



Happy Pets Market



Enquadramento

Os animais de estimação desempenham um papel fundamental nas sociedades contemporâneas, contribuindo significativamente para o bem-estar emocional e psicológico das pessoas.

Eles proporcionam companhia, carinho e uma sensação de segurança, o que pode ajudar a aliviar o stresse, a ansiedade e a solidão.

Num mundo cada vez mais conectado digitalmente, mas com relações humanas muitas vezes superficiais, os pets oferecem uma forma autêntica de conexão.

Em Portugal 52% das famílias têm animais de estimação e dizem gastar 10% do orçamento familiar com os seus pets.

Os mercados de rua proporcionam uma experiência única tanto para vendedores quanto para visitantes.

São espaços onde criadores e pequenas marcas emergentes interagem diretamente com um público curioso e entusiasta, criando um ambiente vibrante e dinâmico que dá nova energia aos locais onde acontecem.

Conceito Happy Pets Market

Ponto de encontro dos “PET LOVER’s”. Aqui vêm os tutores com (ou sem) os seus amigos e encontram produtos e serviços disponíveis, novidades, animação, conselhos e diversão.



Objectivos

O mercado tem como objetivos principais:

A) **proporcionar um espaço de encontro e convivência entre os donos e seus animais de estimação,**

B) **servir de vitrine para a exibição de artigos e serviços voltados para o bem-estar dos pets.**

Solidariedade

O HPM integra uma vertente de solidariedade social e para com os animais.

Em todos os eventos, uma banca é atribuída à Junta de Freguesia ou à organização que recebe o mercado, para promoção ou defesa de causa à sua escolha.

Em todos os eventos, 8% da receita bruta é doada a uma instituição local de solidariedade social ou de Ajuda Animal, indicada pela entidade que cedeu o recinto do evento.





O Modelo de negócio Colab

A cargo da Central:

Obrigações/Custos

1. Investimento e Gestão da marca
2. Gestão e manutenção do site
(criação de eventos, gestão do espaço, candidatos a participar, reservas, pagamentos, faturação)
3. Promoção e divulgação nacional
4. Gestão da comunicação e das redes sociais a nível nacional.

Benefícios/Receitas

1. Receitas base 50% (não fixo)

A cargo do Colab:

Obrigações/Custos

1. Captação/Angariação de vendedores/participantes nos mercados
2. Negociação do espaço com Autarquia/Entidades privadas e sua gestão operacional
3. Investimento: aquisição de 2 telas, 2 coletes e 1 tablet (estimativa €220)
4. Acompanhamento dos eventos no site
(tem user/passw para visualização)
5. Promoção nas redes sociais a nível local
(raio de 20Km dos eventos)

Benefícios/Receitas

1. Freguesias atribuídas em exclusividade
(max 5)
2. Fee: sem entrada
3. Receitas base 50% (não fixo)