

---

# Pla de gestió de la marca Menja't Girona

AJUNTAMENT DE GIRONA

---

# Índex

<b>Introducció</b>	<b>3</b>
<b>Pla de gestió de la marca Menja't Girona</b>	<b>4</b>
Adaptacions i millores	4
Organització de la presència de la marca	5
2024	5
2025	5
2026	6
Col·laboracions estratègiques	8
2024	8
2025	8
2026	8
<b>Comissió de seguiment de la marca amb els agents implicats</b>	<b>10</b>
Funcions	10
Proposta de composició	11
Protocols de la Marca Menja't Girona	12
Difusió de la identitat de marca Menja't Girona	12
Estàndards de qualitat	12
Beneficis per als associats	12
Col·laboració en esdeveniments	12
Participació activa en la comunitat	13
Responsabilitat Social Corporativa (RSC)	13
Coordinació i comunicació	13
Avaluació i retroalimentació	13
Creixement conjunt	13
Reunions	14
Procediments de treball	14
Documents	14
Conclusions	14

Finançat per



## Introducció

El Pla de gestió de marca a tres anys vista proporciona un full de ruta detallat que defineix els objectius, les estratègies i les tàctiques implementades durant el període de tres anys per tal de construir, enfortir i protegir la marca Menja't Girona.

Tot i que el pla de gestió de marca a tres anys vista permet a l'organització establir la visió a llarg termini, cal destacar que és necessària una revisió i un pla anual per garantir que totes les accions i decisions relacionades amb la marca estiguin alineades amb aquesta visió de manera constant.

Per tant, el pla de gestió de marca a tres anys vista és l'eina essencial que ajudarà a construir i mantenir la marca Menja't Girona forta i sòlida a llarg termini, garantint que totes les accions estiguin en línia amb els objectius estratègics i la visió de marca.

Finançat per



Unió Europea  
Fons Europeu  
Next Generation



GOBIERNO  
DE ESPAÑA  
MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO  
SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Next Generation  
Catalunya



Generalitat  
de Catalunya

# Pla de gestió de la marca Menja't Girona

## Adaptacions i millores

Es proposa revisar el pla de comunicació dins de xarxes mensualment per adaptar-se a les mètriques i tendències del mercat. També cal tenir en compte l'adaptació de les diferents activitats a factors externs i altres esdeveniments que succeeixin els pròxims tres anys.

Els punts a revisar anualment serien els següents:

1. **Revisió mensual de xarxes:** Establir un calendari mensual per revisar el pla de comunicació. Durant aquesta revisió, s'han d'analitzar les mètriques de rendiment per comprendre com estan funcionant les estratègies proposades i ajustant-les segons sigui necessari.
2. **Adaptació a les tendències del mercat:** Estar atents a les tendències del mercat i la població. És important ajustar les vostres estratègies per aprofitar o respondre a aquestes tendències de manera oportuna.
3. **Factors externs i esdeveniments:** Mantenir-se al dia sobre els factors externs que poden influir en el projecte, així com canvis normatius, tendències econòmiques, etc. També s'ha de tenir en compte els esdeveniments planificats en els pròxims tres anys i com poden afectar la marca en un futur.
4. **Mètriques de rendiment:** Establir indicadors clau de rendiment (KPIs) per avaluar l'èxit de les iniciatives proposades de marca i publicitat per tal de mesurar el progrés de la marca i fer ajustaments basats en dades concretes.
5. **Col·laboració amb entitats i públics:** Mantenir una comunicació regular amb els grups d'interès del Menja't Girona per assegurar que les estratègies proposades estiguin alineades amb els objectius i visió d'aquests.
6. **Pressupost i recursos:** Revisió del pressupost per tal de justificar la partida assignada per garantir i assolir les necessitats que sorgeixin.

Finançat per



Unió Europea  
Fons Europeu  
Next Generation



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE INDUSTRIA  
Y TURISMO  
SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Next Generation  
Catalunya



Generalitat  
de Catalunya

## Organització de la presència de la marca

Per tal de garantir el bon funcionament de Menja't Girona, es proporcionen diferents vies a desenvolupar en els propers tres anys, a partir del Pla de Comunicació del primer any. Amb la reiteració anual de les accions, aconseguirem una expansió global de la marca amb cadascun dels públics objectius. Per tant, es poden combinar les accions de manera que es repeteixin anualment per a un pla de comunicació més continu i eficaç. Seguidament es presenta la planificació anual:

### 2024

1. "Vine a conèixer el plat de temporada Menja't Girona"
2. Tallers gastronòmics
3. Campanya publicitària digital
4. Activitats per la natura
5. Repartiment de distintius
6. Rutes i tallers d'horticultura
7. Llançament de les càpsules audiovisuals

### 2025

1. Tallers gastronòmics
2. Rutes gastronòmiques
3. Difusió de les càpsules audiovisuals
4. Col·laboració amb escoles i centres educatius
5. Campanya publicitària digital
6. Gastroflors
7. Repartiment de distintius

Finançat per

## 2026

1. Rutes gastronòmiques
2. Espectacle culinari al Mercat del Lleó
3. Campanya publicitària digital
4. Catàleg i/o butlletí per a les entitats col·laboradores
5. Repartiment de distintius
6. Gastroflors

D'aquesta manera, es pot mantenir una presència constant i en evolució al llarg dels anys, i garantir l'adaptació a canvis en les tendències i necessitats del mercat. Caldrà revisar i actualitzar les accions segons les dades analítiques obtingudes i els resultats per optimitzar el mateix pla de comunicació a llarg termini.

Finançat per



**Unió Europea**  
**Fons Europeu**  
**Next Generation**



**Plan de Recuperación,**  
**Transformación**  
**y Resiliencia**



## Expansió de la presència de la marca

Menja't Girona té com a objectiu dinamitzar la producció, comercialització local i valor afegit de les Hortes de Santa Eugènia a Girona. Tot i que el projecte actual està present únicament a la ciutat de Girona, la marca es pot ampliar a alguns municipis del seu entorn, com ara Aiguaviva, Fornells i Salt, entre d'altres poblacions pròximes a la ciutat i de producció agrícola.

A continuació, es descriuen les possibles expansions de la presència de la marca Menja't Girona, a part de la reiteració d'accions descrites anteriorment i desglossades en el document Pla de Comunicació.

1. **Ampliar la cobertura territorial:** Caldrà expandir el projecte a altres municipis de la comarca del Gironès, o fins i tot a altres comarques de Catalunya. D'aquesta manera, es podria donar a conèixer el projecte a un nombre més gran de persones i es podria contribuir a la dinamització de la producció i comercialització local, juntament amb el turisme, de en un àmbit més ampli.
2. **Crear noves activitats:** El projecte es pot complementar amb la creació de noves activitats. Aquestes activitats ajudaran a apropar els productes de temporada i els productors locals a la ciutadania, i contribuiran a fomentar la sensibilitat cap a la sostenibilitat i el consum responsable de manera constant:
  - a. Tallers de cuina amb productes de temporada
  - b. Mercats de productors locals
  - c. Visites a horts i granges
3. **Col·laborar amb altres projectes:** Menja't Girona haurà de col·laborar amb altres projectes que comparteixin els seus objectius per tal de donar visibilitat i ampliar el seu impacte. D'aquesta manera les possibles expansions de la presència de la marca Menja't Girona són diverses i es poden adaptar a les necessitats i objectius:
  - a. Projectes de promoció de l'agricultura ecològica
  - b. Projectes de turisme sostenible

Finançat per

## Col·laboracions estratègiques

Les col·laboracions estratègiques esdevenen un factor clau per tal de garantir el seu bon funcionament i crear relacions simbiòtiques:

### 2024

- 1. Restauració:** Col·laboració amb restaurants locals per a esdeveniments especials com el "Vine a conèixer el plat de temporada Menja't Girona". Aquesta col·laboració pot incloure la presentació del plat de temporada amb un ingredient destacat.
- 2. Hostaleria:** Associacions amb hotels i hotels, pensions, albergs de joventut, hostatgeria i apartaments turístics per oferir paquets gastronòmics que incloguin menjars en restaurants que participen en el plat de temporada "Menja't Girona" com a part de l'estada de les persones allotjades.

### 2025

- 1. Creadors de continguts / Líders d'opinió:** Col·laboració amb bloguers de gastronomia i influenciadors locals per a la promoció a través de les seves plataformes en línia. Aquests socis poden ajudar a difondre les vostres activitats i plats de temporada.
- 2. Comerç local:** Establir acords amb botigues i mercats locals per a la venda de productes relacionats amb la vostra marca o ingredients utilitzats en els vostres plats de temporada.

### 2026

- 1. Institucions i associacions:** Col·laborar amb institucions i associacions locals dedicades a la promoció de la cultura, la gastronomia i el turisme a Girona. Això pot incloure participació en esdeveniments o programes promocionals conjunts.
- 2. Restauració (continuació):** Mantenir i ampliar les col·laboracions amb restaurants locals, establint relacions més profundes i oferint nous plats i experiències exclusives.

Finançat per



Aquesta estratègia de col·laboracions ens permetrà establir relacions a llarg termini amb diversos sectors de la ciutat, augmentar la visibilitat i atraure nous públics a la marca Menja't Girona. Caldrà mantenir una comunicació regular i transparent amb els diferents interlocutors de la marca i avaluar els resultats de les col·laboracions per garantir-ne l'èxit continuat.

Finançat per



## Comissió de seguiment de la marca amb els agents implicats

La Comissió de seguiment de Menja't Girona té com a objectiu garantir l'acompliment dels objectius del projecte i resoldre possibles problemes o dificultats que es puguin presentar internament i externament durant la gestió de la marca.

### Funcions

La Comissió de seguiment té les següents funcions:

- Revisar i aprovar el pla d'accions de la marca.
- Fer el seguiment del desenvolupament de la marca.
- Resoldre possibles problemes o dificultats que es puguin presentar.
- Proposar noves accions o millores per a la marca.

Finançat per



Unió Europea  
Fons Europeu  
Next Generation



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



## Proposta de composició

La Comissió de seguiment de la marca estaria formada per representants dels agents implicats en el projecte:

Col·lectiu	Nom	Tipus empresa
Ajuntament de Girona	Obdúlia Gutiérrez	Representant de l'Àrea de Promoció econòmica
Ajuntament de Girona	Raquel Gironès	Representant de l'Oficina de comunicació
Consell Comarcal del Gironès	A proposar per part de l'Ajuntament	Entitats turisme, Girona
Entitats i Agents turístics	Associació de Guies de Girona	Empreses de guiatge, Girona
Agències viatge	Cicloturisme Tours	Agència viatges
Allotjaments i Restauració	Montse Jimenez Abad	Can Cocollona
Firia de Girona	Coralí Cunyat	Fira de Girona
Hortolans i productors	Matthias Hesper	Associació usuaris i usuàries de les Hortes de Santa Eugènia
Associacions	Eva Juncà	Associació d'Hostaleria de Girona
Associacions	Sr. Jordi Garcia (Director) o Raul Cuadras (Cap d'estudis)	Escola d'Hostaleria i Turisme de Girona
Allotjaments i Restauració	Josep Niubó	Roli Gelateria
Associacions	Nuria Prat	Girona city Convention Bureau

Finançat per

## Protocols de la Marca Menja't Girona

### Difusió de la identitat de marca Menja't Girona

S'estableixen clarament els valors, la missió i la visió de la marca Menja't Girona per assegurar una coherència en la seva representació.

### Estàndards de qualitat

Establir estàndards de qualitat estrictes per als productes i serveis ofertats sota la marca Menja't Girona. Això assegura una experiència consistent i de qualitat per als clients i garanteix la seva satisfacció.

### Beneficis per als associats

Proporcionar als associats una plataforma per promocionar els seus serveis i productes mitjançant la marca de Menja't Girona. Això augmenta la visibilitat i l'atractiu dels diferents sectors implicats.

### Col·laboració en esdeveniments

S'espera que els associats i entitats interessades col·laborin en les esdeveniments planificats com ara el "Vine a conèixer el plat de temporada Menja't Girona" i altres activitats proposades. Aquestes col·laboracions poden augmentar el reconeixement de la marca i la participació ciutadana.

Finançat per



Unió Europea  
Fons Europeu  
Next Generation



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO  
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Next Generation  
Catalunya



Generalitat  
de Catalunya

## Participació activa en la comunitat

Encoratjar els associats i les entitats a ser part activa de la comunitat gastronòmica Menja't Girona, participant en esdeveniments locals i col·laborant amb altres serveis i institucions relacionades amb el projecte.

## Responsabilitat Social Corporativa (RSC)

Promoure la responsabilitat social corporativa entre els associats i entitats que en formen part, com ara la sostenibilitat i la participació en iniciatives de suport a la comunitat local.

## Coordinació i comunicació

Establir canals de comunicació eficients per coordinar les activitats i compartir informació rellevant. La comunicació regular i transparent és fonamental per a l'èxit col·lectiu. És important que totes les entitats i els organismes associats estiguin subscrits al butlletí digital bimensual (Acció 11 del Pla de Comunicació).

## Avaluació i retroalimentació

S'espera que les entitats associades participin activament en l'avaluació de les activitats i estratègies de la marca Menja't Girona. Això ajudarà a millorar l'adaptació a les necessitats i canvis del mercat.

## Creixement conjunt

Buscar un creixement conjunt de la marca Menja't Girona i els serveis i entitats associats. Amb una identitat de marca forta i una coordinació efectiva, s'aspira a créixer i prosperar en conjunt.

Finançat per



## Reunions

La Comissió de seguiment es reunirà almenys una vegada cada semestre.

## Procediments de treball

Les reunions de la **Comissió de seguiment** seran presidides per un representant de l'Ajuntament de Girona. Les decisions es prendran per unanimitat.

## Documents

La Comissió de seguiment elaborarà un informe anual sobre l'acompliment del projecte.

En una reunió de la Comissió de seguiment, caldrà abordar les temàtiques següents:

- El desenvolupament del pla d'accions de la marca.
- Els resultats de les accions realitzades.
- Els possibles problemes o dificultats que es puguin presentar.
- Noves accions i millores que es poden implementar.

## Conclusions

La Comissió de seguiment és un òrgan important per al bon funcionament de la marca Menja't Girona. El seu treball permet garantir que el projecte s'acompleixi amb èxit i que es resolguin possibles problemes o dificultats.

Finançat per

