

Estudi de modernització dels mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia



Índex

>> 1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Introducció

Sant Sadurní d'Anoia disposa de dos mercats de venda no sedentària. Per una banda, el mercat que té lloc cada dijous, hi ha escrits que daten de la seva existència ja a mitjans del segle XVI i a dia d'avui compta amb un total de 63 parades. Per altra banda, des del 1991 cada dissabte es realitza un altre mercat, de mides més reduïdes, que es compona de fins a 36 parades (segons dades aportades per l'Ajuntament).

Aquests dos formats comercials, que compleixen un destacat rol social al municipi, sempre han estat entesos com a punts de sinergia amb el sector comercial de Sant Sadurní d'Anoia, esdevenint un punt d'atracció dels pobles de l'entorn.

Tot i així, aquesta tipologia de mercats, així com passa en moltes ocasions a la resta del territori, s'enfronten a múltiples reptes tant pel que fa a la competència que representen d'altres formats comercials, així com pels canvis d'hàbits de compra dels consumidors, entre d'altres, que promouen que aquests perdin competitivitat.

En aquest context, **l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia, amb el suport de la Diputació de Barcelona, vol fer un pas endavant, i analitzar els dos mercats de venda no sedentària del municipi per tal d'obtenir un document de millores que contribueixi a afavorir-ne el seu funcionament, atractiu i viabilitat de futur.**

Introducció

Tal i com s'ha esmentat anteriorment, els mercats setmanals de dijous i dissabte, presenten unes característiques prou diferenciades, ja sigui en el nombre de parades que els conformen, la seva distribució i el mix comercial. La següent Taula 1 mostra com és aquest mix comercial i el nombre de parades de cadascun dels mercats. Cal destacar que 12 de les parades del Mercat del dijous, també participen del Mercat del dissabte.

Mix comercial dels mercats setmanals

Sectors	Dijous	Dissabte
Quotidià alimentari	20	11
Equipaments de la llar	5	-
Equipaments de la persona	32	24
Altres (floristeria, mascotes i art)	6	1
Nombre de parades	63	36

Taula 1. Nombre de parades i mix comercial dels mercats setmanals de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades per l'Ajuntament de Sant Sadurní d'Anoia, 2018.

En aquest context, el projecte que es presenta té en compte les característiques pròpies de cada mercat, i pretén treballar la manera com es pot impulsar una sèrie de programes per a la modernització d'aquests.

Introducció

A dia d'avui la comarca de l'Alt Penedès disposa d'una bona quantitat de mercats de venda no sedentària, tot i que es considera que els mercats dels dissabtes i els diumenges són els que podrien perjudicar en el grau d'atracció del Mercat de Sant Sadurní d'Anoia. Segons les fonts consultades, els mercats de venda no sedentària de l'Alt Penedès que coincideixen en dia de celebració del Mercat serien els següents:

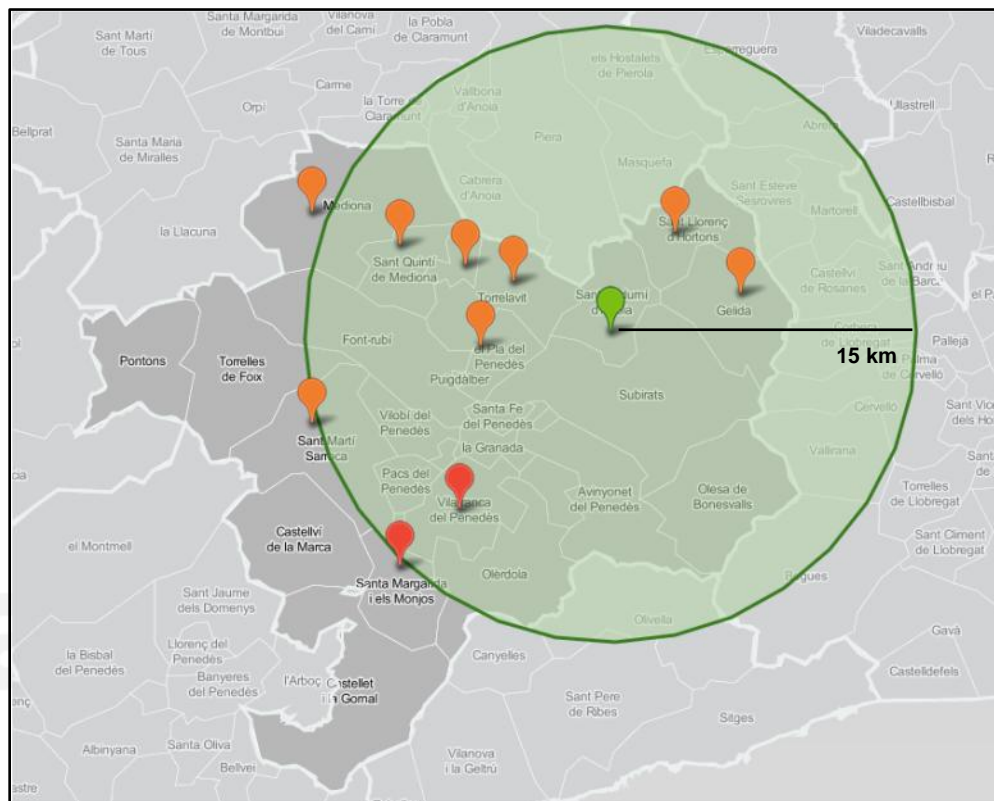
	Entre setmana	Caps de setmana
Mercats de venda no sedentària de l'Alt Penedès	Mediona (dilluns)	Vilafranca del Penedès (dissabte)
	Gelida (dilluns)	Sant Sadurní d'Anoia (dissabte)
	Sant Martí Sarroca (dilluns)	Sta. Margarida i els Monjos (diumenge)
	Sant Pere de Riudebitlles (dimarts)	
	El Pla del Penedès (dimarts)	
	Sant Llorenç d'Hortons (dimecres)	
	Sant Quintí de Mediona (dijous)	
	Torrelavit (dijous)	
	Sant Sadurní d'Anoia (dijous)	
		9




Taula 2. Mercats de venda no sedentària de la comarca de l'Alt Penedès.
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del web: www.mercatsetmanal.cat, 2019.

Introducció

El mapa de la dreta mostra la **ubicació dels mercats que es realitzen en un perímetre de 15 km de l'entorn del Mercat de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia**, i que se celebren **tant entre setmana com els caps de setmana**.

Els Mercats més propers, els quals es considera que podrien afectar són per una banda els de **Gelida, St. Llorenç d'Hortons, Torrelavit i el Pla del Penedès** (entre setmana). Per altra banda, cal destacar també els **Mercats de Vilafranca del Penedès i de Sta. Margarida i Els Monjos** (caps de setmana).



- 
Mercat de Sant Sadurní d'Anoia
- 
Mercats entre setmana
- 
Mercats cap de setmana

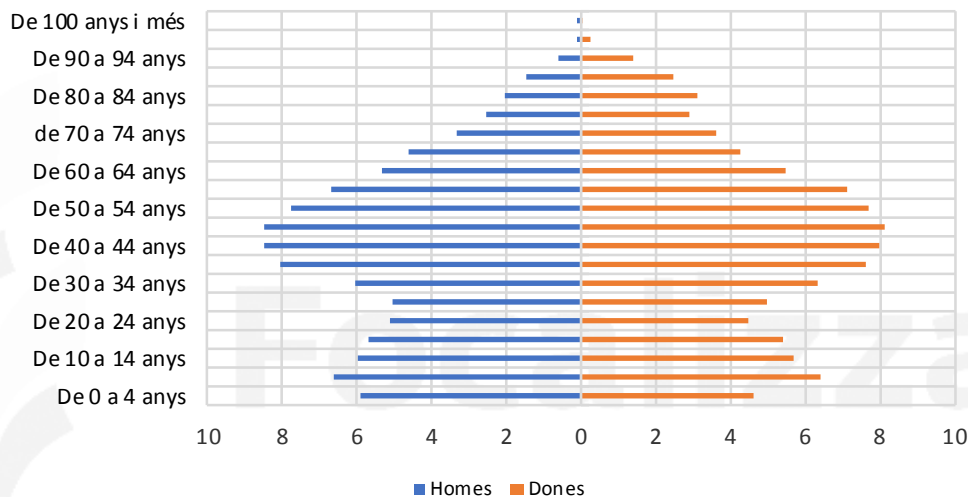
Mapa 1. Mercats de venda no sedentària de l'Alt Penedès. Font: Elaboració pròpia a partir de www.mercatssetmanal.cat, Instamaps, 2019.

Introducció

A continuació es presenta una contextualització del territori amb les principals dades socioeconòmiques de Sant Sadurní d'Anoia. Es descriu, gràficament, l'estructura de població per edats i la distribució per gènere extretes de l'Institut d'Estadística de Catalunya.

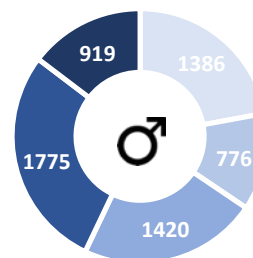
Principals dades demogràfiques

Estructura de població de Sant Sadurní d'Anoia, 2017 (en %)



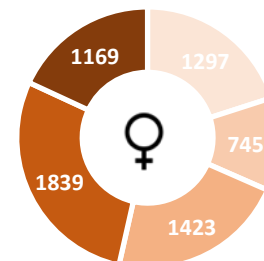
Població total: 12.749 persones
Edat mitjana del municipi: 40,7 anys

Homes



- De 0 a 17 anys
- De 18 a 29 anys
- De 30 a 44 anys
- De 45 a 64 anys
- Més de 65 anys

Dones



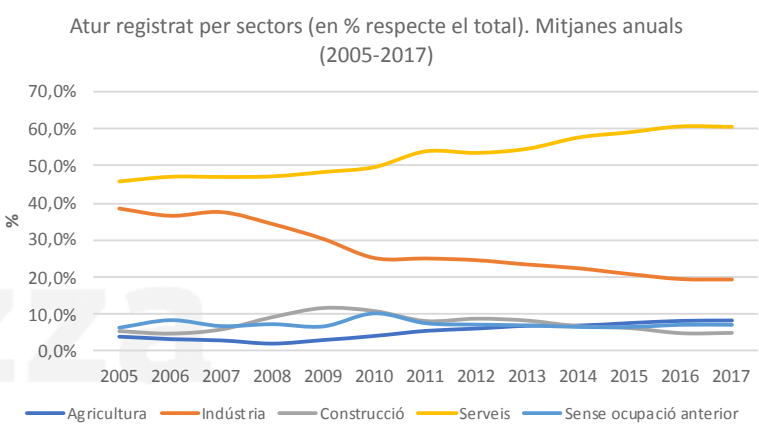
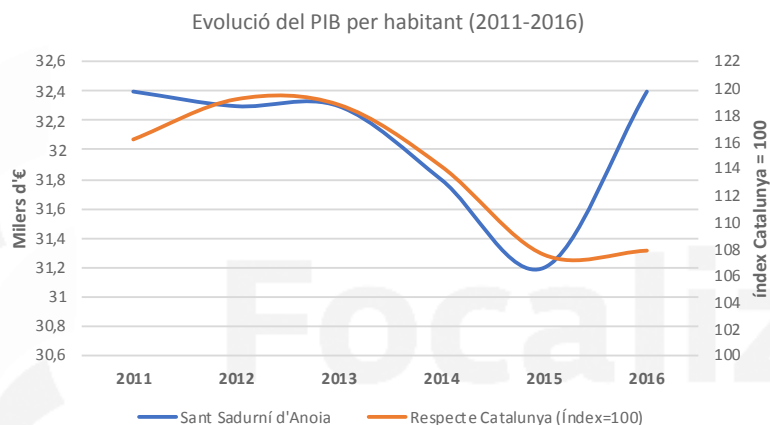
- De 0 a 17 anys
- De 18 a 29 anys
- De 30 a 44 anys
- De 45 a 64 anys
- Més de 65 anys

Figures 1 i 2: Principals dades demogràfiques.
Font: Elaboració pròpia a partir d'Idescat, 2019.

Introducció

En quant a l'evolució de les principals dades econòmiques, es presenta l'evolució del PIB per habitant (en milers d'euros) comparant-lo amb la resta de Catalunya i l'evolució de l'atur registrat per sectors en els últims anys. També s'indica el percentatge de la població en edat de treballar.

Principals dades econòmiques



Població en edat de treballar: 8.392 persones (65,82%).

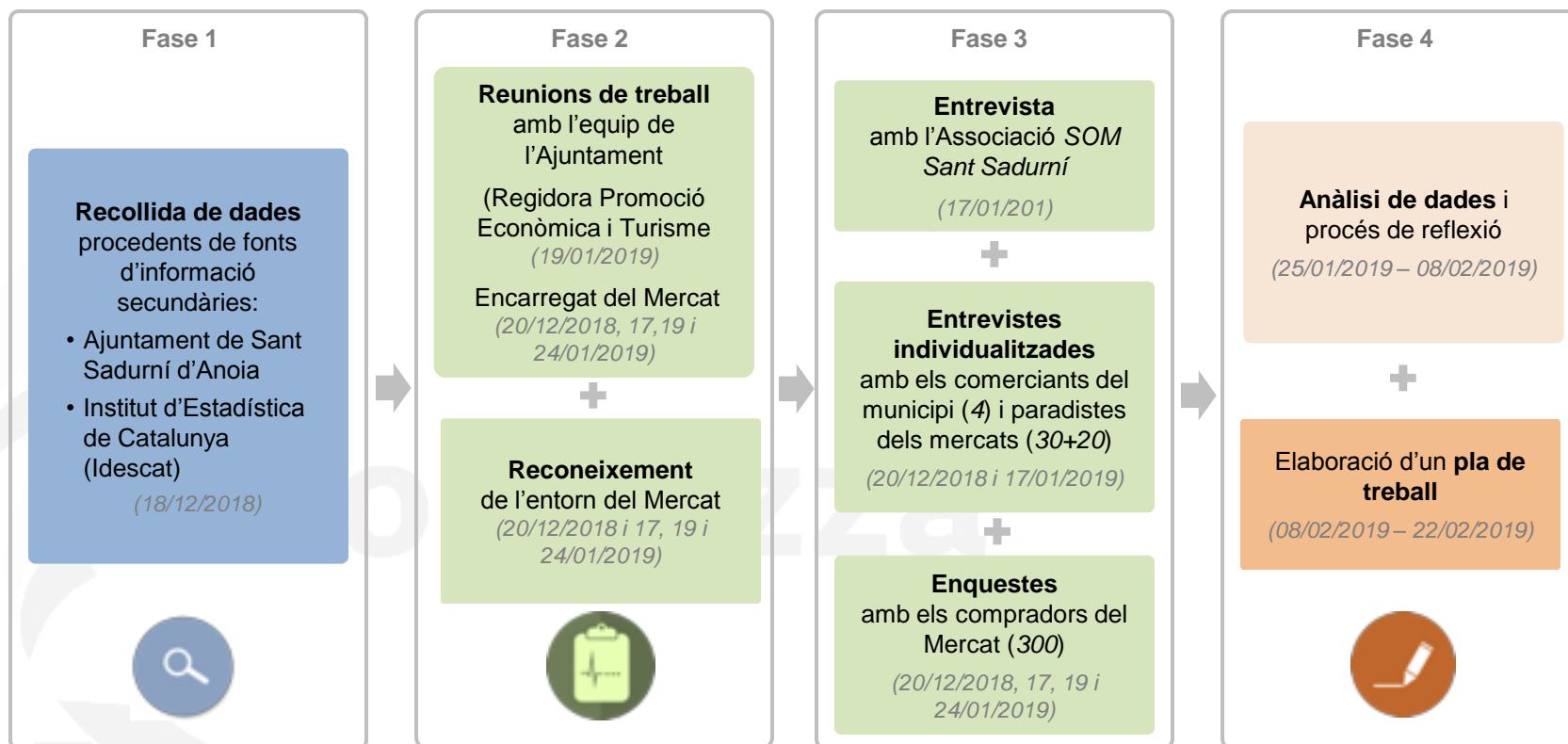
Figures 3 i 4: Principals dades econòmiques.
Font: Elaboració pròpia a partir d'Idescat, 2019.

Índex

1. Introducció al treball	2
>> 2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisis DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Fases metodològiques

La metodologia per a la **realització d'aquest treball** ha consistit en un **procés tant qualitatiu com quantitatiu**, i ha constatat de les següents quatre fases:



Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
>> 3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Introducció

Una vegada realitzada l'anàlisi de les dades quantitatives, el reconeixement *in situ* i les entrevistes amb paradistes i comerços, procedim a realitzar un **document més acurat dels mercats setmanals de Sant Sadurní d'Anoia**.

Els elements que s'han tingut en consideració, pel que fa a l'anàlisi de cadascun d'aquests mercats i que es detallaran a les següents diapositives **són els següents:**

1. La **ubicació i el mix comercial** de les parades del mercats.
2. L'**entorn comercial sedentari** de la zona on s'ubiquen els mercats.
3. La **imatge de les parades** dels mercats.
4. La **senyalització** dels mercats.
5. L'**accessibilitat** dels mercats.
6. Aspectes jurídics de la **normativa**.

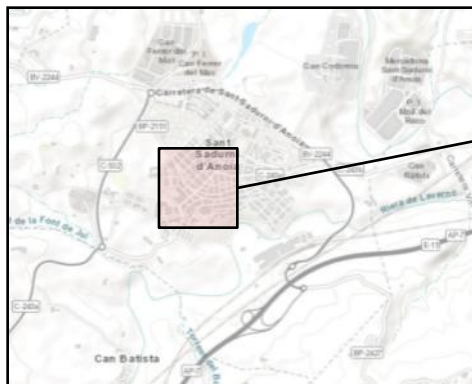
Ubicació i mix comercial

Mercat no sedentari de dissabte

Ubicació del Mercat

El Mercat no sedentari de dissabte s'ubica al llarg dels carrers:

- Carrer Raval.
- Carrer Dr. Escayola.
- Plaça de l'Ajuntament.
- Carrer Montserrat.
- Plaça Nova.



Mapa 4. Mapa de localització de Sant Sadurní d'Anoia.
Font: Elaboració pròpia a partir del portal web Arcgis, 2019.

Mix comercial del Mercat

El Mercat de dissabte disposa de **36 parades** on destaca, igual que el Mercat de dijous, el sector de la moda, amb 17 parades.

Al mapa que es mostra tot seguit, s'hi troben **ubicades les 36 parades** presents el dia que es va dur a terme el cens.



Mapa 5. Ubicació i parades presents dissabte 19 de gener del 2019 al Mercat no sedentari de dissabte de Sant Sadurní d'Anoia.

Font: Elaboració pròpia, a partir del portal web Arcgis, 2019.

Imatge de les parades

Referent a la imatges de les parades dels mercats, se n'observen tot un seguit d'elements comuns en ambdós mercats i que es consideren importants a tenir en consideració. Aquests es resumeixen en els següents punts:

- L'**organització** de les diverses parades no és homogènia (algunes tenen un únic taulell, d'altres conformen passadissos interns,...).
- Els **suports estructurals** dels punts de venda són de diferents tipologies (metàl·lics, encadenats,...)
- Per aquelles parades que en disposen, els **elements de cobriment** (lones, tendals,...) no són singulars i, en alguns casos, es presenten com solucions més aviat de tipus improvisat o temporal, més que no pas elements prou professionalitzats.
- Els **taulells**, en ocasions, són estructures basades en material d'emmagatzematge o rebuig (com ara caixes), que no ajuda a oferir una imatge prou atractiva del punt de venda.
- Pel que fa a la **col·locació i presentació dels productes**, s'observa certa disparitat. Destaquen punts de venda que cuiden aquest aspecte i, per contra, d'altres on els articles s'amunteguen, pengen,... I, en general, es disposen de manera poc atractiva.

Imatge de les parades

- En algun cas, s'ha apreciat que alguna parada no indicava el **preus dels productes**. En general, però, s'ha pogut observar com, sovint, els preus s'indiquen de manera poc atractiva.
- En casos concrets, especialment per a aquelles parades que no admeten cobrament amb targeta bancària, s'ha observat que **manca retolació comercial** que informi d'aquest fet.
- La **presència dels propis vehicles** del personal venedor estacionats en situació d'annexió a la parada, així com la **presència de caixes de rebuig** apilades al mateix punt de venda o enfront d'aquests, són elements que contribueixen negativament a la imatge general de les parades dels mercats.



Parada de complements i accessoris per a mascotes del Mercat del dijous.

A les **següents diapositives**, es mostra un extens recull de **fotografies de bona part de les parades** dels mercats, on entre d'altres, es poden observar els diversos elements citats anteriorment. Les imatges s'han classificat en funció del sector comercial i el dia de Mercat al qual pertanyen.

Imatge de les parades

Alimentació

Tot seguit, es mostren algunes imatges considerades rellevants dels punts de venda del **sector alimentació**, en concret, de la categoria de **fruites i verdures**.

Mercat de dijous



Mercat de dissabte



Imatge de les parades

Alimentació

En segon lloc, es mostren algunes imatges dels punts de venda **d'altres categories del sector de l'alimentació** (rostitseria, forn, olives i conserves,...)

Mercat de dijous



Mercat de dissabte



Imatge de les parades

Equipaments de la persona

En tercer lloc es mostren algunes imatges considerades rellevants dels punts de venda del sector **equipament de la persona**, en concret, de la categoria de **moda**.

Mercat de dijous



Mercat de dissabte



Imatge de les parades

Equipaments de la persona

En quart lloc, es mostren algunes imatges considerades rellevants dels punts de venda del sector **equipament de la persona**, en concret, de la categoria de **complements i calçat**.

Mercat de dijous



Mercat de dissabte



Imatge de les parades

Tot seguit, es mostren algunes imatges considerades rellevants dels punts de venda **del sector d'equipament de la llar** (inclou establiments de merceria, teles i tèxtil així com estris de cuina).

Cal esmentar que, al llistat de parades facilitat per l'Ajuntament, ni durant el treball de camp, no s'ha detectat cap punt de venda d'aquesta tipologia pel que fa al Mercat dels dissabtes.

Equipaments de la llar

Mercat de dijous



Focalizza

Imatge de les parades

Altres

A continuació, es mostren algunes imatges considerades rellevants dels punts de venda del sector altres, en concret, **punts de venda de productes de floristeria, mascotes i art.**

Mercat de dijous



Mercat de diàssabte

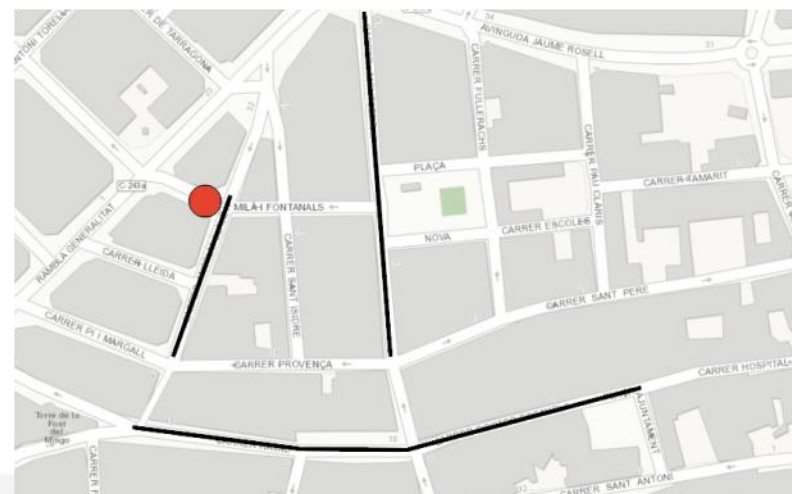


Senyalització dels mercats

El conjunt de la senyalètica vinculada als mercats de Sant Sadurní es basa en la senyalització que informa de **restriccions d'estacionament de vehicles motoritzats** als carrers que acullen el mercats.

Donat que bona part dels carrers han estat pacificats respecte el trànsit rodat (C. Dr. Escayola, Plaça de l'Ajuntament, C. Raval,...), **la senyalètica es concentra a l'eix viari que més recentment ha acollit el Mercat**, el C. Anselm Clavé. Un carrer que, en dies que no són de Mercat permet l'estacionament de vehicles a ambdues voreres.

Senyalització de prohibició de l'estacionament de vehicles (C. Anselm Clavé)



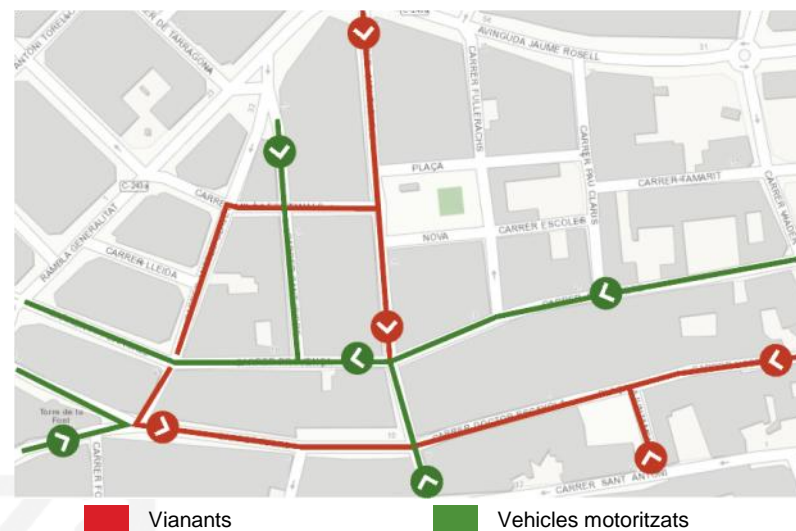
● Senyalització — Ubicació dels mercats

Mapa 7. Senyalització vinculada als mercats de Sant Sadurní d'Anoia.
Font: Elaboració pròpia a partir del portal web Aregis, 2019.

Accessibilitat dels mercats

Tal com s'introduïa en la diapositiva anterior, i referent a l'accessibilitat dels mercats, convé destacar els següents aspectes:

- **Determinats carrers i places** on s'ubiquen els mercats (C. Dr. Escayola, Pl. Ajuntament, C. Raval) són d'ús amb prioritat per al **pas dels vianants**.
- D'altres carrers, com és el cas del C. Anselm Clavé i C. Montserrat són d'ús **prioritari per al pas dels vianants els dies que se celebren els mercats**.
- Els carrers que acullen els mercats **no comparteixen espai amb vehicles** motoritzats estacionats.
- Hi ha **presència de vehicles motoritzats propis dels paradistes** estacionats als mateixos carrers que acullen el mercat.
- En determinats trams (C. Montserrat cruïlla amb C. Sant Pere) conviuen vianants i vehicles motoritzats.
- L'Avinguda Jaume Rossell (C-243A) és una de les **principals vies d'accés al Mercat** amb vehicle motoritzat, una via que travessa per complet el nucli urbà.



Mapa 8. Accessibilitat dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia.
Font: Elaboració pròpia a partir del portal web Arcgis, 2019.

Accessibilitat dels mercats

Aparcaments propers als mercats

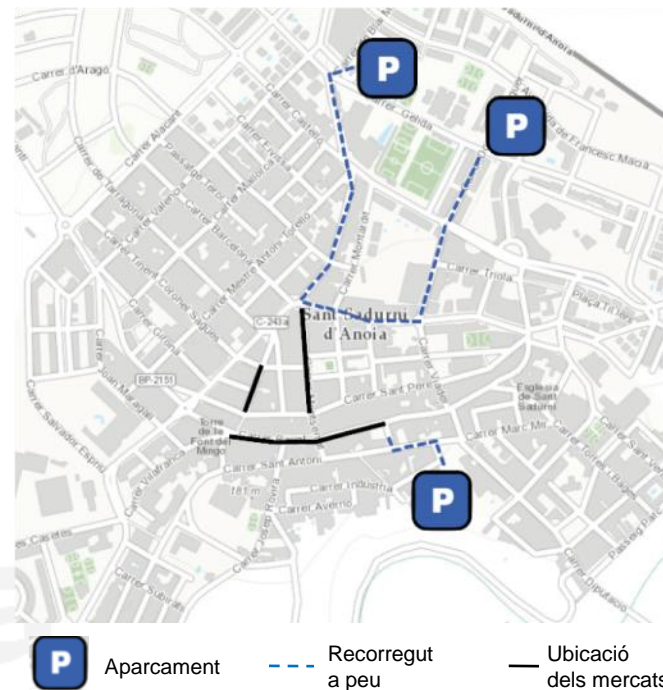
En relació als **aparcaments en situació de proximitat als mercats**, s'han considerats els següents:

- **L'aparcament municipal del centre** (3 minuts a peu de la Plaça de l'Ajuntament)
- **L'aparcament de l'Hipermercat Esclat** (12 minuts a peu)
- **El solar no pavimentat ubicat a la zona d'equipaments**, en concret, al voltant de la plaça Joan Casanoves (9 minuts a peu).

Aparcament municipal del Centre



Aparcament de l'Hipermercat



Mapa 9. Zones d'estacionament de vehicles properes als mercats de Sant Sadurní d'Anoia.
Font: Elaboració pròpia a partir del portal web Arcgis, 2019.

Aspectes jurídics de la normativa

Val a dir, que per a totes aquestes qüestions, els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia s'acullen a la ordenança aprovada pel Ple Municipal l'any 1991. Per tant, la Ordenança del municipi, pel que fa a aquest format comercial no es troba actualitzada al model d'Ordenança de Mercats que disposa la Diputació de Barcelona (concretament, l'Ordenança tipus de l'any 2016, modificada en dos dels seus aspectes, per la Llei 18/2017 d'1 d'agost, de Comerç, Serveis i Fires de la Generalitat de Catalunya).

Tot seguit, es comenta l'estat actual de 3 aspectes a tenir en compte respecte a la organització i la normativa dels mercats:

- **Pressupost:** ha estat de 1.000€ anuals durant els últims 4 anys, segons recull l'apartat de *Despeses Diverses del mercat municipal*.
- **Pla d'Evacuació en cas d'emergència:** inexistent a dia d'avui.
- **Sol·licitud d'actualització de la ordenança dels mercats:** tràmit pendent de sol·licitud.

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
>> 4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Informació respecte els paradistes

En el següent apartat es desglossen els diferents resultats obtinguts a partir de les **entrevistes personals realitzades amb els paradistes dels mercats** de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia.

L'apartat va repassant els diferents aspectes tractats al llarg de les entrevistes. Concretament, els professionals entrevistats han estat un total de **30 durant el Mercat del dijous** i **20 durant el Mercat del dissabte**.

Per a distingir la informació dels dos mercats, s'ha optat per dividir la informació recollida durant la celebració dels mercats utilitzant **dues categories cromàtiques que s'utilitzaran en els següents apartats** com són el **groc pel Mercat dels dijous**, i el **vermell pel Mercat dels dissabtes**.

Mercat no sedentari de dijous

30

paradistes
entrevistats

Mercat no sedentari de dissabte

20

paradistes
entrevistats

Informació respecte els paradistes

Edat dels paradistes

Més del 63,3% dels **paradistes** entrevistats es troben en la franja d'edat **d'entre 46 i 65 anys, mentre** que el 33,3% tenen una edat compresa entre els 26 i els 45 anys. Només un paradista afirma tenir més de 65 anys.

Lloc de residència dels paradistes

Només **un dels paradistes viu** a Sant Sadurní d'Anoia. Els llocs de residència més destacats són **Vilafranca** (13,3%), Barcelona, Martorell i Terrassa (6,7%). La meitat dels paradistes viuen en municipis de comarques com el **Baix Llobregat** (16,7%), Baix Penedès, Alt Penedès, Vallès Occidental i Anoia (6,7% cadascun), Vallès Oriental i Bages (3,3% respectivament) mentre que el 16,7% restant, tot i que viu fora del municipi, prefereix **no comentar el seu lloc de residència**.

Mercat no sedentari de dijous

Mètodes de pagament acceptats

Al voltant **d'una tercera part** dels paradistes només accepten el **pagament en efectiu**, mentre que la resta també **accepten el pagament amb targeta**.

Anys a la professió

En mitjana, els paradistes del Mercat del dijous **porten més de 22 anys a la professió** i només quatre d'ells no superen els 10 anys treballant-hi.

Anys al Mercat de Sant Sadurní d'Anoia

Bona part dels paradistes entrevistats porta treballant molts anys amb el Mercat dels dijous (**mitjana de 17,73 anys**). El 20% porta més de 30 anys, el 23% entre 20 i 29, el 30% de 10 a 19 i el 27% menys de 10 anys; dos dels quals, porten menys d'un any.

Informació respecte els paradistes

Edat dels paradistes

El **75%** dels paradistes entrevistats el dissabte té una edat compresa **entre els 46 i els 65 anys**, mentre que **el 25% té entre 26 i 45 anys**.

Lloc de residència dels paradistes

Només hi ha un dels paradistes entrevistats que diu viure a Sant Sadurní d'Anoia, mentre que **la resta viuen en altres municipis**. Destaquen municipis del Baix Llobregat (25%), Alt Penedès (20%), Barcelonès, Bages, Anoia i Garraf (10%), Urgell i Vallès Oriental (5%).

Mercat no sedentari de dissabte

Mètodes de pagament acceptats

Al voltant **d'una tercera part** dels paradistes només accepten el **pagament en efectiu (35%)**, mentre que la resta també **accepten el pagament amb targeta (65%)**.

Anys a la professió

En mitjana, els paradistes del Mercat del dissabte **porten 20 anys a la professió** i només dos d'ells no superen els 10 anys treballant-hi.

Anys al Mercat de Sant Sadurní d'Anoia

En comparació, els paradistes entrevistats del dissabte porten treballant menys anys amb el Mercat (**mitjana de 11,2 anys**). Un 15% porta de 20 a 29 anys, el 45% de 10 a 19 anys i el **40% restant porta menys de 10 anys**; dos dels quals, porten menys d'un any.

Informació respecte els paradistes

Nombre de mercats als que assisteixen

En mitjana, **els paradistes assisteixen setmanalment a 4,8 mercats**. El 67% participa de 3 a 5 mercats, el 27% en més de 5, mentre que també hi ha un 7% que assisteix a menys de 3 mercats.

Quins dies participen del Mercat?

Dels paradistes entrevistats durant el Mercat del dijous, **un 10% d'ells participa en ambdós mercats del municipi**.

En cas de participar en ambdós Mercats, com es distribueixen les vendes?

D'aquest 10% que participa dels dos dies, **el 66,6% considera que les vendes es distribueixen de manera similar** entre els dos dies, mentre que **el 33,3% restant considera que les vendes són millors durant el Mercat del dijous**.

Mercat no sedentari de dijous

Vendes actuals dels paradistes

Del conjunt de paradistes, **el 60% considera** que les seves vendes **són dolentes**. En contraposició, **el 30%** afirma tenir unes **vendes actuals bones**, mentre que **el 10% restant les considera regulars**.

Evolució de les vendes

Bona part dels paradistes consideren que **les seves vendes**, en els darrers anys, **han empitjorat (73,3%) o s'han mantingut estables (16,7%)**. Només s'ha trobat un únic cas en el que es consideri que les vendes han millorat respecte els últims anys.

Font principal d'ingressos

Segons **el 80% dels paradistes entrevistats**, el Mercat de venda no sedentària dels dijous a Sant Sadurní d'Anoia **no representa la principal font d'ingressos**. Només en 5 ocasions és considerat un dels millors Mercats.

Informació respecte els paradistes

Nombre de mercats als que assisteixen

En mitjana, els paradistes del Mercat del dissabte **assisteixen setmanalment a 4,8 mercats**. El 65% dels entrevistats participa entre 3 i 5 mercats, el 30% en més de 5, i el 5% restant en menys de 3.

Quins dies participen del Mercat?

Dels paradistes entrevistats durant el Mercat del dissabte, **un 40% d'ells participa en ambdós mercats** del municipi.

En cas de participar en ambdós Mercats, com es distribueixen les vendes?

Pel que fa a aquest 40% de paradistes que participen dels dos mercats del municipi, **el 50% considera que les vendes van millor durant el Mercat del dissabte**, mentre que de la resta, **un 25% considera que ven més el dijous i el 25% restant troba que les vendes són similars**.

Mercat no sedentari de dissabte

Vendes actuals dels paradistes

Del conjunt de paradistes, **el 40% considera que les seves vendes són regulars**. En contraposició, **el 30% afirma tenir unes vendes actuals bones**, mentre que **el 30% restant les considera dolentes**.

Evolució de les vendes

Bona part dels paradistes consideren que **les seves vendes**, en els darrers anys, **han empitjorat (65%)**. El **15%** considera que **han millorat**, mentre que **el 20%** restant pensa que **s'han mantingut igual**.

Font principal d'ingressos

Segons **el 65% dels paradistes entrevistats**, el Mercat de venda no sedentària dels dissabtes a Sant Sadurní d'Anoia **no representa la seva principal font d'ingressos**.

Informació respecte els paradistes

Espai suficient a les parades

El **83% dels paradistes entrevistats** considera que **disposa d'espai suficient** per a desenvolupar correctament la seva activitat, mentre que el **17% en voldria tenir més**.

Localització actual del Mercat

La **meitat de paradistes** considera que la **localització actual del Mercat és bona (60%)**, mentre que el **30% considera que és regular**. Només en un dels casos es considera negativa (3,3%), mentre que **un 16,7% considera que està molt bé**.

Pel que fa els que consideren que la ubicació és correcta, els principals motius exposats descansen en que es troba als **principals carrers del centre** i és **on passa la majoria de la gent**. Per altra banda, els més crítics consideren que **no hi ha un circuit definit** i que s'aprecia certa **dispersió**.

Mercat no sedentari de dijous

Localització actual de la parada

La majoria de paradistes consideren que la **ubicació de la seva parada està bé (60%)**, mentre que **un 23,3% es troba molt satisfet**. Per altra banda, **un 10% considera que la ubicació és regular** mentre que el **6,7% restant considera que es troba en una mala ubicació** i per tant li agradaria canviar.

Els principals motius més destacats de la part positiva són el **costum i el fet de tenir clients fixes**, mentre que els més crítics consideren que es troben o bé **en un carrer estret** on es dificulta el **trànsit dels compradors**, o bé en una **zona poc dinàmica**.

Informació respecte els paradistes

Espai suficient a les parades

En aquest cas, el 85% de paradistes considera que **disposa d'espai suficient** per a desenvolupar correctament la seva activitat, i **el 15% voldria tenir més espai**.

Localització actual del Mercat

La majoria de paradistes **considera** que la ubicació del Mercat dels dissabtes **és correcta (70%)** i **el 20% la valora com a molt bé**. Per contra, **només el 10% dels paradistes entrevistats la qualifiquen de regular**.

Pel que fa els que consideren que la ubicació correcta, els principals motius exposats descansen en que es troba als **principals carrers del centre del nucli urbà**. Per altra banda, els més crítics consideren que **no hi ha un centre ni un circuit definit** i que s'aprecia certa **dispersió**.

Mercat no sedentari de dissabte

Localització actual de la parada

La majoria de paradistes consideren que **la ubicació de la seva parada està bé (60%)**, mentre que **un 30% es troba molt satisfet**. Per altra banda, **un 5% considera que la ubicació és regular** mentre que **el 5% restant considera que es troba en una mala ubicació** i per tant li agradaria canviar.

Els principals motius més destacats de la part positiva són **el costum i el fet de tenir clients fixes** o que es troba **al millor carrer**, mentre que els més crítics consideren que es troben en **una zona poc dinàmica** o que han **canviat massa cops de lloc**.

Informació respecte els paradistes

Distribució de les parades del Mercat

El 40% dels paradistes consideren que la distribució de les parades del Mercat està bé, mentre que el 36,7% la qualifiquen de regular. En segon terme, el 13,3% considera que la distribució és dolenta per un 6,7% que la qualifiquen de molt bona. El 3,3% restant no ha sabut contestar activament.

En quant els motius més rellevants de la part positiva destaquen els que consideren que les parades dels mateixos **sectors estiguin separats** i que hi ha un **mix comercial correcte**. Per contra, els més crítics consideren que falten parades amb **més productes de qualitat**, que no hi ha un **circuit de compra definit** i critiquen l'elevada **dispersió de la distribució**. Es considera que en ocasions hi ha **dificultats d'accés** amb el **mobiliari urbà**.

Mercat no sedentari de dijous

Infraestructura i els serveis que ofereix la organització del Mercat

La majoria de paradistes considera que **els serveis i la infraestructura que ofereix la organització del Mercat és bona** (53,3%), mentre que **el 6,7% la qualifica de molt bona**. Per contra, **un 30% la qualifica de regular i un 10% de dolenta**.

Els aspectes més mencionats de la part positiva són alguns com una **bona comunicació i organització o la bona relació amb el plaer**, mentre que els més crítics consideren que el fet d'haver de **netejar ells mateixos és negatiu**. També critiquen una **falta de promoció**, una **falta d'aparcament** i la poca disponibilitat de **punts de llum**.

Informació respecte els paradistes

Distribució de les parades del Mercat

El **40%** dels paradistes **consideren que la distribució de les parades del Mercat està bé**, mentre que el **35%** la **qualifiquen de regular**. En segon terme, el **15%** considera que la **distribució és dolenta** per un **10%** que la **qualifiquen de molt bona**.

En quant els motius més rellevants de la part positiva destaquen els que valoren positivament el fet que les parades dels mateixos **sectors estiguin separats** i consideren que hi ha un **mix comercial adequat**. Per contra, els més crítics consideren que **no hi ha un circuit de compra definit** i critiquen l'**elevada dispersió de la distribució** i la **generació de molts espais buits**.

Mercat no sedentari de dissabte

Infraestructura i els serveis que ofereix la organització del Mercat

El **35%** dels paradistes entrevistats considera que els serveis i la infraestructura que ofereix la organització del Mercat **és bona**, mentre que el **5%** la qualifica de **molt bona**. Per contra, un **40%** la qualifica de **regular** i un **20%** de **dolenta**.

Els aspectes més mencionats de la part positiva són alguns com una **bona comunicació i organització**, mentre que els més crítics consideren que el fet d'haver de **netejar ells mateixos és negatiu**. Es critica una **falta de netedat i una falta d'aparcament** i manifesten la seva **preocupació respecte la seva participació en els diversos esdeveniments** que organitza el municipi. Es sumen altres aspectes com la **falta de control davant la invasió de l'espai públic** per part de les parades o la **falta de serveis de lavabo**.

Informació respecte els paradistes

Mercat no sedentari de dijous

Aspectes del Mercat que es podrien millorar

A la pregunta de “**Què es podria fer per a millorar el Mercat dels dijous?**”, els paradistes responen:

- Incrementar la promoció.
- Incrementar la disponibilitat d'aparcament.
- Fomentar la redistribució de les parades.
- Omplir els espais buits amb noves parades amb productes de qualitat.
- Distribuir bosses de fems per garantir la neteja.
- Oferir alguna cosa diferent davant la pèrdua d'interès del format comercial.
- Ser més estrictes a l'hora de complir els horaris.

Altres comentaris i suggeriments

Altres **comentaris o suggeriments** que s'han pogut extreure de les entrevistes són:

- Es considera que hi ha una gran lentitud a l'hora de voler obrir noves parades.
- Es considera que la relació amb el comerç local és bona.
- Es considera que la figura del plaçer és positiva per al Mercat.
- Es considera que és un dels Mercats més cars per a posar una parada.
- Critiquen els dies de Mercat que cauen en dia festiu o en dia de pluja, ja que perden un dia de feina, però paguen la quota igualment.

Informació respecte els paradistes

Mercat no sedentari de dissabte

Aspectes del Mercat que es podrien millorar

A la pregunta de “**Què es podria fer per a millorar el Mercat dels dijous?**”, els paradistes responen:

- Incrementar la promoció i aparèixer més ben considerats a la web de l'Ajuntament.
- Incrementar la disponibilitat d'aparcament així com un sistema de tarifes o promocions pels paradistes.
- Fer complir la normativa de pagament de les quotes, ja que si no es fomenta la competència deslleial.
- Omplir els espais buits amb noves parades amb productes de qualitat.
- Millorar la comunicació entre el col·lectiu de paradistes i l'Ajuntament.
- Cal fomentar la innovació en estratègies de venda i activitats de dinamització.

Altres comentaris i suggeriments

Altres **comentaris o suggeriments** que s'han pogut extreure de les entrevistes són:

- Es produeixen mancances tant a l'hora d'incentivar la compra com a l'hora de promocionar el Mercat.



Síntesi

En síntesi, es percep que el col·lectiu de paradistes entrevistats durant els dos mercats es considera que:

- Valoren positivament el mercat, així com la bona relació i comunicació en general.
- Es denota una predisposició a continuar participant de la vida activa dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia.
- Aporten una sèrie de valoracions constructives que deixen entreveure el seu interès en el bon funcionament i contínues millores del Mercat.

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
>> 5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

El Mercat vist pels seus compradors

En el següent apartat es desglossen els diferents resultats obtinguts respecte **el tractament de les enquestes realitzades a peu de carrer durant els dies dels mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia**.

L'apartat es divideix en tres punts com són **el perfil del comprador, els hàbits de comportament comercial i la valoració**. A l'hora, **dins cada subapartat es presenta la informació relativa als dos mercats analitzats**, per tal de facilitar-ne la comparació.

Per a distingir la informació dels dos mercats, s'ha optat per mantenir les **dues categories cromàtiques utilitzades en apartats anteriors** com són el **groc pel Mercat del dijous**, i el **vermell pel Mercat del dissabte**.

Mercat no sedentari de dijous

200 enquestes

Mercat no sedentari de dissabte

100 enquestes

Perfil del comprador del Mercat

Hàbits de comportament comercial

Valoració del comprador del Mercat

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

En primer lloc es presenten alguns trets característics del perfil del comprador del Mercat, com són el gènere i l'edat. En aquest cas, i **en relació al gènere**, el **71,3%** dels compradors enquestats el Mercat del dijous **són dones** per un **28,7% d'homes**.

Pel que fa a l'edat, **56,5% dels enquestats té 65 anys** o més i el 30,1% té una edat compresa entre els 45 i els 64 anys. Els compradors més joves en són una minoria tant els que tenen una edat compresa entre els 30 i els 44 anys (12%) com els que tenen entre 18 i 29 anys (1,4%).

1. Gènere

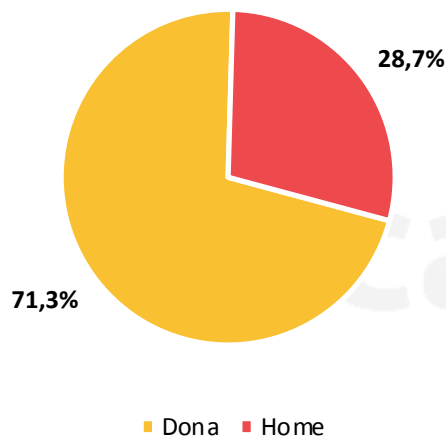


Figura 5: Gènere. Font: Elaboració pròpia, 2019.

2. Edat

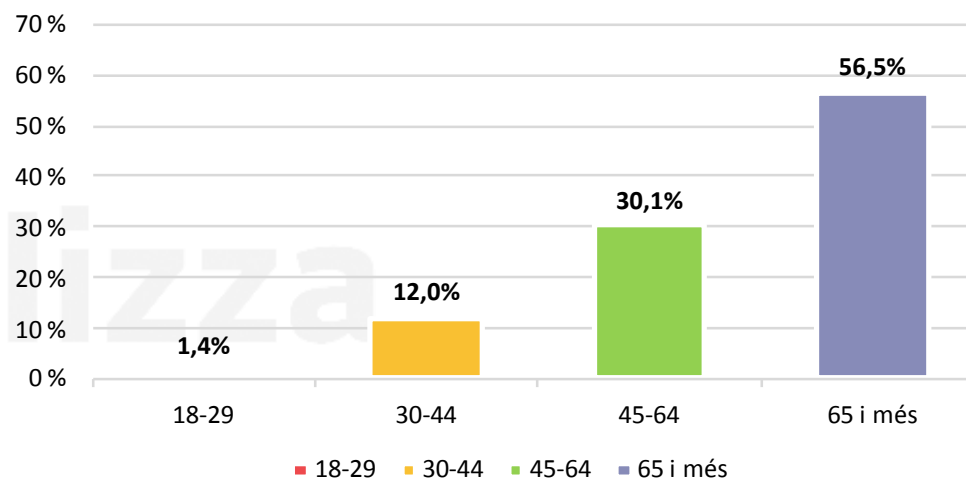


Figura 6: Edat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

Pel que fa al Mercat dels dissabtes, el **69,2% dels enquestats són dones per un 30,8% d'homes.**

Pel que a les edats, el **grup de 65 i més augmenta fins el 62,6%** mentre que **la resta disminueix de manera poc significativa. Destaca una reducció dels compradors amb una edat compresa entre els 30 i els 44 anys, ja que passa del 12% al 6,6%.**

1. Gènere

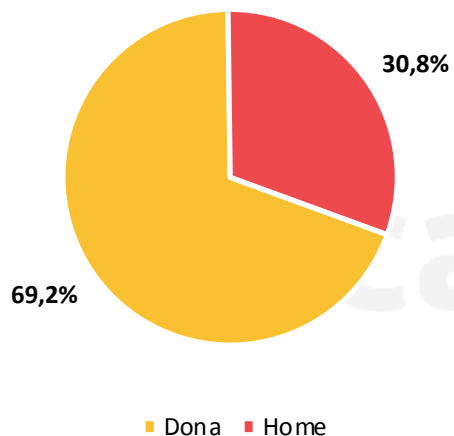


Figura 7: Gènere. Font: Elaboració pròpia, 2019.

2. Edat

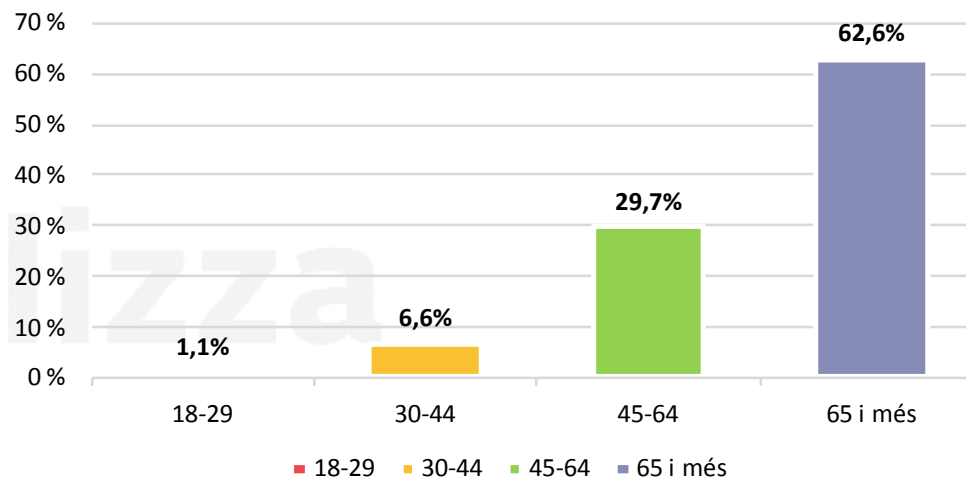


Figura 8: Edat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

3. Lloc de residència

En quant al **lloc de residència dels compradors enquestats del Mercat del dijous**, aquests es divideixen entre els que viuen al municipi de **Sant Sadurní d'Anoia (86,1%)** i els que viuen a fora (**13,9%**).

Pel que fa als compradors que resideixen en altres municipis, destaquen **Torrelavit (24,1%)**, **Gelida i Sant Pere de Riudebitlles (ambdós amb un 13,8%)** i **Sant Llorenç d'Hortons (10,3%)**. Altres municipis com **Pla del Penedès, Sant Jaume dels Domenys i Subirats (6,9%)** quedarien en un segon lloc, mentre que també han sorgit altres municipis com **Barcelona, Castellví de la Marca, Martorell, Vilafranca o Avinyonet del Penedès**.

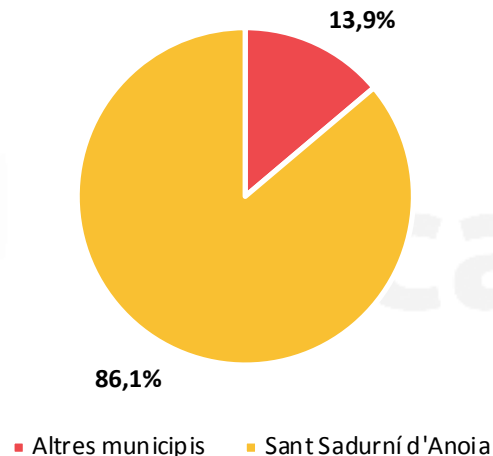


Figura 9: Lloc de residència. Font: Elaboració pròpia, 2019.

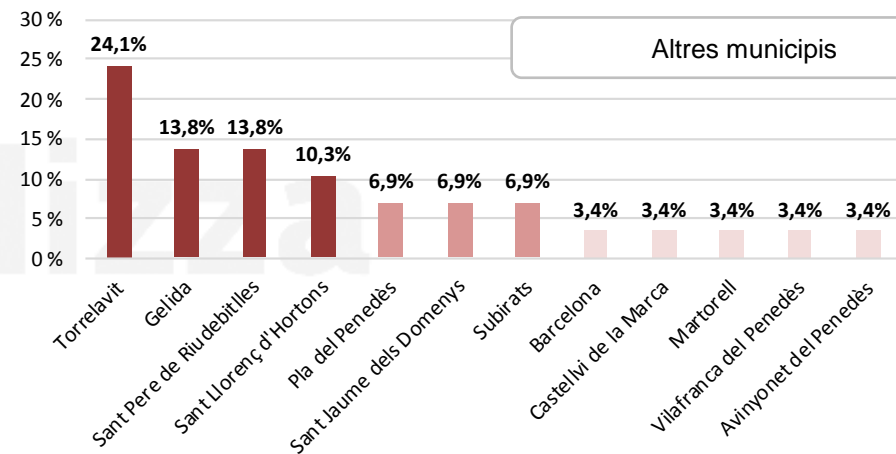


Figura 10: Lloc de residència en altres municipis. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

3. Lloc de residència

En quant al lloc de residència dels compradors enquestats durant la celebració del Mercat dels dissabtes, **el 89% són de Sant Sadurní d'Anoia, i l'11% són d'altres municipis**. Entre ells, destaquen els residents a municipis com **Gelida (30%)** o **Llinars del Vallès i Sant Pere de Riudebitlles (20%)**. També hi ha hagut enquestats residents a municipis com **Barcelona i Piera (10%)** i un visitant del municipi resident al País Basc, concretament a Bilbao.

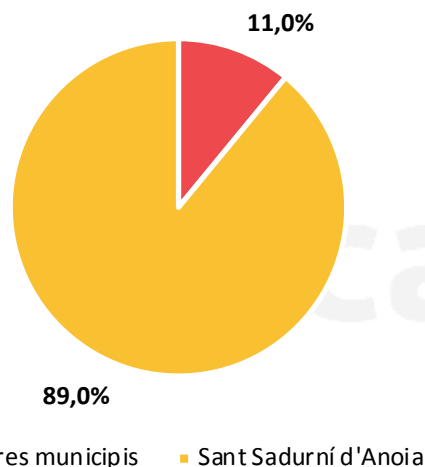


Figura 11: Lloc de residència. Font: Elaboració pròpia, 2019.

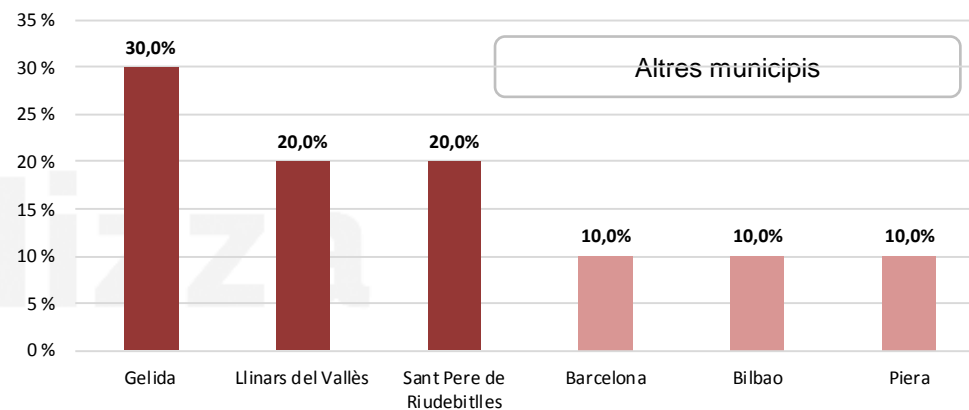


Figura 12: Lloc de residència en altres municipis. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

4. Situació familiar

En relació a la situació familiar dels compradors enquestats, **predominen els que viuen amb parella** (45,9%). En un segon nivell es trobarien les que **viuen amb parella i fills** (26,8%) i les **llars unipersonals** (18,7%). Per últim, **altres** situacions familiars (5,7%) i els que viuen amb els fills (2,9%).

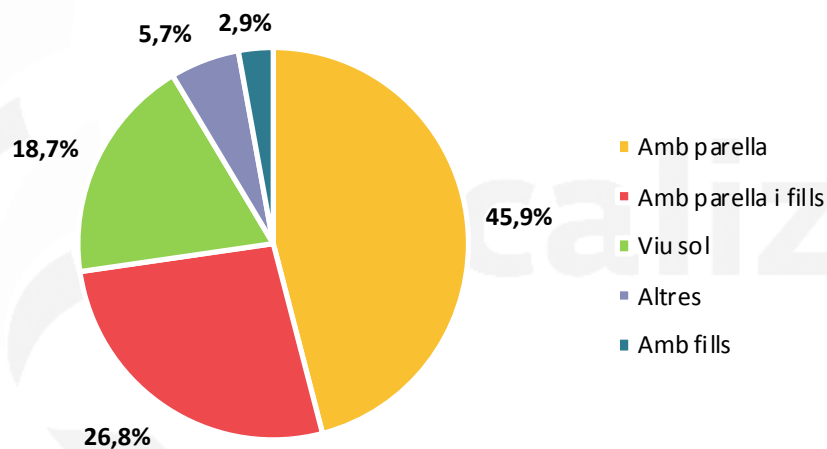


Figura 13: Situació familiar. Font: Elaboració pròpia, 2019.

5. Situació laboral

En quant a la situació laboral dels compradors enquestats, **predominen els jubilats/pensionistes** (59,3%).

El **17,7% són empleats**, mentre que el **12,9% comenta que es dediquen a les feines de la llar**. Els compradors minoritaris són **aturats** (7,2%); **professionals lliberals** (1,4%); **empresaris** (1%); o **estudiants** (0,5%).

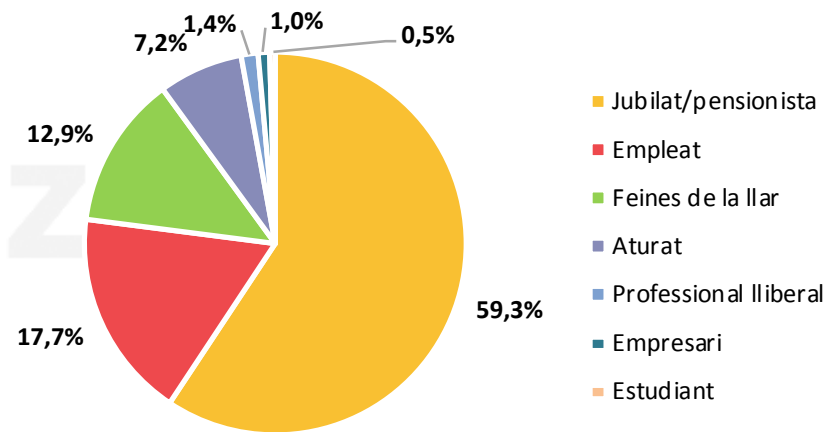


Figura 14: Situació laboral. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Perfil del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

4. Situació familiar

En relació a la situació familiar dels compradors enquestats el dissabte, **predominen els que viuen amb parella** (44%). En un segon nivell es trobarien **les que viuen amb parella i fills** (26,4%), les **llars unipersonals** (23,1%). Per últim, els compradors que només **viuen amb els fills** (5,5%) i **altres** situacions familiars (1,1%).

5. Situació laboral

En quant a la situació laboral, **predominen dos grans grups com són els jubilats/pensionistes** (59,3%) i els **empleats** (22%)

El **9,9% són aturats**, mentre que el **els que es dediquen a les feines de la llar, són professionals lliberals o estudiants representen la minoria dels enquestats amb l'1,1% respectivament.**

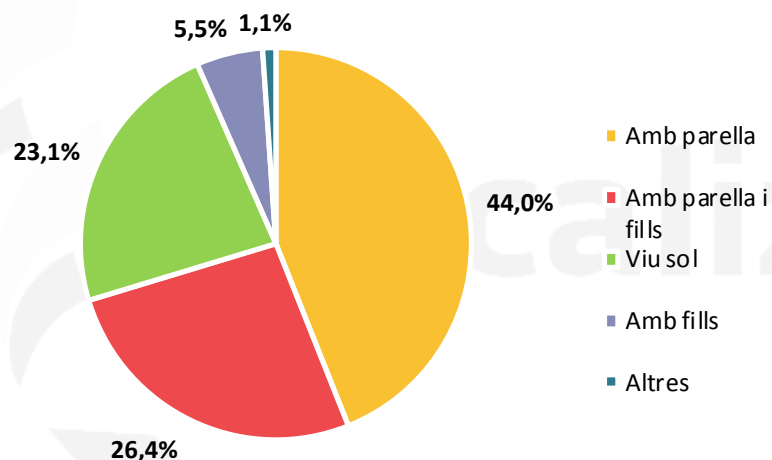


Figura 15: Situació familiar. Font: Elaboració pròpia, 2019.

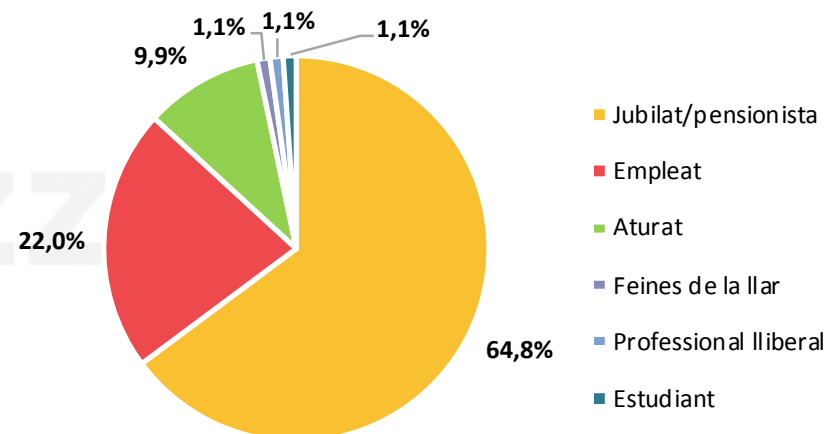


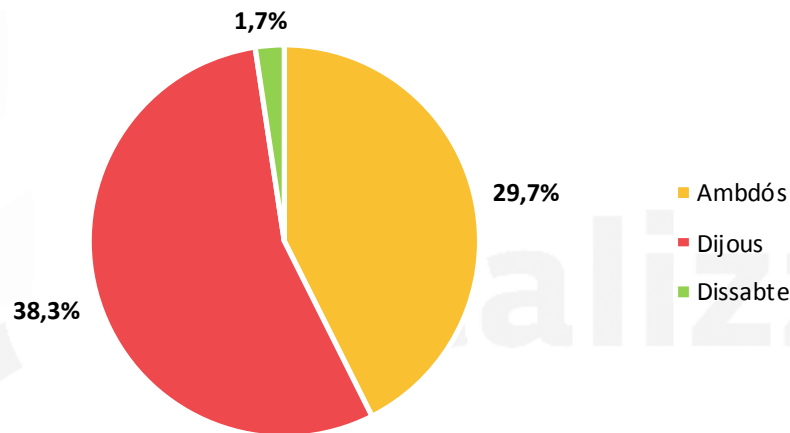
Figura 16: Situació laboral. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

6. Quin dia acostuma a anar al Mercat?

Passant a veure els hàbits de comportament comercial dels compradors enquestats, la primera de les preguntes pretén definir quin dels dos dies és el més freqüentat. En aquest sentit, i pel que fa al Mercat dels dijous, **el 38,3% respon que prefereix comprar al Mercat el propi dijous**, mentre que **el 29,7% dels enquestats comenta que li és indiferent** i que va a comprar tant el dijous com el dissabte. **Només un 1,7% dels enquestats del dijous manifesta que acostuma a anar al Mercat dels dissabtes.**



Els motius més destacats segons dia de visita:

- **Dijous:** perquè és més gran, per passejar, per tradició.
- **Dissabte:** perquè treballen entre setmana.
- **Ambdós:** per passejar ambdós dies

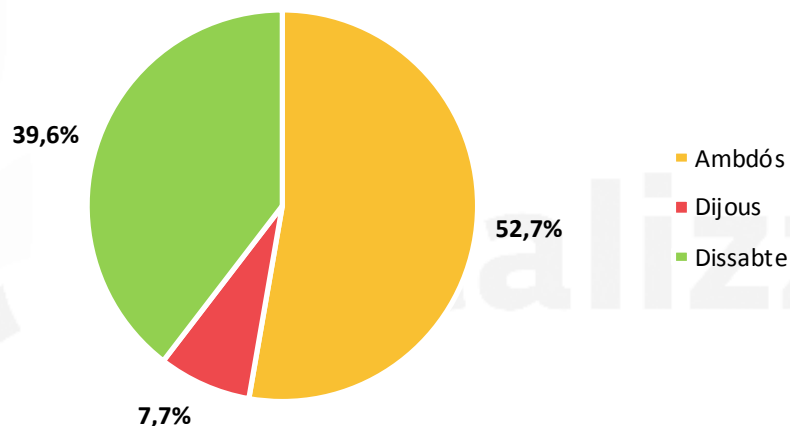
Figura 17: Dia d'assistència al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

6. Quin dia acostuma a anar al Mercat?

Per altra banda, els enquestats **durant el Mercat del dissabte són més els que comenten que van a comprar al Mercat ambdós dies (52,7%)** que no pas els que **només hi van el propi dissabte (39,6%)**. El 7,7% afirma que acostuma anar a comprar els dijous.



Els motius més destacats segons dia de visita:

- **Dijous:** perquè és més gran.
- **Dissabte:** perquè treballen entre setmana
- **Ambdós:** per passejar ambdós dies

Figura 18: Dia d'assistència al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

7. Motius de compra al Mercat

Segons els compradors, **els principals motius de compra al Mercat del dijous són la proximitat (36,1%) i el preu (23,9%).**

Un 12,5% dels enquestats també **destaca la qualitat dels productes**, mentre que el **tracte personalitzat (7,5%)** i la **varietat dels productes (6,3%)** són dos dels motius menys considerats. Entre ells també cal mencionar el **passeig (5,4%)** i l'**oci i lleure (4,8%)**.

Altres motius més minoritaris (3,6%) però que han sorgit arrel de les enquestes serien per necessitat, per tradició o per comoditat.

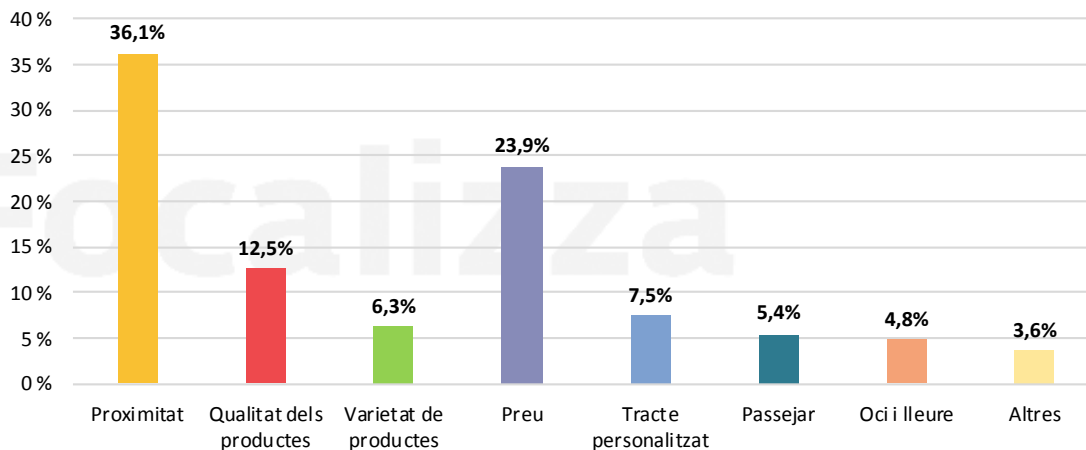


Figura 19: Motius de compra al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

7. Motius de compra al Mercat

Pel que fa el Mercat del dissabte, **el principal motius de compra és la proximitat (25,5%)**.

En segon terme, **l'oci i el lleure (17,9%) és un dels motius més destacables del dissabte**, seguit del **preu i la qualitat dels productes amb un 16,6% respectivament**, els quals són dos motius a tenir en compte.

La **varietat dels productes (11,7%)** i el **tracte personalitzat (4,8%)**, en aquest cas, són els motius **menys rellevants**, mentre que la categoria **"Altres" (6,9%)** representa altres **motius minoritaris** similars als obtinguts durant el Mercat del dijous (comoditat, tradició o necessitat).

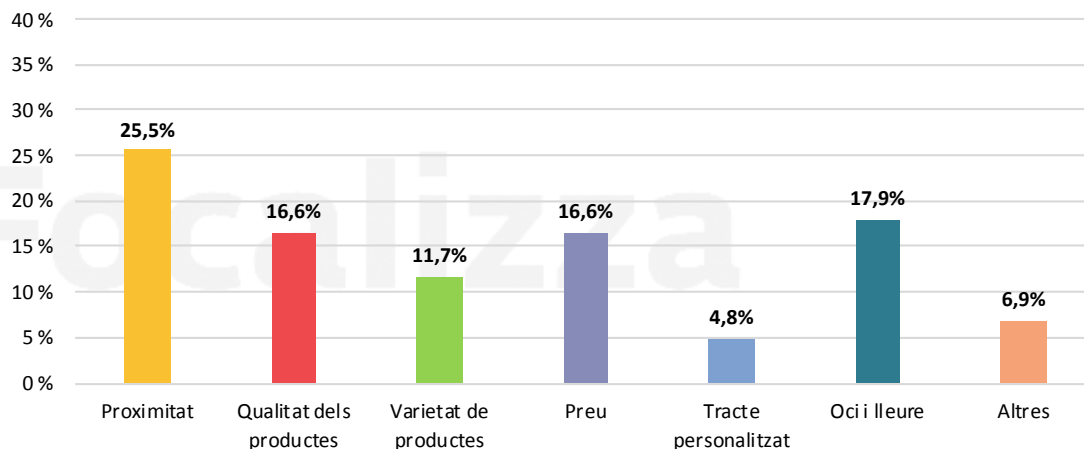


Figura 20: Motius de compra al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

8. Amb qui acostuma a anar al Mercat?

Pel que fa els compradors del Mercat dels dijous, el **39,7%** acostuma a anar a comprar sol, mentre que el **31,6%** ho fa amb la parella.

Els que ho fan amb algun **familiar** (13,4) o amb **altres** acompanyants (13,9) estarien en un segon nivell, mentre que els que van al Mercat amb la **parella i els fills només representen el 1,4%**.

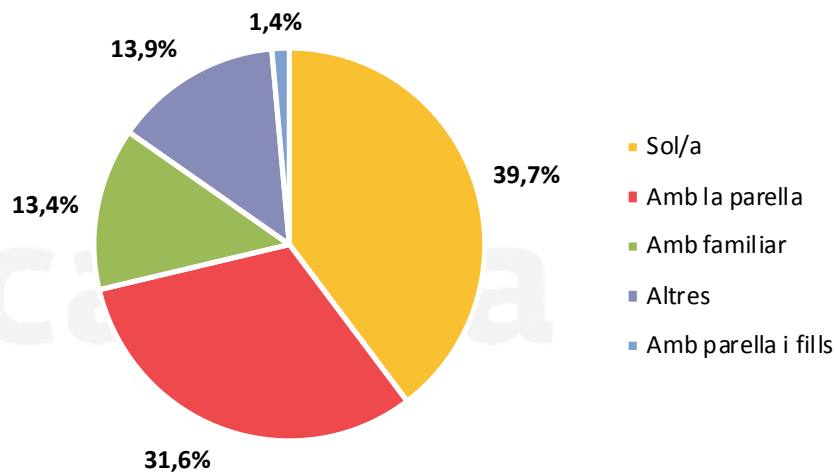


Figura 21: Forma d'acompanyament. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

8. Amb qui acostuma a anar al Mercat?

En quant als dissabtes, el 45,1% dels enquestats **acostumen a visitar el Mercat sense cap acompanyant (45,1%) mentre que el 37,4% ho fa amb la parella.**

Les visites amb algun **familiar** o amb **altres** acompanyants (**7,7% respectivament**) quedarien en un segon nivell.

Només un **2,2% acostuma a anar a comprar amb la parella i els fills.**

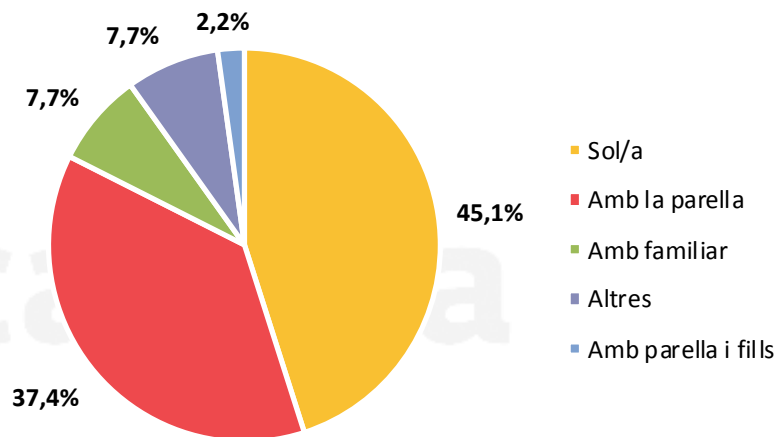


Figura 22: Forma d'acompanyament. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

9. Com ha arribat al Mercat?

Pel que fa a la mobilitat, la gran majoria dels enquestats del Mercat del dijous **afirmen arribar caminant (80,9%)**, mentre que **un 18,7% ho fa amb cotxe** i només **un 0,5% ho fa amb transport públic**.

Per altra banda, dels que arriben amb cotxe, **el 66,7% afirma no tenir problemes per aparcar durant els dijous**, mentre que **el 33,3% diu que ha tingut dificultats**.

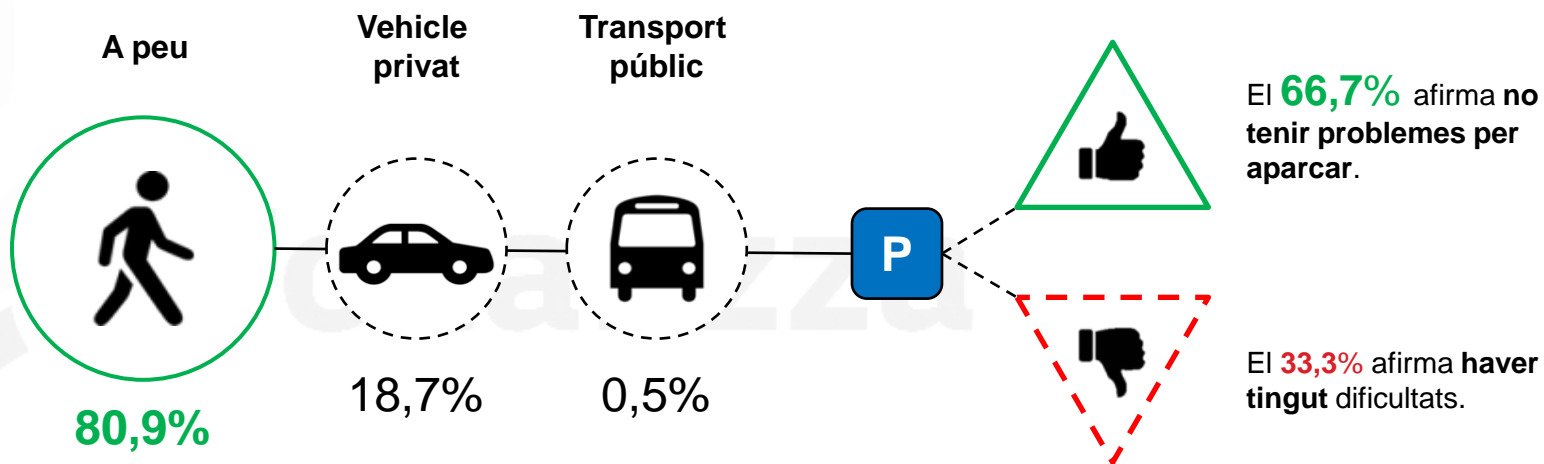


Figura 23: Accessibilitat externa al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

9. Com ha arribat al Mercat?

En quant al Mercat del dissabte, **el 85,7% dels compradors enquestats arriba al Mercat caminant** mentre que el **15,3% restant ho fa amb cotxe**.

En aquest cas, **el 38,5% dels que arriben amb cotxe, comenta que no ha tingut problemes per aparcar**, mentre que el 61,5% restant afirma haver tingut dificultats.

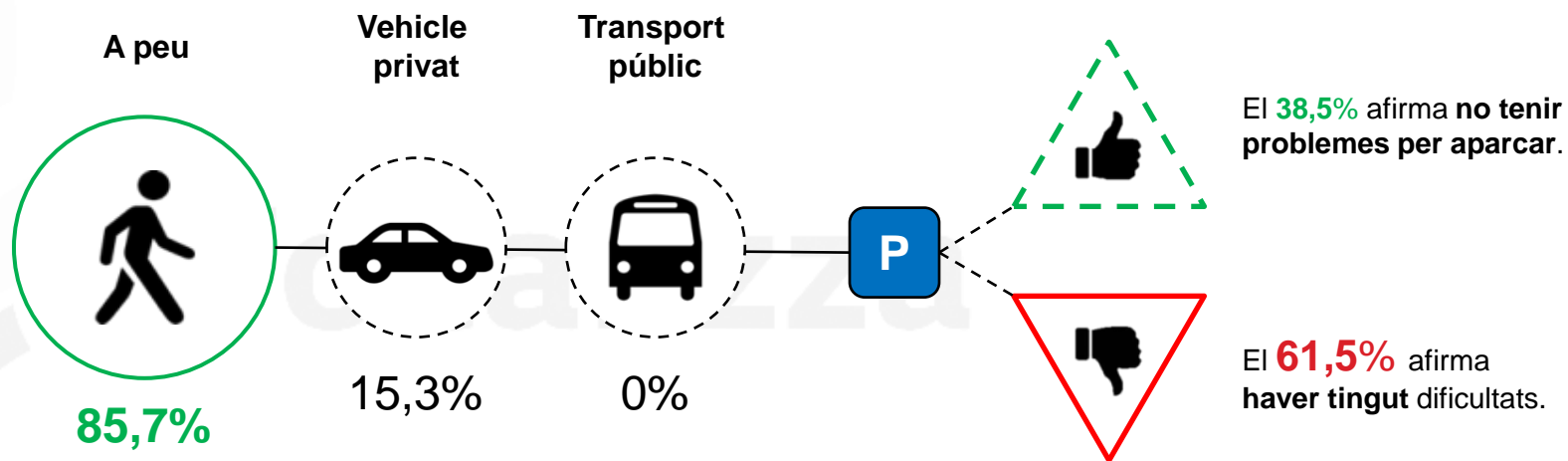


Figura 24: Accessibilitat externa al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

10. Cada quant acostuma a anar al Mercat?

Segons els resultats obtinguts, **més de la meitat dels enquestats (69,4%) afirma assistir al Mercat del dijous cada setmana** i només una petita part acudeix al Mercat per una necessitat puntual o perquè està de passada (agrupats en la categoria “altres”, que representa un 3,3%).

El 6,7% dels enquestats acostuma a anar al Mercat almenys un cop al mes; el 9,6% almenys dos cops al mes; i el 11% tres cops al mes.

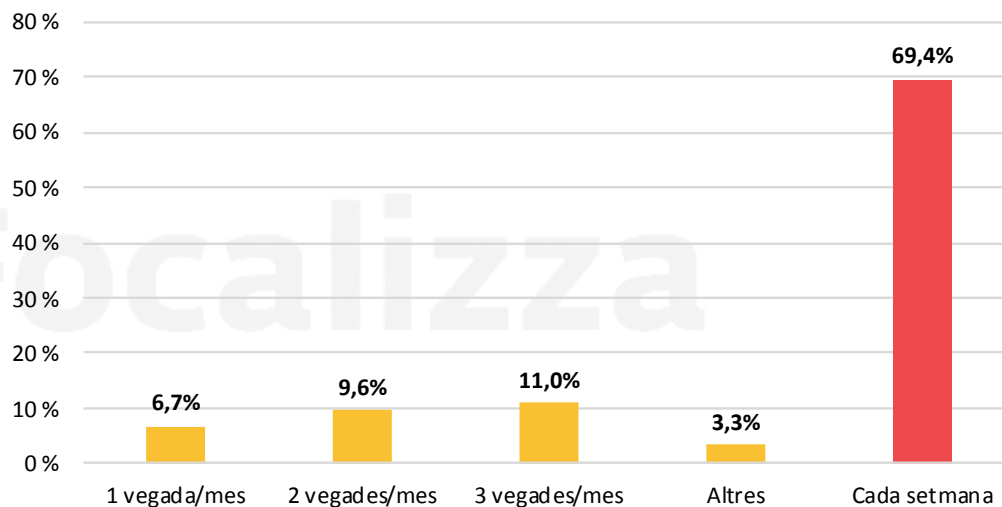


Figura 25: Assistència setmanal al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

10. Cada quant acostuma a anar al Mercat?

En quant al Mercat dels dissabtes, destaca que la gran majoria dels enquestats **afirma anar a comprar cada setmana (75,8%)**. En aquest cas, la categoria “altres” només representa el 1,1% dels enquestats.

El 8,8% dels enquestats acostuma a anar al Mercat almenys un cop al mes; el 7,7% almenys dos cops al mes; i el 6,6% acostuma a fer-ho tres cops al mes.

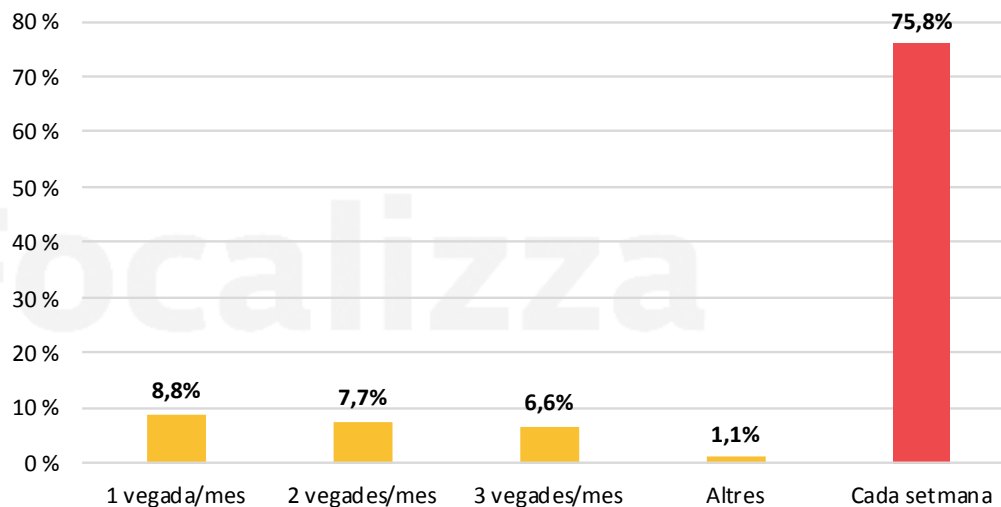


Figura 26: Assistència setmanal al Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

11. Considera que la ubicació del Mercat és adequada?

En quant a la ubicació del Mercat dels dijous, el **92,8% dels enquestats** afirma **estar satisfet amb la ubicació** actual, mentre que el 7,2% considera que és errònia o que es podria reubicar.

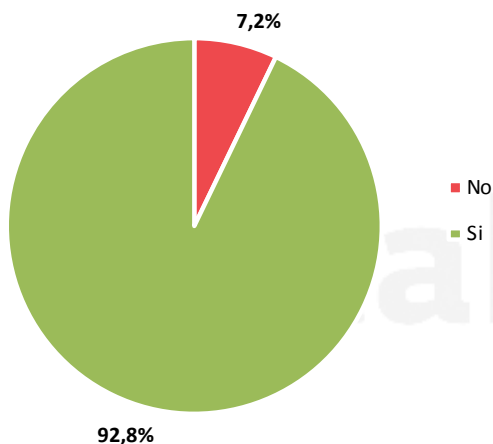


Figura 27: Valoració de la ubicació del Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.



Entre els principals motius que expliquen una **ubicació correcta** del Mercat destaquen:

- Ubicació al centre
- Amplada suficient
- Emplaçament tradicional



Entre els principals motius pels quals es considera que el Mercat **s'hauria de reubicar** destaquen:

- Distribució dispersa i ramificada
- Entramat poc estètic

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

11. Considera que la ubicació del Mercat és adequada?

En quant a la ubicació del Mercat dels dissabtes, el **90,1% dels enquestats** afirma **estar satisfet amb la ubicació** actual, mentre que el 9,9% considera que és errònia o que es podria reubicar.

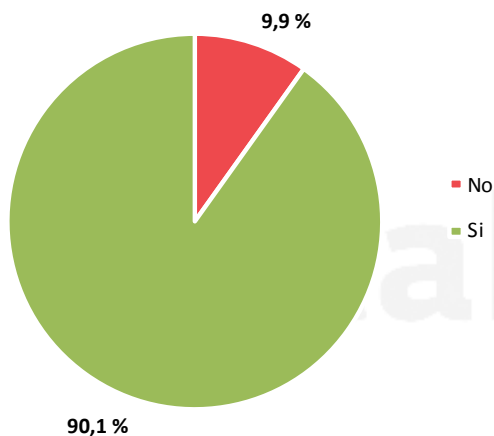


Figura 28: Valoració de la ubicació del Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.



Entre els principals motius que expliquen una **ubicació correcta** del Mercat destaquen:

- Ubicació al centre.
- Emplaçament tradicional
- Disponibilitat d'aparcament



Entre els principals motius pels quals es considera que el Mercat **s'hauria de reubicar** destaquen:

- Distribució dispersa i ramificada
- Ocupa un espai molt gran i està molt dispers
- Ocupa alguns carrers estrets

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

12. Acostuma a comprar al comerç sedentari el dia de Mercat?

El **78,5%** dels enquestats **afirma realitzar compres al comerç sedentari de l'entorn durant el Mercat del dijous**, mentre que el **21,5%** acostuma a no fer-ho.

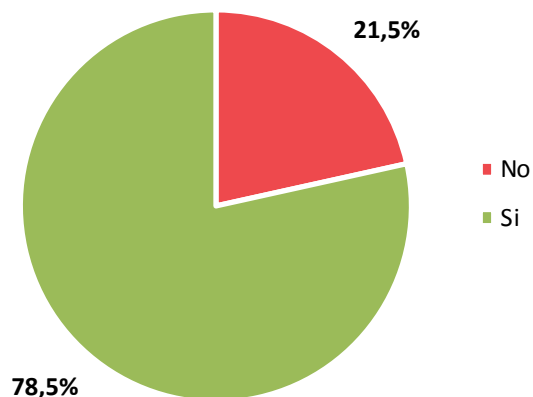


Figura 29: Compres en el comerç sedentari el dia de Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.



Entre els principals motius pels quals el dia de Mercat **es compra a la resta de comerços** destaquen:

- Proximitat del Mercat al comerç a peu de carrer (aprofitament del viatge)
- Complementarietat amb els productes del Mercat
- Major confiança amb el comerç sedentari



Entre els principals motius pels quals els consumidors enquestats **no compren a la resta de comerços** el dia de Mercat destaquen:

- Ja es fa la compra al propi Mercat
- El paper d'altres superfícies comercials i mercats
- Diferència de preus respecte el mercat

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

12. Acostuma a comprar al comerç sedentari el dia de Mercat?

El 79,1% dels enquestats afirma realitzar compres al comerç sedentari de l'entorn durant el Mercat del dissabte, mentre que el 20,9% acostuma a no fer-ho.

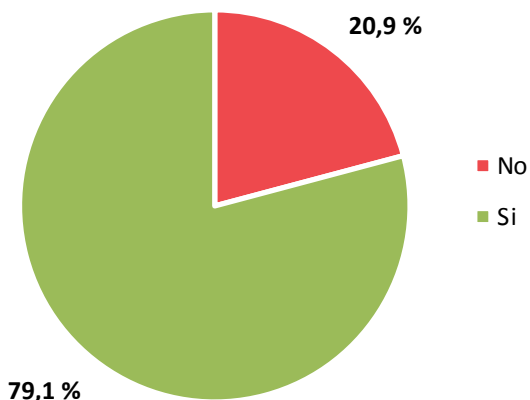


Figura 30: Compres en el comerç sedentari el dia de Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.



Entre els principals motius pels quals el dia de Mercat **es compra a la resta de comerços** destaquen:

- Proximitat del Mercat al comerç a peu de carrer (aprofitament del viatge).



Entre els principals motius pels quals els consumidors enquestats **no compren a la resta de comerços** el dia de Mercat destaquen:

- Ja es fa la compra al propi Mercat
- Es compra altres dies

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

13. Quins productes acostuma a comprar i per quins motius?

Alimentació



Si 84,2 %



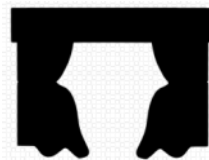
Equipaments per a la persona



Si 67,5 %



Equipaments de la llar



Si 24,4 %



Altres



Si 32,5 %



Principals motius de compra

Qualitat	_____	Preu adequat	_____	Preu adequat	_____	Preu adequat	_____
Relació qualitat preu	_____	Relació qualitat preu	_____	Necessitat/oportunitat	_____	Necessitat/oportunitat	_____
Preu adequat	_____	Necessitat/oportunitat	_____	_____		Característiques del producte	_____

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

13. Quins productes acostuma a comprar i per quins motius?

Alimentació



Si 80,2 %



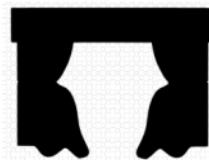
Equipaments per a la persona



Si 65,9 %



Equipaments de la llar



Si 20,9 %



Altres



Si 40,7 %



Principals motius de compra

Preu adequat



Preu adequat



Preu adequat



Característiques del producte

Relació qualitat preu



Relació qualitat preu



Necessitat/opportunitat



Necessitat/opportunitat

Característiques del producte



Varietat



Preu adequat

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

13. Quins productes NO acostuma a comprar i per quins motius?

Alimentació



NO 15,8 %



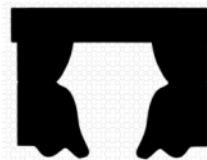
Equipaments per a la persona



NO 32,5 %



Equipaments de la llar



NO 75,6 %



Altres



NO 67,5 %



Principals motius de NO compra

Altres formats comercials

Altres formats comercials

No interessa/necessita

No interessa/necessita

Comoditat

No interessa/necessita

Altres formats comercials

Altres formats comercials

Qualitat

Qualitat

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

13. Quins productes NO acostuma a comprar i per quins motius?

Alimentació



NO 19,8 %



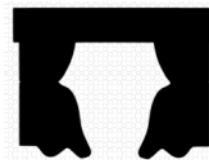
Equipaments per a la persona



NO 34,1 %



Equipaments de la llar



NO 79,1 %



Altres



NO 59,3 %



Principals motius de NO compra

Altres formats comercials

Altres formats comercials

Altres formats comercials

No interessa/ necessita

No interessa/ necessita

No interessa/ necessita

Altres formats comercials

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dijous

14. Despesa econòmica dels compradors del Mercat

En el Mercat dels dijous, el 49,3% dels enquestats afirma comprar qualsevol tipus de producte, **el 34% acostuma a comprar només producte alimentari i el 12,4% a comprar producte no alimentari**. El 4,3% restant diu que no es gasta res.

En relació a la despesa realitzada pels compradors enquestats del Mercat dels dijous:

En productes alimentaris, el 30,6% destina entre 10 i 20€ i el 33,5% se'n gasta de 20 a 30€.

Pel que fa a **producte no alimentari**, el **38,3% dels compradors enquestats afirma gastar-se menys de 5€**, mentre que el 21,5% considera que se'n gasta de 10 a 20€ i el 16,3% de 20 a 30€.

Les **compres que superen els 30€** són bastant equilibrades tot i que les de **productes alimentaris** (13,4%) són una mica superiors a les de productes no alimentaris (12,4%).



	Producte alimentari	Producte No alimentari
Menys de 5 €	16,7 %	38,3 %
De 5 a 10 €	5,7 %	11,5 %
De 10 a 20 €	30,6 %	21,5 %
De 20 a 30 €	33,5 %	16,3 %
Més de 30 €	13,4 %	12,4 %

Hàbits de comportament comercial

Mercat no sedentari de dissabte

14. Despesa econòmica dels compradors del Mercat

En el Mercat dels dissabtes, el 57,1% dels enquestats afirma comprar qualsevol tipus de producte, **el 25,3% acostuma a comprar només producte alimentari** i el **12,1% a comprar producte no alimentari**. El 5,5% restant diu que no es gasta res.

En relació a la despesa realitzada pels compradors enquestats del Mercat dels dissabtes:

En productes alimentaris, el 35,2% destina entre 10 i 20€ i el 26,4% se'n gasta de 20 a 30€.

Pel que fa a **producte no alimentari**, el **29,7% dels compradors enquestats afirma gastar-se menys de 5€**, mentre que el 22% considera que se'n gasta de 10 a 20€ i el 14,3% de 20 a 30€.

Les **compres que superen els 30€** són bastant equilibrades tot i que les de **productes alimentaris** (13,2%) queden per sota de la despesa realitzada en productes no alimentaris (14,3%).



	Producte alimentari	Producte No alimentari
Menys de 5 €	17,6 %	29,7 %
De 5 a 10 €	7,7 %	19,8 %
De 10 a 20 €	35,2 %	22 %
De 20 a 30 €	26,4 %	14,3 %
Més de 30 €	13,2 %	14,3 %

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

15. Valoració general del Mercat

La **valoració general del Mercat** segons els compradors **té una nota de 7 sobre 10**, de manera que des del punt de vista dels seus compradors el Mercat estaria aprovat.

En quant als tres paràmetres analitzats, **el millor valorat ha estat la imatge de les parades** amb una nota mitjana de 7,2. En canvi, **la dimensió de les parades ha estat el pitjor qualificat** amb una nota mitjana de 6,9; **seguit de la col·locació del producte** amb un 7.

Imatge de les
parades



Nota mitjana

7,2

Dimensió de les
parades



Nota mitjana

6,9

Col·locació
del producte



Nota mitjana

7

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

15. Valoració general del Mercat

En quant a la **valoració general del Mercat** dels dissabtes, segons els compradors **té una nota de 6,6 sobre 10**, de manera que des del punt de vista dels seus compradors el Mercat també estaria aprovat, però per darrere del Mercat del dijous.

En quant als tres paràmetres analitzats, **el millor valorat també ha estat la imatge de les parades** amb una nota mitjana de 6,7. En canvi, **la dimensió de les parades i la col·locació del producte han estat valorades** amb un 6,6.

Imatge de les parades



Nota mitjana

6,7

Dimensió de les parades



Nota mitjana

6,6

Col·locació del producte



Nota mitjana

6,6

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

16. Troba a faltar alguna parada?

En quant al mix comercial del Mercat dels dijous, **el 26,3% dels enquestats troba a faltar algun tipus de producte o parada**. Per altra banda, **un 73,7% pensa que no hi troba a faltar res**, tot i que **es queixa de la distribució de les parades en general**.

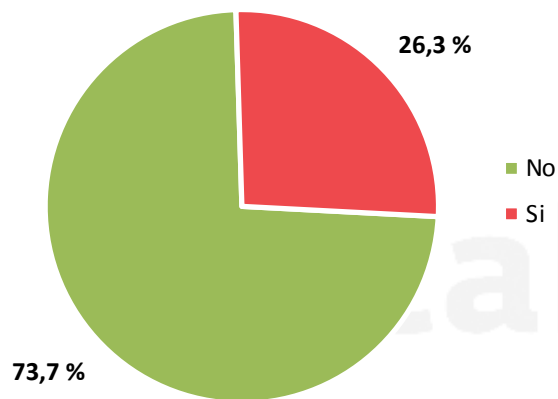


Figura 31: Valoració de les mancances del mix comercial del Mercat.
 Font: Elaboració pròpia, 2019.

Comentaris i suggeriments més destacats:

Alimentació



Xurreria, fruits secs, galetes, embotits.

Equipaments per a la persona



Més varietat de roba per a joves, per a nens i per a home i calçat

Equipaments per a la llar



Mobiliari, més varietat de tèxtil de la llar

Altres



Antiguitats, merceria i costura

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

16. Troba a faltar alguna parada?

En quant al mix comercial dels dissabtes, **el 38,5% dels enquestats troba a faltar algun tipus de producte** o parada al Mercat. Per altra banda, **un 61,5% pensa que no hi troba a faltar res**, tot i que **es queixa d'una dispersió general del Mercat**.

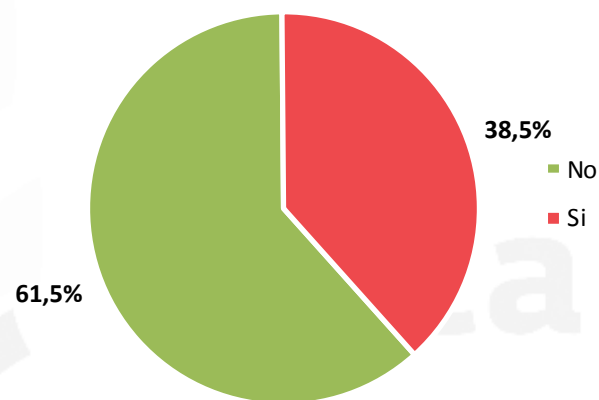


Figura 32: Valoració de les mancances del mix comercial del Mercat.
Font: Elaboració pròpia, 2019.

Comentaris i suggeriments més destacats:

Alimentació



Xurreria, galetes, embotits, mel, producte ecològic

Equipaments per a la persona



Més varietat de roba per a joves, per a nens i per a home

Equipaments per a la llar



Ferreteria, estris de cuina

Altres



Merceria i costura

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

17. Troba a faltar alguna cosa al Mercat?

El 83,3% dels compradors enquestats considera que no hi troba faltar res, mentre que un 16,7% creu que al Mercat li falta alguna cosa.



No troba a faltar res

83,3%



Troba a faltar alguna cosa

16,7%

Principals comentaris o suggeriments:

- Es reclama una major implicació dels serveis de neteja
- Es considera que hi ha mancances en el mobiliari urbà (bancs per seure, papereres, papereres amb cendrer)
- Es comenta que s'agriria més possibilitats d'aparcament
- Es demana un servei de lavabos públics
- Es demana un increment del servei del transport públic
- Es reclama que hi hagi més presència del producte local
- Es considera que hi ha certes mancances en la distribució i la organització del Mercat

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

17. Troba a faltar alguna cosa al Mercat?

En el cas del Mercat dels **dissabtes**, el **54,9%** dels compradors enquestats considera que **no hi troba faltar res**, mentre que un **45,1%** creu que al Mercat li falta alguna cosa.



No troba a faltar res

54,9%



Troba a faltar alguna cosa

45,1%

Principals comentaris o suggeriments:

- Es considera que hi ha mancances en el mobiliari urbà (bancs per seure, papereres, papereres amb cendrer)
- Es reclama una major implicació dels serveis de neteja
- Es considera que en ocasions, hi ha alguna falta de seguretat al Mercat
- En alguns casos, s'aprecia una falta d'espai als carrers que ocupa el Mercat
- En ocasions, es troba a faltar la possibilitat de provar el producte (sobretot la roba)

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dijous

18. Acostuma a anar a altres mercats setmanals? Per quins motius?

El **82,3%** dels compradors enquestats durant el Mercat del dijous assegura que **només compra al Mercat de Sant Sadurní d'Anoia**, mentre que el **17,7%** acostuma a comprar en altres mercats setmanals de l'entorn més proper.

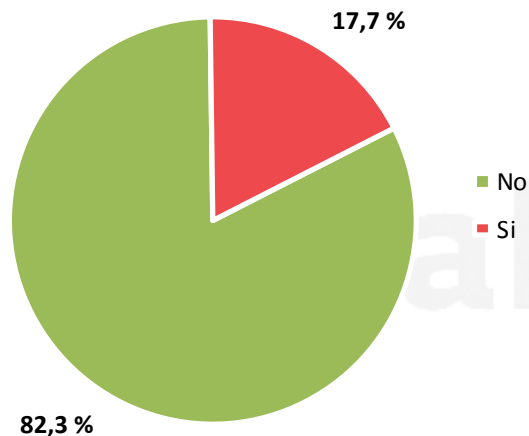


Figura 33: Compres en altres mercats setmanals.
Font: Elaboració pròpia, 2019.

Els principals mercats setmanals que comparteixen compradors amb el Mercat del dijous:

- Mercat Setmanal d'Els Monjos (diumenge)
- Mercat Setmanal de Vilafranca del Penedès (dissabte)
- Mercat Setmanal de Martorell (dissabtes)
- Mercat Setmanal de Sant Pere de Riudebitlles (dimarts)

Altres mercats mencionats són:

- Mercat Setmanal de Sant Boi (varis)
- Mercat Setmanal de Mediona (dilluns)
- Mercat Setmanal de la Font del Bosc (diumenge)
- Mercat Setmanal de Piera (dissabte)
- Mercat Setmanal de Vilanova del Vallès (diumenge)

El motius més destacats són:

- Per qüestions de mobilitat i proximitat.
- Per passejar i aprofitar els diumenges.
- Per algun producte en concret d'un altre Mercat.
- Per més varietat de productes

Valoració del comprador del Mercat

Mercat no sedentari de dissabte

18. Acostuma a anar a altres mercats setmanals? Per quins motius?

El 84,6% dels compradors enquestats durant el Mercat del dissabte assegura que **només compra al Mercat de Sant Sadurní d'Anoia**, mentre que el **15,4% acostuma a comprar en altres mercats setmanals**.

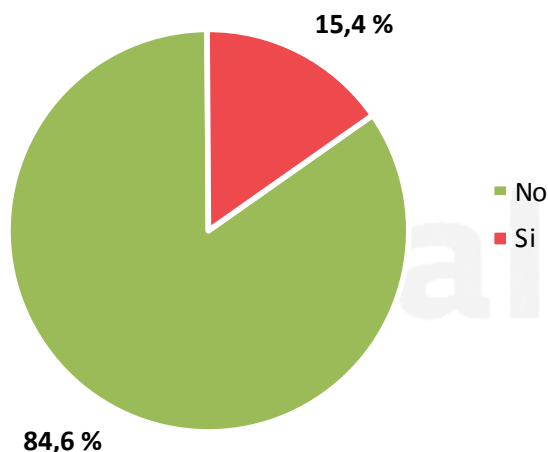


Figura 34: Compres en altres mercats setmanals.
Font: Elaboració pròpia, 2019.

Els **principals mercats setmanals que comparteixen compradors** amb el Mercat del dissabte:

- Mercat Setmanal d'Els Monjos (diumenge)
- Mercat Setmanal de Vilafranca del Penedès (dissabte)

Altres mercats mencionats són:

- Mercat Setmanal de Bigues i Riells (dissabte)
- Mercat Setmanal de Sant Quintí de Mediona (dijous)
- Mercat Setmanal de Santa Maria de Palautordera (dissabte)

El **motius més destacats** són:

- Per visites a familiars
- Per algun producte en concret
- Per passejar els diumenges

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
>> 6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Valoracions dels comerciants

Valoració general del Mercat

- Bona part dels comerciants entrevistats, coincideixen en esmentar que **la ubicació dels mercats**, especialment pel que fa al Mercat dels dijous, **és més aviat dispersa**. Manifesten, en la majoria dels casos, que preferirien que es potenciés una **localització més cèntrica i concentrada** dels punts de venda.
- Els **horaris dels mercats**, segons alguns dels comerciants entrevistats, **seria necessari ser més estricte** respecte l'hora d'inici de l'activitat comercial.
- Respecte els **dies de realització**, afirmen, que si bé, els **dijous es tracta del Mercat propi i consolidat** de Sant Sadurní, els dissabtes, per contra, és un mercat de menor notorietat, però que contribueix a la dinamització comercial de la vila.
- Respecte la **imatge general dels mercats**, els comerciants consideren que **hi ha prou marge de millora**. Un dels establiments entrevistats ha exposat que, arrel d'una acció de l'Ajuntament, es va millorar la imatge de les parades de fruites i verdures, tot i que seria necessari seguir treballant aquest aspecte.
- En referència al **mix comercial**, la valoració general és que, si bé aquest **és el propi dels mercats setmanals catalans**, es podria impulsar una modernització dels mercats si hi hagués punts de venda de productes orgànics, ecològics,... En definitiva, més singulars i propers a les inquietuds dels consumidors.

Imatges d'alguns carrers on tenen lloc els mercats



Valoracions dels comerciants

Valoració de la influència del Mercat al comerç sedentari

- Els comerciants entrevistats tenen valoracions dispars sobre **com els mercats influeixen a les seves vendes**. També, coincideixen en afirmar que aquesta relació ha variat amb la tendència de pèrdua de competitivitat dels mercats.
- Tot i aquesta situació circumstancial, totes les persones entrevistades **coincideixen en afirmar que els mercats afavoreixen l'ambient comercial a la vila i generen fluxos de persones** que, també, observen els seus establiments.

Propostes per a la millora dels mercats

- Els comerciants coincideixen en afirmar que el dinamisme dels mercats es veuria afavorit **d'haver una major concentració dels punts de venda**, així com, impulsant un flux circular dels consumidors triant uns carrers que ho propiciessin. Fet especialment rellevant quan té lloc el **Mercat de dissabte**, quan la **Plaça de l'Ajuntament es buida** de punts de venda, (sovint tan sols hi ha una parada).
- Bona part dels comerciants afirmen que, en alguns casos, **els paradistes no compleixen els horaris del Mercat** i que acostumen a marxar abans.
- En general, troben a faltar **parades que donin a conèixer el producte local i artesanal** i dotin de singularitat els mercats.
- Alguns dels comerciants entrevistats, consideren que **una oportunitat per al desenvolupament dels mercats i del comerç passa per treballar la vinculació amb les caves i establiments** que atrauen públic de fora de la comarca (com per exemple, la fàbrica de xocolata Simon Coll).

Imatge del comerç sedentari
dijous de mercat (C. Raval)



Valoracions de l'associació de comerciants

L'associacionisme comercial del municipi

- L'Associació SOM Sant Sadurní **actualment compta amb 100 socis**, representant un **20% del teixit comercial** del municipi.
- L'entitat, que va ser creada l'any 1984 sota el nom Unió de Botiguers de Sant Sadurní i comarca, **aglutina 55 establiments comercials (incloent les 5 caves), 38 establiments de serveis i 12 negocis de restauració.**
- L'acció de l'entitat no es basa en la realització de campanyes, el seu **producte principal és la targeta de fidelització**. Un producte amb 11 anys de trajectòria i consolidat entre la població local.

Imatge de la seu de SOM Sant Sadurní (C. Montserrat, 16)



Els mercats des de la perspectiva de SOM Sant Sadurní

- Des de SOM Sant Sadurní consideren que els mercats setmanals, especialment el de dijous, **representen una locomotora per a l'activitat comercial del municipi**. Aquesta afirmació és confirmada amb l'anàlisi de les **accions de compra efectuades els dies de mercat**, una dada que extreuen de la targeta de fidelitat, les quals són **substancialment superiors a les d'altres dies**.
- Tot i això, manifesten que, **en els darrers anys, els mercats**, com a locomotores, **semblen haver perdut força**. Un fet que es pot apreciar, visualment, amb la davallada del nombre de parades presents als mercats.
- Respecte la **ubicació** dels mercats, consideren que si bé **els carrers Raval i Dr. Escayola són interessants pels flux de consumidors que acullen, el carrer Anselm Clavé** en no ser un carrer de pas, **té menor capacitat de generar flux**.

Valoracions de l'associació de comerciants

Els mercats des de la perspectiva de SOM Sant Sadurní

- Respecte la **imatge general del mercat**, des de l'entitat afirmen que si bé es similar a la imatge que ofereixen mercats d'altres localitats, es considera que aquesta podria millorar-se substancialment.

Possibilitats de col·laboració amb els mercats

- Tot i que, ara per a ara, **no hi ha cap tipus de col·laboració** entre els establiments associats i els punts de venda dels mercats, la bona relació entre ambdues entitats no descarta aquesta possibilitat.
- Malgrat aquesta bona predisposició, **la manca de recursos dels mercats dificulta la posada en marxa de qualsevol acció.**
- Fent prospectiva sobre possibles accions a realitzar conjuntament, un cop salvades les dificultats de recursos, des de l'entitat proposen dur a terme **accions de dinamització comercial** o bé, estudiar de quina manera els **punts de venda del mercat poden participar de la targeta de fidelització.**

Relació entre comerç sedentari i punt de venda del Mercat (C. Raval)

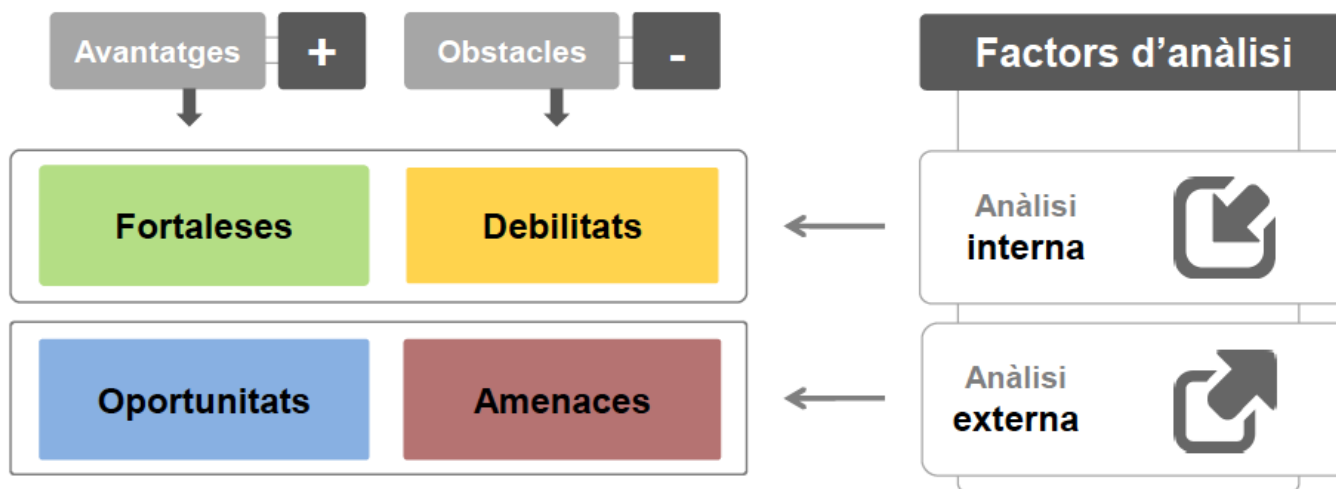


Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
>> 7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Per tancar la diagnosi, a les següents diapositives es presenta una anàlisi DAFO sobre el Mercat de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia.



Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Fortaleses

- **Els mercats de Sant Sadurní**, tot i haver patit certs canvis darrerament, són vistos, pels diversos agents i pels consumidors, **com una activitat important i arrelada a la vila**.
- En aquest context, **la gran majoria dels compradors enquestats viuen al propi nucli de Sant Sadurní d'Anoia** (*segons l'estudi d'hàbits, el 86,1% els dijous i 89% els dissabtes, veure pàg. 39 i 40*).
- **Ambdós mercats atrauen un perfil de comprador fidel**, que els visita setmanalment. (*el 69,4% dels compradors enquestats el dijous i el 75,9% del dissabte afirmen anar a comprar cada setmana, veure pàg. 51 i 52*).
- **La ubicació cèntrica dels mercats està ben valorada pels consumidors**, especialment per aquelles persones d'edat més avançada, que hi accedeixen a peu i que tenen, en general, més dificultats de desplaçament (*més del 90% consideren que la ubicació és correcta en ambdós mercats, veure pàg. 53 i 54*).

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Fortaleses

- **L'accessibilitat als mercats**, en referència a l'existència d'urbanisme amable als principals eixos viaris que acullen els mercats (vianalització, pendents suaus,...) **és bona**, tant per als compradors com per als paradistes.
- **La presència de parades de fruita i verdura**, especialment aquelles directes de pagès, actuen com a nodes **dinamitzadors dels mercats**, especialment el Mercat de dijous (*el 84,2% dels compradors enquestats acostumen a comprar fruita i verdura, veure pàg. 57*).
- **La despesa econòmica és més elevada en productes alimentaris durant el Mercat del dijous** (*segons l'estudi d'hàbits, els dijous la despesa es distribueix de la següent manera: 30,6% entre 10 i 20€ i el 33,5% gasta de 20 a 30€, mentre que els dissabtes aquesta s'inverteix obtenint els següents valors: 35,2% gasta entre 10 i 20€ i el 26,4% de 20 a 30€*).
- **Pel que fa als productes no alimentaris, el dissabte la despesa és major que el dijous** (durant el dissabte el 29,7% dels compradors es gasta menys de 5€, mentre que el dijous, aquesta xifra augmenta fins el 38,3%, veure estudi d'hàbits, pàg. 61 i 62).

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Fortaleses

- Alguns dels carrers on s'ubiquen els mercats, concretament C. Raval i C. Dr. Escayola, són carrers on destaca la presència de comerç sedentari atractiu, motiu pel qual són uns dels principals eixos comercials del municipi. **La combinació d'aquests dos formats comercials en un mateix eix viari, contribueix a la dinamització, conjunta, del comerç de proximitat de Sant Sadurní.** (el 78,5% dels compradors enquestats durant el dijous i el 79,1% del dissabte afirma que, en els dies en que té lloc el mercat també compra als comerços del municipi, veure pàg. 55 i 56).
- Tot i que la majoria de compradors dels dos mercats hi accedeixen a peu (ho fan el 80,9% els dijous i el 85,7% els dissabtes), **la localització propera de diversos aparcaments de caràcter gratuït és un factor que pot ajudar a captar clients** que fan servir el cotxe com a mitjà per apropar-se als mercats (el 66,7% dels compradors enquestats durant el dijous i el 38,5% durant el dissabte que van amb cotxe afirmen no tenir problemes per aparcar, veure pàg. 49 i 50).

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Debilitats

- **La distribució de les parades en diversos eixos viaris**, sense que aquests, ara per ara, formin un circuit comercial, **és percebut en general per paradistes, comerç local i consumidors, com un factor que afecta negativament a aquest format comercial.**
- Referent al **mercat dels dissabtes**, la distribució de les parades està necessitada de millores, especialment pel que fa a la **Plaça de l'Ajuntament** on, bona part dels dies de mercat, tan sols n'hi ha **un o dos punts de venda.**
- En general, els mercats **presenten una imatge mancada d'atractiu**, que no ofereix una visió de conjunt amable d'aquests. Aquest fet s'observa tant a les entrevistes realitzades a representants del comerç, com a consumidors, tot i que aquest col·lectiu la valora més positivament (*valoració de 7 sobre 10 els dijous i de 6,6 els dissabtes, veure pàg. 63 i 64*).
- La **falta de constància**, pel que fa l'assistència als mercats, **de determinades parades contribueix a reduir l'atractiu general d'aquest i genera gran quantitat d'espais buits que afecten al dinamisme comercial.**

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Debilitats

- La **manca de senyalització viària que informi de la presència dels mercats**, principalment des dels aparcaments de gran capacitat, és una oportunitat que, ara per ara, no s'està aprofitant per atraure visitants de fora del municipi.
- La inexistència d'**activitats de dinamització comercial** provoca que els mercats es percebin com **formats comercials orientats a la venda i no a la construcció d'una experiència per al públic visitant i el consumidor**.
- La **manca de relació entre el comerç sedentari i els punts de venda dels mercats** és un fet que, ara per ara, provoca que **s'estiguin perdent oportunitats de dinamització, en global, del comerç de proximitat de Sant Sadurní**.
- La **presència de punts de venda que ocupen espais de pas i oculten parcialment l'accés a diferents carrers** (on el cas més notori és l'accés al C. Anselm Clavé des del C. Raval), és un fet que dificulta la mobilitat de la clientela dins el mercat, així com la bona relació entre els paradistes, internament.

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Debilitats

- El fet que part dels **punts de venda dels mercats ocultin o dificultin la visió i els accessos al comerç sedentari**, és un factor que **afecta tant a la imatge comercial com a la relació** entre els gestors d'ambdós formats comercials.
- La **manca de mobiliari urbà** (bancs, papereres, cendrers...), tant pel que fa a la seva inexistència, com per restar ocultats per les pròpies parades, **afecta al confort de la clientela i la imatge general dels mercats**.
- La **diferència de cota de l'aparcament del centre** (resolta per unes escales), provoca que aquest **no sigui accessible per a persones amb mobilitat reduïda**, gent gran, famílies que duen cotxets infantils...

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Oportunitats

- La **capacitat que les cinc caves de Sant Sadurní tenen per atraure públic**, ben treballada, pot ser una bona oportunitat per donar a conèixer els mercats del municipi. De la mateixa manera, succeeix amb establiments singulars, com ara la fàbrica de xocolata Simon i Coll.
- La **presència d'elements singulars** (elements patrimonials, com per exemple, el pont romà i edificis d'arquitectura noucentista i modernista) a l'entorn dels mercats, ben treballat, podria afavorir la dinamització d'aquest format comercial.
- **L'existència d'un mobiliari urbà de tipus singular** (pilones de disseny fet a mida – amb forma de tap de suro -, mobiliari i escultures a creuaments de carrers relacionat amb la viticultura,...) és un fet que, si s'exporta als mercats, **pot ajudar a la singularització d'aquests**.
- El **progressiu canvi de mentalitat del consumidor** respecte el producte fresc i de proximitat.
- El **mix comercial dels mercats és complementari amb la resta del comerç** sedentari del municipi.

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Oportunitats

- La **presència de SOM Sant Sadurní, amb una important trajectòria, i la seva predisposició a engegar accions de col·laboració amb els mercats**, pot afavorir el comerç de proximitat, en el seu conjunt.
- La **possibilitat de portar a terme accions de dinamització comercial** pot afavorir la captació d'un segment de públic de tipus familiar i més jove.

Anàlisi DAFO dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Amenaces

- La progressiva **pèrdua d'atractiu d'aquest format comercial** i la disminució de l'afluència de compradors els darrers anys indica una tendència que pot esdevenir una amenaça.
- Per a la **pràctica totalitat dels paradistes els mercats de Sant Sadurní d'Anoia no són la seva font principal d'ingressos**. Si aquesta afirmació perdura o s'accentua en el temps, pot afectar al compromís d'aquests professionals vers els mercats de la vila.
- Bona part dels paradistes han manifestat que, dels diversos mercats en que participen, els de Sant Sadurní **són uns dels que tenen les taxes més elevades**. Aquesta circumstància, juntament amb el fet que **els serveis que reben no inclouen la recollida de residus, pot perjudicar el compromís d'aquest col·lectiu vers els mercats així com interferir en la imatge de conjunt dels establiments**.
- La **celebració d'altres mercats setmanals a nivell comarcal** (el Mercat de Vilafranca) **durant el dissabte**.
- **L'existència del Mercat de Santa Margarida i els Monjos** els diumenges, consolidat com un emplaçament de compra i d'oci, dificulta, en certa mesura, que el Mercat dels dissabtes pugui acollir aquest rol.

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
>> 8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Per a impulsar els mercats de Sant Sadurní d'Anoia, resulta imprescindible la **definició de la visió estratègica** a la qual caldria orientar el seu futur. Per això, a continuació es presenta una proposta de valor sobre com són percebuts actualment aquests i com caldria que fos la seva projecció futura:



Com són **actualment** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?



Com volem que siguin en un **futur proper** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?

Enfocament dels mercats

Mercats que **no són prou singulars**, pel que fa al seu enfocament, **respecte d'altres** que tenen lloc a la comarca.



Enfocament dels mercats

Mercats que, fruit d'una **estratègia integrada** que treballa **el mix comercial, la imatge, la promoció i la dinamització** són referents a nivell comarcal.

Proposta de valor dels mercats

Mercats on la **proposta de valor no es troba prou definida** i que presenten una capacitat moderada pel que fa a l'atracció de visitants i clientela.



Proposta de valor dels mercats

Mercats amb una **proposta de valor ben definida i ben comunicada que**, a banda de tenir una utilitat comercial, transmeten uns determinats valors.



Com són **actualment** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?



Com volem que siguin en un **futur proper** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?

Espai d'emplaçament dels mercats

Mercats que compten amb la **presència de vehicles dels propis paradistes estacionats** als mateixos carrers que acullen el Mercat, la qual cosa en redueix l'atractiu d'aquests.



Espai d'emplaçament dels mercats

Mercats en que els carrers on s'emplacen **no comparteixin espai amb vehicles motoritzats estacionats** i, per tant, **esdevenen un espai còmode i atractiu** al passeig.

Circuit comercial dels mercats

Mercats on les parades estan disposades al llarg de diversos eixos viaris, sovint sense continuïtat comercial, i, per tant, **sense un circuit comercial clar**.



Circuit comercial dels mercats

Mercats on les parades estan ubicades de manera estratègica per **promoure un circuit comercial fàcil d'interpretar**, que vinculi el passeig, la compra i l'oci.

Discontinuitat de l'oferta de parades dels mercats

Mercats que, en ocasions, **pateixen la falta de regularitat** pel que fa a l'assistència per part d'alguns paradistes, un fet que agreuja les discontinuïtats comercials existents.



Discontinuitat de l'oferta de parades dels mercats

Mercats on els paradistes tenen un **elevat grau de compromís**, on no hi ha absències setmanals i on no es generen **discontinuitats** comercials.



Com són **actualment** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?



Com volem que siguin en un **futur proper** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?

Incorporació de parades als mercats

Mercats on **el procés d'incorporació de nous punts de venda no és prou àgil** i on s'observen certes problemàtiques.



Incorporació de parades dels mercats

Mercats on hi ha una **incorporació estratègica de noves parades**, especialment aquelles que ajuden a definir la proposta de **valor i singularitat** d'aquests.

Accessibilitat interna dels mercats

Mercats on els punts de venda, en ocasions, **obstrueixen espais de pas**, tot dificultant l'accessibilitat pels vianants així com perjudicant el comerç sedentari.



Accessibilitat interna dels mercats

Mercats on els punts de venda **respecten les limitacions** adients per tal que **es preservi la facilitat d'accés dels vianants** i la bona convivència al comerç.

Imatge dels mercats

Mercats amb una **imatge susceptible de millora**, que no destaca ni per la seva singularitat ni per presentar elements que el diferenciïn d'altres mercats setmanals.



Imatge dels mercats

Mercats que projecten una **imatge de conjunt singular i atractiva**, que reforça l'enfocament dels mercats així com la seva proposta de valor.



Com són **actualment** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?



Com volem que siguin en un **futur proper** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?

Oferta comercial dels mercats

Mercats amb una **oferta de productes** relativament variada i, en ocasions, **polaritzada**, on s'hi detecten productors locals a la vegada que també productes més globals i poc singulars.



Oferta comercial dels mercats

Mercats amb un **mix comercial equilibrat** on destaquen punts de venda que pel tipus de producte i per la imatge que ofereixen actuen com a **elements diferenciadors i que aporten valor als mercats**.

Senyalització dels mercats

Mercats d'una certa extensió territorial però **poc senyalitzats**, fet que dificulta la seva identificació per part dels visitants al municipi.



Senyalització dels mercats

Mercats **ben delimitats, senyalitzats i connectats** amb la resta de zones del municipi que en permeti una àgil identificació i accessibilitat.

Vinculació amb el teixit comercial (associat i no associat)

Mercats que, a dia d'avui, **no tenen gaire relació amb el conjunt del comerç sedentari ni amb el moviment associatiu comercial** de Sant Sadurní d'Anoia.



Vinculació amb el teixit comercial (associat i no associat)

Mercats que **col·laboren**, almenys de manera puntual, amb alguna actuació amb el conjunt del **teixit comercial del municipi i amb SOM Sant Sadurní**.



Com són **actualment** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?



Com volem que siguin en un **futur proper** els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia?

Activitats lúdiques

Mercats que, **en cap ocasió**, porten a terme **activitats de dinamització comercial ni de tipus lúdic** complementàries a l'activitat comercial.



Activitats lúdiques

Mercats on s'hi desenvolupin **activitats lúdiques i culturals vinculades al territori** que promouen la participació i afavoreixen una experiència de compra molt completa.

Síntesi

A mode de conclusió, podem afirmar que els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia **presenten un context favorable** per a la seva continuïtat. Tanmateix, i tot i les dificultats que presenta un format comercial com aquest, considerem que **cal implementar tot un seguit de mesures** que permetin disposar d'una **oferta comercial més atractiva i adaptada** als patrons de consum i a les necessitats tant dels potencials compradors com dels propis professionals dels mercats. Aspectes com la **millora de l'oferta** i la seva **composició**, la **distribució** física de les parades així com una **regulació** més actual, s'erigeixen com **els principals reptes** als que haurà de fer front l'equip polític de Sant Sadurní d'Anoia per tal de garantir-ne la seva **competitivitat futura**.

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
>> 9. Eixos i accions previstes	99
10. Cronograma de treball	147

Tot seguit, es presenten, de manera gràfica, **els 5 eixos en que es basa el Pla d'Acció**. Per a cadascun d'aquests eixos es mostren els corresponents **objectius** sobre els que necessàriament hauran de descansar les accions proposades més endavant.

Pla d'Acció dels mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia

Model de mercats

Els mercats de Sant Sadurní d'Anoia han de perseguir la consolidació d'un model propi i singular que tingui com a principal premisa posar en valor la seva capacitat comercial i social.

1 Composició i distribució de l'oferta

- Optimitzar els circuits comercials dels mercats
- Millorar l'accessibilitat dels consumidors
- Fomentar les sinèrgies amb el comerç sedentari

2 Regulació i ordenació dels mercats

- Actualitzar i adequar la normativa vigent
- Millorar l'estructura organitzativa
- Impulsar la professionalització i motivació del sector

3 Imatge dels mercats i les parades

- Impulsar un espai comercial atractiu
- Millorar la imatge general dels mercats i les parades

4 Promoció i dinamització dels mercats

- Promoure una imatge de marca dels mercats
- Incrementar la senyalització dels mercats
- Impulsar la relació entre els mercats i la vida del municipi

El municipi de Sant Sadurní presenta, a dia d'avui, dos mercats de venda no sedentària que es celebren cada dijous i cada dissabte, els quals presenten la necessitat de ser estructurats i organitzats en base a una proposta de valor. Per poder destacar quins són els valors que haurien de definir ambdós mercats, cal tenir present els següents aspectes:

- **Origen dels mercats**

El Mercat del dijous és el més arrelat i antic del municipi i es ve celebrant des de segles enrere. Amb el pas del temps, el format comercial s'estén a gran part del territori català, i el 1991 es planteja la possibilitat de celebrar un mercat del dissabte per tal de fomentar un dia d'oci, lleure i passeig que permeti dinamitzar els caps de setmana i per fer que la població no hagi de desplaçar-se fins a mercats relativament propers com el de Vilafranca del Penedès.

- **Situació actual**

A dia d'avui, el dijous s'ha mantingut com el dia de mercat del municipi, mentre que l'evolució del Mercat del dissabte no ha permès diferenciar-lo de la resta, de manera que no ha acabat de satisfer les expectatives inicials. Aquest fet, unit a un canvi generalitzat dels patrons de consum i de preferències del consumidor, pot haver estat un dels causants de la progressiva pèrdua d'atractiu durant els últims anys.

Per altra banda, en general els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia es componen per un conjunt de parades que presenten una sèrie de productes poc singulars i que no són capaços d'oferir elements diferenciadors i fortament arrelats al territori.

• **Situació futura**

Per tal de revertir aquesta situació, es creu adient que els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia apostin per una proposta de valor molt clara i que presentin una sèrie d'atributs diferencials. Creiem oportú fer èmfasi en les actuacions encarades a la dinamització del Mercat del dissabte, ja que si es vol seguir treballant amb aquest format de cap de setmana cal que sigui un Mercat capaç de vincular-se amb els principals esdeveniments del municipi.

Mercat del dijous

Un Mercat del dijous més consolidat amb un format comercial atractiu, que millori l'oferta comercial existent a la vila i doni resposta a les necessitats de la població local.

atributs

- Imatge més atractiva
- Professionalització de la venda
- Oferta comercial ajustada a la població local
- Optimització dels serveis del Mercat

Mercat del dissabte

Un Mercat del dissabte més dinàmic i que ofereixi una experiència de compra més àmplia que pugui esdevenir un referent pel que fa als mercats de cap de setmana de la comarca.

atributs

- Imatge més atractiva
- Professionalització de la venda
- Major varietat del mix comercial
- Oferta gastronòmica
- Oferta lúdica
- Producte més arrelat al territori
- Optimització dels serveis del Mercat












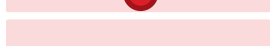
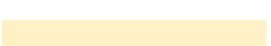





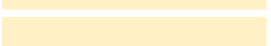







Presentació de la descripció de les accions

Tot seguit, es presenta, per a cadascun dels eixos presentats anteriorment, tot el **conjunt d'accions que es proposa dur a terme**. Així, cada eix es presenta a partir d'una pàgina que, a mode d'índex, **llista els programes i accions a desenvolupar tot indicant, per a cadascuna de les accions, el mercat que és d'aplicació així com el grau de prioritat que presenta l'acció**.

Eix	Mercat del dijous	Mercat del dissabte	Prioritat
Programa			
Nom acció			
Nom acció			

Pel que fa a les fitxes individuals de cada programa, aquestes s'inicien amb una presentació per procedir, posteriorment, a detallar cadascuna de les accions. **A l'inici de cada acció es fa un recordatori, de manera gràfica, respecte el mercat que és d'aplicació així com la seva prioritat.**

1.1.1. Nom acció. ● ● | Prioritat

1. Composició i distribució de l'oferta comercial	Mercat del dijous	Mercat del dissabte	Prioritat
1.1. Revisió de la composició de l'oferta dels mercats			
1.1.1. Revisar el mix comercial del Mercat del dijous.			Alta
1.1.2. Revisar el mix comercial del Mercat del dissabte.			Alta
1.2. Inclusió de punts de tast i foment de l'oferta gastronòmica			
1.2.1. Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb <i>Punts de tast</i> .			Mitja
1.3. Promoció d'espais lúdics i socials			
1.3.1. Impulsar la creació espais lúdics i socials.			Mitja
1.4. Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats			
1.4.1. Optimitzar el circuit comercial.			Alta
1.4.2. Revisar la distribució del Mercat del dijous.			Alta
1.4.3. Revisar la distribució del Mercat del dissabte.			
1.4.3.1. <i>Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Montserrat.</i>			Alta
1.4.3.2. <i>Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Raval.</i>			Alta
1.4.3.3. <i>Fer de les places un espai lúdic i social.</i>			Mitja
1.4.3.4. <i>Reubicar les parades del Carrer Montserrat (Tram 1).</i>			Alta
1.4.3.5. <i>Fer de les places un espai lúdic i social.</i>			Mitja
1.5. Millora de l'accessibilitat i la connectivitat interna			
1.5.1. Definir els límits d'ocupació de l'espai públic.			Alta
1.5.2. Revisar els principals aspectes de l'accessibilitat dels Mercats.			Alta

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.1.

Revisió de la composició de l'oferta dels mercats

Objectiu

Promoure un mix comercial més equilibrat entre els diferents sectors per tal de millorar i reforçar l'oferta i les possibilitats de compra dels mercats. Impulsar la millora de la competitivitat dels mercats en general.

Contingut

Actualment els mercats de venda no sedentària de Sant Sadurn d'Anoia **presenten una oferta comercial relativament variada**. Tradicionalment, **el Mercat del dijous ha estat el dia de Mercat**, i en part, això contribueix a que a dia d'avui presenti un major nombre de parades afavorint així, a que sigui més dinàmic respecte el Mercat del dissabte.

Tot i així, i una vegada s'han realitzat les diferents fases del treball de camp i s'ha analitzat la informació recollida, la qual es mostra en format de taula tot seguit, es considera que en el model actual de Mercat hi ha una sèrie de **sectors comercials que destaquen**, n'hi ha d'altres que s'haurien de **reforçar o introduir**.

Sectors	Mercat de dijous	%	Mercat de dissabte	%
Quotidià alimentari	20	31,7	11	30,6
Equipaments de la llar	5	7,9	-	0
Equipaments de persona	32	50,8	24	66,7
Altres (floristeria, mascotes i art)	6	9,5	1	2,8
Nombre de parades	63		36	

Per tal de donar solució a aquesta situació, es proposa que es duguin a terme les accions que es detallen a les següents diapositives.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.1.

Revisió de la composició de l'oferta dels mercats

1.1.1. Revisar el mix comercial del Mercat del dijous. ● ○ | A

A l'hora de definir els sectors que caldria reforçar, s'ha tingut en compte la informació obtinguda de les enquestes fetes als consumidors, a partir de les quals, els enquestats podien manifestar les seves inquietuds i necessitats vers la tipologia de parades i productes disponibles al Mercat. Per altra banda, també es creu adient prestar atenció als sectors comercials del comerç sedentari per tal de veure si, amb les possibles mancances que puguin presentar uns i altres, es pugui proposar la introducció de punts de venda que permetin complementar ambdós formats comercials.

En cas de voler reforçar l'oferta i fomentar un major equilibri entre els diferents sectors presents, **es considera interessant que en el Mercat del dijous, s'incrementés l'oferta en els sectors:**

Contingut

Alimentació



Una oferta de productes alimentaris més variada i arrelada al territori que aportí més valor afegit al Mercat.

Equipaments de la llar



Una oferta de productes de la llar més variada que permeti un increment de les opcions de compra per part del consumidor

Equipaments de la persona



Un augment de la varietat de productes per a nens i joves, així com més roba d'home i més opcions de calçat.

Caldria tenir present que l'entrada de noves parades, suposaria una reordenació de les ja existents (contemplada en les actuacions del programa 1.4. Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats).

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.1.

Revisió de la composició de l'oferta dels mercats

Contingut

1.1.2. Revisar el mix comercial del Mercat del dissabte. | A

Pel que fa al **Mercat del dissabte**, i seguint la línia de la proposta de valor que s'ha marcat en un principi, aquest hauria de promoure l'entrada de noves parades enfocades a complementar l'oferta existent. En aquest sentit, i tenint en compte l'opinió dels compradors, seria recomanable que el Mercat disposés d'una major varietat de producte en tots els sectors, però principalment, en l'**alimentari**.

Aquesta oferta, tal i com es marca en la proposta de valor, hauria d'estar estretament **vinculada al territori** i hauria de permetre que el consumidor estigui **més temps al Mercat** del dissabte seduït per un producte diferent i posat en valor mitjançant la **creació d'experiències** (veure programes *1.2. Inclusió de punts de venda alimentaria amb tast* i *1.3. Promoció d'espais lúdics i socials*).

Pel que fa als altres sectors que es podrien impulsar, es considera que podria ser una bona opció **introduir noves parades** sempre i quant es vetlli per un **producte singular**, que pugui complementar l'oferta existent i que aportí un **valor afegit** al Mercat per tal que es propiciï un **nou dinamisme**.

Tanmateix, per tal de donar resposta a les mancances del Mercat, es creu oportú que primer es **doni l'oportunitat als comerços del poble** especialitzats en el sector en qüestió, i en cas de no ser possible, intentar captar paradistes de fora que estiguin disposats a treballar en la línia marcada i que permetin donar un aire fresc als diferents sectors comercials tant del Mercat com del municipi.

Finalment, es creu oportú **facilitar o ajudar en la preparació de l'estructura comercial de les noves parades** per tal de motivar l'obertura d'aquestes.

Resultats esperats

Un nou model de mercats més variats i equilibrats, i que recuperin el dinamisme que havien tingut durant els seus inicis i exerceixin el seu rol de dinamitzadors territorials.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.2.

Inclusió de punts de venda alimentària amb tast

Objectiu

Introduir l'oferta gastronòmica al Mercat del dissabte. Aconseguir que l'estada dels visitants al mercat s'allargui, propiciant que la possibilitat de compra augmenti. Promoure el producte local.

Contingut

Un dels aspectes més destacats per part dels paradistes entrevistats és el fet que **els compradors no troben elements singulars als mercats**, per tal que aquests puguin diferenciar-se de la resta de mercats.

Tenint en compte aquesta qüestió es proposa la següent acció:

1.2.1. Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb *Punts de tast*. | M

Es considera interessant introduir una oferta de parades gastronòmiques amb producte vinculat al territori, que puguin elaborar plats o aperitius de degustació que anomenem *Punt de tast*. Actualment el Mercat del dijous disposa d'una parada destinada a la venda de productes gastronòmics com ara mel i mató i una altra de fruits secs, dolços i llegums. Tot i així, el Mercat del dissabte no presenta una oferta de parades d'aquest estil que permeti que els compradors experimentin amb la gastronomia del Mercat.

Si bé és cert que Sant Sadurní compta amb la presència de les terrasses de diversos locals de restauració, **es considera oportú que s'inclogui aquest tipus d'oferta d'alimentació pròpiament al Mercat**, ja que aquest, podria introduir una gama de productes de caràcter singular i arrelats al territori com podria ser el seu producte estrella: el cava.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.2.

Inclusió de punts de venda alimentària amb tast

Contingut

Tanmateix, per no centrar-se únicament en aquest tipus de producte, es proposa que a l'hora de definir quins productes serien els més idonis per a ser incorporats al Mercat, es considera que es podria **consultar la Xarxa de Productes de la Terra per tal d'explorar la possibilitat de contactar amb alguns productors que vagin en la línia de la proposta de valor del Mercat.**

Alguns dels productes més destacats de la comarca de l'Alt Penedès podrien ser l'Ànec Mut del Penedès, el Préssec de Secà de l'Ordal (ja es compta amb una parada de temporada) o el Gall del Penedès.

Es proposa, per tant, que **les parades que es poguessin introduir compleixin els següents criteris:**

- Degustació de productes gastronòmics típics de la zona.
- Oferta d'altres productes alimentaris més estàndard.
- Horari d'obertura una mica més ampli que la resta de parades.
- Establir un calendari dels productes a oferir (per temàtiques, un cop al mes,...).

Resultats esperats

Un Mercat del dissabte amb una major diversitat d'oferta alimentària, de qualitat, de proximitat i arrelada al territori. Un Mercat més dinàmic, en el que els seus compradors puguin gaudir d'una experiència gastronòmica singular.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.3.

Promoció d'espais lúdics i socials

Objectiu

Introduir una oferta complementaria a la oferta comercial existent, de tal manera que contribueixi a dinamitzar el Mercat del dissabte. Promoure el desenvolupament d'activitats lúdiques pels visitants del Mercat.

Contingut

El Mercat dels dissabtes de Sant Sadurní d'Anoia ha d'oferir atractius especials que facin que pugui esdevenir un Mercat de referència durant els cap de setmana de la comarca de l'Alt Penedès. En aquest sentit es proposa la següent acció:

1.3.1. Impulsar la creació d'espais lúdics i socials. | M

Per tal d'assolir aquest objectiu es proposa introduir nous espais dins del Mercat que permetin:

- **Augmentar la capacitat d'atracció** i entreteniment per les persones que visiten el Mercat i el municipi.
- **Ajudar a vertebrar i cohesionar** el Mercat a la infraestructura i els recursos turístics del municipi.
- **Donar veu a aquells col·lectius ciutadans, socials, culturals, esportius, empresarials,...** de la població que poden trobar en el Mercat, un espai on difondre la seva activitat.

Aquests espais els hem anomenat *Espais lúdics i socials*, perquè han de combinar tots aquests aspectes, però, sobretot, **han d'esdevenir un punt de trobada que alimenti els aspectes més socials del Mercat.**

Les persones que visitin el Mercat del dissabte, més enllà de productes atractius i singulars, han de poder trobar-hi propostes i activitats interessants que posicionin el Mercat com un espai en el que passen coses i que pot oferir una experiència diferent, tant pels compradors més habituals com pels nous.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.3.

Promoció d'espais lúdics i socials

Contingut

Alguns exemples que es proposen serien els següents:

- **Espai per a músics:** un espai habilitat per a la realització de petits concerts i actuacions.
- **Espai solidari:** un espai on les entitats i col·lectius del poble puguin difondre la seva activitat.
- **Espai de reconeixement del Mercat i promoció turística:** un espai on col·locar diferents cartells informatius de l'actualitat del Mercat, pròxims esdeveniments del municipi, etc.
- **Espai expositor:** un espai que permeti realitzar exposicions de diverses temàtiques.
- **Espai gastronòmic:** (veure acció 1.2.1. *Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb Punts de tast.*)

A més es considera que aquest tipus de parades **haurien de complir dos criteris:**

- Que s'ubiquin en espais oberts, com ara la Plaça de l'Ajuntament o la Plaça Nova.
- Que tinguin una presència intermitent, per tal de poder oferir una calendarització. Es creu oportú que el període de referència sigui d'un cop al mes.

Les zones més oportunes per a la inclusió d'aquests espais **podrien ser:**

- Plaça Nova i Plaça de l'Ajuntament.
- Espais buits que, de forma àgil, no es puguin omplir.

Resultats esperats

Un Mercat del dissabte més atractiu i amable que ofereixi activitats i experiències de caràcter lúdic que permetin involucrar el visitant en el propi dinamisme del Mercat.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

Objectiu

Reduir les discontinuïtats entre les diverses parades, ubicar els diferents sectors comercials de forma estratègica i reflexionar sobre l'emplaçament dels mercats.

Contingut

El programa “*Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats*” es centra en el desenvolupament d'una sèrie d'accions encaminades a **construir un circuit comercial més òptim per al passeig dels compradors i a reflexionar sobre els carrers que són ocupats pels mercats a dia d'avui**. A continuació es presenten les accions en que s'articula aquest programa:

1.4.1. Optimitzar el circuit comercial. ● ● | A

De les diverses entrevistes que s'han realitzat es desprèn, que en general, **la configuració actual no ofereix un circuit de compra definit**. Això es així, a causa d'una gran dispersió de les parades, la qual cosa provoca que el comprador hagi de recórrer distàncies relativament grans per tal de passar per totes les parades.

Per altra banda, tot i que la percepció general dels compradors enquestats és que ambdós mercats es troben ubicats en els carrers idonis, **entre els comerciants es percep certa disconformitat respecte al fet que no hi hagi un centre de mercat definit**, a partir del qual s'articuli i es ramifiquin la resta de parades.

Un dels aspectes a tenir més en compte a l'hora de parlar de la distribució de les parades, descansa sobre el fet de **mantenir els mercats en els principals carrers comercials del nucli urbà, ja que cal afavorir les sinèrgies entre el comerç sedentari i les parades dels mercats**.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

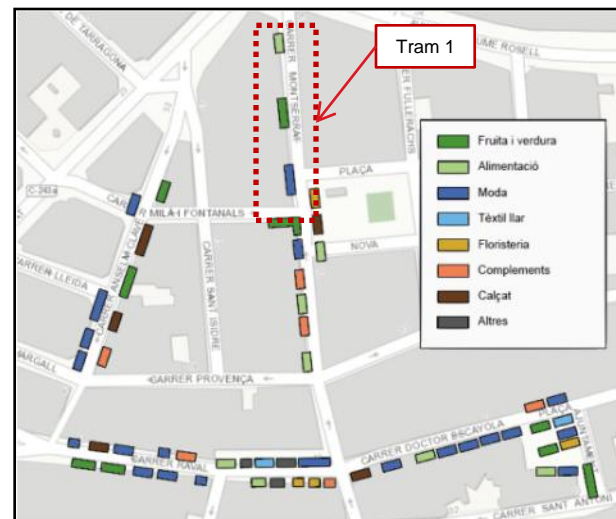
Contingut

1.4.2. Revisar la distribució del Mercat del dijous. ● ○ | A

Pel que fa el Mercat del dijous és més gran i es distribueix, tal i com s'ha vist en apartats anteriors, per la Plaça de l'Ajuntament, el C. Doctor Escayola, el C. Raval, la Plaça Nova, el C. Montserrat i el C. Anselm Clavé.

Aquest últim, suposa la modificació més recent en quant a la distribució, ja que antigament, les parades s'ubicaven al C. Hospital fins a la Oficina de Turisme ubicada al Centre d'Interpretació del Cava. El fet de ser un carrer excessivament estret, va ser un dels motius pels quals es va considerar adient desplaçar les parades.

Pel que fa a la **distribució dels sectors comercials**, dins de les dificultats que presenta la morfologia urbana, **es considera prou correcta i adequada a la morfologia actual del Mercat**, a excepció del Tram 1 del C. Montserrat, que presenta certa discontinuïtat comercial (veure mapa de la dreta).



Mapa 8. Distribució actual del Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

Contingut

Més enllà de proposar un nou emplaçament del Mercat del dijous, **es creu oportú intentar omplir els espais buits del Mercat** que es generen principalment en els carrers:

- C. Anselm Clavé.
- C. Montserrat i Plaça Nova.
- C. Raval i C. Doctor Escayola també es podrien arribar a produir.

Donat que en l'anàlisi ha quedat palesa una certa mancança d'algun sector comercial (veure acció 1.1.1. *Revisar el mix comercial del Mercat del dijous*) considerem oportú que cal omplir aquest buits a partir de **l'augment de l'oferta en aquest tram**, que contribueixi a generar una major concentració i continuïtat de les parades. En cas de no ser possible, s'hauria d'intentar **agrupar les parades existents cap a la zona de la Plaça Nova per tal de tenir un Mercat més compacte** de tal manera que el visitant del Mercat participés d'un circuit de compra més definit.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

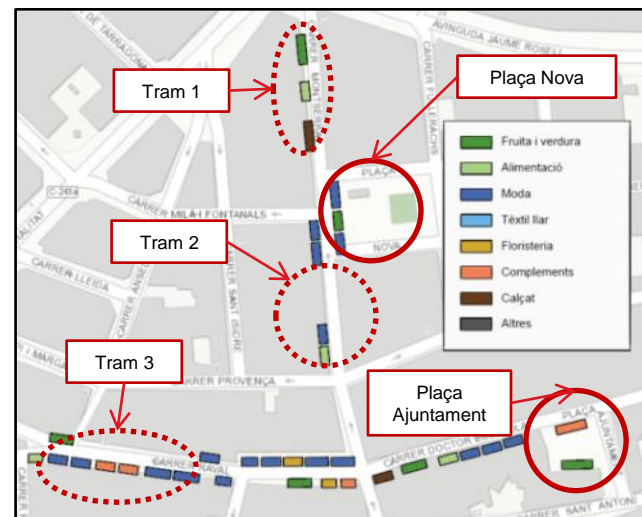
Contingut

1.4.3. Revisar la distribució del Mercat del dissabte. ○ ● | A

El Mercat del dissabte, per la seva funció de mercat de cap de setmana i fruit que es tracta d'un format comercial que hauria de presentar una proposta de valor més dinàmica (veure proposta de valor) considerem que experimenta alguns problemes pel que fa a la distribució actual.

De la observació feta durant el treball de camp, s'extreu la idea que **la distribució de les parades del Mercat del dissabte és perjudicial per la seva imatge de conjunt**, ja que ofereix considerables espais buits tant a les places com als carrers on s'emplaça actualment.

Cal destacar que els dissabtes la Plaça de l'Ajuntament compta amb la presència d'una o dues parades. Segons les entrevistes realitzades, aquesta situació es deu a que en el seu moment, es va optar per deixar l'espai lliure per a que, en ocasions, s'hi organitzin diversos esdeveniments que obliguen a una reubicació de les parades.



Mapa 8. Distribució actual del Mercat. Font: Elaboració pròpia, 2019.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

Contingut

En aquest sentit proposem **dos possibles escenaris** amb les seves respectives accions:

Escenari A: Engrandir el Mercat i potenciar la concentració, la continuïtat i l'oferta lúdica.

El primer escenari proposa fomentar el creixement del Mercat del dissabte de manera que els aspectes de concentració i continuïtat comercial es vegin potenciats. A més, es proposa introduir un conjunt d'espais que permetin oferir activitats lúdiques que contribueixin a dinamitzar el Mercat.

1.4.3.1. Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Montserrat. | A

Davant l'existència d'un cert nivell de discontinuïtat comercial al Carrer Montserrat, unit a que es tracta a un dels punts on l'espai és compartit per vianants i vehicles, aquest és considerat un dels punts més problemàtics en aquest sentit. Per tant, i amb la intenció de revertir aquesta situació, es creu oportú que els dos trams que conformen el carrer Montserrat (Tram 1 i Tram 2) presentin una oferta de parades més amplia de manera que contribueixin a la continuïtat comercial del Mercat. Es proposa, així, un augment de la oferta vinculat al programa 1.1. *Revisió de la composició de l'oferta dels mercats.*

1.4.3.2. Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Raval. | A

Per altra banda, i tal i com s'observa en el mapa de la pàgina anterior, durant el Mercat del dissabte es produeix un augment en la presència d'espais buits, concretament en el Carrer Raval (Tram 3). En aquest sentit, considerem oportú omplir els espais buits amb la introducció de noves parades (tal com indica el programa 1.1. *Revisió de la composició de l'oferta dels mercats.*)

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

Contingut

1.4.3.3. Fer de les places un espai lúdic i social. | M

A partir d'aquesta acció, es pretén dissenyar un model de Mercat que permeti oferir un seguit **d'activitats que dinamitzin l'activitat del Mercat del dissabte**. En aquest sentit, es creu oportú que aquestes activitats es puguin desenvolupar als espais més oberts del Mercat, com són les places de l'Ajuntament i la Plaça Nova.

A dia d'avui, considerem que durant el Mercat del dissabte, les places mencionades no estan desenvolupant un activitat que contribueixi a que el Mercat ofereixi un espai en el que s'hi desenvolupin aquest tipus d'activitats. A dia d'avui, i segons les entrevistes realitzades, el que es pretén és mantenir l'espai lliure per a potencials esdeveniments del municipi que motivarien el desplaçament de les parades de la plaça. En aquest sentit, es proposa que les dues activitats puguin conviure a partir de la col·locació de diversos punts de tast o espais amb oferta lúdica per tal d'aprofitar les places com a espai de relació.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.4.

Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

Contingut

Escenari B: Redimensionar el Mercat en un espai més petit i que mantingui l'oferta lúdica i atractiva:

Alternativament, en cas que des de l'Ajuntament consideri que el fet d'incrementar l'oferta comercial no sigui possible, considerem que un segon escenari possible podria ser el resultat de les següents accions:

1.4.3.4. Reubicar les parades del Carrer Montserrat (Tram 1): ● ● | A

Les parades ubicades al Tram 1 del carrer Montserrat, passin a omplir els buits que s'han detectat tant al carrer Montserrat (Tram 2) com al carrer Raval (Tram 3). Davant aquest canvi, s'aconseguiria un espai amb una oferta més concentrada, que ofereixi una major continuïtat comercial i una major connectivitat del propi Mercat.

1.4.3.5. Fer de les places un espai lúdic i social. ● ● | M

En aquest segon escenari, la proposta sobre el paper que han de jugar la Plaça de l'Ajuntament i la Plaça Nova segueix sent el de promoure espais lúdics que fomentin el caràcter més relacional del Mercat, tal i com es desprèn de la proposta de valor i més concretament, les accions dels programes 1.2. *Inclusió de punts de venda alimentària amb tast* i 1.3. *Promoció d'espais lúdics i socials*.

Resultats esperats

Un Mercat més adequat a la morfologia del seu espai urbà, reordenat pel que fa a la distribució de les seves parades i que generi un circuit comercial fàcil i amè. Un Mercat que potenciï els espais oberts com espais relacionals, atractius i lúdics.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.5.

Millora de l'accessibilitat i la connectivitat interna

Objectiu

Establir límits d'ocupació de l'espai públic per part de les parades. Afavorir una correcta accessibilitat i connectivitat entre els diferents espais que conformen els mercats.

Contingut

A més de la distribució i la ubicació de les parades, l'accessibilitat dels compradors i la connectivitat entre els diferents carrers o espais dels mercats resulten aspectes clau a l'hora de contribuir al foment d'un circuit de compra. Després de la visualització *in-situ*, es proposen les següents accions:

1.5.1. Definir els límits d'ocupació de l'espai públic. ●● | A

Pel que fa als **límits d'ocupació**, s'ha estat observant una **tendència que contribueix negativament tant a les relacions internes del col·lectiu de paradistes, com a la imatge general dels mercats**. Aquesta situació es fa evident en certes ocasions on, a més de no respectar les dimensions incloses en la seva quota, podrien estar obstaculitzant part del mobiliari urbà o dels espais de pas dels potencials compradors, ja sigui amb part de l'estructura de les parades o amb objectes, residus o altres materials derivats de l'activitat.

En aquest sentit, es considera que en general, **l'ocupació de l'espai** donada per la distribució actual de les parades **podria arribar a posar en un compromís les relacions entre ambdós formats comercials**.



Situació d'ocupació de l'espai durant el Mercat del dissabte.

1

Composició i distribució de l'oferta comercial

1.5.

Millora de l'accessibilitat i la connectivitat interna

Contingut

1.5.2. Revisar els principals aspectes de l'accessibilitat dels Mercats. ● ● | A

Pel que fa a l'**accessibilitat**, més enllà de l'obstaculització de l'espai, es considera que hi ha alguns **punts concrets dels mercats que dificulten l'accés dels vianants**. Tal i com s'ha pogut comprovar amb l'observació directa, s'ha detectat que aquests situacions afecten a 3 aspectes diferents:

Circulació interna bàsica

Compradors que van a peu, amb vehicles de mobilitat personal o de persones amb mobilitat reduïda poden tenir dificultats per moure's pels diferents espais dels mercats.



Accés al mobiliari urbà

En general, l'accés al mobiliari urbà pot acabar sent obstaculitzat per la presència de l'estructura de les parades.



Connectivitat entre carrers

L'accés, tant a determinats carrers com alguns locals comercials es pot veure compromès per la distribució i col·locació de les parades.



Resultats esperats

Uns mercats en els quals l'accessibilitat i la connectivitat de l'espai estan ben treballats de manera integral i fomenten la circulació dels seus visitants sense elements que obstaculitzin el pas.

2. Regulació i ordenació dels mercats

Mercat del dijous

Mercat del dissabte

Prioritat

2.1. Actualització de l'ordenança dels mercats

2.1.1. Adaptar l'ordenança dels mercats.



2.2. Programa per a la millora de comunicació administració-venedors

2.2.1. Crear d'un mapa d'actors dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia.



2.2.2. Actualitzar de les dades de contacte de cadascun dels actors.



2.2.3. Seleccionar dels mecanismes de comunicació més adients.



2.3. Programa per a la captació de nous punts de venda

2.3.1. Contactar amb els productors o comerciants locals.

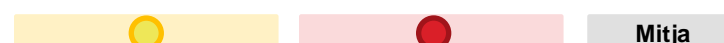


2.3.2. Impulsar contraprestacions per a la captació d'aquests nous punts de venda.



2.4. Programa formatiu i de professionalització

2.4.1. Impulsar la formació com un element de millora competitiva.



2.5. Programa per a la revisió dels serveis municipals vinculats als mercats

2.5.1. Conscienciar de la normativa respecte els serveis municipals vinculats al mercat.



2

Regulació i ordenació dels mercats

2.1.

Actualització de l'ordenança dels mercats

Objectiu

Adaptar la normativa municipal relativa als mercats a la regulació vigent.

Contingut

A l'actualitat, la regulació relativa als mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia s'articula al voltant d'una ordenança municipal que data de l'any 1991. Donat que **aquest instrument ha de ser una eina útil** per als mercats, els venedors, i la població en general, serà necessari dur a terme la següent acció:

2.1.1. Adaptar l'ordenança dels mercats. ●● | A

L'adaptació de la nova ordenança dels mercats cal que es fonamenti en la normativa vigent, a partir de la qual es veuen implicats els tres instruments següents:

- Un primer instrument és la **Llei 18/2017, d'1 d'agost, de Comerç, Serveis i Fires**, la qual contempla com a novetat, dos aspectes com són l'article 15 referent a les transmissions de les places així com el règim i els procediments sancionadors.
- Paral·lelament, el segon instrument que s'ha de tenir en compte és el **Decret Legislatiu 162/2015** de venda no sedentària en mercats de marxants.
- Per últim, i com a eina complementària, la Diputació de Barcelona disposa d'una **ordenança tipus des de l'any 2016** (veure pàg. 27) la qual poden utilitzar l'Ajuntament com a referència.

Aquesta actuació es considera prioritària per tal de continuar vetllant pel bon funcionament dels mercats.

Resultats esperats

Uns mercats que es regeixen per una normativa actualitzada que és un veritable i pràctic instrument.

2

Regulació i ordenació dels mercats

2.2.

Programa per a la millora de la comunicació administració-venedors

Objectiu

Impulsar un mecanisme d'intercanvi d'informació que permeti la comunicació més àgil i senzilla possible de tots els aspectes que tenen a veure amb els mercats de Sant Sadurní.

Contingut

El segon dels programes d'aquest segon eix té a veure amb com es generen estructures que permetin la millor comunicació possible entre tots els actors que formen part dels mercats.

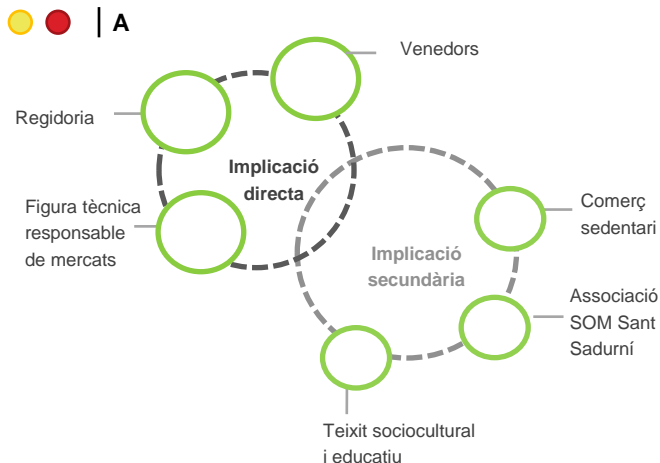
En concret, el programa preveu les següents accions:

2.2.1. Crear un mapa d'actors dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia. ●● | A

La primera acció té a veure amb la creació d'un mapa d'actors vinculats tant directa, com secundàriament amb l'organització i bona marxa dels mercats de Sant Sadurní.

Serà necessari, durant la creació d'aquest mapa, **tenir en compte la nova proposta de valor definida per ambdós mercats** la qual implica a un major nombre d'actors.

A la figura que es mostra al marge dret es pot observar una proposta d'actors a considerar.



2

Regulació i ordenació dels mercats

2.2.

Programa per a la millora de la comunicació administració-venedors

Contingut

2.2.2. Actualitzar les dades de contacte de cadascun dels actors. ● ● | A

Un cop definits els actors que formen part d'aquesta xarxa, serà **necessari revisar i actualitzar les dades de contacte disponibles** sobre cadascun d'ells. Números de telèfon per al contacte telefònic, adreces de correu electrònic,... En definitiva, disposar d'unes dades de contacte el més actualitzades possible serà un instrument bàsic per tal de millorar la comunicació entre tots els implicats.

2.2.3. Seleccionar els mecanismes de comunicació més adients. ● ● | A

En darrer terme, caldrà definir, de manera consensuada, quina és **la millor via de comunicació entre els agents**. Serà necessari valorar diferents sistemes per tal de triar aquell que permeti un intercanvi ràpid i senzill de la informació.

En aquest sentit, potser seria apropiat valorar la possibilitat que la figura tècnica responsable dels mercats administrés una llista de difusió basada en un sistema de missatgeria instantània present a la gran majoria dels *smartphones*.

Resultats esperats

Uns mercats on la informació flueix amb facilitat i on no hi ha problemàtiques derivades dels desconeixements o manca d'informació.

2

Regulació i ordenació dels mercats

2.3.

Programa per a la captació de nous punts de venda

Objectiu

Impulsar els punts de venda que poden contribuir a la consolidació de la proposta de valor definida per a cadascun dels mercats de venda no sedentària de Sant Sadurní d'Anoia.

Contingut

El tercer programa d'aquest segon eix pretén impulsar la captació d'aquells punts de venda que poden ser d'interès per a la consolidació de la proposta de valor definida per a cadascun dels mercats setmanals de Sant Sadurní d'Anoia.

Per fer-ho possible, es considera necessari dur a terme les següents accions:

2.3.1. Contactar amb els productors o comerciants locals. ● ● | A

Amb un enfocament estratègic, es proposa que la regidoria contacti amb aquells agents productors o comerciants **que disposin d'un producte que pugui contribuir favorablement a la millora de la capacitat competitiva de cadascun dels mercats**. Agents que promoguin el producte local, que tinguin una imatge coneguda, etc, poden atraure un nou públic pels mercats.

2.3.2. Impulsar contraprestacions per a la captació d'aquests nous punts de venda. ● ● | M

Caldrà preveure quins sistemes aplicar per afavorir la instal·lació als mercats d'aquests nous agents. Exemples com ara, una reducció de la taxa municipal a aportar, cercar una bona localització per al seu punt de venda,...

Resultats esperats

Uns mercats que compten amb la presència de punts de venda que, per la seva oferta, són un referent a nivell comarcal i que atrauen a nous consumidors

2

Regulació i ordenació dels mercats

2.4.

Programa formatiu i de professionalització

Objectiu

Millora del grau de professionalització de les persones al capdavant dels punts de venda presents als mercats de Sant Sadurní d'Anoia.

Contingut

El següents dels programes plantejats passa per impulsar la formació dels paradistes dels mercats amb el clar objectiu de millorar la imatge de les seves parades així com diversos aspectes vinculats amb la gestió del punt de venda.

2.4.1. Impulsar la formació com un element de millora competitiva. ● ● | M

Es considera oportú que el mateix consistori proposi als paradistes la possibilitat de realitzar tot un seguit de tallers formatius, de caràcter breu, i que serveixin per fer dels mercats un espai molt més atractiu i seductor. Entre els principals àmbits formatius proposats en destaquen els següents:

- **Imatge exterior de la parada:** fa referència a elements de marxandatge exterior que facin de cada parada un espai més atractiu.
- **Col·locació de producte:** inclou eines per millorar la presentació i la col·locació dels diferents productes de la parada.
- **Atenció a la clientela:** aquest tercer bloc de formació té per objectiu la millora del tracte i l'actitud del paradista envers la clientela.
- **Promoció i dinamització comercial:** aquest darrer apartat vol treballar les eines de promoció i comunicació que els paradistes poden utilitzar per fer una millor difusió del seu establiment. Inclou eines de comunicació tradicionals així com digitals.

Resultats esperats

Uns mercats que disposen d'un professionals qualificats, que coneixen el seu producte, a la vegada que ofereixen un servei que és percebut com valuós per part dels consumidors.

2

Regulació i ordenació dels mercats

2.5.

Programa per a la revisió dels serveis municipals vinculats als mercats

Objectiu

Millora dels serveis que l'administració local ofereix als paradistes. Compliment de la normativa respecte els serveis municipals que s'han de proporcionar als mercats de venda no sedentària.

Contingut

El darrer dels programes d'aquest eix té a veure amb el conjunt de serveis que l'administració local posa a disposició dels venedors i venedores.

Durant la diagnosi s'ha pogut detectar, especialment durant la fase d'entrevistes individualitzades als paradistes, que **hi ha determinats serveis municipals que presenten cert marge de millora**. En funció d'això, es presenta la següent acció:

2.5.1. Conscienciar de la normativa respecte els serveis municipals vinculats al mercat. ● ● | A

Bona part dels paradistes entrevistats durant la fase de diagnosi va expressar que la gestió de deixalles dels mercats de Sant Sadurní, especialment pel que fa al sector de la fruita i la verdura, presenta certs aspectes de millora. En concret, es va fer esment al fet que és el paradista qui ha de fer la recollida de residus tot fent ús de bosses pròpies, un aspecte que els causa cert malestar, ja que ho comparem amb d'altres mercats on no s'hi dona aquest fet.

És per aquest motiu que es creu prioritari resoldre aquesta situació tot acomplint la normativa vigent, la qual indica que és l'administració local qui ha d'aportar les bosses de brossa.

Resultats esperats

Uns venedors i venedores més satisfets respecte els serveis proporcionats per l'administració local. Uns carrers més nets i que presenten millor imatge.

3. Imatge dels mercats i les parades

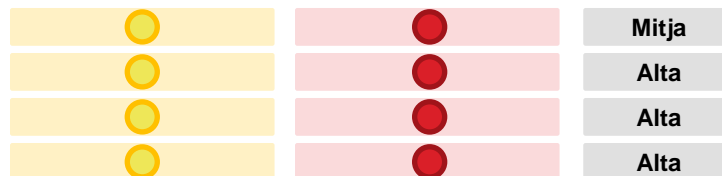
Mercat del dijous

Mercat del dissabte

Prioritat

3.1. Millora de la imatge de l'espai comercial urbà

3.1.1. Promoure un programa de suport a la millora de les façanes dels edificis.



3.1.2. Revisar l'accés i la disponibilitat de mobiliari urbà.

3.1.3. Fomentar el manteniment de la neteja de l'espai.

3.1.4. Habilitar un espai d'estacionament pels vehicles dels paradistes.

3.2. Homogeneïtzació de la imatge i l'estructura de les parades

3.2.1. Homogeneïtzar les parades per sectors fent ús de diverses lones.

3.2.2. Millorar la imatge dels locals buits.



3.3. Millora de la cartelleria i la col·locació del producte

3.3.1. Millorar l'etiquetatge dels preus.

3.3.2. Col·locar cartells informatius de l'oferta de productes de les parades.



3

Imatge dels mercats i les parades

3.1.

Millora de la imatge de l'espai comercial urbà

Objectiu

Fomentar un espai comercial urbà més amable i atractiu que contribueixi a la comoditat i al passeig dels potencials compradors.

Contingut

L'urbanisme comercial és un dels elements més importants a l'hora de percebre una estructura urbana atractiva i agradable a ulls del consumidor. En aquest sentit, i més enllà d'una imatge comercial i de marca dels mercats, es creu convenient establir algunes pautes a partir de les es pugui incentivar i promoure un entorn urbà més agradable. Les actuacions proposades en aquest primer programa són les següents:

3.1.1. Promoure un programa de suport a la millora de les façanes dels edificis. ● ● | M

Tot i que actualment existeix el projecte "*Estic lliure, ocupa'm*" que pretén embellir els locals comercials sense activitat, s'han detectat una sèrie d'espais que posen la imatge de l'espai urbà en un compromís. A efectes d'incrementar l'atractiu de l'urbanisme, especialment de les estructures properes al mercat, es proposa un programa que fomenti que els edificis millorin les seves façanes. El bon estat i imatge de l'espai que emplaça els mercats és un aspecte que pot contribuir a potenciar el format comercial així com el municipi en general.

3.1.2. Revisar l'accés i la disponibilitat de mobiliari urbà. ● ● | A

Un dels aspectes més destacats per part dels compradors enquestats és la falta de espais per seure, ja que l'accés als diferents bancs que es distribueixen per l'espai dels mercats, sovint queda obstaculitzat per l'estructura de les parades.

3

Imatge dels mercats i les parades

3.1.

Millora de la imatge de l'espai comercial urbà

Contingut

3.1.3. Fomentar el manteniment de la neteja de l'espai. ●● | A

En quant a la neteja, en general es percep tant una **falta de papereres** on poder llançar les deixalles, com d'implicació dels **serveis de neteja** no només associada a l'activitat dels mercats, si no que **també afecta als serveis municipals**. Al llarg de la jornada, algunes de les parades acaben acumulant residus a l'entorn de la pròpia parada (caixes, aliments en mal estat, bosses, residus plàstics,...). En aquest sentit, tot fa indicar que **la neteja de l'espai comercial** és un dels aspectes que s'haurien de **millorar**. Per tant, es recomana que es conscienciï a tots els paradistes en relació a aquest fet i a la importància de mantenir una imatge molt neta i ordenada.



3.1.4. Habilitar un espai d'estacionament pels vehicles dels paradistes. ●● | A

Si bé és cert que el fet que els vehicles dels paradistes s'ubiquin darrere de les parades és un fet molt pràctic, a efectes d'imatge de mercat es creu que no és massa favorable. Gran part de les parades ja tenen en compte aquest aspecte, tot i que es proposa que es reflexioni i es conscienciï a les parades que no ho estiguin fent.



Resultats esperats

Un espai urbà comercial que, per mitjà de la seva amabilitat i atractiu, ajuda a la posada en valor dels mercats.

3

Imatge dels mercats i les parades

3.2.

Homogeneïtzació de la imatge i l'estructura de les parades

Objectiu

Millorar la identificació de les parades per sectors per tal de millorar la imatge i atractiu del Mercat del dissabte, la facilitat de cerca de productes per part dels seus visitants així com la seva delimitació.

Contingut

En aquest segon programa, es proposa la **homogeneïtzació de la imatge i l'estructura de les parades del Mercat del dissabte**. Es proposa que es faixi a partir de les següents accions:

3.2.1. Homogeneïtzar les parades per sectors fent ús de diverses lones. | M

La col·locació d'una sèrie de materials de colors específics, en els seus tendals (part superior de les parades, permetria millorar la imatge poc atractiva que el nostre equip ha pogut observar en els mercats i que són la presència de lones amb colors molt varis i on no s'utilitza cap criteri. Aquesta idea, es podria incloure en la normativa dels mercats, i es creu que **contribuiria a facilitar la identificació del sector comercial al que pertany cada parada**.

A més, de forma complementaria es podria plantejar la possibilitat que la tela que cobreix la part inferior de bona part de les parades, fos d'un cromatisme clar amb colors com el blanc, el beix o el cru. Aquesta faldó, podria tapar les caixes i els materials de cada parada per tal d'augmentar l'atractiu del Mercat.

Pel que fa a la **prioritat de les propostes**, es creu important tenir present els següents aspectes:

- Col·locació de les **lones dels tendals** per colors.
- Col·locació de **teles de colors clars als faldons** de les parades.
- Altres elements que, seguint la proposta de colors per sectors, contribueixin a millorar la presència de les parades del Mercat i li doni, també, una imatge de conjunt.

3

Imatge dels mercats i les parades

3.2.

Homogeneïtzació de la imatge i l'estructura de les parades

Contingut

Pel que fa al material de les **estructures i els elements de suport** de les pròpies parades, val a dir que no presenten una imatge massa atractiva. En aquest sentit, una millora d'aquest aspecte podria contribuir a un major posicionament dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia, ja que presentaria un major grau de professionalització i transmetria una imatge més cuidada.

Aquesta idea, cobraria especial interès en cas de potenciar la presència de parades que ofereixin producte gastronòmic i artesanal que aportin un nou valor afegit als mercats. Es proposa que aquestes parades utilitzin materials i estructures de suport fetes amb materials d'aspecte rústic i tradicional.

3.2.2. Millorar la imatge dels locals buits. ● ● | M

Per altra banda, i tenint en compte la **imatge que presenten els locals buits** que sovint són utilitzats per a ubicar-hi parades al davant, es considera que es podria col·locar una lona o panell de tal forma que les pintades no fossin visibles. En cas que es consideri oportú, aquest material podria ser utilitzat com a panell informatiu de la parada (nom comercial, preus, promocions, consells, frases inspiradores,...).



Exemples de la mala imatge d'alguns dels locals buits.

3

Imatge dels mercats i les parades

3.2.

Homogeneïtzació de la imatge i l'estructura de les parades

Contingut

Es considera, que en cas de que aquesta actuació resulti interessant per implementar als mercats, es faixi una prova pilot amb el Mercat del dissabte. D'aquesta manera, es contribueix a posicionar el Mercat del dissabte com un Mercat singular i diferent el qual presenta uns trets característics que li permetin créixer com un esdeveniment més complert i capaç de generar un nou element a tenir en compte en l'activitat econòmica del municipi.

Resultats esperats

Un Mercat del dissabte molt singular amb una imatge molt cuidada i atractiva que, juntament amb la resta d'accions proposades, permeti posicionar-lo com un referent a la comarca.



Focalizza

3

Imatge dels mercats i les parades

3.3.

Millora de l'etiquetatge i la col·locació del producte

Objectiu

Vetllar per una col·locació de producte i un etiquetatge clar i atractiu. Millora de la comunicació amb el consumidor.

Contingut

El tercer dels programes d'aquest tercer eix, pretén contribuir a la millora de dos aspectes clau pel que fa la professionalització del paradista i la imatge comercial del punt de venda. Tot seguit, es presenten les accions considerades:

3.3.1. Millorar l'etiquetatge dels preus. ●● | A

- És necessari que els preus apareguin clarament identificats per tal de facilitar la informació que es transmet als visitants i poder evitar que aquests en tinguin dubtes (en ocasions, el fet d'haver de preguntar pot resultar una barrera o impediment).
- Les etiquetes cal que siguin atractives i en sintonia amb la tipologia de productes que ven la parada.
- Cal homogeneïtzar les etiquetes, ja sigui les d'una mateixa parada o segons el tipus de producte.



Exemple de l'etiquetatge dels preus.

3

Imatge dels mercats i les parades

3.3.

Millora de l'etiquetatge i la col·locació del producte

Contingut

3.3.2. Col·locar cartells informatius de l'oferta de productes de les parades. ●● | M

- Es planteja que les parades que disposin d'una oferta de productes destacats i distintius, disposin d'un cartell en el qual aquests siguin mencionats i puguin captar l'atenció dels visitants.
- El cartell hauria de mostrar la informació molt resumida de les seves característiques o usos.
- Aquesta acció es creu idònia, principalment per aquelles parades que ofereixin productes amb característiques singulars. Es considera oportú llavors, que es puguin incloure a partir de la proposta de valor del Mercat del dissabte.



Exemple de bons cartells informatius.

Resultats esperats

Uns mercats amb parades amb un etiquetatge del producte atractiu i homogeni. Productes amb una cuidada descripció i presentació que permet la seva correcta identificació.

4. Promoció i dinamització dels mercats


Mercat del dijous

Mercat del dissabte

Prioritat

4.1. Definició de la imatge de marca dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

4.1.1. Dissenyar gràficament una imatge de marca.

		Alta
		Alta
		Mitja

4.1.2. Crear un eslògan comercial dels mercats.


4.1.3. Editar material de marxandatge.

4.2. Impuls de la senyalització i identificació dels mercats

4.2.1. Incrementar la senyalització dels Mercats.

4.2.2. Col·locar banderoles de promoció del Mercat del dissabte.

4.2.3. Ubicar panells informatius.

		Alta
		Mitja
		Mitja

4.3. Creació de campanyes de promoció, cooperació i comunicació

4.3.1. Habilitar eines de difusió i comunicació digital.

4.3.2. Fomentar la cooperació entre entitats i formats comercials.

4.3.3. Impulsar campanyes de promoció i dinamització comercial.

		Alta
		Alta
		Mitja

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.1.

Definició de la imatge de marca dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Objectiu

Crear una imatge comercial dels mercats. Disposar d'una imatge gràfica que estigui present en totes i cadascuna de les actuacions que es realitzin als mercats. Impulsar eines de marxandatge que contribueixen a millorar la notorietat de la marca.

Contingut

Impulsar una imatge de marca dels mercats, és una passa imprescindible de la consolidació d'aquests formats comercials en l'imaginari dels consumidors i visitants de Sant Sadurní d'Anoia. Així, i per tal d'assolir aquest objectiu, en aquest primer programa es preveuen tot un seguit d'accions, les quals es mostren a continuació:

4.1.1. Dissenyar gràficament una imatge de marca. ●● | A

La primera acció a impulsar és la cerca de la **pròpia imatge de marca**, un element que ha de **partir de la realitat i valors locals a la vegada que s'articula com un element de consens**. Per tal que això sigui possible, es proposa que es plantegi la possibilitat d'organitzar un concurs adreçat als professionals dissenyadors i il·lustradors de la comarca tot motivant, des d'un primer moment, la implicació del món local. En aquest sentit, també serà interessat convocar un jurat divers i amb criteri que tinguin present els valors dels mercats a l'hora de valorar les propostes presentades.

4.1.2. Crear un eslògan comercial dels mercats. ●● | A

Paulatinament a la creació de la imatge de marca, també serà necessari **crear l'eslògan** que acompanyarà aquesta, el qual haurà de tenir especialment en compte la proposta de valor definida anteriorment.

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.1.

Definició de la imatge de marca dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia

Contingut

4.1.3. Editar material de marxandatge. ●● | M

La tercera de les accions a desenvolupar té a veure amb la **promoció i millora del grau de coneixement de la nova marca**. Es proposa, així doncs, crear una línia de marxandatge comercial que apropi la marca als consumidors del mercat. En concret, es poden considerar els següents suports: bosses reciclables, bolígrafs, imans,... En aquest sentit, es podria organitzar de tal manera que, tan bon punt es generi un tiquet de compra elevat, la persona consumidora, pugui rebre un d'aquests productes a mode d'obsequi.

Resultats esperats

Una imatge de marca que no només és coneguda i fàcilment associable als mercats de Sant Sadurní, sinó que també és un element que parteix del consens i, com a tal, es posa en valor.

Focalizza

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.2.

Impuls de la senyalització i identificació dels mercats

Objectiu

Orientar i indicar a totes aquelles persones que es troben al municipi, quina és la ubicació dels mercats a través d'una senyalètica específica.

Contingut

La senyalització a dia d'avui és considerat un element indispensable per tal d'articular el territori i donar visibilitat a recursos, esdeveniments, etc. En aquest sentit, s'ha detectat una mancança d'aquest tipus de senyals que ajudin a ubicar i a indicar la presència dels mercats. Per tant, en aquest segon programa es creu oportú plantejar les següents accions:

4.2.1. Incrementar la senyalització dels Mercats. ●● | A

Tot i que s'ha detectat la presència de senyalètica referent als principals llocs d'interès del municipi, aquesta no fa referència als mercats en cap cas.

En aquest sentit, es considera que una de les opcions que permetrien **incrementar la visibilitat dels mercats** de Sant Sadurní d'Anoia seria la seva inclusió en aquests elements en les principals vies d'accés i llocs d'aparcament de l'entorn.

Si bé és cert que l'espai dels mercats compta amb la senyal de prohibició d'aparcament (a la zona del C. Anselm Clavé i referint-se al Mercat del dijous), considerem que la implantació d'aquesta senyalètica ajudarà a marcar les principals entrades als mercats. La informació continguda al senyal viari hauria d'indicar el dia de celebració, així com els seus horaris.



Senyalització a la Plaça de l'Ajuntament

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.2.

Impuls de la senyalització i identificació dels mercats

Contingut

4.2.2. Col·locar banderoles de promoció del Mercat del dissabte. | M

Un altre tipus de senyalètica que es considera interessant és la que es basa en la col·locació d'una sèrie de banderoles als principals carrers que condueixen al l'espai on es desenvolupen els mercats. Aquests elements de senyalització, ajudaran a difondre la marca comercial que s'hagi definit prèviament, fent-la present als carrers del municipi i donant una imatge de pes al propi mercat.

La senyalètica promocional es proposa que es col·loqui tant als punts d'inici com a diferents punts dels carrers de l'interior del Mercat.

4.2.3. Ubicar panells informatius. | M

La col·locació de panells informatius tant dels propis mercats com del municipi en general tindria l'objectiu de proporcionar informació, de manera breu, concreta clara i senzilla d'allò que poden fer les persones que es trobin al mercat.

Aquest tipus de senyalització, amb forma de panell, no només es planteja que es destini als visitants que no siguin del municipi, si no que serveixi de sistema d'informació per a qualsevol persona que vagi a passejar i comprar al mercat. En cas d'implementar-se, els panells podrien informar del calendari d'actuacions o possibles esdeveniments que s'hagin previst, ja sigui durant la celebració del Mercat o a la resta del municipi.

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.2.

Impuls de la senyalització i identificació dels mercats

Contingut

Es proposa que aquests panells **incorporin**, com a mínim, els **següents elements**:

- El plànol d'ubicació amb informació dels punts estratègics de el mercat en qüestió.
- Sistema d'icones de senzilla interpretació.
- La imatge de comercial dels mercats.

Pel que fa a l'**ubicació** d'aquests panells, es proposa que sigui en els següents punts:

- Plaça de l'Ajuntament
- Plaça Nova
- Espai expositor del carrer Raval (veure acció *1.3.1. Creació d'espais lúdics i socials*).



Espai en desús del Carrer Raval.

Resultats esperats

Uns mercats dotats d'un conjunt d'elements que permeten la seva correcta identificació, així com la seva interpretació per part dels potencials visitants del municipi.

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.3.

Campanyes de promoció, cooperació i comunicació

Objectiu

Desenvolupar tot un seguit d'accions de promoció, foment de la cooperació i estratègies de comunicació que permetin posicionar els mercats de Sant Sadurní d'Anoia com uns mercats singulars, atractius i dinàmics.

Contingut

Un dels aspectes que sens dubte cal tenir en compte a l'hora de voler donar visibilitat als esdeveniments és la seva promoció. En aquest sentit, en el últim programa d'aquest eix es proposa el desenvolupament de les següents accions:

4.3.1. Habilitar eines de difusió i comunicació digital. ● ● | A

Avui dia, Internet i les noves tecnologies de la informació obren un ventall de possibilitats pel que fa a la promoció i la visibilitat dels esdeveniments. En aquest sentit, les plataformes en que es creu oportú que els mercats de Sant Sadurní d'Anoia siguin visibles són:

- **Web de l'Ajuntament:** Actualment els mercats ja disposen d'un espai propi a dins de la pàgina web de l'Ajuntament per tal que aquests tinguin una major visibilitat, tot i així es creu oportú actualitzar-la amb nous continguts que permetin posicionar els mercats com un esdeveniment més atractiu que contribueixi a dinamitzar el municipi. Concretament, s'hauria d'incorporar la següent informació:
 - **Els serveis** que ofereixen els mercats.
 - **Les diverses línies d'oferta** de productes dels mercats.
 - **Les categories** o sectors de parades que s'hi troben.
 - **La informació relativa als horaris** d'obertura i tancament.
 - **Fotografies i vídeos atractius** que facin referència a allò que es troba als mercats.
 - **Un mapa** en que s'ubiquin els mercats

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.3.

Campanyes de promoció, cooperació i comunicació

Contingut

- **Publicitat en els principals mitjans de premsa escrita de l'entorn (Mercat del dissabte).** Es creu idoni la realització, les setmanes prèvies a la realització del Mercat del dissabte, d'un anunci que doni a conèixer les novetats del Mercat d'aquell mes. Es tractaria de destacar aspectes, a tall d'exemple, un Mercat amb nova oferta, amb una nova imatge, amb parades i productes singulars, amb punts de tast i esdeveniments lúdics, etc.
- **Plataformes de geolocalització.** Posicionar els mercats en plataformes de geolocalització de tal manera que la informació dels mercats arribi a potencials visitants a través de qualsevol dispositiu que disposi d'Internet. L'eina resulta útil, ja que indica on se situa allò que la persona interessada busca, així com la manera d'arribar-hi.

A part de les opcions mencionades, en proporciona d'altres com:

- Mostrar imatges i vídeos dels mercats així com dels seus productes i serveis.
- Els usuaris interessats poden deixar comentaris, puntuar els mercats i compartir les publicacions que aquest realitzi.
- Respondre els comentaris que els usuaris d'Internet realitzen sobre els mercats.
- Saber el nombre de persones que han visitat la plataforma i la manera com han descobert els mercats.

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.3.

Campanyes de promoció, cooperació i comunicació

Contingut

- **Xarxes socials.** Molt lligada a l'anterior, les xarxes socials permeten crear interaccions socials i fomentar el vincle entre els consumidors. A través de visualització de fotografies, vídeos o d'altres recursos poden esdevenir una interessant eina de captació però també de fidelització de consumidors dels mercats. D'aquesta manera, els usuaris podrien estar informats de les novetats i activitats dels mercats i mantenir-hi un vincle. Les xarxes socials també destaquen a l'hora de:

- Potenciar la imatge de marca.
- Incrementar la visibilitat de manera gratuïta.
- Fidelitzar els visitants o la clientela dels mercats.
- Compartir informació, imatges i vídeos.
- Indicar informació general (horari, història, com arribar,...).

4.3.2. Fomentar la cooperació entre entitats i formats comercials. ● ● | A

- **Calendari d'actuacions conjuntes amb l'associació SOM Sant Sadurní.** Donada la bona dinàmica de l'Associació de Comerciants i la predisposició a col·laborar amb els mercats, es proposa la creació d'un calendari d'actuacions i campanyes de promoció conjuntes amb l'objectiu d'enfortir les relacions entre els dos formats comercials que configuren el municipi.
- **Col·laboració amb la Xarxa de Productes de la Terra.** Per tal d'oferir un producte alimentari de més qualitat i amb uns valors que acompanyin la proposta de valor dels mercats, es creu oportú establir comunicació directa amb la Xarxa de Productes de la Terra per tal de fer possible les accions destinades a la creació de parades d'alt valor gastronòmic. Veure acció 1.2.1. *Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb Punts de tast.*

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.3.

Campanyes de promoció, cooperació i comunicació

Contingut

4.3.3. Impulsar campanyes de promoció i dinamització comercial. ● ● | M

- **Campanya “*Compra a casa: motius de compra al comerç i als mercats*”.** Una campanya encarregada de sensibilitzar a la ciutadania sobre els motius pels quals es creu idoni comprar al mercats del municipi, sobretot, quan aquests apostin per la introducció de producte del territori. Els principals motius de compra que es plantegen són, per exemple, “proximitat”, “tradicció”, “qualitat” i “confiança”.
- **Combinar els esdeveniments culturals amb els mercats.** Les entrevistes amb els paradistes posen de manifest la preocupació de la cancel·lació dels mercats, tant els dies festius com els dies en que es celebren diversos esdeveniments del municipi. Aquest fet, lligat a la voluntat de deixar lliure l’espai de la Plaça de l’Ajuntament per a que s’hi desenvolupin, creiem que seria ideal combinar les propostes amb els propis mercats per tal de crear sinèrgies conjuntes i oferir uns mercats més dinàmics.
- **Realització d’activitats vinculades als mercats.** Per tal de millorar la relació entre els mercats i la ciutadania, fomentar la motivació dels paradistes i dinamitzar el format comercial, es proposa la realització de diverses activitats com ara:
 - Exposició de fotobiografies dels Mercats i els seus paradistes.
 - Introduir la gamificació en els processos de compra.
 - Creació de concursos i descomptes.
 - Videomàrqueting del mercat.

4

Promoció i dinamització dels mercats

4.3.

Campanyes de promoció, cooperació i comunicació

Contingut

- **Ruta “Caves, patrimoni i mercats” i ruta “Xocolata, patrimoni i mercats” (Mercat del dissabte).** Es proposa crear una ruta que vinculi els mercats amb els principals recursos turístics i el patrimoni del municipi. En aquest sentit, es general es considera que el conjunt de caves de Sant Sadurní d’Anoia, juntament amb la Fàbrica de Xocolata de Simón Coll són dos dels recursos més rellevants a nivell turístic i gastronòmic de la zona. Per tant, es creu oportú intentar atreure els seus visitants cap als mercats i el comerç sedentari, de tal manera que el municipi sigui capaç d’oferir-los una experiència més complerta i integradora.

En cas de considerar aquesta acció com a vàlida, es creu oportú que es s’implementi de cara al Mercat del dissabte, per tal de lligar les experiències gastronòmiques i lúdiques en un mateix espai.

Resultats esperats

Uns mercats posicionats en l’imaginari com a mercats singulars, amb una imatge de marca definida i que pugui contribuir a la millora de la projecció turística del municipi.

Índex

1. Introducció al treball	2
2. Metodologia del treball	9
3. Els mercats setmanals no sedentaris de Sant Sadurní d'Anoia	11
4. Els mercats vistos pels propis paradistes	28
5. Els mercats vistos pels seus compradors	41
6. Els mercats vistos pel teixit comercial	77
7. Anàlisi DAFO	82
8. Proposta de model de mercats de futur	93
9. Accions previstes	99
>> 10. Cronograma de treball	147

Cronograma de treball

En les properes diapositives, es presenta el darrer dels apartats, el que fa referència al **cronograma de treball o implementació de les actuacions proposades**. L'apartat està representat en forma de gràfic, diferenciat per colors (segons cada eix de treball), i inclou els camps següents:

- **Programa:** Es mostra el programa el qual fa referència l'actuació.
- **Acció:** Es determina el nom de l'actuació en qüestió.
- **Any i semestre d'implementació de l'actuació:** Es proposen els propers dos anys (2019-2020) com a períodes orientatius d'implementació de les actuacions proposades en el pla d'acció.

Eix	2019		2020	
	1 semestre	2 semestre	1 semestre	2 semestre
Programa				
Nom acció				
Nom acció				

1. Composició i distribució de l'oferta comercial

1.1. Revisió de la composició de l'oferta dels mercats

1.1.1. Revisar el mix comercial del Mercat del dijous.

1.1.2. Revisar el mix comercial del Mercat del dissabte.

1.2. Inclusió de punts de tast i foment de l'oferta gastronòmica

1.2.1. Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb *Punts de tast*.

1.3. Promoció d'espais lúdics i socials

1.3.1. Creació d'espais lúdics i socials.

1.4. Revisió de la distribució dels punts de venda dels mercats

1.4.1. Optimitzar el circuit comercial.

1.4.2. Revisar la distribució del Mercat del dijous.

1.4.3. Revisar la distribució del Mercat del dissabte.

1.4.3.1. *Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Montserrat.*

1.4.3.2. *Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Raval.*

1.4.3.3. *Fer de les places un espai lúdic i social.*

1.4.3.4. *Reubicació de les parades del Carrer Montserrat (Tram 1).*

1.4.3.5. *Fer de les places un espai lúdic i social.*

1.5. Millora de l'accessibilitat i la connectivitat interna

1.5.1. Definir els límits d'ocupació de l'espai públic.

1.5.2. Revisar els principals aspectes de l'accessibilitat dels Mercats.

	2019		2020	
	1 semestre	2 semestre	1 semestre	2 semestre
1.1.1. Revisar el mix comercial del Mercat del dijous.	█			
1.1.2. Revisar el mix comercial del Mercat del dissabte.	█			
1.2.1. Incentivar l'oferta de producte gastronòmic amb <i>Punts de tast</i> .			█	
1.3.1. Creació d'espais lúdics i socials.		█		
1.4.1. Optimitzar el circuit comercial.	█			
1.4.2. Revisar la distribució del Mercat del dijous.	█			
1.4.3. Revisar la distribució del Mercat del dissabte.				
1.4.3.1. <i>Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Montserrat.</i>	█			
1.4.3.2. <i>Fomentar la continuïtat comercial del Carrer Raval.</i>	█			
1.4.3.3. <i>Fer de les places un espai lúdic i social.</i>		█		
1.4.3.4. <i>Reubicació de les parades del Carrer Montserrat (Tram 1).</i>	█			
1.4.3.5. <i>Fer de les places un espai lúdic i social.</i>		█		
1.5.1. Definir els límits d'ocupació de l'espai públic.	█			
1.5.2. Revisar els principals aspectes de l'accessibilitat dels Mercats.	█			

2. Regulació i ordenació dels mercats

2.1. Actualització de l'ordenança dels mercats

2.1.1. Adaptació de l'ordenança dels mercats.

2.2. Programa per a la millora de comunicació administració-venedors

2.2.1. Creació d'un mapa d'actors dels mercats de Sant Sadurní d'Anoia.

2.2.2. Actualització de les dades de contacte de cadascun dels actors.

2.2.3. Selecció dels mecanismes de comunicació més adients.

2.3. Programa per a la captació de nous punts de venda

2.3.1. Contactar amb els productors o comerciants locals.

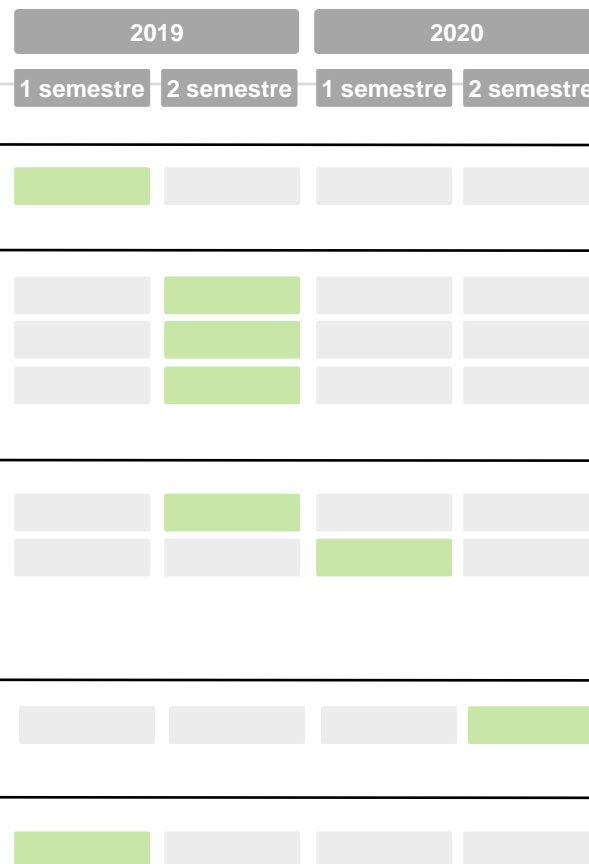
2.3.2. Impuls de contraprestacions per a la captació d'aquests nous punts de venda.

2.4. Programa formatiu i de professionalització

2.4.1. Impulsar la formació com un element de millora competitiva.

2.5. Programa per a la revisió dels serveis municipals vinculats als mercats

2.5.1. Acompliment de la normativa respecte els serveis municipals vinculats al mercat.





**Diputació
Barcelona**

info@focalizza.com

www.focalizza.com

Telèfon 93 432 58 10