

ELS MERCATS MUNICIPALS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA

Informe elaborat pel grup de recerca Arquitectura i Territori de la Universitat de Girona sobre els mercats municipals, sedentaris i no sedentaris, de la província de Girona, en el marc del projecte (PCIN 2015-042: 2015-2018) “Gastronomy and Creative Entrepreneurship in Rural Tourism” (2015-2018)



ELS MERCATS MUNICIPALS
DE LA PROVÍNCIA DE
GIRONA

ÍNDEX

1. ELS MERCATS COM A MEDIADORS

2. ELS MERCATS MUNICIPALS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA

Àmbit d'estudi

Consideracions prèvies sobre els mercats

3. ANÀLISI DELS MERCATS MUNICIPALS

Mètode i mostres

Entrevistes a paradistes, representants de l'Administració, consumidors

Resultats de les entrevistes

Característiques dels establiments. Mercats fixos

Tendència històrica dels mercats fixos

4. ANÀLISI URBANA

Entorn dels mercats fixos

Mercat i comerç local

Impacte històric dels mercats

5. ANÀLISI TERRITORIAL

Procedència productes de proximitat : mercat fixes

Procedència productes de proximitat : mercat setmanals

6. DIAGNOSI GLOBAL

Diagnòstic del sistema de mercats de la província de Girona

7. CONCLUSIONS

La recerca que presentem s'emmarca en el projecte **Gastrocert**, “**Gastronomy and Creative Entrepreneurship in Rural Tourism**” (JPIs_ UE), que examina com la promoció de la gastronomia pot afavorir la sostenibilitat del sistema de producció alimentària local i regional de les zones rurals.

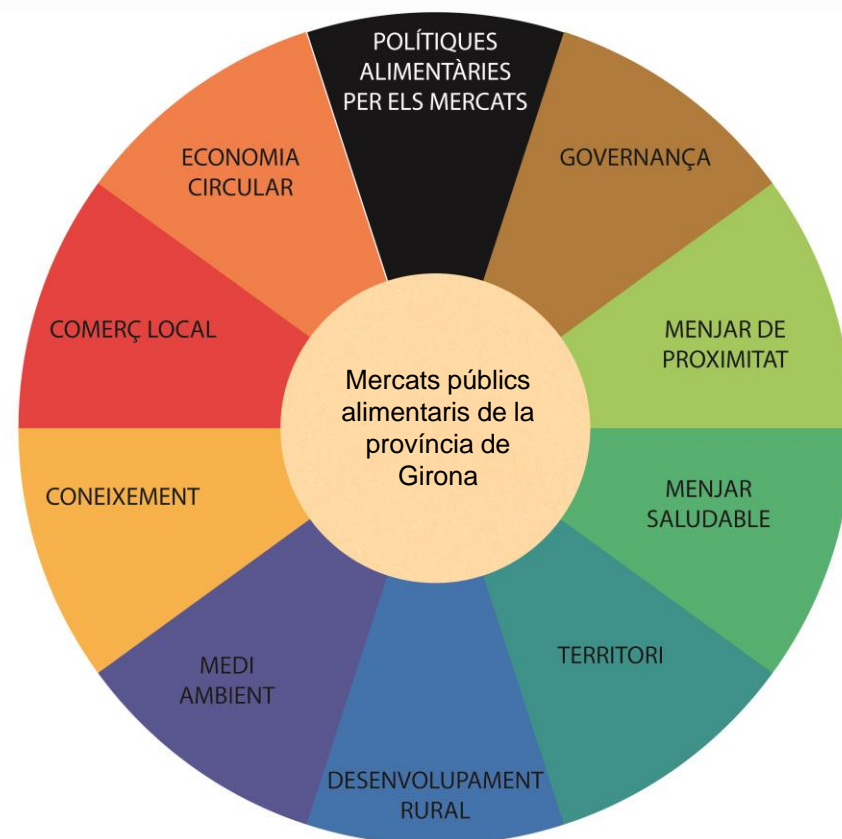
Joint Programming Initiatives (JPIs) treballa conjuntament amb la UE per desenvolupar i implementar una agenda de recerca estratègica.

JPI i European Societal Challenges aprofundeixen en programes nacionals de recerca que per si sols serien massa inabastables i necessiten la col·laboració internacional per aconseguir millors **resultats** i capacitats per a la **recerca** i la **innovació**.

ELS MERCATS COM A MEDIADORS

La recerca del grup Arquitectura i Territori de la UDG (AiT) respon a la necessitat de conèixer com és el **sistema alimentari local**, i **específicament el sistema de mercats**, de la província de Girona. Es considera la distribució del menjar com un sistema holístic entre el productor, el distribuïdor i el venedor al detall dels productes de proximitat, en què el mercat esdevé un **mediador** comercial, cultural i social dins de la cadena de transacció.

Dins el context de la província de Girona, amb ciutats mitjanes, els mercats poden esdevenir autèntics **nodes** a dues escales: la **urbana** i la **territorial**.



EL SISTEMA ALIMENTARI COM A SECTOR ESTRATÈGIC

El sistema alimentari és estratègic per implementar un model territorial cap a la transició energètica, un desenvolupament sostenible i resilient. Els factors i les dimensions són múltiples, entre ells:

Factor territorial

- Preocupació per les creixents amenaces mediambientals amb l'actual sistema agroalimentari.
- Aposta per la visió ecologista, que dona suport a una producció agrària i una tornada a la biodiversitat, amb més resiliència.
- Aposta per la proximitat per limitar la petjada del transport i la conservació del producte local.

Factor econòmic

- Aposta per un canvi en la idea de desenvolupament: des de l'economia d'escala a l'economia local i la microeconomia circular.

Factor social

- Aposta per l'associacionisme i el cooperativisme en l'àmbit agroalimentari, com a alternativa al sistema alimentari globalitzat i que apunta a la sobirania alimentària.
- La incertesa social i la falta de referents produeix la necessitat d'identificar-se amb la tradició, la cultura i, en general, amb tot allò autèntic lligat al territori i als factors vinculats a la idea d'identitat.



ELS MERCATS MUNICIPALS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA

ÀMBIT D'ESTUDI

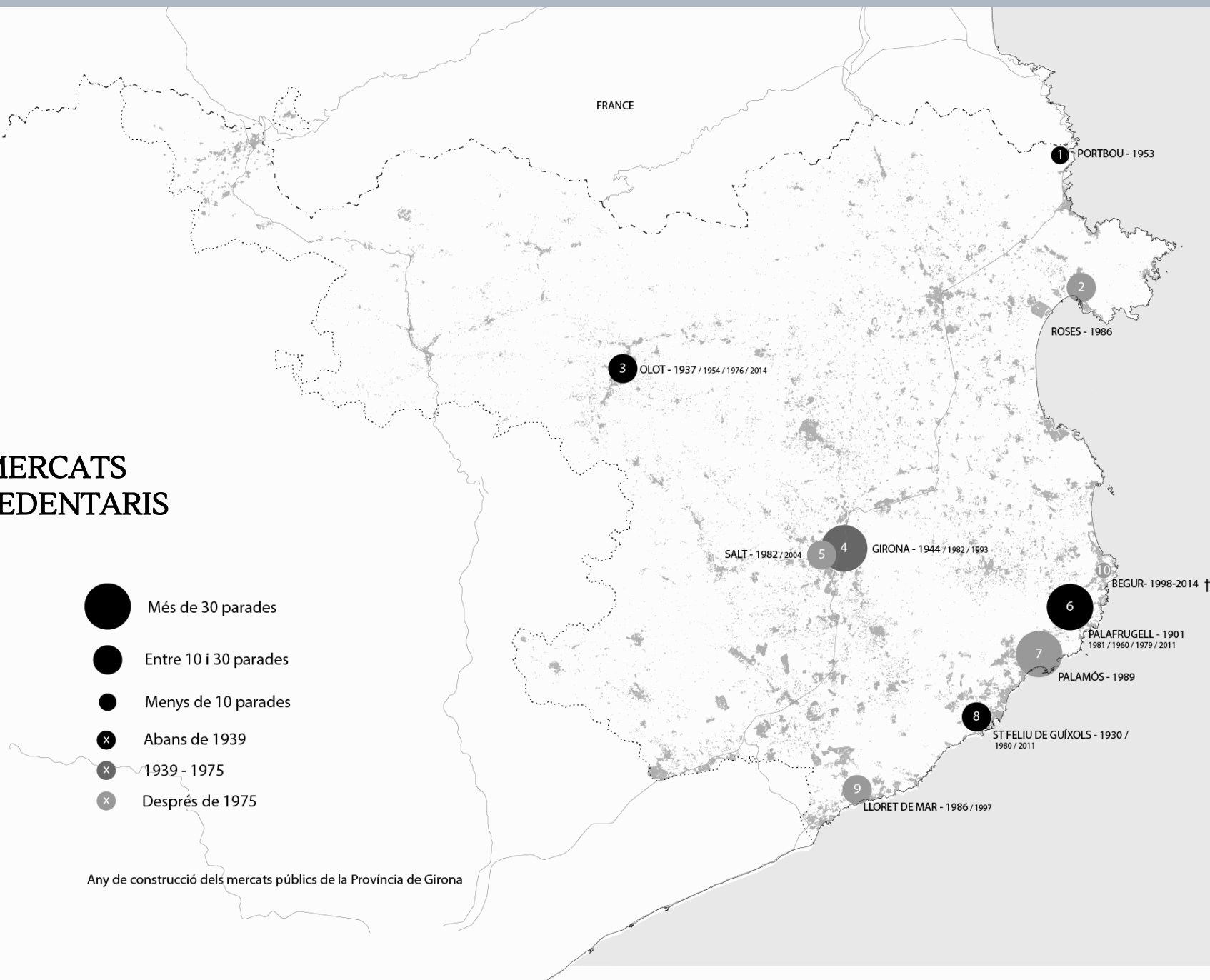
Per elaborar el cas d'estudi s'han tingut en compte els nou mercats sedentaris de la província de Girona, a més dels mercats no sedentaris setmanals, entre els quals calia determinar aquells que, per la seva història o el seu pes dins el context territorial, tenien un especial interès.

Mercats sedentaris, diaris	Mercats no sedentaris setmanals
1. PORTBOU	FIGUERES
2. ROSES	BANYOLES
3. PALAFRUGELL	PUIGCERDÀ
4. PALAMÓS	RIPOLL
5. SANT FELIU DE GUÍXOLS	...I ALTRES
6. LLORET DE MAR	TOTAL: 50 MERCATS
7. GIRONA	
8. SALT	
9. OLOT	

MERCATS SEDENTARIS

- Més de 30 parades
- Entre 10 i 30 parades
- Menys de 10 parades
- ⊗ Abans de 1939
- ⊗ 1939 - 1975
- ⊗ Després de 1975

Any de construcció dels mercats públics de la Província de Girona



MERCATS NO SEDENTARIS



Els mercats públics no sedentaris tenen diferents característiques pel que fa a dimensions, ubicació i paper respecte al sistema del comerç de proximitat.

Es poden diferenciar quatre grups:

- **Mercats petits de subsistència.** Molts d'aquests mercats estan en risc de desaparèixer perquè el nombre de parades molt reduït (entre 1 i 5) no els fan atractius.
- **Mercats petits amb potencial pel sector turístic.**
- **Mercats exclusius de venda de proximitat.**
- **Mercats de costa,** en què els articles de roba tenen molt de pes.

MERCATS NO SEDENTARIS

> 150 parades



75 - 150 parades



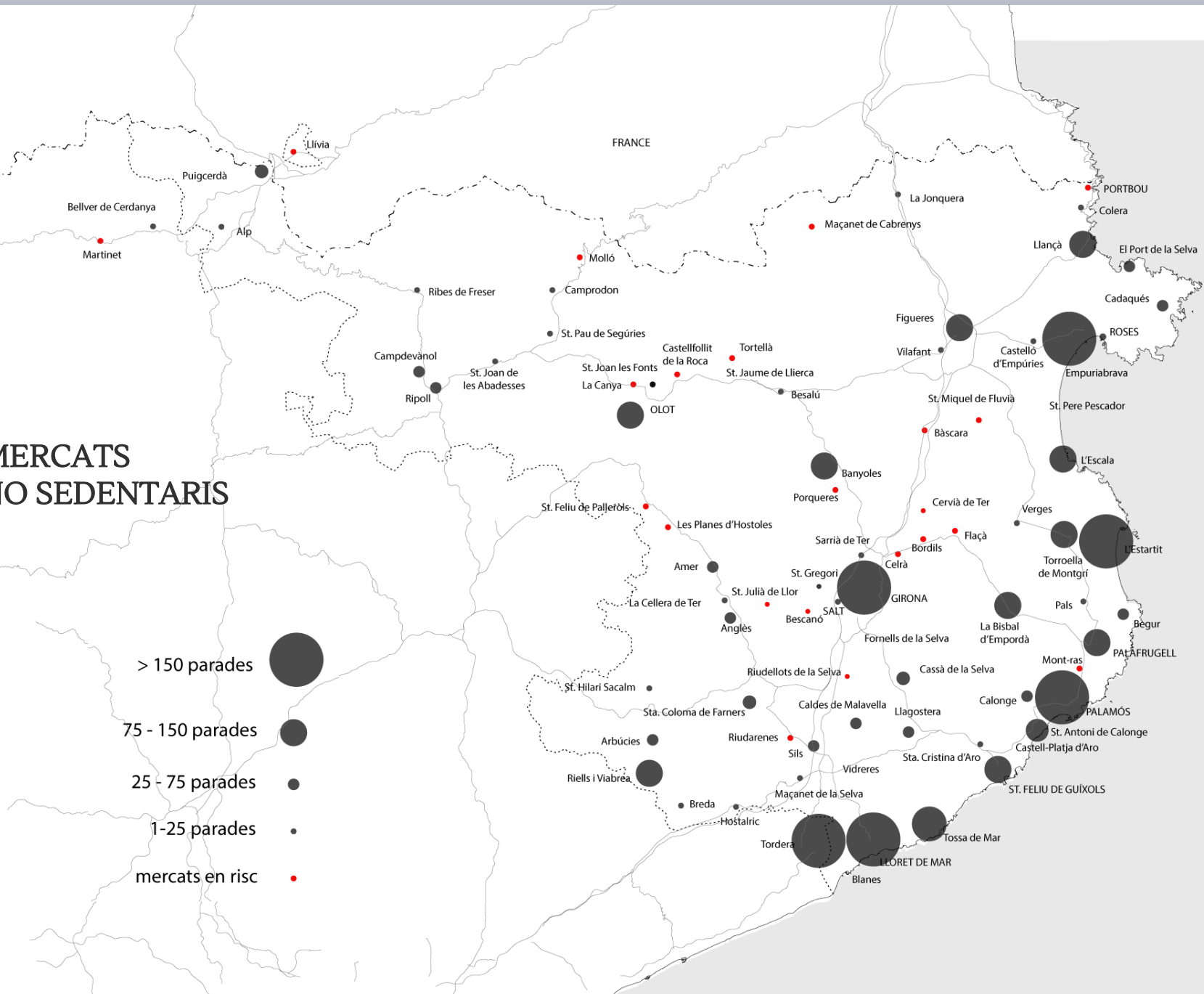
25 - 75 parades



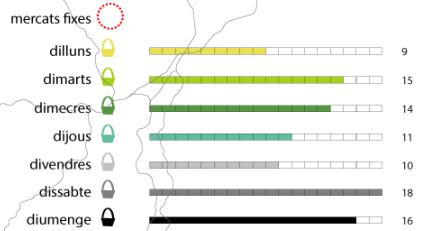
1-25 parades



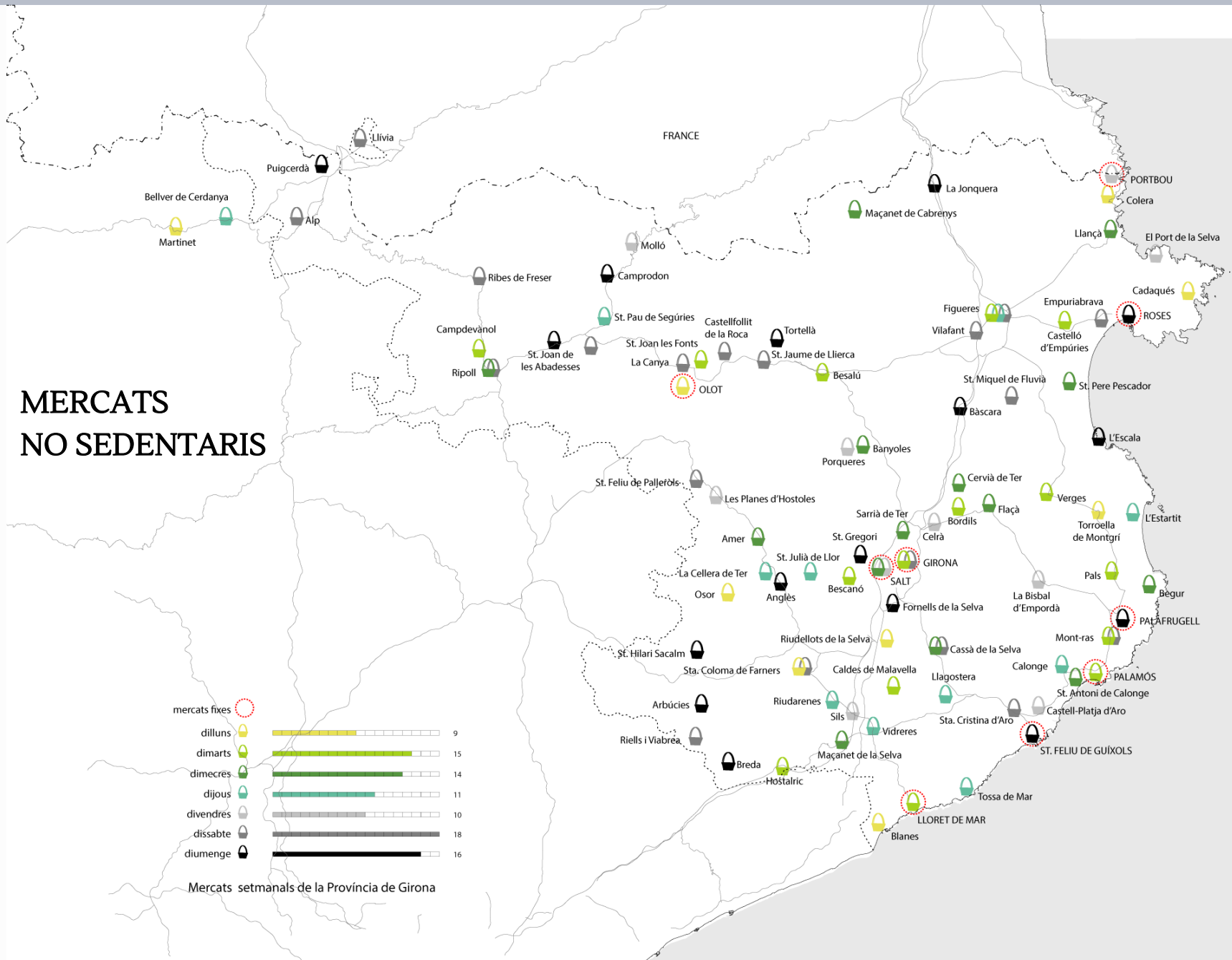
mercats en risc



MERCATS NO SEDENTARIS



Mercats setmanals de la Província de Girona



CONSIDERACIONS PRÈVIES SOBRE ELS MERCATS

Molts mercats fixos de la província de Girona tenen un grau alt d'**envelliment** que fa necessària una reformulació, tant des del punt de vista arquitectònic i funcional com dels seu paper com a equipament públic ciutadà.

Dels 9 mercats de la província de Girona, només el mercat d'Olot s'ha **renovat** recentment (2014).

Els mercats setmanals han tingut i tenen un paper important en el territori i són els equipaments de venda agroalimentària al detall que històricament han **vertebrat el territori**. Actualment el seu rol està canviant.

Dels 50 mercats setmanals de la província tan sols els mercats de costa i de capital de comarca mantenen un grau d'ocupació alt. Els mercats de poblacions reduïdes de zones interiors tenen un alt **risc de desaparició**.



ANÀLISI DELS MERCATS MUNICIPALS

L'anàlisi dels mercats sedentaris es va desenvolupar a partir de dos qüestions bàsiques:

Quina és la relació entre el mercat i la ciutat i el comerç local?

S'ha considerat la distribució alimentària a través de la xarxa local i de proximitat comercial, tenint en compte també les polítiques municipals en matèria urbanística, d'abastament i de drets socials.

Quina és la relació entre el mercat i el territori?

S'ha considerat el paper que té el mercat respecte a l'origen dels productes de la província, a través dels seus productors, basant-se en aspectes que afecten la mobilitat i els sistemes relacionals.



ENTREVISTES A PARADISTES

La **mostra 1** s'ha obtingut a través de qüestionaris semiestructurats passats a tots els operadors dels mercats municipals fixos (en total, 192 entrevistes presencials).

La **mostra 2** s'ha obtingut a través de qüestionaris semiestructurats als responsables dels ajuntaments de les poblacions on hi ha mercat setmanal (en total, 87 entrevistes telefòniques).

Els **resultats quantitius** s'han obtingut a partir de tres preguntes:

MOSTRA 1 i 2	
TIPUS DE PARADA	elaboradors, productors, intermediaris
TIPUS DE PRODUCTE	fruita i verdura, carn i embotits, aviram, peix i marisc, pesca salada, altres
PROCEDÈNCIA DEL PRODUCTE	proximitat, àmbit territorial català, àmbit territorial espanyol, importació, majoristes, directe a marca

L'obtenció de dades s'ha efectuat entre els mesos d'abril i maig de 2016



ENTREVISTES A REPRESENTANTS DE LES ADMINISTRACIONS

La mostra 3 s'ha obtingut a través de qüestionaris semiestructurats passats als responsables polítics dels 9 municipis on hi ha mercats fixos i al coordinador de mercats de la Diputació de Girona (en total, 10 entrevistes presencials).

Els resultats qualitatius s'han obtingut a partir de 10 preguntes obertes:

MOSTRA 3	
1. UBICACIÓ	6. RELACIONS ADMINISTRATIVES
2. MODEL	7. RELACIONS ENTRE MERCATS
3. GESTIÓ	8. SERVEIS ADDICIONALS
4. CONCESSIONS	9. POLÍTIQUES
5. REFORMES	10. BONES PRÀCTIQUES

L'obtenció de dades s'ha efectuat entre els mesos d'abril i juliol de 2016

ENTREVISTES A CONSUMIDORS



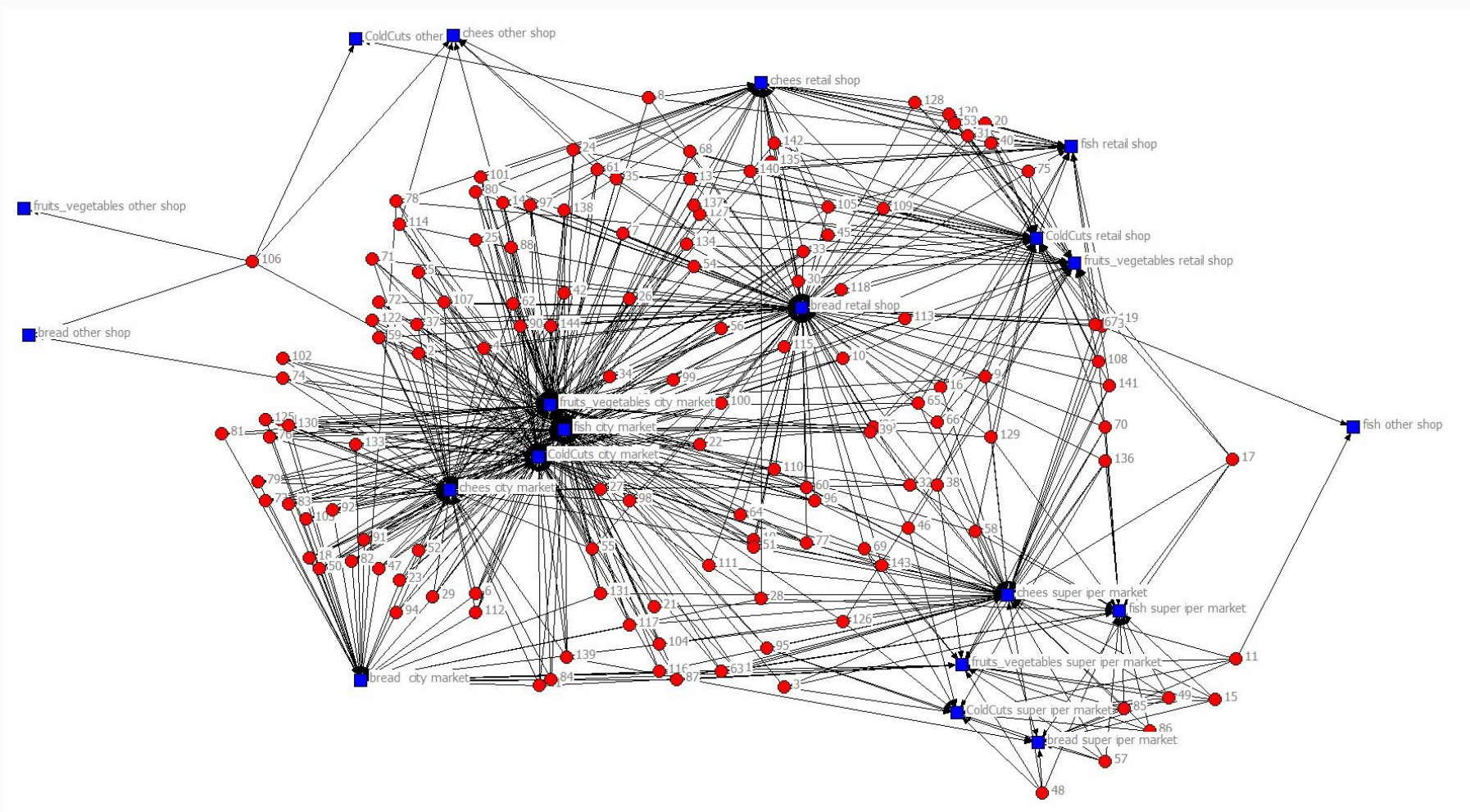
La mostra 4 s'ha obtingut a través de qüestionaris semiestructurats passats als consumidors del Mercat del Lleó de Girona (en total, 142 entrevistes presencials).

Els resultats qualitatius s'han obtingut a partir de tres preguntes bàsiques:

MOSTRA 4	
MOTIVACIONS PERSONALS	Quines motivacions tenen els consumidors del mercat?
TIPUS DE PRODUCTE	Quins productes solen comprar els consumidors al mercat?
MOBILITAT ASSOCIADA	Qui transport, circuit i resta de la compra fan els consumidors quan van a comprar?

L'obtenció de dades s'ha efectuat durant el mes de juny de 2017

RESULTATS DE LES ENTREVISTES A CONSUMIDORS. MERCAT DEL LLEÓ



Els consumidors consultats al Mercat del Lleó hi van majoritàriament un cop per setmana per proveir-se de fruita i verdura, peix i carn. En menor mesura també hi van a comprar altres productes, com ara formatge.

RESULTATS DE LES ENTREVISTES REALITZADES

Existeix una gran diferència entre els paradistes dels mercats sedentaris i els dels no sedentaris. Ambdós col·lectius responen a dos perfils diferents, fruit de dues realitats diferenciades, sobretot pel tipus de concessions de què gaudeixen.

En general, els paradistes busquen el rendiment econòmic, per sobre d'altres motivacions, tot i que encara falta un grau de professionalització i de fidelització del producte que es ven.

Depenent de cada municipi, hi ha més o menys interès a gestionar el mercat municipal.

Les poblacions que tenen mercat sedentari concentren bona part del comerç de venda de carn i peix. En el cas dels mercats no sedentaris, aquest tipus de comerç també s'ajuda dels mercats sedentaris per fer-se visible en zones pròximes a aquests.

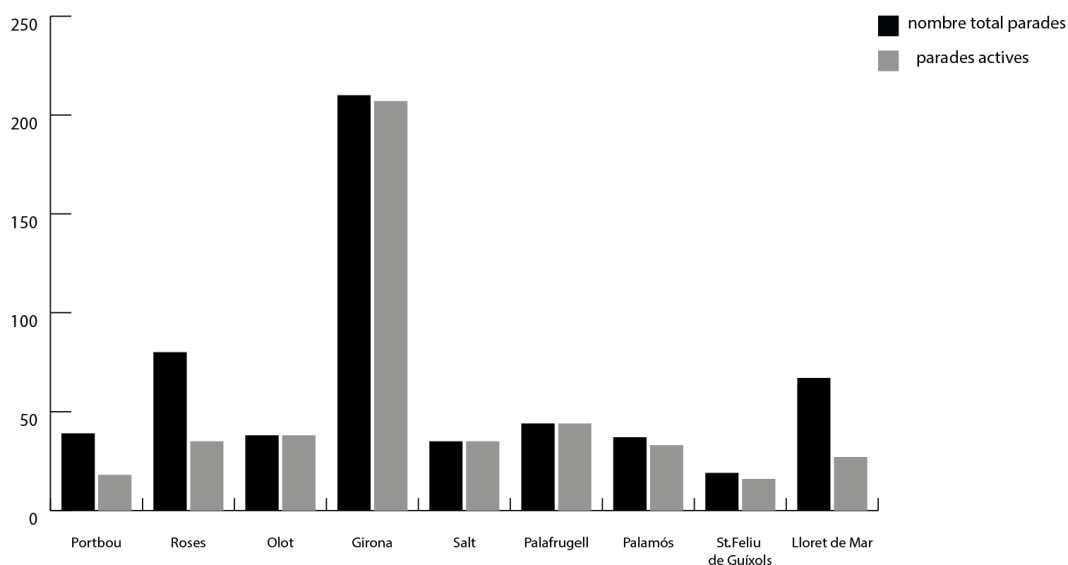
CARACTERÍSTIQUES DELS ESTABLIMENTS. MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	DADES GENERALS					SERVEIS ADDICIONALS MERCATS					
	Any de construcció	Reformes	Gestió	Any de finalització concessions	Sup. útil total m ²	N. locals (inclou bar)	Súper	Pàrquing	Bar	Sala polivalent	Esdeveniments gastronòmics
Portbou	1953	NO	municipal	2017	-	0	NO	NO	NO	NO	NO
Roses	1986	NO	municipal	2017	2193,56	2	SÍ	NO	SÍ	NO	NO
Olot	1949-54	1964-72-76 2013-14	municipal	-	3900 (construïda)	7	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Girona	1941-1944	1982-93-97 2002-08-09	municipal	2025	1712	1	NO	SÍ	SÍ	NO	aula gastronòmica
Salt	1982	2004	autogestió paradistes	2044	-	1	SÍ	SÍ(gratuït)	SÍ	SÍ	aula gastronòmica
Palafrugell	edifici peix 1960 edifici carn 1900-1901	edifici peix 1979 / 2011 edifici carn 1981	municipal	-	carn 477,40 peix 416,85 fruita i verdura 969,10 TOTAL 1863,35	1	NO	SÍ	SÍ	NO	mercats alternatius
Palamós	1988-1989	-	municipal/ comunitat de propietaris	2018	1192	2	NO	NO	SÍ	NO	NO
Sant Feliu de Guíxols	1927-30	1980 Reforma interior) 1998 (coberta) 2010-11 (integral)	municipal	-	585,3	2	NO	SÍ	SÍ	NO	NO
Lloret de Mar	1982-1986	1997	municipal	2014	1559,51	3	NO	SÍ	SÍ	NO	NO

a. OCUPACIÓ DELS MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	PARADES				
	Nº de parades obertes	Sup. Mitjana de parades actuals m ²	Sup. útil total de parades m ²	Ocupació mòduls	
				mòduls	%
1. Portbou	4	23,12	177,18	18/39	46,15
2. Roses	12	29,41	759,26	35/80	43,75
3. Olot	15	21,88	328,13	38/38	100
4. Girona	60	5,85	395,85	207/210	98,57
5. Salt	12	15,50		35/35	100
6. Palafrugell	40	14,86	653,95	44/44	100
7. Palamós	23	desconegut	desconegut	33/37	89,18
8. St. Feliu de Guíxols	15	17,2	240,75	13/15	86,66
9. Lloret de Mar	11	6,53	437,4	27/67	40,3

Nº DE PARADES

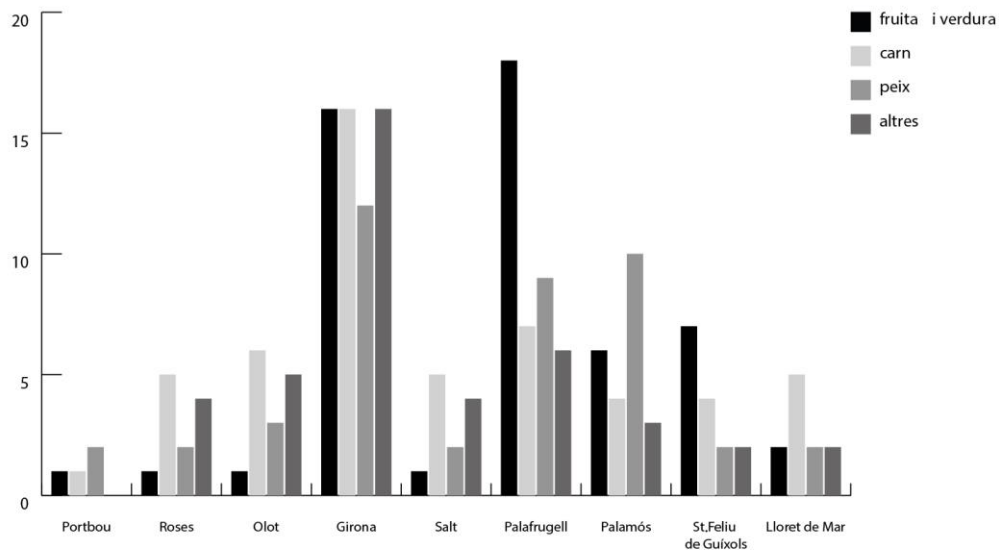


Els mercats amb un índex més baix d'ocupació són aquells que han acabat les concessions o estan a punt d'acabar-les, com ara els de Portbou, Roses i Lloret de Mar.

b. TIPUS DE PRODUCTE. MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	PARADES				
	Nombre de parades				
	fruita i verdura	carn i embotits	peix, marisc i pesca salada	altres	total
1. Portbou	1	1	2	0	4
2. Roses	1	5	2	4	12
3. Olot	1	6	3	5	15
4. Girona	16	16	12	16	60
5. Salt	1	5	2	4	12
6. Palafrugell	18	7	9	6	40
7. Palamós	6	4	10	3	23
8. St. Feliu de Guíxols	7	4	2	2	15
9. Lloret de Mar	2	5	2	2	11
TOTAL	53	53	44	42	192

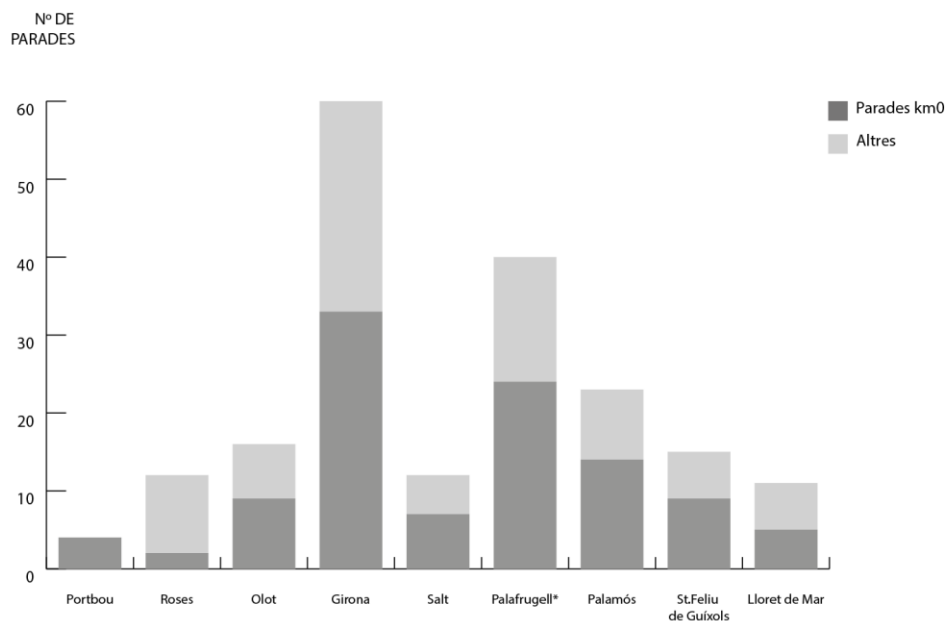
Nº DE
PARADES



Girona té el mercat amb un mix comercial més divers i Portbou, el que menys.

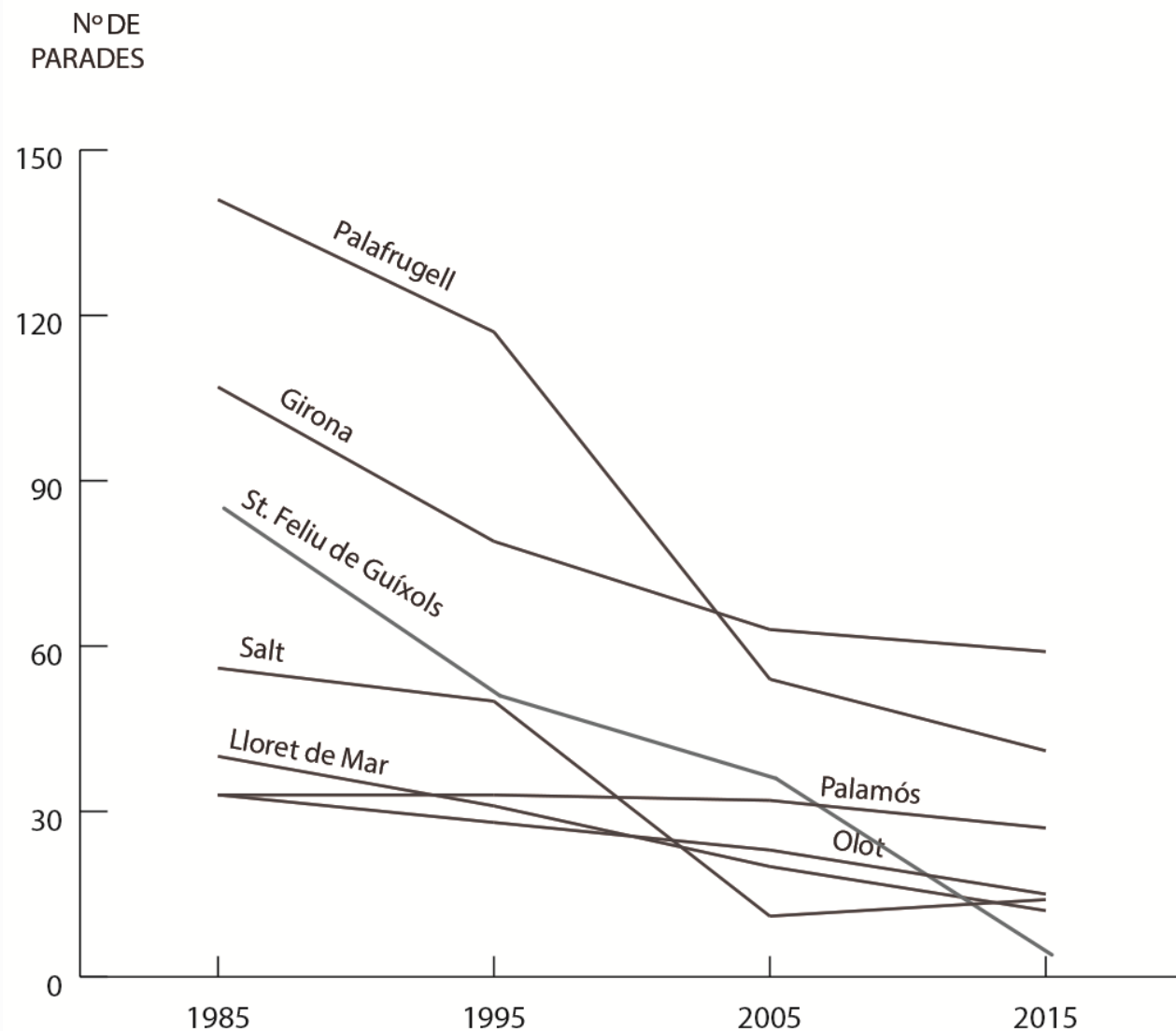
c. PROCEDÈNCIA. MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	PARADES					
	producte de proximitat		producte ecològic		Parades que compren a Mercagirona	Parades de proximitat %
	N. de parades amb productes de proximitat	N. de parades que són de productors	N.	Parades que produeixen productes ecològics		
1. Portbou	4	1	0	0	1	100
2. Roses	10	0	0	0	4	16
3. Olot	11	4	3	1	1	56
4. Girona	35	14	12	7	15	55
5. Salt	9	2	1	0	1	58
6. Palafrugell	28	11	4	1	9	60
7. Palamós	17	2	3	2	14	60.8
8. St .Feliu de Guíxols	11	4	1	1	4	60
9. Lloret de Mar	9	1	1	0	3	45
TOTAL	134	39	24	12	52	56,75



Pràcticament tots els mercats de la província tenen més del 50 % dels productes de proximitat. Els mercats de Roses i Lloret de Mar es troben per sota la mitjana.

TENDÈNCIA HISTÒRICA. MERCATS SEDENTARIS



La tendència de tots els mercats ha estat d'anar compactant els mòduls inicials. Els espais destinats als consumidors han augmentat, així com la superfície de les parades.

No s'han obtingut dades dels mercats de Roses i Portbou



ANÀLISI URBANA

ENTORN DELS MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	BOTIGUES ALIMENTÀRIES															
	carn	peix	fruita i verdura	fleca	pastisseria	productes gourmet / proximitat	queviures	productes naturals	fruits secs laminadures	plats cuinats	gelateria	bar	llar	merceria	supermercat	TOTAL
Portbou		1		2		1						9		1	2	16
		6%		13%		6%						56%		6%	13%	100%
Olot	7		1	14	4	4	1	3	2	2	1	32	9	3	4	87
	8%		1%	16%	5%	5%	1%	3%	2%	2%	1%	37%	10%	3%	5%	100%
Girona	5			6	3	2	2	4	1	1	1	22	7	7	3	64
	8%			9%	5%	3%	3%	6%	2%	2%	2%	34%	11%	11%	5%	100%



PORTBOU



OLOT



GIRONA



ENTORN DELS MERCATS FIXOS

MERCATS	BOTIGUES ALIMENTÀRIES															
	carn	peix	fruita i verdura	fleca	pastisseria	gourmet	queviures	productes naturals	fruits secs llaunadures	plats cuinats	gelateria	bar	llar	merceria	supermercat	TOTAL
Sant Feliu de Guíxols	5	3	4	6	2	4	1	1	1	3	1	33	3	1	4	72 comerços
	7%	5%	6%	8%	2%	6%	1%	1%	1%	5%	1%	45%	5%	1%	6%	100%
Salt	7		5	4		1	6					25	1		3	52 comerços
	13%		10%	8%		2%	12%					48%	2%		6%	100%
Roses	4		2	4	2		2			3		47			4	68 comerços
	6%		3%	6%	3%		3%			4%		69%			6%	100%



SANT FELIU DE GUÍXOLS



SALT



ROSES

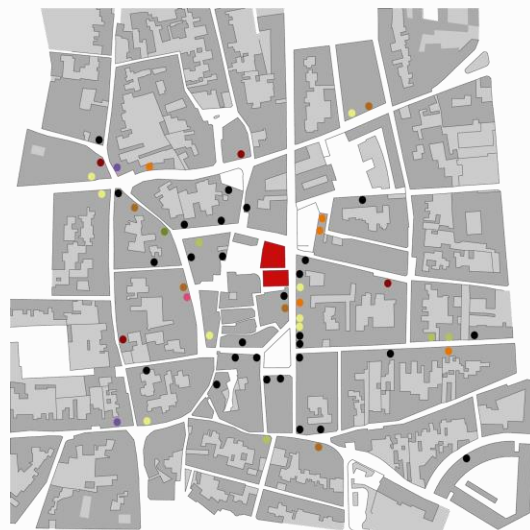


ENTORN DELS MERCATS SEDENTARIS

MERCATS	BOTIGUES ALIMENTÀRIES															
	carn	peix	fruita i verdura	fleca	pastisseria	productes gourmet / proximitat	queviures	productes naturals	fruits secs laminadures	plats cuïnats	gelateria	bar	llar	merceria	supermercat	TOTAL
Palamós	3	3	2	7	1	2	1	1	1			20	1	2	6	50 comerços
	6%	6%	4%	14%	2%	4%	2%	2%	2%			40%	2%	4%	12%	100%
Palafrugell	4	2	1	7	1	1		2	1	2	2	26	4		5	58 comerços
	7%	3%	2%	12%	2%	2%		3%	2%	3%	3%	45%	7%		9%	100%
Lloret de Mar	7	1	5	3	2	1	16		1			66	1	1	9	113 comerços
	6%	1%	4%	3%	2%	1%	14%		1%			58%	1%	1%	8%	100%



PALAMÓS



PALAFRUGELL



LLORET DE MAR



MERCAT I COMERÇ LOCAL

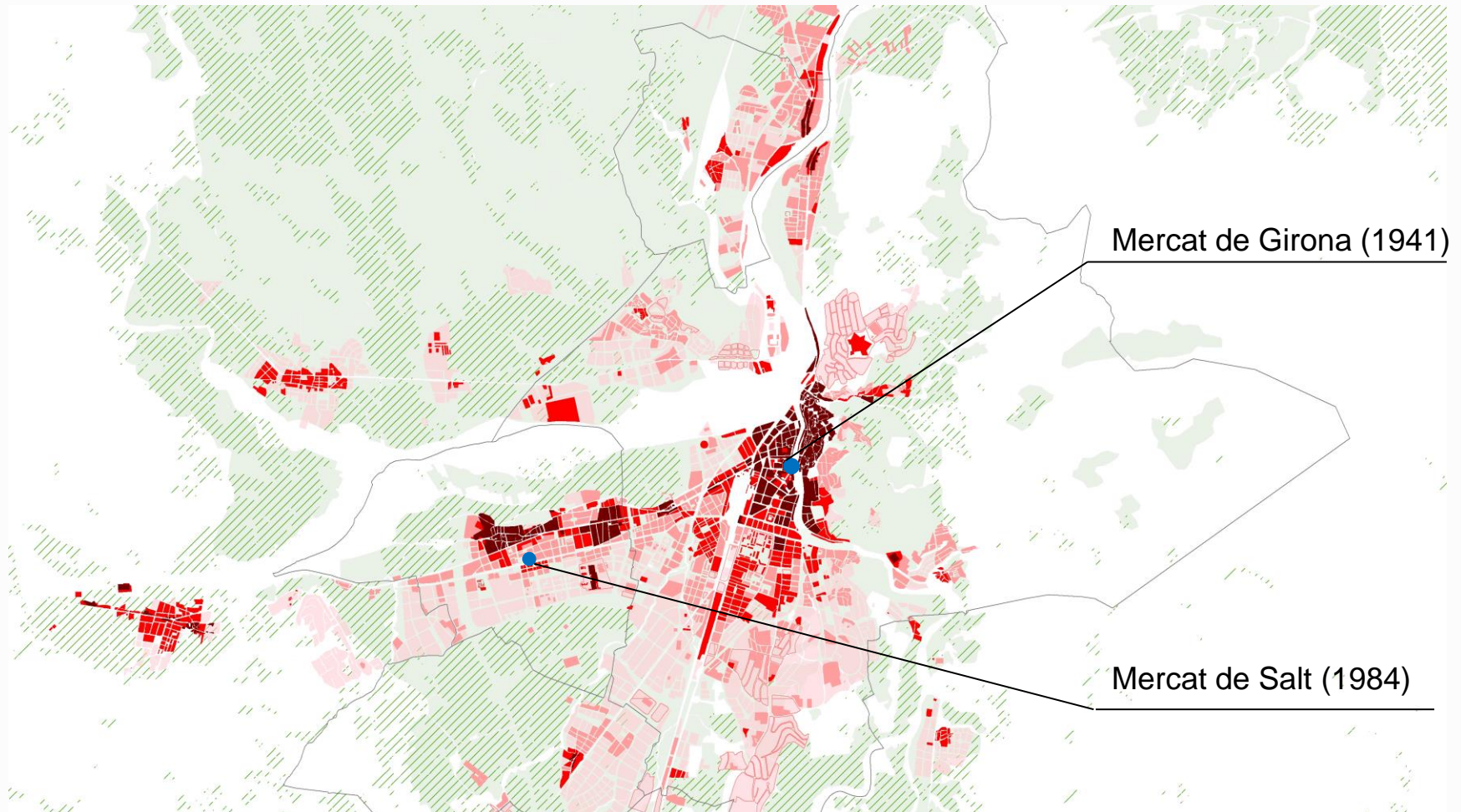
Els mercats sedentaris, al contrari que les grans superfícies, tendeixen a consolidar el comerç de proximitat al seu voltant. No es poden entendre els mercats sense considerar el seu impacte a les zones pròximes, amb les quals col·labora i les enforteix.

La centralitat dels mercats ajuda a entendre aquest equipament com un node especialitzat en la distribució del menjar, però també com a equipament col·lectiu.

Després de les cafeteries i bars, les carnisseries i les fleques són les botigues amb més presència al voltant dels mercats.

Els comerços al voltant dels mercats s'estenen també cap a carrers comercials adjacents.

IMPACTE HISTÒRIC DELS MERCATS. GIRONA 1926-2015



Els mercats funcionen com a node d'activitat i de centralitat urbana.

Els mercats de Girona i Salt es troben en zones que actuen de ròtula entre el nucli antic, històricament espai tradicional de venda al detall, i les noves zones comercials de l'Eixample.

IMPACTE HISTÒRIC DELS MERCATS

IMPACTE HISTÒRIC DEL COMERÇ MINORISTA AGROALIMENTARI. SANT FELIU DE GUÍXOLS, 1926 - 1985



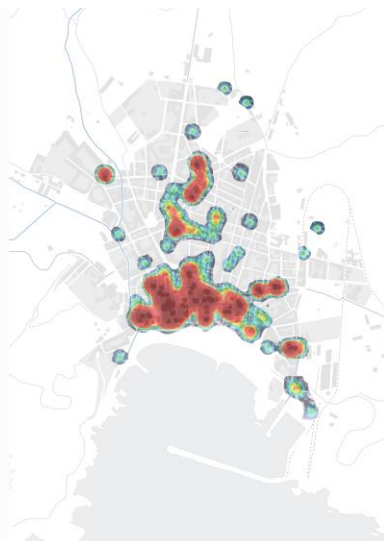
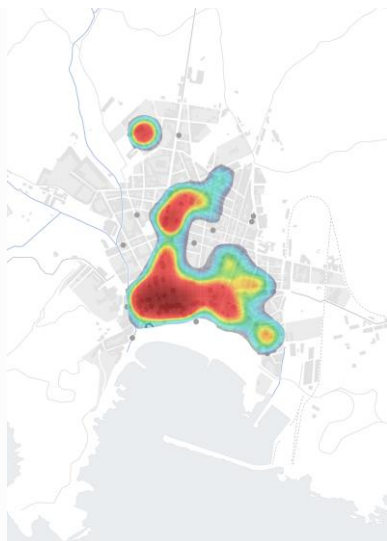
1926

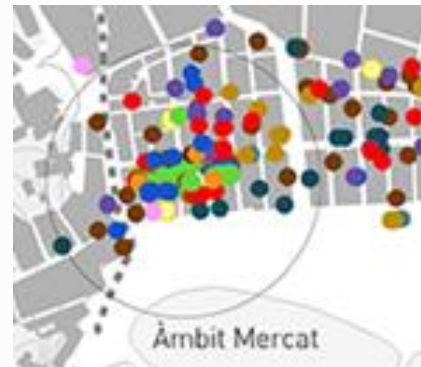
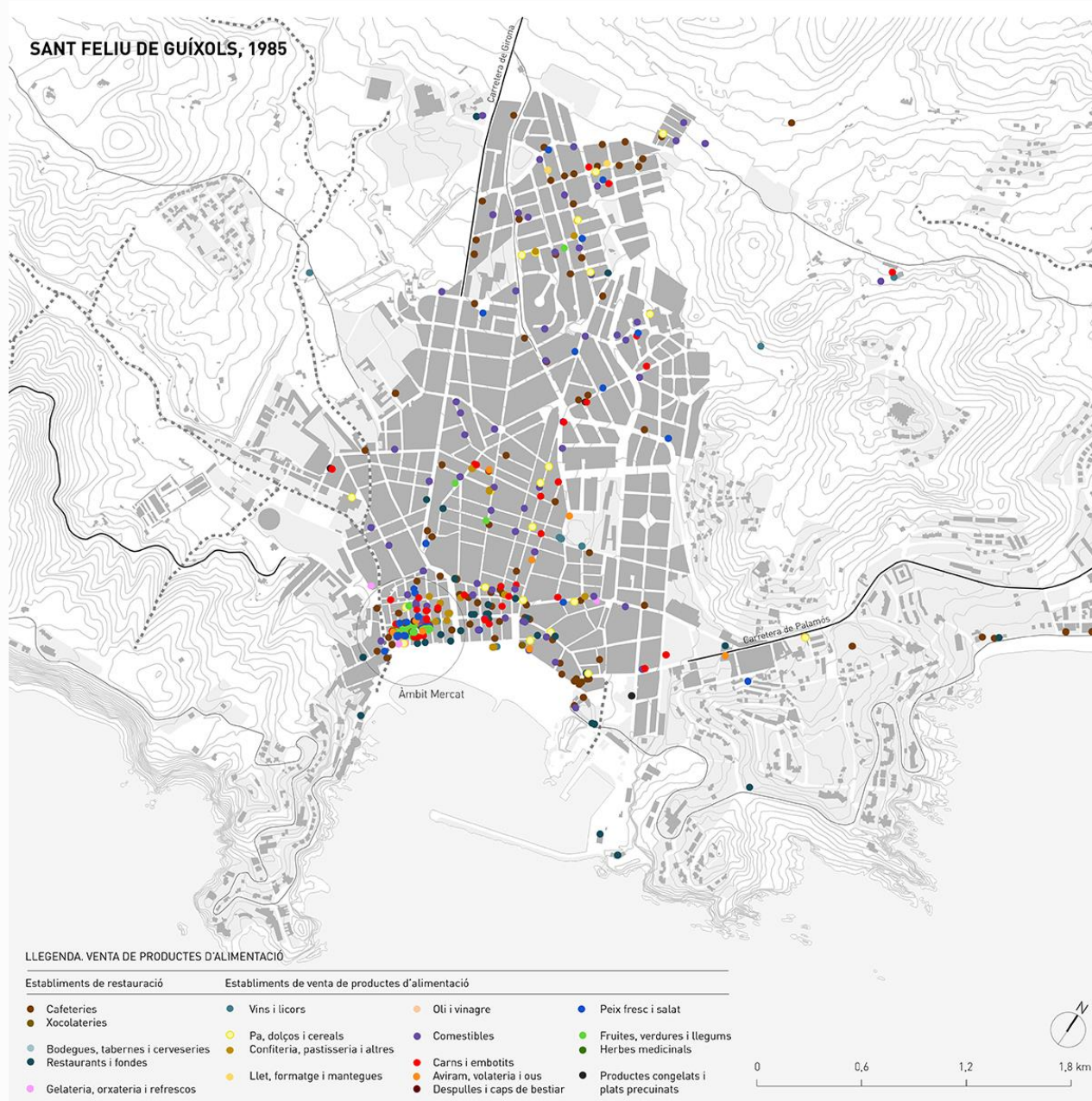


1955



1985





Els mercats funcionen com punts d'atracció del comerç minorista agroalimentari.

Al voltant del mercat de Sant Feliu s'hi concentra la major part del comerç al detall de la ciutat.

RELACIÓ HISTÒRICA DELS MERCATS

Els mercats han estat centres de distribució i de creixement urbà.

Històricament els mercats han ajudat a crear un teixit comercial molt divers, fomentant la competència i complementant-se amb altres activitats comercials de venda de productes agroalimentaris.

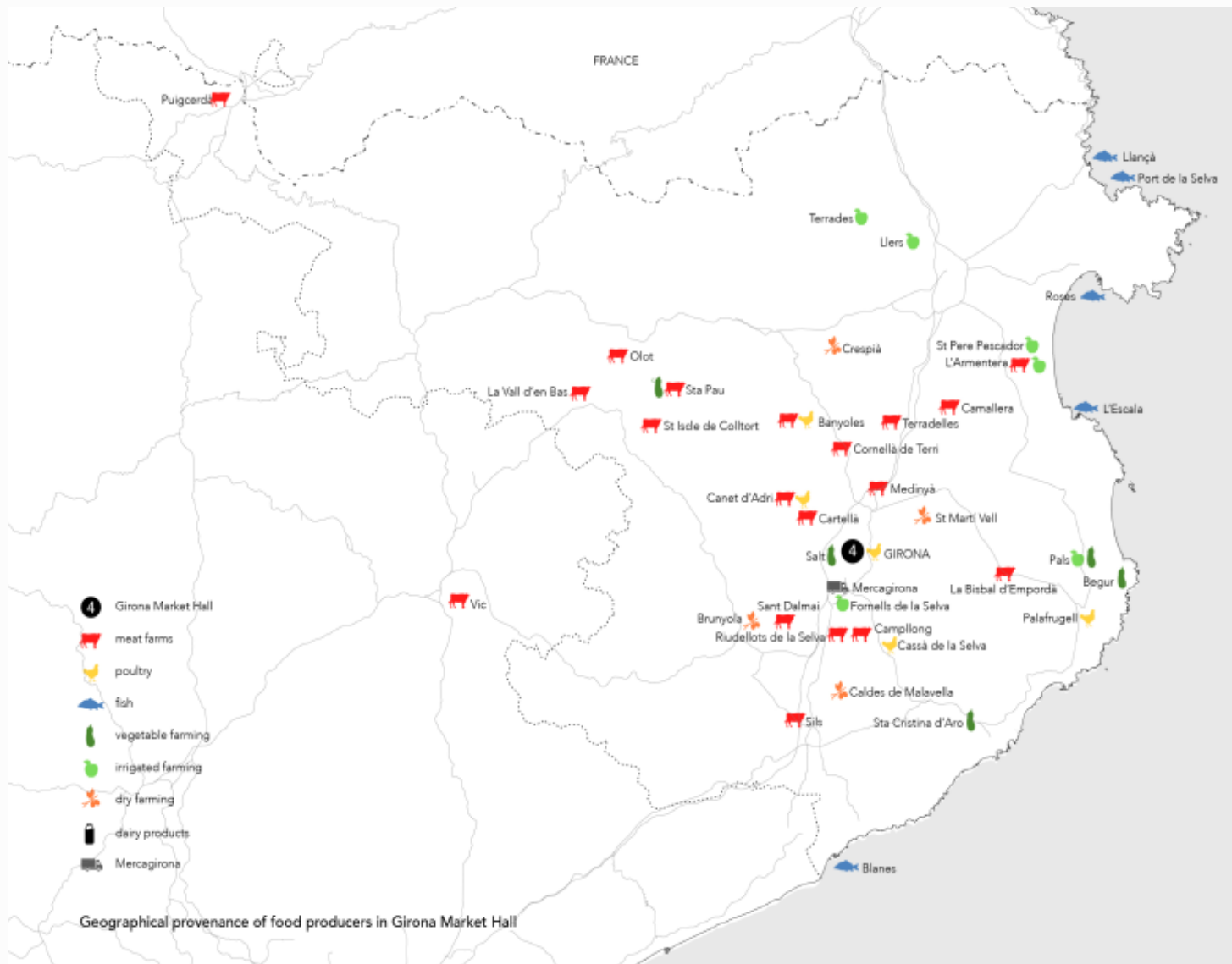
S'ha estudiat l'impacte històric de dos casos més, Girona i Palafrugell, que juntament amb el mercat de Sant Feliu de Guíxols conformen els mercats degans de la província de Girona.



ANÀLISI TERRITORIAL

PROCEDÈNCIA DELS PRODUCTES DE PROXIMITAT: MERCATS FIXES

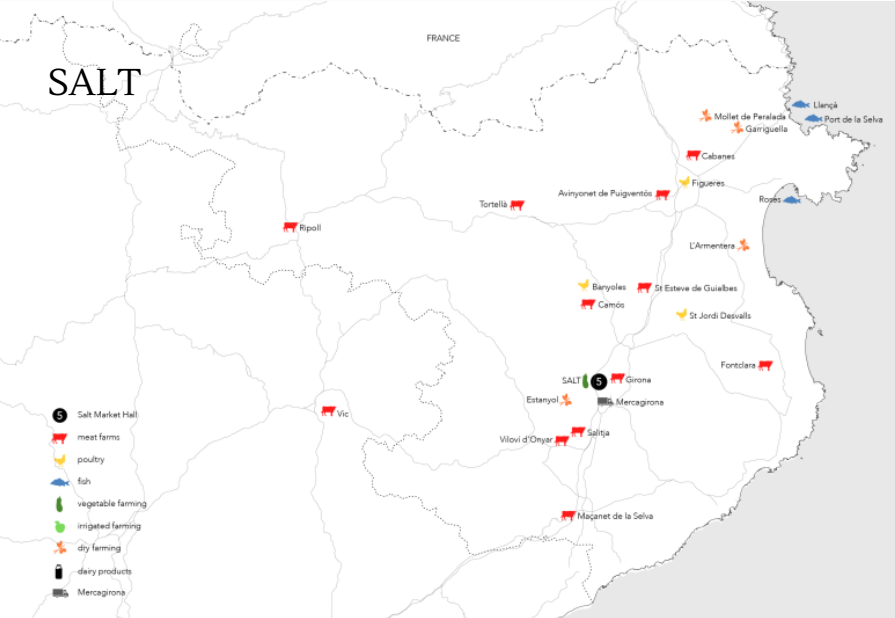
GIRONA



El mercat de Girona té els proveïdors distribuïts territorialment de manera homogènia.

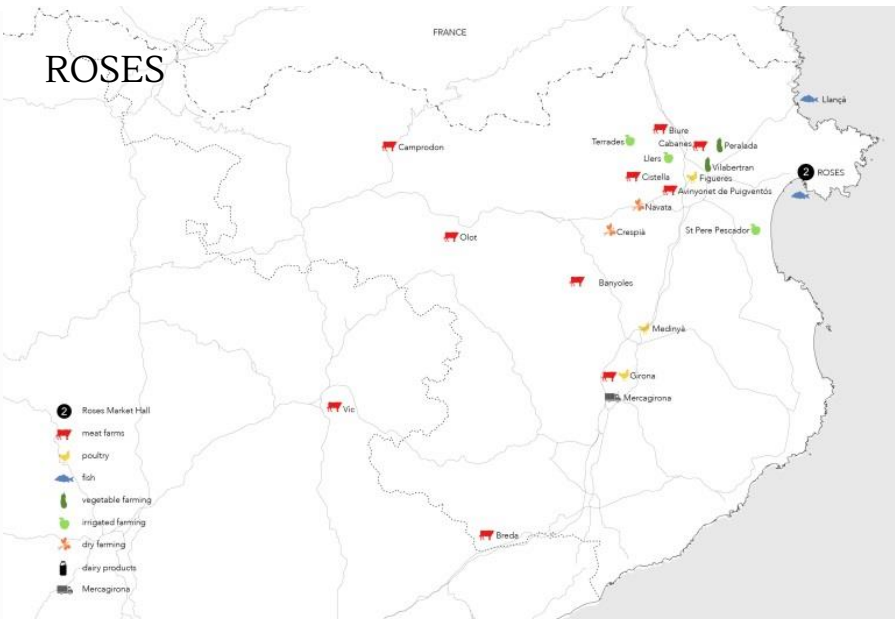
PROCEDÈNCIA DELS PRODUCTES DE PROXIMITAT: MERCATS FIXES

SALT

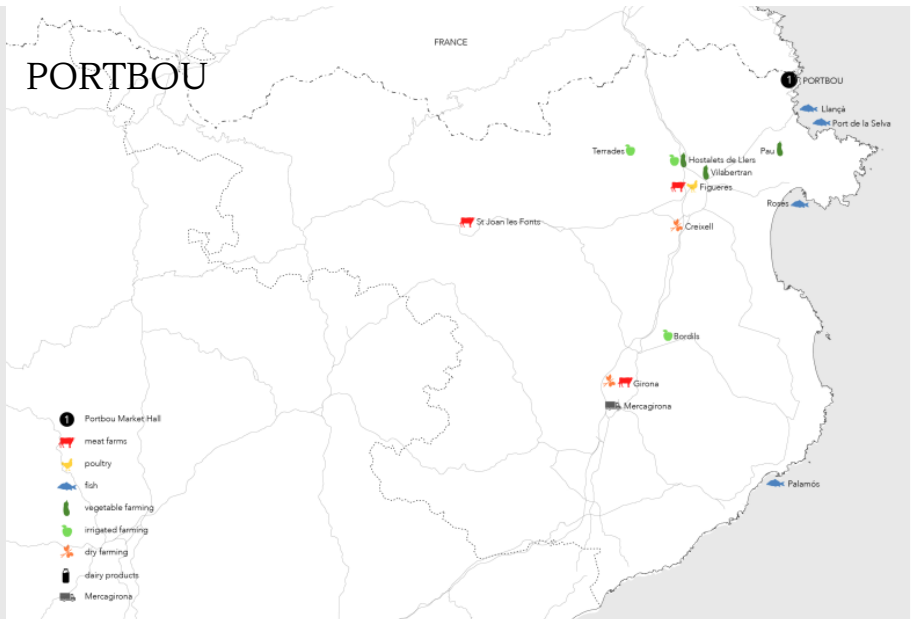


Les vies de comunicació principal funcionen com a connector per distribuir el menjar als mercats de Salt, Roses i Portbou.

ROSES

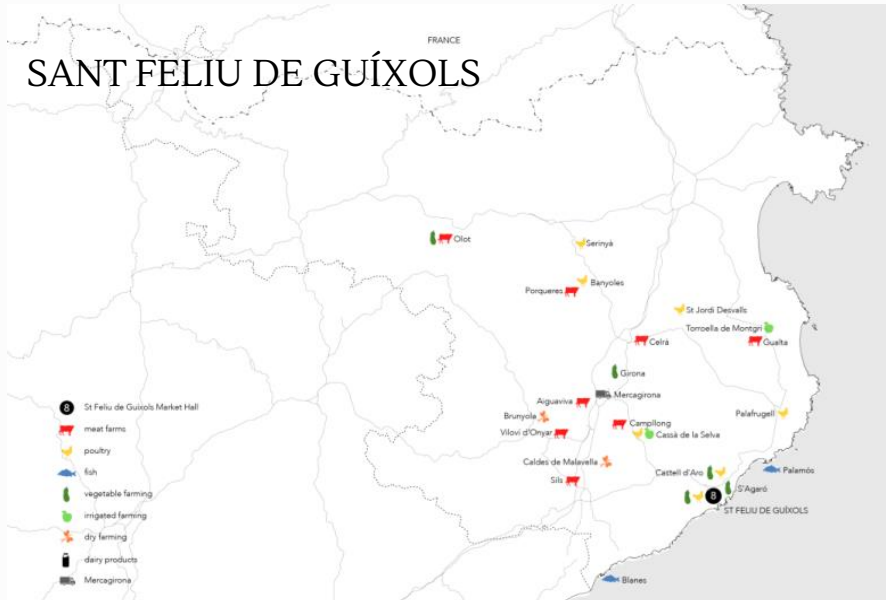


PORTBOU



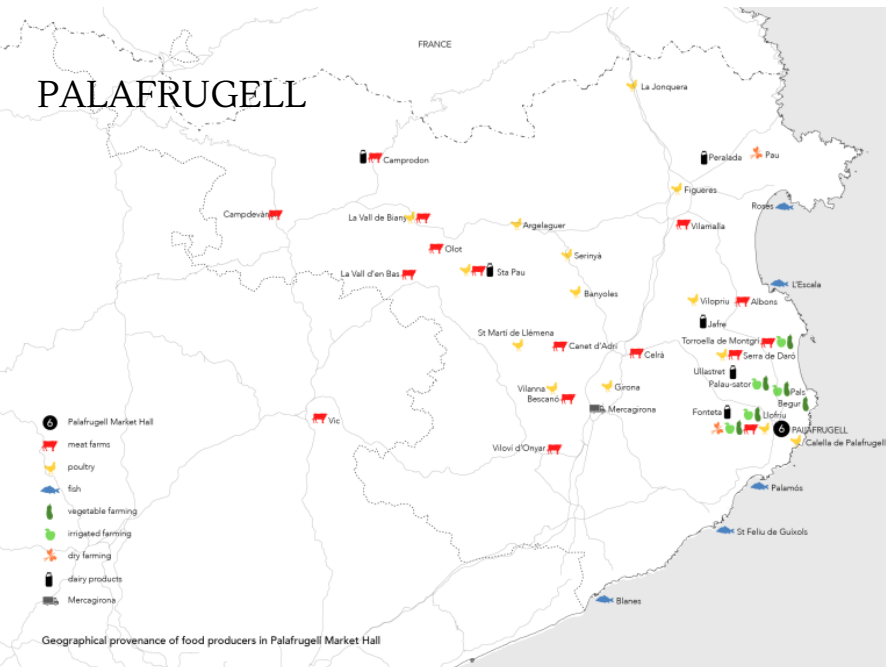
PROCEDÈNCIA DELS PRODUCTES DE PROXIMITAT: MERCATS FIXES

SANT FELIU DE GUÍXOLS

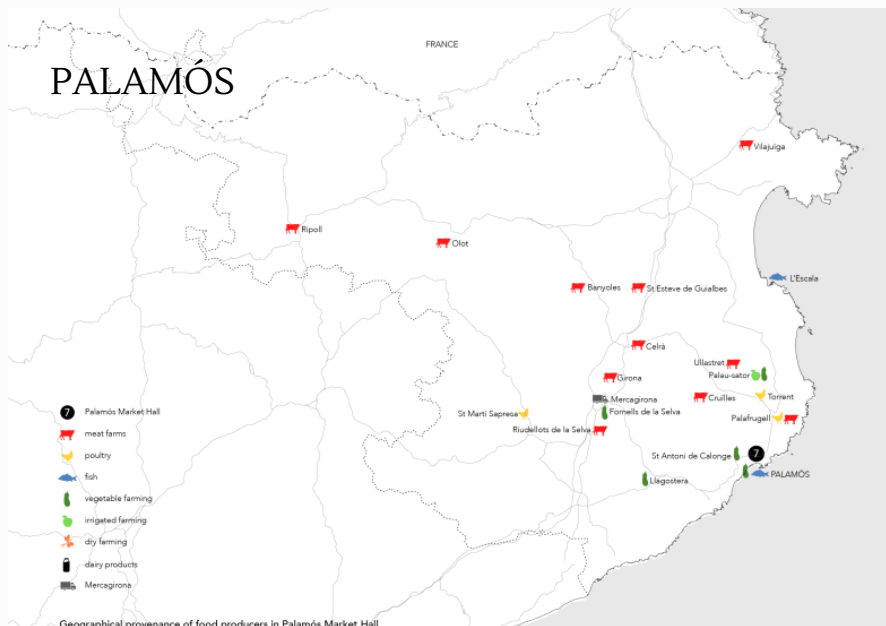


Els mercats de Sant Feliu de Guíxols i Palafrugell tenen els punts de producció concentrats en zones pròximes (plana del Gironès i Baix Ter).

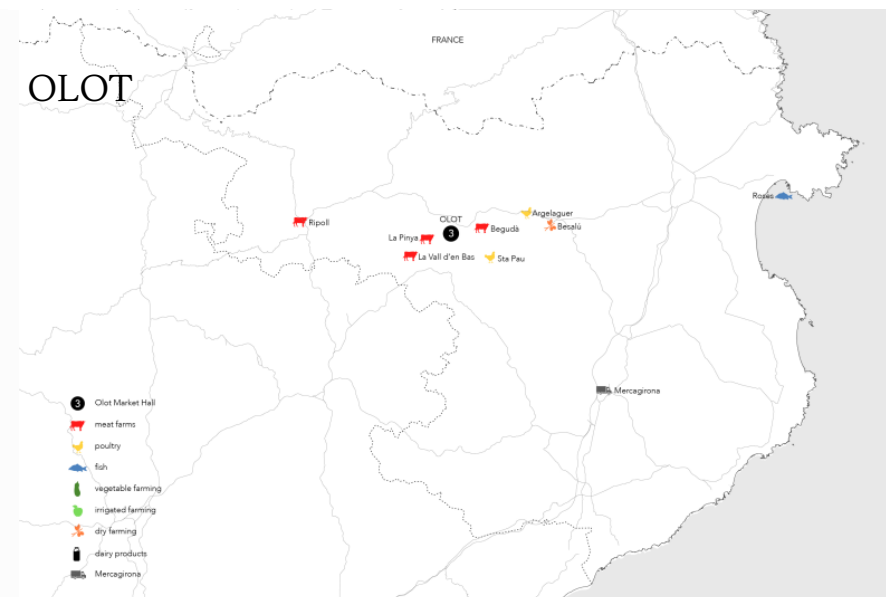
PALAFRUGELL



PROCEDÈNCIA DELS PRODUCTES DE PROXIMITAT: MERCATS FIXES



El mercats de Palamós i Olot concentren la major part dels seus proveïdors en zones pròximes als mercats municipals.



PROCEDÈNCIA DELS PRODUCTES DE PROXIMITAT: MERCATS SEDENTARIS



Els mercats han estat històricament vertebradors del territori. La possibilitat de repensar la distribució alimentària com un sistema en xarxa ajudaria a potenciar els mercats dins del context de la província de Girona.

DIAGNOSI GLOBAL

que enumera les principals debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats dels mercats.

(DAFO realitzada el dia 20 de novembre 2017, amb la participació del sector públic, la universitat, associacions i paradistes).

DIAGNÒSTIC DEL SISTEMA DE MERCATS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA

FORTALESES	DEBILITATS
<p>El mercat té la capacitat de ser l'intermediari entre el territori i el consumidor final, una venda basada en la confiança on es troba diversitat de productes i diversitat social, i es dona valor a la temporalitat del producte i la seva proximitat.</p>	<p>Les normatives i el sistema de concessions afecta directament el mercat. Les polítiques i la multiplicitat d'agents implicats fan difícil la gestió dels mercats. La manca de competitivitat (horaris flexibles) i el malbaratament alimentari són altres aspectes a destacar.</p>
<p>L'especialització i el coneixement dels productes són un dels punts forts del mercat, venent productes de proximitat i de temporada.</p>	<p>La manca de professionalització i visió empresarial dels paradistes dificulta la modernització del mercat i la col·laboració activa entre aquests. Per altra banda, la gestió del mercat tendeix a l'immobilisme, amb poques iniciatives de promoció o ampliació d'horaris.</p>
OPORTUNITATS	AMENACES
<p>Els mercats es podrien potenciar com els equipaments on es ven els productes de proximitat, dotant-los de segells de qualitat, etiquetes i altres elements que ajudin a crear una imatge, ajudat per polítiques que promoguin la cadena alimentària curta i que entenguin el mercat com un espai transversal, que va des de l'aspecte educacional (social) fins al gastronòmic i turístic.</p>	<p>Hi ha un risc de desaparició real dels mercats setmanals i un augment de l'envelliment, no només dels venedors, sinó també del perfil de consumidor. Els sistemes de venda evolucionen i el mercat no en pot quedar al marge.</p>
<p>Els mercats segueixen essent espais d'interès, tant des del punt de vista comercial com social. Són espais de diversitat amb capacitat per redefinir-se en funció de les noves tendències i necessitats: creant espais de degustació (de producció pròpia i de proximitat), entenen-los com a espais de menjar fresc, ampliant horaris i creant paradetes més flexibles.</p>	<p>La gestió municipal afecta el model de mercat i, com a conseqüència, el seu futur. Hi ha un envelliment de polítiques, paradistes i consumidors, així com una incapacitat per atreure nous usuaris: jovent, turistes, famílies joves.</p>

REPTES I ESTRATÈGIES PER ALS MERCATS



CONCLUSIONS

Els mercats públics de la província de Girona no només abasteixen la població local, sinó que també contribueixen a la dinamització de la vida urbana i territorial dins el nou paradigma econòmic i social.

La tendència a la concentració, diversificació i especialització de les parades i de la nova demanda per producte de qualitat, pensada com a proximitat, i amb baixa petjada ecològica, obliga les administracions a reformular el paper dels mercats municipals.

La reformulació del mercat està encaminada a una diversificació de l'activitat que s'hi desenvolupa, oferint serveis addicionals i complementaris.

Actualment no existeix una política conjunta dels diferents mercats de la província ni sobre el sistema alimentari que promogui i potenciï el comerç de proximitat ecosostenible i un desenvolupament sostenible.

MÉS INFORMACIÓ A

<http://aecserver.udg.edu/arquitectura-i-territori>



Responsables: Nadia Fava
Coordinació: Romà Garrido i Puig
Autors: Nadia Fava
Romà Garrido Puig
Marta Carrasco Bonet
Laura Plana Ferrer