



Mesures per a l'enfortiment  
del Mercat Setmanal de  
**Santa Cristina d'Aro**

Octubre del 2023

# 1. Presentació del projecte

L'Ajuntament de Santa Cristina d'Aro es planteja la millora del seu mercat setmanal dels dissabtes. És en aquest marc on el propi consistori ha decidit impulsar un pla per a l'enfortiment del seu mercat amb l'objectiu que aquest esdevingui un motor no només comercial, sinó també econòmic i turístic de Santa Cristina d'Aro.

En aquest sentit, el present treball no és altre que tot un seguit de mesures de caràcter comercial, la implementació de les quals hauria de permetre que Santa Cristina d'Aro disposi d'un mercat més modern i optimitzat a ulls de la seva ciutadania així com dels visitants.

El present treball s'ha realitzat durant els mesos de setembre i octubre de 2023 i ha anat a càrrec de l'equip tècnic de la nostra empresa.

A partir del reconeixement visual i de trobades amb l'equip tècnic i polític de l'Ajuntament de Santa Cristina d'Aro, s'han definit les directrius sobre com hauria de ser el nou model de mercat, així com tot un seguit d'eixos i actuacions concretes que haurien de contribuir a millorar el seu dinamisme i que tracten aspectes tan importants en un mercat com en són la seva regulació, estructura, imatge i dinamització comercial.

Focalizza

## 2. Proposta per a un nou model de mercat

Per tal d'impulsar un pla de treball per a la dinamització del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro, el primer que cal fer és una definició sobre com és el mercat avui en dia per, acte seguit, poder definir com hauria de ser aquest en un futur proper. La definició d'aquest model es basa en el reconeixement i anàlisi realitzat pel nostre equip tècnic.

### Com és el mercat de Santa Cristina d'Aro **actualment?**



### Com volem que sigui el mercat de Santa Cristina d'Aro **en un futur?**



## 2. Proposta per a un nou model de mercat



**Com és el mercat de Santa Cristina d'Aro actualment?**



**Com volem que sigui el mercat de Santa Cristina d'Aro en un futur?**

### *Mix comercial del mercat*

El mercat presenta un mix comercial, probablement, poc dimensionat i amb una oferta comercial poc àmplia.



### *Mix comercial del mercat*

Un mercat amb una oferta comercial amb una major presència de sectors i una major oferta de productes amb un caràcter vinculat a la proximitat i el territori.

### *Singularitat del mercat*

Tot i que el mercat presenta cert atractiu, existeix una manca de producte singular vinculat al territori.



### *Singularitat del mercat*

Un mercat amb una estratègia definida que permeti promoure la oferta de productes vinculats al territori i que li aportin un caràcter més singular.

### *Imatge del mercat*

A dia d'avui, la imatge del mercat és poc atractiva i homogènia i no actua com a espai motor o espai prou atractiu.



### *Imatge del mercat*

Un mercat amb un conjunt de parades més atractives i seductores amb elements que esdevinguin diferenciadors i que el facin més viu i dinàmic.

## 2. Proposta per a un nou model de mercat



**Com és el mercat de Santa Cristina d'Aro actualment?**



**Com volem que sigui el mercat de Santa Cristina d'Aro en un futur?**

*Circulació dins del mercat*

El mercat de Santa Cristina d'Aro no disposa d'un circuit intern i d'una distribució prou atractiva.



*Circulació dins del mercat*

Un mercat amb un circuit comercial clar i definit, on els usuaris i visitants puguin passejar lliurement i sense trobar-se amb diversos obstacles.

*Ús i dinamisme social del mercat*

A dia d'avui, el mercat no disposa d'un espai que fomenti l'aflorament d'activitats lúdiques que contribueixin a una millora en l'acte de compra.



*Ús i dinamisme social del mercat*

Un mercat amb un espai reservat per a l'impuls de tot un conjunt d'activitats lúdiques que contribueixin a fomentar la integració social i el dinamisme del propi mercat.

*Comunicació i proposta de valor*

Un mercat amb una proposta de valor actual poc definida i sense gaires elements diferenciadors.



*Comunicació i proposta de valor*

Un mercat que disposi d'una proposta de valor ben definida que permeti dissenyar una estratègia de comunicació que connecti amb els potencials consumidors.

## 2. Proposta per a un nou model de mercat



Com és el mercat de Santa Cristina d'Aro **actualment?**



Com volem que sigui el mercat de Santa Cristina d'Aro **en un futur?**

### Proposta de valor

En general, el mercat **no disposa d'una estructura i d'una oferta comercial suficientment atractiva** com per despertar l'**interès del seu mercat potencial de consumidors**, fet que dificulta la capacitat de **connectar amb les preferències de consum**, tant de la població local com de les possibles persones visitants.

En aquest context, **es planteja la necessitat de modernitzar el mercat mitjançant tres grans àmbits de treball**: la millora de la seva singularitat comercial, l'impuls d'una major cohesió amb el territori i el foment de l'experiència de compra i el passeig de la potencial persona compradora.

## 2. Proposta per a un nou model de mercat

En aquest apartat, es proposen els tres valors exposats en la pàgina anterior a través dels quals el mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro ha de treballar per tal de millorar el seu dinamisme. Es tracta de potenciar els valors arrelats i vinculats al municipi, doncs entenem que la força en la dinamització del mercat no descansa, únicament, en aspectes comercials, sinó també en aquells aspectes vinculats al territori i el seu entorn. Així doncs, aspectes ja indicats com una millor singularitat del mercat, l'impuls d'una major cohesió social amb el territori i el foment del passeig i l'experiència lúdica han de donar al Mercat de Santa Cristina d'Aro una forma amb un millor futur.

**Singularitat  
comercial**



**Cohesió i integració amb el  
territori**

**Experiència de compra i passeig**

## 2. Proposta per a un nou model de mercat



### Singularitat

#### El territori, un valor que cal potenciar

El Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro s'ha de convertir en un espai comercial que fomenti la compra de proximitat i també vinculada a les singularitats del seu entorn més proper.



### Cohesió i integració

#### L'espai comercial urbà, un espai de trobada

El Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro ha d'esdevenir un espai de trobada que fomenti la sociabilització i la integració entre la població resident i els potencials visitants del municipi.



### Passeig i experiència

#### L'entorn, un dels valors identitaris

El Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro ha d'impulsar l'experiència de compra i el passeig lúdic entre les potencials persones compradores a través d'activitats que facin del mercat un espai més lúdic.





### 3. Estructura del pla d'acció del mercat

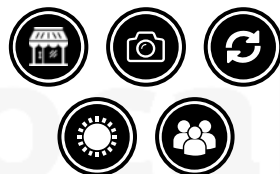
En aquest primer apartat del pla d'acció, es presenta l'estructura que se seguirà de cara a les següents pàgines. De manera gràfica, es pot comprovar com, a partir d'un **model actual**, s'identifiquen els **principals eixos de treball**, es marquen els **principals objectius a assolir** per a cadascun d'aquests eixos i es defineixen les **actuacions que finalment caldrà desenvolupar** per arribar a l'objectiu final que és el de **construir un nou model futur del Mercat de Santa Cristina d'Aro**.

#### Pla d'Acció per a la modernització del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro



Model actual del mercat

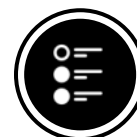
##### Eixos de treball



##### Objectius a assolir



##### Actuacions a desenvolupar



Model futur del mercat



### 3. Estructura del pla d'acció del mercat

Tot seguit, es presenten **els 3 eixos en els quals es basarà el pla de treball** que ha de contribuir a la dinamització comercial del mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro. Són els següents:

#### Pla d'Acció per a la modernització del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro

Model de mercat

Els mercat de Santa Cristina d'Aro ha de perseguir la consolidació d'un model propi i singular a través de l'enfortiment dels següents eixos de treball:



**1** Estructura  
del Mercat



**2** Imatge  
del Mercat



**3** Dinamisme  
del Mercat

### 3. Estructura del pla d'acció del mercat

#### Eixos

#### Justificació de l'eix



#### Estructura del Mercat

Les **dimensions**, la **distribució de les parades** i el **tipus de productes** que pugui oferir el Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro són un dels aspectes que s'han de tenir en compte a l'hora de planificar un nou model de mercat que s'adequi a les **necessitats actuals** i permeti construir un format comercial amb una **estructura més competitiva**.



#### Imatge del Mercat

La **imatge comercial del mercat** és un element molt important, ja que existeixen molts elements que hi entren en joc i la determinen. Caldrà treballar en el disseny del propi mercat amb l'objectiu de promoure una **imatge comercial més seductora** que contribueixi a fer del propi mercat un format comercial més singular.



#### Dinamisme del Mercat

El dinamisme de l'espai comercial urbà ve determinat pel tipus d'activitats i de relacions que s'hi desenvolupen. En aquest sentit, la construcció d'un nou model de mercat que sigui capaç de promoure l'experiència de compra passa per impulsar mesures que facin del seu entorn un espai **més lúdic, viu i dinàmic**.

## 4. Línies estratègiques a desenvolupar

### L1 Revisió de l'estructura comercial i organitzativa del mercat

#### Justificació

- Necessitat de millorar l'estructura física del mercat a efectes que es converteixi en un espai comercial més ampli i atractiu.
- Necessitat de reforçar l'oferta comercial del mercat.
- Necessitat d'impulsar un model de mercat més viu, diferencial, únic i singular pel que fa als atributs del municipi i el seu entorn més proper.



#### Descripció

Considerem que l'estructura del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro ha de ser un dels àmbits on cal posar la mirada. Aspectes com les dimensions del Mercat, la distribució de les parades, la definició del mix comercial, entre d'altres, són algunes de les claus a treballar per a promoure un correcte funcionament del mercat.

#### Objectius

1. Adequar el mix comercial del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro.
2. Millorar la distribució de l'espai de Mercat.
3. Impulsar la singularitat i l'atractiu comercial del Mercat.

#### Accions a desenvolupar

- L1\_1. Revisió i dimensionament de l'oferta comercial actual del Mercat (estiu i hivern).
- L1\_2. Redistribució sectorial de les parades del Mercat.
- L1\_3. Creació de nova oferta de productes singulars vinculats al territori.

## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L1\_1. Revisió i dimensionament de l'oferta comercial actual del Mercat (estiu i hivern).

##### Descripció

En aquesta primera acció d'aquest primer eix es vol posar el focus en com aquest s'organitza i es distribueix en l'espai, així com el tipus d'oferta que s'hi pot trobar. Aquest aspecte és un element molt important a definir, ja que condicionarà molts altres aspectes que afecten el bon funcionament de l'activitat comercial futura del Mercat Setmanal dels dissabtes.

A dia d'avui, el mercat no disposa d'un estudi d'hàbits que aporti dades respecte les preferències i el comportament comercial dels consumidors i que, alhora, permeti un disseny més exhaustiu de l'oferta i identifiqui aquells sectors i parades que esdevenen motors del Mercat.

Tot i així, es percep que des de l'organització del Mercat s'hauria de potenciar alguns sectors determinats que poden contribuir a impulsar el mercat com a pol o motor econòmic.

És el cas del sector de l'alimentació, que entenem que és un dels sectors que caldria potenciar en la mesura de fer del Mercat un format comercial de més proximitat. I és que, en general, l'alimentació i l'oferta de proximitat és un sector important que pot contribuir al dinamisme de qualsevol mercat.

S'entén, en aquest sentit, l'alimentació, i en especial la fruita i la verdura, però també altres parades d'oferta alimentària, com els sectors que podrien tenir un recorregut a l'alça.

Finalment, i en termes de nombres absoluts, s'entén que el mercat podria passar de les 7 parades actuals a un escenari que es mogués entre les 10 i 12 parades.

### Mesura

#### L1\_2. Redistribució sectorial de les parades del Mercat.

##### Descripció

Una vegada revisat el mix comercial que compona l'oferta de productes de les parades del Mercat, la segona actuació d'aquest eix se centra en treballar en la distribució i la ocupació de l'espai tant de les parades com del propi Mercat en general.

Tal i com s'ha pogut comprovar, la ubicació actual del Mercat és un dels seus trets característics i esdevé la peça clau del seu atractiu. Per tant, es considera que el seu emplaçament és el més idoni. Ara bé, això no significa que no es pugui millorar la seva distribució per tal de contribuir a una millora del circuit comercial.

En aquest sentit, i amb l'adequació del mix comercial proposat en l'anterior actuació, tot fa pensar que el nombre de parades dels diversos sectors canviaran el seu pes respecte el total del Mercat.

Per exemple, la posada en marxa d'un increment de la oferta de productes agroalimentaris implicaria buscar una nova distribució de les noves parades per tal d'optimitzar la circulació i el paisatge comercial del propi Mercat.

Així, el que se cerca en una possible nova redistribució del mercat és que aquest tingui presència a tota la Plaça del Mercat, deixant únicament lliure el centre del propi mercat.



# Focalizza

## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L1\_3. Creació de nova oferta de productes singulars vinculats al territori.

##### Descripció

La tercera actuació proposada se centra en la necessitat d'introduir noves parades amb una oferta de productes més singulars que permetin donar un impuls al Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro cap a un format comercial més seductor.

En aquest sentit, ens troben amb dos escenaris possibles: per una banda, augmentar el pes del producte agroalimentari en el Mercat, ja sigui incrementant el nombre de parades que posen a la venda aquest tipus de productes o regulant les dimensions de les ja existents i reestructurant la seva distribució actual.

Per altra banda, sorgeix l'opció de crear un nou mercat de caràcter complementari a l'actual, que funcioni durant una determinada època de l'any i que se celebri en un espai proper al de l'actual Mercat setmanal, adoptant un caràcter més lúdic amb activitats que vagin més enllà de l'acte de compra.

En relació a la possibilitat de desenvolupar el segon dels escenaris, es considera que seria molt interessant dissenyar el nou mercat tenint en compte els següents aspectes:

- a) Objectius a assolir. Crear un Mercat més arrelat a la població local i amb una oferta de productes de proximitat que permeti donar aire fresc a l'activitat comercial i contribueixi a incrementar la singularitat del propi Mercat setmanal. Alhora, caldria analitzar quina ha de ser la proposta de valor del nou mercat.
- b) Pros i contres de la creació d'un nou Mercat. Caldrà analitzar i debatre quins poden ser els pros i els contres de crear un mercat complementari.

##### Descripció

- c) Respecte a la ubicació d'aquest mercat, hauria de ser, també, en el mateix emplaçament actual del mercat.
- d) Període de realització del Mercat. Es proposa que una hipotètica implementació d'aquest mercat es realitzi durant el període estival que va comprès entre els mesos de juny a octubre doncs s'entén que és el període més adequat per poder atraure un perfil de comprador no només del propi municipi, sinó també de segones residències i potencials persones turistes.
- e) Imatge del Mercat. Caldrà treballar en la creació d'una imatge pròpia del nou mercat, tant a nivell gràfic com a nivell estructural. Una vegada que el mercat fos dissenyat, el fet de posar-li un nom adequat i de crear un logotip i un eslògan seductor podria suposar una oportunitat per a revitalitzar tant el propi Mercat actual com el propi municipi. A tall d'exemple, el nou mercat es podria anomenar "*El Mercat del Rebost*".



# Focalizza

## 4. Línies estratègiques a desenvolupar

### L2 Millora de la imatge del mercat

#### Justificació

- Necessitat de generar un espai a l'entorn del mercat molt més atractiu pel que fa als seus edificis.
- Necessitat de millorar la imatge de les parades intentant impulsar-ne un format, visualment, molt més atractiu.
- Promoure la millora en les habilitats i les competències de les paradistes.



Prioritat	Complexitat	ODS
 Mitja	Alta	 

#### Descripció

El fet de mantenir una imatge comercial més seductora passa, entre d'altres coses, per la definició d'una imatge comercial més professionalitzada que contribueixi a fer del mercat de Santa Cristina d'Aro un format comercial més singular i que sigui més atractiu a ulls dels seus potencials consumidors.

#### Objectius

1. Millorar la imatge comercial dels punts de venda del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro.
2. Impulsar la professionalització dels punts de venda del Mercat.
3. Millorar la imatge general del Mercat.

#### Accions a desenvolupar

- L2\_1. Homogeneïtzació de l'estructura de les parades del Mercat.
- L2\_2. Embelliment de la imatge comercial de les parades.
- L2\_3. Millora de la senyalització d'accés i d'entrada al Mercat.
- L2\_4. Pla de propostes formatives per als paradistes del Mercat.

## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L2\_1. Homogeneïtzació de l'estructura de les parades del Mercat.

##### Descripció

Iniciem la descripció del segon eix del Pla d'Acció centrat en impulsar la imatge del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro. La primera actuació que es proposa desenvolupar posa el focus en la composició de les estructures que conformen els punts de venda.

S'ha pogut comprovar que, a dia d'avui, les parades del Mercat no presenten estructures similars entre elles, la qual cosa contribueix a empitjorar la imatge general del Mercat. Entenem l'estructura de les parades com tots aquells elements que configuren el seu esquelet i que poden estar constituïts de diversos materials que en aquest cas, en general, no ofereixen una imatge atractiva i professional del punt de venda.

Per tant, la homogeneïtzació de les estructures de les parades en base a un conjunt de criteris comuns serà un dels aspectes a treballar.

Es proposa que es puguin concretar quin tipus de materials seran els més adequats pel Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro, així com definir els elements bàsics que haurien de presentar els punts de venda per tal de desenvolupar la seva activitat.

S'aconsella emmirallar-se en estructures que s'identifiquin amb els valors que es volen impulsar, tals com la proximitat i la conservació del medi ambient.

Aquesta actuació vindrà determinada, també, per les dimensions mínimes i màximes que es considerin adequades per a les parades de cadascun dels sectors presents al Mercat.

Val a dir que aquesta actuació pren especial interès en el supòsit que s'impulsi el paper de les parades de producte agroalimentari (veure acció L10\_03).

### Mesura

#### L2\_2. Embelliment de la imatge comercial de les parades.

##### Descripció

En aquesta segona actuació d'aquest segon eix vinculat a millorar la imatge del Mercat, caldrà revisar quins elements formen part de les parades, en quin estat es troben i com és el seu grau de professionalitat.

En aquest sentit, es considera que cal treballar en base a alguns aspectes fonamentals:

- Per una banda, la imatge exterior de la parada. En aquest sentit, és recomanable que des del consistori s'impulsi un debat amb els paradistes per tal que aquests millorin les estructures físiques de les seves parades, sempre en la mesura que els sigui possible.
- En segon lloc, i relatiu a la imatge interna de la parada, es proposa que, també el consistori, promogui la millora en la imatge d'elements com l'etiquetatge dels preus, la cartelleria o la col·locació del producte.
- Colors per sectors: el darrer element proposat descansa en la possible incorporació que permeti vestir les parades amb una sèrie de lones i tendals de colors homogenis en funció del sector al qual pertany cada parada en qüestió. És recomanable que, a més d'això, les parades disposin d'un distintiu en format de símbol a partir del qual el consumidor pugui identificar el sector al que pertany cada parada en qüestió.

Tot plegat pretén que la imatge del mercat millori i ofereixi una visibilitat més atractiva a ulls de les persones compradores i visitants.



# Focalizza



## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L2\_3. Millora de la senyalització d'accés i d'entrada al Mercat.

##### Descripció

La tercera de les mesures previstes en aquest segon eix descansen en la necessitat de millorar la senyalització comercial del mercat com a base d'identificació i de millora de l'experiència comercial.

Tot i ja existir una certa senyalització del mercat, entenem que caldrà millorar aquesta senyalètica tant pel que fa a la pròpia plaça com també en d'altres punts de referència del municipi.

Amb la idea posada en el fet que el Mercat actuï com un referent econòmic, comercial i social, es proposen dues tipologies de senyalització:

- a) **Senyalització d'aproximació.** Aquesta es pot basar en indicacions a l'entrada del municipi i punts d'accés on es comuniqui l'existència del mercat i dia de realització.
- b) **Senyalització interior.** A la mateixa plaça es pot optar per ubicar nova informació relativa al mercat, però que també actuï com a espai informatiu del teixit econòmic, comercial i del propi mercat (pantalles amb vídeo analític que permetin identificar les persones que passen pel propi mercat contribuiran a disposar de dades per al control dels moviments i assistència de les persones en el mercat).
- c) **Materials d'ambientació i senyalització del Mercat.** Per últim, es proposa incloure el disseny de panells informatius respecte les parades del Mercat, els professionals que hi participen, les activitats que s'hi desenvolupen i les possibles novetats de cada setmana amb l'objectiu d'informar als consumidors del Mercat i motivar la seva pròxima visita.

### Mesura

#### L2\_4. Pla de propostes formatives per als paradistes del Mercat.

##### Descripció

En aquesta quarta actuació, i vistos els principals aspectes que cal tenir en compte per a contribuir a una millora de la imatge del Mercat, es posa l'accent en l'impuls d'un conjunt de propostes formatives a les quals es puguin acollir els professionals del Mercat.

Es considera oportú que el mateix Ajuntament proposi als paradistes la possibilitat de realitzar tota una sèrie de talles formatius, de caràcter breu, i que serveixin per fer del Mercat un espai molt més atractiu i seductor. Entre els principals àmbits formatius proposats en destaquen els següents:

- a) **Imatge exterior de la parada.** A partir de la qual es pot incidir en la millora dels elements externs de les parades per tal que el seu entorn immediat sigui més atractiu.
- b) **Col·locació del producte.** Hauria d'incloure eines per a la millora de la presentació i de la col·locació dels productes de la parada.
- c) **Atenció a la clientela.** Centrada en la millora del tracte i l'actitud del paradista envers la clientela.
- d) **Promoció i dinamització comercial.** Aquest darrer apartat vol treballar les eines de promoció i comunicació que els paradistes poden utilitzar per fer una millor difusió del seu negoci.

Totes aquestes mesures pretenen que els propis paradistes se sentin motivats a formar part del Mercat setmanal dels dissabtes i contribuir a una millora en l'atractiu de la gestió del mercat.

Per tal de promoure la seva assistència i compromís, es pot optar per fer tallers pràctics d'un matí de durada en dies assenyalats que els propis negocis puguin assistir a les formacions.



# Focalizza

## 4. Línies estratègiques a desenvolupar

### L3 Millora del dinamisme comercial i lúdic del mercat

#### Justificació

- Necessitat que en l'entorn del mercat s'hi realitzin activitats de dinamització comercial i econòmica, en general.
- Necessitat en promoure un espai de sociabilització de les persones que passen i viuen al municipi.
- Necessitat d'impulsar un nou marc de comunicació que promocióni el mercat en el seu conjunt.



Prioritat	Complexitat	ODS
 Alta	Mitja	  

#### Descripció

Un aspecte primordial per a l'impuls del dinamisme del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro és la construcció d'un nou model de mercat que no només se centri en l'acte de compra, sinó que contribueixi a la construcció d'un espai més lúdic i afavoreixi la creació d'un espai de trobada que estableixi un vincle social amb la ciutadania i les persones visitants.

#### Objectius

1. Consolidar el Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro com un espai més dinàmic, lúdic i social.
2. Impulsar el vincle entre el Mercat i la població resident i visitant del municipi.
3. Contribuir a la cohesió social del municipi així com amb la resta d'entitats del municipi.

#### Accions a desenvolupar

- L3\_1. Creació d'una imatge de marca del Mercat.
- L3\_2. Impuls de campanyes de promoció dels valors del Mercat.
- L3\_3. Impuls d'una campanya de conscienciació a la compra local.
- L3\_4. Creació dels espais culturals, gastronòmics i solidaris del Mercat.

## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L3\_1. Creació d'una imatge de marca del Mercat.

##### Descripció

En aquesta primera actuació d'aquest tercer i darrer eix, es posa de manifest la necessitat de treballar en la imatge de marca del Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro per tal de transmetre quins són els seus objectius, quina és la seva proposta de valor i que permeti connectar amb la seva clientela d'una manera més directa.

En aquest sentit, la primera passa serà la construcció d'una nova proposta de valor a partir de tota la remodelació que suposa aquest pla d'acció.

Definint un conjunt de valors estratègics que permetin construir un *storytelling* que contribueixi a la consolidació del format comercial en l'imaginari dels consumidors i visitants de Santa Cristina d'Aro. Amb aquest objectiu es preveuen un conjunt d'elements a treballar com són:

##### a) Disseny gràfic d'un nou logotip del mercat.

La cerca de la pròpia imatge de marca ha de ser un element que ha de partir de la realitat i els valors locals, a la vegada que s'ha d'articular com un element basat en el consens.

Per tal que això sigui possible, és necessària la participació del grup de treball a través de la organització d'un concurs d'idees. Serà interessant convocar un jurat divers i amb criteri que tinguin present els valors del Mercat a l'hora de valorar les propostes presentades.

##### b) Crear un eslògan comercial del Mercat.

Paral·lelament a la creació de la imatge de marca, també serà necessari crear un eslògan que l'acompanyi, el qual haurà de tenir especialment en compte la proposta de valor definida en el projecte.

##### c) Editar material de marxandatge.

El tercer dels aspectes a considerar és la creació d'una línia de marxandatge comercial que apropi la marca als consumidors del Mercat. En aquest sentit, es podria organitzar de tal manera que, tan bon punt es generi un tiquet de compra elevat, la persona consumidora pugui rebre un d'aquests productes a mode d'obsequi i durant un breu període de temps.

### Mesura

#### L3\_2. Impuls de campanyes de promoció dels valors del Mercat.

##### Descripció

La segona de les actuacions previstes en el present pla d'acció descansa en la necessitat de realitzar campanyes de promoció i comunicació del Mercat.

Pel que fa a l'àmbit de la promoció, es considera important treballar en alguns elements que podrien ser susceptibles a la construcció de les següents campanyes de promoció:

##### a) Impuls de la sostenibilitat.

El Mercat setmanal de Santa Cristina d'Aro ha de tenir la sostenibilitat com a premissa, de manera que es poden impulsar diferents campanyes vinculades, per exemple, a la utilització de boses reciclables, millorar la gestió dels residus derivats dels productes adquirits, ja siguin del Mercat o no, etc. Es proposa, al mateix temps, que el mercat sigui un referent en la compra sostenible i responsable de les persones consumidores. Campanyes de marxandatge amb el regal de bosses compostables o campanyes de sensibilització respecte la compra de proximitat en són possibles exemples.

##### a) Campanya d'integració amb el comerç.

Una segona línia d'impuls de campanyes descansa en la realització d'una actuació conjunta entre el comerç i el mercat. A tall d'exemple, una campanya amb l'eslògan "Comerç i Mercat, simplement Santa Cristina", pot ser una mesura per promoure el consum local i de proximitat, i donar a conèixer, de la mateixa manera, els valors del comerç i el mercat.

## 4. Descripció de les actuacions

### Mesura

#### L3\_3. Impuls d'una campanya de conscienciació a la compra local.

##### Descripció

Aquesta tercera actuació pretén sensibilitzar la població local pel que fa a la compra en el mercat. En aquest sentit, es proposen mesures que incideixen en la implicació i sensibilització de la població local cap un format de proximitat, el mercat, que ha d'esdevenir un referent comercial, econòmic, cultural i social a Santa Cristina d'Aro.

A tall d'exemple, es proposen les següents dues actuacions:

##### a) Deu motius de compra al mercat.

La primera de les campanyes descansa en l'elaboració d'un díptic descriptiu amb els deu motius de compra al mercat (extensible al comerç); pot tractar temes relatius a proximitat, qualitat, ocupació, treball, ambient, dinamisme,.... L'actuació cerca la sensibilització de la ciutadania així com de les persones que el visitin.

##### b) El Mercat vist per la quitxalla.

Elaboració d'un concurs entre la quitxalla de l'escola. Aprofitant l'època de Nadal, es proposa que l'alumnat faci un dibuix del mercat i que d'entre els guanyadors se'n faci un calendari escolar que, posteriorment, tots els comerços, i el mateix mercat, podran repartir entre les persones visitants.

### Mesura

#### L3\_4. Creació dels espais culturals, gastronòmics i solidaris del Mercat.

##### Descripció

Finalment, i com a quarta actuació proposada en aquesta darrera línia de treball, cal entendre que el Mercat setmanal no ha d'actuar només com un referent comercial. La seva adaptabilitat a un mercat que actuï com a motor econòmic, comercial i social requereix de mesures que li atorguin un valor més identitari i social.

L'espai de la plaça interior de la ubicació del mercat podria ser l'espai idoni per tal que es realitzin actuacions vinculades a la identitat, la història i les tradicions del municipi.

Fem referència a la realització d'actuacions de la següent tipologia:

- Activitats o manifestacions de caràcter cultural que poden anar des de la realització d'activitats musicals, exposicions temporals a l'aire lliure, concursos de dibuix i pintura, i un llarg etcètera de mesures que contribueixin al reforç de la identitat cultural i social al municipi.
- Activitats de promoció del municipi ja sigui a través de l'exposició d'idees emprenedores, realització d'activitats de promoció per part de la pròpia associació de comerciants de Santa Cristina,...
- Altres activitats educatives, socials i solidàries impulsades per entitats socials del propi municipi.

En síntesi, l'objectiu no és altre que crear una Agenda d'activitats del mercat setmanal que potenciï la idea del mercat com a referent en la cohesió i integració del projecte.



# Focalizza

## 5. Cronograma

En aquest apartat final, es presenta una proposta d'organització temporal de les accions proposades al pla d'acció, que es mostra en el següent cronograma:

	Gen. 2024	Feb. 2024	Març 2024	Abril 2024	Maig 2024	Juny 2024	Juliol 2024	Ago. 2024	Set. 2024	Oct. 2024	Nov. 2024	Des. 2024	Gen. 2025
Revisió i dimensionament de l'oferta comercial actual del Mercat (estiu i hivern).													
Redistribució sectorial de les parades del Mercat.													
Creació de nova oferta de productes singulars vinculats al territori.													
Homogeneització de l'estructura de les parades del Mercat.													
Embelliment de la imatge comercial de les parades.													
Millora de la senyalització d'accés i d'entrada al Mercat.													
Pla de propostes formatives per als paradistes del Mercat.													
Creació d'una imatge de marca del Mercat.													
Impuls de campanyes de promoció dels valors del Mercat.													
Impuls d'una campanya de conscienciació a la compra local.													
Creació dels espais culturals, gastronòmics i solidaris del Mercat.													



# Mesures per a l'enfortiment del Mercat Setmanal de **Santa Cristina d'Aro**

Octubre del 2023



[www.focalizza.com](http://www.focalizza.com)



[info@focalizza.com](mailto:info@focalizza.com)



93 432 58 10