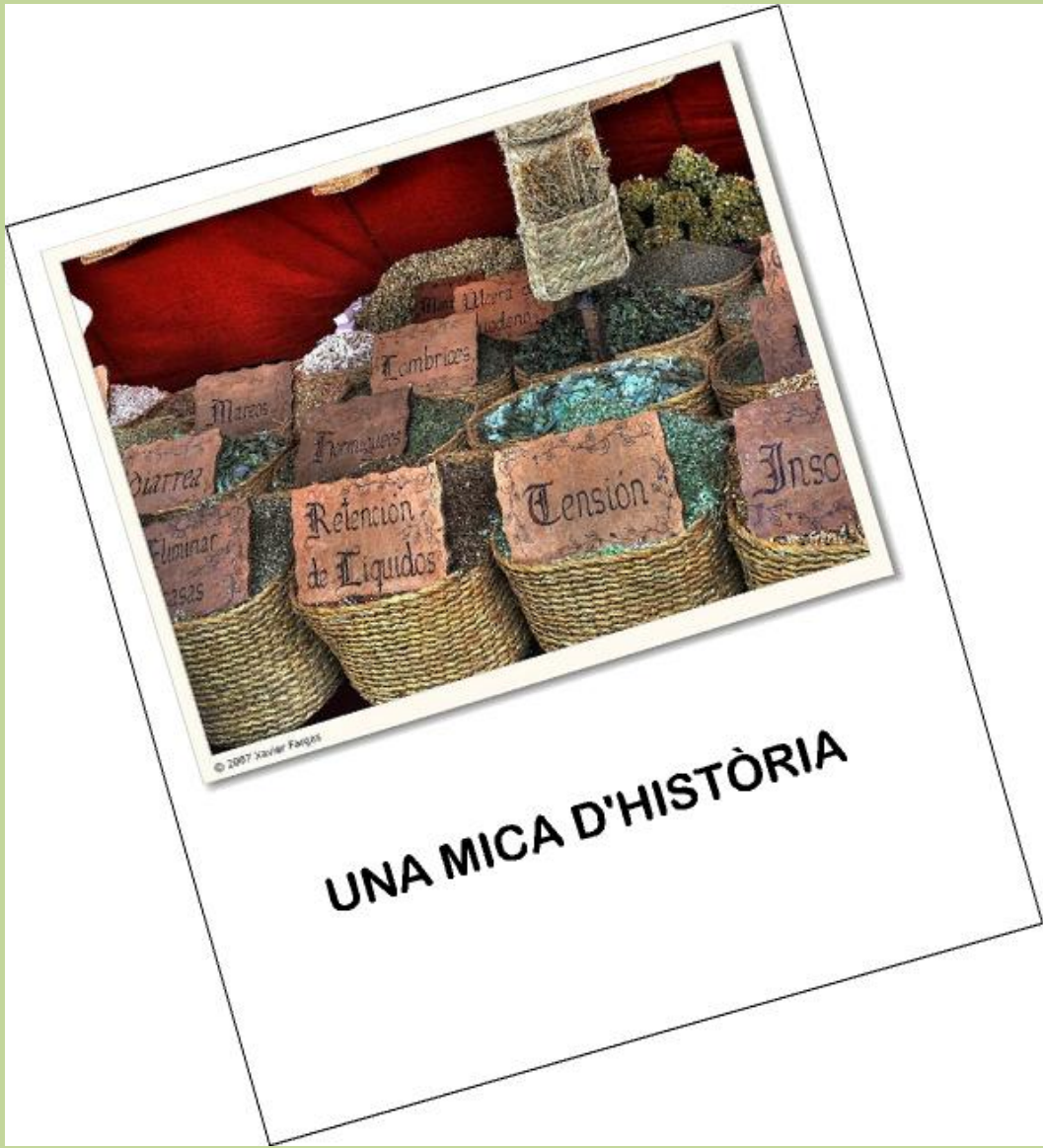


# **“COM ORGANITZAR UNA FIRA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS”**

**Les Borges Blanques, 21 de  
setembre de 2017**

**Elisenda Martínez Batalla**



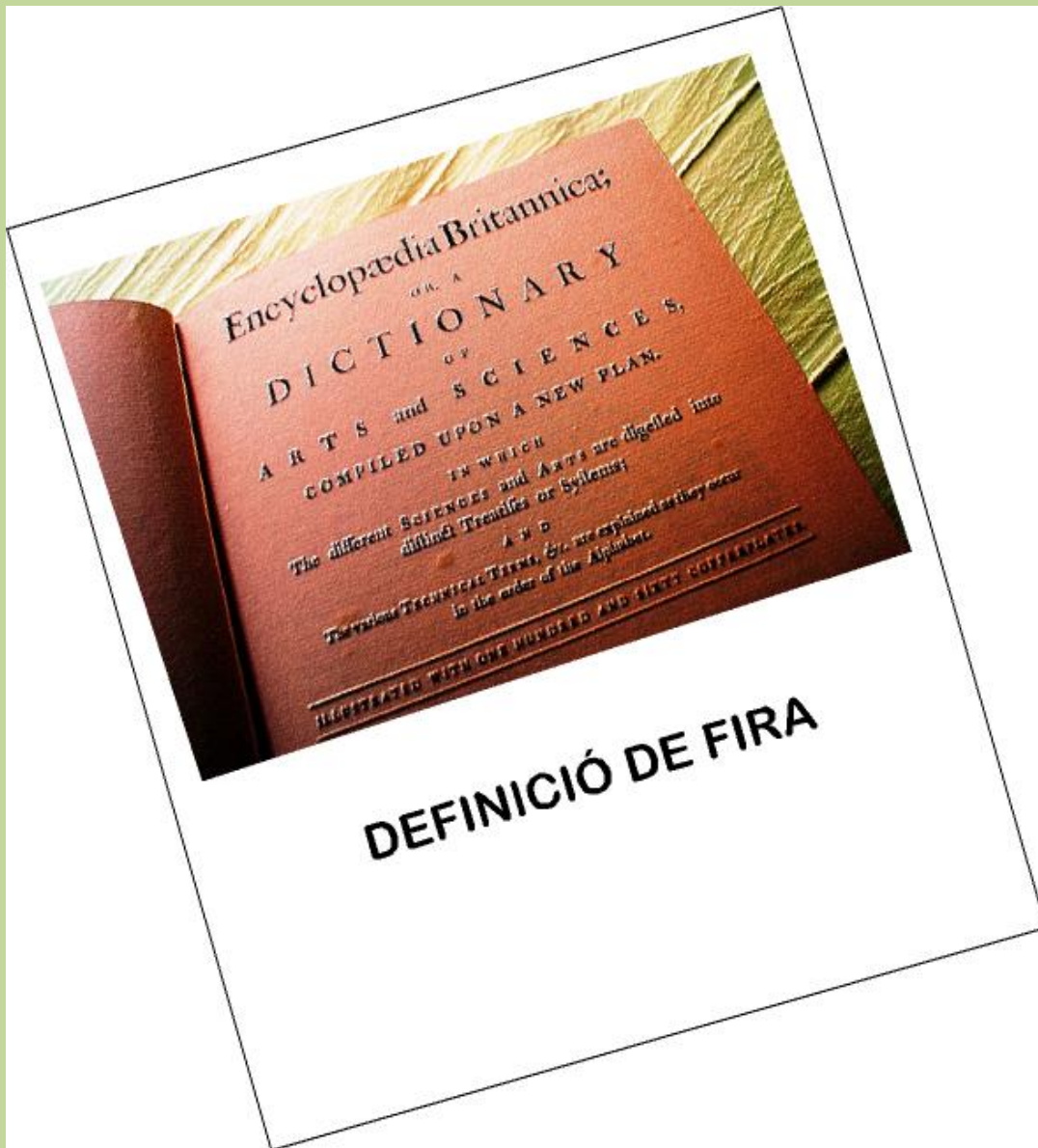
# UNA MICA D'HISTÒRIA

# UNA MICA D'HISTÒRIA

- Les referències que hem trobat són de temps immemorials, **en temps bíblics** eren centres d'intercanvi, situats en llocs estratègics que coincidien amb centres portuaris o encreuaments de caravanes.
- La celebració d'aquestes fires acostumava a coincidir amb les **festes patronals** i amb **moments decisius de l'any agrícola** i les persones que hi anaven estaven protegides per les autoritats competents. N'hi havia de grans i de petites, generals i especialitzades, de caràcter nacional i internacional.

# UNA MICA D'HISTÒRIA

- La **primera fira mundial**, realment important, va venir amb la revolució industrial i va ser organitzada al **Crystal Palace de Londres**, l'1 de maig de 1851.
- Per a més informació: podeu consultar el llibre sobre “**Història Econòmica de les Fires a Catalunya**” publicat pel Departament de Comerç, Turisme i Consum de l'Albert Carreras i la Lídia Torra



**DEFINICIÓ DE FIRA**

# DEFINICIÓ DE FIRA

**FIRA:** Reunió periòdica, generalment anual, de mercaders i negociants protegits pel poder públic per dur a terme llurs intercanvis.

**FIRAL:** Lloc on es fa la fira.

**FIRAIRE:** Persona que freqüenta les fires per vendre o comprar.

**FIRAR:** Comprar alguna cosa a la fira, al mercat, en una botiga...etc (per a algú).

# DEFINICIÓ DE FIRA

“ Tota obra d’art no obtindria el mateix ressò si els autors, els propietaris i els marxants no premeditessin amb antelació quan i com la volen emmarcar, on la volen penjar, com la volen presentar al públic en general, la difusió envers els entesos en la matèria, els distribuïdors d’art o els possibles compradors. **Qualsevol acte a la fira és una obra d’art**, independentment del volum i els objectius comercials que es pretenen, dels productes que es presenten i del marc o indret on es desenvolupa”. Ramón Pujol- Cap protocol del Dep de Presidència de la Generalitat.

Why

?

Oh Why

PER QUÈ ES FA UNA FIRA?



# Què hi busquen els expositors?

- Introduir nous productes (el producte pot exhibir-se en ús i és un gran avantatge que no tenen altres mitjans de comunicació)
- Captar clients
- Promoció de la imatge de l'empresa
- Promoció del producte (el fabricant abans de fer el llançament d'un producte té l'ocasió de presentar-ne el seu prototip a fi de calcular el nivell de vendes).
- Permet conèixer com evoluciona el mercat, en què treballa la competència, perquè la gent escull un producte i no un altre.
- Obertura de nous mercats...

# Què hi busquen els visitants?

- Idees noves
- Solucions a problemes específics
- Novetats en les seves àrees d'interès
- I per finalitzar, cada cop més, hi busquen distracció, entreteniment, oci..

# Per què tenen èxit les fires?

- Vendes amb costos competitiu
- Accés a clients potencials
- Vendes en tres dimensions
- La compra concentrada en un lloc
- Provar nous productes

# Per què es fracassa en algunes fires?

- Les fires són l'acció de màrqueting més complicada
- Cada fira és diferent
- La majoria d'expositors exposen per motius equivocats o poc realistes
- La majoria d'empreses no saben com valorar l'èxit de les fires
- La major part del personal d'una fira no sap per què ha d'estar allí ni què ha de fer
- Falta formar el personal



**MÀRQUETING FIRAL**

# MÀRQUETING FIRAL

- Una organització firal es planteja com un procés que consta de tres fases ben diferenciades:

**LA PRE-FIRA:** planificació anterior ( moment on s'han de començar els preparatius de la mateixa, que té lloc aproximadament un any abans). Consta de: decisions estratègiques, planificació i organització.

**LA FIRA:** que és el temps que dura l'exhibició ( normalment solen ser de pocs dies). És el moment de l'acció.

I la **POST-FIRA:** que representa el seguiment i avaluació posterior de la mateixa.

# OBJECTIUS DEL MÀRQUETING FIRAL

- Els objectius s'hauran de referir a *un àmbit temporal o període de temps*.
- Els objectius poden ser *quantitatius o qualitatis*.
- Els objectius han de ser *realistes i que els puguem obtenir*.
- També es poden establir **objectius prioritaris**, ja que es pot plantejar que els mateixos poden donar lloc a una millora dels resultats o un bon posicionament de la fira
- Els objectius **han d'estar coordinats per tot l'equip de fira**

# OBJECTIUS DEL MÀRQUETING FIRAL

- Les fires realment són **instruments de màrqueting que afavoreixen i acceleren els processos de venda.**
- El retorn de la inversió de la participació a la fira no es fa evident aproximadament fins **als tres mesos posteriors** a la seva finalització.
- Un organitzador firal no pot dissenyar i comunicar la seva fira si prèviament no ha definit **un pla de màrqueting** basat en les necessitats dels seus clients



**CREATIVITAT/ INNOVACIÓ**



# CREATIVITAT

- “Si volem aconseguir resultats mai esperats, només ho podrem fer amb sistemes mai pensats”. FRANCIS BACON
- Les tècniques que jo més utilitzo són:  
el *brainstorming* i la tècnica dels *sis barrets de De Bono*.

# CREATIVITAT

- Les claus per a un bon *brainstorming* són:
  - Filar prim amb l'objectiu
  - No criticar ni debatre les idees dels altres
  - Numerar cada idea
  - Mantenir controlat el ritme de la reunió
  - Escriure les idees d'una manera visible per a tots els membres de la reunió
  - Fer una petita introducció a l'inici per “escalfar els músculs”

# CREATIVITAT

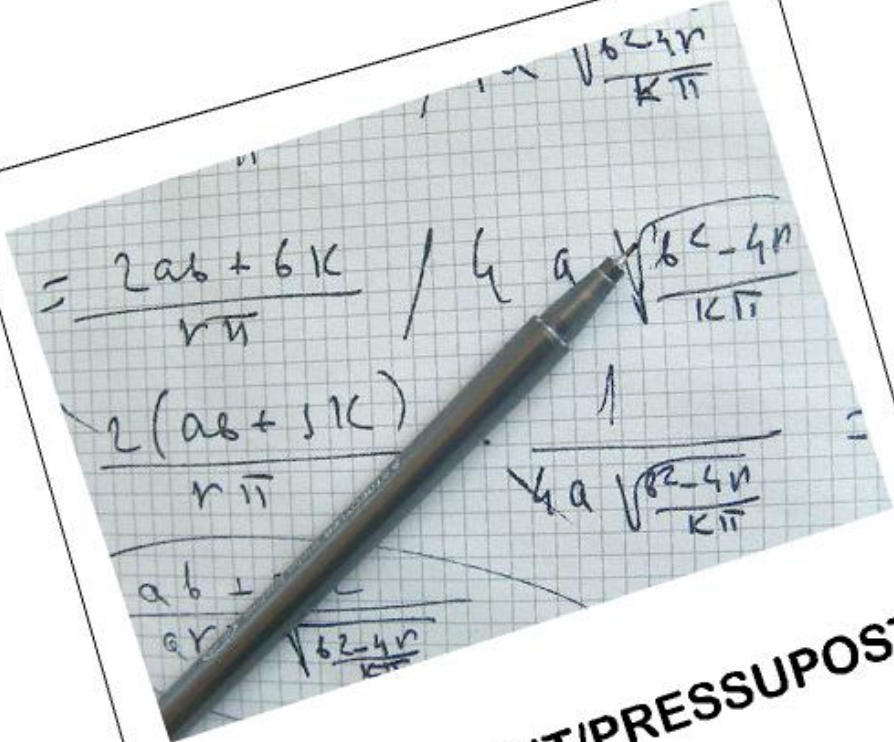
- La tècnica dels *sis barrets de De Bono*:
- El mètode és simple. Hi ha sis barrets imaginaris, cadascun d'un color diferent. En qualsevol moment un pensador pot escollir posar-se un dels barrets o se li pot demanar que se'l tregui. Totes les persones de la reunió poden utilitzar un barret d'un color concret durant una estona en un moment determinat. Els barrets involucren els participants en un mena de joc de rol mental.

# INNOVACIÓ

- Innovar a les fires és generar nous productes o serveis o millorar els que ja existeixen amb la finalitat de destacar de la competència. Les fires constitueixen una plataforma d'innovació al servei de les empreses.
- Amb innovació, **una fira** és quelcom més que una trobada entre venedors i compradors, és també un àmbit d'intercanvi de coneixements més enllà de la venda i d'un espai d'oportunitats. Innovar per ser més competitiu, per oferir millors prestacions i solucions. Dissenyar per oferir solucions estratègiques i funcionals.

# LA PRE-FIRA

En primer lloc: una fira ben organitzada és una inversió de futur i tot s'ha de fer amb relativament poc temps...



The image shows a piece of graph paper with handwritten mathematical work. A dark pen is placed diagonally across the paper. The visible equations are:

$$\frac{2ab + 6k}{r\pi} \quad / \quad \frac{a\sqrt{b^2 - 4n}}{k\pi}$$
$$\frac{2(ab + 3k)}{r\pi} \quad / \quad \frac{a\sqrt{b^2 - 4n}}{k\pi}$$

Other faintly visible text includes "ab + ..." and "a r ..." at the bottom left, and "1" above the second fraction.

**PLANTEJAMENT/PRESSUPOST**

# ¿Quin tipus de fira volen fer i perquè?

- Haurem d'analitzar les arrels històriques de la nostra població, ciutat, entorn geogràfic. Sempre és important vincular la fira al territori.
- Productes típics de la nostra zona o de l'àrea d'influència.
- Un cop establerts els criteris hem de comparar totes les ofertes possibles consultant les possibles fires que es facin del mateix sector en concret

# ¿ N'hi ha alguna amb característiques similar dins del nostre entorn geogràfic?

- Si hi ha més fires de la mateixa temàtica dins de l'àrea **no és aconsellable repetir** ja que una enfonsarà l'altra i a la inversa.
- Hem de **ser originals** i trencadors a l'hora d'escollir una fira i evitar oferir una oferta repetitiva.
- **Analitzar l'oferta i la demanda existent**. És necessari analitzar el mercat al que volem arribar, identificant i satisfent les necessitats tant de possibles expositors com de visitants.
- **Ser conscients dels productes que tenim a la zona** ( ex: no pretenguem per exemple la fira de l'oli i dins del nostre territori no disposar de cap olivera).



# ¿Quines dates fixarem?

- Alhora d'escollir les dates, hem d'anar molt en conte i **consultar el calendari firal establert** per tal de no solapar-nos amb altres fires.
- Crec que la data **és un tema clau** i molt important per a l'èxit o el fracàs d'una fira (ex: si coincidim amb una fira propera de molt més abast que la nostra els possibles expositors és molt probable que vaguin a l'altra abans que a la nostra).
- Registrar-la al **Registre d'Activitats Firals de la Generalitat**, això ens permetrà poder incloure-la dins del seu calendari ( els documents per poder-ho fer també els trobareu a la seva web).

# ¿Quin nom li ficarem?

- Fira de Primavera, Fira de la cirera, Fira de la Poma, Fira de Sta. Teresa, Fira de l'Espàrreg, Fira Tardor, Autotractor, Fira de Sant Miquel, Fira del vi, Fira de la Terrissa, Fira Promopallars, Fira de Plantes Aromàtiques i medicinals, FiraTast, Fira Alimentària, Fira Expoàviga, Fira Tàrrega, Fira Antiquària, Fira Habitatge, Fira de les 40 hores, Fira de l'embotit, Fira de Forjadors i Artistes del Ferro, Fira Mercat del Ram, Fira de Fornells de la Selva, Fira del Comerç i la Indústria, Fira del Vehicle nou i d'Ocasió, Fira de l'Ascensió, Fira Llar, Fira de Fonedors i Instal.ladors de Campanes, Autoprimavera, Firantic, Fira del Primer de Maig, Fira-Mercat al carrer....

# ¿Quin nom li ficarem?

- Que no sigui repetitiu, que sigui únic, així ens evitarem comparacions i confusions.
- Que sigui curt i clar.
- Un cop creada i consolidada també ens podem plantejar registrar-la per tal d'evitar que ens la copiïn.

# ¿On la ubicarem?

- Dins d'un **recinte interior**? Poliesportiu, carpa per l'ocasió (algunes Diputacions disposen de carpes grans que ens poden sortir per més bon preu)... o dins d'un **recinte exterior**?
- Hem de tenir en compte **l'època de l'any** que tindrà lloc: primavera, estiu, tardor o hivern i pensar en les inclemències meteorològiques de cada estació per preveure calefacció o refrigeració si és el cas.
- Tenir en compte a l'hora de la ubicació si està **pròxim o lluny de la població**.
- **Tipus de carpes o estands** que volem utilitzar (podem consultar diferents empreses per contrastar preus i qualitats).
- **Àrees d'aparcament properes**.

# ¿Quins seran els nostres possibles expositors?

- A quin públic em vull dirigir??? Aleshores sabrem quin tipus d'expositor vull que vingui a la meva fira.
- Hauríem de fer un llistat acurat de les empreses possibles a exposar a la fira.
- Aquest valorarà la qualitat i la quantitat d'expositors i visitants que visiten la fira.
- L'expositor busca bàsicament promocionar la imatge de la seva empresa, la facilitat de captar clients, generar vendes, ampliar mercats, introduir productes nous...i tot això hem de facilitar-li.

# ¿Quins seran els nostres possibles expositors?

- **També** hem de tenir en compte que aquest alhora d'escollir la fira **valorarà altres factors** com:
- el reconeixement i prestigi de la fira
- especialització de la mateixa
- la promoció realitzada
- el cost de participació
- la localització geogràfica
- els serveis que oferim
- l'ambient
- les dates
- el personal...

# ¿ Quins seran els nostres possibles visitants?

- La fira estarà encarada al visitant professional?
- O el nostre tipus de visitant és d'àmbit local o provincial?
- Si la nostra fira el que pretén és captar el visitant d'àmbit local o provincial és important incorporar activitats d'oci i actes paral·lels per fer-la més atractiva.

# ¿ De quin pressupost disposem?

La preparació del pressupost s'ha de fer durant la fase inicial de fixació d'objectius.

Disposar d'un pressupost de despeses anticipadament, ens ofereix diferents avantatges:

- Visió global del programa que ens permetrà aplicar estratègies de màrqueting firal
- Més control
- Possibilitat de fer canvis, sense fer despeses extraordinàries
- Podem contractar els serveis amb antelació i això ens permetrà negociar molt millor amb els diferents proveïdors



# ¿ De quin pressupost disposem?

- Pautes orientatives per a la preparació del pressupost.
- Si disposem de dades de fires anteriors
- Així doncs ens permetrà fer un càlcul aproximat i evitarem sorpreses (anteriorment demanarem pressupost a diferents empreses proveïdores: llum, estands, moqueta...).
- **A més, hem de saber que:**
- Les dificultats per poder gestionar el temps dels responsables de les Fires davant el gran número d'urgències, repercuteix molt negativament al control de gestió.

# ¿ De quin pressupost disposem?

- Els imprevistos (massa habituals) acaben per destrossar les previsions, essent necessari actualitzar-les permanentment.
- Tot i les dificultats és imprescindible portar una gestió pressupostària al dia.
- Un adequat sistema de control econòmic i financer portat al dia, ajudarà a minimitzar les urgències financeres que moltes vegades impedeixen treballar amb “tranquil·litat”.

# Fonts de finançament/subvencions

Les **fonts de finançament** poden ser diverses des del mateix Ajuntament o institució pública a la qual representem fins a la recerca de diferents espònsors d'entitats privades o per finalitzar la recerca de diferents subvencions que ens alleugerin la càrrega econòmica de la fira.



**PREPARACIÓ DE L'ESPAI  
FIRAL: PROVEÏDORS**

# PREPARACIÓ DE L'ESPAI FIRAL

- Determinació de l'espai firal (si és al carrer o es o espai tancat).
- Tipologia de l'espai expositor:
  - Estands
  - Estands adequats
  - Tipus d'estands
  - Altres
  - Parcel·les
  - Carpes
  - Parades pròpies: preu fix per parada o preu per metres lineals.

# PREPARACIÓ DE L'ESPAI FIRAL

- Cost de l'estand o espai
- Un cop tinguem els diferents pressupostos establirem un preu unitari de l'estand o l'espai.
- **Pagament de l'estand o espai:** És important que marqueu una data límit dins del mateix contracte de pagament, sempre hi ha qui s'esconilla i no pot ser.
- **Imatge general**
- **Mobiliari i complements**
- **Il·luminació**
- **Climatització**

# PREPARACIÓ DE L'ESPAI FIRAL

- “Llei de protecció de dades”
- Reglament de la fira
- Enviament documentació
- Connexió a Internet
- Altres:
- Confecció mapa recinte firal
- neteja del recinte
- Paperes
- Cartell de la Fira
- Horari de la Fira
- Pancartes
- Zones d'aparcament
- Megafonia...



**SEGURETAT**



# SEGURETAT

Per tal de garantir uns mínims en la seguretat de la fira, s'ha de fer un **pla de riscos** possibles i si cal, consultar-lo amb les forces de l'ordre, bombers, sanitat...per tal de que no quedi cap sortida d'emergència taponada i així evitar possibles incidències.

La seguretat implica tothom: organitzadors, expositors i instal·ladors. Recordem que hi ha responsabilitats penals. Importància del control de l'aforament legal...

Tipus d'assegurances



**RELACIONS PÚBLIQUES I  
PROTOCOL**

# RELACIONS PÚBLIQUES I PROTOCOL

- Us recomano la **guia pràctica de protocol a la fira** amb normes, usos i consells per resoldre amb encert els aspectes protocol·laris i d'organització en una fira  
(Federació de Fires de Catalunya) de Ramón Pujol.

Hem de saber quina serà la persona que ens la inauguri i fins i tot la que volem que ens clausuri si és el cas per tal de tenir-ho lligat amb temps.

Aquesta és una acció que normalment es reserva a l'alcalde o regidor corresponent donat que és un tema polític i no de caràcter tècnic

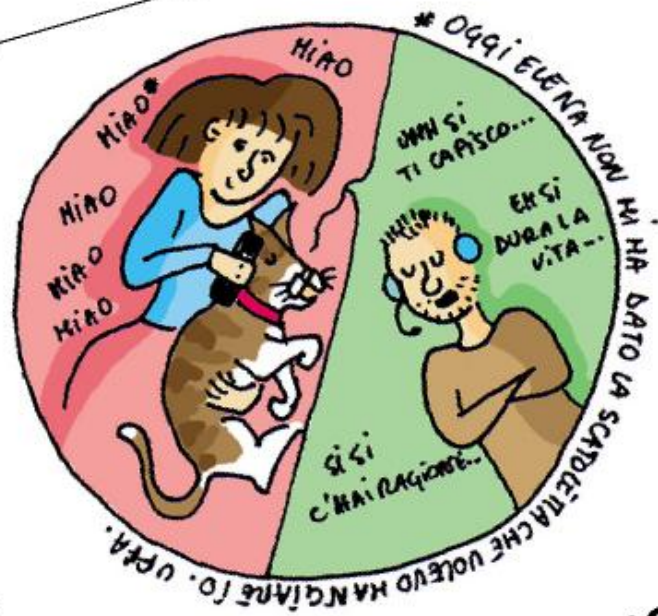
# RELACIONS PÚBLIQUES I PROTOCOL

Sobretot amb TEMPS (tant si es tracta d'un polític com d'un personatge famós).

PARLAMENTS (equip de megafonia, roda de premsa habilitar un lloc per fer-la...).

Obsequis (expositors, visitants, autoritats)

- Altres:
- Fotògraf o enregistrament en vídeo i àudio dels actes de la fira.
- Acreditacions...



## ACCIONS DE COMUNICACIÓ

# ACCIONS DE COMUNICACIÓ

## POSSIBLES ACCIONS DE COMUNICACIÓ:

- -*Comunicats*
- -Entrevistes
- -Declaracions
- -Articles
- -Conferències de premsa
- -Prospectes, fulletons...
- -Vídeos
- -Web corporativa, facebook...

Podem consultar: “ **la guia de la comunicació firal**” que *Miquel Àngel Violan* va escriure per la *Federació de Fires de Catalunya*



# RECURSOS HUMANS

## PERSONAL DE LA FIRA

- *De quin personal disposem (quantes persones??)*
- *Brigada*
- *Hostesses... ¿Quantes hores faran?; vestuari...*
- *Formació del personal*
  
- *QUE ELS HI FACILITAREM?*
- Un mapa del recinte firal i dels voltants
- Nom de tots els organitzadors amb els seus corresponents telèfons



# RECURSOS HUMANS

- ¿Com ens comunicarem?
- Explicar tota la publicitat existent de la fira
- Plànol de localització dels estands
- Llistat d'expositors
- Telèfons d'urgència (per a qualsevol imprevist)
- És interessant que hi hagi alguna persona que els coordini abans i durant la fira fent el repartiment de funcions entre ells (enquestes, repartiment de fulletons, atenció...).



**MUNTATGE DE LA FIRA**

# MUNTATGE DE LA FIRA

- **Tenir present ABANS DE:**
- Coordinar amb l'empresa de muntatge anteriorment els horaris i dies
- Permisos amb ENDESA ...
  
- **Tenir present DURANT:**
- Que no ens deixin res per muntar
- Que la potència elèctrica demanada per l'expositor sigui la sol·licitada
- Circulació de vehicles i persones pel recinte

# MUNTATGE DE LA FIRA

- **Tenir present AL FINALITZAR:**
- Que estigui tot en ordre
- Que ens deixin bombetes, brides...material de recanvi en cas d'avaries.

# MUNTATGE DE LA FIRA

- L'organitzador, a banda dels estands a nivell de muntatge ha de contemplar:
- **Instal.lacions de subministrament:**
  - Climatització
  - Electricitat
  - Aigua
  - Comunicacions
  - Megafonia
  - Lavabos
  - Àrees de descans...
- **Decoració en general:**
  - Moqueta
  - Tancament d'espais morts
  - Retolació
  - Senyalització
  - Altres construccions ( tarimes, tanques...)...

**LA FIRA**

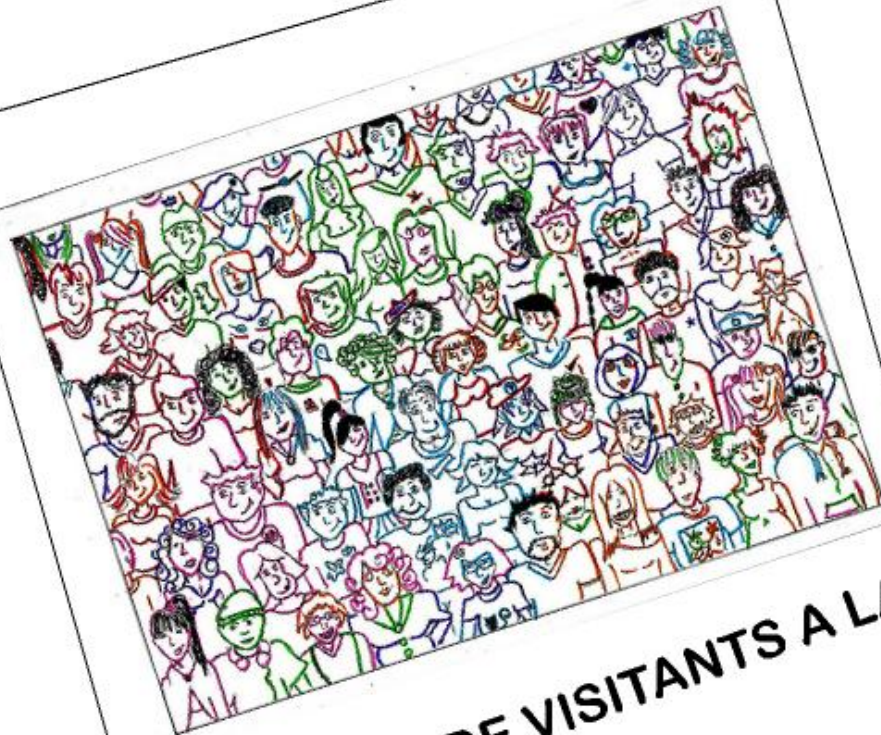


**EL MOMENT DE L'ACCIÓ**

# EL MOMENT DE L'ACCIÓ

- Coordinació de l'equip de la fira
- Supervisió perquè les tasques encomanades i els objectius finals es desenvolupin segons el que s'ha previst.
- Control de visitants a la fira
- És el moment del “CAOS”





**CONTROL DE VISITANTS A LA  
FIRA**

# CONTROL DE VISITANTS A LA FIRA

- El visitant és objecte d'un doble interès: d'una banda és client de l'expositor i, de l'altra, és client de l'organitzador.
- La seva satisfacció assegura bona part de l'èxit de la convocatòria, per això se l'ha de tractar amb un alt nivell de qualitat i servei.
- Per aquest motiu haurem de vigilar:
- **1. Accessos al recinte firal.** Cada recinte té les seves particularitats, per aquest motiu han d'estar senyalitzats responenent a un estudi acurat de les necessitats.

# CONTROL DE VISITANTS A LA FIRA

- **2. Aparcament:** Senyalitzat i amb el nombre de places adequat a la previsió.
- **3. Entrades als pavellons:** Senyalitzades
- **4. Recepció:** Ha de ser àmplia per permetre un alt flux de persones i disposar d'una sèrie de serveis atesos per personal format per rebre el visitant.
- **5. I sortint de la fira...** és important desenvolupar un programa d'activitats de lleure per als visitants després de l'horari firal, amb invitacions i descomptes d'espectacles, restauració, ambient nocturn...

# **LA POST-FIRA**



**DESMUNTATGE DE LA FIRA**

# LA POST-FIRA

- **Pel que fa a l'espai firal:**
- Desmuntatge de la fira ( en el mínim temps possible i amb el màxim d'eficàcia).
  
- **Pel que fa als contactes amb els expositors:**
- Facilitats a l'hora del desmuntatge
  
- **Interès posterior a la fira:**
- Enquestes de satisfacció i valoració
- Seguiment



**AVALUACIÓ**

# LA POST-FIRA- AVALUACIÓ

- Elaboració d'un informe sobre la fira
- Valoració dels resultats – Reunió amb l'equip de fira.
- Alguns dels punts que habitualment es tracten amb una reunió post fira són:
  - Rendiment general en relació amb els objectius fixats.
  - Possibles modificacions de les nostres actuacions en futures edicions per millorar els resultats.
  - Imprevistos sorgits.



# LA POST-FIRA- AVALUACIÓ

- Identificació dels punts dèbils de l'organització durant la fira.
- Efectivitat de la promoció (nivell de resposta dels mailings realitzats...etc).
- Identificació dels productes i serveis exposats a la fira amb més o menys d'èxit.
- Qualitat dels visitants....

# LA POST-FIRA- AVALUACIÓ

- *L'informe final ha de concloure, com a mínim, amb els següents aspectes:*
- **Fortaleses i debilitats**. S'han de concretar tot tipus de recomanacions per millorar els resultats.
- **Comparació de les despeses pressupostades** amb les reals.
- **Comparació dels resultats reals** amb els objectius marcats.

# LA POST-FIRA- AVALUACIÓ

- **Altres:**
- Pagar al personal eventual contractat.
- Seguiment de la facturació dels proveïdors.
  
- **Accions de comunicació:**
- Nota de premsa amb la valoració dels resultats .
- Recollida de notícies publicades



**PUBLICACIONES**

# PUBLICACIONS D'INTERÈS

- **Organització Firal i Qualitat:**
- Edició: FEFIC amb la col·laboració de la Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya.
  
- **Guia de l'expositor**
- Edició: Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya.
  
- **Guia de Seguretat als Recintes Fimals**
- Edició: Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya.
  
- **Guia de Senyalització de les Fires de Catalunya**
- Edició: Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de membres de la FEFIC.

# PUBLICACIONS D'INTERÈS

- **Guia per a la redacció del Pla d'Autoprotecció**
- Edició: Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de membres de la FEFIC.
  
- **Observatori de la Qualitat de les Fires de Catalunya**
- Edició: Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de membres de la FEFIC.

**I ara...shhhhhhhh**





Elisenda Martínez i Batalla  
asfiral@gmail.com  
Telf.669.180.331  
www.assessoriafiral.blogspot.com

Us regalo la meva **RECEPTA FIRAL** més ben guardada

### INGREDIENTS PER FER UNA "BONA FIRA"

1 paquet de pressupost  
4 tasses de paciència  
2 unces d'alegria  
1 kg de diferència  
1 tassa de domini  
20 paquets d'innovació  
1kg 1/2 de carpes  
1 brot de misteri  
200gr de passió  
4 kg d'intel.ligència

Preparació: uns quants mesos. Cocció: de dos a tres dies.

---

- 1r. Barrejar en un bol, el domini, la diferència, la intel.ligència fins a obtenir una aparença natural.
- 2n. Afegir poc a poc la innovació i deixar-la reposar fins que dupliqui la seva mida.
- 3r. A banda, barrejar l'alegria i el paquet de pressupost amb un brot de misteri.
- 4t. Preparar un motllo amb passió.
- 5è. Abocar-ho tot i ficar al forn
- 6è Afegir-hi amb paciència les carpes i cobrir-ho tot
- 7è Treure del forn i servir-ho



**MOLTES GRÀCIES!!!!!!**

**PER A QUALSEVOL CONSULTA:**

**[asfiral@gmail.com](mailto:asfiral@gmail.com)**