



Ajuntament de
Cerdanyola del Vallès



Pla. Promoció Econòmica, 1a
08290 Cerdanyola del Vallès
Barcelona
Tel: 93 88 13 88
Fax: 93 88 13 88

INFORME DE NECESSITAT PER AL CONTRACTE DE SERVEIS PER A LA PRODUCCIÓ DE LES ACTIVITATS PROGRAMA DE NADAL 2025-2026

Una ciutat ha de disposar dels factors per garantir el benestar de la seva ciutadania i el seu desenvolupament econòmic i social. Per tant, és clau que la realitat urbana sigui positiva i atractiva però, a més a més, és necessari que aquesta realitat sigui coneguda, reconeguda i percebuda, tant a la mateixa ciutat (per les persones que hi viuen) com a l'exterior (per les persones que poden venir a viure-hi, a fer-hi negocis, a invertir-hi, etc.).

El programa de nadal de Cerdanyola del Vallès s'emmarca en l'estratègia municipal de promoció de la ciutat. Les polítiques de promoció de la ciutat poden incloure diverses iniciatives per fomentar el desenvolupament econòmic, cultural i social. Aquestes responen a l'objectiu general d'incloure diverses iniciatives per millorar la visibilitat i atractiu d'una ciutat, tant a nivell local, comarcal com en el seu entorn metropolità.

La promoció de la ciutat com a estratègia de desenvolupament social és un plantejament que busca millorar la qualitat de vida dels seus habitants mitjançant l'atracció de coneixement, el turisme i el desenvolupament local. Aquests són alguns punts clau :

Marca de la ciutat: la creació d'una marca de ciutat és una eina poderosa per representar i promoure la identitat d'una ciutat. Aquesta estratègia implica la col·laboració entre societat, govern i iniciativa privada per posar en valor els aspectes singulars i atractius de la ciutat. En aquest sentit el programa de nadal esdevé un instrument d'aprofundiment en la marca de ciutat, " Cerdanyola, Ciutat del Coneixement" per incidir en l'autoestima de la població i reforçar el conjunt de valors que, en cada indret, orienten el desenvolupament. La Marca de Ciutat és per tant una referència sobre la identitat d'un municipi, en aquest cas Cerdanyola del Vallès. Són els trets o característiques que el diferencien de la resta. Hi concentra els actius que integren el valor de la ciutat: els relacionals, els culturals, els socials i els econòmics. Moltes ciutats europees han centrat la seva estratègia de promoció en l'aspecte cultural. Utilitzar la cultura com a motor de desenvolupament per generar pols d'atracció local, millorar i potenciar la visibilitat de la ciutat.

El programa de nadal de Cerdanyola del Vallès esdevé des de la perspectiva de marca de ciutat un indicador de ciutat del coneixement, com a sinònim de modernitat, ja que s'ha convertit en una eina important, presentant i oferint una manera atractiva, promovent el posicionament de Cerdanyola del Vallès en l'imaginari social com a entitat única, potenciant així tant el seu reconeixement com l'establiment de la seva identitat i dels seus propis valors.



Aquestes estratègies sobre el terreny pretenen atreure recursos externs, però també reforçar la identitat i l'orgull local, que es poden traduir en una major cohesió social i prosperitat per als habitants.

Complementàriament el govern municipal vol aprofundir en apropar esdeveniments de qualitat i amb caràcter de difusió sociocultural al conjunt de la ciutadania, emfatitzant la dimensió social i convivencial de l'animació sociocultural com a element de cohesió social. Aquesta estratègia es centra en desplegar a la ciutat actuacions, esdeveniments que permetin:

- ☐ Desplegar valors, formes de viure i de pensar que cohesionen la societat per configurar marcs de convivència que permetin assolir importants reptes com una millora en la cohesió social, incrementar el sentiment d'arrelament i pertinença a Cerdanyola del Vallès, generar comunitat ciutadana i capital social.
- ☐ Entendre l'accés a la cultura i a la dimensió sociocultural i educativa com un dret dels i les ciutadanes.
- ☐ Aprofundir en el desenvolupament comunitari fonamentat en actuacions basades en la proximitat i la participació mitjançant l'animació sociocultural a fi de caminar cap a una comunitat local tolerant, inclusiva oberta, creativa i intergeneracional.
- ☐ Generar una cultura cívica compartida des de la heterogeneïtat social i cultural de la ciutat.
- ☐ Potenciar l'espai públic de la ciutat com a element clau per a la construcció d'una ciutadania i comunitat local compartida.

Per aquest motiu com a estratègia per a la consecució d'aquests objectius l'Ajuntament de Cerdanyola del Vallès desenvolupa el programa de nadal, accentuant el component social el qual esdevé la part més rellevant del sistema, per la seva cultura, identitat i història, a més del patrimoni material i immaterial, com a potencialitats de la ciutat que li atorga el seu caràcter singular.

La estratègia de marca de ciutat se centra a construir imatges mentals de valor en l'imaginari públic. La imatge de la ciutat està formada per la visió d'elements urbans com edificis monumentals, espais públics, places i altres característiques especials, a les quals afegiríem els seus colors, insígnies, gastronomia, folklore i altres expressions culturals, socials i materials. El programa de nadal com a instrument de promoció de la ciutat i de consolidació de marca de ciutat es contempla a partir de les següents dimensions:



- ☐ Els ciutadans: la ciutat es construeix d'acord a la seva població local, per això els ciutadans són el component inicial i el pilar de l'aprofundiment en la marca de ciutat i per extensió en la promoció de la ciutat.
- ☐ Identitat: ha de reflectir la cultura, la història, el marc referencial, les tradicions de la gent, el que representen i en el que creen, el qual la col·loca com un dels conceptes centrals de l'estratègia de promoció de la ciutat.
- ☐ Infraestructura: La infraestructura urbana és un component rellevant a través del qual es brinden atributs funcionals i d'experiència per a ciutadans i visitants.
- ☐ Comunicació: es conforma per tots els canals: visual (logotips, personatges, disseny de paisatge, d'espais públics), verbal (storytelling), mitjans de comunicació (tradicionals, digitals i altres), etc.
- ☐ Experiència que ofereix la ciutat: és l'experiència que el conjunt de la ciutadania té de la ciutat, com el resultat de la influència del conjunt dels components anteriors.

Les característiques que es projecten a través del seu patrimoni cultural, imatges, arquitectura, infraestructures i tecnologia per a la seva estratègia de promoció de la ciutat; amb un objectiu: **construir una ciutat moderna i referent. Així doncs el programa de nadal esdevé per una banda un instrument** amb la finalitat de dinamitzar el teixit productiu i social de Cerdanyola del Vallès mitjançant la organització d'esdeveniments en espais i equipaments públics que creïn **sinèrgies entre la cultura, l'esport, el turisme i el comerç de proximitat.**

I per altra banda des de la perspectiva de **marca de ciutat és una estratègia que busca, a través de missatges, relacionar i promoure conceptes com sensacions positives en els públics, creant així una imatge de valor, la qual es fonamenta en l'essència de la seva comunitat local; en la seva identitat i cultura com a element diferenciador en un entorn altament competitiu.**

