

## Girona contra Salt

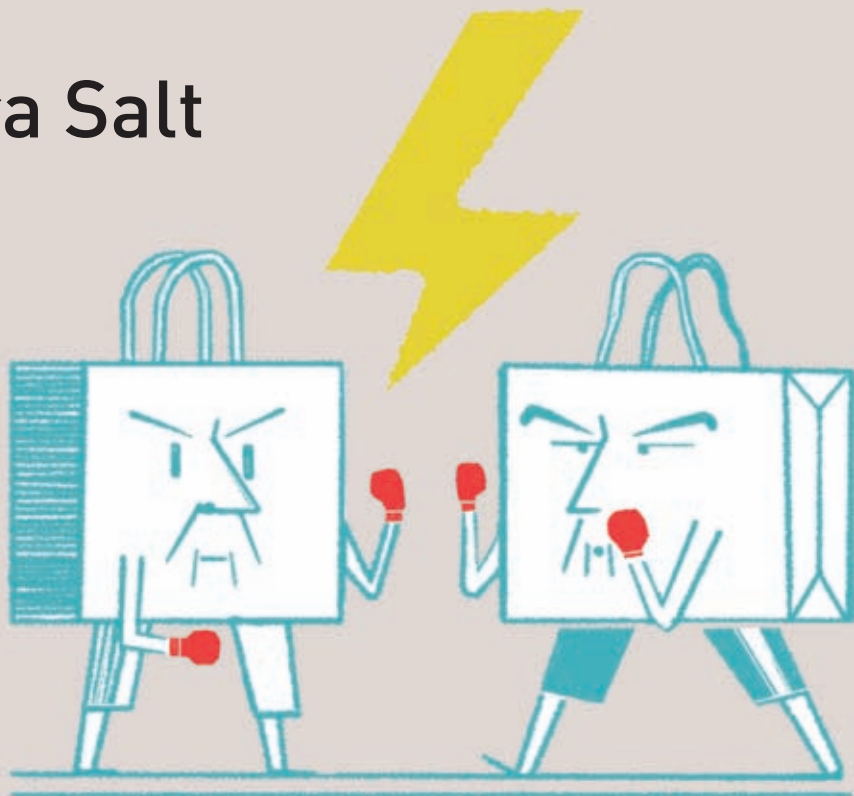
L'any 2005 es va inaugurar, a Salt, l'Espai Gironès, l'únic gran centre comercial de les comarques gironines. L'èxit del projecte no només ha garantit el manteniment d'aquest equipament comercial sinó que també ha potenciat el seu entorn, amb l'aparició de restaurants de menjar ràpid, establiments de para-ments per a la llar, supermercats, concessionaris i fins i tot hotels.

En aquest context, la possible instal·lació de la multinacional sueca Ikea als terrenys contigus a l'Espai Gironès, entre Salt i Vilablareix, pot reforçar encara més aquesta àrea comercial i de serveis. No en va, la Generalitat ha estat treballant en els últims temps en canvis normatius i urbanístics per permetre la instal·lació de grans establiments als entorns de la sortida de Girona sud de l'AP-7.

Així doncs, si la crisi econòmica no ho impedeix, a Salt es pot consolidar un pol comercial que competeixi directament amb l'àrea comercial situada entre l'Eixample i el Barri Vell de Girona. Es confrontaran, així, dos models suposadament oposats: el comerç que s'integra dins la trama urbana i el comerç que es concentra en àrees perifèriques.

### El projecte de Caldes

L'Ajuntament de Caldes de Malavella vol aprofitar l'aigua mineromedicinal d'un pou situat als antics terrenys de Repsol per fer possible la construcció d'un nou hotel balneari. A canvi, aquest establiment haurà d'incloure una zona de banys públics a preu reduït per als habitants del municipi. És una iniciativa molt interessant que pretén consolidar el turisme termal i, al mateix temps, beneficiar la població local. Caldrà veure, però, com afectarà el projecte els dos balnearis de Caldes —Prats i Vichy Catalán—, que en les darreres dècades han hagut d'afrontar la competència dels spa i l'adaptació a un model d'estades més curtes.



Fa uns anys tot feia pensar que els centres comercials perifèrics guanyarien la partida al comerç urbà tradicional. Tanmateix, nombrosos estudis realitzats darrerament en països on els centres comercials tenen una trajectòria llarga asseguren que aquest model està entrant en certa decadència per l'auge de la compra *online* i el retorn al comerç de barri. Efectivament, l'oferta cultural, el patrimoni arquitectònic, la identitat local, la barreja d'usos, la densitat humana, l'espontaneïtat o l'atracció turística són valors més que suficients per garantir la viabilitat del comerç urbà si sap adaptar-se als canvis tecnològics i a les noves preferències del consumidor.

Els centres comercials perifèrics, per la seva banda, poden jugar un paper important en sectors que requereixen espais amplis i en segments de població jove que cerquen espais d'oci. En el cas de Salt, a més, aquest pol comercial pot generar una activitat econòmica molt necessària per a un dels municipis més afectats per la crisi. El repte, en tot cas, serà integrar l'àrea comercial amb el centre del municipi com a estratègia de revalorització urbana.

Si aquests pronòstics es compleixen, el «combat» entre Girona i Salt no tindrà vencedors ni vençuts sinó que estimularà el comerç gironí a buscar vies de dinamització, millorarà la situació econòmica de Salt i reequilibrarà una àrea urbana excessivament polaritzada pel centre de Girona. Ningú no ens traurà, en tot cas, el plaer de passejar i —si s'escau— de comprar al Barri Vell de Girona.