

Estudi de modernització del mercat de venda no sedentària

Montgat

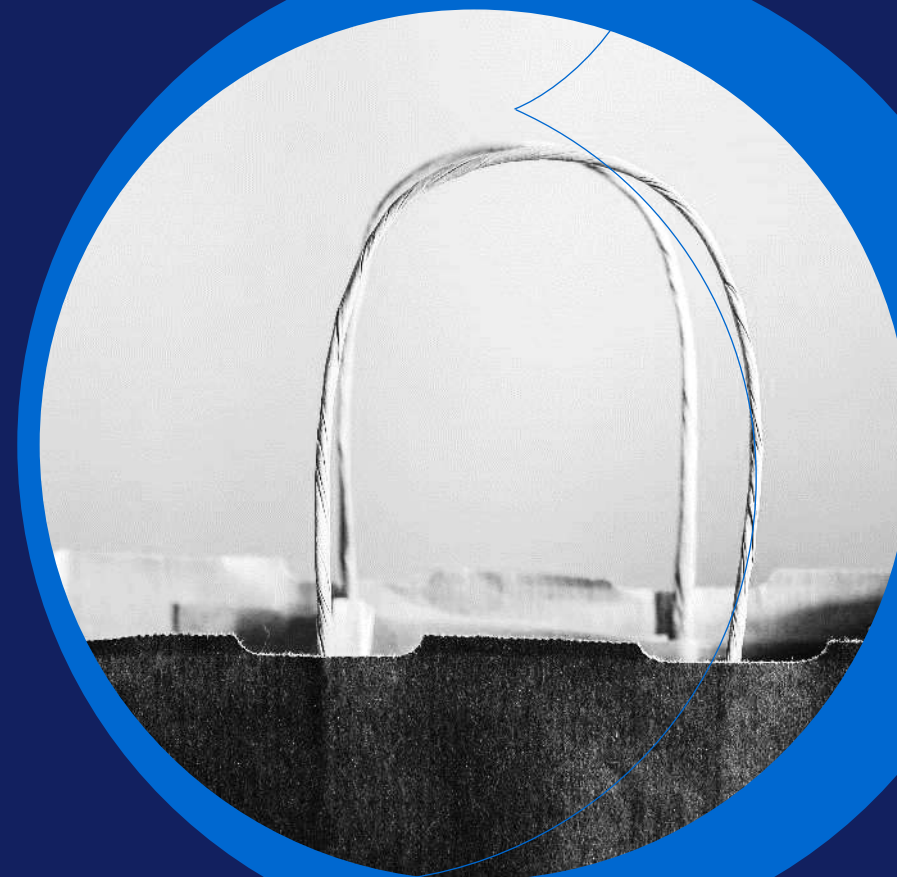


Índex

<u>1. Anàlisi sociodemogràfica</u>	<u>3</u>
<u>2. Anàlisi comercial</u>	<u>18</u>
<u>3. Anàlisi de clima comercial</u>	<u>29</u>
<u>4. Anàlisi d'atractivitat</u>	<u>38</u>
<u>5. Conclusions</u>	<u>49</u>
<u>6. Pla de viabilitat</u>	<u>51</u>
<u>7. Estratègia</u>	<u>57</u>
<u>8. Annexos</u>	<u>78</u>

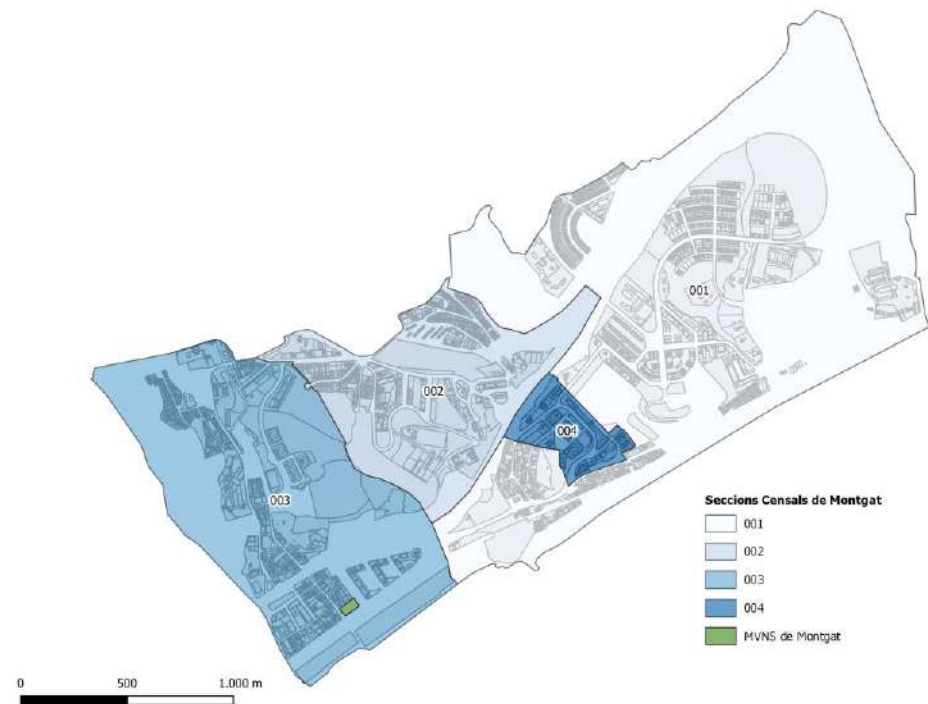


1. Anàlisi sociodemogràfica



Distribució Montgat

Les seccions censals del municipi



Montgat s'estructura en 4 seccions censals. Les 12.277 persones residents al municipi el 2022 es reparteixen, de mitjana, en aproximadament 3.069 en cadascuna d'aquestes 4 seccions censals.

A la secció censal **més poblada (1.1)** hi viuen **4.086 persones** mentre que a la **menys poblada (1.4)** hi resideixen **1.881 persones**.

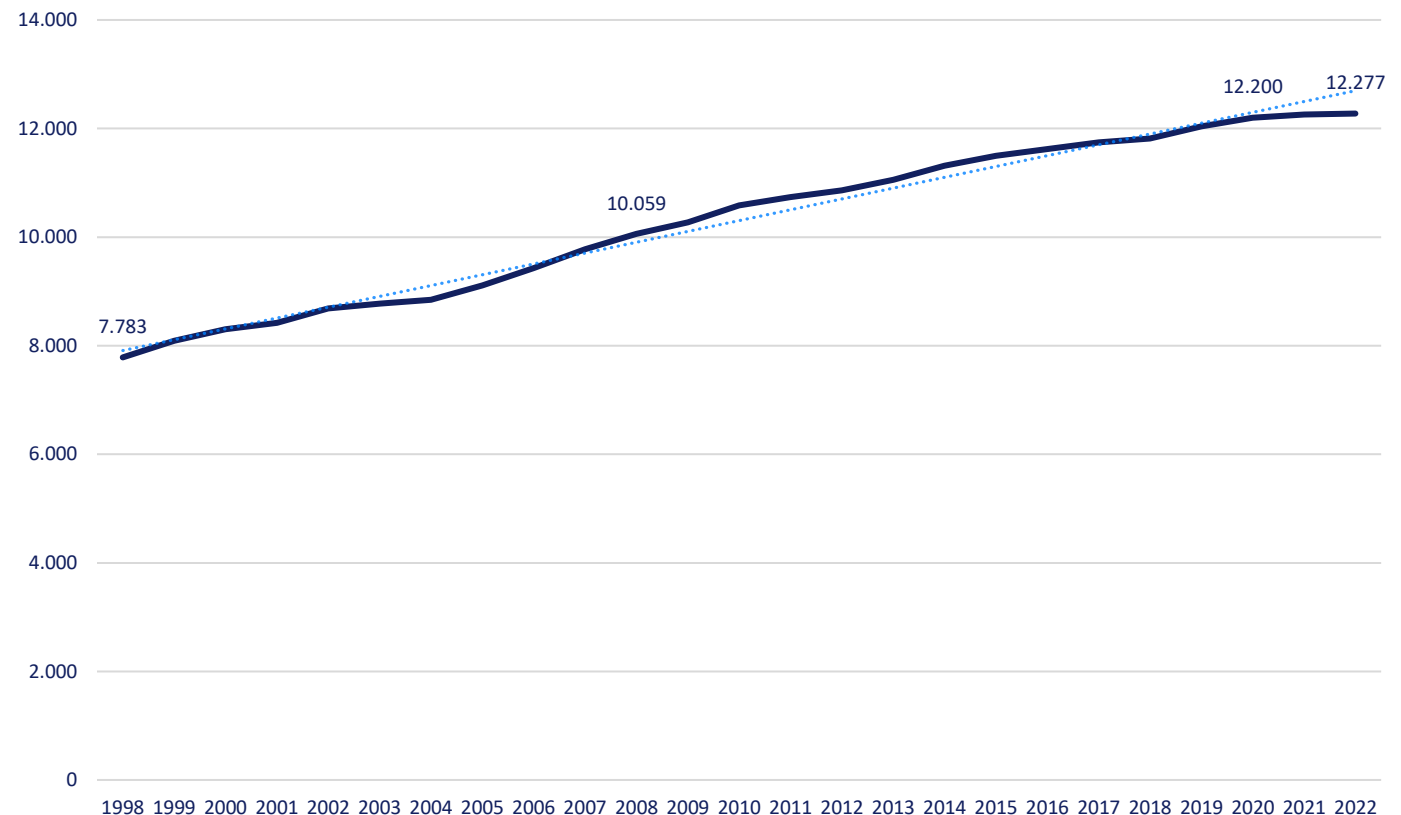
Població

Evolució de la població. Montgat (1998-2022)

La població de Montgat se situa, el 2022, en 12.277 persones. En aquestes dues primeres dècades del segle XXI, **la població del municipi s'ha incrementat en prop de 4.000 persones, un 48%.**

En tots els anys d'aquest període, hi ha hagut un increment anual de població. El creixement mitjà durant la primera dècada se situava en el 2,5% anual, mentre que en la segona ha estat de l'1,4%. En els dos darrers anys el creixement se situa prop del 0,3%.

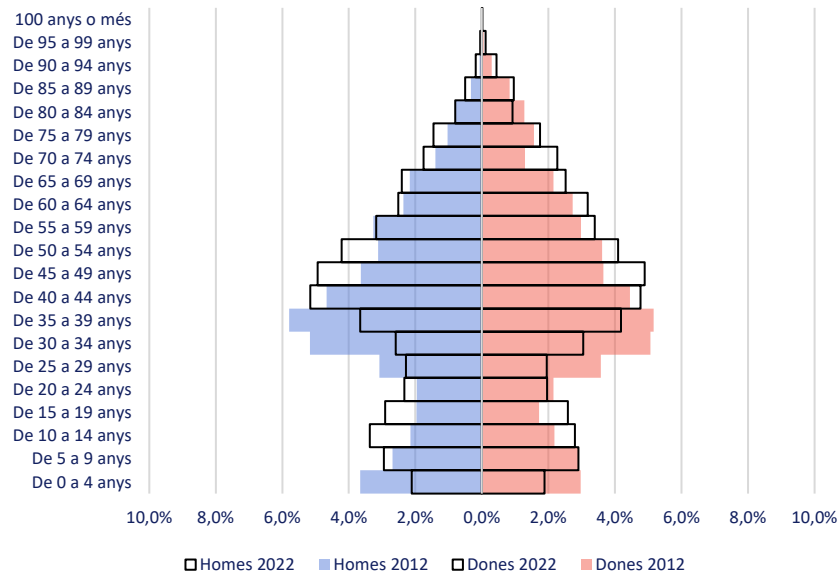
En aquest període n aquest període de temps, el **Maresme**, ha augmentat **un 34%** la població mentre que al conjunt de **Catalunya**, **l'increment ha estat del 17%.**



Font: IDESCAT

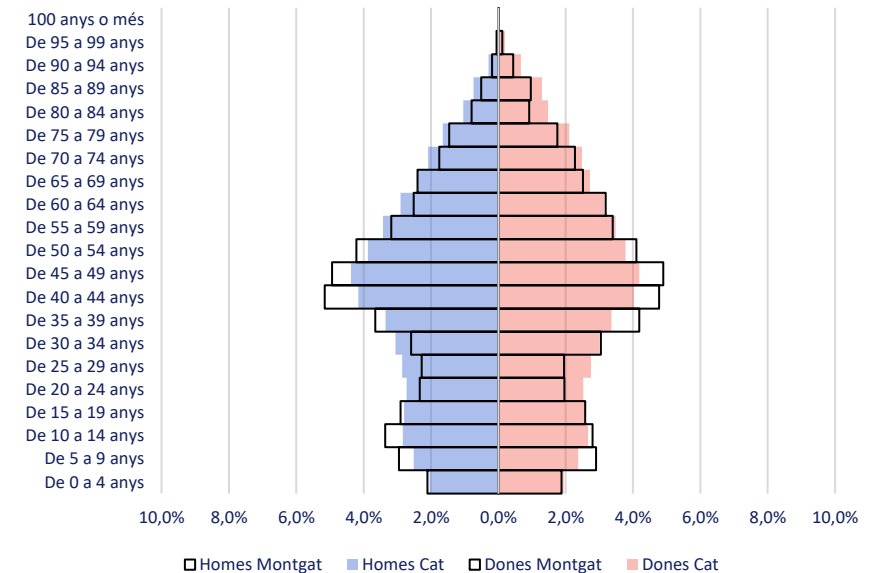
Població

Evolució de la població. Montgat (2012-2022)



L'estructura demogràfica del municipi presenta una tendència a l'**envelliment de la població** que, en el llarg termini, pot acabar tenint efectes sobre els hàbits de compra i de consum.

En els darrers 10 anys, la població de Montgat d'entre 25 i 39 anys s'ha reduït en 850 (un 20%) com també s'ha reduït la cohort més jove de població (entre 0 i 4 anys) en 230 infants (un 32%). En contraposició la població de 65 anys i més, ha augmentat en 535 persones.

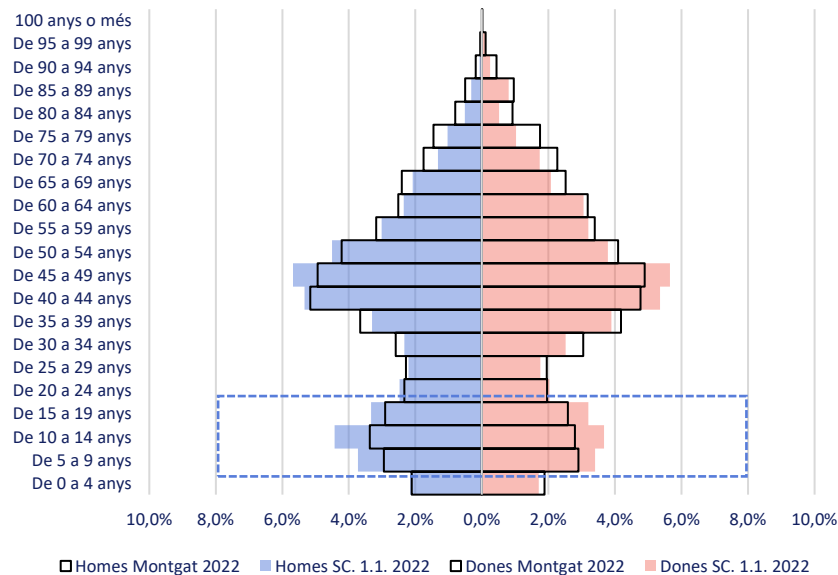


En la comparativa amb la població catalana del 2022, l'estructura per edats del municipi és lleugerament més jove. De fet, l'edat mitjana de la població del municipi el 2022 era de **41,9 anys**, i la **catalana de 43,3 anys**. La mitjana comarcal se situava lleugerament per sobre, en els 43,5 anys.

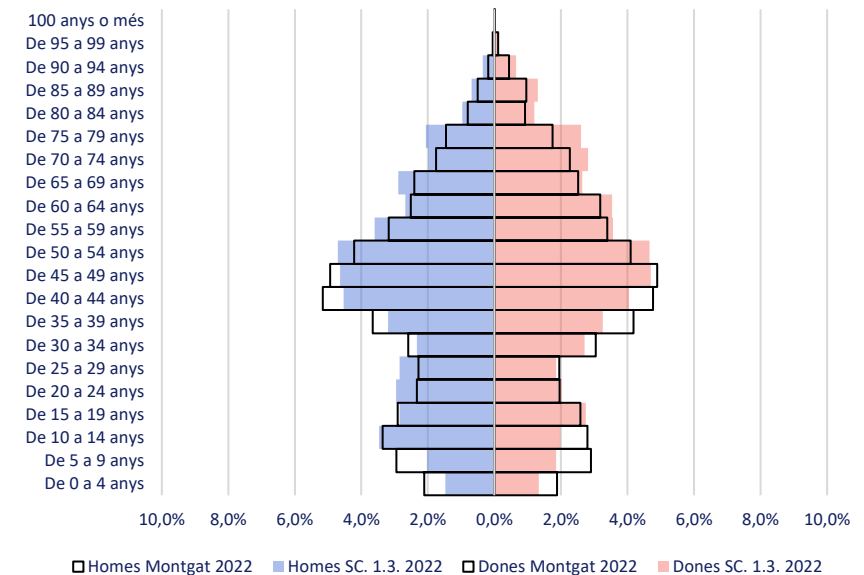
Font: IDESCAT

Població

Estructura de la població. Secció censal més jove i més gran



La piràmide de població de la secció censal més jove s'assembla força a la del conjunt de la ciutat. Tanmateix, el major pes de la població d'entre 5 i 119 anys genera una edat mitjana de la secció lleugerament per sota de la del conjunt del municipi. L'edat mitjana és de **39,3 anys**, dos anys i mig menys que el conjunt del municipi (41,9 anys).



La secció censal amb una mitjana d'edat més elevada és la 1.4. L'estructura general de la població també s'assembla força a la del conjunt de Montgat però l'edat mitjana, **45 anys**, és de fins a 3 anys superior al conjunt del municipi..

Població

Procedència de la població. Montgat (2022)

El percentatge de població estrangera a Montgat és força menor que el del conjunt de Catalunya però similar al de la comarca.

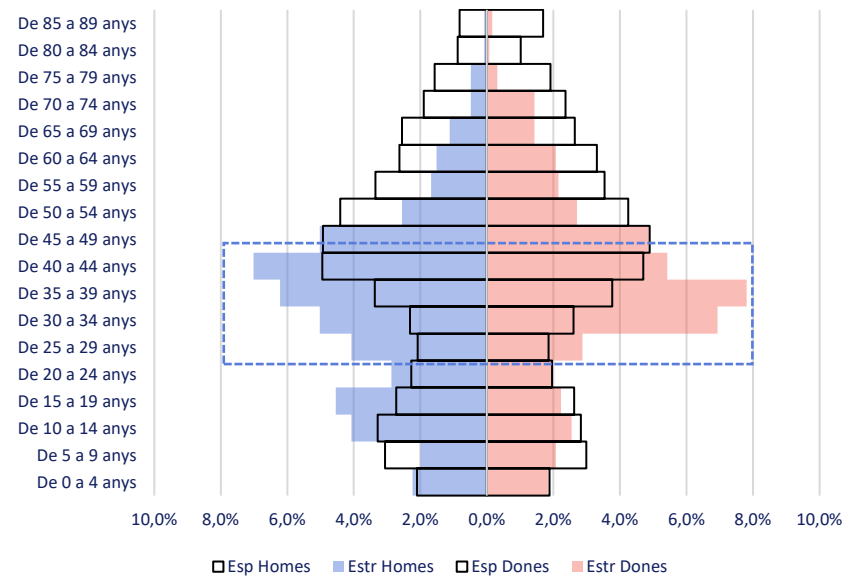
Tanmateix, la composició de la població estrangera és sensiblement diferent respecte les dues realitats, quant a la seva procedència: 3 de cada 10 tenen una nacionalitat de la resta de la Unió Europea (un 50% més). En l'altre extrem la població amb una nacionalitat africana està infrarepresentada al municipi.

Nacionalitat	Montgat	Maresme	Catalunya
Espanyola	90%	88%	84%
Estrangera	10%	12%	16%
Procedència de les migracions			
Resta de la UE	31%	21%	23%
Resta d'Europa	13%	9%	8%
Àfrica	9%	37%	25%
Amèrica del Nord i Central	9%	7%	9%
Amèrica del Sud	17%	16%	19%
Àsia i Oceania	22%	11%	15%

Font: IDESCAT

Població

Procedència de la població. Montgat (2022)



L'estructura poblacional de la població amb **nacionalitat estrangera és molt més jove** que els que tenen la nacionalitat espanyola. La principal diferència se situa en el pes relatiu del col·lectiu d'entre 25 i 44 anys. Mentre que per al col·lectiu de població estrangera, un 45% dels seus integrants tenen una edat compresa dins d'aquesta franja, entre els que tenen nacionalitat espanyola són, només, el 26%.

En l'altre extrem, només el 6% de la població estrangera té 65 anys o més mentre que són el 17% dels que tenen la nacionalitat espanyola.

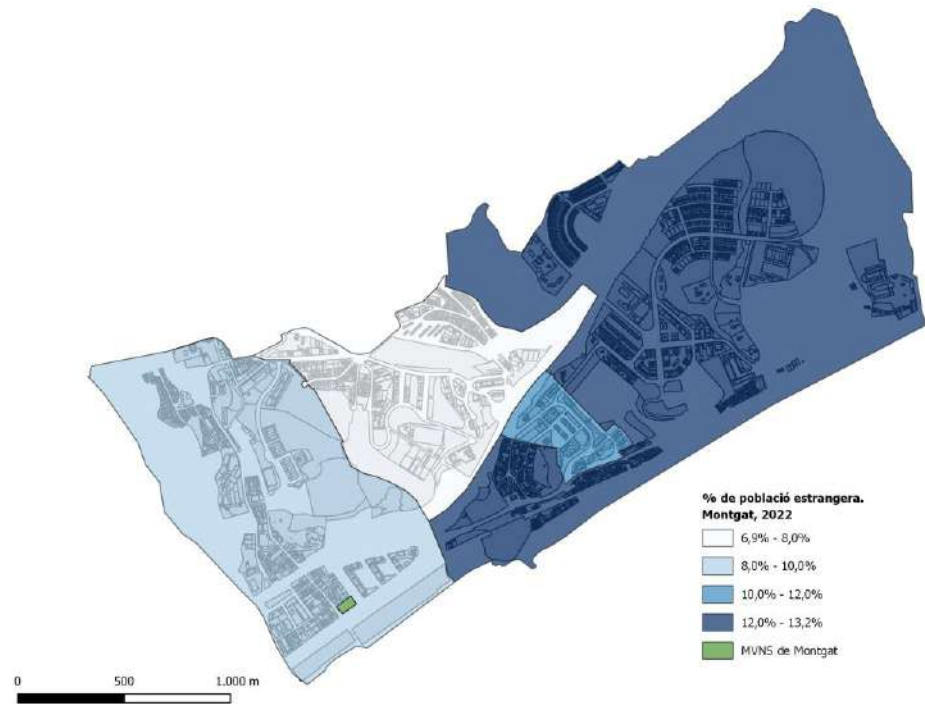
Les **10** principals nacionalitats estrangeres a Montgat

	% Montgat	% Catalunya
Xina	17% +12%	5%
Itàlia	13% +7%	6%
El Marroc	4% -15%	19%
Rússia	4%	2%
França	4%	3%
Colòmbia	4%	4%
Regne Unit	3%	2%
Argentina	3%	2%
Cuba	3%	1%
Alemanya	3%	2%
Total	58%	46%

Font: IDESCAT

Població

Procedència de la població. Montgat (2022)



A inicis del 2022, un **10% de la població resident a Montgat té una nacionalitat estrangera.**

De les 1.254 persones que tenen una nacionalitat estrangera, 538 resideixen a la secció censal 1. A les altres tres seccions hi viuen entre 200 i 270 persones que tenen una nacionalitat forana.

Població

Índexs demogràfics. Comparativa (2022)

L'estructura poblacional del municipi presenta algunes diferències respecte les altres realitats observades.

L'índex d'envelliment se situa força per sota dels altres dos àmbits territorials, mostrant, encara, un pes menor de la població de major edat.

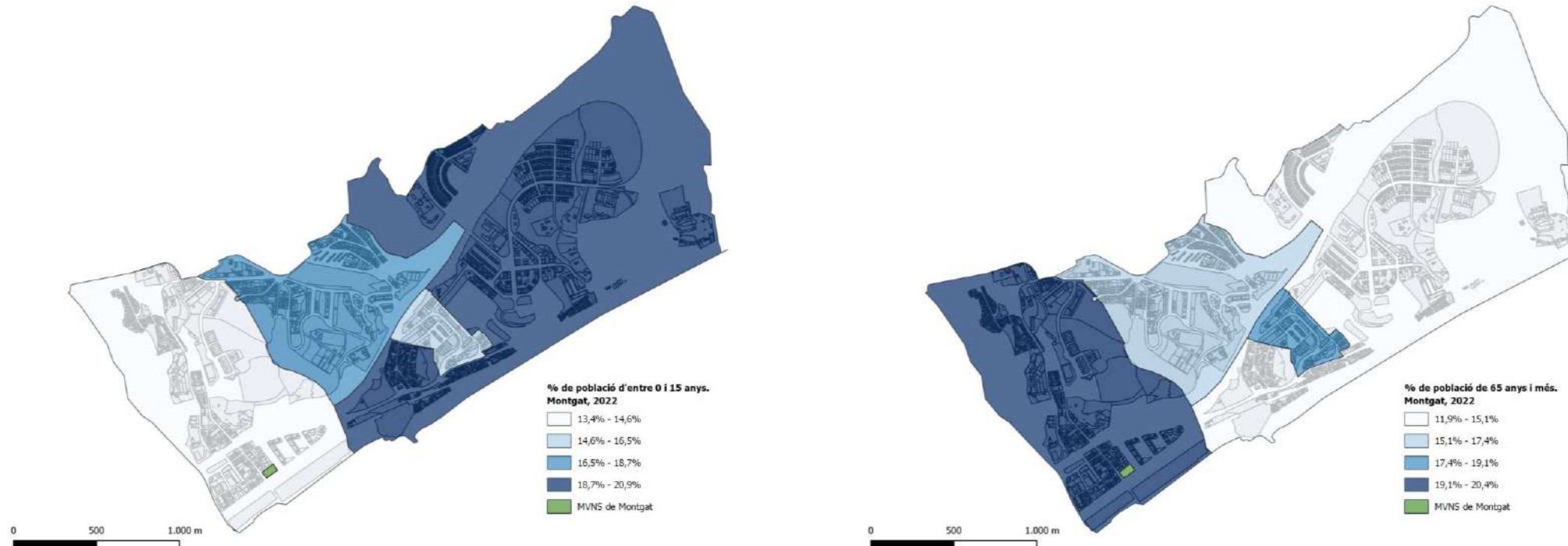
El percentatge de població infantil és lleugerament superior a Montgat i, el de població major de 65 anys és menor. El sumatori dels dos elements, genera un índex de dependència global sensiblement menor al municipi.

	Montgat	Maresme	Catalunya
Població	12.277	462.213	7.792.611
Índex de població infantil (0-15)	17,4%	15,9%	15,5%
Índex de població gran (65+)	16,1%	19,3%	19,3%
Índex d'envelliment	92,7	121,3	124,6
Índex de sobreenvelliment	14,1	15,7	17,1
Índex de dependència global	50,5	54,3	53,2

Font: IDESCAT

Població

Distribució de la població segons grups d'edat. Montgat (2022)



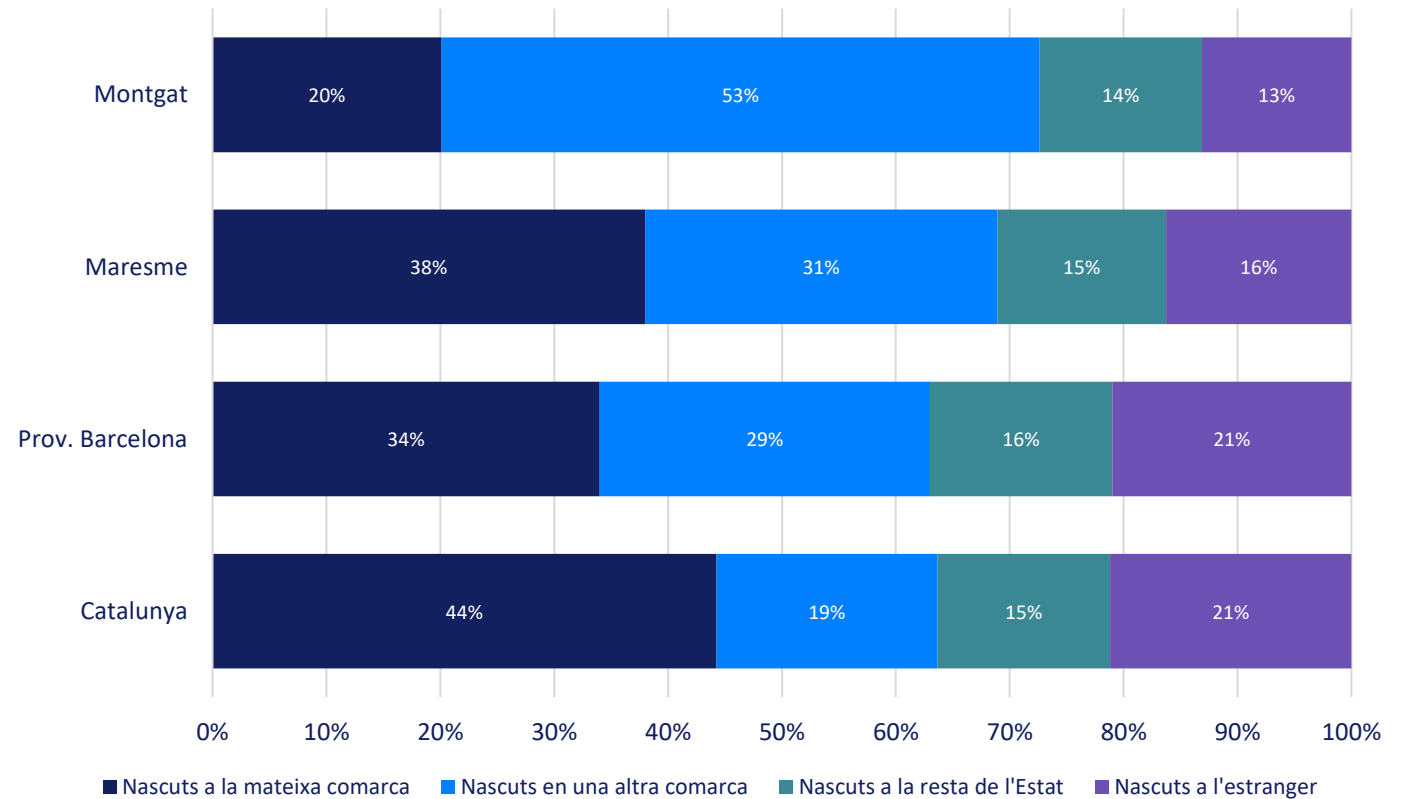
La secció censal 3, on s'ubica el Mercat de Venda No Sedentària, és la que **presenta un pes relatiu més gran de la població de 65 anys i més** i, de fet, el pes d'aquest col·lectiu és pràcticament el doble que el de la secció censal 1. La secció censal 4, a l'entorn de l'Ajuntament de Montgat **també presenta un volum de població gran superior a la mitjana del municipi**.

Població

Lloc de naixement de la població. Comparativa (2022)

Montgat té una elevada capacitat d'atracció de població nascuda arreu de Catalunya. Més de la meitat de la població resident a Montgat ha nascut en una comarca diferent del Maresme.

En contraposició, només 1 de cada 5 persones residents han nascut al mateix municipi, gairebé la meitat que la realitat del conjunt del Maresme.



Font: IDESCAT

Renda i atur

Renda Familiar Disponible Bruta. Comparativa (2020)

	Montgat	Maresme	Catalunya
RFDB (milers d'euros)	231.979	8.115.522	135.705.727
RFDB per habitant (milers d'euros)	19,2	17,9	17,6
RFDB per habitant (Índex Catalunya = 100)	109,2	101,8	100

La Renda Familiar Disponible Bruta (RFDB) se situa prop d'un **10% per sobre de la mitjana catalana**. Concretament és de 19.200€ anuals, uns 1.600€ mensuals.

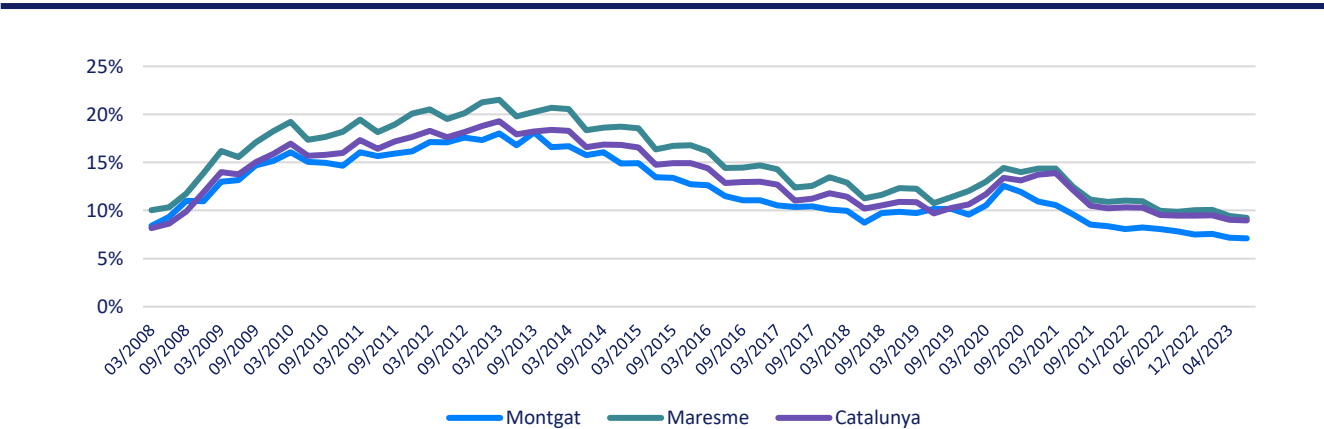
Les dades econòmiques situen a Montgat força per sobre dels valors comarcals i del conjunt de Catalunya.

Font: IDESCAT

Evolució de la taxa d'atur registral

Des del 2010, el municipi sempre ha presentat taxes d'atur registral inferiors a les presents al conjunt de la comarca o de Catalunya.

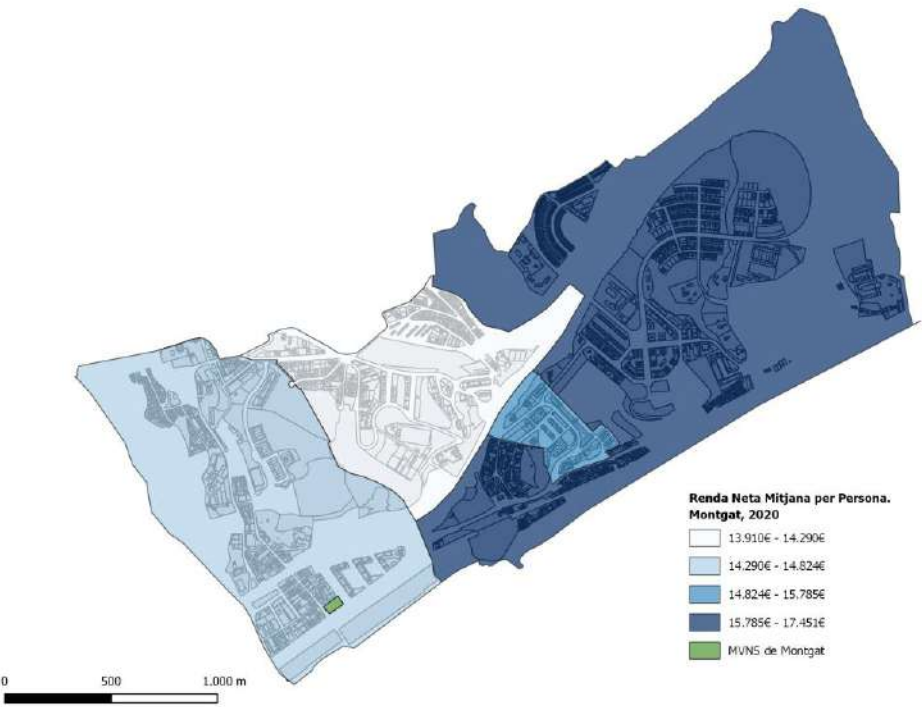
La diferència mitjana respecte el Maresme és d'aproximadament 3 punts percentuals mentre que és de 1,2 punts respecte de la mitjana catalana.



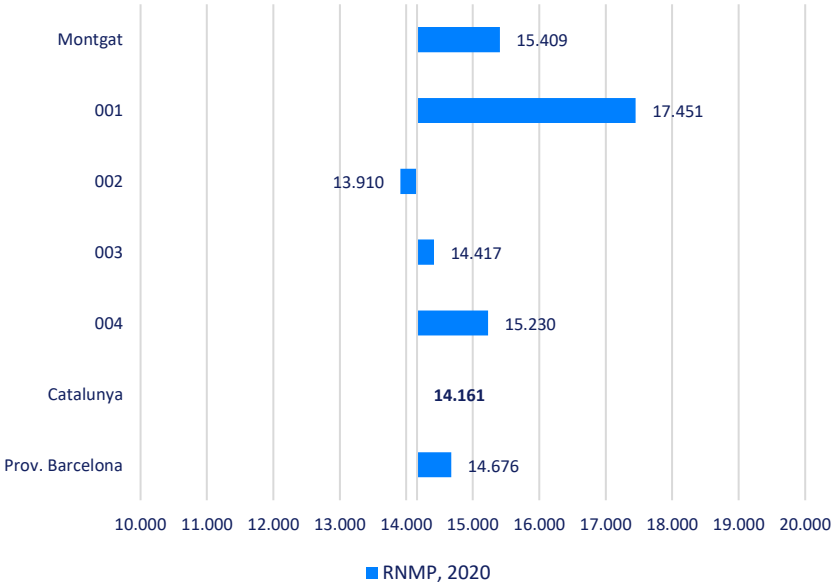
Font: Observatori del Treball i Model Productiu

Renda

Distribució de la Renda Neta Mitjana per Persona, 2020



La Renda Neta Mitjana per Persona de Montgat se situa clarament per sobre de les mitjanes catalana i de la província de Barcelona. Tanmateix, existeixen **diferències a nivell local** i, la **secció censal 2**, se situa per sota dels altres àmbits territorials, **uns 3.500€ anuals per sota de la secció censal 1**.



Empreses

Distribució de les empreses segons sectors

	Indústria	Construcció	Comerç, transport i hostaleria	Serveis	Total
Montgat	5%	10%	37%	48%	969
Barcelona	5%	11%	32%	52%	480.301
Montgat (2012 – 2022)	-13%	-8%	0%	59%	19%
Barcelona (2012 – 2022)	-16%	-11%	-5%	28%	8%

Gairebé la meitat de les empreses de Montgat es dediquen al sector serveis.

La distribució de les empreses segons els diferents sectors de Montgat és semblant a la del conjunt de la província de Barcelona.

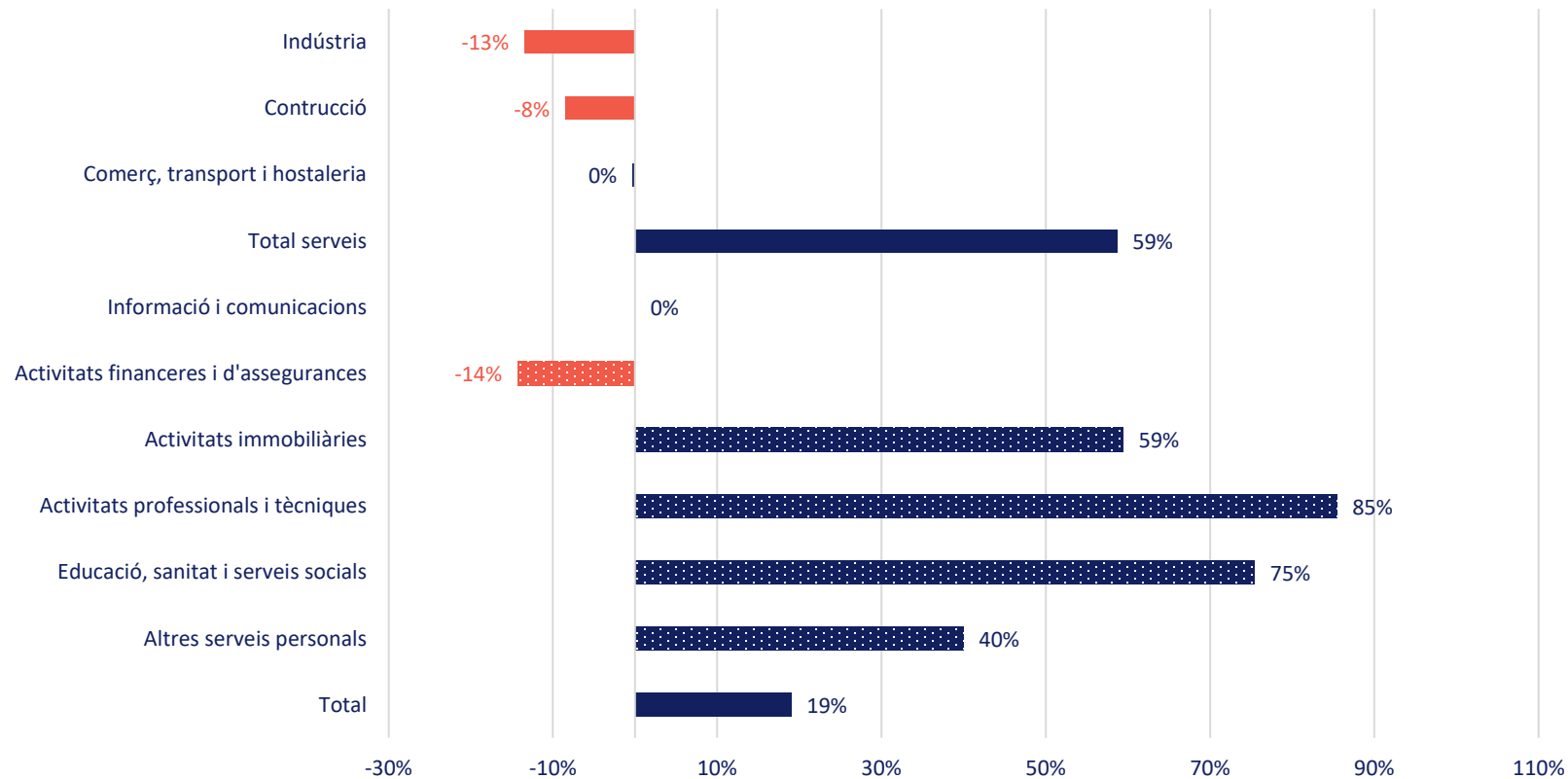
La terciarització de l'economia es consolida a Montgat en els darrers 10 anys.

Montgat	Indústria	Construcció	Comerç, transport i hostaleria	Total serveis	Informació i comunica- cions	Activitats financeres i d'asseguran- ces	Activitats immobiliàries	Activitats professionals i tècniques	Educació, sanitat i serveis socials	Altres serveis personals	Total
2012	52	106	363	293	20	21	37	103	57	55	814
2017	43	92	369	430	18	19	54	176	87	76	934
2022	45	97	362	465	20	18	59	191	100	77	969
Evolució 2012 – 2022	-13,5%	-8,5%	-0,3%	58,7%	0,0%	-14,3%	59,5%	85,4%	75,4%	40,0%	19,0%

En els darrers 10 anys **s’han guanyat prop de 150 empreses** en el conjunt del municipi. D’aquestes, el nombre de les vinculades al comerç, transport i hostaleria s’han mantingut estables mentre que, pel que fa als **serveis**, hi ha **172 empreses més**, especialment les vinculades a les **activitats professionals i tècniques i les relacionades amb educació, sanitat i serveis socials**.

Empreses

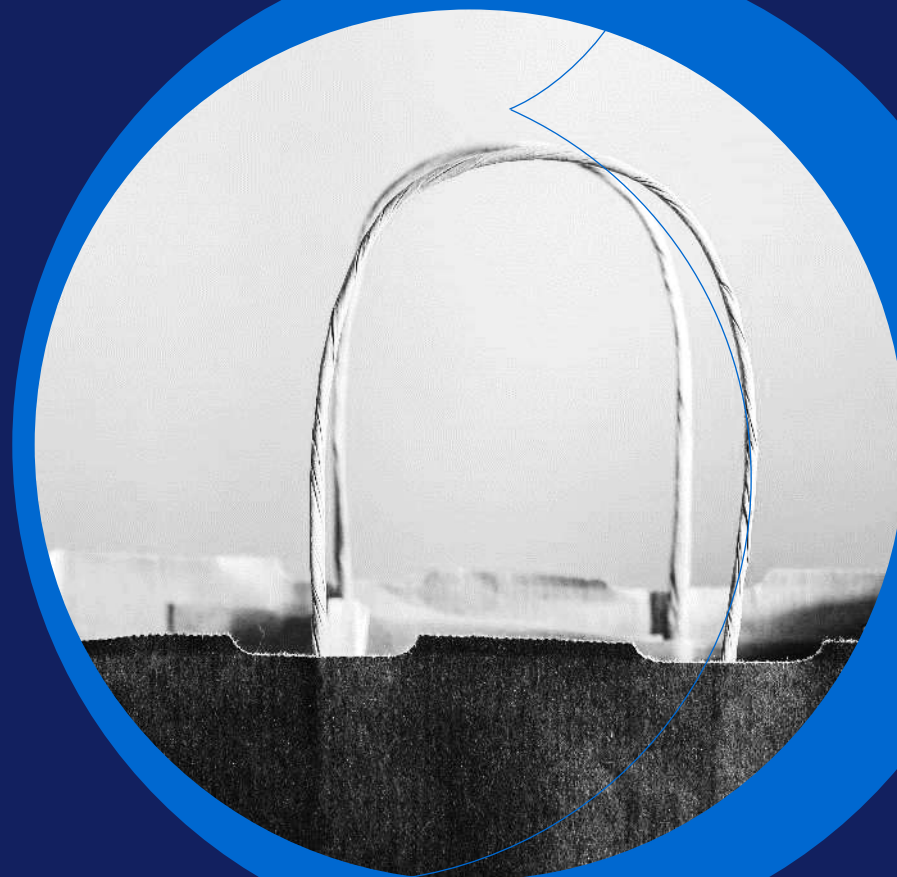
Evolució de la distribució de les empreses segons sectors, 2012-2022



En el conjunt de la darrera dècada, el **nombre d'empreses ha augmentat un 19%** gràcies a l'expansió de les **activitats de serveis (+59%)** que, en totes les seves subdivisions, excepte en les activitats financeres i d'assegurances, s'han incrementat.

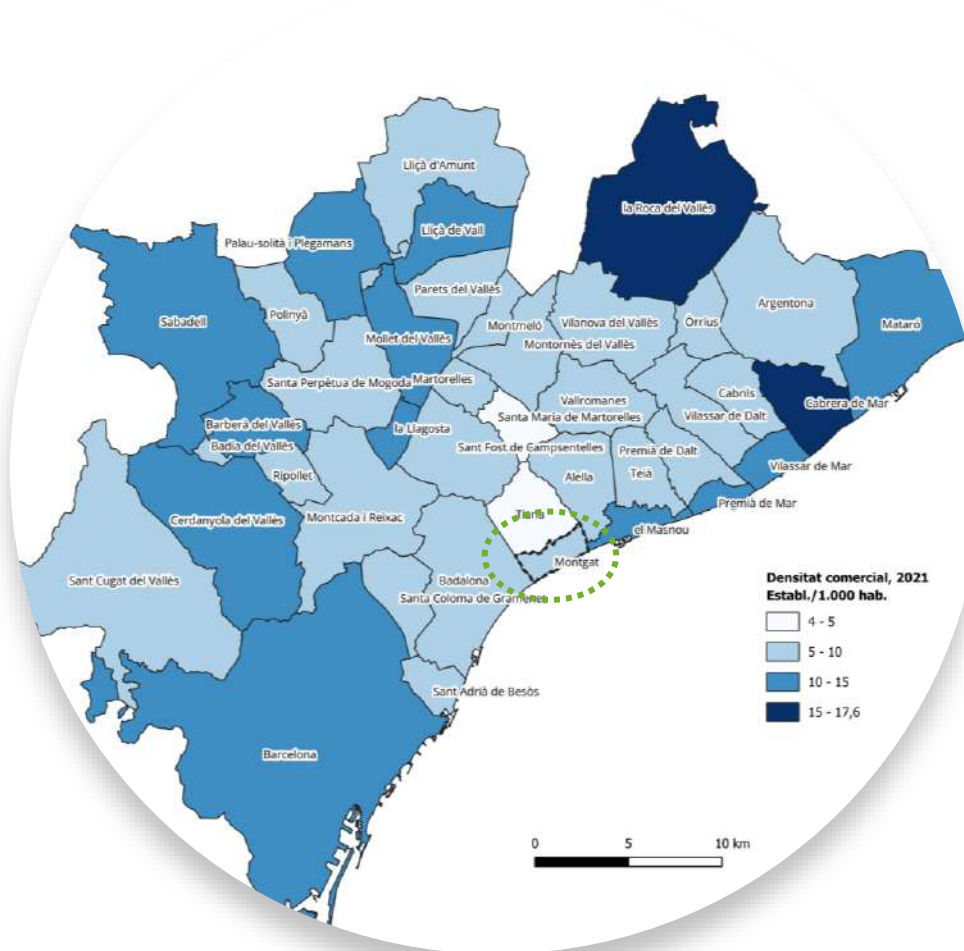
El sector del comerç, transport i hostaleria es manté estable en aquests darrers 10 anys.

2. Anàlisi comercial



Indicadors d'anàlisi comercial

Densitat comercial a l'entorn de Montgat

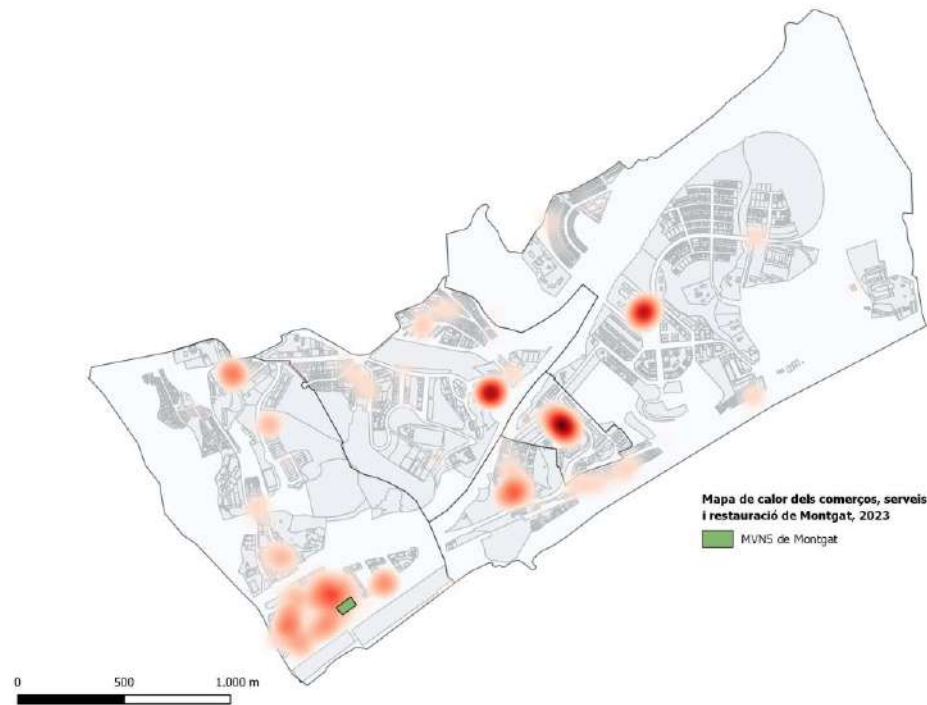


El municipis de l'entorn de Montgat presenten una major densitat comercial

La densitat comercial de Montgat (6,3) se situa en un punt intermedi entre municipis propers com El Masnou (10,4) o Alella (9,1) i Tiana (4,7).

Indicadors d'anàlisi comercial

Mapa de calor dels establiments comercials de Montgat



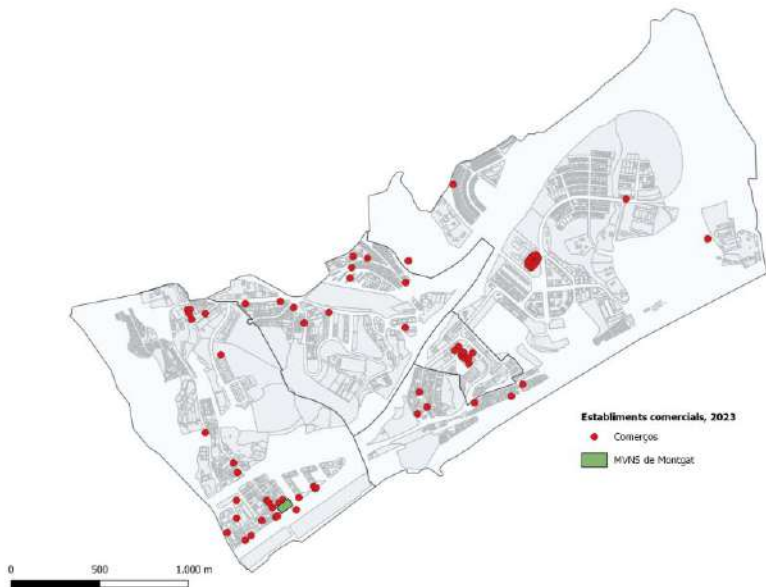
Existència de fins a 4 importants zones de concentració d'establiments comercials

- Mercat de Montgat
- Turó
- Entorn plaça Antoni Gaudí
- Mallorquines

Activitats comercials

Distribució de les activitats comercials de serveis i de restauració obertes, 2023

Comerç



Serveis



Restauració



Activitats comercials

Tipologia dels establiments comercials

Al conjunt de Montgat es comptabilitzen **340 activitats econòmiques**.

Els establiments comercials (serveis, comerç i restauració) **concentren el 72%**. Existeix un nombre important, de fet el mateix que el nombre d'establiments de restauració (55), d'habitatges d'ús turístic.

Per la seva banda, a l'entorn de la plaça de les Mallorquines (300m a la rodona) s'hi localitzen **71 activitats econòmiques**.

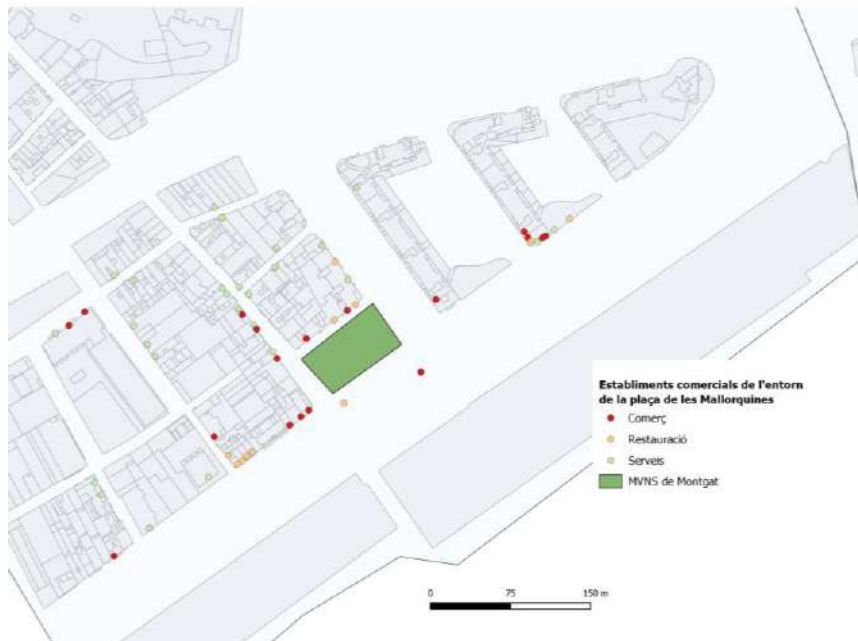
Serveis, comerç i restauració agrupen el 84% de les activitats.

L'entorn de la plaça de les **Mallorquines** concentra el **20,9%** de les **activitats econòmiques de Montgat**



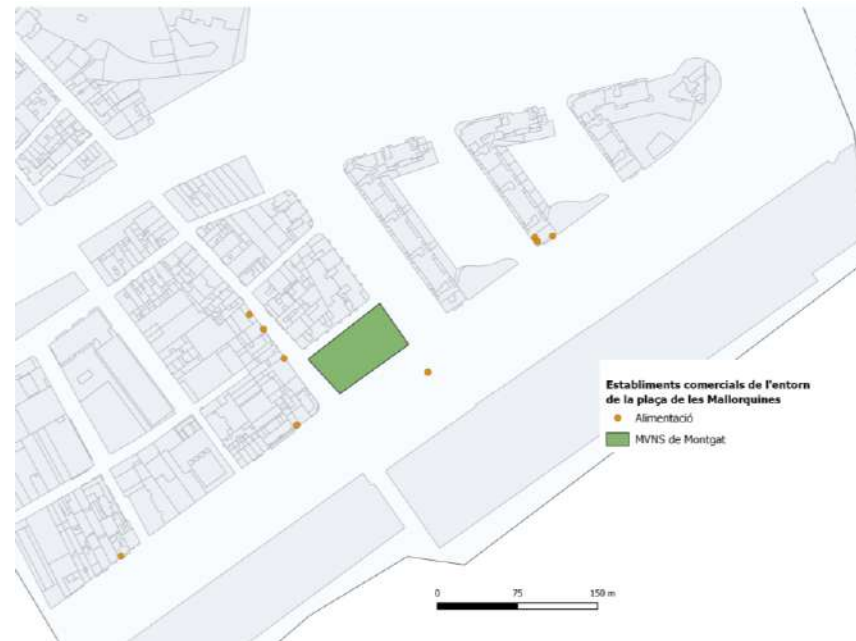
Activitats comercials

Activitats comercials a l'entorn de la plaça de les Mallorquines



A l'entorn de la plaça de les Mallorquines s'hi ubiquen 60 establiments comercials, la meitat dels quals són serveis, mentre que 19 són comerços i 11 bars i restaurants.

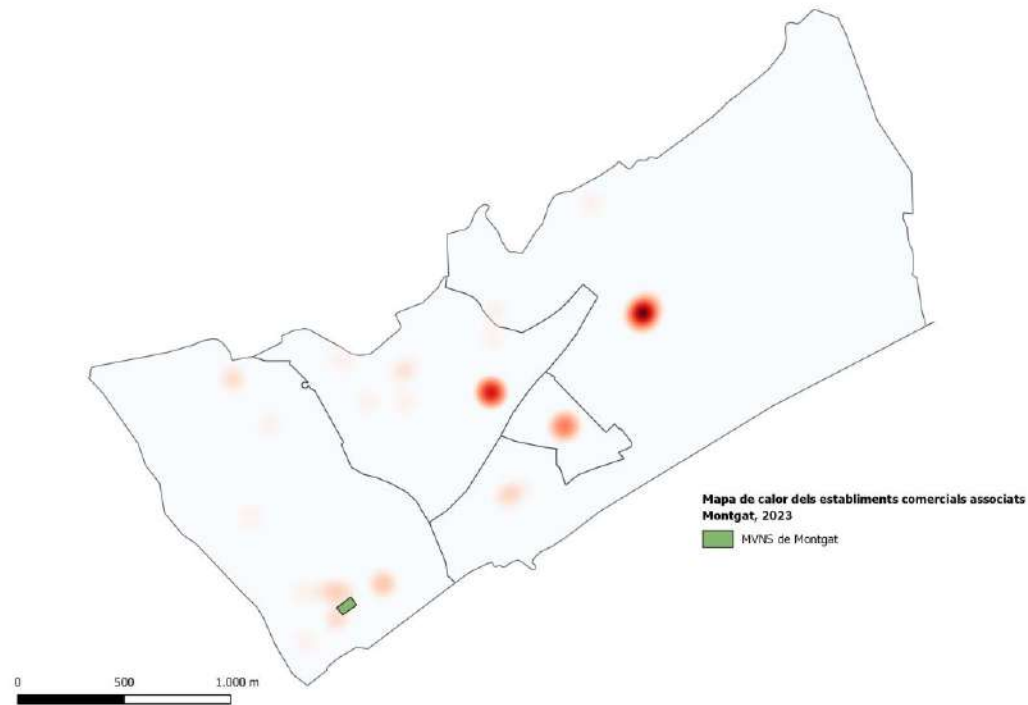
A la plaça, tanmateix, els establiments que realitzen activitat econòmica són comerços i restauració.



Dels 19 comerços al detall de l'entorn, n'hi ha **9 que es dediquen a l'alimentació.**

Altres aspectes d'interès

Distribució dels establiments comercials associats, 2023



La distribució dels establiments comercials que pertanyen a l'Associació de comerciants s'assembla força a l'existent per al conjunt dels establiments del municipi.

Tanmateix, precisament en l'entorn de la **plaça de les Mallorquines s'aprecia una menor intensitat quant a la concentració d'activitats comercial associades.**

Altres aspectes d'interès

Distribució dels habitatges d'ús turístic a Montgat, 2023



Arreu del municipi han emergit habitatges d'ús turístic fins a poder-ne **comptabilitzar 54 al conjunt del municipi.**

Als passatges Pare Claret i Tiana n'hi ha 5 a cadascun i a la Ronda 8 de març se n'hi ubiquen 4. Als carrers Buenos Aires i de l'Avenir, així com a l'avinguda de la Mediterrània i al passatge Turó se'n localitzen 3, mentre que els 28 restants s'ubiquen en fins a 25 carrers diferents de Montgat.

A l'entorn de la plaça Mallorquines se'n poden comptabilitzar fins a 15.

Altres aspectes d'interès

Zones d'aparcament i línies de transport públic



A l'entorn més immediat al mercat de venda no sedentària de Montgat s'hi ubiquen diferents zones d'aparcament.

Zones blaves:

1. A l'est de l'estació del tren
2. A l'oest de l'estació del tren
3. Al carrer de Barcelona, al final de l'avinguda Mediterrània

Zones vermelles

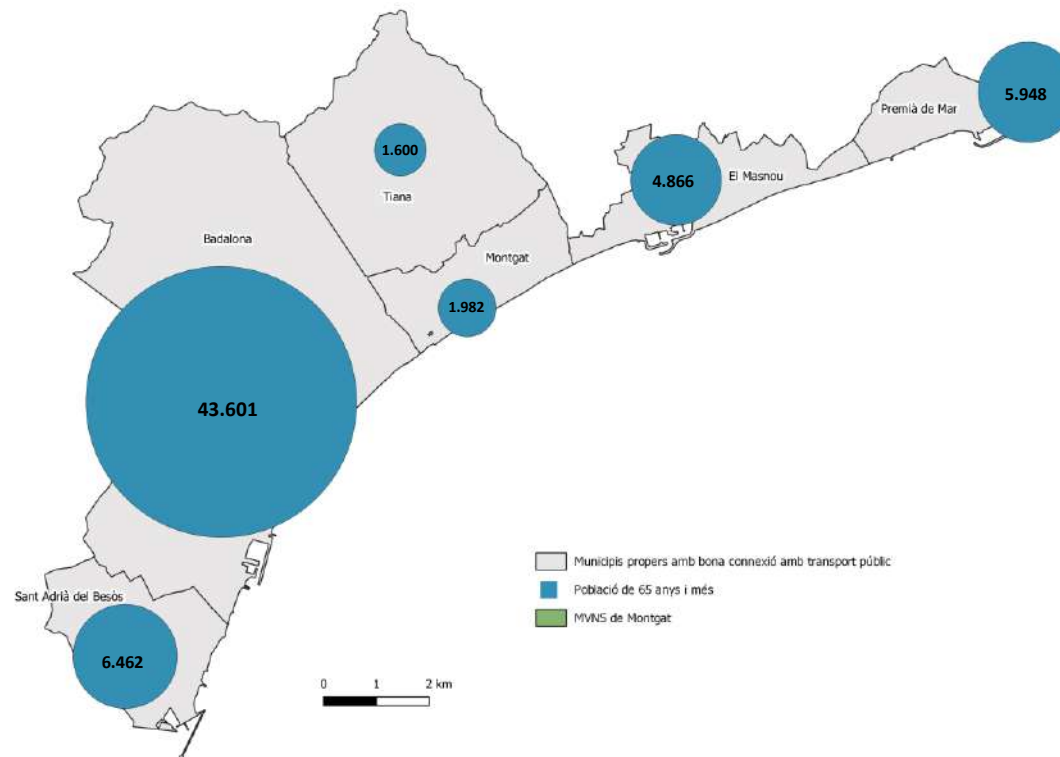
1. A l'est del mercat
2. A l'oest del mercat

També hi ha nombroses connexions amb transport públic:

1. R1, tant en direcció Barcelona com en direcció Mataró
2. Autobusos urbans cap a altres barris de Montgat i cap a Tiana

Altres aspectes d'interès

Població de 65 anys i més als municipis propers



62.477 persones majors de 65 anys
d'altres municipis

Tenint en compte el dia i l'horari de realització del mercat setmanal de Montgat així com també la seva **ubicació privilegiada** quant a connexions amb transport públic (autobús i Rodalies) es pot ampliar al radi d'acció als municipis pròxims.

La població major de 65 anys de Montgat, Tiana, el Masnou i Badalona, comptabilitzen més de 50.000 persones.

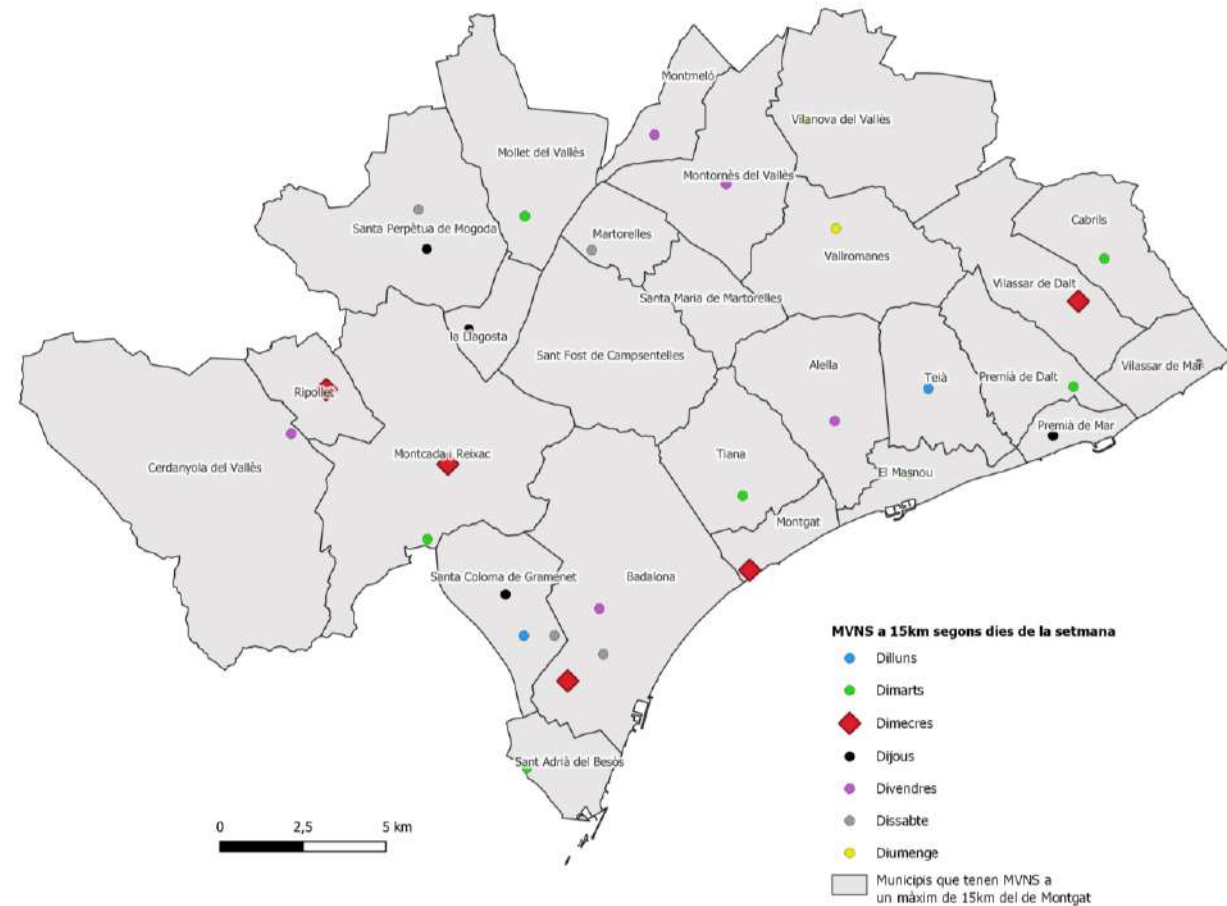
Mercats de Venda No Sedentària

MVNS dels municipis de l'entorn

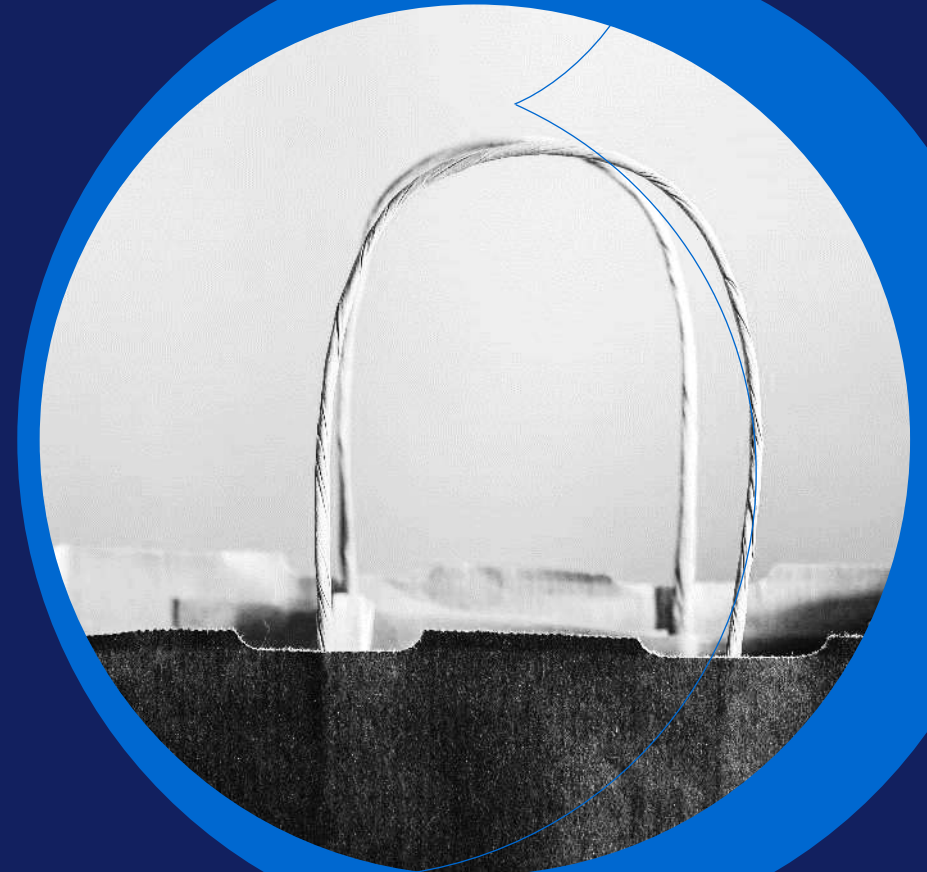
A 15km a la rodona del mercat setmanal de Montgat s'hi organitzen fins a 29 MVNS més.

D'entre tots aquests mercats, n'hi ha **4 més** que podrien ser competència directa del de Montgat ja que **se celebren els dimecres**:

- Ripollet
- Montcada i Reixac
- Badalona
- Vilassar de Dalt



3. Anàlisi de clima comercial



Enquesta de clima comercial als paradistes del MVNS

Dades bàsiques i qüestionari

Metodologia:

Enquesta a les parades del
Mercat de Venda no sedentària
de Montgat

Període:

Dades recollides el 20 de
setembre de 2023

Mostra:

- 11 parades

J3BTRES
CONSULTING

Enquesta de clima comercial del mercat setmanal de venda no
sedentària de Montgat

L'enquesta es realitzarà a la persona titular de la parada o a la persona que sigui responsable el dia
de realització de l'enquesta.

Valoració del MVNS de Montgat

Quina és la seva satisfacció amb els següents elements relatiu del conjunt de les parades del
mercado? (SIMPLE)

Valori-ho amb una escala del 1 al 5, on 1 significa gens satisfet/a i 5 molt satisfet/a.

12. La varietat

13. La qualitat

14. Les vendes que realitza al mercat

15. La distribució del mercat, l'espai
(ample, poc, dens, etc.)

16. La ubicació

17. La satisfacció general amb el
mercado de Montgat

18. Quin creu que és el principal element de millora del MVNS de Montgat? (RESPOSTA
MULTIPLE, màxim 3)

(A codificar per l'enquestador/a. RESPOSTA ESPONTÀNIA, no es registren les opcions D'ENTRADA)

1. L'aparcament dels visitants

2. L'aparcament dels paradistes

3. La senyalització

4. La seguretat

5. Falta varietat, més parades

6. La qualitat, millors qualitats, productes ecològics, etc.

95. Altres (Especificar:_____)

99. No/Nc

19. Troba a faltar algun/s producte/s al MVNS de Montgat? (RESPOSTA MULTIPLE)

(A codificar per l'enquestador/a. RESPOSTA ESPONTÀNIA, no es registren les opcions D'ENTRADA)

1. Fruita i verdura

2. Fom (pa – pastes – pastissos)

3. Formatges

4. Embotits

5. Pesca salada

6. Pollastre a l'ast

7. Xumetria

8. Textil

9. Calçats i complementis

10. Parapunt de la llar

11. Flors i plantes

95. Altres motius (Especificar:_____)

99. No/Nc

J3BTRES
CONSULTING

Comparativa dels MVNS

P9. A més del de Montgat, a quins altres MVNS té parada? (RESPOSTA MULTIPLE)

1. Al Masnou

2. A Tiana

3. A Badalona

4. A Alella

5. A Tàrrida

6. A Santa Coloma de Gramenet

7. A Tordera

8. A Vilassar

9. A Mataró

10. A Sant Adrià del Besos

11. A Granollers

12. A Premià

95. A altres (Especificar:_____)

96. En cap altre

99. No/Nc

En relació amb els altres mercats on té parada, fins a quin punt està d'acord amb les
següents afirmacions del MVNS de Montgat respecte la mitjana dels altres mercats? (SIMPLE)

Totament
d'acord

Molt
d'acord

Mé d'acord ni
en desacord

Poc
d'acord

Gens
d'acord

No/Nc

P10. És més espaiós

P11. S'hi factura més

P12. Està més ben
organitzat

P13. El mix comercial
està més equilibrat

Variables de perfil

P14. El 2025 finalitzen les concessions del mercat, estarien interessats en mantenir la
concessió? (SIMPLE)

1. Sí

2. No, ja no em interessa el mercat de Montgat

3. No, ja no volem seguir amb els mercats

4. No, em jublaré

95. Altres (Especificar:_____)

P15. A quina associació de paradistes o marxants està associat? (RESPOSTA ESPONTÀNIA)

Ancar: _____

P16. Disposa d'altres ingressos a més dels generats als mercats on els quals participa?
(SIMPLE)

1. Sí

2. No

99. No/Nc

P17. Com es relaciona amb la seva clientela? (RESPOSTA MULTIPLE)

(A codificar per l'enquestador/a. RESPOSTA ESPONTÀNIA, no es registren les opcions D'ENTRADA)

1. Només els dies de mercat, a la
parada

2. Per telèfon

3. Per correu electrònic

4. Per Whatsapp

5. Per xarxes socials (Instagram)

95. Altres (Especificar:_____)

99. No/Nc

J3BTRES
CONSULTING

P18. Gènere de la persona que respon l'enquesta (SIMPLE)

100. Home

101. Dona

P19. Grup d'edat de la persona que respon l'enquesta (SIMPLE)

1. De 18 a 24 anys

2. De 25 a 34 anys

3. De 35 a 44 anys

4. De 45 a 54 anys

5. De 55 a 64 anys

6. 65 anys o més

P20. Nom de la parada / productes (QUALITATIVA)

Nom/productes: _____

Moltes gràcies per la seva atenció i disponibilitat per respondre aquest qüestionari. Les
seves respostes ens seran de molta utilitat.

Font: Enquesta de clima comercial del mercat setmanal de venda no sedentària de Montgat

30

Perfil de les persones paradistes

Resum del perfil de les persones paradistes del MVNS de Montgat

Sexe

Home	55%
Dona	45%

Franja d'edat

De 18 a 24 anys	0%
De 25 a 34 anys	0%
De 35 a 44 anys	18%
De 45 a 54 anys	55%
De 55 a 64 anys	27%
65 anys o més	0%

Voluntat de mantenir la concessió

Sí	91%
No, ens jubilarem	9%
No	0%

Associacionisme

Asomercat	18%
Marxants del Maresme	45%
Cap	36%

Relació amb la clientela

Per telèfon	55%
Per Whatsapp	36%
Només a la parada	18%
Pàgina web	9%

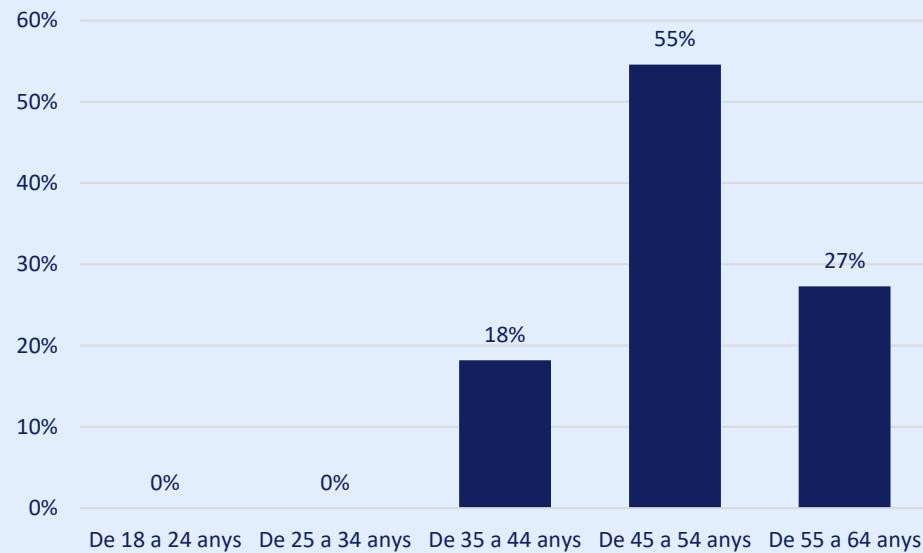
Disposició d'altres ingressos a més dels mercats

Sí	9%
No	91%

Perfil dels paradistes

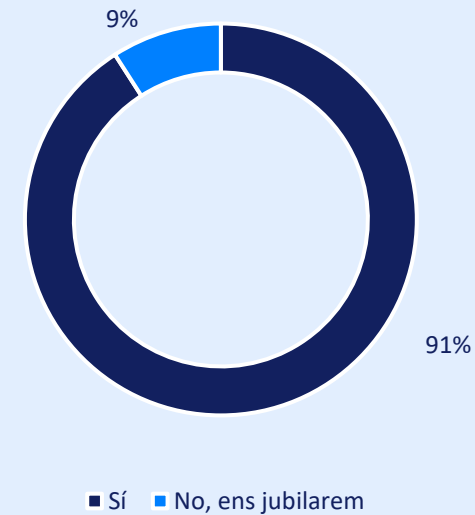
Dades demogràfiques i projecció a futur

Edat dels propietaris/es de les parades



Els paradistes tenen un perfil lleugerament envellit, destaca sobretot la franja dels 45 als 54 anys.

Interès en mantenir la concessió després del 2025

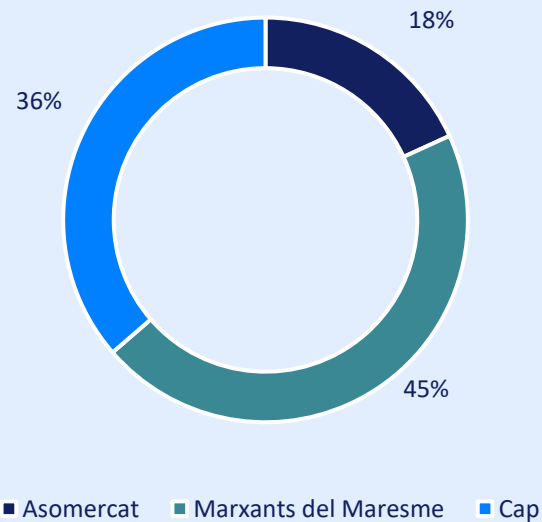


La gran majoria d'establiments aposten per mantenir la concessió, excepte una parada que tancarà per jubilació.

Perfil dels paradistes

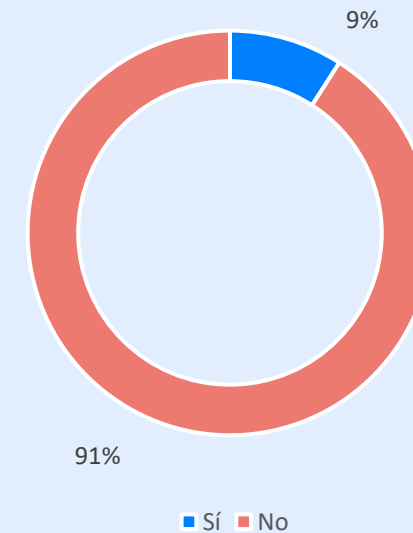
Associacionisme i altres ingressos

Nivell d'associacionisme



El nivell d'associacionisme dels paradistes se situa per sobre el 60%, destaca l'adscripció a Asomercat i Marxants del Maresme.

Disponibilitat d'altres ingressos a més dels generats en mercats

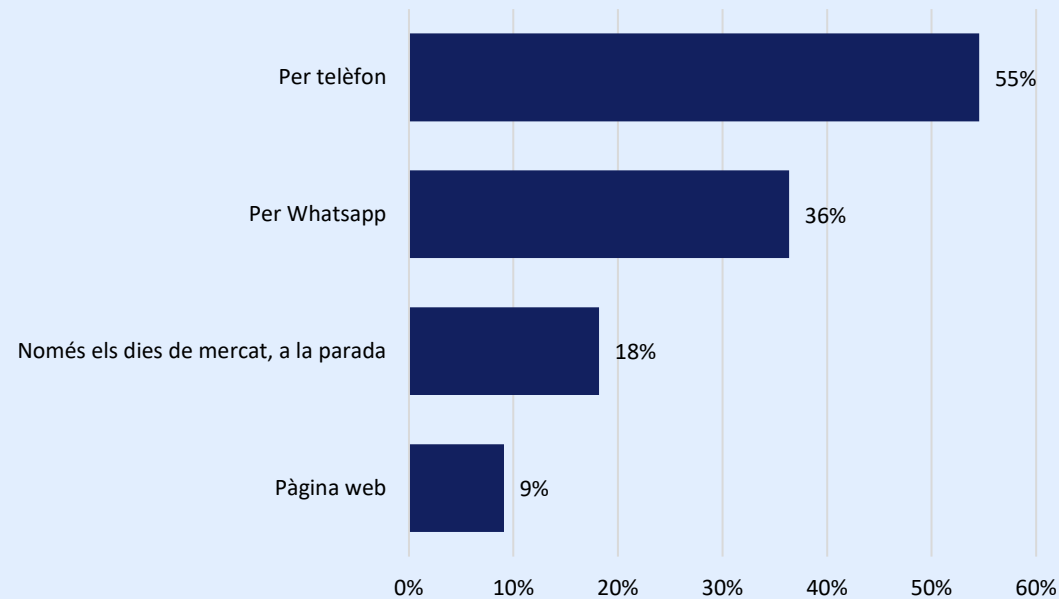


La gran majoria de paradistes depenen exclusivament dels ingressos generats als mercats on participen.

Perfil dels paradistes

Relació amb la clientela

Canals per relacionar-se amb els clients



Els paradistes utilitzen diferents canals per relacionar-se amb la clientela, destacant les trucades de telèfon i el Whatsapp.

Tot i així, quasi el 20% de les parades no fan ús de cap canal digital per relacionar-se amb els clients, i només s'hi relacionen presencialment els dies de mercat.

Satisfacció

Valoració del MVNS de Montgat

Satisfacció mitjana amb els diferents elements

	Mitjana
Ubicació	8,9
Qualitat de les parades	8,7
Varietat d’oferta de productes	6,5
Vendes que realitza al mercat	6,4
Distribució del mercat i l’espai	5,8
Satisfacció general amb el Mercat	8,5

Els elements més ben valorats pels paradistes són la **qualitat de les parades** i la **ubicació del mercat**.

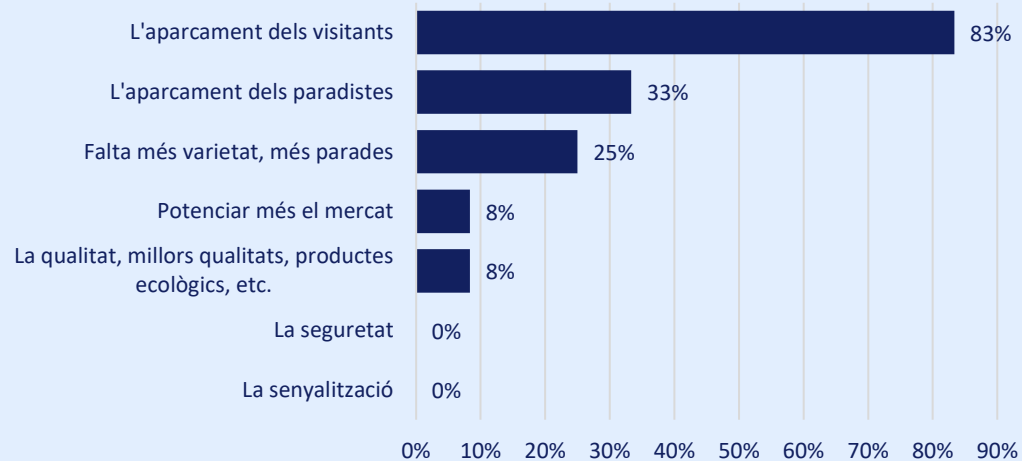
En canvi, la varietat, les vendes i, en especial, la distribució del mercat obtenen notes més baixes.

Cal destacar que la satisfacció general amb el Mercat de Montgat obté una bona puntuació.

Satisfacció

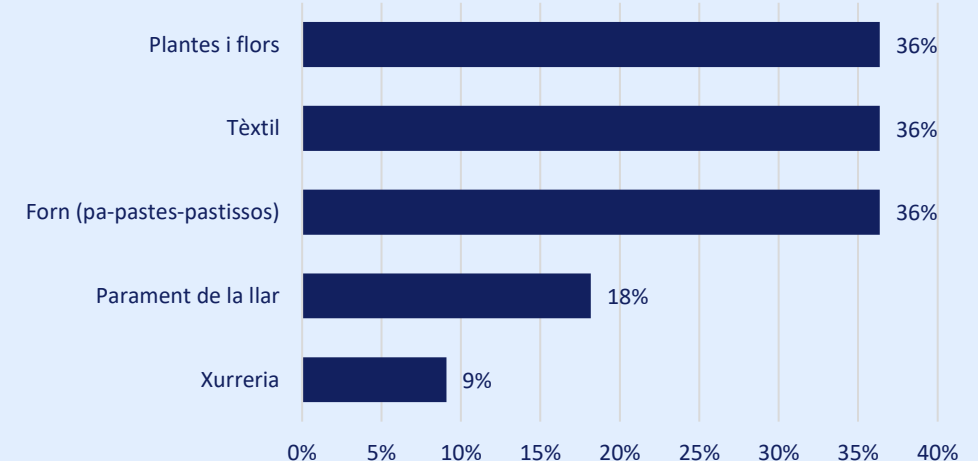
Elements de millora al MVNS de Montgat

Principals elements de millora del Mercat



La millora de l'aparcament és l'acció que s'identifica com a més necessària.

Productes per introduir al Mercat

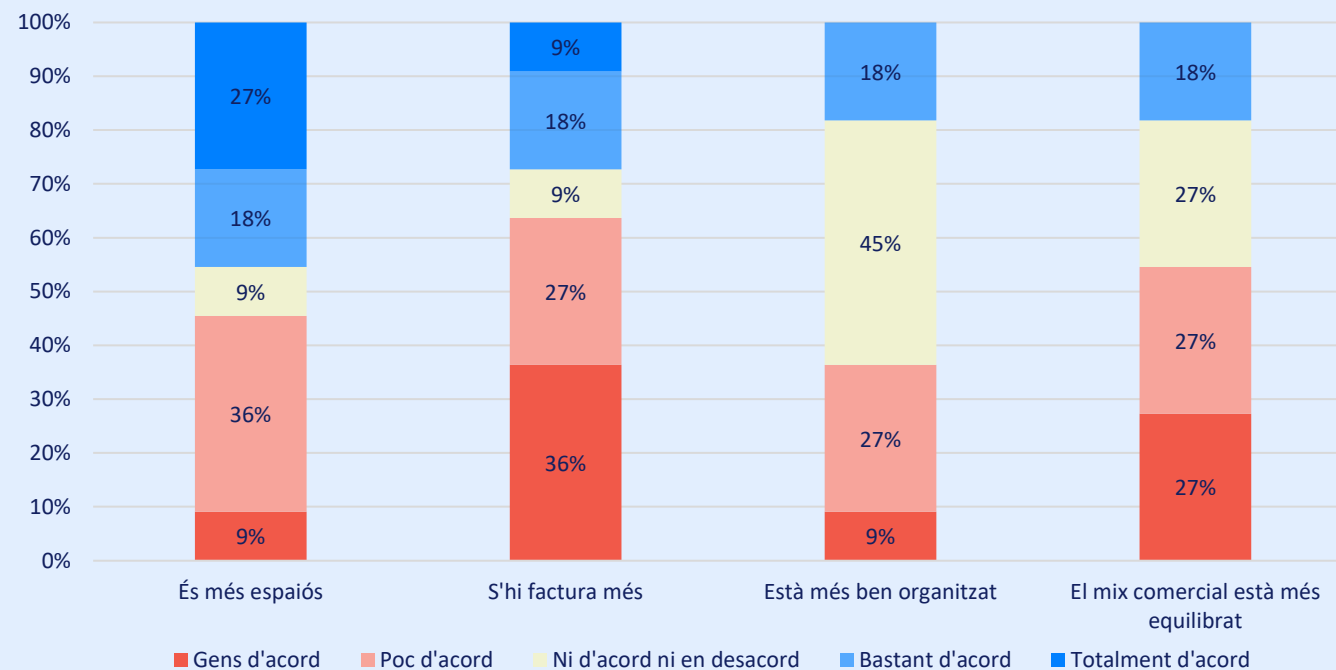


Les plantes i flors, el tèxtil i els productes de forn és el que més troben a faltar els paradistes al mercat.

Satisfacció

Comparativa amb altres mercats

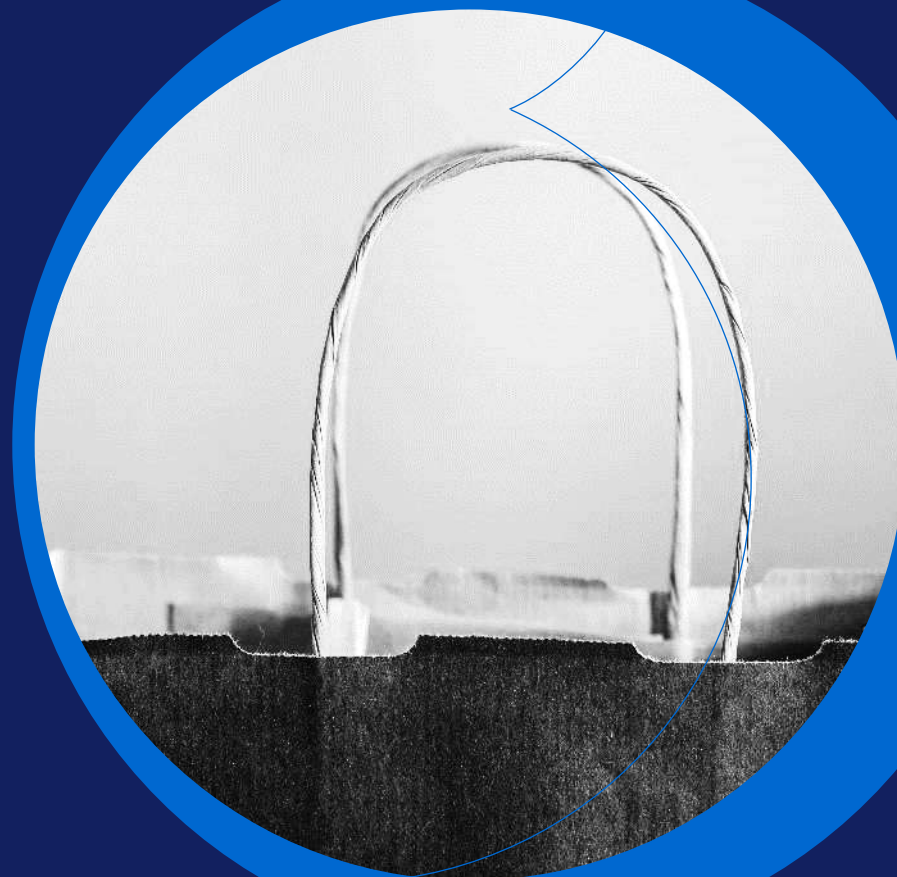
Grau d'acord amb les afirmacions que relacionen el mercat de Montgat amb els altres mercats on tenen parada



Tot i que es detecten algunes opinions disperses quan es demana als paradistes comparar el Mercat de Montgat amb altres on participen, en general es pot concloure que:

- Els nivells de facturació al Mercat de Montgat són inferiors en comparació amb altres mercats.
- Es considera que aquest és més espaiós.
- De forma clara, s'apunta que caldria un mix comercial més equilibrat.

4. Anàlisi d'atractivitat



Perfil de les persones consumidores

Resum del perfil de les persones consumidores del MVNS de Montgat

Sexe	
Home	8%
Dona	92%

Franja d'edat	
De 18 a 24 anys	0%
De 25 a 34 anys	0%
De 35 a 44 anys	14%
De 45 a 54 anys	18%
De 55 a 64 anys	18%
65 anys o més	51%

Freqüència de visita	
Cada setmana	51%
Cada 15 dies	24%
Una vegada al mes	10%
Amb menor freqüència	16%

Procedència: ciutat	
Montgat	86%
Badalona	6%
Tiana	6%
Barcelona	2%

Procedència: barris	
Mallorquines	27%
El Turó	27%
Residencial Camí d'Alella	9%
Les Costes	9%
El Pla	9%
Altres	17%

Mitjà per arribar al Mercat	
A peu	37%
Amb vehicle privat	33%
Amb transport públic	29%

Productes més adquirits al Mercat	
Fruita i verdura	76%
Equip. de la persona	60%
Altra alimentació	56%
Pollastre a l'ast	14%
Alimentació seca	2%

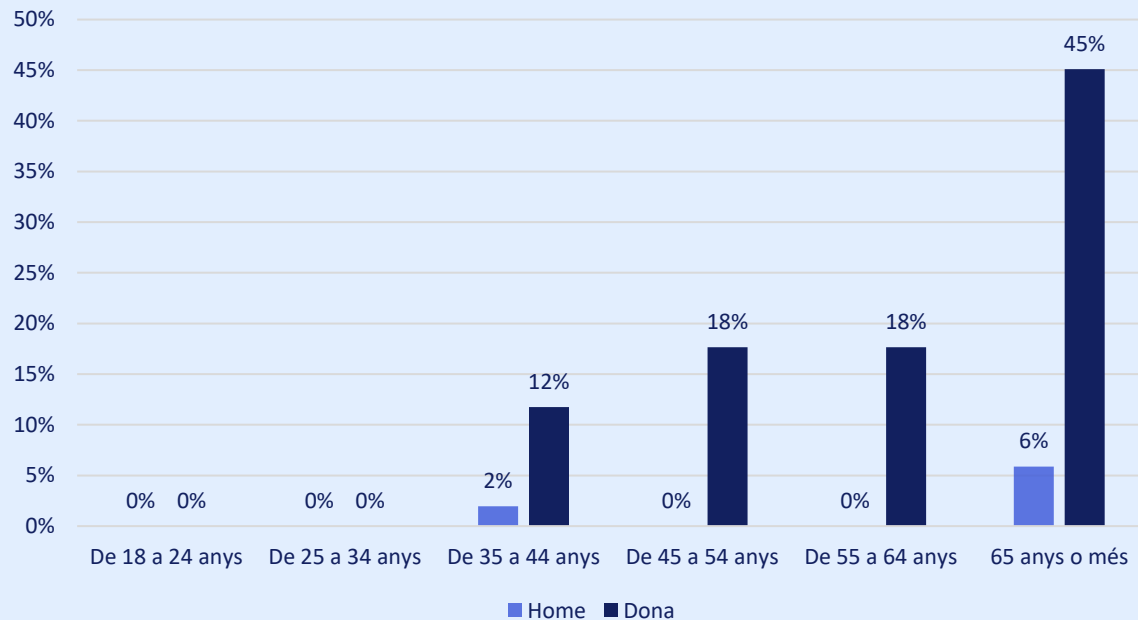
Tiquet de compra diari	
Mercat	23€
Comerç local	11€
Restauració	3€

Font: Enquesta de clima comercial del mercat setmanal de venda no sedentària de Montgat

Perfil de les persones consumidores

Dades demogràfiques

Sexe i edat



Pel que fa a l'edat dels consumidors al mercat, es detecta un perfil sènior, però sobretot d'edat avançada. La franja d'edat amb més pes es correspon amb les persones majors de 65 anys.

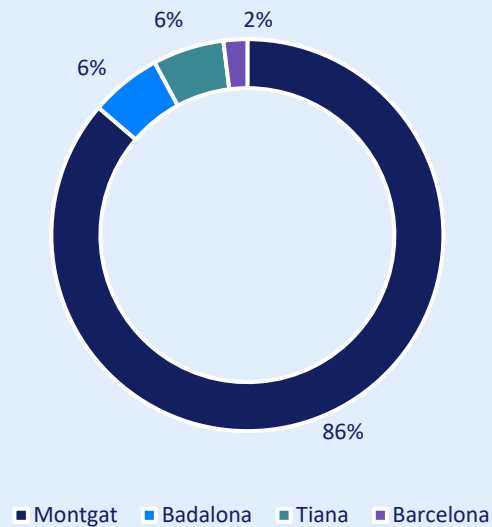
Alhora, qui realitza habitualment les compres són dones, les quals representen el 92% del total de consumidors.

El perfil majoritari de consumidor al mercat és el d'una **dona major de 65 anys**.

Perfil de les persones consumidores

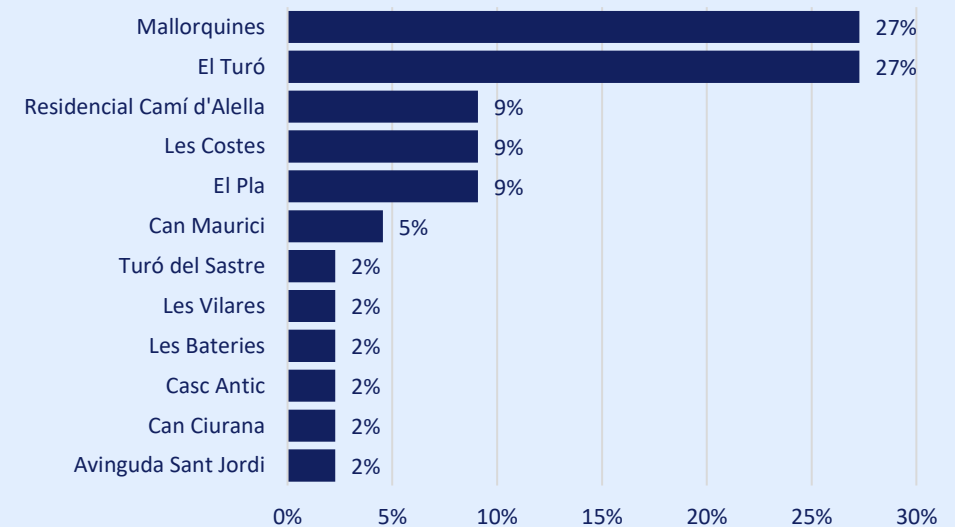
Dades demogràfiques

Procedència: ciutat



La gran majoria de persones que assisteixen al mercat són de Montgat. Tanmateix també provenen d'altres ciutats properes.

Procedència: barri de Montgat

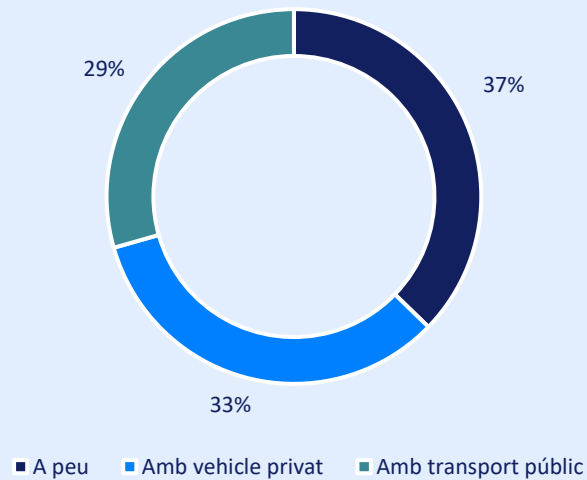


D'entre les persones que són de Montgat, resideixen sobretot als barris de Mallorca i El Turó.

Hàbits de compra

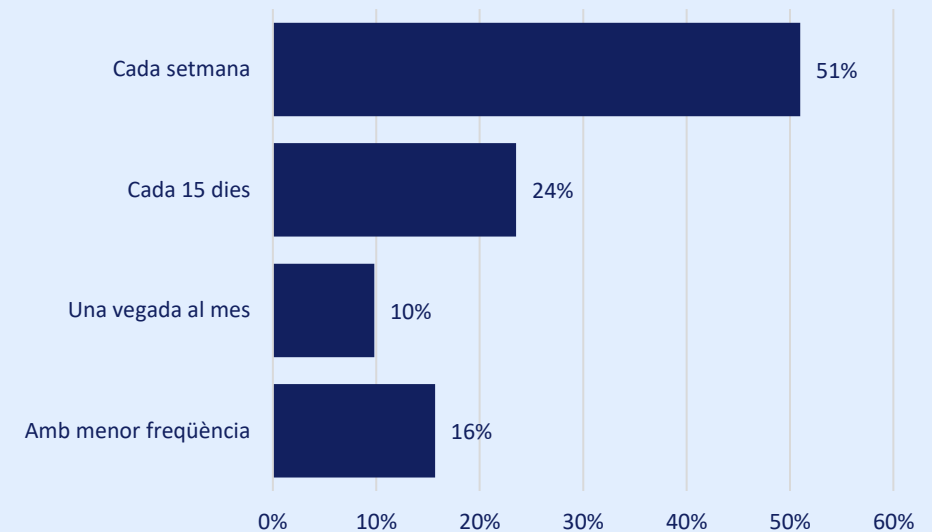
Mobilitat i freqüència de compra

Mitjans de transport per desplaçar-se al mercat



Tot i que quasi un terç de les persones consumidores van al mercat a peu, més del 60% opta per l'ús del transport, ja sigui públic o privat.

Freqüència de compra habitual per la llar

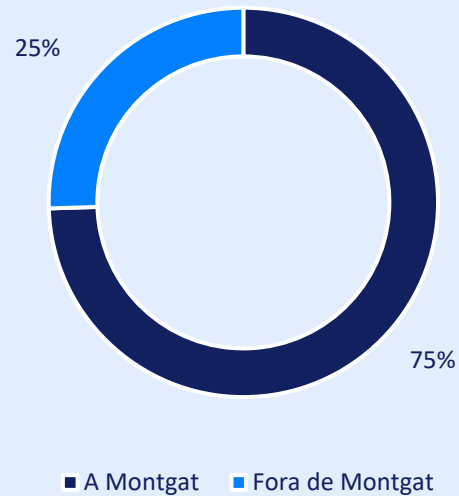


La freqüència de compra encaixa amb el perfil del consumidor: dones majors de 65 anys que fan la compra setmanalment.

Hàbits de compra

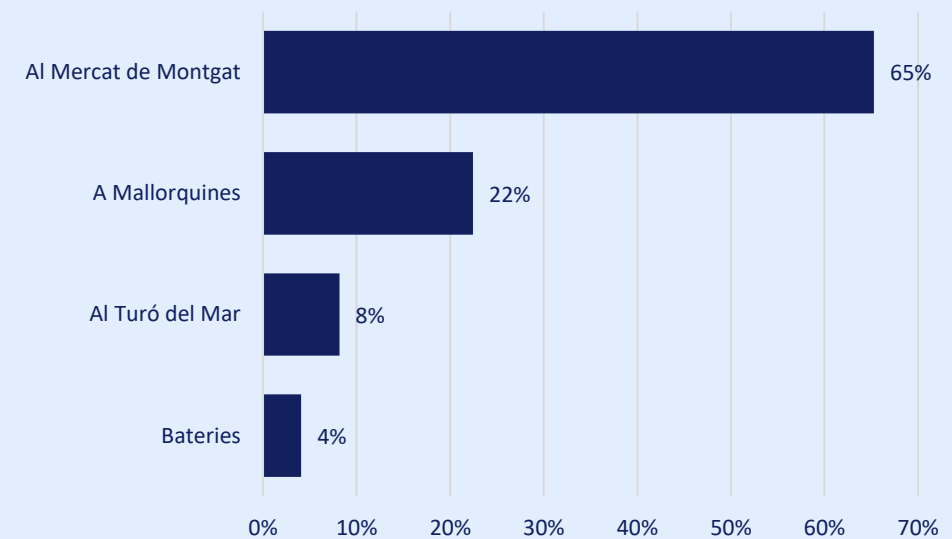
Compra d'alimentació per la llar

Lloc on es realitza la major part de la compra d'alimentació per a la llar



El lloc més habitual per a comprar l'alimentació per a la llar és Montgat, tot i que un 25% dels consumidors també van altres localitats.

Zona de Montgat on es realitza la compra de forma habitual

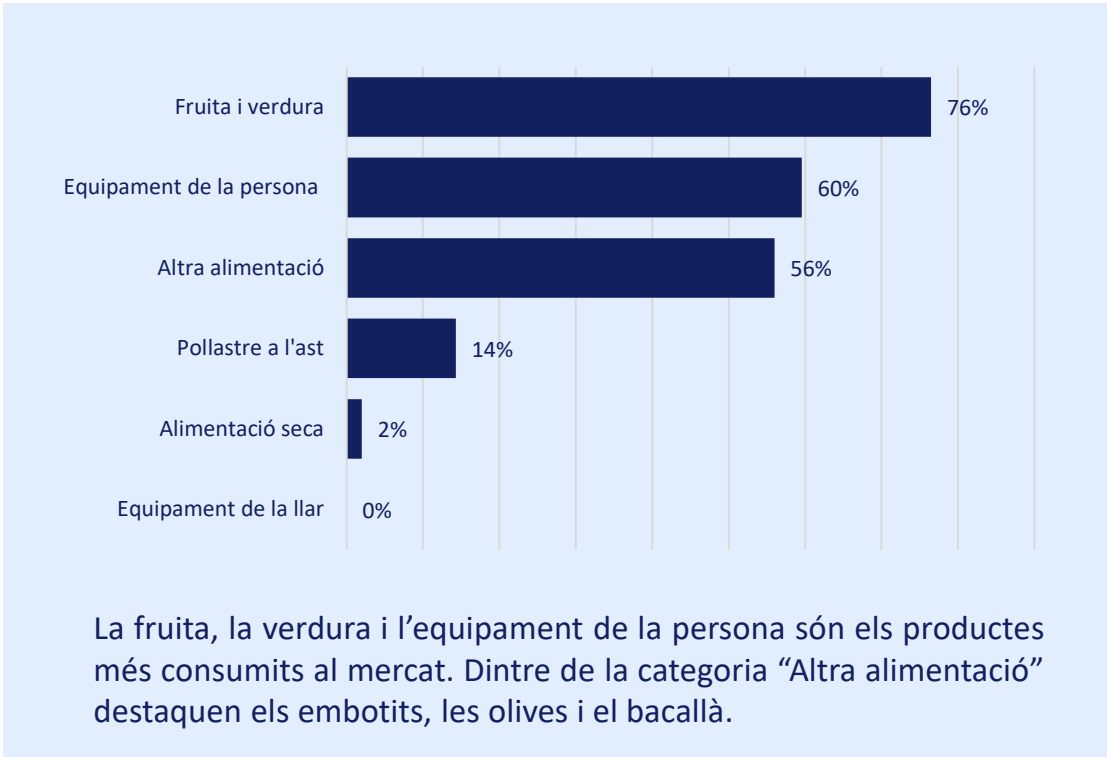


El Mercat és el lloc preferit pels consumidors per a fer les compres, també destaca en menor mesura el barri de Mallorca.

Dinàmiques de compra

Cistella de la compra al mercat

Productes més adquirits al MVNS de Montgat



En un dia de mercat, els consumidors es gasten 23€ en les parades, però també aprofiten per gastar al comerç local (11€) i a la restauració (3€) de mitjana.

Tiquet de compra diari	
Mercat	23 €
Comerç local	11 €
Restauració	3 €

La celebració del mercat els dimecres té un impacte significatiu en el consum al comerç local i la restauració de Montgat.

Satisfacció

Valoració del MVNS

Valoració dels diferents aspectes del MVNS de Montgat

	Mitjana
Ubicació	9,1
Qualitat de les parades	8,1
Distribució del mercat i l'espai	7,5
Preus del conjunt del mercat	7,4
Varietat d'oferta de productes	7,1
Aparcament disponible	5,1
Satisfacció general amb el Mercat	8,2

La ubicació és l'element més ben valorat pels consumidors, una opinió que comparteixen amb els paradistes.

La varietat, els preus i, en especial, la qualitat de les parades obtenen valoracions positives.

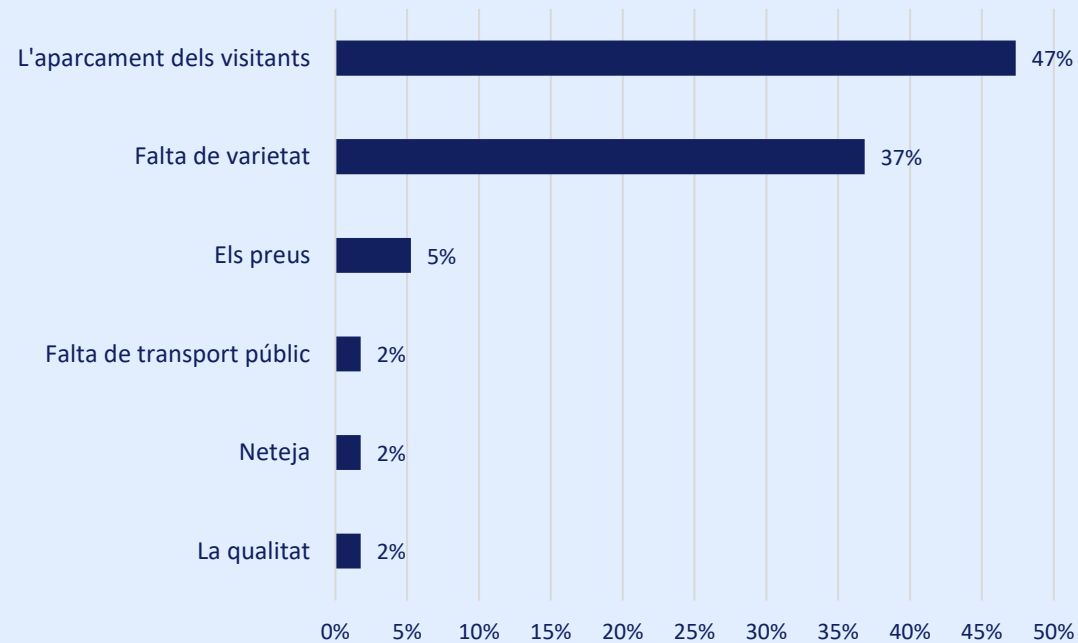
No obstant, tal i com també s'apunta a l'enquesta de clima comercial, l'aparcament és l'element amb un marge de millora més elevat.

Per últim, cal destacar que existeix una correlació significativa entre la satisfacció general amb el mercat i el preus del conjunt del mercat. Com més positivament valoren els consumidors aquest factor, més es valora en general el mercat.

Satisfacció

Elements de millora

Principals elements de millora



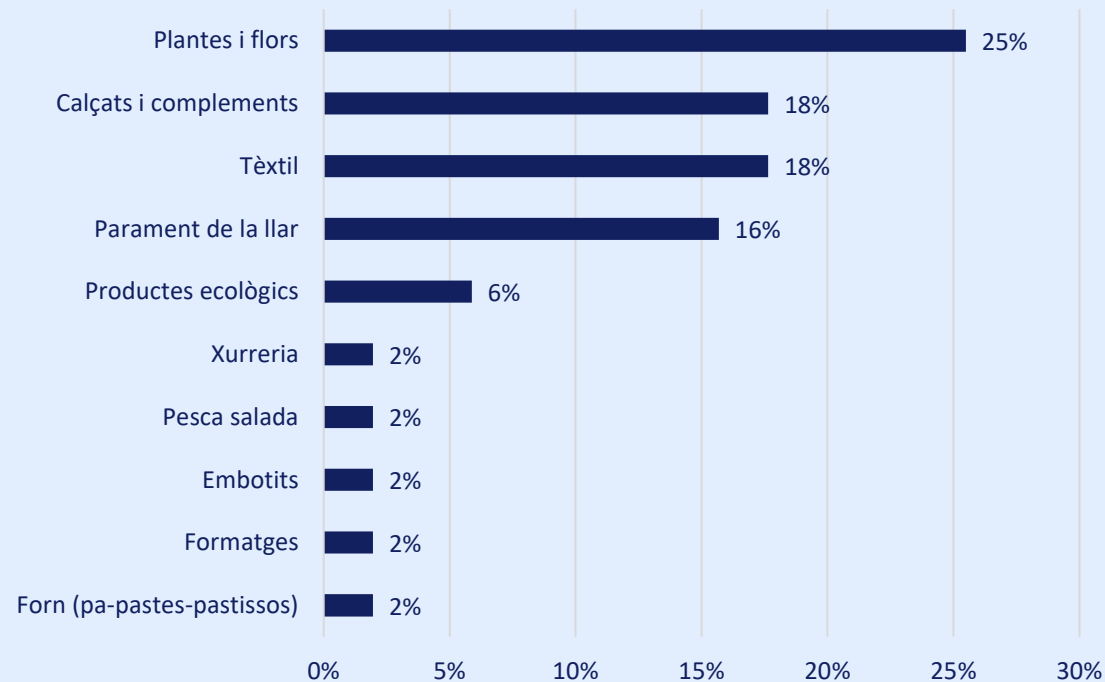
Els consumidors del mercat, en la mateixa línia que apunten els paradistes, opinen que els principals elements de millora són l'aparcament i la falta de varietat en les parades.

Els consumidors demanen més aparcament i més varietat en el mix comercial.

Satisfacció

Productes per introduir al mercat

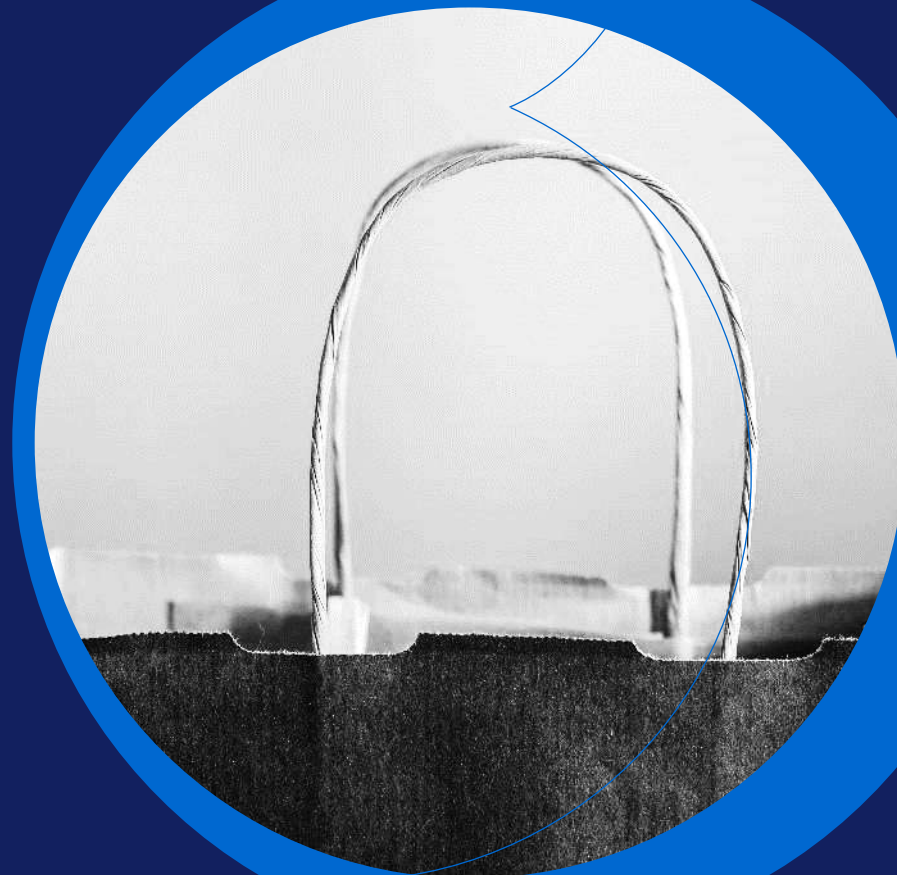
Producte/s que es troben a faltar al MVNS de Montgat



Es troba a faltar, en especial, plantes i flors al Mercat. També destaquen altres tipologies de productes com els calçats i complements, el tèxtil o el parament de la llar.

El producte més demandat són les plantes i flors.

5. Conclusions



DAFO

AMENACES

Orografia del municipi.

Mercats d'altres municipis amb més varietat i/o elements d'atractivitat.

Dificultat per trobar operadors atès la baixa aflluència de persones al MVNS

DEBILITATS

Dimensió reduïda del mercat setmanal de venda no sedentària.

Presència d'elements urbanístics que dificulten la continuïtat del mercat i la distribució a la plaça.

Mancança d'alguna tipologia de parades que deriven en un mix comercial poc diversificat i amb buits en l'oferta comercial.

Escàs relleu entre la clientela amb un perfil de públic assistent caracteritzat per una edat avançada.

FORTALESES

Entorn pacificat i amb continuïtat comercial a l'entorn del mercat.

Parada de venda de pollastre a l'ast com a locomotora del mercat i element que atrau un volum important de ciutadania.

Ubicació del mercat amb bones connexions amb transport públic cap a altres ciutats amb un públic potencial nombrós.

Elevada satisfacció general amb el Mercat per part dels paradistes.

MVNS s'ubica a l'entorn indicat per donar resposta al perfil majoritari de persones usuàries del mercat.

OPORTUNITATS

Increment molt important de població resident al municipi en les dues darreres dècades.

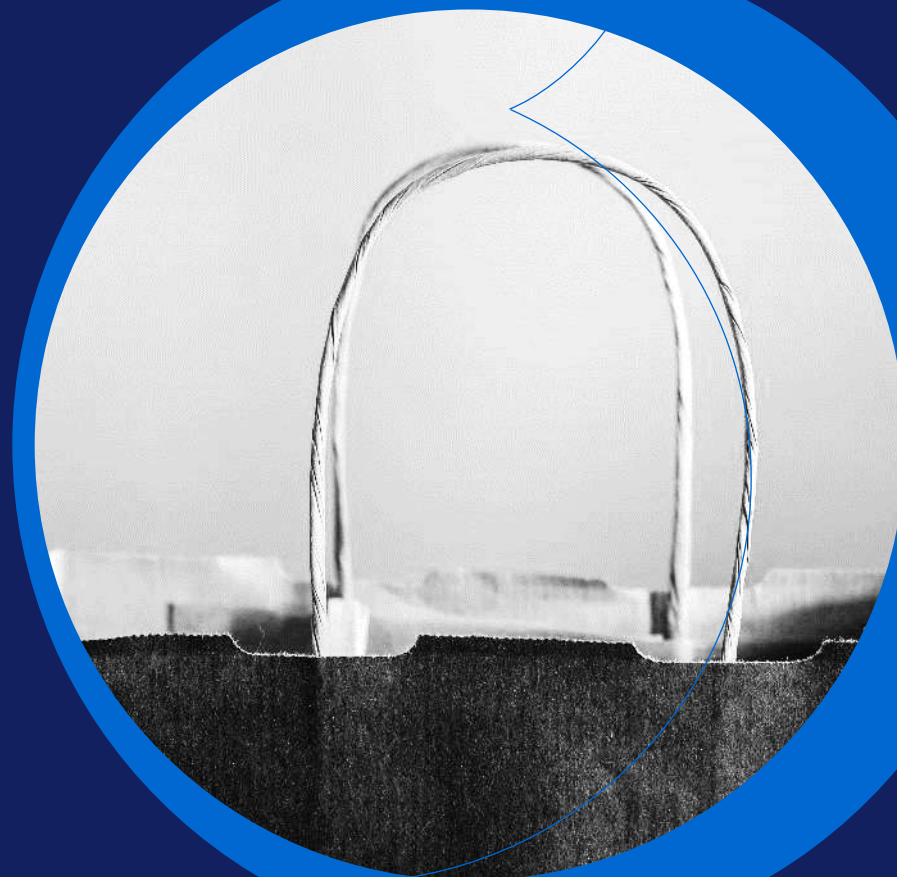
Renda mitjana de la ciutadania amb capacitat de compra i possible orientació cap a tipologies de productes que actualment no estan presents al mercat.

Localització del mercat amb bones comunicacions tant en relació al transport privat com també al públic (línies d'autobús i Rodalies).

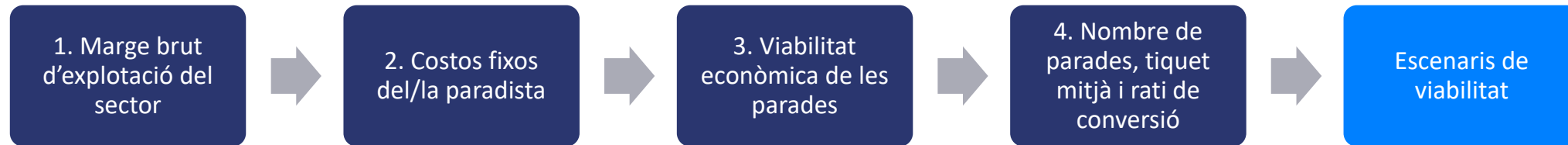
Presència important d'habitatges d'ús turístic arreu del municipi, també a l'entorn de la Plaça de les Mallorquines.

El dimecres és un bon dia ja que no s'aprecia excessiva competència en els municipis propers.

6. Pla de viabilitat



Metodologia



1. L'Estadística estructural d'empreses del sector serveis (IDESCAT, 2022) facilita les dades mitjanes d'ingressos i despeses del sector "comerç al detall de parades i mercats ambulants". D'aquestes, s'extreu que el **marge brut d'exploració del sector és, de mitjana, d'un 40%**.

2. Es realitza un càlcul aproximat dels costos fixos de l'activitat, que comptant les persones treballadores, les quotes d'autònoms/es, assegurances, taxes i altres conceptes, s'estimen en 2.500€ de mitjana al mes.

3. Per estimar les vendes necessàries per assegurar la viabilitat de les parades s'ha utilitzat la fórmula del "**llindar de rendibilitat**".

Costos fixos / Marge brut d'exploració: $2.500€ / 40\% = 6.254,9€$ que serien 312,74€ per parada i dia de mercat.

4. S'estableixen uns supòsits de càlcul pels quals al mercat hi haurà un nombre de parades concret, un consum mitjà aproximat per comprador/a i un percentatge de visitants que, efectivament, compraran:

4.1. **Tiquet mitjà d'aproximadament 20€.**

4.2. Es plantegen **dos escenaris diferents**: el primer s'aproxima a la realitat actual del MVNS de Montgat (**15 parades**) mentre que el segon suposaria incrementar el nombre de parades i utilitzar tot l'espai disponible –amb la distribució actual de la plaça– (**20 parades**).

4.3. Per tal d'incorporar la variabilitat existent, es plantegen 3 realitats diferenciades a partir de 3 ratios de conversió (persones que compren en relació a totes les persones que visiten el mercat). **Els ratios de conversió són del 20%, 30% i 40%**.

Escenaris de viabilitat

Supòsits de càlcul

	A	B	C
Rati de conversió	40%	30%	20%
Escenari 1: 15 parades			
Vendes realitzades	4.691€	4.691€	4.691€
Nombre de persones que han de visitar el mercat	586,4	781,9	1.172,8
Escenari 2: 20 parades			
Vendes realitzades	6.255€	6.255€	6.255€
Nombre de persones que han de visitar el mercat	781,9	1.042,5	1.563,7

El primer escenari estima entre **586 i 1.172** persones visitants per assegurar la viabilitat del MVNS de Montgat.

En el **segon** escenari, de creixement respecte l'actual, les persones visitants s'haurien de situar entre les **781 i les 1.563** per assegurar la viabilitat del MVNS.

Escenaris d'assistència

Estimacions d'impacte

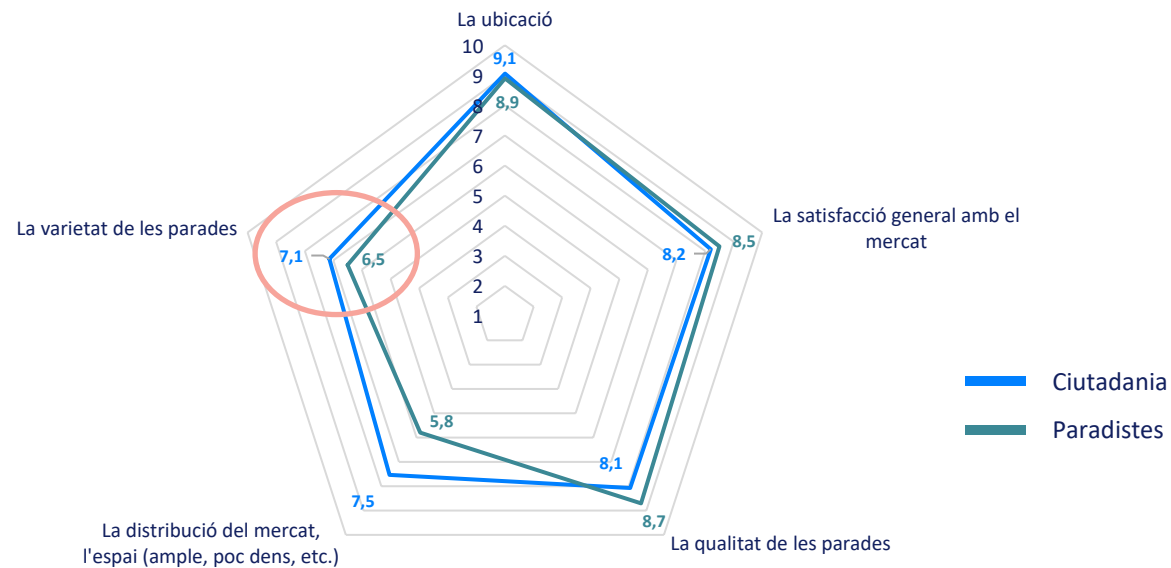
L'estimació **d'impacte econòmic del mercat de venda no sedentària** es calcula **entre els 8.500 € i els 20.500€** en funció de l'assistència de persones compradores.

Aquest impacte es conforma en un **64% en impacte directe** – despesa que es realitza a les diferents parades del mercat – i en un **36% l'impacte indirecte**, conformat per la despesa al comerç i a la restauració locals. **La presència del mercat té, per tant, un impacte econòmic net i positiu als establiments comercials sedentaris de la zona de la plaça de les Mallorquines.**

	A	B	C
Estimació d'assistència (persones)	500 persones	850 persones	1.200 persones
Impacte directe al mercat	5.417,3 €	9.209,5 €	13.001,6 €
Impacte indirecte a l'entorn	3.088,4 €	5.250,2 €	7.412,1 €
Al comerç local	2.676,5 €	4.550,0 €	6.423,5 €
A la restauració local	411,9 €	700,2 €	988,5 €
Impacte total	8.505,7 €	14.459,7 €	20.413,7 €

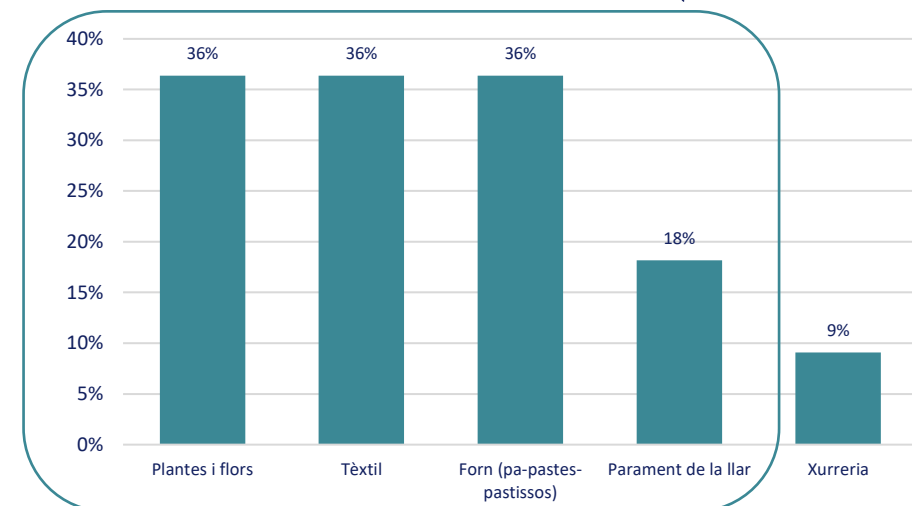
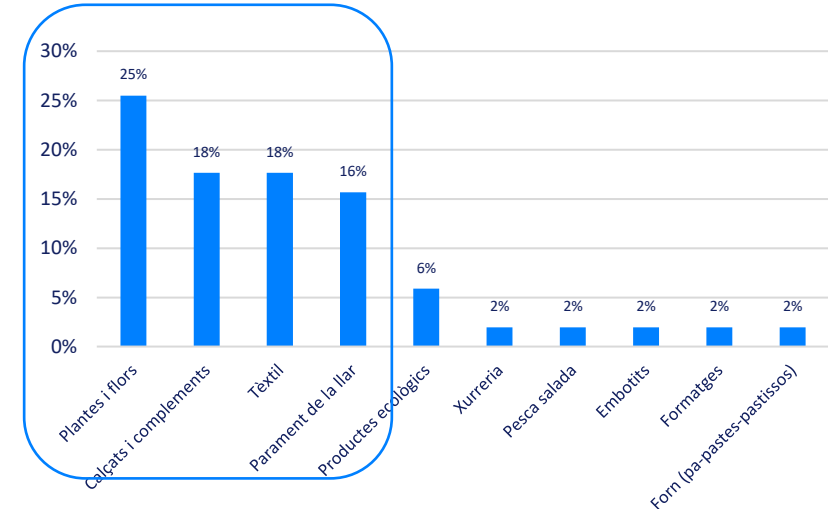
Elements de millora

Principals demandes relatives al mix comercial



Hi ha consens en la **necessitat de millorar el mix comercial del MVNS de Montgat**. **Plantes i flors, tèxtil i parament de llar** són elements que es troben a faltar per ambdós col·lectius.

Tenint en compte les parades actuals, l'augment del tèxtil es pot encaminar a cobrir el buit comercial existent quant a **roba infantil, roba esportiva i roba d'home**.



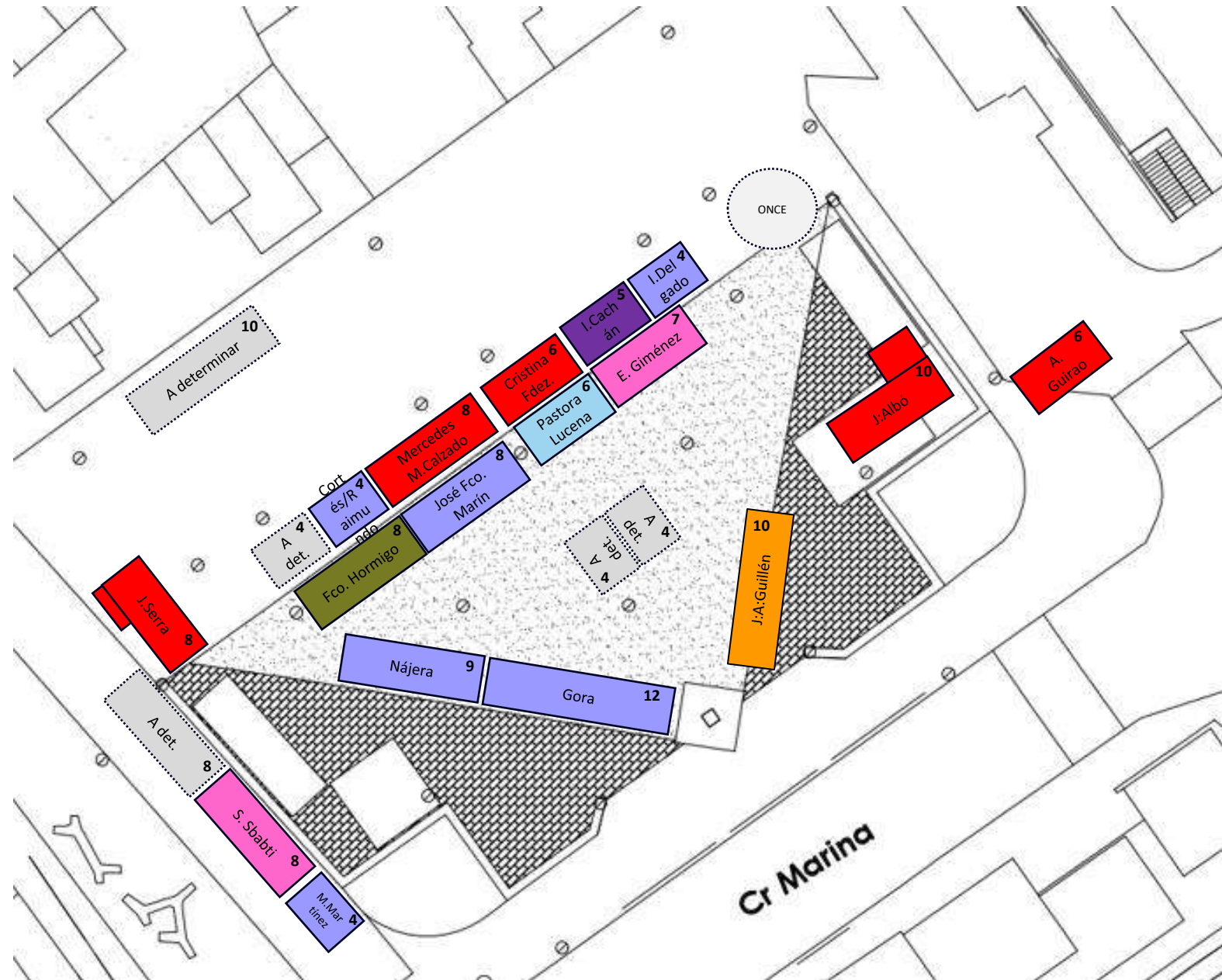
Proposta de reorganització del MVNS

Distribució de les parades del mercat

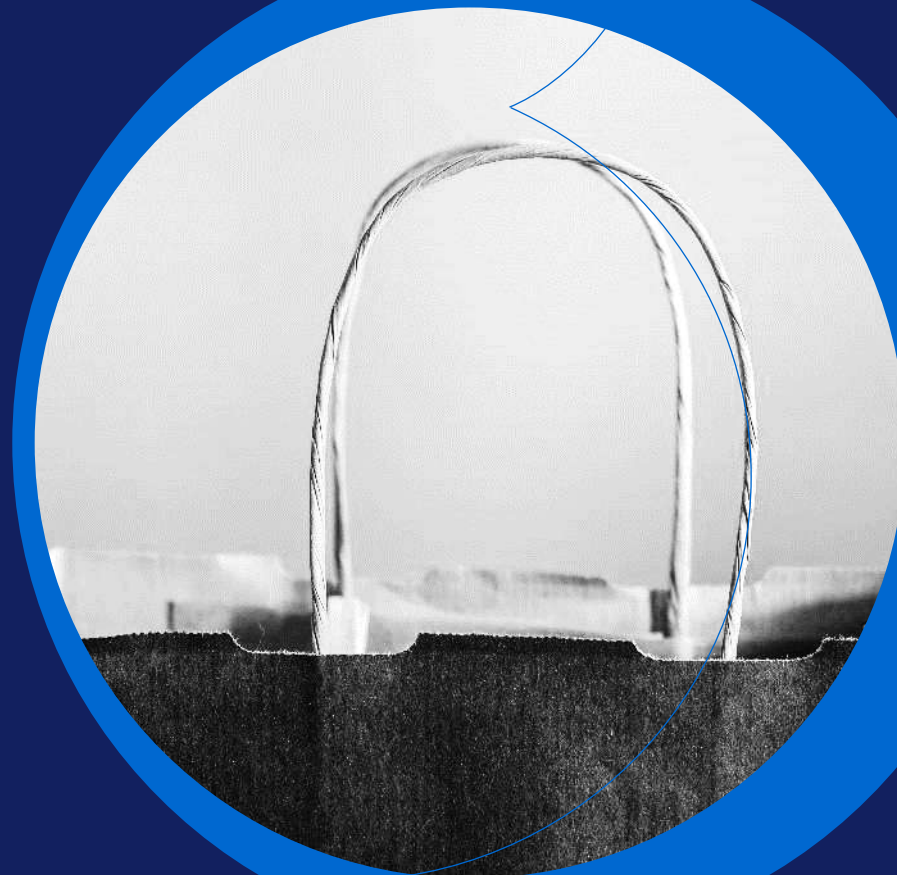
Partint dels següents supòsits:

1. No es realitzen obres de reurbanització de la plaça de les Mallorquines
2. S'obre el trànsit l'Avinguda de la Mediterrània
3. Es preveu la instal·lació d'un punt de venda fix de l'ONCE

- Roba de dona
- Roba d'home
- Roba infantil
- Roba interior i pijames
- Calçat
- Alimentació



7. Estratègia



Proposta de valor

Un mercat de venda no sedentària que complementa l'oferta comercial estable del municipi, que es diferencia de la resta de mercats ambulants i que és conegut per la població resident i fluctuant de Montgat.

Línies estratègiques

Línia estratègica 1

MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics que es complementi amb l'oferta sedentària existent i que dinamitzi socialment i econòmicament l'entorn de la plaça de les Mallorquines.



Línia estratègica 2

DIFUSIÓ DEL MERCAT

Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons. Difondre el mercat entre els habitatges d'ús turístic del municipi i als equipaments públics.



Pla estratègic

Un mercat de venda no sedentària que complementa l'oferta comercial estable del municipi, que es diferencia de la resta de mercats ambulants i que és conegut per la població resident i fluctuant de Montgat.

PROPOSTA DE VALOR

1. MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

Un mix comercial variat i que complementa l'oferta sedentària existent

2. DIFUSIÓ DEL MERCAT

Un mercat conegut per la població de Montgat

LÍNIES
ESTRATÈGIQUES

Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics que es complementi amb l'oferta sedentària existent i que dinamitzi socialment i econòmicament l'entorn de la plaça de les Mallorquines.

Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons. Difondre el mercat entre els habitatges d'ús turístic del municipi i als equipaments públics.

OBJECTIUS

- 1.1 Identificació de buits comercials
- 1.2 Reorganització de les parades del mercat
- 1.3 Concurs de les noves parades del mercat
- 1.4 Redimensionament del nombre i dimensió de les parades (menys parades i més grans)
- 1.5 Elaboració d'un dossier de comercialització
- 1.6 Actualització ordenances fiscals
- 1.7 Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
- 1.8 Actualització reglament intern
- 1.9 Prospecció de paradistes en municipis del voltant

- 2.1 Difusió en línia entre la població local (web i xarxes socials municipals)
- 2.2 Difusió presencial del mercat als equipaments municipals i parades d'autobús
- 2.3 Difusió als habitatges d'ús turístic
- 2.4 Creació de marca del mercat
- 2.5 Elaboració de materials de difusió de la marca
- 2.6 Organització d'activitats de dinamització per a gent gran els dies de mercat i els festius per a nens

ACTUACIONS

LÍNIA ESTRATÈGICA 1: MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

Un mix comercial variat i que complementa l'oferta sedentària existent

Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics que es complementi amb l'oferta sedentària existent i que dinamitzi socialment i econòmicament l'entorn de la plaça de les Mallorquines.

Actuacions: 9

- 1.1 Identificació de buits comercials
- 1.2 Reorganització de les parades del mercat
- 1.3 Concurs de les noves parades del mercat
- 1.4 Redimensionament del nombre i dimensió de les parades
- 1.5 Elaboració d'un dossier de comercialització
- 1.6. Actualització de les ordenances fiscals
- 1.7 Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
- 1.8 Actualització del reglament intern
- 1.9 Prospecció de paradistes en municipis del voltant

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU: 1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics

ACTUACIÓ: 1. Identificació de buits comercials

1. Identificació de buits comercials

2. Reorganització de les parades del mercat

3. Concurs de les noves parades del mercat

4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

5. Elaboració d'un dossier de comercialització

6. Actualització de les ordenances fiscals

7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

8. Actualització del reglament intern

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

1. Identificació de buits comercials

Es realitzarà un seguiment del **mix comercial** del conjunt d'**establiments sedentaris** de Montgat per tal de precisar, amb el màxim detall possible, les necessitats comercials que no resten cobertes.

El seguiment del mix comercial es pot realitzar tant per al conjunt del municipi com per l'àrea d'influència del MVNS de Montgat o, per extensió, l'entorn de la plaça de les Mallorquines.

Els principals **buits comercials** que s'han identitat durant l'elaboració del present informe, juntament amb les **demandes expressades** tant per la ciutadania com per les persones titulars de les parades del mercat no sedentari de Montgat són:

1. Flors i plantes
2. Tèxtil masculí (infantil, adult i esportiu)
3. Parament de la llar
4. Alimentació

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU:	1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics
ACTUACIÓ:	2. Reorganització de les parades del mercat

1. Identificació de buits comercials
2. Reorganització de les parades del mercat
3. Concurs de les noves parades del mercat
4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades
5. Elaboració d'un dossier de comercialització
6. Actualització de les ordenances fiscals
7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
8. Actualització del reglament intern
9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

2. Reorganització de les parades del mercat

Una vegada superada la situació d'excepcionalitat per la pandèmia i tenint en compte la voluntat i necessitat de reobrir el trànsit a l'avinguda Mediterrània, **cal retornar les parades del MVNS a la plaça de les Mallorquines.**

Així mateix, i d'acord amb els buits comercials que s'identifiquin (acció 1.1.) i el nombre de parades que es consideri òptim (acció 1.4.) cal **consolidar les ubicacions de les parades.** En aquesta reorganització de les parades s'han de tenir en compte una sèrie de qüestions:

- Les parades d'alimentació actuen com a factors d'atracció.
- S'ha de vetllar pel compliment del reglament del MVNS (horaris, presència de vehicles, etc.).
- Es poden ubicar noves parades diferencials a altres emplaçaments de la plaça de les Mallorquines (davant de la farmàcia, al mig de la plaça).

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU: 1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics

ACTUACIÓ: 3. Concurs de les noves parades del mercat

1. Identificació de buits comercials

2. Reorganització de les parades del mercat

3. Concurs de les noves parades del mercat

4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

5. Elaboració d'un dossier de comercialització

6. Actualització de les ordenances fiscals

7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

8. Actualització del reglament intern

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

3. Concurs de les noves parades del mercat

A partir de la identificació del buits comercials (acció 1.1.) **s'impulsaran els concursos necessaris** per a la consecució de les noves parades del mercat de venda no sedentària.

Cal precisar, amb el màxim detall possible, **quins productes constituiran l'estoc de cadascuna de les parades** per garantir l'equilibri -tant amb el mercat sedentari com amb els altres paradistes del mercat no sedentari- però també **procurar la viabilitat de les noves parades**.

La identificació de parades tipus (acció 1.9.) pot ajudar a precisar els productes comercialitzables de les noves parades del mercat.

Així mateix, l'estudi quantitatiu realitzat apunta les següents demandes tant per part de de ciutadania com dels paradistes:

1. Plantes i flors
2. Tèxtil (roba esportiva i roba d'home)
3. Parament de llar

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU:	1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics
ACTUACIÓ:	4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

- 1. Identificació de buits comercials
- 2. Reorganització de les parades del mercat
- 3. Concurs de les noves parades del mercat
- 4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades**
- 5. Elaboració d'un dossier de comercialització
- 6. Actualització de les ordenances fiscals
- 7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
- 8. Actualització del reglament intern
- 9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

En línies generals, **les parades més gran tendeixen a ser visualment més atractives**. Així, per tant, es recomana tendir cap a mercats no sedentaris amb parades més grans i, per tant, un menor nombre de punts de venda.

És important, en aquest punt, identificar correctament els buits comercials (acció 1.1.) però **procurar no saturar el mercat de venda no sedentària d'un nombre excessiu de parades**. Com s'ha apuntat a l'apartat 6 pla de viabilitat, la dimensió actual del mercat, tenint en compte l'afluència de persones és sostenible però cal tenir en compte que, si augmenta l'oferta de parades però no ho fa en la mateixa proporció la demanda de la ciutadania, es pot alterar aquest punt d'equilibri i sostenibilitat de les parades.

En la línia d'augmentar l'assistència de ciutadania, convé augmentar la difusió del mercat (accions incloses en la línia estratègica 2: difusió del mercat).

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU: 1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics

ACTUACIÓ: 5. Elaboració d'un dossier de comercialització

1. Identificació de buits comercials

2. Reorganització de les parades del mercat

3. Concurs de les noves parades del mercat

4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

5. Elaboració d'un dossier de comercialització

6. Actualització de les ordenances fiscals

7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

8. Actualització del reglament intern

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

5. Elaboració d'un dossier de comercialització

S'impulsarà l'**elaboració d'un dossier de comercialització** que reculli la informació principal del MVNS de Montgat. La redacció d'aquest material gràfic es pot encaminar a dos públics objectius diferents.

1. Exclusivament per paradistes
2. Paradistes i ciutadania en general

Cal tenir molt present que la informació que contindrà el dossier haurà d'estructurar-se a **partir del públic diana a qui es dirigeixi**. Si s'encamina exclusivament a paradistes, informació relativa a les taxes i horaris del mercat o formes de contacte amb l'Ajuntament, hauran de tenir un pes rellevant.

Alternativament, si es dirigeix a un públic més ampli, és més rellevant els **mitjans de transport** i les **zones d'aparcament** o els **productes** que s'hi comercialitzen. En aquest cas, hi ha d'haver una redirecció cap al web municipal on trobar més informació (la que s'inclouria en el dossier exclusiu per a paradistes).

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU:	1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics
ACTUACIÓ:	6. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

- 1. Identificació de buits comercials
- 2. Reorganització de les parades del mercat
- 3. Concurs de les noves parades del mercat
- 4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades
- 5. Elaboració d'un dossier de comercialització

6. Actualització de les ordenances fiscals

- 7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
- 8. Actualització del reglament intern
- 9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

6. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

Es realitzarà un **estudi dels mercats de venda no sedentària dels municipis propers**. Els objectius estaran encaminats a la identificació de parades potencialment atractives pel mercat de Montgat.

Complementàriament també es realitzarà un **estudi comparatiu de les taxes associades** als mercats de venda no sedentària per tal d'adequar-s'hi o mostrar-ne i difondre'n les diferències.

L'estudi s'ha d'orientar a la presa de decisions i ha de ser útil tant des d'un punt de vista tècnic com també polític.

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU:	1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics
ACTUACIÓ:	7. Actualització d'ordenances fiscals

- 1. Identificació de buits comercials
- 2. Reorganització de les parades del mercat
- 3. Concurs de les noves parades del mercat
- 4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades
- 5. Elaboració d'un dossier de comercialització
- 6. Actualització de les ordenances fiscals
- 7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant**
- 8. Actualització del reglament intern
- 9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

Es realitzarà una anàlisi en profunditat dels mercats de venda no sedentària de l'entorn per tal d'identificar el **mixos comercials que els conformen**. Aquesta acció també pot derivar en l'elaboració d'un **material gràfic** que serveixi d'inspiració per a l'ordenació de les parades i per a l'exposició de les mateixes.

També s'inclouran a l'anàlisi la revisió i estudi de les taxes dels municipis del voltant. Aquesta acció permetrà realitzar una comparativa que, en última instància, possibilitarà una presa de decisions, respecte les ordenances fiscals, basades en el coneixement de l'entorn.

Complementàriament, els resultats d'aquest estudi també pot constituir, si els resultats així ho apunten, material complementari del dossier de comercialització (acció 1.5.).

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU: 1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics

ACTUACIÓ: 8. Actualització reglament intern

1. Identificació de buits comercials

2. Reorganització de les parades del mercat

3. Concurs de les noves parades del mercat

4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades

5. Elaboració d'un dossier de comercialització

6. Actualització de les ordenances fiscals

7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant

8. Actualització del reglament intern

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

8. Actualització reglament intern

S'encarregarà **l'estudi en profunditat del reglament intern del mercat de venda** no sedentària per tal d'adequar-lo a les noves necessitats que hagin pogut desenvolupar-se en els darrers anys.

Aquest estudi incorporarà una visió comparada amb els municipis del voltant a mode de **bones pràctiques o accions inspiradores** amb possibilitat d'aplicabilitat al MVNS de Montgat.

En l'actualització del reglament intern s'ha d'especificar la **normativa reguladora del mercat** (muntatge i desmuntatge, elements de mobiliari autoritzats, obligatorietat d'assistència i/o comunicació d'absència, etc.) i les **sancions que es poden imposar en el supòsit de incompliment**.

Línia estratègica 1 – MODIFICACIÓ DEL MIX COMERCIAL

OBJECTIU:	1. Disposar d'un mix comercial variat i amb capacitat d'atraure nous públics
ACTUACIÓ:	9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

- 1. Identificació de buits comercials
- 2. Reorganització de les parades del mercat
- 3. Concurs de les noves parades del mercat
- 4. Redimensionament del nombre i dimensió de les parades
- 5. Elaboració d'un dossier de comercialització
- 6. Actualització de les ordenances fiscals
- 7. Estudi i comparativa de mix i taxes als municipis del voltant
- 8. Actualització reglament intern

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

9. Prospecció de paradistes en municipis del voltant

En la fase 2 d'anàlisi comercial s'ha identificat que el dimecres és un dia òptim per la celebració del mercat no sedentari de Montgat degut a l'escassa competència existent en aquest dia. A més de ser un dia adequat per aquesta raó també és positiu quant a la recerca de possibles nous paradistes.

Es **visitaran els mercats de l'entorn o mercats de referència a la comarca** per identificar parades tipus que puguin ajudar a definir el concurs de les noves parades (acció 1.3.). El personal tècnic d'aquests municipis també poden ajudar a incrementar la difusió dels concursos que es realitzin al mercat de Montgat.

LÍNIA ESTRATÈGICA 2: DIFUSIÓ DEL MERCAT

Un mercat conegut per la població de Montgat

Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons. Difondre el mercat entre els habitatges d'ús turístic del municipi i als equipaments públics.

Actuacions: 6

2.1 Difusió en línia del mercat

2.2 Difusió presencial del mercat

2.3 Difusió als habitatges d'ús turístic

2.4 Creació de marca del mercat

2.5 Elaboració de materials de difusió de la marcat

2.6 Organització d'activitats de dinamització

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU:	2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons
ACTUACIÓ:	1. Difusió en línia entre la població local

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

1. Difusió en línia entre la població local

Tot i que encara existeix un cert biaix generacional, el gruix de la ciutadania utilitza xarxes socials. Per exemple els perfils corporatius de l'Ajuntament a les principals xarxes socials compten amb entre 3.000 i 4.000 seguidors.

És important, per tant, **que es faci difusió del mercat de venda no sedentària a les xarxes socials**. Sempre valorant el cost-benefici que pugui suposar, cal incorporar al calendari editorial de publicacions la presència del MVNS. Ara bé, convé mantenir un equilibri amb els comerç sedentari per tal de no generar greuges.

S'actualitzarà la informació del mercat de la pàgina web de l'Ajuntament de Montgat i s'hi incorporaran més fotografies que mostrin la diversitat de parades.

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU:	2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons
ACTUACIÓ:	2. Difusió presencial del mercat

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

2. Difusió presencial del mercat

A més de la difusió en línia (acció 2.1.) és important disposar d'informació física que augmenti la notorietat del mercat no sedentari. D'aquesta manera, amb les corresponents adaptacions gràfiques es plantegen els següents formats comunicatius:

- **Cartelleria** als equipaments públics i parades de transport públic
- **Banderols** visibles a la zona del mercat

Així mateix, també es pot plantejar el **disseny i producció de bosses de tela** del mercat setmanal en la seva doble vessant:

1. Reducció de l'ús de les bosses de plàstic.
2. Acció de promoció i difusió.

Aquesta darrera possibilitat es pot plantejar en el moment de presentació de la marca del mercat de venda no sedentària (acció 2.4.).

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU:	2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons
ACTUACIÓ:	3. Difusió als habitatges d'ús turístic

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

Es contactarà amb tots els establiments regularitzats per tal de facilitar-los informació comercial d'interès. En aquest cas, es facilitarà la informació rellevant que contingui o bé el dossier de comercialització elaborat (acció 1.5.) o bé el material ad-hoc que es pugui preparar.

Així mateix, si es disposa de material de campanyes comercials, també es pot afegir.

La informació imprescindible que ha de contenir el material que es faciliti als operadors turístics és:

1. Dia i horari del mercat.
2. Mix comercial que hi podran trobar.
3. Mapa general del municipi amb la localització del mercat. També una ampliació de la zona del mercat.
4. Mitjans per a arribar-hi.

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU:	2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons
ACTUACIÓ:	4. Creació de marca del mercat

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

4. Creació de marca del mercat

Com s'apuntava en l'apartat 2 d'anàlisi comercial el gruix dels municipis de l'entorn de Montgat tenen mercats de venda no sedentària. De fet, se'n comptabilitzen fins a 29 a 15km a la rodona del mercat setmanal de Montgat.

És per aquest motiu que convé diferenciar-se de la resta. En primer lloc pel mix comercial existent i, en segon, per l'experiència de compra diferencial que suposi el mercat. L'objectiu consistiria en constituir un mercat de venda no sedentària diferencial, amb impacte i en el qual els paradistes hi volguessin anar.

Per a aconseguir-ho convé reforçar tant l'oferta (accions 1.1. fins 1.4.), la demanda (accions compreses en la línia estratègica 2) com també la identitat pròpia del mercat. Així, la ideació d'una marca del mercat pot esdevenir el punt d'inflexió d'aquest procés cap a la consolidació del mercat.

En aquest procés, recollir les opinions de ciutadania i paradistes pot ajudar a incrementar el sentiment de pertinença amb el mercat. Obrir un procés participatiu, també amb altres agents del municipi com podrien ser els centres educatius (revisar acció 2.6.) també pot contribuir a cohesionar el municipi.

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU: 2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons

ACTUACIÓ: 5. Elaboració de materials de difusió de la marca

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

La creació de la marca (acció 2.4.) requerirà una planificació tant en la seva ideació com aprovació i posterior difusió. En l'etapa de difusió és necessari disposar de materials que donin suport a la marca.

Així, per exemple, una vegada s'hagi elaborat i aprovat la marca del mercat no sedentari de Montgat s'haurà d'actualitzar la informació del **dossier de comercialització** (acció 1.5.), tant incorporant el logotip que s'aprovi com també adaptant, si s'escau, la línia gràfica del dossier.

Si ja s'ha realitzat una acció de difusió del mercat a través de bosses reutilitzables, el moment de presentació de la marca pot ser un bon moment per relançar la campanya i realitzar-ne una nova producció. Alternativament, si no s'ha realitzat amb anterioritat, la presentació de la marca del MVNS pot suposar un bon moment per exposar les bosses de tela amb el missatge corresponent a la marca del mercat.

Línia estratègica 2 – DIFUSIÓ DEL MERCAT

OBJECTIU: 2. Augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària de Montgat entre autòctons i al·lòctons

ACTUACIÓ: 6. Organització d'activitats de dinamització

1. Difusió en línia entre la població local

2. Difusió presencial del mercat

3. Difusió als habitatges d'ús turístic

4. Creació de marca del mercat

5. Elaboració de materials de difusió de la marca

6. Organització d'activitats de dinamització

6. Organització d'activitats de dinamització

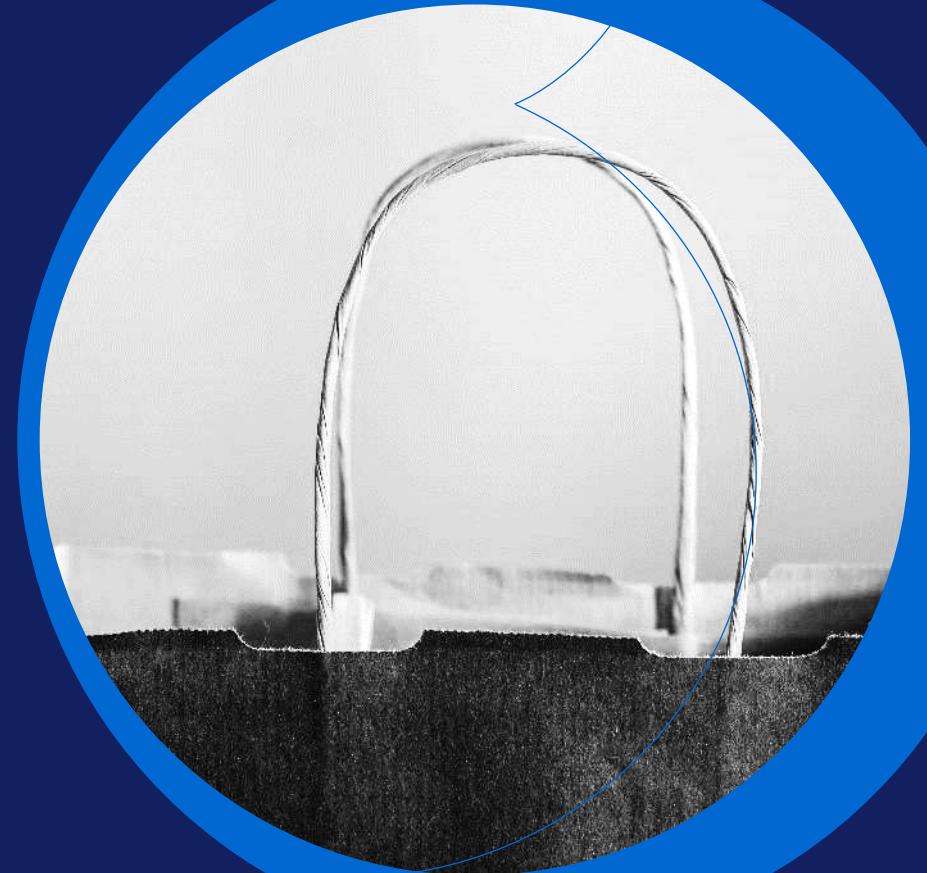
La realització d'activitats de dinamització ajudaria a augmentar la notorietat del mercat de venda no sedentària alhora que també en diversificaria la composició. Si les activitats que s'organitzen són atractives és possible que un públic que, fins ara, no s'ha sentit interpel·lat per la realització del MVNS s'apropi a la plaça de les Mallorquines.

Tanmateix, cal tenir present que el dia i horari de realització del mercat pot suposar un impediment en la diversificació de públics del mercat.

Convé, per tant, explorar possibles relacions i col·laboracions, que poden ser puntuals, amb els centres educatius del municipi per realitzar activitats a l'entorn del mercat.

La celebració d'aquestes activitats de dinamització ha de comptar amb una bona difusió, tant virtual (acció 2.1.) com presencial (acció 2.2.).

8. Annexos



Anàlisi qualitativa

Entrevista semiestructurada al dinamitzador de l'associació de comerciants de Montgat



Entrevista dins de l'estudi: Modernització del MVNS de Montgat

Dinamitzador de l'Associació de Comerciants de Montgat

- **Dia:** 27/09/2023
- **Hora:** 10:15 h – 10:50 h
- **Lloc:** Presencial, Montgat.

Persones assistents

- Lluís Gallén – Dinamitzador ACIS Montgat
- Pol Maceira – Consultoria J3B3

La conversa s'estructura a partir del següent esquema:

1. Es realitza una breu explicació de l'estudi que s'està duent a terme i dels àmbits que incorporarà:
 - a. Anàlisi del mix comercial de Montgat
 - b. Anàlisi del mix comercial de MVNS de Montgat
 - c. Identificació de les diferents zones del MVNS
 - d. Proposta de modernització del mercat i de la seva distribució
 2. Es fa palès que l'entrevista que es realitzarà serà de tipus semiestructurada ja que, tot i que existeix un guió de blocs temàtics i preguntes específiques, es buscarà aconseguir una conversa informal i distesa. Tot i que pot representar els establiments associats, tenint en compte el seu coneixement també s'incorporarà la seva perspectiva sobre el conjunt del comerç del municipi.
- Els blocs temàtics són:
- a) Informació de context de Montgat
 - b) Dinamització i associacionisme comercial
 - c) Relació amb el MVNS de Montgat
 - a. Locomotora econòmica
 - b. Dinàmica comercial
 - c. Qüestions logístiques
 - d. La veu dels establiments comercials de la zona
 - d) Altres qüestions d'interès



Acta – resum de la reunió

A l'entorn de la plaça de les Mallorquines hi hauria una desena d'establiments associats. En línies generals els arguments dels establiments associats de l'entorn de la plaça de les Mallorquines en relació al Mercat de Venda No Sementària de Montgat es podrien agrupar en fins a dos grups diferenciats.

Els elements positius es relacionen amb un increment, lleuger, de la facturació. Els establiments que ho expressen, confirmen que noten un ascens de la facturació els dies de mercat i, es confirma que hi ha un major volum de persones a la zona. A més dels bars i establiments de degustació de la zona, també ho notarien la peixateria i, tot i la competència dels paradistes, també les fruiteries properes.

Tanmateix, **la perspectiva negativa identifica clarament problemàtiques associades amb la mobilitat, l'aparcament i la càrrega i descàrrega** els dies de mercat. Consideren que hi hauria d'haver un major control horari dels aparcaments de 30' els dies de mercat ja que, si no es realitza, s'identifiquen vehicles que hi estacionen tot el dia i no hi ha circulació de vehicles.

A més de l'aparcament, els comerços de la zona, **consideren molt necessària la reobertura de l'avinguda Mediterrània** al trànsit ja que, el seu tancament, dificulta molt la mobilitat i l'aparcament.

Així mateix, també es trasllada la **dificultat de realitzar la càrrega i descàrrega dels productes dels establiments**. Els comerços no tenen permís per accedir a la plaça i, si ho fan, se'ls multa. Si s'ocupen els espais habilitat de càrrega i descàrrega, potser es podria impulsar un permís extraordinari pels dimecres per tal de poder accedir a la plaça.

Els establiments coincideixen que al mercat hi faltaria més diversitat i un major nombre de parades. En aquest mateix sentit, **s'identifica el producte ecològic i de proximitat com un element que podria ser diferenciador**. Sense precisar-ne el format, també creuen que es podria impulsar algun tipus de dinamització lúdica del mercat per incrementar l'impacte del mercat.

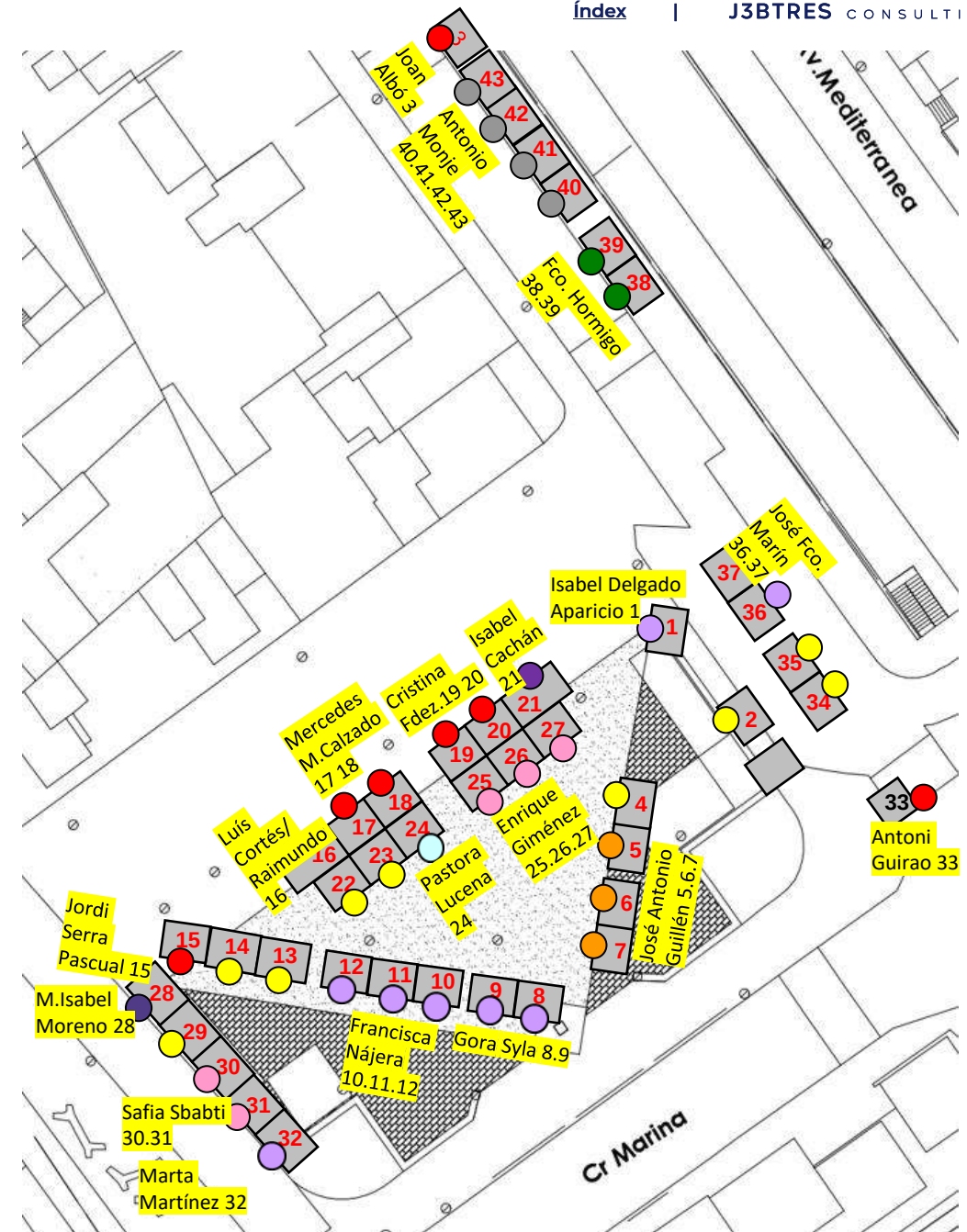
També es trasllada la inquietud relativa al fet que en moltes parades només es pot fer el pagament en efectiu.

MVNS a la plaça de les Mallorquines

Distribució inicial de les parades del mercat

Elements a considerar:

1. Durant la pandèmia es va ampliar l'abast del mercat desplaçant parades a l'Avinguda Mediterrània, generant importants afectacions de trànsit
2. Encara no està instal·lat el punt de venda fix de l'ONCE
3. Alguns vehicles estacionen a la plaça

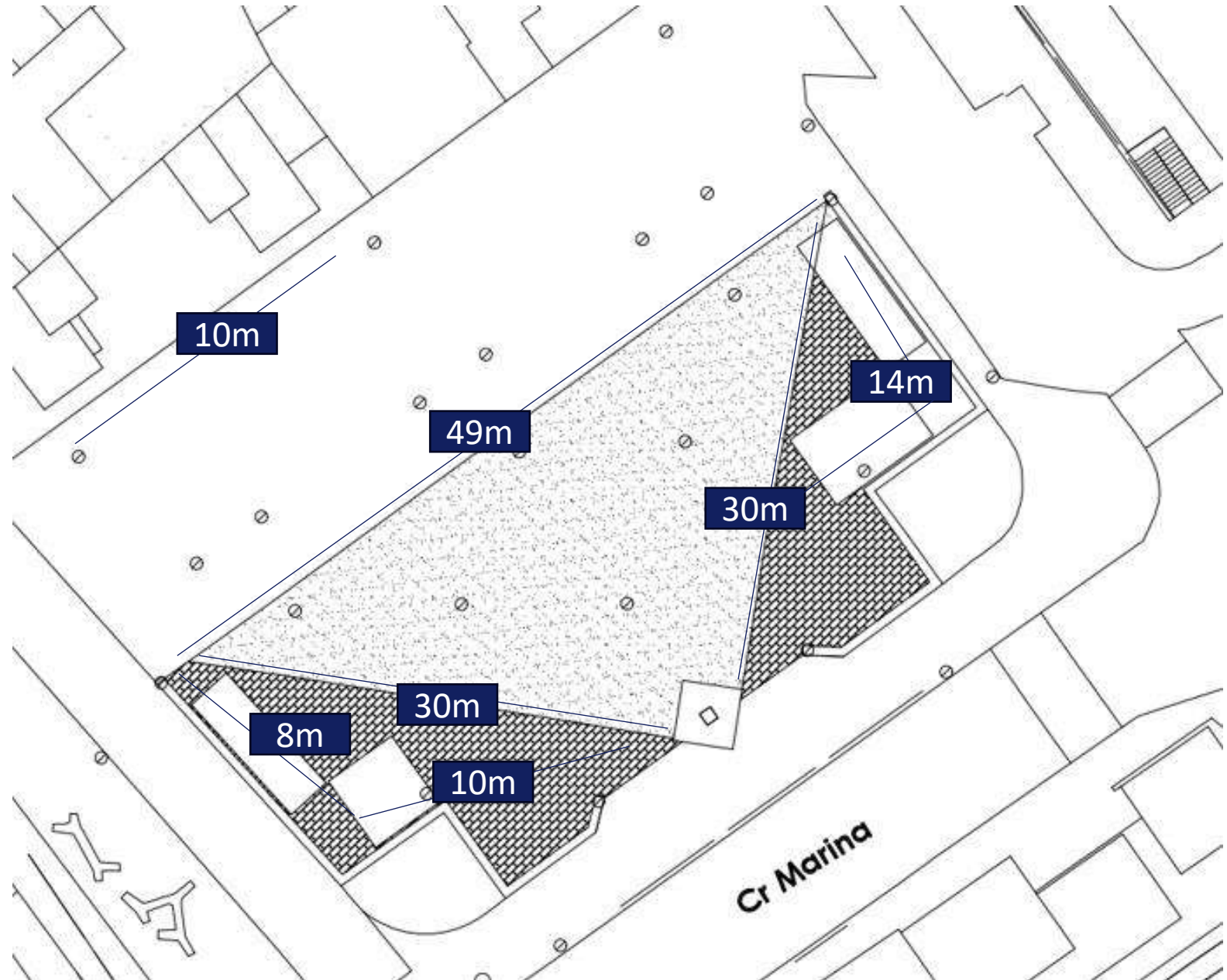


MVNS a la plaça de les Mallorquines

Distribució de les parades del mercat

Partint dels següents supòsits:

1. No es realitzen obres de reurbanització de la plaça de les Mallorquines
2. S'obre el trànsit l'Avinguda de la Mediterrània
3. Es preveu la instal·lació d'un punt de venda fix de l'ONCE



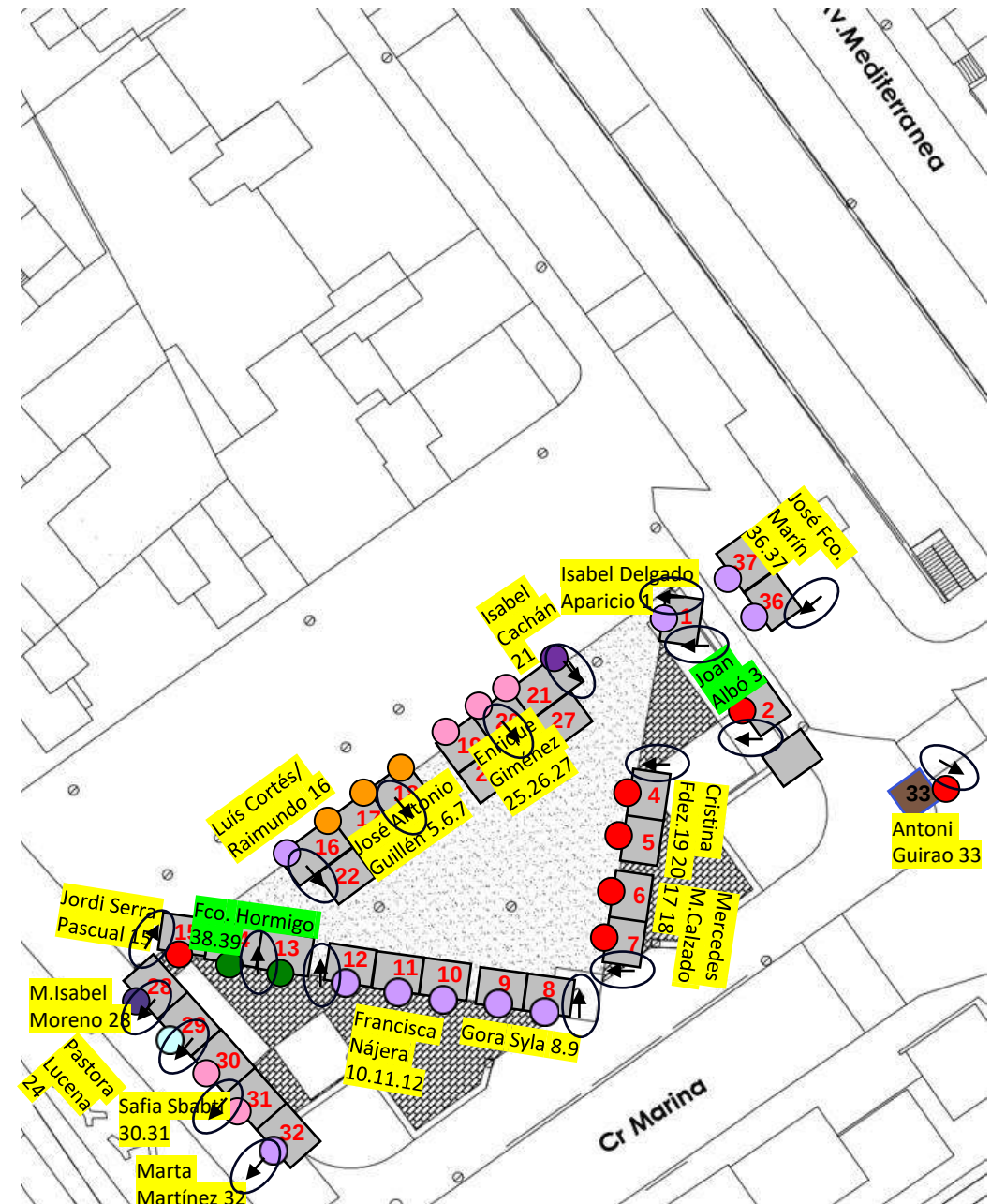
MVNS a la plaça de les Mallorquines

Distribució de les parades del mercat: Plaça Central

Elements a tenir en compte:

1. Totes les parades estan orientades cap a la zona central de la plaça
2. Se segueix ocupant l'espai d'aparcament de l'Avinguda de la Mediterrània
3. No contempla noves parades al mercat

- Roba de dona
- Roba d'home
- Roba infantil
- Roba esportiva infantil
- Roba interior i pijames
- Flors i plantes
- Calçat
- Alimentació
- Roba de casa
- Cosmètica
- Talles grans
- Complementos i marroquineria
- Parament de la llar





EQUIP REDACTOR

Jordi Bacaria Martínez. Economista
Pol Maceira Duch. Sociòleg