, el mercat cobert i el mercat a l'aire lliure. No obstant això, les institucions van obligar finalment els venedors a l'aire lliure que restaven, a traslladar-se al mercat cobert. Posteriorment, i durant uns quants anys coincidint amb temps de la República, va rebre el nom de Mercat de la Revolució, per a ser finalment el nom d'Abaceria Central el que manté fins l'actualitat.

Des del punt de vista arquitectònic, com la major part de mercats centenaris de la ciutat, té una estructura metàl·lica amb tancament d'obra vista. i està format per tres cossos, una nau central, amb coberta a dues aigües, i dos laterals. Tot i aquesta estructura de ferro, l'edifici en si mateix no destaca per la seva vàlua arquitectònica, i a diferència d'altres mercats de la època, no compta amb cap protecció patrimonial.

:

## MD.2. El Barri.

El barri de Gràcia és un dels més singulars de la Ciutat, amb una personalitat i història (va ser municipi independent fins al 1897), que li atorguen identitat pròpia. Alhora conserva una llarga tradició comercial, que ha contribuït a impulsar un dels eixos comercials més importants de la Ciutat, agrupat entorn al barri de Gràcia en general i a la Travessera de Gràcia en particular, de gran dinamisme, varietat i personalitat, on el mercat de l'Abaceria ocupa una posició central dins el barri, situant-se el nucli més antic.

### La trama urbana:

Potser una de les característiques més rellevants del barri, i que alhora forma part dels seus atractius, és la trama urbana, formada per carrers estrets, solars no massa grans, nombroses places públiques i molts immobles de fisonomia i època uniformes. També l'alta densitat, ja que concentra una població de més de 50.000 persones, però on es pot transitar a peu de forma amable.

## MD.3 . El Mercat (situació actual)

El Mercat actual té una superfície construïda al voltant dels **4.000 m<sup>2</sup>**, disposats en una única planta de vendes, i un soterrani parcial de petites dimensions, en dos nivells, on es situen de manera exclusiva les cambres frigorífiques.

El pas inexorable del temps, - més de cent anys -, i la manca de programació de les actuacions, han donat lloc a una forta degradació, tant a nivell físic com comercial, tenint com a resultat unes instal·lacions clarament obsoletes i insuficients envers el correcte exercici de la funció comercial pels seus operadors i, per altra banda, una

inadequada oferta comercial i dèficits en els serveis, que porten a una ineficiència envers els ciutadans i públic-objectiu en general.

Aquestes circumstàncies han produït un lent, però constant degoteig en el tancament d'establiments comercials, malgrat algunes tímides actuacions, orientades bàsicament a millores físiques: paviment, portes automàtiques i eixamplament de passadissos, que s'han realitzat en els darrers 15 anys, ara es posa de manifest una indispensable necessitat d'actuació amb un ampli abast, a nivell integral.

En l'actualitat es troben actius **95 establiments alimentaris i 22 no alimentaris**, però els **llocs vacants suposen el 42% i el 36%** respectivament.

És doncs en aquest sentit que al 2010 s'elabora un Estudi (que proposa una nou mix comercial alimentari d'entre 42 i 50 establiments), amb l'objectiu de definir un full de ruta d'aquesta intervenció integral, possibilitant així al Mercat de l'Abaceria Central assolir amb garanties d'èxit els reptes de futur. i que constitueixi, juntament amb el projecte arquitectònic a desenvolupar de manera coherent amb aquest projecte comercial, l'inici d'un nou camí.

#### **MD.4 . Propostes d'actuació per a la remodelació del Mercat de l'Abaceria**

Si bé en un inici es van estudiar diverses propostes que diferien en les seves superfícies d'oferta comercial i de logística, i que anaven des de la proposta de dues plantes amb un total de superfície construïda de 7.485 m<sup>2</sup>, fins la que es conclou com definitiva que presenta 4 plantes més un altell amb un total de superfície construïda de 13.432m<sup>2</sup>. En el present document es descriu la proposta per afrontar la necessària remodelació i modernització del mercat de l'Abaceria de Gràcia de Barcelona. Per fer-ho, però, s'han tingut en consideració una sèrie de factors i variables que es descriuen breument a continuació amb l'objectiu d'una millor comprensió de la solució proposada.

### L'oferta comercial:

En primer lloc, com ja hem comentat anteriorment, l'Estudi de viabilitat comercial del 2010, aconsella una reducció de l'actual oferta amb l'objectiu d'ajustar-se a la demanda i tenint en consideració la competència del barri, passat de 95 negocis a gairebé la meitat en el sector **d'alimentació fresca**. Això implicarà al voltant de 800-1.000m<sup>2</sup> de superfície comercial (es preveu l'ampliació de molts establiments) que al incloure els espais de pas, obliga a reservar entre 1.800 i 2.000 m<sup>2</sup> dels 4.000 disponibles.

Els hàbits de consum actuals, també fan necessari poder oferir una àmplia gamma de **productes quotidians**, tant alimentaris envasats, com no alimentaris que actualment el mercat no ofereix, i preferentment en un **format d'autoservei** i horaris extensos.

Per últim, les tendències en alimentació, també promogudes des de l'Institut Municipal de Mercats (IMMB), es dirigeixen cap a una dieta cada cop més equilibrada i sana, on el **productes de proximitat i ecològics** han de prendre més protagonisme, pel que seria desitjable poder ampliar aquesta oferta i altres associades, en un entorn de barri ja positivament receptiu a aquesta cultura saludable.

La **gastronomia**, tant en la línia de l'alimentació fresca, com en la del producte de proximitat, de temporada, ecològic, etc, pot fer un paper de sinergia interessant pel futur del nou mercat.

### La logística:

L'experiència acumulada per l'IMMB en els més de 20 anys de remodelacions de mercats, ens indica que una de les variables fonamentals és donar solució a les necessitats logístiques, tant d'afectació més interna del operadors (**magatzems**,

**cambres frigorífiques,...)**, com de funcionament del conjunt del mercat i dels veïns del barri (**càrrega i descàrrega de mercaderies, recollida de brossa, aparcament...**).

La solució òptima condueix al soterrament d'aquests serveis, de forma que s'obté un benefici directe en l'ús de l'espai públic, que passa a poder ser utilitzat de forma més còmode i àmplia pel veïnat en condicions de seguretat i salubritat.

### **El mercat com a centre del barri:**

Per la seva condició d'espai públic i per tradició, el mercat ha de continuar complint una funció de **lloc de trobada del barri**, de forma que caldrà preveure **espais adequats** per tal que es puguin desenvolupar **usos i activitats socials, culturals i de dinamització**, a disposició del propi mercat i de associacions i entitats o al veïnatge en general.

Aquests espais es poden traduir en una sala polivalent o en l'alliberament d'espai comú que pugui tenir funcions variades en funció de les necessitats.

### **Altres:**

Òbviament, com qualsevol lloc de gran concurrència de públic, ha de tenir els adequats accessos a peu de carrer, comunicació vertical adequada, i altres serveis públics de confort pel ciutadà (en tots els casos adaptats).

## PR. PROPOSTA

Aquesta proposta pretén recollir de forma amplia tots els factors i variables descrits anteriorment.

### L'oferta comercial:

1. Es manté la importància predominant de **l'oferta tradicional alimentaria** del mercat, millorant sensiblement el circuit comercial amb passadissos de 3,5 mts d'amplada. També milloren els establiments tant en una fondària mínima de 2,8 mts, com en la de les llargades de lineal comercial, que s'han previst de 7-8 metres.
2. Es modifica el disseny de les **botigues exteriors no alimentaries**, que passen a formar part del propi edifici (i no un element afegit), i amb una superfície suficient per tenir entitat competitiva. Es concentren totes elles a la Travessera de Gràcia, per mantenir una imatge de continuïtat amb el comerç del barri.
3. S'incorpora un **establiment comercial en règim d'autoservei**, amb una oferta àmplia de producte Quotidià alimentari i no alimentari, amb una superfície màxima de **770 m2**, amb un horari ampli que permeti als veïns una compra íntegra i còmode en un sol recinte.
4. Es crea un **local per a les cooperatives** amb un total de **350 m2**, destinat a oferta especialitzada en els sectors del **producte biològic i ecològic, de proximitat i producció local** i altres ofertes de productes dirigits al foment de l'alimentació saludable.

### La logística:

5. Es distribuiria en dues plantes i mitja soterrades. La planta soterrani -2 comprendria un doble gàlib per tal que puguin accedir els vehicles més grans, especialment el de **recollida de contenidors de brossa**, i altres. L'alçada de gàlib permet que apareixi una entreplanta (soterrani -1). En aquesta zona on hi hauria dues plantes s'encabirien els **magatzems i cambres frigorífiques** dels comerciants del mercat, de l'autoservei i de la cooperativa, però la dimensió de l'autoservei fa preveure una



part més important de la planta destinada a la **càrrega i descàrrega de vehicles del mercat i de proveïment del comerç de l'entorn** més immediat, mantenint l'estacionament de **vehicles comercials del mercat**.

6. La planta -3, per tal de disposar de més espai a la planta -2 per les operacions de descàrrega i repartiment al barri (no només del mercat) es destinaria en part a a **aparcament de clients** i la part restant a **centre de distribució urbana**.

#### **El mercat com a centre del barri:**

7. Com a **gran espai plurifuncional** obert, es destinaria un altell equivalent a la superfície de l'autoservei, on s'encabiria una **sala polivalent** equipada, una **oferta gastronòmica** i un gran espai diàfan per diferents activitats culturals, cíviques o promocionals.
8. També s'inclourien les **oficines municipals i de l'Associació de comerciants**, així com els serveis públics (WC).