

Guia de suport a la

dinamització dels mercats setmanals

Presentació

Presentam la ***Guia de suport a la dinamització dels mercats setmanals***. Un recurs impulsat per l'àrea de Promoció Econòmica del Consell Insular de Mallorca, posat a disposició de les administracions locals i entitats de Mallorca que vulguin incentivar la promoció i l'enfortiment dels mercats setmanals del seu municipi o territori.

La guia constitueix una eina informativa pensada per exposar tots els aspectes necessaris per impulsar un pla de dinamització d'un o diversos mercats setmanals d'una manera clara i pràctica. Una eina per ajudar a analitzar, planificar i promocionar un espai comercial tan important com són els mercats setmanals a Mallorca.

Es pretén, així, que la persona lectora tengui en aquest document una referència informativa que inclogui tant les eines com les passes necessàries per a la definició d'un pla, així com informació de context sobre el món dels mercats setmanals i l'existència de bones pràctiques aplicades en aquesta matèria que facilitin la tasca de planificació i dinamització.

Els diferents apartats en què s'estructura la guia incorporen tot un seguit de recursos per a la comprensió i l'aprenentatge:

- Conceptes bàsics i definicions que descriuen els principals elements que convé tenir en compte en l'impuls dels mercats setmanals.
- Exemples per a la reflexió que complementen l'exposició teòrica dels conceptes i en faciliten la comprensió i l'aplicabilitat.
- Apartats de reflexió que convidin el lector a aplicar els coneixements adquirits al seu context concret.
- Un apartat final amb les principals conclusions i aprenentatges que incorpora la guia.

Aquesta guia ha estat elaborada per l'empresa FOCALIZZA, consultoria especialitzada en comerç urbà i desenvolupament local (www.focalizza.com), que l'ha elaborada durant els mesos de març a maig de 2026. L'equip tècnic de l'empresa encarregat de la redacció ha estat format per Núria Armengol i Oriol Cesena.



Presentació



Pilar Amate

**Consellera de Promoció
Econòmica i Desenvolupament
Local del Consell de Mallorca**

Els mercats setmanals són una part essencial de la vida dels municipis de Mallorca. Són espais de compra, però també de trobada, conversa, convivència i relació entre les persones. Representen un dels contactes més directes amb el nostre comerç de proximitat i continuen aportant activitat, dinamisme i identitat als carrers i places dels nostres pobles i ciutats.

Anar al mercat és, per a moltes persones, una tradició que forma part de la vida quotidiana. És l'oportunitat de trobar producte fresc, artesanía, comerç divers i, especialment, productes de Mallorca; però també és una experiència social que contribueix a fer poble, a donar vida a l'espai públic i a reforçar els vincles entre paradistes, comerciants, productors, residents i visitants.

Amb aquesta visió, al Departament de Promoció Econòmica i Desenvolupament Local del Consell de Mallorca hem impulsat aquesta *Guia de suport a la dinamització dels mercats setmanals*, concebuda com una eina pràctica perquè els ajuntaments puguin planificar, millorar, modernitzar i projectar els seus mercats d'acord amb les necessitats actuals.

Aquesta iniciativa és el resultat del treball conjunt amb els regidors i regidores de comerç i de promoció econòmica dels ajuntaments de Mallorca, en el marc del Consell Assessor de Producte i Comerç de Mallorca (CAPICMA). Vull agrair la seva implicació i aportació, perquè són els municipis els qui coneixen millor les característiques, les oportunitats i les necessitats dels seus mercats. Compartir experiències i establir estratègies comunes és fonamental per avançar cap a models de mercat més atractius, competitius i adaptats als nous hàbits de consum.

Els mercats setmanals tenen una funció econòmica i comercial important, ja que generen activitat i poden complementar el comerç sedentari del municipi. Però també compleixen una funció social, perquè fan de l'espai públic un lloc més viu, més accessible i més proper. Per això, la seva planificació ha de tenir en compte elements com la ubicació, l'oferta comercial, la distribució de les parades, la qualitat de la imatge, els serveis a la clientela, la comunicació i la integració amb la resta de l'activitat comercial, cultural i turística del municipi.

A més, els mercats han de ser espais privilegiats per donar protagonisme al producte local i de temporada, a l'artesanía i al consum responsable. Promoure la compra de proximitat als mercats és donar suport als nostres productors i comerciants, reduir distàncies entre qui produeix i qui consumeix, i reforçar una economia més vinculada al territori.

Al Consell de Mallorca volem acompanyar els ajuntaments en aquest procés i reivindicar els mercats com a instruments de promoció econòmica i desenvolupament local. La nostra tasca com a departament és coordinar, aportar recursos i facilitar l'intercanvi de coneixement, perquè cada municipi pugui impulsar un mercat amb personalitat pròpia, integrat en la seva realitat i preparat per afrontar els reptes del futur.

Estic segura que aquesta guia serà una eina útil per continuar fent dels mercats setmanals espais més vius, ordenats, atractius i sostenibles; espais que reforcin el comerç de proximitat, donin visibilitat al producte de Mallorca i contribueixin a construir municipis amb més activitat, cohesió i oportunitats.

Índex

1	Què és un mercat de venda no sedentària i per què és important a Mallorca?	6
2	Quin paper hi poden tenir els ajuntaments mallorquins?	8
3	Com planificar un mercat setmanal?	9
4	Com dinamitzar el mercat i generar atractiu?	19
5	Com donar a conèixer i promoure els mercats?	20
6	Com fomentar la sostenibilitat i el consum responsable?	22
7	Temps d'aprenentatge	26
8	Quadre resum	30

Eines per dinamitzar els mercats

Recull d'instruments per conèixer la realitat dels mercats setmanals i punts clau que s'han de conèixer per dinamitzar-los

1. Què és un mercat de venda no sedentària i per què és important a Mallorca?

En aquest primer apartat, introduïrem el concepte de *mercats de venda no sedentària* o *mercats setmanals*, així com les principals funcions que desenvolupen en l'espai comercial urbà. Veurem també com aquest format comercial pot contribuir a dinamitzar l'activitat comercial urbana dels municipis mallorquins.

Els mercats setmanals o de venda no sedentària són formats comercials que es desenvolupen en un espai obert delimitat, un o més dies a la setmana. També es coneixen amb el nom de *mercat de marxants* i és un dels formats amb una llarga tradició als municipis.

Els mercats són, sens dubte, un motor no només econòmic i comercial, sinó també cívic i social, de manera que la seva funció en un municipi resulta essencial.

En el cas de Mallorca, els mercats setmanals ja fa molts d'anys que desenvolupen una activitat intensa.

D'aquesta manera... quines funcions té un **mercat setmanal?**

Funció social

Funció de millora de l'espai comercial urbà

Funció econòmica

Funció comercial

1. Què és un mercat de venda no sedentària i per què és important a Mallorca?

Funció social

Els mercats tenen una funció social, ja que contribueixen a vertebrar els municipis. Els mercats es fan en espais públics i faciliten les relacions socials, per la qual cosa esdevenen espais de trobada. De la mateixa manera, els mercats contribueixen a mantenir les tradicions i vivències antigues dels municipis, pobles i viles.

En molts casos, la ubicació dels mercats contribueix a millorar la continuïtat comercial del municipi, una major concentració comercial o una millor connectivitat comercial entre barris o zones comercials. Els mercats, per tant, també poden contribuir a millorar els espais urbans.

Funció de millora de l'espai comercial urbà

Funció econòmica

Els mercats també tenen una funció important sobre l'activitat econòmica. La seva fortalesa pot contribuir a millorar el dinamisme de les ciutats i municipis, generar vendes creuades amb el comerç sedentari i promoure, d'aquesta manera, més ocupació, un increment de la riquesa, etc.

Els mercats també poden contribuir a generar un enfortiment de les estructures comercials dels municipis. Un combinació òptima de botigues als mercats ajudarà a millorar la satisfacció dels usuaris i permetrà un millor assortiment en les seves compres setmanals.

Funció comercial

2. Quin paper hi poden tenir els ajuntaments?

Un cop vist què són i les funcions dels mercats setmanals, repassarem ara quines han de ser les tasques que els ajuntaments han de desenvolupar per crear o remodelar un mercat setmanal. Per això, és essencial tenir en compte quatre accions clau:

ANÀLISI

És clau conèixer bé la situació comercial del municipi per definir un model de mercat òptim. Aquest fet passa per fer una investigació que permeti detectar allò que s'ofereix actualment i les demandes dels consumidors.

PLANIFICACIÓ

La planificació, derivada de l'anàlisi prèvia, és essencial per poder definir el full de ruta a seguir, així com uns objectius tant a curt com a llarg termini enfocats al mercat que es vulgui impulsar.

REGULACIÓ

És essencial que tot mercat disposi d'una ordenança comercial que el reguli i vetli pel seu manteniment. De la mateixa manera, s'ha de conèixer tota la normativa que l'afecta de forma directa.

SINERGIES

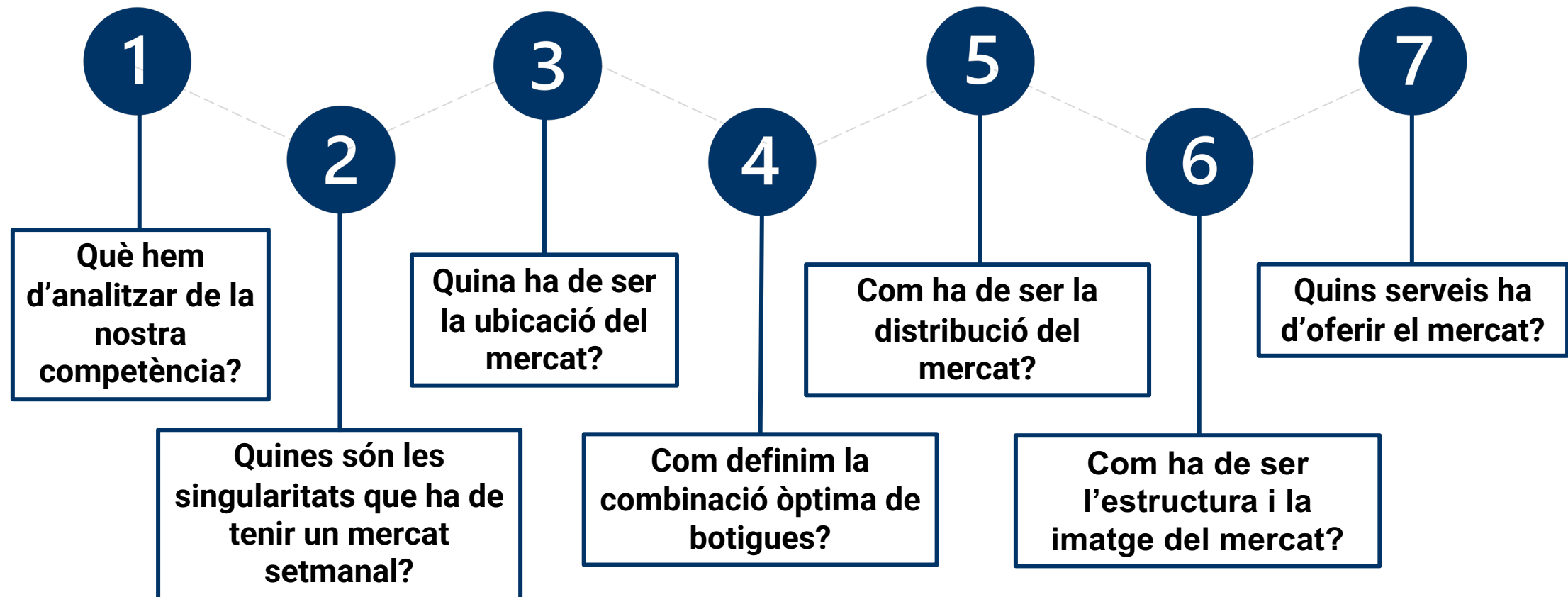
Els mercats setmanals no només són un format comercial, sinó que són espais integrats en la vida social i comunitària dels municipis. Tenir això en compte serà clau per cercar activitats que vagin més enllà del comerç tradicional.

En síntesi, les paraules clau a tenir en compte per disposar d'un model de mercat més competitiu són:

consens
socialització
lúdic
singularitat
proximitat
imatge
identitat
competitivitat
cultura
transversalitat

3. Com planificar un mercat setmanal?

Ara ja ha arribat el moment de veure quins seran els aspectes essencials que s'han de prendre en consideració a l'hora de crear, revisar i gestionar un mercat setmanal:



3. Com planificar un mercat setmanal?

1

Què hem d'analitzar de la nostra competència?

- A l'hora d'analitzar o revisar la situació actual d'un mercat setmanal o de proposar que se'n creï un, és interessant tenir en compte els mercats de l'entorn més immediat del municipi per no crear formats comercials totalment similars i oferir una proposta de valor diferenciada. Els aspectes bàsics que convé tenir en compte són els següents:



Identificar els diferents mercats setmanals dels municipis més pròxims al nostre per minimitzar la possible competència.



Recopilar informació sobre els dies de la setmana i horaris en què es duen a terme, i quines són les característiques principals de cadascun d'aquests mercats.



Fer un reconeixement visual dels diferents mercats i dels elements diferencials que els són propis (combinació òptima de botigues, distribució, imatge de les parades, accessibilitat...).

Per tenir en compte!

Municipi	Nom del mercat setmanal	Nombre de parades	Dia	Presència a xarxes?	Geolocalització actualitzada?	Horari
Hostalets de Balenyà	Mercat setmanal d'Hostalets de Balenyà	Menys de 20	3	Sí	No	8.00-13.00
Sant Martí de Centelles	Mercat de l'Abella	Menys de 20	5	No	No	9.00-14.00
Aiguafreda	Mercat setmanal d'Aiguafreda	Menys de 20	3	No	Sí	8.00-14.00
Tona	Mercat setmanal de Tona	23 parades	7	No	Sí	9.00-13.00

Una manera de sintetitzar la informació que s'obté de l'existència d'altres mercats és amb una taula, en la qual es pot posar tanta informació com es consideri (ubicació del mercat, dia d'obertura, nombre de parades, si disposa o no de xarxes socials, tipologia de mercat en cas que en tenguí, etc.).

3. Com planificar un mercat setmanal?

2

Quines són les singularitats que ha de tenir un mercat setmanal?



Per crear o modernitzar un mercat setmanal, és interessant conèixer de primera mà les singularitats que presenta el municipi. Aquestes singularitats faran referència a aspectes concrets de la vida quotidiana que moltes vegades poden passar per alt, però que, treballades de manera correcta, poden aportar un elevat grau de diferenciació. Alguns dels camps per analitzar són els següents:

Les singularitats comercials

Aspectes com el **producte local** o l'**artesanía** poden ser elements a tenir en compte en la definició de l'oferta d'un mercat setmanal, ja que **poden atreure l'interès de potencials consumidors** i, per tant, **usuaris**.

Què hem de tenir en compte?

Oferir una combinació òptima de botigues és essencial. Per fer-ho, caldrà conèixer les necessitats dels consumidors i prendre en consideració l'oferta del teixit comercial sedentari del municipi.

Les singularitats culturals

La identitat de cada territori o municipi es defineix a partir d'una multitud de trets i manifestacions **culturals i artístiques** que el caracteritzen. Aquests aspectes són susceptibles de ser utilitzats per **complementar l'oferta del mercat** amb activitats per diversos públics.

Què hem de tenir en compte?

El mercat setmanal pot ser un espai per explotar la identitat d'un municipi, organitzant activitats de caire cultural, com podrien ser tallers, concerts o esdeveniments de cultura popular, entre d'altres.

3. Com planificar un mercat setmanal?

3

Quina ha de ser la ubicació del mercat?



La ubicació d'un mercat pot condicionar l'èxit comercial del format i pot contribuir a un millor desenvolupament de la trama comercial urbana de qualsevol municipi. Per aquest motiu, a l'hora d'analitzar la ubicació actual o futura d'un mercat ens cal conèixer els aspectes següents:

Ubicació actual del mercat

Sempre ens cal conèixer el motiu pel qual el mercat es troba a la ubicació actual. Conèixer aquest aspecte ens pot permetre determinar fins a quin punt la ubicació és bona o no.

Proximitat entre el mercat i el comerç

S'ha de tenir en compte la proximitat i complementarietat del mercat amb el comerç sedentari del municipi. El mercat ha d'ampliar i consolidar l'espai comercial urbà. Si no és així, la manca de circulació comercial pot dificultar l'èxit del mercat.

Històric d'ubicacions

En alguns casos, els mercats setmanals han estat situats en altres espais urbans del municipi. Conèixer quins han estat aquests espais així com els motius de canvi, ens ajudarà a definir la viabilitat o no de futures ubicacions del mercat setmanal.

Connexió amb altres equipaments

És important dibuixar la ubicació del mercat en relació amb espais tan importants com escoles, serveis públics, museus, oficina de turisme, etc. En la mesura que el mercat s'ubiqui en un espai amb vida, vibrant i dinàmic, la dinàmica comercial serà molt més òptima.

**Identificació de la
ubicació òptima per al
mercado setmanal**

3. Com planificar un mercat setmanal?

4

Com definim la combinació òptima de botigues?



L'anàlisi de l'oferta dels mercats ha de permetre tenir un major coneixement de les dinàmiques que s'hi generen. Alguns dels aspectes que convé tenir en compte són els següents:

Sectors comercials presents al mercat

L'anàlisi de l'oferta comercial se centra en la revisió dels sectors comercials que són presents o no al mercat. En cas que hi hagi un gran predomini d'algun dels sectors comercials, és possible fer una regulació de la combinació òptima de botigues establint un percentatge objectiu màxim d'oferta d'un mateix tipus de producte. En el moment d'aprovar la norma, no es podrà eliminar l'excés d'oferta, però sí que es podrà gestionar l'adjudicació d'espais vacants i limitar així l'entrada de més parades competidores.

Productes amb valor afegit

És interessant conèixer els productes que s'ofereixen al mercat i identificar si algun d'ells presenta certes característiques que aportin un cert valor afegit. Aquesta informació pot ser rellevant per als consumidors, de manera que es considera necessari poder informar-los de la presència o no d'aquests productes més especials (productes de km 0, ecològics, de temporada, etc.)

Per saber-ne més...

Realització d'un cens comercial

Un cens comercial del municipi pot ser una eina per analitzar oportunitats d'incloure productes nous al mercat davant l'absència o la baixa oferta al municipi. En cas contrari, conèixer la tipologia dels establiments comercials del municipi també pot servir per evitar introduir parades que puguin generar més duplicitats.

3. Com planificar un mercat setmanal?

4

Com definim la combinació òptima de botigues?

Quins són alguns dels productes que formen la combinació òptima de botigues dels mercats setmanals?

Alimentació

Inclou productes com ara fruites i verdures, embotits, conserves, dolços, queviures, formatges... També és freqüent la presència de parades de xurros o de plats preparats, com pollastres a l'ast.

Equipament de la llar

Inclou productes vinculats sobretot al tèxtil de la llar, però també es poden trobar parades amb eines i estris de cuina o articles de decoració.

Tèxtil i moda

Tenen un pes molt gran, sobretot les vinculades a la venda de roba de dona, llenceria i bany, roba d'home i roba infantil. També són presents les parades amb peces de roba interior o teles per a confecció.

Artesania

Molts de mercats han optat per la creació de mercat o d'espais complementaris en els quals l'artesania té un paper destacat.

Equipament de la persona

Inclou productes com calçat, bijuteria, articles de pell, merceria, joieria i rellotgeria, artesania, ortopèdia, béns de segona mà...

Lleure i cultura

Els principals productes d'aquesta categoria són juguetes, articles vinculats al món musical o a l'esport, llibres i papereria, pesca o col·leccionables com segells i monedes.

Salut i cosmètica

Cal destacar l'existència de parades vinculades a la perfumeria i la drogueria, així com articles vinculats a la salut.

Oferta agroalimentària

Darrerament, molts municipis també han inclòs l'oferta de productes agroalimentaris, de proximitat i ecològics com a font de dinamització del mercat.

3. Com planificar un mercat setmanal?

5

Com ha de ser la distribució del mercat?



La distribució de les parades que configuren el mercat té implicacions en l'espai comercial urbà que, a priori, poden passar desapercebudes, però acaben tenint una repercussió elevada. Hem de tenir en compte diferents qüestions:

Distribució segons sectors comercials

Com estan distribuïts els diferents sectors comercials presents en un mercat? Hi ha qui prefereix agrupar les parades per sectors, mentre que altres prefereixen mantenir els punts de venda de la mateixa categoria de productes de forma separada per evitar tensions.

Generació d'un circuit comercial

A l'hora de planificar la distribució de les parades, és important que aquestes configuren un circuit comercial. L'objectiu principal se centra en la generació d'un espai que afavoreixi i faciliti la circulació dels usuaris per l'espai del mercat. És un aspecte que vindrà condicionat per la morfologia urbana i la disponibilitat d'espai públic per instal·lar-hi el mercat i de la quantitat de parades o sectors comercials que s'hi trobin.

Convivència entre comerç urbà i parades

Perquè tots els agents comercials que coincideixen en l'activitat del mercat setmanal en surtin beneficiats, és convenient que tots ells tinguin el mateix grau de visibilitat. En aquest sentit, és imprescindible que la distribució de les parades es configurei tenint en compte la ubicació del comerç urbà.

Discontinuitats per faltes d'assistència

En cas que alguna de les parades del mercat setmanal no pugui assistir-hi una jornada, és possible que es generin buits que contribueixin a rompre la continuïtat comercial. En aquests casos, pot ser útil establir mecanismes de reagrupament, de manera que les parades puguin agrupar-se mantenint un ordre preestablert.

3. Com planificar un mercat setmanal?

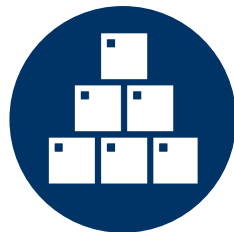
6

Com ha de ser l'estructura i la imatge del mercat?



La imatge comercial d'un mercat setmanal ve determinada per una gran diversitat de factors tant interns com externs, però un dels que juga un paper més important és la imatge de les parades i les seves estructures. A continuació, s'exposen els aspectes que més contribueixen a mantenir aquesta bona imatge:

Material de les estructures



Sovint, les estructures de les parades dels mercats de venda no sedentària no s'entenen com un element clau en la imatge, tot i que són un dels primers elements que es detecten a primera vista. En aquest sentit, la homogeneïtat en el material i els colors de les estructures de les parades juga un paper clau en la imatge del mercat.

Higiene i ordre de la parada

Les condicions higièniques i l'ordre en la col·locació dels productes dins la parada són elements de gran rellevància, ja que demostren professionalitat i cura del producte per part del paradista. Cal fer menció especial a la tendència de col·locar elements a terra, ja siguin els productes mateixos (sobretot quan són productes alimentaris que necessiten un tractament més acurat per qüestions de sanitat) o residus i caixes derivats de l'activitat comercial.



Tendals i faldons



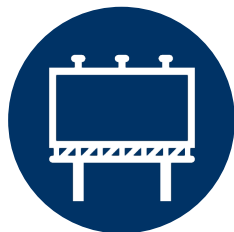
Un altre dels elements més rellevants de les parades són els tendals i els faldons que cobreixen i decoren les estructures. L'homogeneïtzació d'aquests elements o l'establiment d'un codi de colors segons el sector comercial de la parada és una actuació que pot contribuir a millorar la imatge percebuda del mercat.

3. Com planificar un mercat setmanal?

6

Com ha de ser l'estructura i la imatge del mercat?

La cartelleria



Una vegada que el consumidor ha rebut una primera impressió de la parada i s'hi ha situat davant, el següent element que entra en joc és la informació respecte a l'oferta. En aquest sentit, oferir informació rellevant a partir del disseny d'una cartelleria atractiva pot contribuir a augmentar l'interès del potencial consumidor.

Visibilitat dels preus

De la mateixa manera que el fet de tenir una cartelleria atractiva pot contribuir a millorar les vendes de la parada, la visibilitat i l'homogeneïtzació del grafisme dels preus és un factor que contribueix a generar una percepció de certa qualitat en la gestió i en la comercialització per part del paradista.



Sistemes de cobrament acceptats



Per acabar, una vegada que el client ha decidit què vol comprar, oferir diferents sistemes de pagament ofereix més versatilitat al consumidor. Tenint en compte l'avenç de les noves tecnologies i el paper que juguen en les nostres vides, és recomanable que, en la mesura que sigui possible, s'ofereixin diferents opcions de pagament.

3. Com planificar un mercat setmanal?

7

Quins serveis ha d'oferir el mercat?



Més enllà de la funció comercial, els mercats són llocs on la gent cerca passar el temps relacionant-se amb altres persones, trobar-se amb els veïnats, accedir als serveis i, en definitiva, formar part de la vida diària del municipi. En aquest sentit, la programació, el disseny i la disponibilitat de serveis dins el mercat poden suposar moltes oportunitats perquè els visitants puguin gaudir, a més de comprar, menjar i seure. Tot seguit, se'n descriuen uns quants:



Servei de consigna i domicili

Hi ha determinats mercats que, pel seu volum, poden oferir un servei de consigna i, fins i tot, de servei a domicili com a mecanisme de suport al consumidor.



Lavabos mòbils

Els mercats poden oferir serveis que facin còmoda la compra. Els serveis de lavabos públics en són un bon exemple.



Serveis lúdics

Els mercats setmanals han d'actuar com a espais socials, comercials i lúdics. És important que els que es fan en cap de setmana incorporin activitats com actuacions, jocs o tallers, per incentivar els consumidors a voler-hi tornar.



Servei d'informació comercial

El mercat pot disposar d'un espai per informar del que s'hi pot comprar. Aquest servei se sol utilitzar en mercats setmanals amb un cert volum de parades.

4. Com dinamitzar el mercat i generar atractiu?

Més enllà de la planificació del mercat de venda no sedentària, és necessari que s'aposti per la dinamització. Aquest concepte, molt estès en el món del comerç, s'utilitza sobretot a l'hora de plantejar actuacions concretes per fer front a l'alta competitivitat del sector.

Però, abans de parlar d'actuacions concretes que poden contribuir a dinamitzar els mercats, cal parlar de dos elements determinants:

Objectiu

A l'hora de dissenyar actuacions per dinamitzar els mercats, és molt important definir quin és l'objectiu que volem assolir. Per facilitar aquesta tasca, cal analitzar la situació actual i tenir clara quina és la situació a la qual es vol arribar i quin és el procés per fer-ho.

Planificació i coordinació

La presa de decisions s'ha de fer de manera conjunta entre els diferents agents o actors del mercat i sempre tenint en compte el perfil del consumidor.

A continuació exposarem alguns exemples de mesures de dinamització comercial dels mercats de venda no sedentària:

- **Habilitació d'espais** gastronòmics, musicals, culturals, educatius o expositius per donar a l'acte de compra un format més lúdic i experiencial.
- **Organització de campanyes comercials** que motivin l'acte de comprar amb eslògans que incentivin la compra al mercat mateix.
- **Inclusió del mercat** i de les accions de dinamització en **possibles itineraris** o rutes turístiques del municipi.
- Organització de **mercats temàtics** amb degustació de productes, mercats de nit, mercats de música en viu...
- **Creació d'una imatge amb el nom i la marca del mercat**, tot complint amb els conceptes del disseny gràfic a partir, per exemple, de les singularitats del municipi, juntament amb la creació d'un eslògan vinculat al mercat.
- **Elaboració de marxandatge i cartelleria** que faci visible el mercat per a les persones que hi compren i per a les que viuen al municipi o el visiten.
- **Senyalització comercial** del mercat amb indicació expressa de l'oferta comercial que s'hi pot trobar.

5. Com donar a conèixer i promoure els mercats?

Donar a conèixer i difondre els mercats de venda no sedentària són aspectes molt importants per a la projecció d'aquest format comercial. Per això, cal estructurar la informació partint de tres àmbits: la visibilitat del mercat, la construcció del relat comercial i la promoció i incentivació de la compra.

1. Visibilitat del mercat

La visibilitat és el primer element a tenir en compte en la comunicació i difusió d'un mercat. En general, qualsevol municipi ha de disposar dels canals adequats per donar a conèixer el mercat i informar de les seves característiques més importants: dia, horari, lloc, oferta comercial i de serveis...

En aquest àmbit, l'objectiu principal és garantir que els consumidors puguin disposar de tota la informació relativa al mercat.

Canals de comunicació:



- Web descriptiu amb informació actualitzada relativa a l'oferta, els serveis i els horaris.
- Panells informatius al mateix mercat setmanal.
- Geolocalització (Google Maps o equivalents).

2. Relat comercial del mercat

Un cop el mercat és visible, cal treballar el següent nivell: explicar per què val la pena anar-hi.

En aquest cas, el canal clau són les xarxes socials, ja que permeten generar contingut de forma àgil, visual i pròxima.

A través de les xarxes, s'han de comunicar els atributs del mercat: presència de producte local i de temporada, varietat de l'oferta (alimentació, moda, complements, lleure...), singularitat dels productes, relació directa amb els paradistes...

Canals de comunicació:



Les xarxes socials són la millor eina per realçar el relat comercial d'un mercat, ja que, entre d'altres, permeten crear continguts vius i dinàmics relatius a publicacions de producte, recomanacions i idees de compra...

Coneixes...



**Mercat
d'El Rastro**

El mercat d'El Rastro, a Madrid, és un dels mercats setmanals més coneguts i grans de l'estat, dedicat principalment a la venda de productes de segona mà i antiguitats. Aquest mercat destaca també per la seva presència a xarxes: amb quasi 10.000 seguidors al compte d'[Instagram](#), el mercat penja vídeos i imatges sobre el que ofereix i informació d'interès com recomanacions culinàries. A més, també disposen de *newsletter* pròpia.

5. Com donar a conèixer i promoure els mercats?

3. Promoció i incentivació de la compra

Finalment, la promoció té com a objectiu generar activitat i incrementar l'afluència al mercat.

En aquest àmbit, la clau no són tant els canals com les accions. La promoció es pot dur a terme a través d'activitats lúdiques, cíviques i socials que reforcin el paper del mercat com a espai viu, però també mitjançant activitats que impulsin i reforcin el passeig pel mercat i pels voltants.

Aquestes accions poden incloure:



- Activitats familiars.
- Activitats musicals.
- Activitats proposades per entitats cíviques del municipi que generen motius addicionals per visitar el mercat.

Coneixes...



Mapa dels mercats de venda no sedentària

El Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya ha impulsat l'espai web elsmercats.cat, amb un mapa on es poden veure tots els mercats setmanals que hi ha al territori. A més, s'hi inclou informació com el dia que es fa, l'horari, els serveis o els sectors comercials que hi són presents.

Coneixes...



El mercat setmanal de Martí l'Humà

A Terrassa, cada dimecres es fa el [mercat setmanal de Martí l'Humà](#), un dels més grans de Catalunya, amb més de 200 parades. Una gran oferta i un bon desplegament fan que el mercat vagi més enllà d'un espai de compravenda de productes i esdevengui un lloc de convivència de la població de la ciutat i de municipis d'arreu, on veïns i amics es troben per comprar producte de proximitat.

6. Com fomentar la sostenibilitat i el consum responsable?

El consum responsable és, sens dubte, un dels elements que més cal tractar. És en aquest context que els mercats setmanals s'han d'erigir com a referents d'aquest canvi de pensament.

En aquest sentit, cal que els ens locals promoguin que la població local consumeixi als mercats setmanals com a estratègia clau per reforçar el teixit comercial i social del municipi. Els mercats no només cobreixen necessitats bàsiques de compra, sinó que tenen un paper fonamental en la creació d'espais comercials més dinàmics, vius i cohesionats.

Així, els mercats setmanals esdevenen una peça de referència dins les polítiques de promoció econòmica local, ja que afavoreixen la connexió directa entre productors, comerciants i ciutadania, i generen valor econòmic, social i identitari al municipi.

Més enllà de garantir una oferta comercial adequada, és necessari impulsar el consum local a través d'actuacions actives de dinamització, campanyes de sensibilització i accions de comunicació que reforcin el missatge del valor del producte de proximitat, la sostenibilitat i el consum responsable. Així mateix, és fonamental vincular el mercat amb la identitat del poble, fet que el transforma en un espai no només de compra, sinó també lúdic, social i comunitari.

En aquest sentit, les actuacions per fomentar el consum local i responsable es poden estructurar en tres grans àmbits:



Conscienciació i sensibilització

Dinamització de l'espai comercial i social del mercat

Promoció del mercat com a espai sostenible

6. Com fomentar la sostenibilitat i el consum responsable?



Conscienciació i sensibilització

Aquest bloc inclou accions orientades a generar consciència sobre la importància del consum local i de proximitat, així com sobre l'impacte econòmic, social i ambiental de les decisions de compra.

Algunes actuacions destacades poden ser:

- Campanyes de comunicació i sensibilització sobre el valor dels mercats setmanals mallorquins.
- Campanyes sensibilitzadores sobre els beneficis del consum de proximitat, d'artesanía, de producte local....
- Programes educatius adreçats a les escoles del municipi per treballar els valors del consum responsable i promoure la implicació dels col·lectius més joves.
- Mesures que incentivin la comunicació amb els operadors del mercat, per fer-los partícips del valor i de la importància del mercat com a format de compra de proximitat.



Dinamització de l'espai comercial i social

Aquest segon àmbit té com a objectiu convertir el mercat en un espai viu, atractiu i experiencial, més enllà de la seva funció estrictament comercial. Es tracta d'implicar el teixit associatiu i cultural del municipi per generar activitat al voltant del mercat.

Algunes actuacions poden ser:

- Programació d'activitats culturals i artístiques pròpies del municipi a l'espai del mercat.
- Participació d'entitats socials, culturals i cíviques en exposicions al voltant de l'espai comercial del mercat.
- Organització d'activitats familiars, tallers i propostes lúdiques vinculades al consum responsable.
- Accions de dinamització de l'entorn immediat del mercat (places i carrers adjacents) per ampliar l'atractivitat de l'espai comercial que faci partícip el comerç de proximitat.

Coneixes...



Els premis de Comerç

A Catalunya, el Consorci de Comerç, Artesania i Moda convoca cada any els Premis de Comerç, que cerquen reconèixer la tasca del sector. Els mercats setmanals també poden presentar candidatures a les diferents categories, per tant, són un instrument que permet reconèixer la contribució d'aquesta modalitat comercial al desenvolupament econòmic i social del territori. A més, disposen d'una categoria específica per premiar aquells mercats que tenen una trajectòria històrica llarga.

6. Com fomentar la sostenibilitat i el consum responsable?



Promoció del mercat com a espai sostenible

Aquest tercer bloc té com a finalitat posicionar els mercats setmanals com a agents actius en la transició cap a models de consum més sostenibles i responsables. El mercat esdevé així un espai exemplificador de bones pràctiques ambientals i de canvi de mentalitat ciutadana.

Algunes actuacions en aquest àmbit poden ser:

- Campanyes de reducció de residus i foment de l'ús d'envasos reutilitzables.
- Incentivació de l'ús de bosses reutilitzables i elements de transport sostenibles.
- Activitats divulgatives sobre alimentació sostenible, producte de temporada i circuit curt de comercialització.

Coneixes...



El mercat setmanal de Balaguer

Amb més de 800 anys d'història, el mercat setmanal de Balaguer és un model de referència dins el territori català. Ubicat a la plaça del Mercadal, disposa de més de 130 parades i és, sens dubte, un dels signes de dinamisme i vitalitat del municipi.

Coneixes...



El mercat de pagès del Prat

Arreu de Catalunya cada setmana es fan mercats de pagès on trobar collita pròpia dels camps de la zona. Un d'aquests és el del Prat del Llobregat, que destaca per oferir productes frescs amb el segell de qualitat del parc agrari del Baix Llobregat.



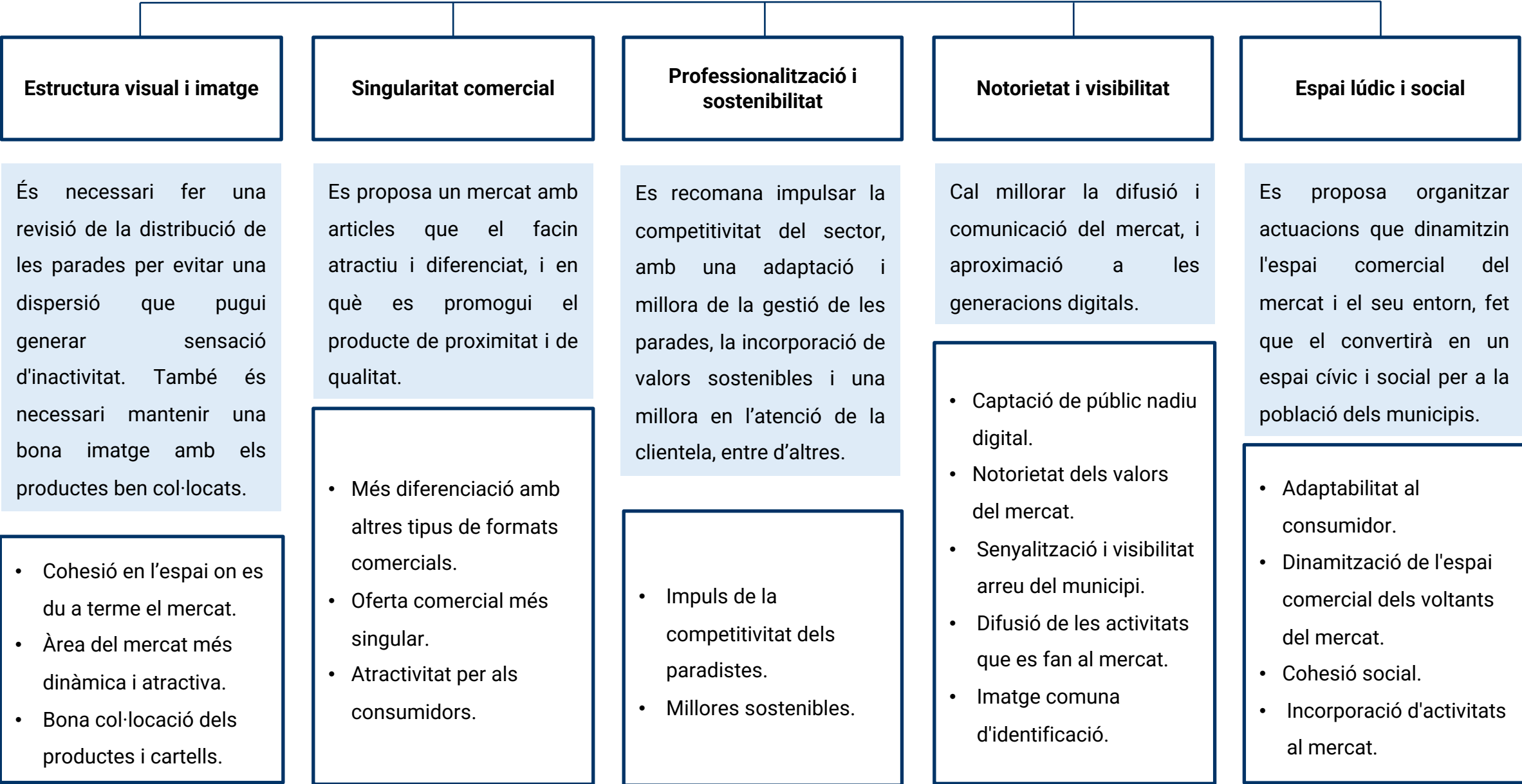
Temps d'aprenentatge

Repàs d'alguns dels conceptes de la guia i resum final amb les conclusions principals

6. Temps d'aprenentatge

Hi ha molts d'aspectes que s'han de tenir en compte perquè el nostre mercat setmanal estigui adaptat a les necessitats dels consumidors del segle XXI. A continuació trobareu alguns vectors que cal tenir en consideració:

Factors
clau d'èxit



6. Temps d'aprenentatge

Un cop acabada la lectura de la guia i abans de prendre mesures per crear o millorar el mercat setmanal del vostre municipi, és important que cerqueu donar resposta a les preguntes següents:

1	Per què és important que promoguem un mercat setmanal per al nostre municipi?	▪ Hem vist que els mercats setmanals, més enllà d'una funció comercial i econòmica d'intercanvi de béns i serveis, són un element essencial de la vida social i milloren l'espai urbà.
2	Què és necessari que tenguim en compte un ajuntament abans d'impulsar un mercat setmanal?	▪ Analitzar i conèixer la situació comercial del municipi, planificar quines accions es voldran fer per millorar o crear el mercat, tenir en compte la regulació que l'afecta i conèixer i impulsar sinergies amb d'altres sectors són aspectes claus que s'han de tenir en compte.
3	Per què és important analitzar la competència que pot tenir el nostre mercat setmanal?	▪ Saber els dies de la setmana en què hi ha mercat als municipis pròxims, així com els seus elements diferencials i la combinació òptima de botigues pot ser útil per saber en quins aspectes el nostre mercat es diferencia de la competència.
4	Què ens aporta conèixer les singularitats del nostre municipi?	▪ El patrimoni, la història, cultura o geografia del nostre municipi poden servir com atributs a tenir en compte a l'hora de crear o millorar el mercat setmanal i fer-lo més arrelat a les necessitats de la població.

6. Temps d'aprenentatge

5	Què cal tenir en compte a l'hora de triar el lloc per ubicar el mercat setmanal?	▪ Conèixer la combinació comercial sedentària pròxima al mercat, així com els equipaments i les característiques de la població que l'envoltaria són elements importants que convé tenir en compte.
6	De quina manera hem de definir la nostra combinació òptima de botigues?	▪ Hem de fer una anàlisi de l'oferta comercial existent al mercat o al municipi, així com estudiar quina oferta hi manca i incorporar, si es considera convenient, articles amb valor afegit.
7	Quina tipologia de productes hi pot haver en un mercat setmanal?	▪ Alimentació, equipament de la llar i de la persona, productes de proximitat i artesania, així com d'altres vinculats a la salut o la cultura són tipologies de productes que es poden trobar en un mercat setmanal, a les quals es pot sumar una oferta d'oci.
8	Què hem de tenir en compte a l'hora de dissenyar la distribució del mercat setmanal?	▪ Decidir si agrupar o no les parades per sectors, generar un circuit comercial còmode per al consumidor i que incentivi la compra, així com evitar els buits comercials són aspectes que s'han de prendre en consideració.
9	Com podem mantenir un mercat amb bona imatge?	▪ Tenir cura dels tendals, faldons i estructures de les parades, mantenir la higiene i l'ordre a la zona comercial i comptar amb una cartelleria atractiva són alguns dels aspectes essencials per mantenir una bona imatge.

6. Temps d'aprenentatge

10	Per què és important que el mercat ofereixi serveis?	▪ L'existència de lavabos mòbils o d'un punt d'informació poden millorar i fer més fàcil l'experiència de compra. A més a més, la incorporació d'activitats lúdiques pot atreure públic nou.
11	De quina manera podem dinamitzar el mercat setmanal?	▪ Disposar d'una imatge unificada del mercat, crear esdeveniments lúdics, fer campanyes i promocions, així com ser presents a xarxes socials serien algunes de les accions que es podrien dur a terme per promoure el mercat setmanal.
12	Com podem fer el mercat setmanal més visible?	▪ Actualment és clau promoure la visibilitat en espais digitals. La creació d'una fitxa de geolocalització o d'un espai dins el web de l'ajuntament dedicat al mercat són dues accions senzilles i efectives.
13	Què poden aportar les activitats lúdiques a un mercat setmanal?	▪ Que els mercats siguin espais de convivència social fa que la realització d'activitats pugui atreure més població i incentivar la compra.
14	Què fan els mercats setmanals per promoure la sostenibilitat?	▪ Els mercats setmanals són espais on es poden desplegar pràctiques sostenibles i promoure el consum responsable, a partir de campanyes de reduccions de residus, bosses reutilitzables...

7. Quadre resum

Finalment i com a resum, un cop visualitzat tot allò que cal tenir en compte per impulsar la creació o millora d'un mercat setmanal per al nostre municipi, reproduïm uns quadres en què podreu veure cap on tendeix el model de mercat setmanal amb vista al futur. En quin punt es troba el vostre municipi?

Context **actual** dels mercats setmanals

Enfocament a la venda de tot tipus de productes i amb poques activitats de dinamització.
Una imatge més aviat poc atractiva i sense elements diferenciadors.
Falta d'elements de diferenciació des de l'òptica del consumidor.
Una àmplia oferta de productes, tot i que amb una presència menor de producte de proximitat i del territori.
Poca uniformitat en la imatge de les parades, fet que no permet crear un relat propi i impedeix, de vegades, fer-hi un passeig agradable.
Un mercat que no aplica mesures per promoure el consum responsable ni prou pràctiques sostenibles.



Una nova visió de futur per als mercats setmanals

Un concepte nou de mercat que vagi més enllà de la venda de producte i que esdevengui un dels motors de la promoció econòmica, turística i comercial del municipi.
Un mercat amb una imatge molt singular que actuï com a tret diferencial en relació amb altres mercats.
Un mercat enfocat clarament al consumidor i als diferents col·lectius de visitants del mercat.
Un mercat que fomenti el producte de proximitat i que, pet tant, sigui sensible a la promoció de l'economia local .
Una imatge unificada i amb una marca pròpia que permeti identificar fàcilment el que vol transmetre el mercat.
Un mercat amb presència del producte de proximitat , on es faci divulgació i s'apliquin mesures de reducció residus i pràctiques sostenibles.

7. Quadre resum

Context **actual** dels mercats setmanals

Manca d'activitats lúdiques que facin més amena la compra i el passeig.
Espais poc integrats en el patrimoni arquitectònic dels municipis.
Falta de circuits de compra clarament definits.
Un mercat poc orientat a promoure la venda entre els turistes o possibles visitants.
Manca de serveis per als clients i per als paradistes, fet que afecta l'experiència de compra.
Manca d'anàlisi de la competència i de possibles parades que la població demana i que cobririen necessitats de compra.



Una nova visió de futur pels mercats setmanals

Un mercat orientat a convertir-se en un espai lúdic i experiencial per al visitant.
Un espai integrat en el patrimoni històric i monumental de la localitat.
Un espai agradable que fomenti el passeig i els circuits de compra de forma clara.
Un mercat que s'integri i convisqui amb l'oferta turística del municipi .
Un mercat amb lavabos, punts d'informació i on s'impulsin activitats .
Un mercat que cerca diferenciar-se dels mercats més pròxims, amb una oferta atractiva i que la població demana .

Guia de suport a la

dinamització dels mercats setmanals
