IL NUOVO MARCHIO DEI MERCATI CIVICI DI CAGLIARI
E LA CAMPAGNA PROMOZIONALE

Il mercato è un mondo affascinante, nel quale i profumi, le persone, i colori, le voci partecipano a creare un'atmosfera unica che si percepisce immediatamente all'ingresso. Insieme all'atmosfera, ciò che affascina di questi luoghi la vita intesa che si svolge all'interno, ciò che viene offerto, il rapporto con i beni preziosi che nascono dalla natura. A rappresentare i Mercati Civici quindi il **simbolo dell'albero della vita**, che offre in questo caso, i frutti della natura, della terra, del mare e del sole.

All'interno dell'albero troviamo i frutti che rappresentano, nella versione istituzionale, i 5 Mercati Civici di Cagliari, differenziati cromaticamente l'uno dall'altro. Chiudono il marchio due elementi grafici (graffe) che idealmente rappresentano le mura della città antica e che contengono il logotipo.

Sono state definite due varianti del marchio identificativo dei Mercati Civici:

- istituzionale, da utilizzare per le comunicazioni che coinvolgono tutti i mercati. Ogni frutto del marchio istituzionale rappresenta un mercato;
- per i singoli mercati che si differenziano tra loro cromaticamente. Gli elementi ellittici sono i frutti della natura offerti dall'albero della vita. Ogni frutto rappresenta una categoria merceologica, sono state individuate 5 principali: Pesci, Ortaggi, Frutta, Formaggi e latticini, Carne e salumi.

L'utilizzo del marchio, oltre alla comunicazione istituzionale direttamente gestita dal Comune in tutte le sue articolazioni, può essere esteso alle iniziative dei privati, ove valutate funzionali alle politiche di promozione dei Mercati Civici e di sviluppo turistico del territorio.

I MERCATI CIVICI E LE PERSONE

Il Mercato Civico è fatto di persone. Persone con esperienza e competenza che accolgono le persone, che raccontano un po' della loro storia ogni giorno, che scherzano, consigliano e suggeriscono i prodotti migliori: sono gli operatori. I loro volti sono parte della storia di ogni mercato. Il rapporto che si instaura con loro è di fiducia, il cliente è coinvolto, coccolato e sa da chi trovare quello che cerca. Il legame tra operatore, prodotto e cliente è imprescindibile, ed è proprio questo che fa la differenza, che rende il Mercato Civico un posto unico, lontano e profondamente diverso dalla grande distribuzione: si cerca quel prodotto, ripercorrendo gesti familiari e della tradizione, come quando un tempo si andava dal lattaio di fiducia per cercare un particolare formaggio, sapendo di trovarlo, insieme ai consigli di chi fa questo lavoro per esperienza e per passione.

La campagna per i Mercati Civici vuole raccontare proprio questo, il rapporto umano unito alla cultura del servizio. Attraverso i gesti degli operatori che ogni giorno colorano e arricchiscono i

mercati, sono stati realizzati 7 soggetti, dalla macelleria fino agli alimentari , ognuno dei quali racconta una categoria, un'emozione, una caratteristica.

I testimonial d'eccezione non potevano che essere gli operatori: i confidenti che spesso insieme all'incarto donano pillole di saggezza, i consulenti che sanno sempre qual'è il pezzo di carne giusto per quella ricetta, gli esperti che mostrano e raccontano i loro prodotti come un artista farebbe della propria opera, gli appassionati che non potrebbero vendere nessun altro prodotto se non il loro: i loro volti, i gesti e le loro storie ci hanno ispirato e ispirano ogni giorno i clienti. Gli operatori si sono prestati con ironia a rappresentare la loro categoria.

Raccontare i Mercati Civici attraverso le immagini, significa raccontare un'emozione, un'esperienza, il gusto dei prodotti offerti, di un consiglio vero e autentico. I mercati offrono un'esperienza diversa dalla grande distribuzione, genuina e autentica come le persone che operano. Per questo le immagini danno la sensazione di autenticità, non troppo pulite, non da rivista patinata, per ritornare ai sapori autentici che troppo spesso, per comodità, si stanno dimenticando e perdendo. Un'immagine di *food* autentica dove la tradizione si sposa con un trattamento attuale.

L'obiettivo è quello di rinnovare e vivacizzare l'immagine dei Mercati cittadini per far riscoprire il gusto di fare la spesa al Mercato nel proprio quartiere in un contesto familiare.

LA CAMPAGNA PROMOZIONALE

La campagna promozionale per il lancio del nuovo Marchio sarà avviata il 2 dicembre per tutto il mese e prevede l'utilizzo delle affissioni di grande formato (6x3) in tutta la città; l'utilizzo di internet (siti e social network); la stampa di oltre 5.000 shopper che saranno gratuitamente messe a disposizione per i clienti e 10.000 cartoline promozionali.