

Informe de resultats

Avaluació i impacte econòmic prova pilot mercat de Nadal



MANLLEU



Index de l'estudi

DADES GENERALS	2
INTRODUCCIÓ	4
MANLLEU	7
Fitxa tècnica	8
Visitants	11
Professionals	25
Afluència	35
Impacte econòmic	38
Conclusions	42
CONSIDERACIONS FINALS	46
Recomanacions	47





DADES GENERALS

ESTUDI REALITZAT PER:

The Whatsons.
Opinió pública

AMB EL SUPORT I LA COL·LABORACIÓ DE:



**Diputació
Barcelona**

The Whatsons és una marca comercial propietat de l'empresa Eiendom Gruppen SL, de serveis d'estudis de mercat, amb domicili a:

Rambla la Girada, 93
08720, Vilafranca del Penedès
Barcelona – Espanya
CIF B56223126

Telèfons: 627780115 - 666673262
Correu electrònic: hola@thewhatsons.com
Pàgina web: www.thewhatsons.com



INTRODUCCIÓ

Els [mercats de Nadal](#) són esdeveniments de dinamització comercial que tenen lloc, majoritàriament, durant el mes de desembre, com a preludi de les festes nadalenques. Són molts els municipis que n'organitzen, cadascun amb les seves particularitats.

Els mercats de Nadal esdevenen espais no només comercials, sinó també de cohesió social, de foment de la participació pública, de tradició. I ofereixen des de productes de proximitat fins a artesanía, alhora que es complementen amb oferta lúdica i gastronòmica.

Aquest document és un [estudi d'avaluació de l'impacte econòmic](#) resultant de la [prova pilot](#) d'implementació d'un mercat de Nadal, executada [a quatre municipis](#) de Barcelona: [El Masnou](#), [Gelida](#), [Manlleu](#) i [Sant Martí Sesgueioles](#).

En aquests municipis s'hi han dut a terme unes actuacions concretes amb l'objectiu de [posar en valor els mercats de Nadal](#) com a espais lúdics i de foment del teixit comercial del territori. Des de la [Diputació de Barcelona](#) s'hi ha donat [suport en diferents àmbits](#), ressaltant el grafisme o la innovació proposats. És per això que, una vegada finalitzada la prova pilot, cal avaluar quin ha estat el resultat i l'impacte econòmic obtinguts, per tal de poder [diagnosticar actuacions de futur](#) en relació amb les fires i mercats de Nadal i [seguir treballant en la línia de l'excel·lència i la referència](#).

L'estructura d'aquest document consisteix en presentar i analitzar el [mercat de Nadal de Manlleu](#) en base a la següent [línia estructural](#):

- ✓ La fitxa tècnica corresponent.
- ✓ L'anàlisi de dades derivat de les enquestes realitzades entre els visitants de l'esdeveniment firal.
- ✓ L'anàlisi de dades derivat de les enquestes realitzades entre els professionals (paradistes).
- ✓ El comptatge d'afluència realitzat de manera manual en el mercats nadalenc.
- ✓ El càlcul de l'impacte econòmic resultant.
- ✓ Les conclusions de la fira de Nadal en qüestió.
- ✓ Unes recomanacions genèriques, estructurades en diferents punts.

MANLLEU





FITXA TÈCNICA

PARÀMETRES DE LA MOSTRA TÈCNICA

- ✓ Univers mostral teòric (N) = 42.000
- ✓ Nivell de confiança (k) = 95,5%
- ✓ Marge d'error (e) = +/- 5%
- ✓ Mostra tècnica necessària (n) = 381

MOSTRA OBTINGUDA

- ✓ Número d'enquestes vàlides = 420
- ✓ Nivell de confiança (k) = 95,5%
- ✓ Marge d'error (e) = +/- 5%

METODOLOGIA DEL TREBALL DE CAMP

- ✓ Enquestes presencials als visitants de la Fira de Nadal de Manlleu, celebrada del 19 de desembre de 2024 al 7 de gener de 2025.

PARÀMETRES DE LA MOSTRA TÈCNICA

✓ Univers mostral teòric (N) = 13



Participació: 69,2%

MOSTRA OBTINGUDA

✓ Número d'enquestes vàlides = 9

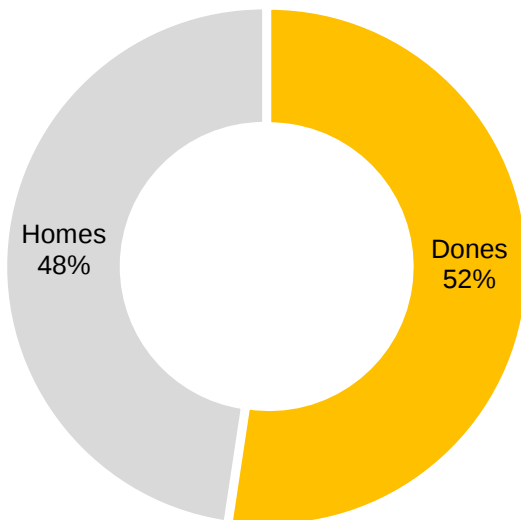
METODOLOGIA DEL TREBALL DE CAMP

✓ Enquestes presencials i online als professionals participants a la Fira de Nadal de Manlleu 2024.

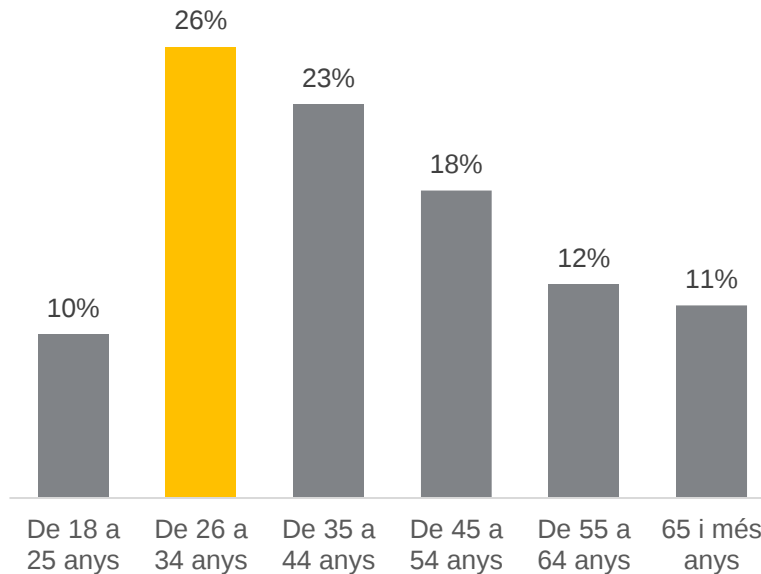


VISITANTS

- ✓ Més participació de **dones** que homes a la Fira de Nadal de Manlleu 2024.
- ✓ La **mitjana d'edat** del conjunt dels visitants se situa en **42,9 anys**. Un 26% dels visitants tenen entre 26 i 34 anys.



Base: 420

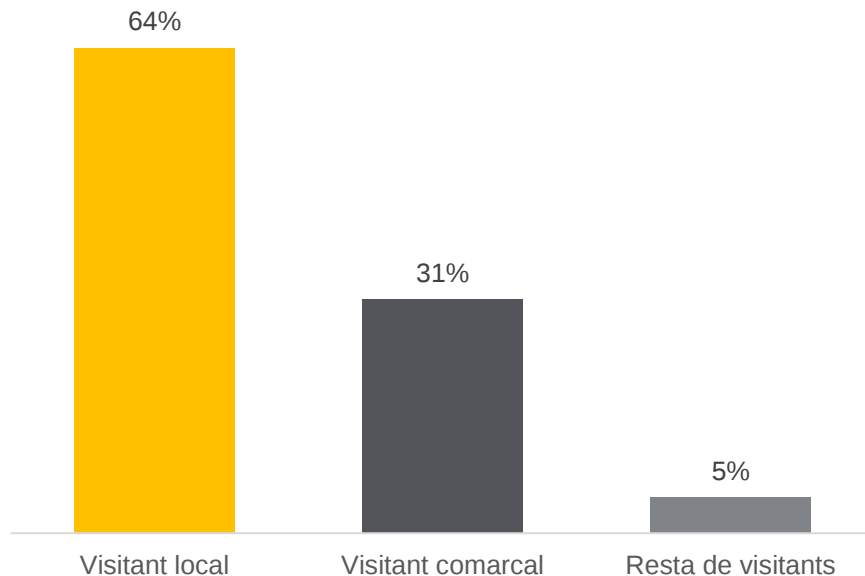


Mitjana d'edat

42,9

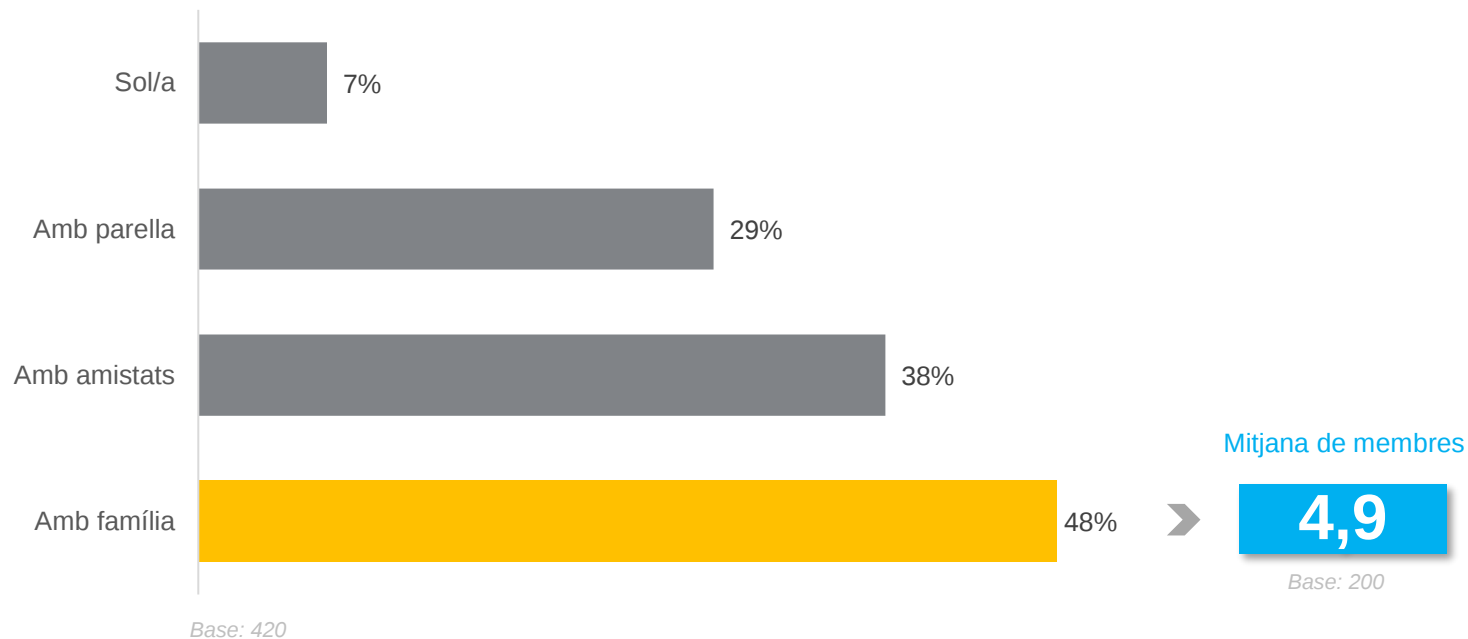
Base: 420

- ✓ El visitant de proximitat (local + comarcal) és el 95%: un 64% són visitants locals i un 31% són visitants comarcals.
- ✓ De fora de la comarca hi ha un 5% de visitants.



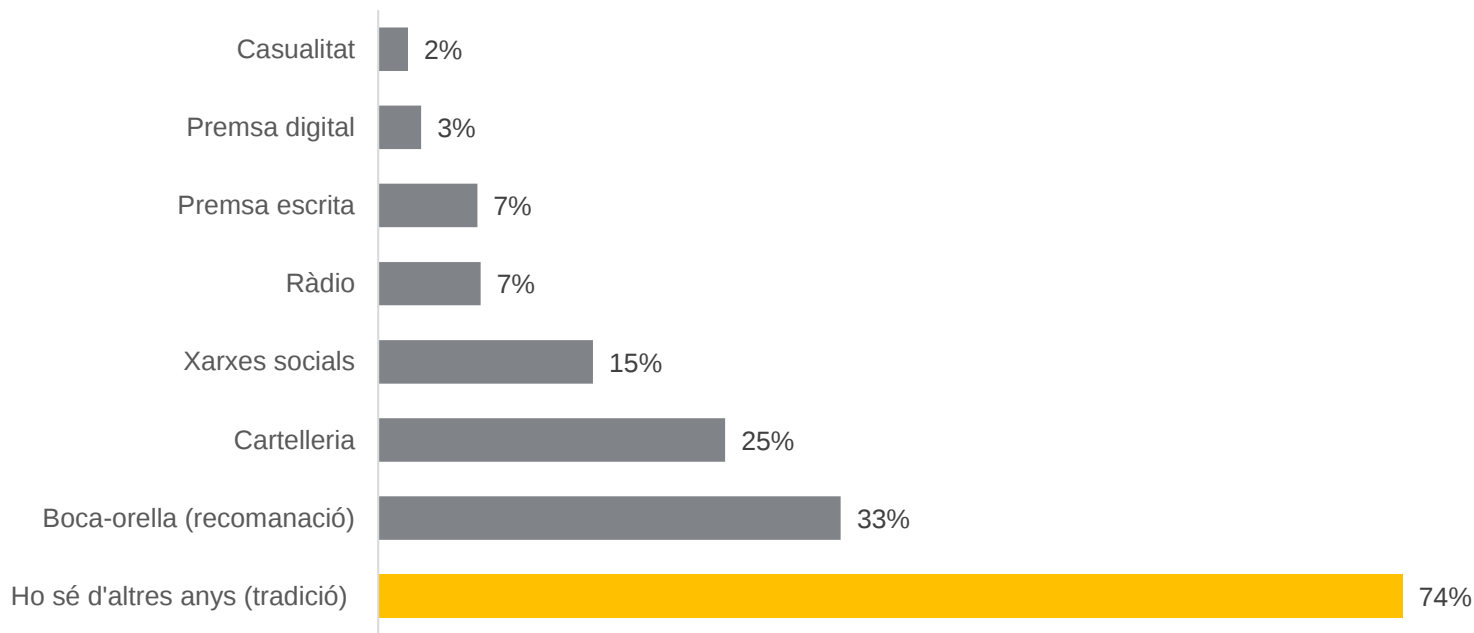
Base: 420

- ✓ Gairebé la meitat dels visitants fan una visita familiar, amb una mitjana de 4,9 membres per unitat familiar.
- ✓ Un 38% de visitants passen per la Fira amb amists, mentre que un altre 29% ho fan en parella.



Nota: La suma de les diferents categories de resposta pot ser superior al 100% donada la naturalesa metodològica de la qüestió (es permet escollir més d'una categoria de resposta).

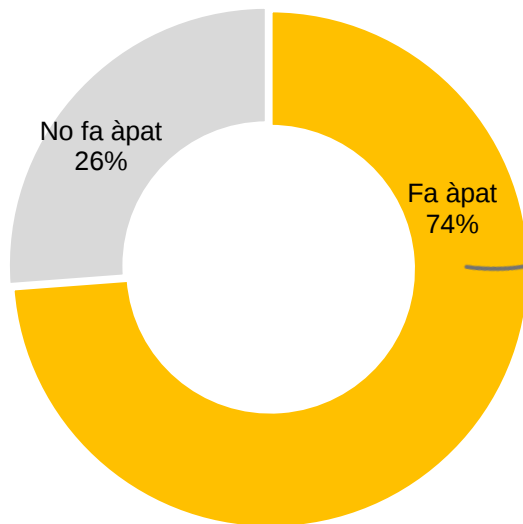
- ✓ Més de 7 de cada 10 visitants destaquen la tradició com a motiu d'assistència a la Fira de Nadal de Manlleu.
- ✓ La recomanació esdevé el principal mitjà pel qual s'han assabentat de la celebració de la Fira de Nadal.



Base: 420

Nota: La suma de les diferents categories de resposta pot ser superior al 100% donada la naturalesa metodològica de la qüestió (es permet escollir més d'una categoria de resposta).

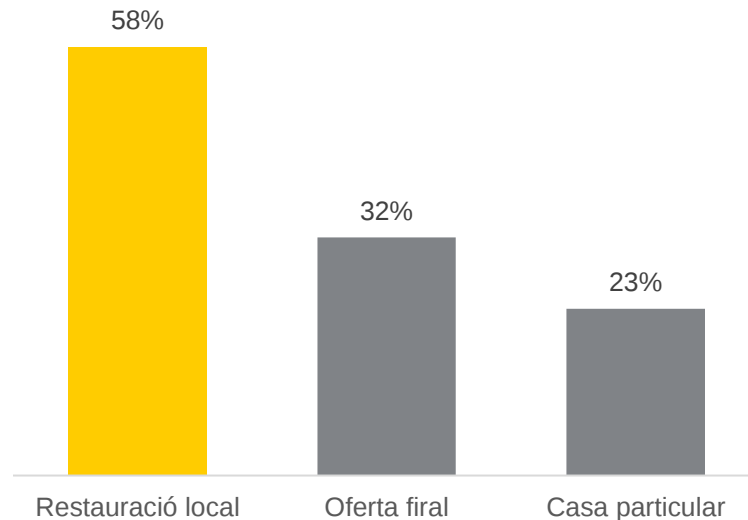
- ✓ Un 74% dels visitants fan algun àpat fora de casa, a Manlleu, durant els dies de la Fira.
- ✓ Gairebé 6 de cada 10 opten per l'oferta gastronòmica de restauració local.



Base: 420

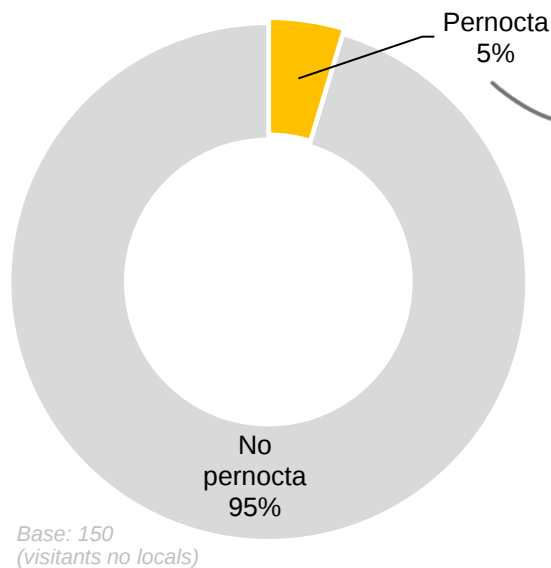
Distribució dels llocs on fan àpat els visitants

Base: 310



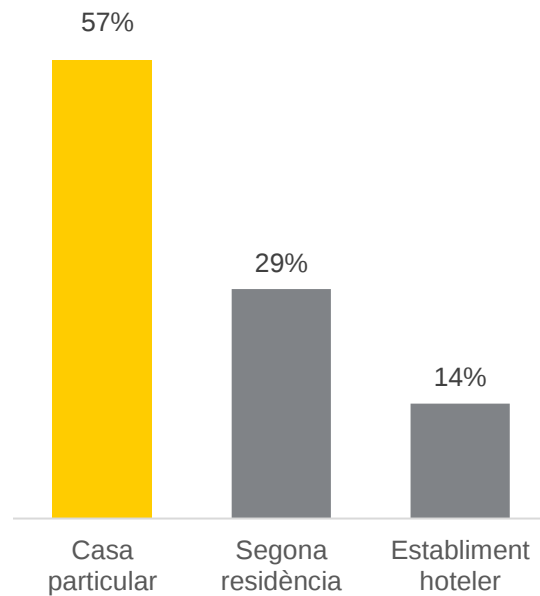
Nota: La suma de les diferents categories de resposta pot ser superior al 100% donada la naturalesa metodològica de la qüestió (es permet escollir més d'una categoria de resposta).

- ✓ Un 5% dels visitants forans pernocta a Manlleu durant els dies de la Fira.
- ✓ El 57% dels qui pernocten al municipi ho fan a casa d'amistats i/o familiars.

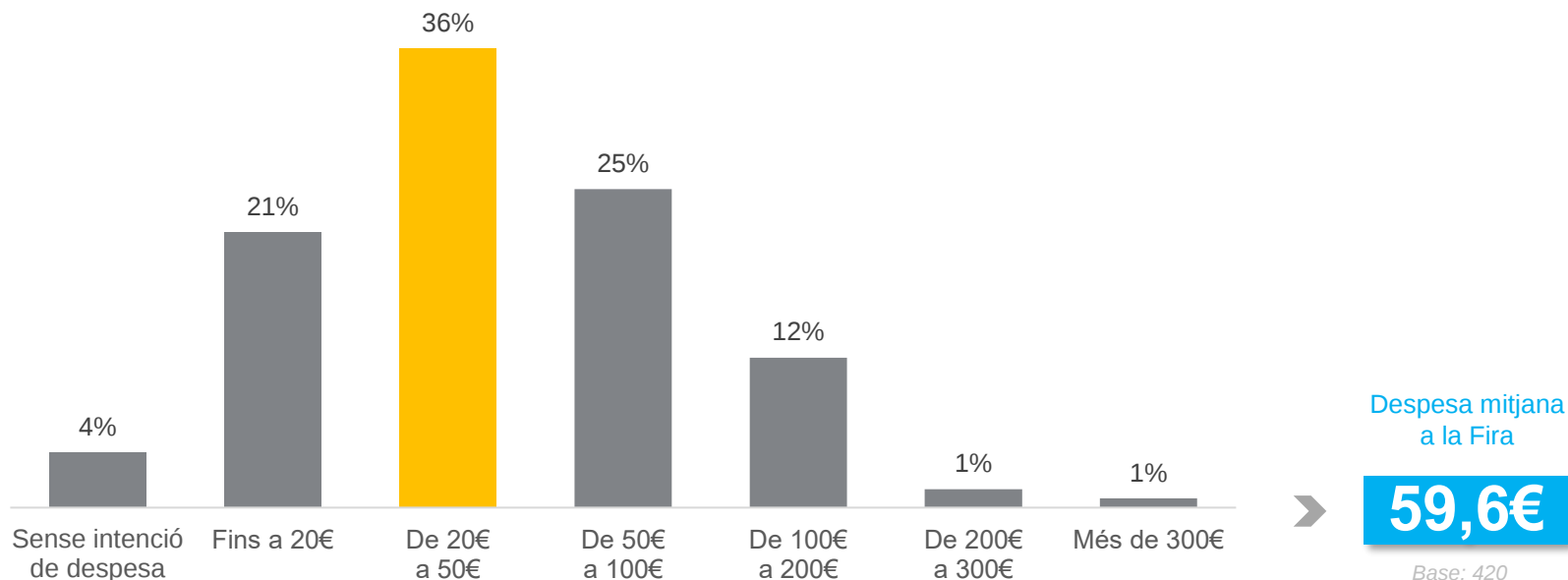


Distribució de la pernoctació dels visitants

Base: 7



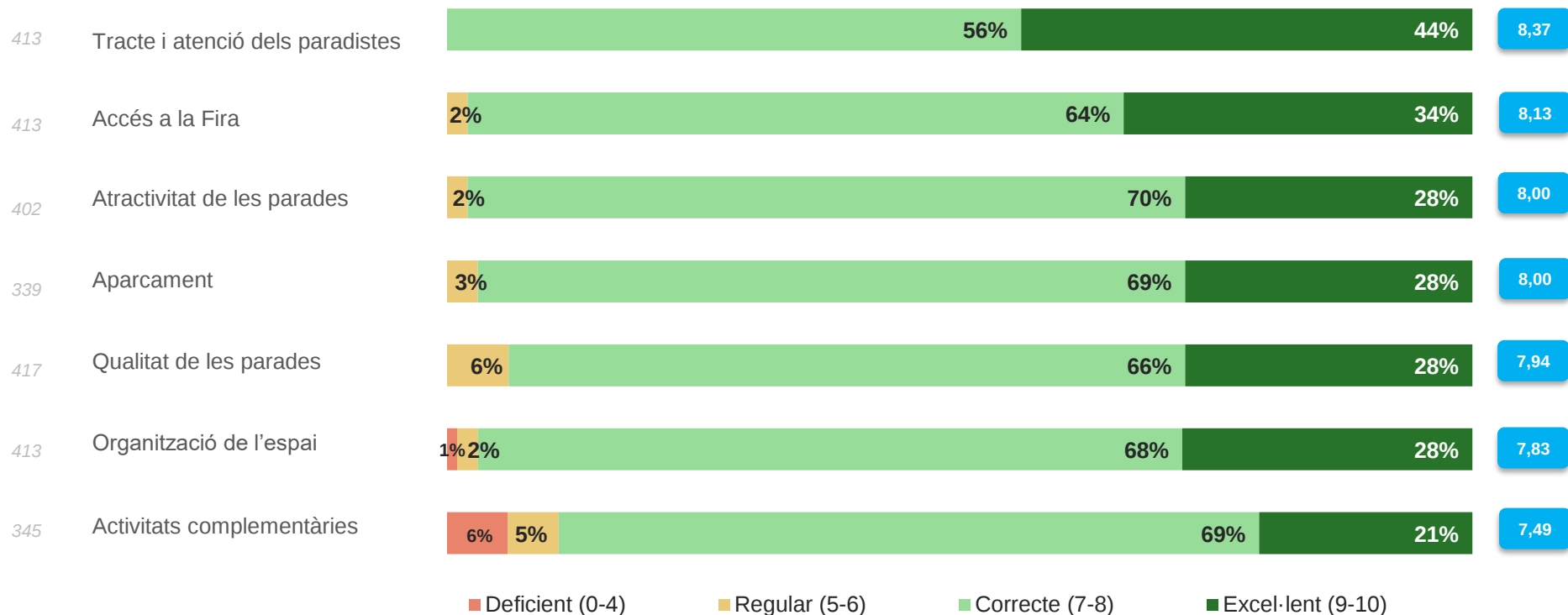
- ✓ El 36% dels visitants té previst fer una despesa / fa una despesa d'entre 20€ i 50€ a la Fira.
- ✓ La despesa mitjana pel conjunt dels visitants se situa en 59,6€/visitant.



Valoració de serveis firals

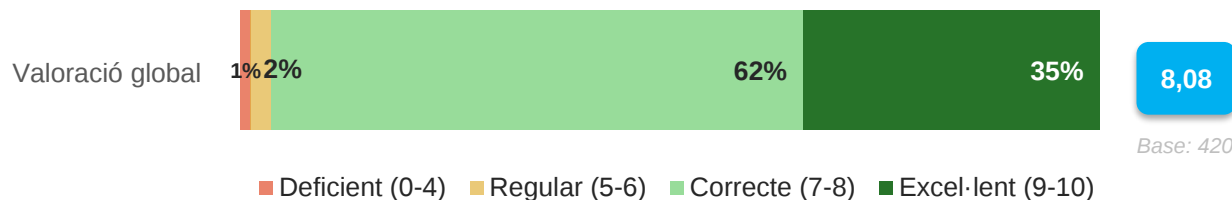
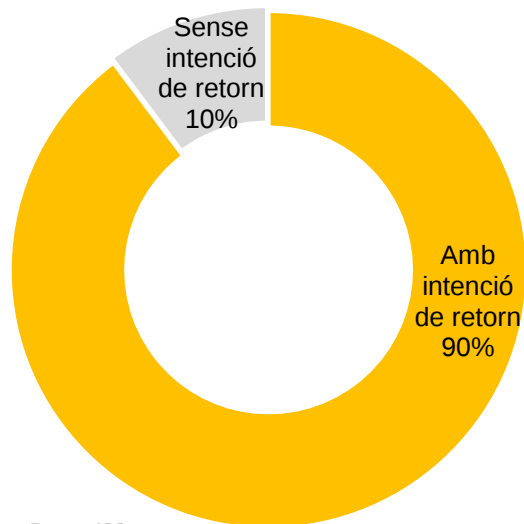
✓ El **tracte i l'atenció dels paradistes** és el **servei final més ben valorat** pels visitants, amb una puntuació mitjana de **8,37**.

Base:



Valoració global i intenció de retorn

- ✓ Un **90% dels visitants** manifesten **intenció de retorn** a la Fira de Nadal de Manlleu.
- ✓ La Fira obté una **valoració global de 8,08**.



- ✓ El **Net Promoter Score (NPS)** és una mètrica que permet mesurar el nivell de satisfacció de les persones usuàries o visitants, a través de la pregunta: **“Recomanaries X a un amic o familiar?”**
- ✓ Segons els resultats, els enquestats es classifiquen en:
 - ✓ Aquells qui assignen 9 o 10 punts: **promotors**
 - ✓ Aquells qui assignen 7 o 8 punts: **passius**
 - ✓ Aquells qui assignen 6 punts o menys: **detractors**

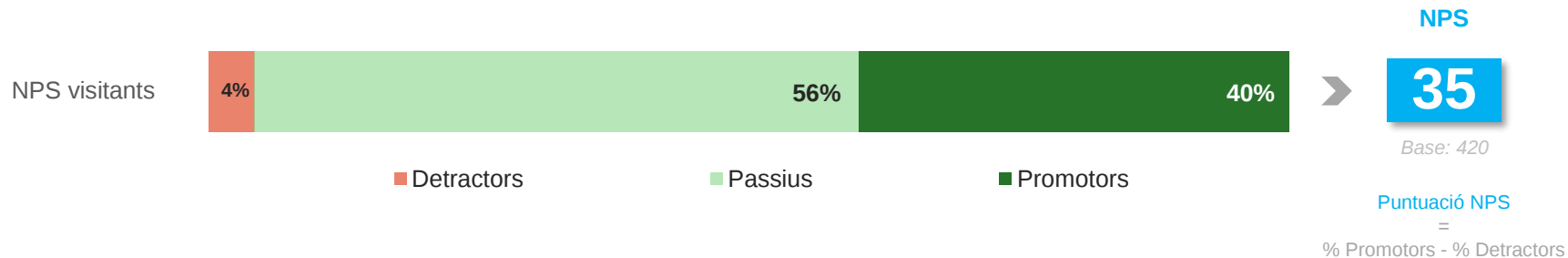


Per a obtenir un resultat es resten els detractors als promotors i així s'obté un índex que mesura la satisfacció i la recomanació.

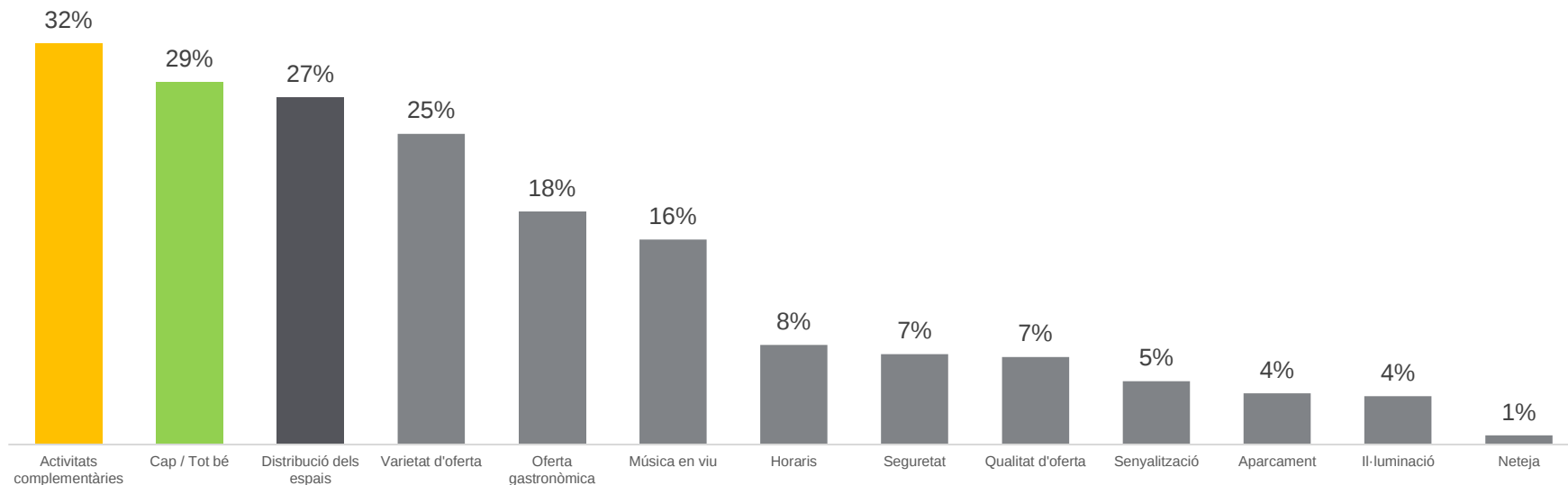
L'índex NPS pot ser tan baix com -100 (tothom és un detractor) o tan alt com 100 (tothom és un promotor).
Un NPS superior a 0 es percep com a bo i un NPS de 50 en endavant és excel·lent.

NPS: índex de recomanació

- ✓ El **Net Promoter Score (NPS)** que obté la Fira de Nadal de Manlleu és **correcte**: 35 punts.
- ✓ Un **40%** dels visitants **recomanarien** la Fira de Nadal de Manlleu **amb un 9 o un 10**.



- ✓ Les activitats complementàries i la distribució dels espais esdevenen els principals aspectes de millora de la Fira de Nadal de Manlleu.
- ✓ Un 29% dels visitants considera que no cal millorar res.



Nota: La suma de les diferents categories de resposta pot ser superior al 100% donada la naturalesa metodològica de la qüestió (es permet escollir més d'una categoria de resposta).

Ambient 33%

Fa poble / Dona vida 25%

Tracte dels firaires 17%

Decoració / Ambientació 13%

Activitats infantils 10%

Més oferta d'activitats 31%

Més quantitat i varietat de parades 30%

Més oferta gastronòmica 23%

Habilitar aparcament per la Fira 13%

Modificar horaris 5%

Escriure dies de fira 5%

Base de persones que fan comentaris: 103

Els visitants **destaquen el bon ambient firal** així com el fet que **la fira dona vida**.

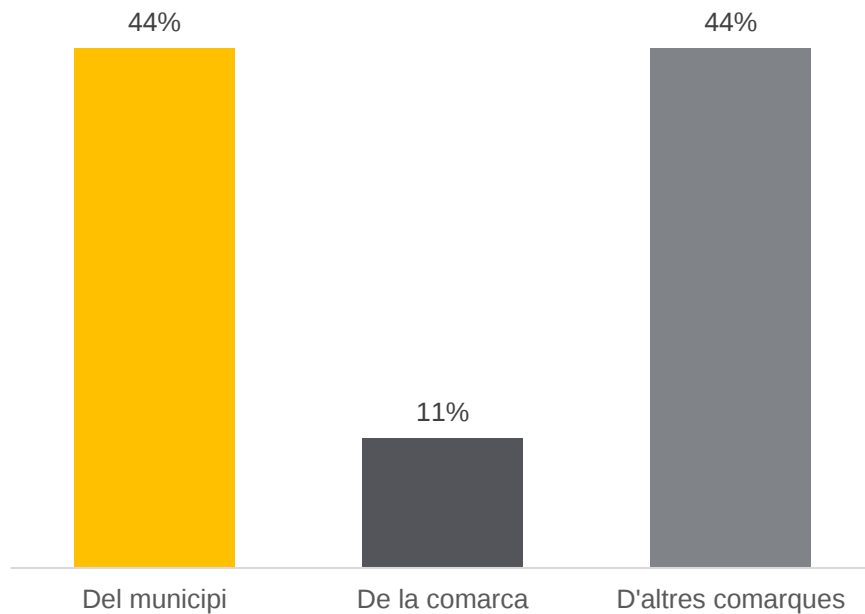
Base de persones que fan comentaris: 255

Els **aspectes de millora més assenyalats** pels visitants fan referencia a l'**oferta d'activitats complementàries** i a la **quantitat i varietat de parades**. La demanda de més oferta gastronòmica esdevé també un aspecte de millora destacat.



PROFESSIONALS

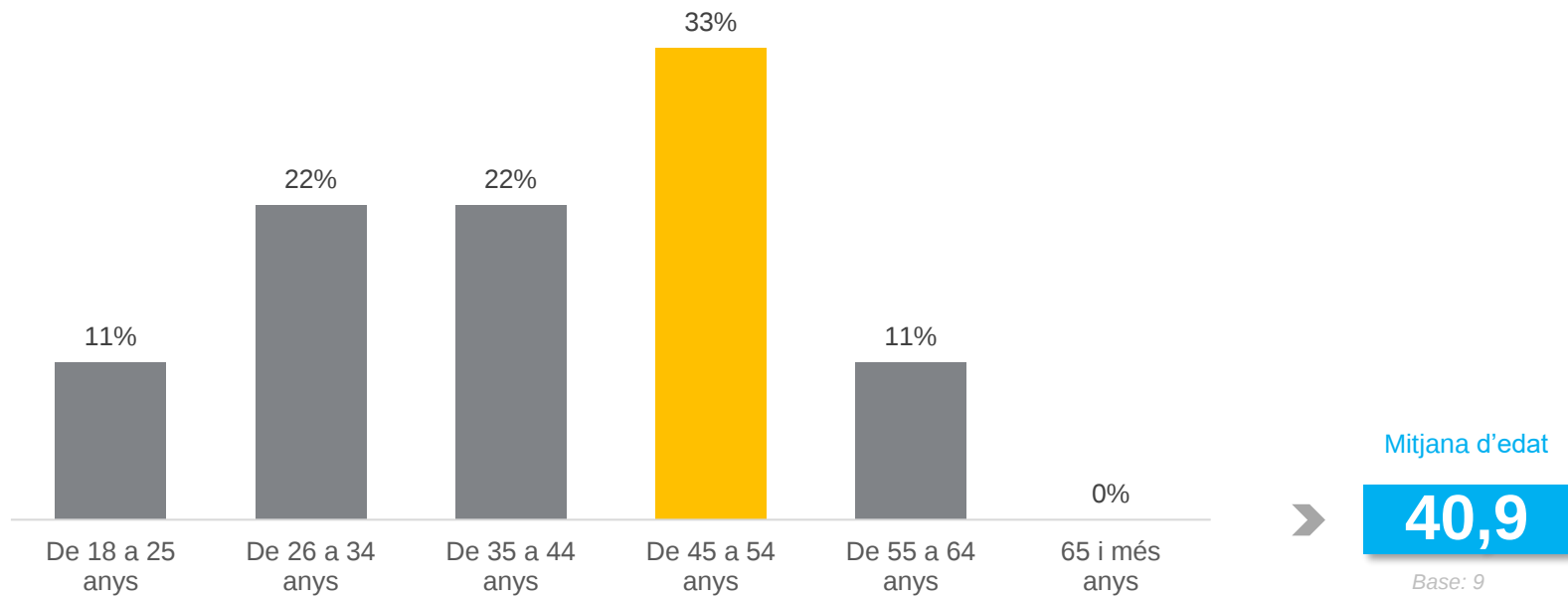
✓ El 44% dels paradistes són locals i un altre 44% diuen venir de fora de la comarca d'Osona.



Base: 9

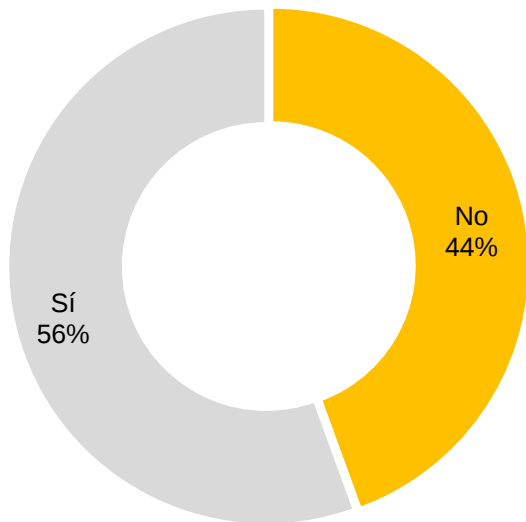
Edat del/de la responsable de la parada

✓ La mitjana d'edat del conjunt dels paradistes se situa en 40,9 anys. Un 33% tenen entre 45 i 54 anys.



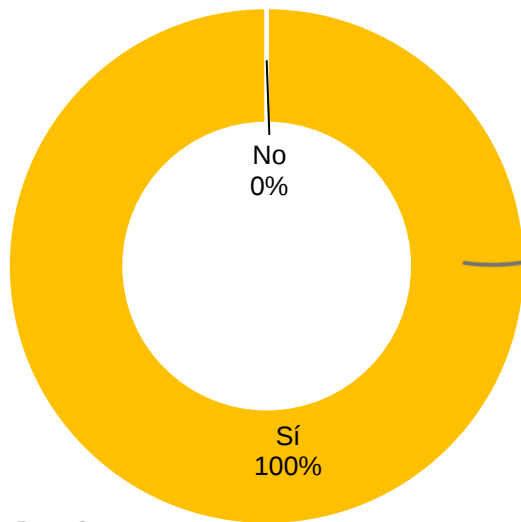
Venda en mercats no sedentaris

- ✓ El 56% dels paradistes diuen que la venda en mercats no sedentaris és la seva font d'ingressos principal.



Despesa en alimentació i restauració al municipi

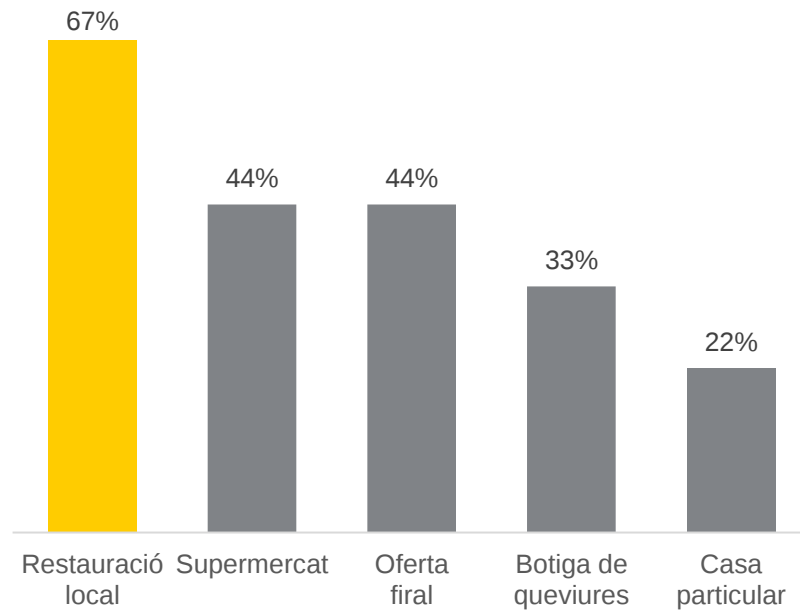
- ✓ El 100% dels paradistes fa alguna despesa en alimentació i/o restauració a Manlleu, durant els dies de la Fira.
- ✓ Gairebé 7 de cada 10 opten per l'oferta gastronòmica de restauració local.



Base: 9

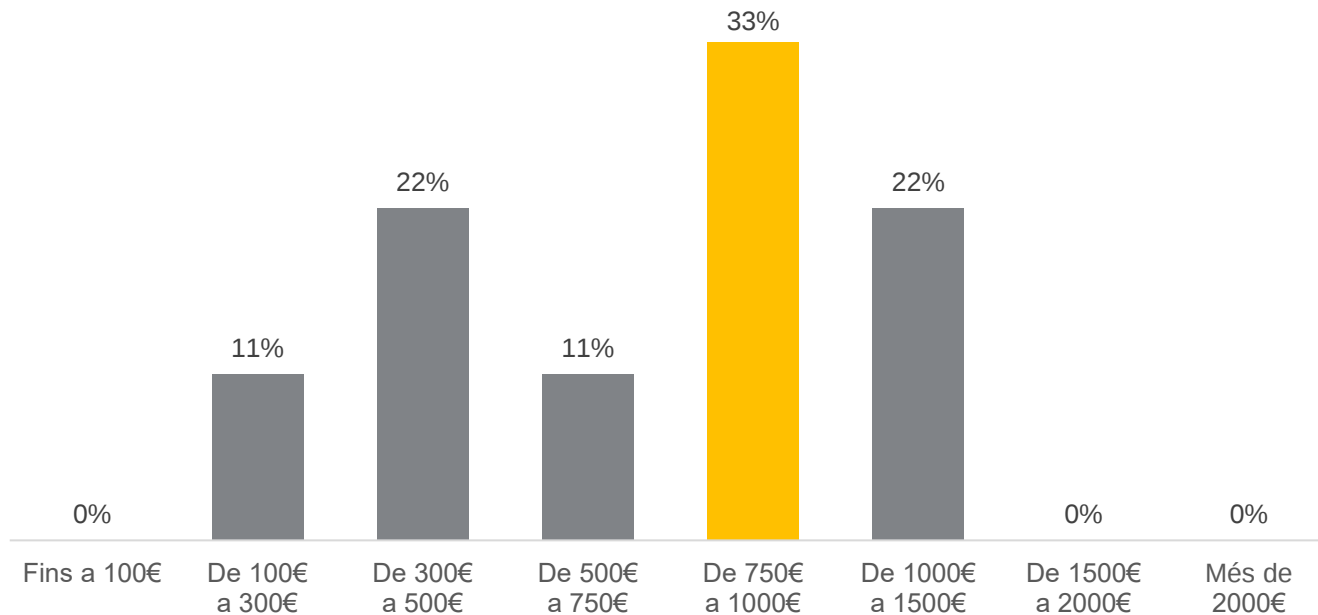
Distribució dels llocs on fan despesa els paradistes

Base: 9



Nota: La suma de les diferents categories de resposta pot ser superior al 100% donada la naturalesa metodològica de la qüestió (es permet escollir més d'una categoria de resposta).

- ✓ Un 33% dels participants té una despesa general d'entre 750€ i 1000€.
- ✓ La despesa mitjana pel conjunt de professionals participants se situa en 739,5€.



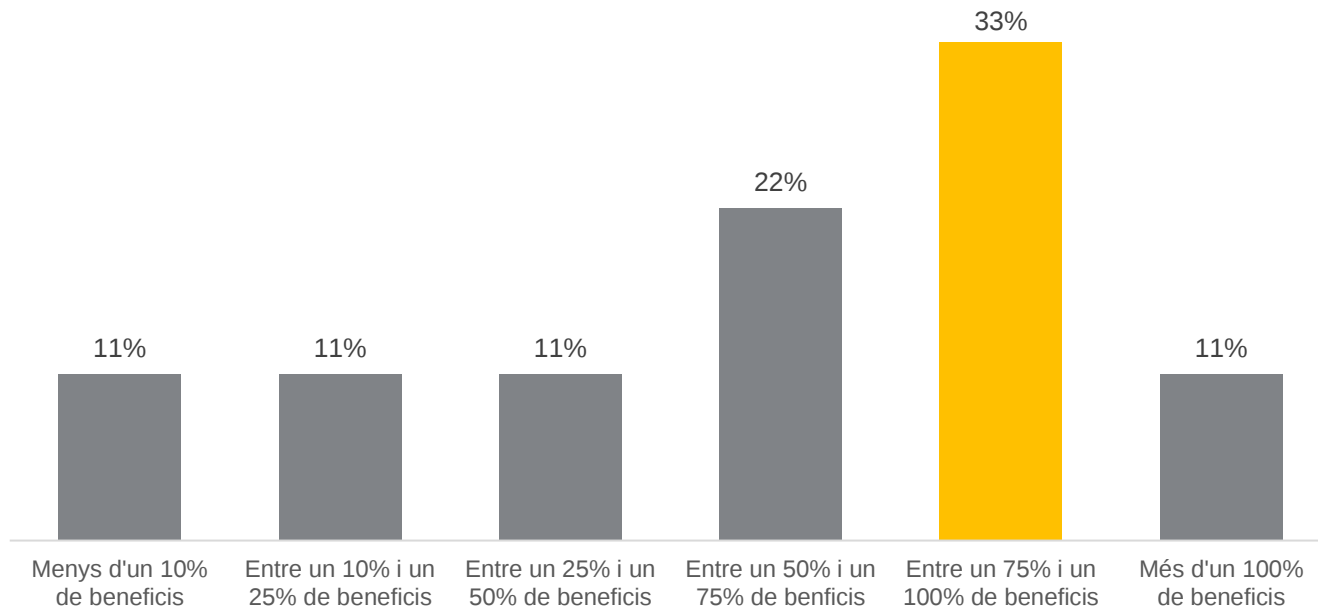
Cost de participació
mitjà a la Fira

739,5€

Base: 9

Valoració de resultats en relació amb els costos

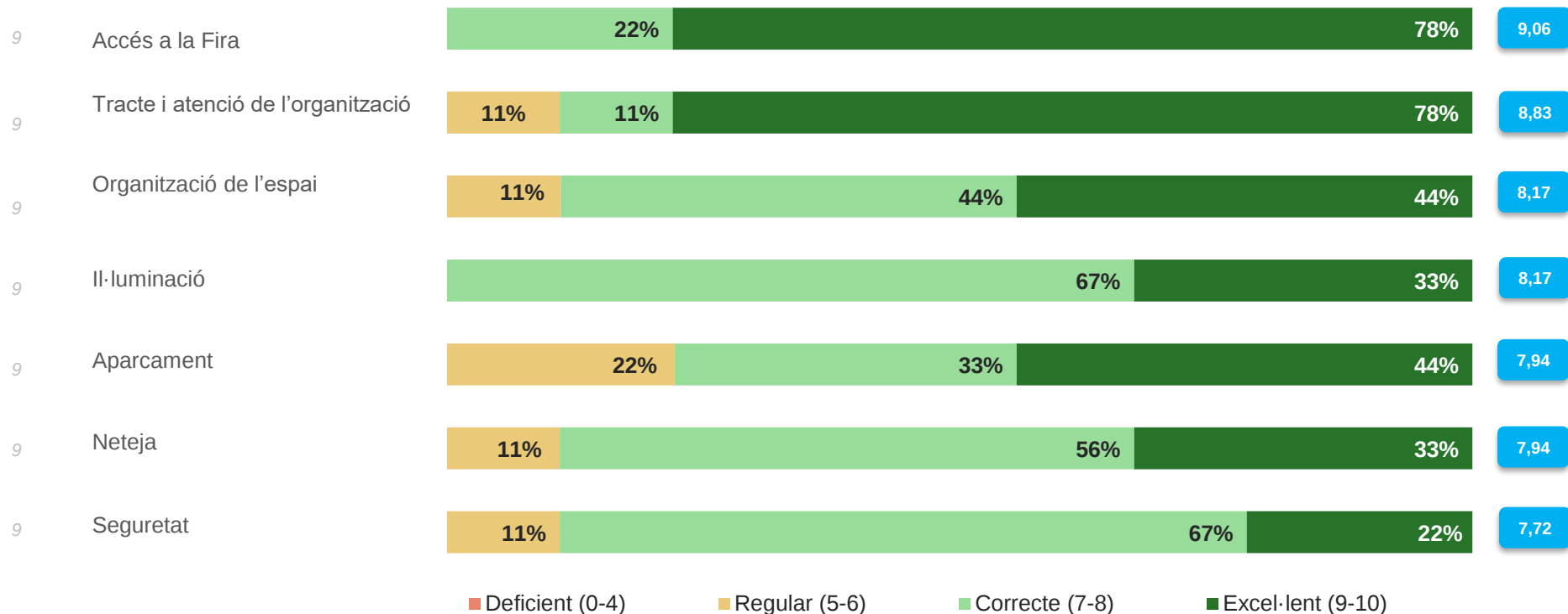
- ✓ Un **33% dels participants** diu haver tingut **entre un 75% i un 100% de beneficis** a la Fira de Nadal, en relació amb els costos.



Valoració de serveis firals

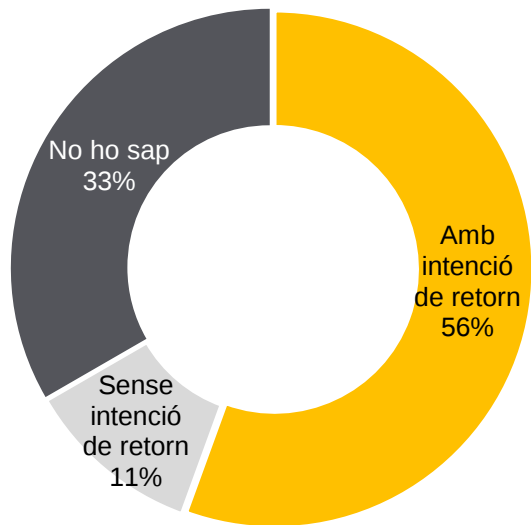
✓ L'acces a la Fira és el servei final més ben valorat pels paradistes, amb una puntuació mitjana de 9,06.

Base:



Valoració global i intenció de retorn

- ✓ El **56% dels paradistes** manifesta **intenció de retorn** a la Fira de Nadal de Manlleu.
- ✓ La Fira obté una **valoració global de 7,50**.



Base: 9

Valoració global



■ Deficient (0-4) ■ Regular (5-6) ■ Correcte (7-8) ■ Excel·lent (9-10)

7,50

Base: 9

Els paradistes diuen que la Fira de Nadal pot millorar en:

Prioritzar el comerç local en l'assignació de casetes

Rotació de comerços durant els dies de Fira

Millorar la seguretat de les casetes

Més oferta gastronòmica

Adaptar l'alçada de les casetes al públic infantil

Base de persones que fan comentaris: 5



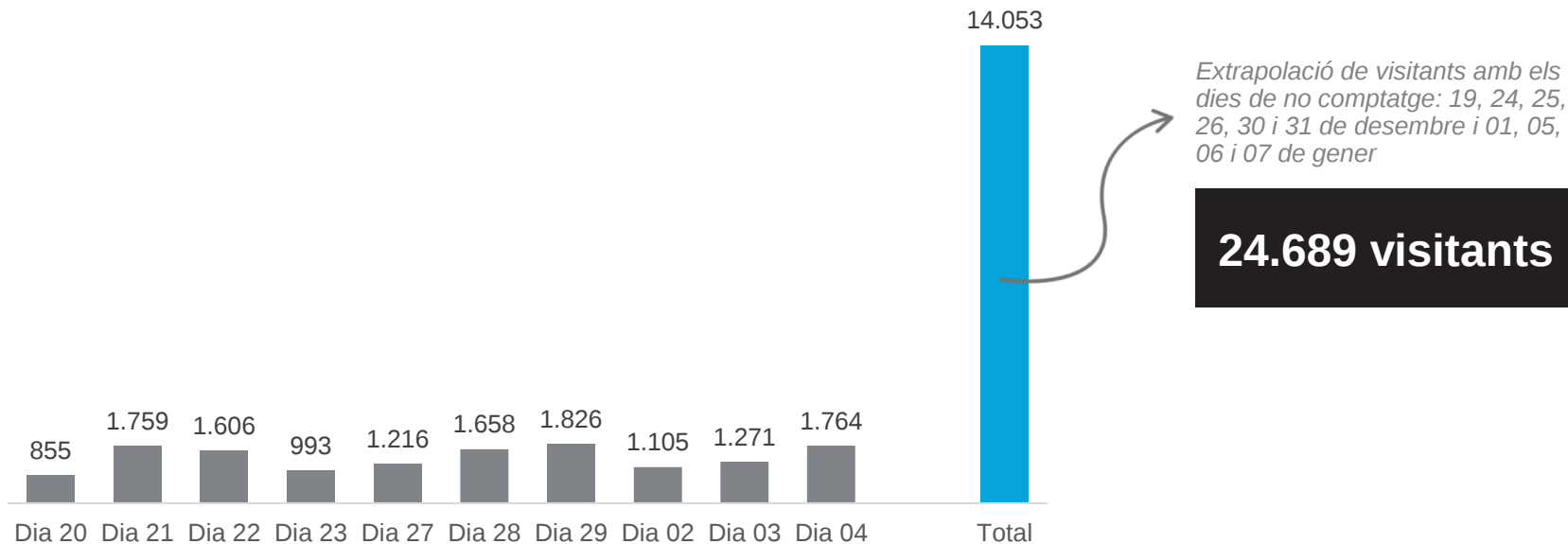
AFLUÈNCIA

- ✓ En aquest procés de comptatge es tenen en compte **les persones que entren/accedeixen a l'espai firal els dies 19, 21, 22, 23, 27, 29 de desembre i els dies 02, 04, 05 de gener des de les 16.30h fins a les 19.30h**. Per la resta de dies de Fira s'extrapolen els resultats obtinguts en funció de les jornades d'entre setmana o de cap de setmana i festius.
- ✓ El comptatge és manual: es fa amb persones que s'ubiquen als accessos de l'espai firal i que disposen d'un comptador manual o automàtic (via App), amb el qual registren les entrades que tenen lloc.
- ✓ El comptatge es realitza per franges horàries d'una hora. Cada seixanta minuts es trameten les dades al centre de control i els comptadors es programen a zero, novament.
- ✓ Es compten totes les persones, a excepció d'aquelles qui van identificades com a participants i/o personal organitzador de la Fira.

El comptatge d'afluència determina trànsit, moviment de persones, freqüència de pas.

És possible que una mateixa persona sigui comptada en més d'una ocasió. Les repeticions formen part del propi procés de comptatge i es corregeixen a partir de les enquestes realitzades entre els visitants del mateix esdeveniment. Això és important ja que, a l'hora de determinar l'impacte econòmic de l'esdeveniment en qüestió, cal conèixer i aplicar les dades d'afluència corregides (allò que s'entén per a visitants únics).

- ✓ El comptatge efectuat permet comptabilitzar **14.053 accessos** en deu dies de Fira.
- ✓ Fent una extrapolació/projecció de les dades obtingudes i els dies de Fira en què no s'ha fet comptatge, és possible determinar una **afluència total de 24.689 visitants**.





IMPACTE ECONÒMIC

- ✓ Els estudis d'impacte econòmic estimen el **conjunt d'activitat econòmica, principalment referida a producció i ocupació, generada de manera directa o indirecta per un esdeveniment** concret.
- ✓ El treball de camp de tot estudi d'impacte econòmic ha d'incloure, com a mínim:
 - ✓ Dades que permetin analitzar la despesa generada pels visitants/usuaris/consumidors de l'esdeveniment en qüestió.
 - ✓ Els visitants únics de l'esdeveniment, xifra a partir de la qual es realitzaran els càlculs de l'impacte econòmic.
 - ✓ Dades econòmiques relatives a l'organització de l'esdeveniment.
- ✓ Les dades anteriors permeten l'obtenció de dos dels tres blocs d'efectes bàsics per a copsar l'impacte econòmic: els **efectes directes** (consistents en les despeses de l'esdeveniment) i els **efectes complementaris o vinculats** (consistents en els ingressos de l'esdeveniment i en la despesa efectuada pels mateixos visitants). El tercer bloc – els **efectes induïts** – s'obté de manera automàtica aplicant un multiplicador als altres dos efectes.
- ✓ La suma dels tres blocs d'efectes permet obtenir l'**impacte econòmic de l'esdeveniment** i, arran d'aquest, calcular l'**ocupació generada** en llocs de treball equivalents a temps complert i el **retorn de la inversió** efectuada.

Els estudis d'impacte econòmic, en relació als resultats que s'obtenen, han de ser considerats com “la millor de les estimacions” i no com una mesura única, ni totalment acurada o precisa.

La majoria dels estudis d'impacte econòmic tenen limitacions associades a la naturalesa retroactiva de l'anàlisi, disposant de poques dades i realitzant extrapolacions que requereixen d'importants càlculs i assumpcions.

És per això que és necessari dur a terme, sempre, enquestes entre els visitants/usuaris/consumidors de l'esdeveniment objecte d'anàlisi, ja sigui in situ, ja sigui a posteriori, per tal de poder disposar de dades més precises i orientatives sobre les pautes de consum i comportament.

EFFECTES DIRECTES**110.792€**

L'efecte directe és aquell que mesura les despeses derivades de l'organització de l'esdeveniment que és objecte d'estudi.

Es tenen en compte totes les despeses associades a l'esdeveniment, provinguin de fons propis, de subvencions o de patrocinis.

Són recursos econòmics que s'han invertit en l'organització de l'esdeveniment final.

** En el cas de Manlleu es tenen en compte les despeses pròpies del Mercat de Nadal, així com part de la subvenció atorgada per la Diputació de Barcelona en l'organització conjunta del Badanadal.*

EFFECTES VINCULATS**1.472.604€**

S'entén per efecte vinculat o complementari, la despesa dels visitants expressament atrets per l'activitat objecte d'anàlisi.

Aquestes despeses es fan dins de l'àrea de referència (localitat on es fa l'esdeveniment) i durant un període concret (dies que té lloc l'esdeveniment, que també poden incloure un període previ o post esdeveniment).

Cal copsar els patrons de despesa de les persones que visiten l'esdeveniment, així com el perfil sociodemogràfic que presenten.

Per a l'efecte vinculat s'utilitzen les dades que s'extreuen de les enquestes realitzades als visitants, però també s'hi afegixen els ingressos de l'organització en relació amb el mateix esdeveniment.

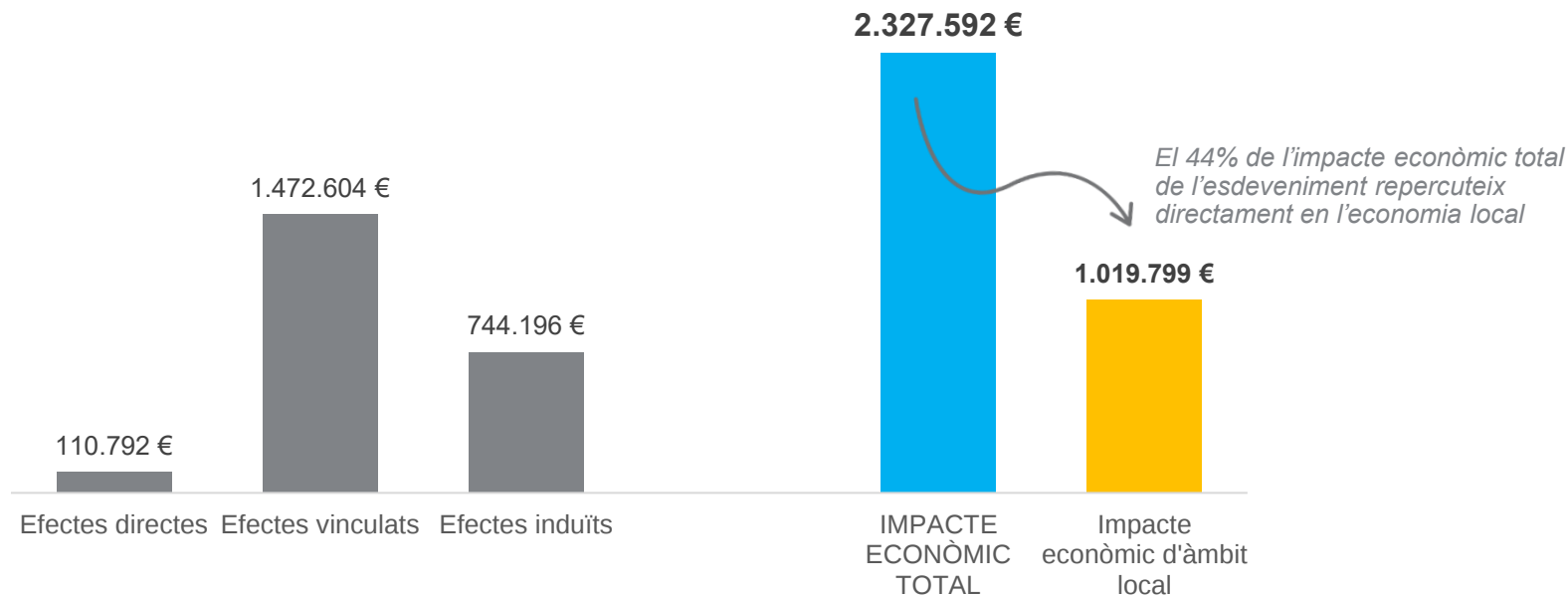
EFFECTES INDUÏTS**720.625€**

És la repercussió de l'esdeveniment que no és atribuïble directament a l'esdeveniment.

Els efectes directes i vinculats provoquen un estímul global en l'economia de l'àrea de referència que multiplica el valor dels altres efectes.

Per a l'efecte induït s'utilitzen les taules input-output de l'Idescat i els comptes satèl·lit de la Generalitat de Catalunya.

- ✓ La Fira de Nadal de Manlleu genera un **impacte econòmic total** de **2.327.592€**, amb un **44% de repercussió directa en l'economia local**.
- ✓ El **retorn per euro invertit** se situa en **21,01€** i es genera una **ocupació de 24,7 llocs de treball equivalents** a temps complet.



Nota: L'impacte econòmic s'entén com el diner que mou un esdeveniment. No és una quantitat monetària exacta ni concreta que percep l'economia local (on se celebra l'esdeveniment) en exclusiva, sinó que és diner que entra en circulació amb motiu del conjunt d'activitat generada arran de la celebració de l'esdeveniment.



CONCLUSIONS

- ✓ L'impacte econòmic que obté la Fira de Nadal de Manlleu és de 2.327.592€, amb un 44% d'impacte directe en l'àmbit local.
- ✓ El retorn per euro invertit se situa en 21,01€ i es creen 24,7 llocs de treball equivalents a temps complert.
- ✓ La despesa mitjana per visitant és de 59,6€: 63,8€ pels visitants locals i 51,9€ pels visitants forans.
- ✓ La Fira obté un índex de recomanació (NPS) per part dels visitants de 35 (de 0 a 50 es considera correcte).
- ✓ La valoració global de la Fira és de 8,08.
- ✓ El tracte i l'atenció dels paradistes esdevé l'aspecte més ben valorat de la fira, amb un 8,37. En l'altre extrem hi ha les activitats complementàries, que obtenen un 7,49.
- ✓ Més de 7 de cada 10 visitants diuen conèixer la Fira per tradició (haver-hi assistit en edicions anteriors) i un 33% destaca la recomanació.

- ✓ Gairebé la meitat dels visitants fan una visita en família a la fira, amb una mitjana de 4,9 membres per unitat familiar.
- ✓ Destaca el visitant de proximitat (95%): un 64% són locals i un 31% són comarcals.
- ✓ La Fira de Nadal de Manlleu compta amb més visitants dones (52%) que homes (48%).
- ✓ La mitjana d'edat del conjunt de visitants se situa en 42,9 anys.
- ✓ El procés de comptatge efectuat a l'espai firal durant deu dies de fira permet comptar 14.053 persones, que es tradueixen en 24.689 visitants a la Fira de Nadal.
- ✓ Els principals aspectes de millora que destaquen els visitants són: l'oferta d'activitats complementàries, millorar la distribució dels espais i més varietat de parades.

- ✓ Un total de 9 professionals (paradistes i expositors) participen en l'estudi de la Fira de Nadal.
- ✓ Més de 4 de cada 10 dels paradistes provenen del mateix municipi.
- ✓ Els professionals que participen a la Fira de Nadal de Manlleu tenen una despesa mitjana de 739,5€. En relació amb aquest cost, un 33% diu haver tingut entre un 75% i un 100% de beneficis.
- ✓ L'accés a la Fira és l'aspecte més ben valorat pels professionals, amb una valoració mitjana de 9,06. En l'altre extrem hi ha la seguretat, que obté una valoració de 7,72.
- ✓ Els professionals puntuen la Fira de Nadal amb un 7,50 i un 56% manifesta intenció de retorn.
- ✓ Els paradistes manifesten el seu agraïment amb l'organització de la Fira. Així mateix, consideren que es podria millorar en: prioritzar el comerç local en l'assignació de casetes (o fer rotació de comerços), la seguretat de les casetes, l'oferta de serveis de restauració i l'adaptar l'alçada de les casetes als infants.



CONSIDERACIONS FINALS

Senyalització: d'una banda, des de les principals bosses d'aparcament fins a la fira i, d'altra banda, internament a la fira. La senyalització de gran format és un dels elements clau en l'estratègia de comunicació visual d'un esdeveniment firal; ens ajuda a orientar els visitants, a informar dels diferents espais firals i/o programació, a crear circuits i, en definitiva, a millorar l'experiència firal.

Aparcament: disposar de bosses d'aparcament expressament per a l'esdeveniment firal és bàsic si comptem amb una fira que atrau visitants forans. Senyalitzar els espais d'aparcament des dels accessos municipals fa que, d'entrada, el visitant ja arribi orientat. I si, és possible habilitar espais d'aparcament exclusius per a la fira, millor. Habitualment, l'aparcament és un dels aspectes menys ben valorats de les fires i pot acabar sent el detonant de no tornar a visitar una fira perquè fa aflorar un sentiment d'experiència negativa.

Entorn: cal pensar la ubicació de la fira. De vegades, no n'hi ha prou amb seleccionar un espai cèntric del municipi, pensant que d'aquesta manera s'atrauran més visitants; al contrari, ja que és possible que la interacció de d'altres factors facin que la fira no sigui tan exitosa (accés més complicat, aparcament difícil, competència del comerç local...). Per tant, es recomana escollir la ubicació de la fira tenint en compte si afectarà o complementarà l'oferta comercial local, si l'espai té elements singulars que aportin valor afegit a la fira, si hi ha oferta lúdica complementària, si es pot habilitar un aparcament proper... En fi, buscar un equilibri entre la logística, l'atracció i la conveniència.

Horaris: Hi ha d'haver un equilibri entre, per exemple, tenir un horari de jornada completa i disposar d'una bona oferta gastronòmica i d'activitats complementàries que puguin omplir la fira.

Distribució i organització dels espais: una bona fira no és un conjunt de parades o casetes. Una bona fira ha de tenir una distribució pensada, una lògica, un sentit, una organització. Cal doncs, definir l'objectiu de la fira i, una vegada s'ha determinat, cal treballar en una planificació adequada, més enllà d'omplir l'espai.

Quantitat i varietat d'oferta: en relació amb el punt anterior, no per tenir més parades, la fira serà millor; ni una fira amb poques parades serà una mala fira. Sabem que els visitants sempre demanden més oferta però, enlloc de preguntar-los què busquen, pensem en els volem oferir? I no hi ha una única resposta correcta, tot i que aquesta oferta ha d'anar relacionada amb l'objectiu de la fira.

Decoració i ambientació: en el cas de les fires de Nadal, el visitant busca i espera una atmosfera festiva, nadalenca. El decorat ajuda a transportar els visitants a un món màgic. Cal incloure elements típics de l'època, com: garlandes, arbres de Nadal, pessebre, rens, ninots de neu... Així mateix, la il·luminació és un altre dels elements bàsics per ajudar a la creació d'un ambient festiu que, juntament, amb la música – nadalenca – atregui els visitants i els contagii de l'esperit nadalenc durant l'estona que participen a la fira.

En relació amb la decoració i l'ambientació, des de la Diputació de Barcelona s'ha apostat per una innovació en aquests quatre mercats de Nadal, amb un grafisme, una imatge corporativa i una escenificació particular, que han donat com a resultat una imatge de fira homogènia i inspiradora. I aquesta és la recomanació a seguir: treballar en una fira com un tot, com un conjunt.

Activitats complementàries: des de les típiques manualitats nadalenques – infantils i per a adults – fins a disposar d'elements complementaris a la fira de Nadal, com un parc de jocs, una cabanya del Pare Noel, un pessebre vivent, la presència de patges reials, presentació de contes/llibres de Nadal, demostració d'activitats tradicionals i un llarg etcètera d'accions que afegeixen valor afegit a la fira, que la diferencien de d'altres fires.

Comunicació: treballar en una comunicació i difusió de la fira que sigui assertiva i coherent amb el tipus de fira que un té. Orientar-se a un públic objectiu tenint en compte factors com la despesa o la valoració de l'esdeveniment que fan els visitants. I no només això, sinó que la fira en sí comuniqui (en la línia d'establir un fil conductor, tal com s'ha proposat des de la Diputació de Barcelona per aquesta prova pilot).

Oferta gastronòmica: una fira de Nadal ha d'oferir gastronomia i, si aquesta és típica de l'època, millor. Hi pot haver des d'opcions de menjar típic de Nadal, com: torrons, panteons, galetes de gingebre, neules, xocolata calenta, begudes especiades, escudella... En format de parada o bé apostar per la creació d'una zona gastronòmica dins la fira i que els visitants puguin asseure's i menjar (encara que l'oferta gastronòmica no sigui de l'època).

Objectius: És important tenir clar quin és l'objectiu de la fira. S'ha de decidir quin tipus de fira es vol i treballar-hi en conseqüència. Cal tenir en compte que hi ha una elevada concentració d'esdeveniments firals en els mateixos caps de setmana i, especialment, al mes de desembre; per tant, si volem que la nostra fira tingui èxit i sigui un **referent**, cal buscar la **diferenciació**, que el visitant ho gaudeixi com una **experiència** més enllà de l'aspecte comercial i que tingui **valor afegit**.



La informació que conté aquest document és de caràcter estrictament confidencial i pertany a la Diputació de Barcelona.

N'és prohibida la reproducció total o parcial per qualsevol procediment, sense prèvia autorització.

Redacció de l'estudi: febrer 2025