

# Catàleg de mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS

Desembre de 2024

**Gerència de Serveis de Comerç**

Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública



Autor / Diputació de Barcelona

# Índex

1. Metodologia
2. Anàlisi de les documentació pre-existent
3. Infografia de l'estat actual dels MVNS
4. DAFO i Estratègies
5. Proposta de segmentació dels MVNS
6. Mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS
7. Consideracions finals
8. Annex

# 1. Metodologia



Autor: Diputació de Barcelona

# 1. Metodologia

La metodologia emprada durant el procés d'elaboració del *Catàleg de mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels Mercats de Venda No Sedentària (MVNS)* s'ha fonamentat en diferents tècniques i procediments, els quals es passen a detallar a continuació:

- Anàlisi de la documentació preexistent
- Visites i entrevistes a 16 MVNS
- Jornada amb el personal tècnic dels 16 MVNS
- Entrevistes amb agents del sector



# 1. Metodologia

## Anàlisi de la documentació preexistent

1. Consulta d'un recull de documents (estudis d'impacte, cens, informes evolutius, casos d'èxit, etc.) existent dels darrers anys al voltant dels MVNS.
2. Anàlisi i buidatge documental.
3. Elaboració d'un document de síntesi amb els diferents antecedents d'estudi dels MVNS.



# 1. Metodologia

## Visites i entrevistes a 16 MVNS

Visita a una selecció de 16 mercats d'entre el conjunt dels municipis de Barcelona:

MVNS Mataró (Pla d'en Boet)

MVNS Sant Celoni

MVNS Vic

MVNS Sant Quintí de Mediona

MVNS Santa Coloma de Gramenet

MVNS Terrassa

MVNS Berga

MVNS Vilanova i la Geltrú

MVNS Tordera

MVNS Granollers

MVNS Cardona

MVNS Canovelles

MVNS Santa Margarida i els Monjos

MVNS Gavà

MVNS Santa Margarida de Montbui

MVNS Les Masies de Voltregà

# 1. Metodologia

## Visites i entrevistes a 16 MVNS

A més d'avaluar una sèrie d'aspectes referents a la gestió del servei dels MVNS, s'ha entrevistat als següents actors:

- Personal tècnic responsable del MVNS
- Paradista significatiu del MVNS
- Ciutadà visitant del MVNS

D'aquesta fase de treball de camp n'ha resultat un informe d'auditoria de l'estat de cadascun dels 16 mercats.



INFORME D'AUDITORIA



# 1. Metodologia

## Jornada amb el personal tècnic dels 16 MVNS

Durant el procés d'elaboració del *Catàleg de mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS*, es va organitzar una taula de treball per tal d'identificar les necessitats i demandes, així com els reptes de futur del servei, alhora que es van definir una sèrie de propostes en la millora dels MVNS.

A la jornada, es va comptar amb la participació de:

- Personal tècnic responsable del MVNS
- Gerència del Servei de Comerç de la Diputació de Barcelona





# 1. Metodologia

## Entrevistes amb agents del sector

D'altra banda, per tal d'atendre a les necessitats i demandes del sector, es va realitzar una ronda d'entrevistes a agents del territori amb vinculació als MVNS. En aquest sentit, es va comptar amb la participació de les associacions següents:

- Associació Empresarial de Marxants de Catalunya (AEMCA)
- Confederació Catalana d'Associacions de Marxants (COCAM)



## 2. Anàlisi de la documentació preexistent



Autor / Diputació de Barcelona

## 2. Anàlisi de la documentació preexistent

Del procés de consulta del conjunt d'estudis de referència que han gravitat al voltant dels MVNS n'ha resultat un resum sintètic que recull les idees més importants del sector. En aquest, s'ofereix una visió completa sobre els MVNS, destacant-ne aspectes com la gestió, la innovació, la sostenibilitat, les estratègies de millora, etc.

A continuació, s'exposa el recopilatori d'idees recollides, des del qual confeccionar un context introductor de l'estat dels MVNS.



## 2. Anàlisi de la documentació preexistent

### Sostenibilitat

És un tema central als estudis. S'erigeixen diverses propostes per integrar pràctiques de reducció de residus i millora de la gestió de residus en els MVNS: es promou l'ús de materials reutilitzables, la recollida selectiva de residus i la reducció d'emissions.

### Innovació i digitalització

La incorporació de noves tecnologies és clau per a la modernització dels MVNS. S'utilitzen plataformes telemàtiques per a la planificació estratègica i la proposta d'iniciatives, com és el cas de la millora de la gestió i la comunicació entre comerciants i administracions.

### Impacte social i comunitari

Els MVNS tenen un alt impacte social, fomentant la cohesió i la interacció entre diferents grups socials. Són una eina per combatre les desigualtats, especialment en zones rurals, on el comerç no sedentari actua com a servei públic vital.

### Pla estratègic local

Alguns municipis, amb l'objectiu d'augmentar l'afluència de compradors locals i forans, i enfortir el vincle amb el teixit comercial, disposen d'estudis específics que inclou estratègies per millorar l'entorn urbanístic, diversificar l'oferta i crear una experiència de compra atractiva.

## 2. Anàlisi de la documentació preexistent

### Necessitats del sector

L'estudi de les necessitats dels MVNS a Barcelona revela que la professionalització, la millora de la competitivitat, la digitalització i la sostenibilitat es troben entre les principals tendències de demanda del sector.

### Estratègies de dinamització

Es concep com a element dinamitzador de MVNS, l'organització d'activitats que van des de tallers i serveis comunitaris fins a la creació de rutes de mercats i la promoció en mitjans locals i xarxes socials. Aquestes iniciatives busquen fer els mercats més atractius i dinàmics per als compradors.

### Ordenança i competències municipals

Els ajuntaments tenen un paper clau en la regulació dels mercats, establint ordenances que defineixin la periodicitat, núm. de parades i criteris per a l'atorgament d'autoritzacions, alhora que s'encarreguen de garantir les condicions de seguretat, salubritat i gestió de residus.

### Regulació del servei

La gestió dels MVNS es basa en la regulació establerta pel Decret 162/2015, i en la Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires que defineix les condicions per a l'exercici de la venda, l'atorgament d'autoritzacions i la seva transmissió, entre d'altres.



# 3. Infografia de l'estat actual dels MVNS

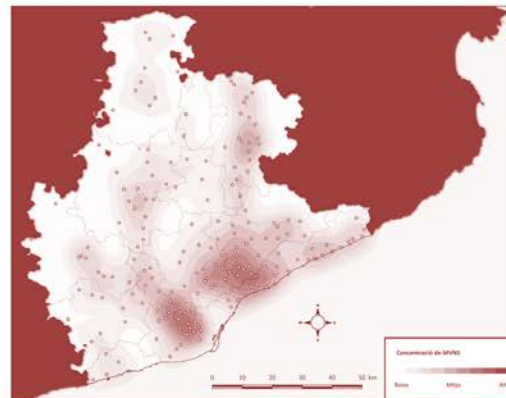
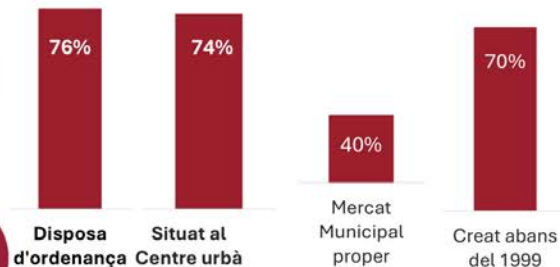
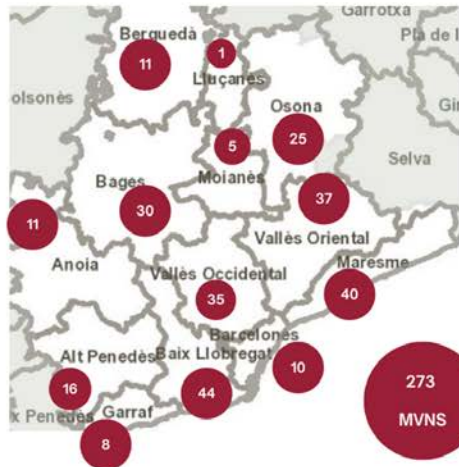
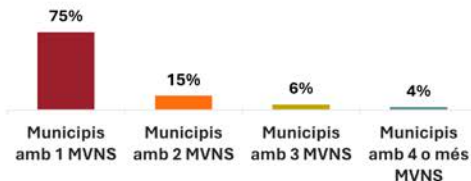
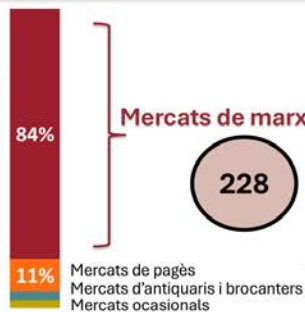


Autor / Diputació de Barcelona



# Mercats de Venda No Sedentària de la Demarcació de Barcelona (2024)

**273** Mercats de Venda No Sedentària  
**186** Municipis



Mercats de venda no sedentària de la província de Barcelona

# 4. DAFO i objectius estratègics



# Anàlisi i diagnosi dels MVNS (DAFO)

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Imatge i experiència de compra millorable</li><li><input type="checkbox"/> Horaris poc flexibles</li><li><input type="checkbox"/> Dificultats relleu generacional</li><li><input type="checkbox"/> Alta generació de residus als mercats</li><li><input type="checkbox"/> Nous paradistes amb poca professionalització</li><li><input type="checkbox"/> Mix comercial desequilibrat</li><li><input type="checkbox"/> Dificultats per captar nova clientela</li><li><input type="checkbox"/> Manca de recursos humans i econòmics destinats a la gestió i la comunicació del mercat setmanal</li><li><input type="checkbox"/> Baixa capacitat d'innovació</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Manca d'un nou posicionament diferenciat respecte els altres formats (pèrdua de valors propis)</li><li><input type="checkbox"/> Competència d'altres operadors (grans superfícies i comerç en línia)</li><li><input type="checkbox"/> Pèrdua de rendibilitat pels paradistes</li><li><input type="checkbox"/> Canvis en els hàbits de consum</li><li><input type="checkbox"/> Dependència del context econòmic</li><li><input type="checkbox"/> Escassa presència digital i dificultats amb l'administració electrònica</li></ul>

# Anàlisi i diagnosi dels MVNS (DAFO)

## FORTALESES

- ❑ Diversitat i riquesa de l'oferta comercial
- ❑ MVNS 2on format comercial millor valorat pels consumidors per la compra de productes alimentaris
- ❑ Espais de cohesió social i ciutadana
- ❑ Impuls a l'economia local
- ❑ Essència de comerç de proximitat
- ❑ Tradició i patrimoni social

## OPORTUNITATS

- ❑ Creixent demanda de productes locals i sostenibles
- ❑ Dinamització amb activitats comercials i esdeveniments
- ❑ Possibilitat d'aliances amb comerç local
- ❑ Nous projectes enfocats als nous hàbits de consum: horaris, sostenibilitat, igualtat de gènere als mercats, digitalització.

# Objectius estratègics

## Principals objectius

### 1. Millorar la governança

- Establir estructures de governança més eficients
- Promoure una comunicació fluida i transparent entre els diferents agents implicats

### 2. Professionalitzar els MVNS

- Augmentar la formació dels paradistes en gestió i atenció al client
- Introduir noves tecnologies per a la gestió del mercat

### 3. Millorar els serveis i infraestructures

- Ampliar i millorar les infraestructures bàsiques
- Garantir la seguretat i la neteja del mercat

### 4. Diversificar i ampliar el públic

- Promoure campanyes de màrqueting per atraure nous segments de clientela.
- Diversificar l'oferta de productes i serveis

### 5. Desenvolupar una identitat pròpia pels MVNS

- Crear una marca i imatge distintiva per al mercat
- Fomentar l'orgull de pertinença entre els paradistes i la clientela

### 6. Fomentar la sostenibilitat i l'eficiència energètica

- Millorar i fomentar un ús i consum més sostenible i responsable dels residus a l'àmbit dels MVNS
- Promoure els productes locals i de temporada
- Implementar sistemes d'eficiència energètica i fomentar l'ús de materials sostenibles

### 7. Impulsar l'economia circular

- Fomentar la reutilització i reciclatge de materials
- Establir sistemes de gestió de residus més eficients



# 5. Proposta de segmentació dels MVNS



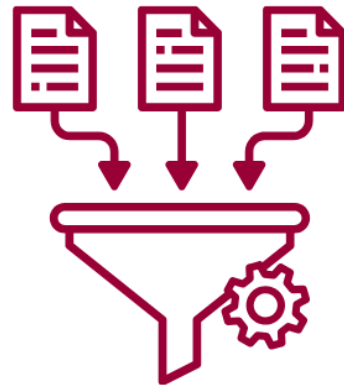
Autor / Diputació de Barcelona



## 5. Proposta de segmentació dels MVNS

Els criteris que s'han tingut en compte per construir els indicadors que determinen la proposta de segments són els següents:

- Número de parades del mercat de marxants
- Població del municipi
- Mix comercial del mercat de marxants
- Densitat comercial del municipi [número d'establiments comercials per cada 1.000 hab.]



# 5. Proposta de segmentació dels MVNS

El procés de construcció i combinació d'indicadors ha constatat de les fases següents:

## 1 Elaboració del 1r indicador

- i. Identificació del rati de parades del MVNS per cada 1.000 habitants del municipi
- ii. Identificació del grau de diversitat comercial del MVNS
- iii. Densitat comercial (cens de comerç CCAM)

## 2 Elaboració del 2n indicador

- i. Densitat comercial, cens de comerç CCAM (40%)
- ii. Nombre total de parades del MVNS (30%)
- iii. Varietat comercial del MVNS (30%)

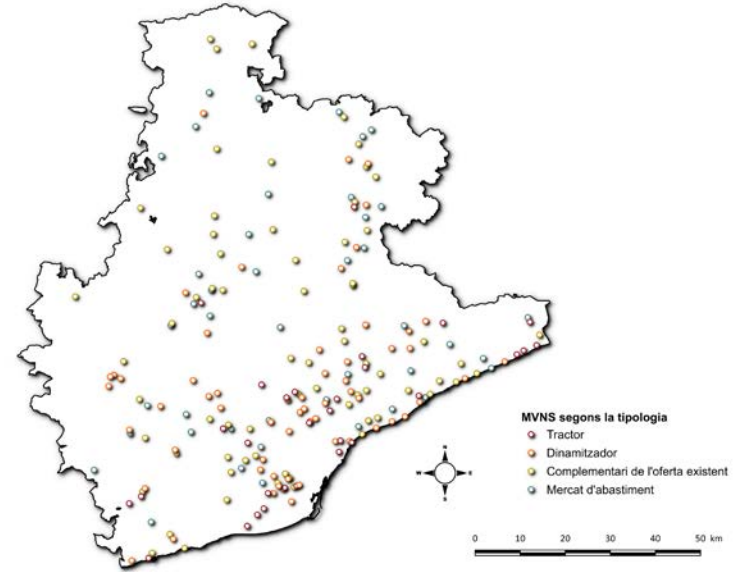
## 3 Combinació d'indicadors

- i. Combinació dels dos indicadors a partir d'una distribució que s'aproxima a la normalitat

# 5. Proposta de segmentació dels MVNS

En el marc del *Catàleg de mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS*, s'ha realitzat una **proposta de segmentació segons les tipologia de mercat**:

- Mercats tractors
- Mercats dinamitzadors
- Mercats complementaris a l'oferta existent
- Mercats d'abastiment



## 5. Proposta de segmentació dels MVNS

Tipologies de Mercats de Marxants en funció dels criteris de classificació

### TRACTORS

- Capacitat elevada **d'atracció de persones**, del mateix municipi o de municipis veïns

### DINAMITZADORS

- Tenen la capacitat **d'estimular les dinàmiques comercials** del seu entorn durant el dia de la seva celebració

### COMPLEMENTARIS

- Enriqueixen i **complementen l'oferta comercial** existent en una zona, de manera puntual

### ABASTIMENT

- Faciliten la **compra de conveniència**, oferint productes de primera necessitat

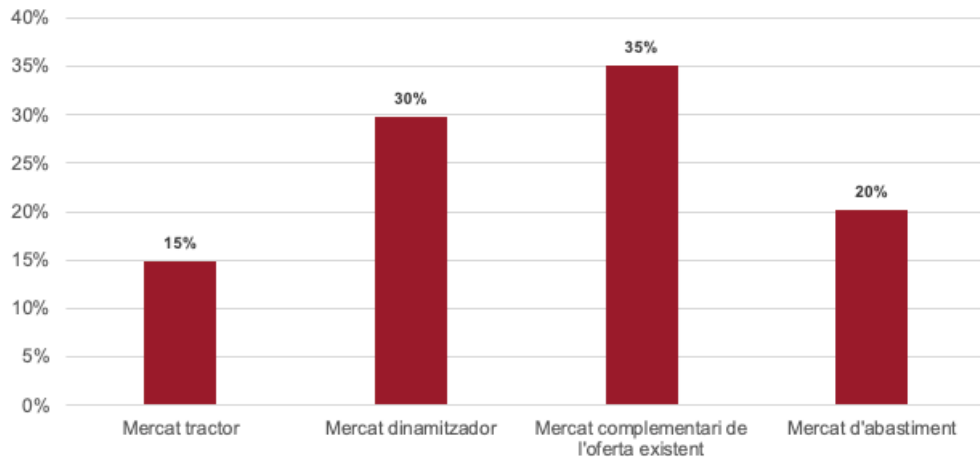
## 5. Proposta de segmentació dels MVNS

Després de definir les quatre categories de segmentació i realitzar el procés de construcció i combinació d'indicadors, n'ha resultat la següent distribució (consultar l'annex per conèixer la tipologia que li correspon a cada mercat de marxants):

Tipologia de mercat de marxants	Tractor	Dinamitzador	Complementari de l'oferta existent	Mercat d'abastiment	Demarcació de Barcelona
Nombre de mercats	34	68	80	46	228
Nombre de parades (mitjana)	173	59	17	4	50,2
Nombre de metres lineals (mitjana)	1.210	451	124	42	383,9

## 5. Proposta de segmentació dels MVNS

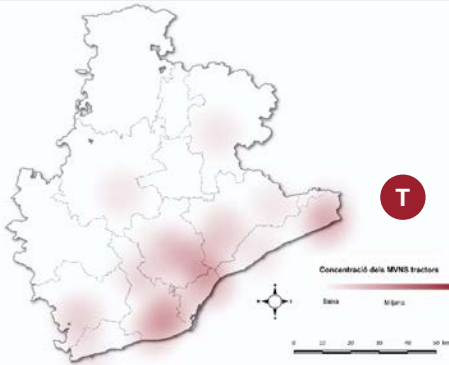
**Gràfic 1. Distribució percentual dels mercats de marxants de la demarcació de Barcelona segons tipologia de mercat, 2023**





# 5. Proposta de segmentació dels MVNS

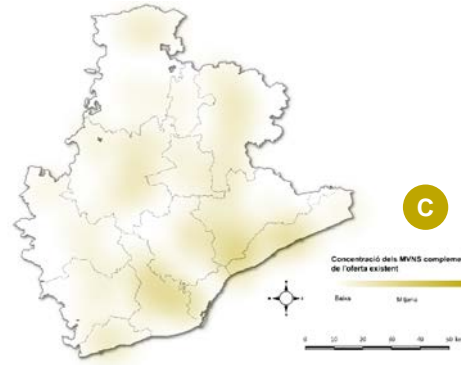
## Caracterització dels MVNS segons tipologia



### Mapa de calor dels mercats de marxants dinamitzadors

Mercats amb capacitat d'atracció local i una magnitud considerable. S'ubiquen, especialment, a l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB).

Nombre mitjà de parades: 59



### Mapa de calor dels mercats de marxants d'abastiment

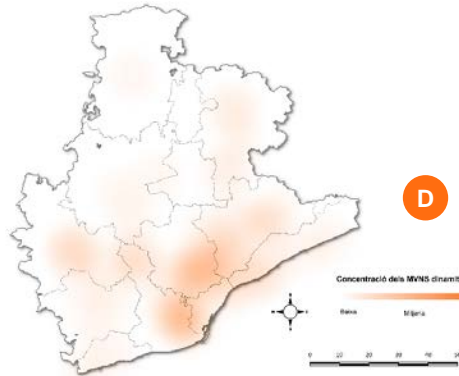
Mercats de Venda No Sedentària ubicats en municipis rurals. Proveeixen de béns que el sector comercial local no ofereix. En alguns casos, també s'emplacen en entorn urbans.

Nombre mitjà de parades: 4

### Mapa de calor dels mercats de marxants tractors

Es caracteritzen per ubicar-se en grans municipis amb una estructura comercial densa. Els MVNS tenen un n<sup>o</sup> elevat de parades i una important varietat.

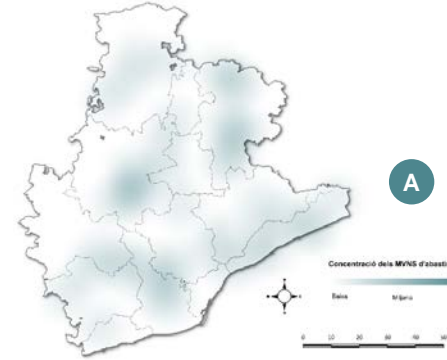
Nombre mitjà de parades: 173



### Mapa de calor dels mercats de marxants complementaris

MVNS de magnitud petita i mitjana. La seva ubicació respon, de forma general, a municipis que presenten una densitat comercial equilibrada

Nombre mitjà de parades: 17



# 6. Mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS



Autor / Diputació de Barcelona

# Resum de les accions

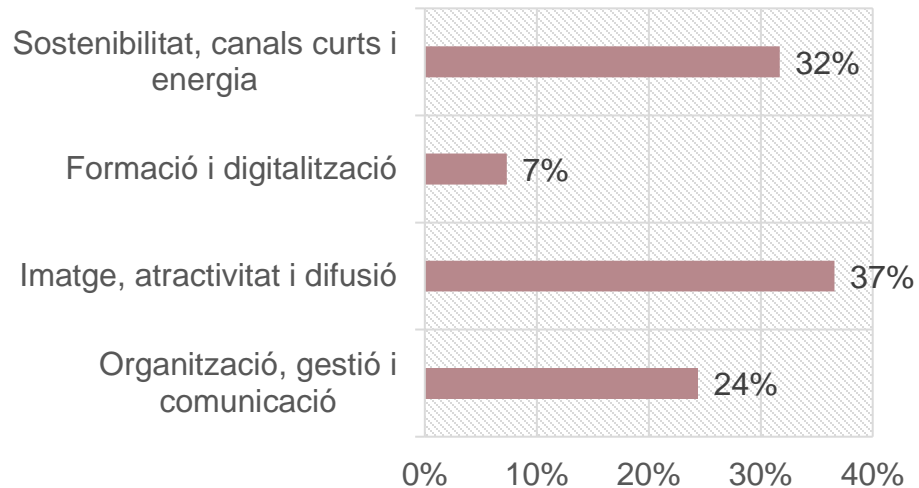
## Accions incloses al catàleg

En aquest document es detallen les **42 accions** que es proposen dur a terme per millorar i modernitzar els Mercats de Venda No Sedentària de la demarcació de Barcelona.

En el seu conjunt són accions a dur a terme directament pels ens municipals.

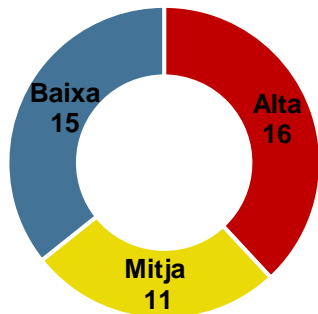
**S'organitzen les accions a partir dels diferents eixos d'anàlisi.**

## Nombre d'accions per eixos



# Resum de les accions

Prioritat

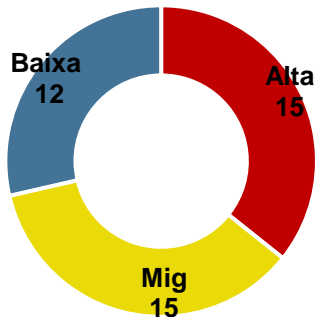


## Prioritat de les accions

Les **42 accions** que es proposen dur a terme s'han categoritzat en tres nivells de prioritat, situant-se entre un 23% i un 47% cadascun.

Aquesta informació s'ha introduït a les fitxes individuals de les accions.

Planificació econòmica



## Planificació econòmica de les accions

S'ha realitzat una aproximació a la despesa econòmica que pot suposar dur a terme cadascun de les accions.

Aquesta informació s'ha introduït a les fitxes individuals de les accions.

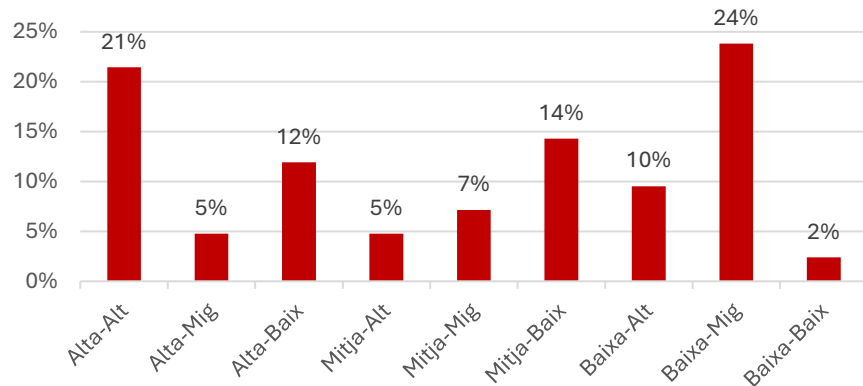
# Resum de les accions

## Prioritat i planificació econòmica de les accions

S'ha combinat la variable prioritat (Alta – Mitja – Baixa) amb la variable planificació econòmica (Alt – Mig – Baix).

D'aquesta anàlisi se'n desprèn la següent relació.

Combinació prioritat i planificació econòmica de les accions



# Resum de les accions

## Fitxes

### Aspectes tècnics



## Tipologia de Mercat de Marxants

Les **accions** que es proposen dur a terme per els ajuntaments s'han categoritzat segons la tipologia de mercats de marxants.

S'identifiquen 4 tipologies:

- T** **Mercats Tractors:** Capacitat elevada **d'atracció de persones**, ja sigui residents del mateix municipi o visitants de municipis veïns. **[mitjana de parades: 173 parades]**
- D** **Mercats dinamitzadors:** Tenen la capacitat d'estimular les dinàmiques comercials del seu entorn durant el dia de la seva celebració. **[mitjana de parades: 59 parades]**
- C** **Mercats complementaris:** Enriqueixen i **complementen l'oferta comercial** existent en una zona, de manera puntual. **[mitjana de parades: 17 parades]**
- A** **Mercats abastiment:** Enriqueixen i complementen l'oferta comercial existent en una zona, de manera puntual. **[mitjana de parades: 4 parades]**

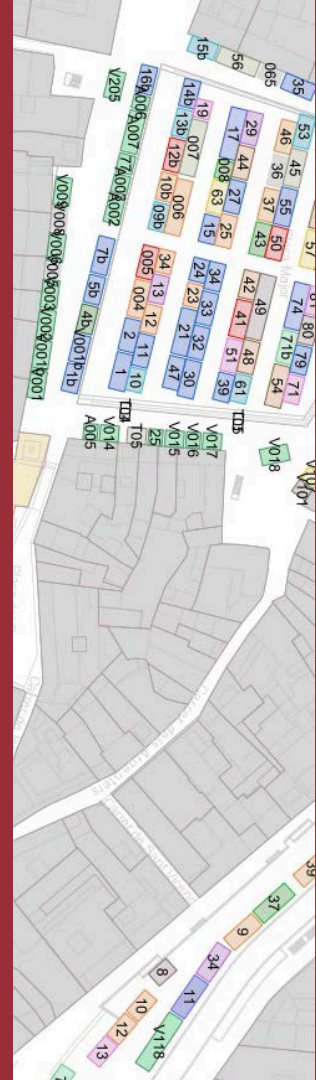




# 01 Organització, gestió i comunicació

1. Equip transversal del mercats setmanal
2. Comissió interna de seguiment del mercat setmanal
3. Elaboració d'un pla de treball del mercat setmanal
4. Mapa d'actors
5. Taula sectorial/Reunió amb el sector
6. Canals de comunicació directa
7. Material de comunicació adreçat als paradistes
8. Tipificació de la tarifa segons la zona del mercat setmanal
9. Anàlisi dels instruments de seguretat als mercats setmanals
10. Instal·lació de serveis bàsics per als paradistes
11. Cercles de comparació intermunicipal de MVNS

*Accions: 11*



# 1 Equip transversal de Mercats Setmanal

## Objectiu estratègic

Millorar la governança dels MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Es proposa la creació d'un **equip intern transversal** de l'ajuntament per tal de garantir el bon funcionament del mercat setmanal. Aquest equip desenvoluparà tasques de **planificació, gestió i organització**. Estarà integrat pel tècnic responsable del mercat setmanal, l'assentador/a, el càrrec electe, així com personal d'altres àrees: policia, urbanisme, consum, salut pública, protecció civil, mobilitat, recaptació/tresoreria, entre d'altres.

Aquesta equip es reunirà de forma periòdica, o segons petició expressa per part d'algun dels seus membres, a través d'una Comissió Interna de Seguiment del Mercat Setmanal

## Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat baixa mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix mig alt

Classificació despesa Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre de persones assistents a les reunions
- Nombre de serveis o parts representades a les reunions

## Beneficis

Millora en la gestió diària dels MVNS.

Planificació de les accions a dur a terme al mercat de venda no sedentària.

## Objectiu estratègic

Millorar la governança dels MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Una **Comissió interna de Seguiment del Mercat Setmanal** integrada pels diferents serveis municipals implicats en la l'organització, control i seguretat del mercat de venda no sedentària és un dels altres instruments proposats per la millora de la gestió eficient i integral dels mercats setmanals. Aquesta Comissió és convenient que sigui liderada per personal tècnic amb coneixements específics en l'àmbit del comerç i dels mercats setmanals, i que compti amb una periodicitat mínima trimestral per coordinar les actuacions a realitzar. Complementàriament també es podran realitzar reunions específiques entre els diferents serveis per tal de millorar el funcionament del mercat.

Aquesta comissió tindrà un pes especialment rellevant quan es tractin temes de transformació dels espais públics (punts d'aigua, llums, pavimentació, accessibilitat, canvi d'ubicació del mercat, etc.) o projectes transversals (reducció de residus als mercats, polítiques d'inclusió social als mercats, igualtat de gènere, etc.) on caldrà incorporar els serveis tècnics especialistes en la matèria,

## Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat

baixa

mitja

alta

Planificació econòmica (cost)

baix

mig

alt

Classificació despesa

Capítol 1

Capítol 2

Capítol 4

Capítol 6

Departaments involucrats

Promoció econòmica

Polícia Local

Urbanisme

Via pública

Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre de reunions realitzades a l'any
- Nombre de persones assistents a les reunions
- Nombre de serveis municipals representats a les reunions

## Beneficis

Millora en el funcionament del mercat setmanal.

### 3 Pla de treball del Mercat Setmanal

#### Objectiu estratègic

Millorar la governança dels MVNS

#### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



#### Descripció

Es proposa l'elaboració d'un document intern anual, denominat **Pla d'acció del Mercat Setmanal o Pla de treball del Mercat Setmanal** que incorpori les tasques a realitzar en matèria de mercat setmanal, tant a curt termini, com a mig/llarg termini, així com els agents implicats pel bon funcionament del mercat setmanal, el calendari i el pressupost.

Per la definició d'aquest Pla de treball o Pla d'acció del Mercat Setmanal **disposeu d'aquest Catàleg de Mesures d'Intervenció per la Millora i Modernització dels MVNS**, on es proposen actuacions en diferents àmbits desenvolupades a partir de fitxes.

Aquest Pla de treball del mercat setmanal seria convenient comunicar-lo als departaments implicats per tal de fer-los partícips de les actuacions a desenvolupar en matèria de mercats setmanals.

#### Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat baixa mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix mig alt

Classificació despesa Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

#### Alineació amb els ODS



#### Avaluació i seguiment

- Nombre d'instruments de planificació elaborats
- Nombre de persones assistents a les reunions
- Nombre de serveis o parts representades a les reunions

#### Beneficis

Millora en l'organització i funcionament del MVNS.

Planificació de les accions a dur a terme al mercat de venda no sedentària.

## 4 Mapa d'actors del mercat setmanal

### Objectiu estratègic

Millorar la governança dels MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

L'elaboració d'un **Mapa d'actors del mercat setmanal** pot ser un altre instrument d'utilitat per a l'equip responsable del MVNS de l'Ajuntament. Es tracta d'un instrument de suport que s'utilitza per representar, de forma visual, quins actors, àrees, entitats i persones intervenen en l'àmbit d'actuació.

Per tant, el mapa d'actors del mercat setmanal ens permet identificar el conjunt d'actors, tant interns (ajuntament) com externs (marxants, comerciants, restauració, veïns, etc..) que de forma directa, o indirecta, es veuen implicats/afectats en l'organització del Mercat Setmanal.

A través d'aquest instrument es visibilitza de forma clara la importància del mercat setmanal, com motor social i econòmic del municipi, i la importància del treball transversal des de les diferents àrees implicades per tal de garantir la seva continuïtat del seu funcionament i l'abastiment de la població en un context de pèrdua progressiva de comerç sedentari.

### Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat

baixa

mitja

alta

Planificació econòmica (cost)

baix

mig

alt

Classificació despesa

Capítol 1

Capítol 2

Capítol 4

Capítol 6

Departaments involucrats

Promoció econòmica

Polícia Local

Urbanisme

Via pública

Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre d'instruments de planificació elaborats
- Nombre d'actors implicats
- Nombre de serveis o parts representades a les reunions

### Beneficis

Millora en la gestió diària dels MVNS.

Planificació de les accions a dur a terme al mercat de venda no sedentària.



## 5 Taula sectorial/Reunió amb els agents implicats

### Objectiu estratègic

Millorar la governança dels MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

La dinamització comercial i social que genera la realització del mercat de venda no sedentària el conforma com un actor a tenir en compte en la dinàmica comercial del municipi. Per aquest motiu, es proposa la configuració d'una **Taula sectorial/ Reunió amb el sector**, en base a la tipologia de mercat setmanal (tractor, dinamitzador, complementari, abastiment), per poder incorporar als seus representants, i a altres actors implicats en la planificació de les actuacions a desenvolupar.

Aquesta incorporació permetrà identificar **elements de millora per ambdues parts** i l'establiment de **punts i xarxes** entre els **diferents actors**.

Complementàriament es realitzaran **reunions específiques/monogràfiques** amb els mateixos actors per millorar la relació i generar sinergies entre el mercat de venda no sedentària i els comerç, serveis i restauració local.

Aquesta Taula/Reunió amb els agents implicats permetrà comunicar les actuacions previstes al Pla de Treball dels Mercats Setmanals i identificar altres necessitats o dificultats que el sector afronta.

### Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat baixa mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix mig alt

Classificació despesa Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Percentatge de reunions de comerç on assisteix un representant dels marxants
- Nombre de reunions monogràfiques que es realitzen el darrer any

### Beneficis

Creació de sinergies amb el comerç local.

**Objectiu estratègic** Promoure una comunicació fluida entre els diferents agents del MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa la creació de **canals de comunicació directa amb els marxants**. A partir d'algun dels operadors més utilitzats: Telegram, Whatsapp. Aquest canal, en el qual hi podran prendre part totes les persones titulars de parades, així com altres representants dels serveis municipals, serà de tipus unidireccional. S'utilitzarà per comunicar incidències, noves altes o qualsevol altra informació d'interès.

D'altra banda, i si l'ajuntament ho considera convenient, la regidoria responsable del mercat setmanal crearà un nou canal de comunicació directa, amb els integrants de la Taula/Reunió d'agents implicats (representants dels marxants, associació de comerciants, restauració).

Així mateix, la persona que realitza les funcions d'assentador/a ha de disposar de tota la informació necessària per poder actuar com a cadena de transmissió de tot allò referent al mercat setmanal.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Percentatge de parades que formen part del canal unidireccional

### Beneficis

Millora en l'organització i funcionament del MVNS.  
Millora en la comunicació.



**Objectiu estratègic** Promoure una comunicació fluida entre els diferents agents del MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa l'**elaboració de material gràfic explicatiu de les actuacions** que es realitzin vinculades amb el mercat setmanal. El format haurà de ser sintètic i gràfic tenint en compte al públic destinatari al qui va adreçat. Es proposa un format tipus infografia.

Per tal de poder-ho distribuir més fàcilment es proposa que el format sigui el d'una **Infografia** per poder ser enviat, si s'escau, pels canals de comunicació esmentats: Telegram, Whatsapp.

El contingut de la **infografia** es proposa sigui elaborada en primera instància, per l'equip responsable del mercat setmanal, i que sigui compartida, prèviament a la seva difusió, amb l'equip transversal, atès que poden haver aspectes que requereixin aportació tècnica d'altres serveis (gestió de residus, obres o remodelació en l'espai del mercat, afectació de la circulació, etc.).

Per fer arribar aquesta informació als marxants es proposa utilitzar els canals de comunicació directa esmentats, així com facilitar algun exemplar a l'assentador per tal que pugui traslladar aquesta informació a persones que no disposen de mòbils, o no coneixen la llengua, etc. Es recomana que la informació es pengi a la web municipal o la web del mercat setmanal.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre d'infografies generades

### Beneficis

Millora en la gestió diària dels MVNS.  
Augment del coneixement de l'organització i funcionament del mercat.

**Objectiu estratègic**

Professionalitzar els Mercats de Venda No Sedentària

**Eix d'actuació**

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia


**Descripció**

Es proposa realitzar un **anàlisi de les diferents zones comercials existents al mercat**: zones de més trànsit comercial, zones fredes, etc. L'objectiu d'aquest anàlisi és avaluar els espais comercials de més venda del mercat setmanal per elaborar una proposta de taxes diferenciades segons la zona del mercat setmanal.

La diferenciació permetrà fer més atractives algunes zones a partir de la davallada relativa de la taxa que han d'abonar els marxants i diferenciar entre les diverses zones del mercat i els seus **punts calents**.

*\* Aquesta acció està dirigida a mercats de venda no sedentària de grans dimensions quant al nombre de parades o aquells que ocupin una àmplia superfície.*

**Aspectes tècnics**

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat**
 baixa
  mitja
  alta

**Planificació econòmica (cost)**
 baix
  mig
  alt

**Classificació despesa**
 Capítol 1
  Capítol 2
  Capítol 4
  Capítol 6

**Departaments involucrats**
 Promoció econòmica
  Policia Local
  Urbanisme
  Via pública
  Altres

**Alineació amb els ODS**

**Avaluació i seguiment**

- Nombre de zones diferenciades identificades
- Nombre de parades interessades en modificar el seu emplaçament
- Nombre de parades desplaçades

**Beneficis**

Augment de l'atractivitat de determinades zones del mercat.  
Increment de la legitimitat entre els marxants.

## Objectiu estratègic

Millorar els serveis que s'ofereixen al MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Es sol·licitarà una **avaluació** de l'estat del mercat setmanal a **Protecció Civil**, o a la **Polícia Local** per tal d'analitzar l'estat actual i adequar l'organització i l'estructura del mercat setmanal al requeriments existents **en termes d'accessibilitat i emergències**.

En aquells mercats setmanals on l'**aforament sigui inferior a 10.000 persones**, malgrat no està sotmès a Pla d'Autoprotecció, es recomana elaborar un *Protocol de seguretat del Mercat Setmanal* per tal de reduir al màxim els efectes d'una eventual emergència mitjançant una actuació ràpida i eficaç. En aquells mercats setmanals on l'**aforament en un moment determinat sigui superior a 10.000 persones** serà obligatori la realització d'un **Pla d'Autoprotecció i Seguretat** d'acord el que estableix la normativa vigent.

\* El resultat d'aquests estudis/protocols pot requerir actuacions urbanístiques per a l'adequació de l'espai, en d'altres canvis d'ubicació de les parades, entre d'altres. S'aconsella la implementació dels canvis identificats pels cossos de seguretat per tal de garantir la seguretat de la ciutadania.

## Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat

baixa

mitja

alta

Planificació econòmica (cost)

baix

mig

alt

Classificació despesa

Capítol 1

Capítol 2

Capítol 4

Capítol 6

Departaments involucrats

Promoció econòmica

Polícia Local

Urbanisme

Via pública

Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre de reunions realitzades amb els cossos corresponents
- Nombre d'element que s'han de modificar

## Beneficis

Millora de la qualitat i de la seguretat dels MVNS.

\* Aquesta acció està especialment dirigida a mercats de venda no sedentària de grans dimensions quant al nombre de parades o aquells que ocupin una àmplia superfície.

# 10 Instal·lació de serveis bàsics per als paradistes

**Objectiu estratègic** Millorar els serveis que s'ofereixen al MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa la identificar els serveis que actualment el mercat setmanal ofereix als marxants per valorar amb els diferents serveis municipals la **possibilitat d'incorporar nous serveis** adreçats a millorar i facilitar el desenvolupament de la prestació del servei.

Alguns dels serveis que es poden impulsar són: aparcament específic per als marxants, servei de recollida selectiva, punts d'electricitat, serveis, punts wifi dins de l'estructura del mercat setmanal, punts d'aigua, punts de llum, pantalles de comunicació digital als mercats setmanals, etc.

Es **valorarà amb el personal tècnic municipal si es poden incorporar alguns d'aquests serveis** tenint en compte els diversos usos que tingui l'espai del MVNS durant la setmana.

### Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat baixa mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix mig alt

Classificació despesa Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de serveis que s'ofereixen als marxants

### Beneficis

Millora de la qualitat dels MVNS.  
Increment de la satisfacció dels marxants.

**Objectiu estratègic**

Impulsar la millora del servei mitjançant la creació de xarxes d'intercanvi i comparació

**Eix d'actuació**

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia

**Descripció**

Es proposa la creació d'un **Cercle de Comparació Intermunicipal de MVNS** amb l'objectiu d'oferir als ajuntaments de la província, d'una banda, un instrument d'anàlisi i avaluació dels MVNS i, d'altra banda, un espai de trobada entre els personal tècnic dels ajuntaments que permeti l'intercanvi de coneixement per la millora i modernització dels MVNS.

Els Cercles de Comparació Intermunicipal són una metodologia de treball que presenta una radiografia sobre la realitat socioeconòmica de diferents serveis de la província de Barcelona. Els tallers que es realitzen cada any serveixen per avaluar i comparar l'evolució del servei, i també com espai de trobada i d'intercanvi entre professionals de la gestió municipal per debatre models i compartir coneixements.

La Gerència de Serveis de Comerç, conjuntament amb un nombre d'ajuntaments, treballarà al 2.025 en la definició i planificació del mateix per tal d'incorporar i oferir aquest nou servei als ens locals de la província de Barcelona els propers anys.

**Aspectes tècnics**

Agents responsables Col·laboració DIBA- Ajuntaments

Prioritat baixa mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix mig alt

Classificació despesa Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

**Alineació amb els ODS****Avaluació i seguiment**

- Nombre de municipis interessats
- Nombre d'indicadors definits
- Grau de satisfacció dels ajuntaments participants

**Beneficis**

Increment del coneixement dels MVNS i facilitació de la presa de decisions a partir de dades comparades.



# Imatge, atractivitat i difusió

02

*Accions: 15*



# 02 Imatge, atractivitat i difusió

12. Promoure nous horaris als mercats setmanals
13. Campanyes a les XXSS
14. Dinamització al voltant del mercat setmanal
15. Difusió del MVNS als equipaments municipals
16. Programació de visites escolars mercat setmanal
17. Creació d'un directori de les parades a la web de l'ajuntament
18. Estudis d'avaluació d'impacte dels mercats setmanals
19. Creació d'una marca del mercat setmanal
20. Elaboració d'un Pla de Marketing del mercat setmanal
21. Creació d'un dossier de comercialització/marketing del mercat
22. Difusió del MVNS entre els operadors turístics
23. Senyalització del mercat setmanal
24. Punt d'informació i servei als MVNS
25. Instal·lació de serveis bàsics per a les persones visitants
26. Promoció de parades amb estructura segura i atractiva

*Accions: 15*





# 12 Promoure nous horaris als mercats setmanals

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

El públic visitant dels MVNS es caracteritza, en línies generals, per tenir una edat avançada i ser client habitual del mercat setmanal. Amb la voluntat de **diversificar la clientela** i arribar a nova clientela, es fa necessari ampliar la franja horària de realització del mercat.

Es proposa l'elaboració de **nous projectes de mercats setmanals** que cerquin adaptar els mercats setmanals als nous hàbits de compra i consum resulta important si volem preservar/mantenir els mercats setmanals.

Per fer-ho caldrà **sensibilitzar al sector de la necessitat**, analitzar internament la **viabilitat del projecte pilot** (emplaçament, afectació de la via pública, sistema de recollida i neteja, policia, etc.) i adquirir el compromís d'alguns marxants disposats a realitzar aquesta prova pilot de mercats de tarda (modificació horari de 9.00 a 17h).

L'experiència del mercat del Gorg de Badalona, pot ser d'utilitat.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de parades potencialment interessades en ampliar l'horari
- Comptatge aproximat de les persones visitants del MVNS en les noves franges horàries

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.

# 13 Campanyes a les XXSS

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa la creació de nous projectes pilots de comunicació per difondre els mercats setmanals a través de les xarxes socials, podcast, etc.

Cal adaptar el contingut i el format al públic que es vol aconseguir i, per tant, cal deixar enrere les publicacions amb un to més corporatiu. Si s'identifica alguna **persona amb impacte i repercussió** a les xarxes socials que visiti el mercat setmanal s'intentarà establir-hi relació per tal.

És important realitzar la definició del projecte/actuació amb el departament de comunicació de l'Ajuntament i amb el suport i coneixement especialitzat d'empreses de comunicació, i específicament en xarxes socials.

S'impulsarà un **hashtag vinculat al mercat setmanal** que acompanyarà totes les publicacions. A més, també s'hi afegirà el **hashtag** que es promou des de la **Diputació de Barcelona**.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de publicacions realitzades.
- Nombre de visualitzacions i interaccions rebudes.

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.

# 14 Dinamització al voltant del mercat setmanal

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Els mercats setmanals, són un a format comercial, que a l'igual que els altres (comerç, centre comercials, fires-mercats, etc.), també requereixen **d'actuacions de dinamització al seu entorn** per fer-los més atractius, i potenciar el seu valor. En aquest sentit, es proposa realitzar actuacions de dinamització a l'entorn del mercat vinculades als diferents projectes de l'ajuntament (comerç, turisme, medi ambient, ensenyament, serveis socials, normalització lingüística, salut alimentària, cultura, esport, etc.).

Seria interessant disposar d'un **Calendari d'activitats de les diferents àrees de l'ajuntament** per identificar aquelles que són susceptibles de treballar conjuntament i dins del marc del mercat setmanal.

Les accions a dur a terme poden ser diferents en funció del dia de realització del mercat setmanal. Així, les activitats de **dinamització dels caps de setmana s'enfocaran a un públic més familiar i/o juvenil** mentre que les activitats proposades per a un **mercat entre setmana**, amb els horaris actuals, s'orientaran més aviat als **centres escolars (veure acció 17) o bé a població jubilada**.

Activitats com visites guiades al punts d'interès turístic del municipi i el mercat, Vermuts musicals, Campanyes de sensibilització i dinamització per la reducció de residus, Visites als camps/terrenys dels productors locals, Scaperoom dels plàstics, etc.

## Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme Turisme Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre d'activitats realitzades
- Nombre de persones assistents a les activitats de dinamització
- Grau de satisfacció de visitants i paradistes

## Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.

# 15 Difusió del MVNS als equipaments municipals

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

El **material de comercialització** que es proposava elaborar per millorar la difusió del mercat setmanal es podria **distribuir als principals equipaments municipals** (CAP, biblioteques, centres educatius, residències de gent gran, casals, equipaments esportius, mercat municipal, etc.) **així com a les pantalles digitals** ubicades pel municipi, si s'escau.

La disponibilitat d'aquest material ajudarà a **incrementar la notorietat** del mercat setmanal entre un públic major.

Es planteja aquesta actuació per tal de continuar comunicant el mercat entre els residents del municipi, a més de visitants de fora del municipi.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre i percentatge d'equipaments que disposen del material del mercat setmanal
- Estimació de l'increment de persones visitants al mercat setmanal

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.

# 16 Programació de visites escolars mercat setmanal

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

De la mà dels centres educatius del municipi es proposa realitzar **visites formatives al mercat de venda no sedentària**. Prèviament, el personal tècnic que gestiona el mercat setmanal haurà elaborat un **dossier senzill** sobre l'**organització** del mercat, el **nombre** de parades i els **productes** que s'hi comercialitzen així com el seu **origen**.

Amb la incorporació d'aquesta informació es podrà treballar tant qüestions vinculades a la **geografia**, com a la **mobilitat** i també els **canals curts de comercialització**, entre d'altres elements.

A més del component educatiu, aquesta acció també està encaminada a la diversificació dels públics del mercat setmanal en tant que permetrà arribar, de manera indirecta, al segment dels **progenitors i progenitores dels infants i adolescents escolaritzats als centres educatius** del municipi.

\* També es podria realitzar una **projecte pilot adreçat als alumnes dels Instituts d'Ensenyament Secundari**, on es treballés la difusió del mercat setmanal a través de nous canals de comunicació i fossin aquests alumnes que elaboressin el vídeo/podcast/o altre canal de comunicació que promogui el mercat setmanal entre el públic adolescent.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de centres educatius que visiten el MVNS
- Nombre d'infants i adolescents que visiten el MVNS

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.



**Objectiu estratègic** Professionalitzar els Mercats de Venda No Sedentària

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa millorar el contingut relatiu al mercat setmanal que es presenta al web municipal. A més, de la informació relativa a l'**emplaçament**, i al **dia de celebració** i **horari d'obertura**, també s'hi detallarà el **nombre** i la **tipologia** de parades. Complementàriament també es podrà enllaçar una **visualització cartogràfica**, preferiblement en format interactiu, amb dades de contacte, si s'escau xarxes socials dels marxants així com altra informació d'interès.

Per poder-ho realitzar, prèviament s'haurà hagut d'**elaborar un cens de les parades del mercat setmanal** i sol·licitar la informació als marxants. El conjunt de la informació servirà per millorar el posicionament del mercat setmanal, renovar-lo i aproximar-lo a un altre públic.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de visites a la visualització cartogràfica interactiva
- Nombre de parades amb xarxes socials pròpies

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.



# 18 Estudis d'avaluació d'impacte dels mercats setmanals

**Objectiu estratègic** Professionalitzar els Mercats de Venda No Sedentària

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Es proposa l'elaboració d'estudis d'avaluació d'impacte socioeconòmic del mercat setmanals per tal d'identificar i implementar un **sistema d'indicadors estandarditzats que permeti** analitzar amb dades l'evolució del mercat i el seu impacte.

Els estudis d'avaluació i d'impacte permeten identificar amb rigorositat estadística els principals elements de millora així com també els punts forts dels mercats setmanals. També possibiliten de conèixer el retorn de la inversió i l'impacte econòmic que generen al municipi.

## Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat**  baixa  mitja  alta

**Planificació econòmica (cost)**  baix  mig  alt

**Classificació despesa**  Capítol 1  Capítol 2  Capítol 4  Capítol 6

**Departaments involucrats**  Promoció econòmica  Policia Local  Urbanisme  
 Via pública  Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Estimació de l'impacte econòmic directe i indirecte del mercat setmanal
- Nombre de respostes aconseguides
- Avaluacions mitjanes dels principals elements del mercat

## Beneficis

Identificació de l'impacte directe i indirecte del mercat setmanal així com dels seu principals punts de millora.

# 19 Creació d'una marca del mercat setmanal

**Objectiu estratègic** Desenvolupar una identitat pròpia

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

En un context d'alta densitat de Mercats de Venda No Sedentària és precís **identificar els elements distintius** del propi mercat setmanal. Es fa necessari **millorar l'experiència de compra** i orientar el conjunt de les accions a donar resposta a una planificació detallada i organitzada.

Amb l'objectiu d'**augmentar la notorietat del mercat setmanal**, es proposa la **creació i definició d'una marca del mercat setmanal**. Les diferents propostes de marca del mercat setmanal, si s'escau convenient, pot ser consultada a través d'un **procés participatiu** amb les associacions i entitats del municipi, amb els alumnes dels centres educatius, o a través d'un procés participatiu entre els veïns i les veïnes.

La presentació de la marca del mercat setmanal al conjunt de la ciutadania i entre els marxants pot esdevenir com un element identitari creat a través d'un procés col·lectiu de la ciutadania. A tal efecte, serà important també comunicar la imatge i el procés com a tal, tant en mitjans digitals com en format presencial.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Participació ciutadana Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de persones diferents que han participat en el procés de creació de la marca del mercat
- Nombre d'agents diferents que han participat en el procés

### Beneficis

Alineació de les accions en un mateix propòsit.  
Augment de la notorietat del mercat setmanal.

**Objectiu estratègic** Desenvolupar una identitat pròpia

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa l'**elaboració d'un pla de marketing** que estableixi l'estratègia de comunicació del mercat setmanal i defineixi les diferents actuacions a realitzar a curt, mig i llarg termini.

Aquest pla de marketing ha de desplegar el conjunt d'actuacions a realitzar, la prioritat, així com el pressupost.

En la realització i configuració d'aquest pla de marketing seria **convenient incorporar al Gabinet de Comunicació de l'Ajuntament** així com al Comitè Intern de Seguiment, i la Comissió/Taula/Reunió amb el sector.

### Aspectes tècnics

T

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Comunicació Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre d'àrees participants en l'elaboració del pla de marketing del mercat setmanal
- Nombre d'actuacions previstes al Pla de Marketing del mercat
- Grau de satisfacció del sector amb l'actuació

### Beneficis

Alineació de les accions en un mateix propòsit.  
Augment de la notorietat del mercat setmanal.

**Objectiu estratègic** Desenvolupar una identitat pròpia

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa l'elaboració d'un **dossier de comercialització del mercat setmanal**, on es recull la informació tècnica: dia, ubicació, horari, plànol del mercat, nombre de parades del mercat setmanal, nombre per tipologia de productes, serveis existents al mercat, i al municipi que poden ser d'interès del visitant (restaurants, cafeteries, llocs d'interès, patrimoni cultural, etc.)

Aquest dossier pot ser un instrument per visibilitzar el mercat i donar-lo a conèixer als operadors turístics, o per fer prospecció de nous marxants que puguin cobrir les parades vacants.

Serà important coordinar-se amb la regidoria de turisme i disposar d'un **recull fotogràfic** de qualitat per poder donar a conèixer el mercat setmanal.

### Aspectes tècnics

T

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat**  baixa  mitja  alta

**Planificació econòmica (cost)**  baix  mig  alt

**Classificació despesa**  Capítol 1  Capítol 2  Capítol 4  Capítol 6

**Departaments involucrats**  Promoció econòmica  Policia Local  Urbanisme  
 Comunicació  Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de visibilització o difusió del dossier

### Beneficis

Alineació de les accions en un mateix propòsit.  
Augment de la notorietat del mercat setmanal.

**Objectiu estratègic** Posicionar els MVNS entre un públic més divers

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa identificar els **principals operadors turístics** per facilitar un **dossier informatiu o de comercialització** en el qual s'hi especificarà la principal informació d'interès del mercat setmanal. El dossier es recomana que disposi de la següent informació: nombre de parades, conformació del mix comercial, línies de transport fins al mercat setmanal, imatges del mercat setmanal, zones d'aparcament, com anar-hi (enllaç google maps), hashtag. A més, també es pot incorporar una breu informació del comerç i la restauració local.

Entre els agent a tenir en compte, es contemplaran especialment, els següents: Punts d'Informació Turística, establiments hotelers, cases rurals, habitatges d'ús turístic, activitats a realitzar al municipi, punts d'interès cultural, etc.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre d'operadors turístics contactats
- Nombre d'actuacions de difusió abast supramunicipals realitzades

### Beneficis

Diversificació de les persones visitants del mercat setmanal.

# 23 Senyalització del mercat setmanal

**Objectiu estratègic** Desenvolupar una identitat pròpia

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

S'aconsella realitzar un anàlisi de la senyalització existent del mercat i s'avaluar la conveniència de realitzar algun tipus d'actuació en aquest àmbit.

Des de **senyalització identificativa del mercat** indicant el dia, la ubicació, així com senyalització de les zones d'aparcament, i altres tipus de senyalització vinculades a la promoció i visibilitació del mercat de forma permanent.

A més, d'altres iniciatives de promoció del mercat a través de senyalització, com poden ser **cartells/banderoles identificatives de la tipologia de parades del mercat**.

Es proposa realitzar que el material d'aquest senyalització de les parades sigui sostenible. Si s'impulsa una **marca del mercat setmanal**, es recomana alinear gràficament els cartells identificatius de la tipologia de parades amb la línia gràfica establerta i consensuada sota paraigües de la marca del mercat.

### Aspectes tècnics

T

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de senyalització del mercat
- Grau de satisfacció de la senyalització del mercat per part dels visitants/marxant

### Beneficis

Increment del coneixement relatiu al mercat setmanal



## 24 Punt d'informació i servei als MVNS

**Objectiu estratègic** Millorar la prestació de serveis associats al MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa, especialment en els **mercats setmanals tractors**, la instal·lació de **punts d'informació** a l'accés principal del mercat amb el propòsit de proporcionar informació d'interès als marxants i visitants. La figura que dinamitzi aquest punt d'informació recaurà sobre l'assentador/a, el qual exerceix d'enllaç entre l'Ajuntament i el mateix mercat.

Des d'aquest punt d'informació es podrà valorar la implementació d'un servei centralitzat de comunicació interna per mitjà de canals com el Telegram, Whatsapp des d'on difondre possibles incidències referents a la gestió diària del mercat.

Ahora, es proposa que aquest punt d'informació disposi d'un **kit de primers auxilis** i d'un **extintor**.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de visites rebudes per visitants
- Nombre de visites rebudes per marxants
- Nombre d'assistències de primers auxilis

### Beneficis

Centralització de les demandes i incidències que puguin esdevenir-se al mercat.

Millora de la percepció de l'organització del mercat setmanal.



**Objectiu estratègic** Millorar la prestació de serveis associats al MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Amb l'objectiu de millorar l'experiència de compra dels visitants dels mercats setmanals, així com la millora de serveis i l'atractivitat del mercat es promourà la **instal·lació de serveis**: punts d'aigua, punts de llums, punts wifi o instal·lació de WC, pantalles digitals, bancs per seure la gent gran, prioritat d'atenció a la gent gran, tendals o espais d'ombra, faldons per les parades el mercat, entre d'altres.

La Gerència de Comerç de la Diputació de Barcelona, oferirà a través del **Catàleg d'ajuts XGL 2025-2026** una línia d'ajut específic adreçada als ens locals anomenada **Suport a la inversió en mercats de venda no sedentària** a través de la qual es podrà realitzar actuacions d'aquest tipus.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Col·laboració Ajuntament-DIBA

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de nous serveis incorporats als mercats
- Grau de satisfacció amb els nous serveis associats

### Beneficis

Increment de la satisfacció de les persones visitants, especialment aquelles amb una edat més avançada.

**Objectiu estratègic** Impulsar elements que afavoreixin l'atractivitat visual dels MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Aquesta acció té la voluntat igualment d'incrementar l'**atractivitat visual dels MVNS** per mitjà de la unificació de criteris o a través **d'elements singulars que dotin al mercat d'atractivitat visual** (faldons, senyalització, pavimentació diferenciada i singular, etc.).

Es proposa l'elaboració de nous projectes que treballin la singularitat del mercat a través de materials, estructures atractives, sostenibles i segures.

En aquest sentit, es proposa també revisar l'ordenança per avaluar la possibilitat de valorar i incorporar criteris que contribueixin en la **millora de la imatge de les parades i l'atractivitat del mercat setmanal**. A més, es promourà l'estructura fixa en detriment d'aquelles disposicions que s'organitzin en base a elements tous i flexibles i que, per tant, no s'adeqüin als requeriments tècnics aptes per afrontar, per exemple, situacions meteorològiques adverses.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat**  baixa  mitja  alta

**Planificació econòmica (cost)**  baix  mig  alt

**Classificació despesa**  Capítol 1  Capítol 2  Capítol 4  Capítol 6

**Departaments involucrats**  Promoció econòmica  Policia Local  Urbanisme  
 Via pública  Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de parades amb una estructura fixa abans de l'actuació.
- Nombre de parades amb una estructura fixa després de l'actuació.

### Beneficis

Increment de l'atractivitat del mercat setmanal.



# Formació i digitalització

03

*Accions: 3*

# 03 Formació i digitalització

27. Mentoria als paradistes

28. Eina de gestió i control del mercat de venda no sedentària

29. Noves identifikacions dels paradistes: físiques i digitals (QR)



## 27 Mentoria per als paradistes

**Objectiu estratègic** Impulsar la formació contínua del conjunt d'actors vinculats als MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa la creació d'una assistència tècnica específica adreçada als paradistes de mercats de marxant on l'expert assessorarà in situ al paradista a través de petites píndoles pràctiques.

El contingut del programa s'abordarà, des de l'òptica del paradista, tenint en compte aspectes rellevants de la imatge i atractivitat de la parada: ccol-locació del producte, etiquetatge, normativa sanitària o qüestions procedimentals vinculades amb la comunicació del paradista amb l'administració local i la seva digitalització. Aquesta formació es pot inspirar en el programa Digiempren de la Diputació de Barcelona o, més concretament, en les seves *miniguies*.

La promoció d'aquesta mesura permetrà dotar d'eines i recursos als paradistes i, de retruc, impulsar la **professionalització dels MVNS** amb la finalitat última de cercar la sostenibilitat d'aquest model de desenvolupament econòmic local.

### Aspectes tècnics

**Agents responsables** Col·laboració Ajuntament - DIBA

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de formacions ofertes
- Nombre de mentories realitzades

### Beneficis

Professionalització dels mercats setmanals  
Impuls de la modernització electrònica de l'administració.

**Objectiu estratègic** Professionalitzar els Mercats de Venda No Sedentària

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Les persones encarregades del control i assistència dels paradistes als mercats, assentadors o anàleg, requereixen **d'eines i instruments digitals** per dur a terme un **control d'assistència** àgil i veraç com per també **anotar-hi incidències** quant als productes que es comercialitzen, els metres que s'ocupen o d'altres casuístiques que es puguin desenvolupar. Aquesta informació serà compartida regularment amb els membres de la comissió interna de seguiment del Mercat Setmanal (veure acció 2).

D'aquesta manera, es proposa una **eina de gestió telemàtica** que permeti recollir d'una manera ràpida la informació d'interès de totes les parades del mercat setmanal. A través d'aquest aplicatiu també es podran **recollir altres incidències** relacionades amb el funcionament del mercat, que podran ser comentades en les diferents comissions de seguiment o a través dels canals de comunicació que s'impulsin.

La informatització del control i seguiment permetrà analitzar millor el dia a dia del mercat i facilitarà la presa de decisions al respecte.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Col·laboració Ajuntament-DIBA

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Percentatge d'assistència al mercat per cadascuna de les parades
- Nombre d'incidències registrades segons tipologia

### Beneficis

Millora de la gestió i seguiment del mercat setmanal.



**Objectiu estratègic** Professionalitzar els Mercats de Venda No Sedentària

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

En la línia de promoure la modernització dels mercats setmanals, es proposa la generació de **codis QR** que s'incorporaran a les **fitxes identificatives dels marxants**. Aquesta fitxa d'identificació/targeta el paradista ha d'ubicar a la seves parades els dies de mercat setmanal.

El codi QR permetrà a la ciutadania accedir a la informació del paradista que prèviament s'haurà recopilat.

A més de la identificació en format QR, també es facilitarà als paradistes la **targeta d'identificació de la parada en format físic** per tal que pugui col·locar en un lloc visible de la parada.

Es podrà desenvolupar un **programari més detallat** que també permeti l'accés, mitjançant identificació prèvia, a dades relatives a la llicència, i incidències que permeti a l'assentador/a gestionar i controlar els diferents aspectes de les parades del mercat.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Col·laboració Ajuntament- DIBA

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Percentatge de parades que ubiquen la seva identificació correctament
- Nombre d'accessos als codis QR

### Beneficis

Identificació dels marxants, dades de contacte, i productes que comercialitza.



# Sostenibilitat, canals curts de comercialització i energia

04

*Accions: 13*

# 04

## Sostenibilitat, canals curts de comercialització i energia

30. Contractació verda
31. Definició del dimensionament tècnic del servei de recollida
32. Subministrament d'elements d'aportació
33. Implantació de punts de recollida per residus específics
34. Línia verda: comunicació paradista-ajuntament
35. Adaptació dels accessos i del circuit intern a persones amb diversitat funcional
36. Campanya de sensibilització del MVNS
37. Xarxa d'interacció amb els productors agroalimentaris locals
38. Adequació de l'espai del MVNS al canvi climàtic
39. Instal·lació de generadors i punts de llum
40. Introducció dels circuits tancats de l'economia circular als MVNS
41. Pla de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari
42. Implementació del sistema d'una taxa vinculada al servei de recollida i tractament de residus als MVNS



# 30 Contractació verda

**Objectiu estratègic** Prevenció i millora de la gestió dels residus als MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa el desenvolupament d'un programa de contractació verda que incentivi als paradistes l'adquisició de productes i serveis més sostenibles/responsables. L'objectiu d'aquest actuació és reduir el volum de residus generats.

Distribució de productes reutilitzables entre els paradistes del mercat setmanal. Adquisició de productes sostenibles, responsables i per tant menys generadors de residus. En aquest cas es podrien contemplar els següents elements: Guants de més d'un sol ús (parades d'alimentació); Vaixel·la reutilitzable o compostable (parades de restauració);Pissarres tradicionals amb guix per anunciar els productes.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Medi Ambient Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

Evolució de la quantitat de residus recollits al mercat en funció de la fracció (unitats: kg/parada/any i, o kg totals).

### Beneficis

Adquisició de productes sostenibles per part dels paradistes

# 31 Definició del dimensionament tècnic del servei de recollida

**Objectiu estratègic** Prevenció i millora de la gestió dels residus als MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Prèviament, a l'adquisició o dotació del material de recollida pel mercat setmanal, es proposa l'elaboració d'un **dimensionat tècnic del servei de recollida de les diferents fraccions generades en un determinat MVNS**. Es tracta d'analitzar i diagnosticar prèviament la quantitat de residus que genera el mercat en funció del seu mix comercial per poder definir el tipus elements d'aportació (bujols, per paper petit i orgànica, bújol de 360 litres per penjadors de roba, contenidor de 1.100 litres pel plàstic, gàbies metàl·liques pel cartró, rollo de bosses de 60 litres, compostador, etc.), la quantitat necessària, l'operativa del servei, els recursos materials que es requereixen i els recursos humans. Aquest anàlisi i definició es convenient que es realitzi amb la col·laboració i el suport de medi ambient, o si no es disposa, amb el suport d'una empresa especialitzada.

## Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Medi Ambient Altres

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Document/ Proposta de dimensionament tècnic del servei de recollida
- Nombre d'espais destinats a la gestió dels residus al mercat setmanal

## Beneficis

Millora de la gestió dels residus.  
Millora de la imatge i atractivitat del mercat setmanal



## 32 Subministrament d'elements d'aportació

**Objectiu estratègic** Previsió i millora de la gestió dels residus als MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Una bona part dels MVNS de la província de Barcelona no compten amb sistemes de recollida selectiva específics per als residus generats en aquests espais. Per aquest motiu, es proposa aquesta actuació consistent en aportar els elements de contenització necessaris i adequats per a cada tipus de parada perquè tots o gran part dels residus tinguin una via clara i definida de recollida selectiva.

L'objectiu d'aquesta actuació és fomentar la recollida selectiva de les fraccions generades en els MVNS, reduir els impropis i reforçar la recollida de residus específics.

Existeixen diferents tipus d'elements: Gàbia de 2 m<sup>3</sup> per al cartró plegat; Contenedor de 1.100 litres per als plàstics i altres envasos; Bujol de 240 litres per a papers petits; Bujol de 360 litres per a dipositar penjadors; Bujol de 240 litres per a la matèria orgànica.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Medi Ambient Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre d'elements d'aportació per fraccions de residus subministrat al mercat

### Beneficis

Millora de la gestió dels residus.  
Millora de la imatge i atractivitat del mercat setmanal



### 33 Implantació de punts de recollida per residus específics

**Objectiu estratègic** Prevenió i millora de la gestió dels residus als MVNS

#### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



#### Descripció

Es convenient ubicar a determinades zones del mercat setmanal punts de recollida específics. Per fer-ho s'haurà de cercar bé l'espai tenint en compte que no incideixi en la imatge i atractivitat del Mercat, ni en el circuit de compra del visitant, o dels comerços del municipi. És per aquest motiu que es recomana treballar aquesta actuació de forma transversal, amb l'equip transversal del Mercat.

Es recomana la creació de punts o espais específics senyalitzats i ben estructurats on ubicar els diferents elements. Per tant, caldrà treballar i incidir en imatge gràfica i ambientació amb l'objectiu que aquests punts de recollida quedin integrats a l'entorn urbà .

#### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Medi Ambient Comunicació

#### Alineació amb els ODS



#### Avaluació i seguiment

- Nombre de punts de recollida
- Grau de satisfacció dels paradistes
- Grau de satisfacció del visitants
- Grau de satisfacció dels veïns/comerços de l'entorn

#### Beneficis

Millora de la gestió dels residus.  
Millora de la imatge i atractivitat del mercat setmanal

## 34 Línia verda: comunicació paradista-ajuntament

**Objectiu estratègic** Prevenció i millora de la gestió dels residus als MVNS

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

La comunicació habitual entre els ajuntaments i els paradistes dels MVNS segueix uns mecanismes individuals i tradicionals. Això repercuteix en una comunicació poc fluida i agreuja la manca de participació que existeix entre els paradistes ja que no es senten participants del comerç local del municipi.

Per aquest motiu, es proposa la creació d'un canal de comunicació bidireccional específic i àgil (telegram o whatsapp) que doni suport especialment en la primera fase d'implementació d'actuacions adreçades a la gestió dels residus per fraccions als mercats setmanals i on es pugui intercanviar informació rellevant en el dia a dia dels MVNS (horaris, nous serveis, incidències, propostes, etc.).

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Medi Ambient Comunicació

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de paradistes
- Grau de satisfacció dels paradistes amb el canal *Línia Verda*

### Beneficis

Millora de la gestió dels residus.  
Millora de la imatge i atractivitat del mercat setmanal

# 35 Adaptació dels accessos i del circuit intern a persones amb diversitat funcional

**Objectiu estratègic** Millora de la sostenibilitat dels MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

L'adaptació dels accessos i circuits interns per a persones amb diversitat funcional és un aspecte crucial para a garantir l'accessibilitat universal als MVNS.

L'objectiu d'aquesta actuació és convertir els espais on té lloc el MVNS, en zones d'accés i desenvolupament més accessible per a tota la ciutadania garantint el dret a l'accessibilitat als espais públics municipals per a tota la població, així com l'autonomia, la igualtat d'oportunitats i la no-discriminació de les persones amb diversitat funcional.

En aquest sentit, actuacions com:

Adaptació del mobiliari (bancs, cadires, taules, etc.) a les necessitats individuals. Adaptació dels elements informatius al sistema Braille per a les persones amb discapacitat visual amb la instal·lació de cartells.

## Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Medi Ambient Comunicació

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre d'actuacions inclusives realitzades
- Grau de satisfacció dels visitants del mercat setmanal

## Beneficis

Millora dels serveis als visitants del mercat setmanal

# 36 Campanya de sensibilització del MVNS

**Objectiu estratègic** Prevenció i millora de la gestió dels residus als MVNS

## Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



## Descripció

Els MVNS són espais que concentren molta gent amb diferents idiosincràsies i cultures. A nivell comunicatiu, s'aposta clarament per la presencialitat a través de la figura d'un informador o informadora. Aquest enfocament es basa en l'èxit que proporciona el tracte personalitzat i directe quan es tracta de modificar hàbits.

La sensibilització és un element clau per promoure comportaments més sostenibles en la reducció i separació dels residus en origen. En aquest sentit, les campanyes de sensibilització tenen un paper fonamental en aquest àmbit, ja que proporcionen informació essencial que ajuda a les persones a prendre decisions des del coneixement dels beneficis de la separació perquè el reciclatge sigui òptim.

La gestió dels residus no només és individual, sinó col·lectiva, per la qual cosa s'apel·la a la cooperació i a la responsabilitat compartida. D'altra banda, la repetició continuada dels missatges rigorosos, clars i directes, faciliten aconseguir la participació directa i el canvi d'hàbit requerit.

## Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Medi Ambient Comunicació

## Alineació amb els ODS



## Avaluació i seguiment

- Nombre de paradistes
- Grau de satisfacció dels paradistes amb el canal *Línia Verda*

## Beneficis

- Millora de la gestió dels residus.
- Millora de la imatge i atractivitat del mercat setmanal

## 37 Xarxa d'interacció amb els productors agroalimentaris locals

### Objectiu estratègic

Fomentar la comercialització de productes agroalimentaris de proximitat i contribuir a reduir l'impacte ambiental derivat de la cadena alimentària

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa impulsar una línia de treball en entre els **productors locals i els mercat de marxant, a través de la creació de nous projectes que posin en valor els productes de proximitat als mercats setmanals**. A mode d'exemple, el *projecte Collits a Casa* als mercats setmanals de Mataró.

Per fer-ho possible, el personal tècnic fomentarà un **espai de contacte amb els productors agroalimentari** per analitzar les necessitats del sector i establir possibles canals de col·laboració.

Aquesta iniciativa manifesta la voluntat d'apropar el producte agroalimentari de proximitat al consumidor final alhora que es fomenta la sobirania dels productors locals.

### Aspectes tècnics



Agents responsables Ajuntament

Prioritat **baixa** mitja alta

Planificació econòmica (cost) baix **mig** alt

Classificació despesa Capítol 1 **Capítol 2** Capítol 4 Capítol 6

Departaments involucrats **Promoció econòmica** Policia Local Urbanisme  
Via pública **Altres**

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de reunions organitzades
- Nombre de persones assistents a les trobades

### Beneficis

Promoció de la sobirania alimentària i de la pagesia.

# 38 Adequació de l'espai del MVNS al canvi climàtic

**Objectiu estratègic** Millorar la prestació de serveis associats al MVNS i adaptar la infraestructura al canvi climàtic

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Els MVNS no es troben exempts d'experimentar els possibles efectes perjudicials del canvi climàtic. Per aquest motiu, és considera necessari **adequar als espais que acullen els MVNS** i adaptar-los en base a criteris de confort climàtic.

Així doncs, s'aconsella elaborar un **projecte** per tal de contemplar la **viabilitat d'instal·lar tendals o similar** (estructures segures) en els casos dels **MVNS que s'emplantin en espais oberts** (esplanada, zona d'aparcament, etc.) i fora de la trama urbana, que garanteixin la seguretat ciutadana.

En el supòsit, que la infraestructura ho permetés, es podria avaluar la possibilitat d'instal·lació de panells fotovoltaics per tal que els marxants puguin fer ús del **sistema renovable** com a principal font de consum energètic.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de d'actuacions realitzades per preservar espais d'ombra al mercats setmanals

### Beneficis

Millora de la qualitat del mercat setmanal.  
Reducció de la petjada de carboni i promoció de les energies verdes.



**Objectiu estratègic**

Millorar la prestació de serveis associats al MVNS i millorar l'eficiència energètica de les parades que requereixin d'abastiment energètic

**Eix d'actuació**

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia

**Descripció**

En la línia d'oferir una millora en la prestació dels serveis associats al MVNS en matèria d'energia, l'Ajuntament es farà responsable de proporcionar als marxants que requereixin d'abastiment energètic d'un **generador elèctric**. El generador haurà de correspondre's amb una gamma de **baix consum**.

En el cas dels MVNS que disposin d'una estructura amb panells fotovoltaics, es promourà l'acoblament dels generadors a aquest sistema energètic renovable.

La voluntat expressa d'aquesta actuació rau en la idea de millorar les **condicions de confort dels marxants** en la comercialització dels productes, a la vegada que es pretén incrementar l'**eficiència i l'autosuficiència energètica** derivada del servei dels MVNS.

**Aspectes tècnics**

T

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

**Alineació amb els ODS****Avaluació i seguiment**

- Nombre de marxants que podrien necessitar els generadors i/o punts de llum.
- Nombre de generadors instal·lats
- Nombre de marxants que utilitzen els elements instal·lats

**Beneficis**

Millora del mercat setmanal i de l'espai per a altres usos municipals.

Promoció de l'energia verda.

**Objectiu estratègic** Promoure l'economia circular

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

L'**economia circular** i els circuits tancats que promou aquest model productiu representa un factor clau en la certificació d'un **model d'hàbits de producció i de consum responsables**. Per tal d'incorporar aquest enfocament als MVNS i incorporar un valor afegit al cicle de vida dels productes, es fomentarà la incorporació dels següents serveis entre els paradistes:

- Reparació i/o manteniment de productes reparables
- Prolongació de la vida útil del producte per mitjà de la venda de 2a mà (en espais diferenciats i especificant que es tracta de productes d'aquesta tipologia)
- Recomprou d'aquells productes en bon estat

L'ajuntament, per mitjà de l'àrea de Medi Ambient, podrà oferir **assessorament o assistència tècnica** als paradistes que vulguin adherir-se al programa i oferir aquests serveis.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme  
Medi Ambient Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de mercats que incorporen serveis vinculats a l'economia circular
- Nombre d'assessoraments realitzats

### Beneficis

Reducció de l'impacte mediambiental i foment d'una tipologia de consum més responsable.

**Objectiu estratègic** Promoure l'economia circular

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

En aquest àmbit d'economia circular una de les actuacions previstes al *Pla de Sostenibilitat dels MVNS elaborat per la Diputació de Barcelona (2024)* és l'elaboració d'un **Pla de prevenció i reducció de les pèrdues i el malbaratament alimentari**. A través d'aquest instrument l'ajuntament podria dimensionar l'impacte que el mercat de venda no sedentària genera en matèria de residus alimentaris. Prèviament a l'elaboració d'aquest pla s'hauria de fer una anàlisi i diagnòsi a partir de la qual definir el Pla de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari. El desplegament del pla d'acció haurà de possibilitar la dotació de respostes als reptes identificats pels mateixos actors.

La present actuació es proposa en el marc de la **Llei 3/2020, de l'11 de març, de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari**, la qual prescriu una sèrie d'accions d'obligat compliment per a aquells agents que participin en la cadena alimentària.

### Aspectes tècnics



**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Polícia Local Urbanisme  
Via pública Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Nombre de parades del mercat que participen del pla
- Nombre d'accions identificades en el pla

### Beneficis

Reducció del malbaratament alimentari.

**Objectiu estratègic** Redistribuir la despesa associada a la taxa segons l'impacte generat i incentivar la reducció i separació dels residus

### Eix d'actuació

Organització, gestió i comunicació

Imatge, atractivitat i difusió

Formació i digitalització

Sostenibilitat, canals curts i energia



### Descripció

Es proposa la definició d'un sistema que permeti d'incorporar una **taxa que cobreixi els costos associats al servei de recollida i tractament de residus** en funció de la quantitat i tipologia generada per cada marxant.

No obstant, per tal d'emprendre aquesta escomesa, es recomana haver realitzat prèviament altres actuacions inicials com dotació i subministrament de material als mercats setmanals (bujols per orgànics, gàbies per paper, bujols de plàstics, etc.), sensibilització als paradistes dels mercats setmanals, formació, entre d'altres.

Per tant, es recomana certa maduresa en actuacions de sostenibilitat als MVNS prèviament a l'anàlisi i definició d'un nou sistema que permeti la implementació d'aquesta mesura proposada. Aquesta mesura possibilitaria el **càlcul referent a l'import de la taxa en funció de la quantitat i tipologia de residus generats**, involucrant als marxants en les polítiques de reducció de residus.

### Aspectes tècnics

T D

**Agents responsables** Ajuntament

**Prioritat** baixa mitja alta

**Planificació econòmica (cost)** baix mig alt

**Classificació despesa** Capítol 1 Capítol 2 Capítol 4 Capítol 6

**Departaments involucrats** Promoció econòmica Policia Local Urbanisme Medi Ambient Altres

### Alineació amb els ODS



### Avaluació i seguiment

- Percentatge de recollida selectiva abans de l'inici del projecte
- Percentatge de recollida selectiva després de la implementació del projecte

### Beneficis

Aproximar-se al pagament segons generació de residus.

## 7. Consideracions finals

En síntesi, el *Catàleg de mesures d'intervenció per a la millora i modernització dels MVNS* constata que:

- Hi ha una gran diversitat de mercats no sedentaris als municipis de Barcelona, incloent mercats de marxants, mercats de pagès, mercats d'antiquaris i brocanters, i mercats ocasionals, els quals, en el seu conjunt, destaquen per esdevenir un element de **dinamització comercial** essencial per als municipis.
- En alguns mercats en particular s'estan posant en pràctica **bones pràctiques** per mitjà d'iniciatives d'innovació tecnològica, sostenibilitat ambiental i participació ciutadana que es poden extrapolar com a model a implementar en altres MVNS.
- Es precisava confeccionar una **proposta de segmentació dels MVNS** amb l'objectiu d'atendre a les necessitats específiques i abordar les particularitats dels MVNS dels municipis de Barcelona.

## 7. Conclusions

- La **participació dels agents i actors del sector** (personal tècnic municipal responsable del servei, marxants, associacions i entitats en representació d'empresaris i marxants i ciutadania) ha estat clau en la identificació de les necessitats actuals i els reptes de futur (fase d'anàlisi i diagnosi), així com en la concepció de les accions (fase propositiva). La seva participació ha tingut lloc a través de les entrevistes presencials, les reunions telemàtiques i les taules de treball.
- El catàleg de mesures és un **punt de partida**, i s'ha d'entendre com un **document obert**, i de suport als ajuntaments , que té per objecte contribuir a la **millora i modernització dels MVNS** amb la voluntat d'impactar sobre la seva gestió i operativa diària, fomentar la inclusió social, augmentar la competitivitat i reduir l'impacte ambiental.
- El catàleg de mesures, en incorporar pràctiques i iniciatives referents a l'economia circular, una taxa vinculada al servei de recollida selectiva, la promoció de vincles entre el mercat i el món educatiu i altres, incorpora **elements innovadors** no implementats fins al moment.



# 8. Annex



# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Badalona	Montigalà / Lloreda	Tractor
Badalona	La Salut/Lloreda	Tractor
Canovelles	Centre urbà	Tractor
Castelldefels	Can Vinader	Tractor
Cerdanyola del Vallès	Les Fontetes	Tractor
Cornellà de Llobregat	Sant Ildefons	Tractor
Gavà	Centre urbà	Tractor
Granollers	Centre urbà	Tractor
L' Hospitalet de Llobregat	Bellvitge	Tractor
La Llagosta	Centre urbà	Tractor
Malgrat de Mar	Centre urbà	Tractor
Manresa	La Font dels Capellans	Tractor
Martorell	Centre urbà	Tractor
Mataró	Pla d'en Boet	Tractor
Mollet del Vallès	Centre urbà	Tractor
Pineda de Mar	Poblenou	Tractor
Pineda de Mar	Centre urbà	Tractor
Sabadell	Gràcia	Tractor
Sant Adrià de Besòs	Centre urbà	Tractor
Sant Andreu de la Barca	Centre urbà	Tractor
Sant Boi de Llobregat	Centre urbà	Tractor
Sant Celoni	Centre urbà	Tractor
Sant Quirze del Vallès	zona hermètica	Tractor
Santa Coloma de Gramenet	Centre urbà	Tractor
Santa Coloma de Gramenet	Barri del Fondo	Tractor

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Santa Margarida i els Monjos	Centre urbà	Tractor
Santa Susanna	Can Gelat	Tractor
Terrassa	Barri de Sant Pere Nord i Barri de Can Tusell	Tractor
Tordera	Centre urbà	Tractor
Vic	Centre urbà	Tractor
Vic	Centre urbà	Tractor
Viladecans	Centre urbà	Tractor
Vilafranca del Penedès	Centre urbà	Tractor
Vilanova i la Geltrú	Centre urbà	Tractor

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia	Municipi	Emplaçament	Tipologia
Abrera	Centre urbà	Dinamitzador	Igualada	Centre urbà	Dinamitzador
Arenys de Mar	Centre urbà	Dinamitzador	L' Hospitalet de Llobregat	La Florida	Dinamitzador
Artés	Centre urbà	Dinamitzador	La Garriga	Centre urbà	Dinamitzador
Badalona	La Salut	Dinamitzador	Les Franqueses del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador
Badia del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador	Les Masies de Voltregà	Barri Despujol	Dinamitzador
Barberà del Vallès	Can Llobet	Dinamitzador	Lliçà d'Amunt	Centre urbà	Dinamitzador
Berga	Centre urbà	Dinamitzador	Llinars del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador
Caldes de Montbui	Centre urbà	Dinamitzador	Manlleu	Centre urbà	Dinamitzador
Calella	Centre urbà	Dinamitzador	Mataró	Centre urbà	Dinamitzador
Calldetenes	Centre urbà	Dinamitzador	Mediona	Urb. Font del Bosc (Zona Afores)	Dinamitzador
Cardedeu	Centre urbà	Dinamitzador	Molins de Rei	Centre urbà	Dinamitzador
Centelles	Centre urbà	Dinamitzador	Montmeló	Centre urbà	Dinamitzador
Cerdanyola del Vallès	Serraperera	Dinamitzador	Montornès del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador
Collbató	Centre urbà	Dinamitzador	Olesa de Montserrat	Centre urbà	Dinamitzador
Cornellà de Llobregat	Gavarrà	Dinamitzador	Palau-solità i Plegamans	Centre urbà	Dinamitzador
Cornellà de Llobregat	Centre	Dinamitzador	Parets del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador
Cubelles	Centre urbà	Dinamitzador	Parets del Vallès	Can Berenguer	Dinamitzador
El Masnou	Centre urbà	Dinamitzador	Premià de Mar	Centre urbà	Dinamitzador
El Prat de Llobregat	Barri de Sant Cosme	Dinamitzador	Ripollet	Centre urbà	Dinamitzador
EMD de Sant Miquel de Balenyà	Can Cadena	Dinamitzador	Rubí	Centre urbà	Dinamitzador
Esparreguera	Centre urbà	Dinamitzador	Sabadell	Campoamor	Dinamitzador
Esplugues de Llobregat	Can Vidalet	Dinamitzador	Sabadell	Can Feu	Dinamitzador
			Sabadell	Centre urbà	Dinamitzador
			Sabadell	La Creu Alta	Dinamitzador

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Sant Antoni de Vilamajor	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Boi de Llobregat	Ciutat Cooperativa	Dinamitzador
Sant Boi de Llobregat	Torre de la Vila	Dinamitzador
Sant Boi de Llobregat	Ciutat Cooperativa	Dinamitzador
Sant Boi de Llobregat	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Cugat del Vallès	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Feliu de Llobregat	Falguera	Dinamitzador
Sant Joan de Vilatorrada	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Joan Despí	Les Planes	Dinamitzador
Sant Pere de Ribes	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Quirze del Vallès	Les Fonts	Dinamitzador
Sant Sadurní d'Anoia	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Vicenç de Castellet	Centre urbà	Dinamitzador
Sant Vicenç dels Horts	Centre urbà	Dinamitzador
Santa Coloma de Gramenet	Barri de Singuerlín	Dinamitzador
Santa Margarida de Montbui	Centre urbà	Dinamitzador
Santa Maria de Palautordera	Centre urbà	Dinamitzador
Santa Perpètua de Mogoda	Centre urbà	Dinamitzador
Vilafranca del Penedès	Espirall	Dinamitzador
Vilanova del Camí	Centre urbà	Dinamitzador
Vilassar de Mar	Centre urbà	Dinamitzador

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Aiguafreda	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Alella	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Arenys de Munt	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Argentona	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Bagà	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Balsareny	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Begues	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Bigues i Riells	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Calaf	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Caldes d'Estrac	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Canet de Mar	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Capellades	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Cardona	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Castellar del Vallès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Castellbell i el Vilar	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Castellbisbal	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Castellterçol	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Corbera de Llobregat	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Esplugues de Llobregat	La Plana	Complementari de l'oferta existent
Gironella	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Granollers	Can Bassa	Complementari de l'oferta existent
Guardiola de Berguedà	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
L' Hospitalet de Llobregat	Collblanc	Complementari de l'oferta existent
La Palma de Cervelló	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
La Pobla de Lillet	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
La Roca del Vallès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
La Roca del Vallès	La Torreta	Complementari de l'oferta existent
La Roca del Vallès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Les Franqueses del Vallès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Manlleu	Barri de l'Erm.	Complementari de l'oferta existent
Manresa	Barri del Xup	Complementari de l'oferta existent
Manresa	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Manresa	Barri Mion/ Pugiberenguer	Complementari de l'oferta existent
Martorell	Barri de La Vila	Complementari de l'oferta existent
Martorelles	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Mataró	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Mataró	Cirera i Molins	Complementari de l'oferta existent
Mataró	Les Santes Escorxadador	Complementari de l'oferta existent
Mataró	Cerdanyola	Complementari de l'oferta existent
Moià	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Montgat	Mallorquines	Complementari de l'oferta existent
Montornès del Vallès	Montornès Nord	Complementari de l'oferta existent
Navarces	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Navàs	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Òdena	El Pla	Complementari de l'oferta existent
Palafolls	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Pallejà	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Polinyà	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Prats de Lluçanès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Roda de Ter	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sabadell	Can Feu	Complementari de l'oferta existent
Sallent	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Andreu de Llavaneres	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Esteve Sesrovires	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Sant Fruitós de Bages	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Joan Despí	Barri Centre	Complementari de l'oferta existent
Sant Just Desvern	Sud	Complementari de l'oferta existent
Sant Just Desvern	Mas Lluí	Complementari de l'oferta existent
Sant Martí de Centelles	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Pere de Ribes	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Pere de Riudebitlles	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Quirze de Besora	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Sadurní d'Anoia	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sant Salvador de Guardiola	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Santa Eulàlia de Ronçana	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Santa Maria d'Oló	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sentmenat	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Sitges	Poble Sec - Plana est	Complementari de l'oferta existent
Sitges	Poble Sec	Complementari de l'oferta existent
Súria	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Taradell	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Teià	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent



# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Tona	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Torelló	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Vallirana	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Vic	El Remei - Estadi	Complementari de l'oferta existent
Vilafranca del Penedès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Vilalba Sasserra	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Vilanova del Vallès	Centre urbà	Complementari de l'oferta existent
Vilanova i la Geltrú	Barri de Mar	Complementari de l'oferta existent

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia	Municipi	Emplaçament	Tipologia
Avià	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Lliçà de Vall	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Avinyó	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Manresa	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Balenyà	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Martorell	Barri de La Vila	Mercat d'abastiment
Borredà	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Masquefa	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Calders	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Mataró	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Canyelles	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Mediona	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Cercs	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Montesquiu	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Cercs	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Montmajor	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Cervelló	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Rubí	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Dosrius	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Sant Cebrià de Vallalta	Centre urbà	Mercat d'abastiment
El Papiol	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Sant Feliu Sasserra	Centre urbà	Mercat d'abastiment
El Pont de Vilomara i Rocafort	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Sant Fruitós de Bages	Torruella de Baix	Mercat d'abastiment
EMD Valldoreix	Plaça de l'Església	Mercat d'abastiment	Sant Julià de Vilatorrada	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Gurb	Centre urbà	Mercat d'abastiment	Sant Llorenç d'Hortons	Centre urbà	Mercat d'abastiment

# Mercats per tipologia

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Sant Llorenç Savall	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Sant Pere de Torelló	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Sant Pere de Vilamajor	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Sant Pol de Mar	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Sant Salvador de Guardiola	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Sant Vicenç de Torelló	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Santa Coloma de Cervelló	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Santa Eugènia de Berga	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Santa Perpètua de Mogoda	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Santpedor	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Seva	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Tiana	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Tordera	Sant Pere	Mercat d'abastiment
Tordera	Centre urbà	Mercat d'abastiment

Municipi	Emplaçament	Tipologia
Torrelles de Foix	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Vallbona d'Anoia	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Vallgorguina	Centre urbà	Mercat d'abastiment
Vilassar de Dalt	Centre urbà	Mercat d'abastiment



**Diputació  
Barcelona**