

**Institut Municipal de Mercats de Barcelona
PAM 2004 – 2007**

Barcelona compta amb una xarxa de comerç de proximitat dinàmica, en constant renovació i adequació a les demandes ciutadanes. De fet, el comerç urbà és un dels elements de Barcelona més ben valorats pels seus ciutadans i pels nombrosos visitants.



Barcelona és la ciutat europea amb més eixos comercials urbans, un total de 18. I poques ciutats del món gaudeixen d'una xarxa de mercats municipals com la que te Barcelona: 40 mercats alimentaris i 6 no alimentaris, un total de 36 mil metres quadrats de superfície comercial, 3.600 establiments i un col·lectiu de 3.500 comerciants.



Les dues tipologies de comerç –botiga de carrer, mercat municipal-, conviuen en perfecte simbiosi. Així ho demostra la integració dels mercats municipals en els eixos comercials abans esmentats, i el seu efecte “locomotora”



Es la conseqüència lògica d'un model compacte de ciutat, que potencia el seu caràcter mediterrani (obert, càlid), on els serveis han d'estar a prop de les persones, on l'entramat urbà afavoreix les relacions humanes. I en aquest context, els mercats municipals tenen un especial protagonisme. Distribuïts de manera estratègica, no hi ha barri a la ciutat que no disposi d'aquests peculiars equipaments. De fet, els mercats són un fidel reflex del territori on estan ubicats: els antics municipis independents acullen esplèndides mostres de l'arquitectura modernista del ferro forjat i als barris sorgits en l'època del desarrollisme (anys 50-60), el ciment impera en els edificis de mercats. Els mercats vertebreren la vida dels barris, la canalitzen, la cohesionen.



Tot i aquest potencial, la realitat comercial també té una altra lectura. Els canvis en els hàbits de consum, l'aparició de noves fórmules comercials alternatives, la irrupció de noves tecnologies aplicades al comerç, el canvi d'ús del temps destinat a l'oci i les noves fórmules de relació social, són factors que s'han d'aplicar als mercats.

Conscient d'aquesta situació, l'Ajuntament, mitjançant l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB), hi està impulsant un canvi qualitatiu. S'aposta per uns mercats municipals competitius, per uns equipaments comercials capaços de combinar els seus valors característics (el producte fresc i de qualitat, l'oferta especialitzada i el tracte personalitzat) amb una oferta lúdica i d'oci, amb unes instal·lacions modernes i amb tots aquells serveis, en definitiva, que permetin atendre les noves demandes ciutadanes en matèria de consum.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

Els nous mercats municipals, com a referents comercials de centralitat als barris de Barcelona, continuaran la seva **renovació** per adequar la seva oferta i instal·lacions a les **noves demandes ciutadanes**. Volem uns mercats municipals que incorporin també l'activitat cultural com a espais de relació cívica, tot integrant les **noves tecnologies** a la seva activitat per **millorar l'atenció als clients** i potenciar els seus trets característics: la **compra de proximitat, el tractament personalitzat i el producte de qualitat**.

En aquesta línia, per al període 2004-2007 s'han marcat dos objectius estratègics:


- Promoció de noves actuacions als mercats municipals

Els mercats de la ciutat es renovaran en profunditat. Es seguirà reformant integralment aquells mercats que més ho requereixen, i invertint en millores en el seu conjunt. També es crearan nous serveis a l'interior dels mercats, que s'adaptaran a les noves tecnologies de la comunicació i informació.

- Augment de la quota comercial dels mercats


Es tracta d'incrementar el nombre de ciutadans que usen regularment els mercats per a efectuar les seves compres, així com d'incrementar el pes específic dels mercats en el volum del comerç a la ciutat.


Per aconseguir-ho, es posaran en marxa les següents actuacions:


 **Remodelació** dels mercats de la **Llibertat** (Gràcia), **la Unió** (Poble Nou), **el Ninot** (Eixample), **Sarrià, Les Corts i Sant Antoni**, i estudi d'altres actuacions per desenvolupar. Continuació de les remodelacions de mercats municipals com **Santa Caterina i Barceloneta**.

 Disseny d'una **nova campanya de promoció** del comerç de proximitat lligada als mercats municipals.


 Elaboració d'un **Pla Director de Modernització** dels mercats de la ciutat, que abasti la seva totalitat.

 **Modificació de l'Ordenança Municipal de Mercats**, per tal de permetre la mobilitat interna i la concentració comercial als mercats, així com per actualitzar un text que majoritàriament encara data de 1969.

 **Increment de les zones de vianants** i de pacificació del trànsit, especialment en les àrees d'influència dels mercats municipals i dels eixos comercials, tot entenent que aquestes configuren veritables eines de promoció del comerç.

 Creació d'una **xarxa de recollida selectiva** a l'interior del recintes dels mercats municipals .

 Implementació de mesures de **foment del consum responsable i sostenible**.

 Promoció de la **formació i el reciclatge** adreçat als operadors de mercats municipals, tot tenint en compte una plataforma formativa virtual per a comerciants que els permeti accedir a programes de formació "a la carta". Promoció de cursos de normalització lingüística.