

Campanya corporativa

Campanya Comerç 2023

Febrer de 2023



**Diputació
Barcelona**

Campanya Comerç 2023

Antecedents

La Diputació de Barcelona dona suport al **comerç local i de proximitat** com un element de convivència, seguretat, ciutadania, integració i de progrés econòmic i social. Per fer-ho treballa amb els ens locals i les principals associacions del teixit comercial de la província en accions de millora del comerç local.

La Diputació de Barcelona creu en un model de **comerç situat en la trama urbana dels municipis**, que actua com a factor de cohesió social i contribueix a la mobilitat sostenible. El comerç suposa un 13% del PIB a Espanya i un **22% del PIB català**. Pel que respecta a la clientela, el 84% de la clientela compra a prop de casa i d'aquest 84%, el 96% és gent gran. Pel que fa al comerç local, es potencien els **mercats municipals** més enllà de la seva funció econòmica, difonent entre la ciutadania la seva capacitat de transmissió de valors cívics: integració, responsabilitat, sostenibilitat i alimentació saludable. Hi ha **92 mercats a 59 municipis de la província**.

També es treballa en el suport als **mercats de venda no sedentària**, són mercats de proximitat per excel·lència, arriben a petits i grans municipis, concretament hi ha un total de **265 mercats repartits en 193 municipis**. A molts municipis, són un atractiu turístic, convertint-se en un centre comercial obert i proper.

Per altra banda, les **fires locals** són també un motor de l'economia local i suposen un impacte directe i indirecte en el territori. En aquest sentit, les fires generen un flux de visitants molt important com a instrument d'atracció i de promoció de la ciutat on se celebren. Alguns exemples podrien ser la Fira del pollastre de pota blava del Prat de Llobregat, la fira del Gall de Vilafranca del Penedès, el Mercat del Ram de Vic o la Candelera de Molins de Rei.

La promoció del comerç local i de proximitat s'inclou en els objectius de **l'Agenda 2030**. En aquest sentit, l'any passat vam fer la prova pilot de la campanya "Mercats Sostenibles", una campanya per conscienciar la ciutadania sobre la importància de reduir residus, mitjançant l'ús de bosses de roba o d'envasos reutilitzables en les compres alimentàries quotidianes, estimulants l'adhesió dels paradistes i la participació ciutadana. Actualment estem treballant en la planificació de la segona edició.

En aquesta línia, la Diputació de Barcelona va crear l'aplicació "Apropteu", que permet als consumidors trobar comerços de proximitat. La campanya de xarxes socials realitzada al febrer de 2023 pretén impulsar el coneixement i la descàrrega d'aquesta eina.

Objectius

Els principals objectius de la campanya són:

- **Promoció del comerç local i de proximitat**, que engloba: mercats municipals, mercats de venda no sedentària, fires local i comerç de carrer.
- **Sensibilització de la ciutadania** sobre la importància del comerç local i de proximitat en la cohesió social i del territori, i sobre l'impacte beneficiós cap al medi ambient.

Dates

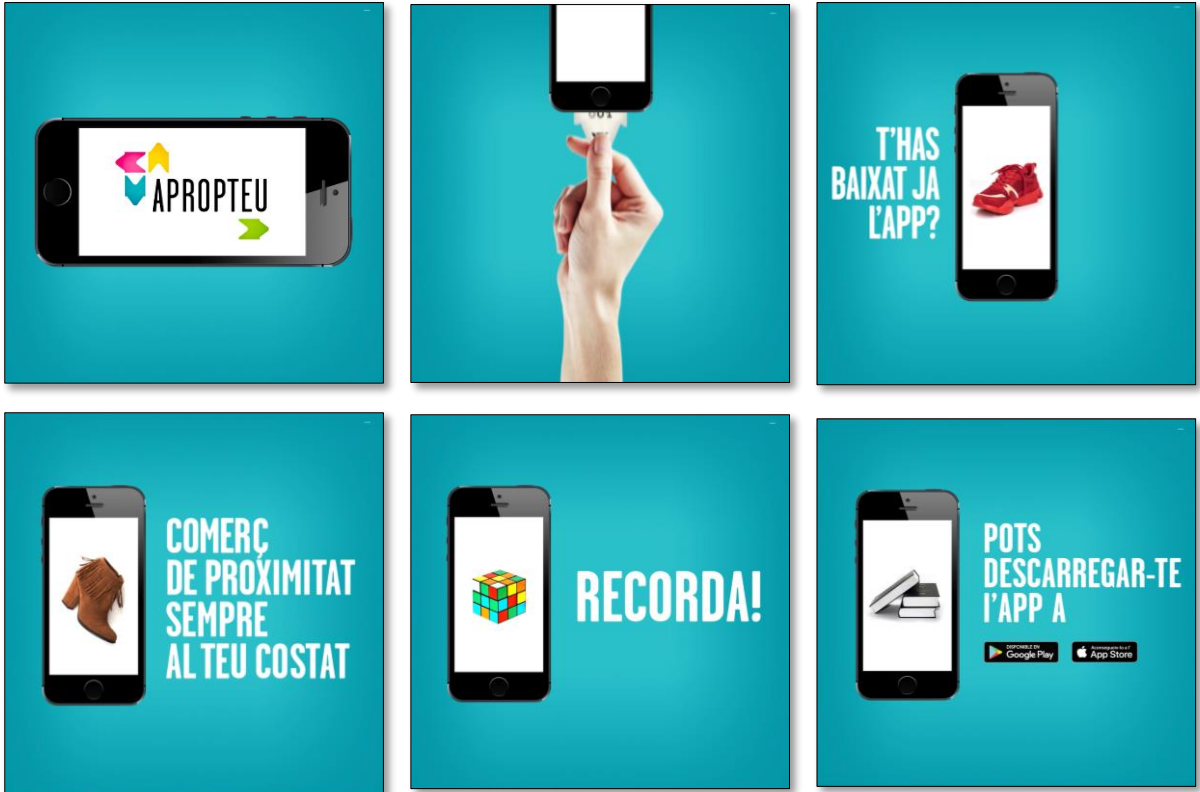
Febrer de 2023.

Públic

El destinatari de la campanya és la **ciutadania en general de la província de Barcelona**, però especialment la població més jove, **entre 18 i 40 anys** que només representa el 4% de la clientela del comerç de proximitat.

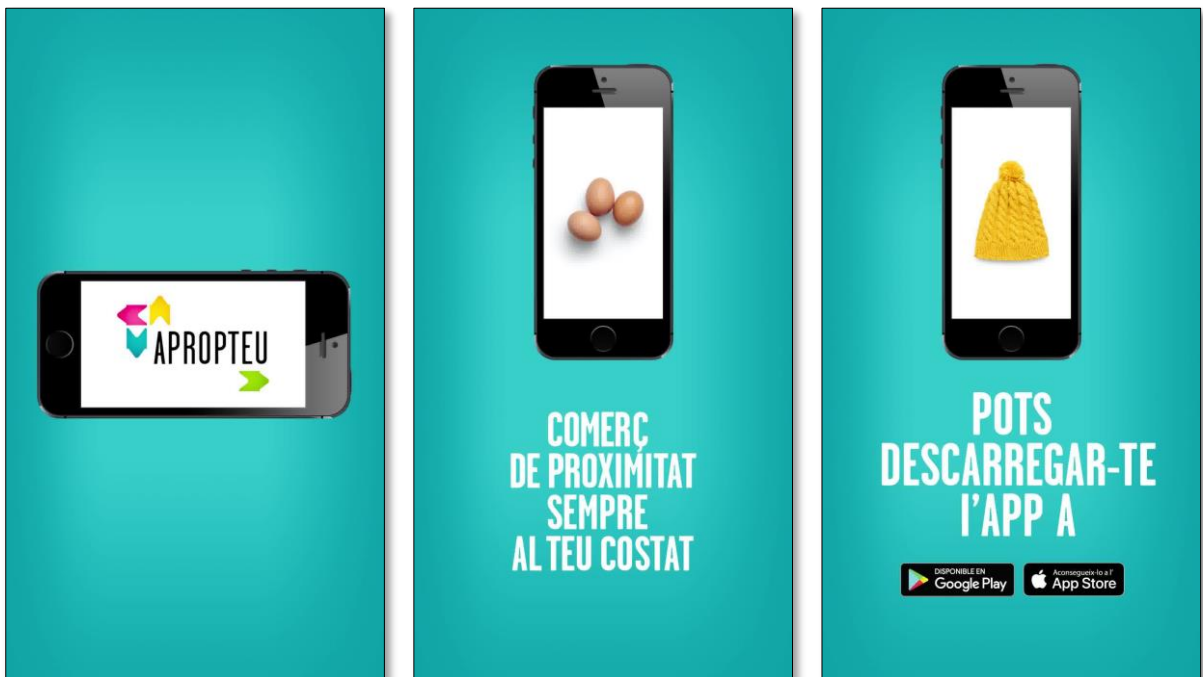
Peces

Video 1:1



Aprop teu 1080x1080

Video 9:16



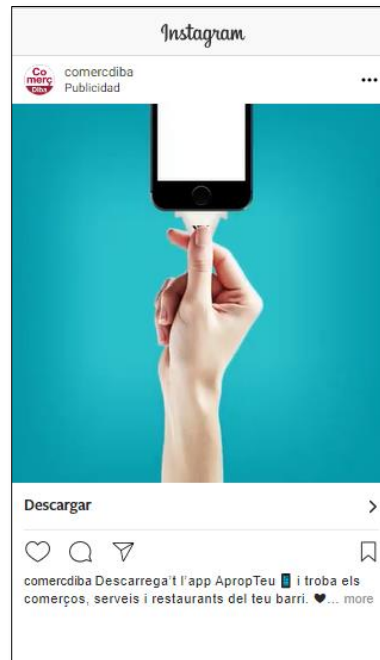
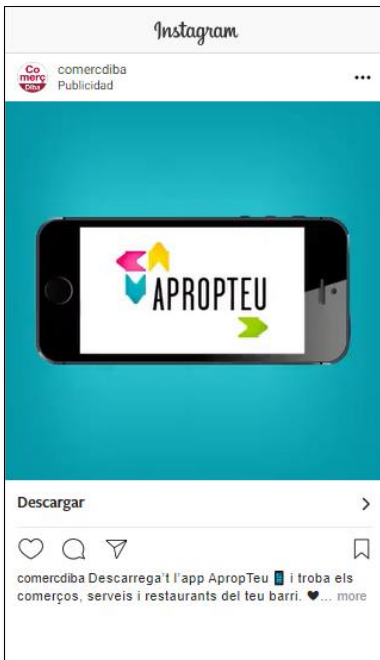
Vídeo 1080x1920.mp4

Xarxes socials

Instagram Story Ads



Instagram Feed Ads



Pressupost

Inversió en mitjans	Proveïdors	Inversió en producció	Proveïdors	TOTAL CAMPANYA
<i>Imputat dins la campanya n.2 de XXSS</i>		0,00 €	<i>Producció interna</i>	

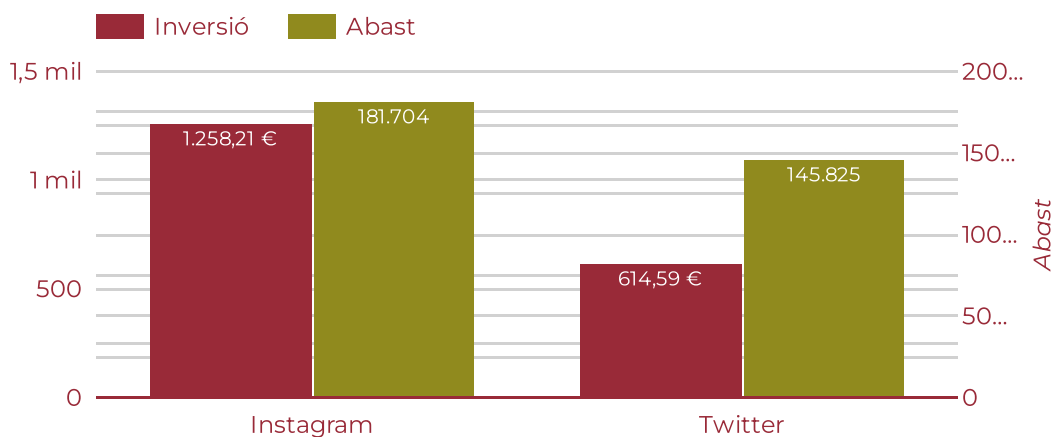
*La inversió a XXSS en aquesta campanya és de 1.872,80 €, inversió imputada a la campanya de XXSS de Diputació de Barcelona.

**Tots els imports inclouen l'IVA.

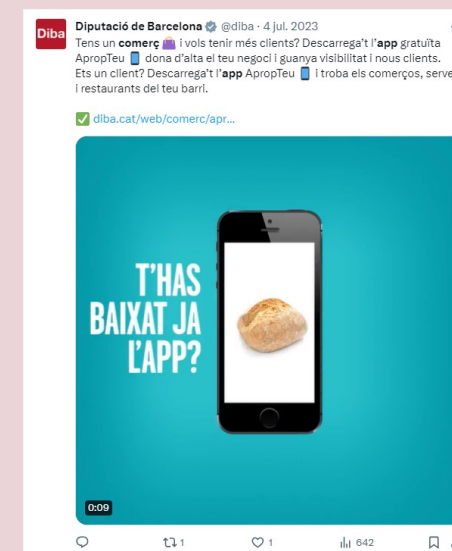
Aquest informe presenta les dades corresponent a l'acció de promoció de l'app "Apropteu" pel foment del comerç de proximitat.

Es van realitzar 3 accions a xarxes socials, 2 a Instagram (feed i stories) i una a X (abans Twitter). Totes 3 es van programar amb objectiu de cobertura.

La **inversió total va ser de 1.873€**, que van aconseguir arribar a **317.529 usuaris** i generar un total de **2.404 interaccions**. El CPM de la campanya va ser de 2,83€ i el CTR de 0,38%.



CPM	Inversió	Abast	Interaccions	CTR
2,83 €	1.873 €	327.529	2.404	0,38 %





Es van realitzar tres accions, 2 a Instagram i una a Twitter, que van obtenir un total de **764.997 impressions, amb un CPM de 2,83€**. El CPC mitjà va ser de 1,21€ i la ratio d'engagement d'un 0,97%

Es van obtenir un total de **1.938 clics a web**, amb un CPC de 1,21€.

Per xarxes, a Instagram es van **invertir 1.258,21€**, amb un CPC de 1,42€, per aconseguir **1.172 clics**, el que representa un CTR de 0,47%. A Twitter es van invertir **614,59€** amb el resultat de **766 clics a web**, un **CTR de 0,21%**

Impressions	Reproduccions	CPM	CPC	Engagement
764.275	430.997	2,83 €	1,21 €	0,97 %

Mitjà	Tipologia	CPM ▾	Inversió	% Inv	Impress...	Interaccions	CTR	CPC
Instagram	Stories	3,86 €	377,48 €	20,16 %	97.747	799	0,82 %	0,47 €
Instagram	Feed	2,97 €	880,73 €	47,03 %	296.652	782	0,13 %	2,36 €
Twitter	Feed	1,66 €	614,59 €	32,82 %	369.876	823	0,21 %	0,8 €

Mitjà	Impressions	CPM ▾	Clics a web	Inversió+IVA	CPC	CTR	Engagement
Instagram	394.399	3 €	1.172	1.258,21 €	1,42 €	0,47 %	1,17 %
Twitter	369.876	2 €	766	614,59 €	0,8 €	0,21 %	0,56 %
Total	764.275	3 €	1.938	1.872,8 €	1,21 €	0,38 %	0,97 %



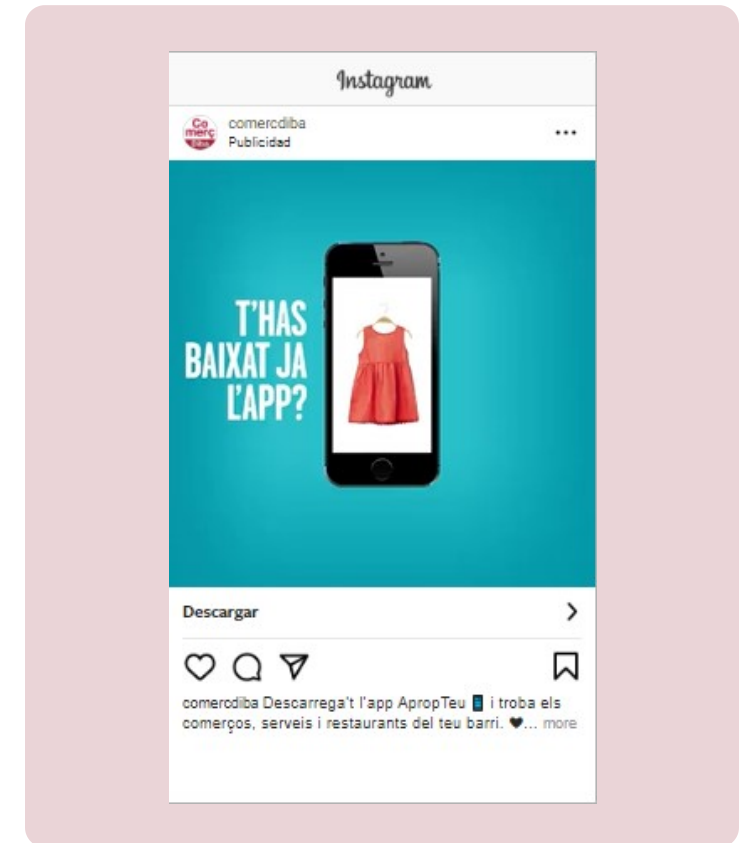
Conclusions

Pel que fa a impressions i abast, proporcionalment Twitter aconsegueix proporcionalment més que Instagram, ja que amb la mateixa inversió els resultats de Twitter són més alts.

Tanmateix, Instagram obté una tasa de clics (CTR) i una tasa d'engagement més elevades. Dins d'Instagram les stories aconsegueixen menys impressions però proporcionalment millors taxes de clics.

Propostes de millora

L'adopció d'una app requereix un esforç de màrqueting continuat. Seria recomanable continuar les campanyes, tot revisant la segmentació de públics, per tal de garantir que el target sigui el més adequat.



- CPM: cost per mil impressions.
- CPC: cost per clic.
- CTR: percentatge de clics (clics / impressions).