

INFORME D'AVALUACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA EXERCICI 2021

Descripció

El Ple ordinari de març de 2021 va aprovar el Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa. Es tracta d'un document que realitza una anàlisi de la situació actual del sector turístic a la ciutat i estableix les principals accions i línies d'actuació per millorar la destinació turística Terrassa, a partir de la definició d'objectius i estratègies per incrementar la projecció i l'atractivitat de l'oferta. El Pla, que ha comptat amb la col·laboració dels agents públics i privats del sector presents a la ciutat, marca les pautes per continuar avançant per situar Terrassa com una destinació de referència dins el turisme sostenible i responsable.

La redacció del Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa, finançat al 50 per cent per l'Ajuntament de Terrassa i la Diputació de Barcelona, es va iniciar a finals de 2019 i s'ha elaborat a partir de quatre fases: Anàlisi de la situació actual; Formulació de l'estratègia; Pla de Creació i Consolidació i finalment una proposta operacional de promoció del producte turístic de Terrassa. El treball desenvolupat en aquestes diferents fases ha permès establir una imatge clara de la situació actual del sector turístic a la ciutat i a partir d'aquesta informació de base, poder elaborar una estratègia i desenvolupar un conjunt d'accions que contribueixin a situar Terrassa com a una destinació turística de referència.

Així, i en una primera fase del Pla s'ha elaborat una anàlisi de la situació actual que ha comptat amb la col·laboració i la implicació de les empreses, entitats i associacions de l'àmbit turístic, i que ha permès identificar alguns dels elements més destacats que identifiquen, singularitzen i projecten la imatge de la ciutat a l'exterior. Així, Terrassa té en el seu patrimoni industrial vinculat al modernisme un dels atractius turístics més importants. Però el Pla de Màrqueting també posa de relleu que la ciutat té altres elements d'interès amb un gran potencial com són la Seu d'Ègara, l'oferta cultural vinculada a la música i les arts escèniques, Terrassa com a Ciutat Creativa del Cinema de la UNESCO, els Castells i la cultura popular o el Parc Natural de Sant Llorenç.

Un cop completada aquesta primera fase d'anàlisi, s'ha passat a la formulació d'una estratègia a partir dels resultats obtinguts prèviament. Una segona fase del Pla de Màrqueting que ha establert els elements turístics que caldrà promoure a llarg termini i que passen per

potenciar la imatge de Terrassa com a capital catalana del patrimoni modernista industrial i com una ciutat propera, amable, creativa i estimulant, amb una important oferta patrimonial però que aposta també per reforçar altres elements com la cultura, el comerç, la natura o la gastronomia entre d'altres. Una estratègia que contempla també la renovació del disseny i la imatge de Terrassa Turisme i estableix com a prioritari potenciar el turisme de proximitat i de mitjana distància.

Posteriorment, i emmarcat en una tercera fase del Pla, s'ha realitzat un inventari de l'oferta de productes turístics existents, propostes de millora o la introducció de nous productes dins el catàleg de la oferta turística de la ciutat vinculats al turisme de natura, de reunions i congressos o vinculats al patrimoni modernista o els museus.

Finalment, el Pla de Màrqueting Turístic també proposa un seguit de recomanacions i propostes d'acció recollides en diferents àmbits d'actuació i que passen per reforçar el posicionament de la marca turística de Terrassa, incrementar la difusió digital i on line de l'oferta turística de la ciutat, un conjunt d'accions adreçades als visitants per donar a conèixer la destinació i generar interès per visitar-la, millorar l'oferta turística de la mà del sector privat estimulant la creació de nous productes, potenciar la col·laboració entre els diferents sectors turístics de la ciutat o fomentar la col·laboració entre el sector públic i privat, entre altres propostes.

El Pla de Màrqueting turístic de Terrassa preveu fins a 66 accions, distribuïdes entre 6 programes d'actuació, destinades a millorar la ciutat de Terrassa com a destinació turística. Un cop aprovat pel Ple Municipal, aquest mateix 2021 ja s'han començat a impulsar les primeres accions contemplades que passen per desplegar una nova pàgina web o per la creació d'una nova imatge de Terrassa Turisme entre d'altres.

Vigència

El Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa va ser aprovat per l'Ajuntament en Ple el març de 2021 i es pot considerar vigent mentre no s'acabin d'executar totes les accions previstes a la Fase IV o Pla Operacional. En aquesta fase es desenvolupen un total de 66 accions que estan classificades com a prioritat alta (a realitzar durant els anys 2021 i 2022), prioritat mitjana (execució entre 2022 i 2023) i prioritat baixa (a realitzar a partir de 2023). De tota manera, l'execució de les accions esmentades s'ha de realitzar d'acord i de forma supeditada amb les disponibilitats econòmiques i de recursos que estableix el pressupost municipal aprovat per a cada exercici, com també es reflecteix al propi Pla de Màrqueting, de manera que es pot ampliar a futures anualitats.

Les línies estratègiques, així com les propostes de creació i consolidació de productes turístics, es consideren també vigents i constitueixen el document de referència per al pla d'accions anual del Servei de Turisme de l'Ajuntament de Terrassa.

Criteris i metodologia per a la seva avaluació

Com s'ha explicat, el Pla presenta una part de descripció de les línies estratègiques que han de guiar la política turística (Fase II) i una proposta concreta de creació i consolidació de productes turístics (Fase III). Aquestes dues línies marquen la guia de l'actuació anual del Servei de Turisme i estan integrades en el seu pla d'actuació anual.

Finalment, a la Fase IV, el Pla estableix un Programa Operacional o proposta concreta de 66 actuacions, dividides en 6 programes d'actuació:

1. Identitat turística
2. Suport a l'activitat promocional
3. Millora de l'oferta
4. Promoció en mercats
5. Atenció / Informació turística
6. Governança i comunicació interna

Aquestes 66 actuacions s'aniran desenvolupant i implementant d'acord amb els recursos disponibles i amb l'execució del pressupost municipal aprovat per a cada exercici. Per a la seva avaluació i seguiment del compliment de les actuacions previstes, s'elaboren unes fitxes per a cada programa i actuació, que s'adjunten a continuació del present informe, on es recullen les principals accions dutes a terme per a cada exercici, i la seva corresponent despesa. L'actualització i el seguiment d'aquestes fitxes, així com l'anàlisi del pla d'acció anual del Servei, seran els elements que permetran avaluar el nivell d'acompliment de cada actuació, i la correcta aplicació de les línies estratègiques i les propostes de millora.

Període d'avaluació

El període en què es farà aquesta avaluació és el corresponent a l'any 2021, la primera d'aplicació del Pla a partir de la seva aprovació oficial (març de 2021) i la seva presentació pública a la ciutat i als agents del sector (abril de 2021), i en què ja s'han començat a desenvolupar les accions previstes al seu Pla Operacional, a més d'aplicar les línies estratègiques al pla d'actuació seguit pel Servei de Turisme.

Jordi Garreta Clusella - DNI 39171934J
39171934J

Signat digitalment per
Jordi Garreta Clusella -
DNI 39171934J
Data: 2022.05.24
19:50:10 +02'00'

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

Programes:

PROGRAMA 1: IDENTITAT TURÍSTICA (6 ACCIONS)

Aquestes accions estan orientades a incrementar la visibilitat de la marca turística de Terrassa i a la creació de continguts i imatges que reforcin el seu posicionament, així com també a promoure el seu ús per part de tots els actors del sector turístic de la destinació, per tal d'aconseguir transmetre una imatge homogènia i reforçar la comunicació des de tots els emissors.

A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ

A2 PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA

A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS

A4 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS

A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS

A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA

PROGRAMA 2: SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL (12 ACCIONS)

Aquestes accions estan relacionades amb la preparació dels materials de suport necessaris per promoure la destinació als diferents públics i segments dels mercats objectiu. inclou accions que ja es fan, però que cal ajustar segons la nova identitat turística (marca, missatge permanent i decàleg) per tal de reforçar el posicionament desitjat. la recomanació és reduir les versions en paper i incrementar les versions digitals i també incorporar edicions/versiones destinades a persones amb discapacitats sensorials

A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB

A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES TEMÀTIQUES

A9 MAPA TURÍSTIC "ANIMAT" DE LA DESTINACIÓ

A10 FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL

A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL

A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS

A13 FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS

A14 AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL

A15 AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS

A16 EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA

A17 MARXANDATGE

A18 XARXES SOCIALS

PROGRAMA 3: MILLORA DE L'OFERTA (12 ACCIONS)

Accions orientades a la millora l'oferta turística existents, i a potenciar actuacions que repercuteixen en la reputació on-line de la destinació. també inclou accions coordinades amb el sector privat per a estimular la creació i l'estructuració de nou producte i fomentar la col·laboració entre els diferents sectors turístics de Terrassa

A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS
ESDEVENIMENTS

A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE

A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT

A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I
ALTRES)

A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES

A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA

A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC

A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPAIS PER AUTOCARAVANES

A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS

A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC

A30 ESPECIAL NOTORIETAT

PROGRAMA 4: PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE) 24 ACCIONS

*El programa de promoció als mercats inclou accions dirigides a tres grups de públics:
el trade turístic (intermediació), els mitjans i prescriptors, i els visitants.*

A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*

A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN
MERCATS PRIORITARIS*

A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS
MOLT MÉS

A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL

A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*

A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES

A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*

A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)

Accions adreçades a consolidar la relació amb la premsa, bloggers i prescriptors per tal de controlar millor els continguts emès de terrassa com a ciutat i com a destinació turística i aconseguir una visualització permanent de la ciutat entre els públics i mercats prioritaris

- A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*
- A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS
- A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*
- A42 DOSSIER DE PREMSA
- A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS
- A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*

***LES ACCIONS 39, 41 I 44 PODEN SER EXTERNALITZADES A UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓ I RRPP, PERÒ SEMPRE ESPECIALITZADA EN TURISME**

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)

Accions adreçades als visitants, tant turistes com excursionistes, de la destinació. són actuacions directes al consumidor per donar a conèixer la destinació i generar interès per visitar-la

- A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS
- A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS
- A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES
- A48 CAMPANYES TERRASSAS ESSENCIAL
- A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO

- A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT
- A51 D'USUARIS
PRESÈNCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS
- A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES
- A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS
- A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL

PROGRAMA 5: ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)

Inclou accions adreçades als visitants, tant a turistes com a excursionistes de la destinació per facilitar l'accès a la informació turística de la destinació i accions de millora en l'obtenció d'informació del vistant.

- A55 NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA
- A56 PUNT MÒBIL D'INFORMACIÓ
- A57 IMPULS PROGRAMA PIT's- DIPUTACIÓ DE BARCELONA
- A58 EDICIÓ MEMÒRIA ANUAL D'ACTIVITATS
- A59 MONITOREIG ACTIVITAT TURÍSTICA A LA DESTINACIÓ I IMPULS OBSERVATORI COMARCAL
- A60 ESTUDI DE PERFIL I CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL
- A61 MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA

PROGRAMA 6: GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)

Inclou accions adreçades als ciutadans i d'accions orientades a millorar l'actual model de governança i fomentar la col·laboració entre el sector públic i privat

A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA
TERRASSA

A63 TAULA DE TREBALL I TAULES O CLUBS ESPECÍFICS DE
PRODUCTE

A64 ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR

A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS
DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA

A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE
TERRASSA "ORGULL EGARENC"

CALENDARI ACCIONS 2021 i PRESSUPOST

**CALENDARI Programa 1
IDENTITAT TURÍSTICA**

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ												
A2 PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA												
A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS												
A4 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS												
A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS												
A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA												

**PRESSUPOST Programa 1
IDENTITAT TURÍSTICA**

Acció	Pressupost
A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ	17.424
A2 PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA	0
A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS	0
A4 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS	627,99 1.901,12 147,14
A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS	0
A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA	0
	20.100,25

PRESSUPOST programa 2
SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL

Acció	Pressupost
A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB	0
Actualització web, redacció projecte nova web	
	2.964,50
	3.085,50
	3.012,90
A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES TEMÀTIQUES	
A9 MAPA TURÍSTIC "ANIMAT" DE LA DESTINACIÓ	0
	393,25
	665,50
A10 FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL	
A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL	665,50
A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS	
	1.151,92
	2420,58
	883,30
	2744,28
	1.240,25
	423,50
A13 FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS	0
A14 AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL	60
A15 AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS	0
A16 EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA	3.025,00
	968,00
A17 MARXANDATGE	0
A18 XARXES SOCIALS	346,06
	433,18
	1.500,40
	130,68
	26.114,30

CALENDARI Programa 3													
MILLORA DE L'OFERTA													

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
--------------	--------------	---------------	-------------	--------------	-------------	-------------	---------------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------

A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS														
A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE														
A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT														
A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)														
A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES														
A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA														
A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA														
A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC														
A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESP AIS PER AUTOCARAVANES														
A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS														
A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC														
A30 ESPECIAL NOTORIETAT														

MILLORA DE L'OFERTA

Acció	Pressupost
A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS	
A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE	
	2.398,22 200 163,35 40 150 91,96 17.773,67
A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT	
A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)	
	9.578,35 40 5.000
A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES	
A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA	
A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA	
A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	
A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPAIS PER AUTOCARAVANES	
A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS	
A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC	
A30 ESPECIAL NOTORIETAT	
	35.435,55

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*												
A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*												
A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS												
A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL												
A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*												
A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES												
A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*												
A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES												

PRESSUPOST Programa 4 PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)

Acció	Pressupost
A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*	
A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*	
A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS	
A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL	
A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*	
A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES	
A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*	
A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES	

CALENDARI Programa 4**PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)**

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*												
A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS												
A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*												
A42 DOSSIER DE PREMSA												
A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS												
A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*												

PRESSUPOST Programa 4**PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)**

Acció	pressupost
A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*	
A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS	
A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*	
A42 DOSSIER DE PREMSA	
A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS	
A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*	

CALENDARI Programa 4**PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I**

EXCURSIONISTES)

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS												
A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS												
A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES												
A48 CAMPANYES TERRASSAS ESSENCIAL												
A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO												
A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT												
A51 PRESÈNCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARIS												
A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES												
A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS												
A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL												

PRESSUPOST

Programa 4

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)

Acció	Pressupost
A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS	
A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS	
A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES	
A48 CAMPANYES TERRASSAS ESSENCIAL	
A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO	
A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT	
A51 PRESÈNCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARIS	
A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES	242,00
A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS	156
A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL	
	398

CALENDARI Programa 5

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A55 NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA												
A56 PUNT MÒBIL D'INFORMACIÓ												
A57 IMPULS PROGRAMA PIT's- DIPUTACIÓ DE BARCELONA												
A58 EDICIÓ MEMÒRIA ANUAL D'ACTIVITATS												
A59 MONITOREIG ACTIVITAT TURÍSTICA A LA DESTINACIÓ I IMPULS OBSERVATORI COMARCAL												
A60 ESTUDI DE PERFIL I CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL												
A61 MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA												

PRESSUPOST Programa 5

Acció	Pressupost
A55 NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA	

A64	ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR												
A65	PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA												
A66	CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE TERRASSA "ORGULL EGARENC"												

PRESSUPOST Programa 6

Acció	PRESSUPOST
A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA TERRASSA	
A63 TAULA DE TREBALL I TAULES O CLUBS ESPECÍFICS DE PRODUCTE	
A64 ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR	
A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA	1.694,00 2.141,70 847,00
A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE TERRASSA "ORGULL EGARENC"	
	4.682,70

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 1: IDENTITAT TURÍSTICA (6 ACCIONS)

Aquestes accions estan orientades a incrementar la visibilitat de la marca turística de Terrassa i a la creació de continguts i imatges que reforcin el seu posicionament, així com també a promoure el seu ús per part de tots els actors del sector turístic de la destinació, per tal d'aconseguir transmetre una imatge homogènia i reforçar la comunicació des de tots els emissors.

- A1** DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ
- A2** PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA
- A3** PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS
- A4** CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS
- A5** CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS
- A6** ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
<i>Actuació</i>	A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ
<i>Actuacions relacionades</i>	A2 Pack digital d'identitat turística A3 presentació de la Marca A6. Adaptació de la nova identitat de l'Oficina de Turisme-masia
<i>Objectius</i>	INCREMENTAR LA VISIBILITAT DE LA MARCA TURÍSTICA DE TERRASSA. CREACIÓ DE CONTINGUTS I IMATGES QUE REFORCIN EL SEU POSICIONAMENT, AIXÍ COM TAMBÉ A PROMOURE EL SEU ÚS PER PART DE TOTS ELS ACTORS DEL SECTOR TURÍSTIC DE LA DESTINACIÓ, PER TAL D'ACONSEGUIR TRANSMETRE UNA IMATGE HOMOGENIA I REFORÇAR LA COMUNICACIÓ DES DE TOTS ELS EMISSORS.
<i>Descripció</i>	<p>Cal realitzar un brífing per a l'encàrrec de la nova marca turística de Terrassa, tot considerant les indicacions de la Fase II d'estratègia, específicament respecte al posicionament desitjat, el decàleg, el missatge permanent i la marca turística.</p> <p>També caldrà desenvolupar el Manual d'Aplicació de la marca, document que recollirà tots els supòsits, actuals i previsibles a mig termini, per a la seva correcta implementació:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filosofia i característiques de la marca; tipografies, colors, escala mínima, etc. • Materials de promoció off line i online. Línia bàsica de publicacions. • Campanyes en diferents suports. • Presència en les xarxes socials. • Portal web. • Senyalització exterior i interior. • Oficines i punts d'informació turística: interior i exterior. • Marxandatge. • Convivència de la marca amb altres marques. <p>Es recomana incloure un apartat específic sobre la marca turística i la seva aplicació a la pàgina web de la destinació (en un apartat específic per a professionals), on es podrà descarregar una versió reduïda del manual amb alguns exemples concrets d'aplicació</p>
<i>Tasques</i>	- Brífing per encarregar la nova Marca - Adjudicació contracte elaboració disseny identitat gràfica de la nova marca Turisme Terrassa
<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa
<i>Recursos/ Pressupost aproximat</i>	17.424 euros

Finançament	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
-----------	------	------	------

Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> Realització briefing per encarregar la nova Marca Encàrrec de la nova Marca
-------------------------	--

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
-------------------	----------------------------

Actuació	A2 PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA
----------	--

Actuacions relacionades	A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ
-------------------------	--

Objectius	PROMOURE EL SEU ÚS PER PART DE TOTS ELS ACTORS DEL SECTOR TURÍSTIC DE LA DESTINACIÓ, PER TAL D'ACONSEGUIR TRANSMETRE UNA IMATGE HOMOGÈNIA I REFORÇAR LA COMUNICACIÓ DES DE TOTS ELS EMISSORS
-----------	--

Descripció	Aquest pack digital d'identitat turística inclourà una explicació conceptual de la marca i una versió reduïda del manual d'aplicació. També incorporarà les dades de contacte per consultar dubtes i orientació en aquest tema. S'enviarà als membres de la Taula de Treball, a altres actors d'interès o empreses/entitats que actuïn en la promoció de la ciutat.
------------	---

Tasques			
Entitats responsables	Ajuntament- Servei de Turisme i Promoció Exterior		
Recursos/Pressupost aproximat	0 Acció 2022		
Finançament	Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment			

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
-------------------	----------------------------

Actuació	A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS
----------	---

Actuacions relacionades	A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p><i>Planificar una roda de presentacions i tallers de treball per a la presentació de la marca turística al sector implicat i també a nivell intern, a la pròpia Taula de Producte i responsables de les diferents àrees municipals, per tal de traslladar la importància del seu bon ús per part de tothom, l'aportació de valor que suposa la seva utilització i respondre dubtes al respecte. Aquestes presentacions i tallers també inclouran una part pràctica, amb exercicis específics de comaplicar la marca a una sèrie de casos concrets. Igualment, aprofitar la realització d'altres tallers i seminaris formatius que es dugin a terme al llarg del 2021, de diverses temàtiques, per incorporar sempre un punt específic sobre l'ús de la marca.</i></p> <p><i>A l'apartat específic sobre la marca de la pàgina web (apartat Professional), figurarà una crida visible sobre aquestes presentacions i tallers de marca.</i></p> <p><i>Per una altra banda, considerem fonamental posar en marxa una campanya interna de coneixement empoderament de la nova marca</i></p>
------------	--

	<i>turística de Terrassa per part del sector i la ciutadania, utilitzant els canals i suports propis de l'Ajuntament (campanya banderoles, opis i similars, xarxes socials i webs municipals, butlletins i altres publicacions, etc.). Serà una campanya que apel·li el sentiment d'orgull per la nostra ciutat i la nostra oferta turística, així com la importància de construir entre tots una marca forta, que romanguí en el temps.</i>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament- Servei de Turisme i Promoció Exterior</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme Acció 2022</i>		
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa: servei de Turisme</i>		
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
-------------------	----------------------------

Actuació	A4 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS
-----------------	---

Actuacions relacionades	<i>Programa 2 A.8.- VÍDEO DE PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES TEMÀTIQUES</i>
--------------------------------	---

Objectius	
------------------	--

Descripció	<p><i>Es tracta de revisar, actualitzar i fomentar la creació de continguts visuals sobre la destinació i la seva oferta turística. En concret, es recomana:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Generar de forma permanent un banc d'imatges de la destinació (fotos i vídeos) per millorar els impactes visuals dels materials de promoció i de les campanyes de comunicació i aconseguir el posicionament desitjat. Aquest material ha de reflectir la realitat de l'oferta de productes turístics de Terrassa, en coherència amb les diferents categories definides a la fase de l'estratègia del Pla.</i> <i>• Contemplar el decàleg turístic de la destinació com element generador d'imatges i vídeos.</i> <i>• Considerar la presència de persones en les imatges, per tal de mostrar el dinamisme de l'activitat turística com a generadora d'experiències memorables.</i> <i>• Contemplar la creació de continguts audiovisuals específics i adaptats a les noves tendències de les xarxes socials i a les diferents aplicacions mòbils.</i> <p><i>Tot aquest material es facilitarà al sector turístic de Terrassa així com al trade turístic i als mitjans de comunicació/influencers, per tal que puguin utilitzar-lo en els seus materials de comunicació i millorar les referències que facin a la nostra destinació així com la qualitat de les imatges i vídeos utilitzats.</i></p> <p><i>Es recomana donar accés al sector a aquest banc d'imatges i vídeos a través de l'apartat de Professionals del web turístic (prèvia signatura de la sol·licitud i restricció d'ús que calgui). Acció de caràcter permanent.</i></p>
-------------------	---

Tasques	<ul style="list-style-type: none"> <i>• Fotografies de recursos turístics i activitats</i> <i>• Fotografies productes per calendari gastronòmic</i> <i>• Filmació aèria (drons) esglésies Sant Pere i Parc de Vallparadís. Edició i muntatge de vídeo d' 1 minut aprox</i> <i>• Filmació aèria (drons) Masia Freixa i mnactec. Edició i muntatge de vídeo (per Fira Modernista)</i> <i>• Creació vídeos "L'anècdota de Terrassa", per xxss</i>
----------------	---

Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	<ul style="list-style-type: none"> • Filmació drons Seu d'Ègara: 627,99 euros • Filmació drons Masia Freixa i mnactec: a càrrec pressupost Fira Modernista • <i>Fotografies productes per calendari gastronòmic</i>: 1.901,12 euros • Fotografies recursos turístics: banc de imatges a càrrec personal Servei (sense cost). • Vídeos “L’anècdota de Terrassa”, per xxss ,sense cost (a càrrec Servei de Turisme) • <i>Fotografies per bodegons productes botiga</i>: 147,14 euros
-------------------------------	--

Finançament	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme i Fira Modernista
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
-----------	------	------	------

Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> . Els vídeos editats i fotografies realitzades . Selecció de les 10 fotos Terrassa essencial, per tramesa a professionals i sector turisme . Incorporació imatges i vídeos a la web www.visitaterrassa.cat . Campanyes a xxss Terrassa Turisme . Publicacions editades amb el imatges encarregades
-------------------------	--

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
-------------------	----------------------------

Actuació	A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>Es tracta de revisar, actualitzar i fomentar la creació de continguts textuais sobre la destinació i l'oferta turística orientat a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reforçar el posicionament desitjat de la destinació. • Homogeneïtzar missatges i continguts derivats del decàleg turístic i dels productes turístics prioritaris (Productes “Estrella”, productes “A”). • Garantir una certa coherència en els continguts comunicacionals utilitzats en els diferents suports i mitjans, i en la promoció realitzada pels diferents actors del sector. <p>També es facilitarà l'accés al banc de textos al sector, mitjans i intermediació, a través de l'apartat de Professionals del web turístic.</p> <p>Acció de caràcter permanent.</p>
------------	---

Tasques	<ul style="list-style-type: none"> . Redacció 10 raons per visitar Terrassa, d'acord amb missatge del Decàleg Turístic . Difusió a través de les xxss de Terrassa Turisme . Redacció textos per a difusió dels productes estrella i productes A. . Redacció textos per Presentació de la ciutat 		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa - Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat	Sense cost , a càrrec Servei de Turisme		
Finançament	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> . Banc de textos per a xxss i web . Incorporació al web www.visitaterrassa.cat . Presentacions per a mitjans de comunicació i articles revistes especialitzades Turisme 		

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
<i>Actuació</i>	A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA
<i>Actuacions relacionades</i>	<i>Programa 1- A1 Disseny d'una nova marca turística i desenvolupament del Manual d'Aplicació</i> <i>Programa 5. Atenció i informació turística</i>
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p><i>Entenem que l'oficina d'informació turística de la Masia Freixa és, tant per la seva funció com per la seva ubicació, un element molt important de comunicació de la destinació, per la qual cosa ha de transmetre el posicionament desitjat i contribuir a la visualització de l'oferta turística de la ciutat i a la seva comercialització.</i></p> <p><i>Es tracta de treballar en l'adaptació de l'oficina de turisme actual a la nova identitat turística i generar un model que pugui ser replicable a altres espais, si fos el cas.</i></p> <p><i>Aspectes a considerar:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• L'estructuració bàsica de l'espai, definint clarament les diferents zones o àrees (informació/atenció personalitzada, informació interactiva, espai de materials promocionals, espai de botiga, etc.).</i> <i>• La comunicació de la nova imatge turística a través dels suports físics i dels diferents elements comunicacionals utilitzats (visibilització de la marca turística, dels colors i dels seus atributs, segons indicacions realitzades en la fase II d'estratègia).</i> <i>• En el cas específic del mobiliari, s'hauria de contemplar, per exemple, la utilització de materials sostenibles.</i> <p><i>Respecte als elements de comunicació de l'oficina, hem d'aplicar la nova identitat turística segons especificacions del Manual d'Aplicació:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Rètol de l'oficina.</i> <i>• Panells i/o cartells informatius exteriors i interiors.</i> <i>• Suports de senyalització "in-situ".</i> <i>• Elements de marandatge de la botiga.</i> <i>• Etc.</i> <p><i>Els aspectes relacionats amb la informació i atenció al visitant es tracten al Programa 5 d'Atenció i Informació Turística.</i></p>
<i>Tasques</i>	<i>Començar a treballar en el projecte per a l'adaptació d'estil de l'Oficina de Turisme</i>
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme i col.laboració Servei de Comunicació</i>
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
<i>Finançament</i>	<i>Acció 2022</i>

MASIA FREIXA													
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

PRESSUPOST Programa 1 IDENTITAT TURÍSTICA	
--	--

Acció	Pressupost
A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ	
	17.424
A2 PACK DIGITAL D'IDENTITAT TURÍSTICA	
	0
A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS	
	0
A4 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC D'IMATGES I DE VÍDEOS	
	627,99
	1.901,12
	147,14
A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS	
	0
A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA	
	0
	20.100,25

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 2: SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL (12 ACCIONS)

Aquestes accions estan relacionades amb la preparació dels materials de suport necessaris per promoure la destinació als diferents públics i segments dels mercats objectiu. Inclou accions que ja es fan, però que cal ajustar segons la nova identitat turística (marca, missatge permanent i decàleg) per tal de reforçar el posicionament desitjat. La recomanació és reduir les versions en paper i incrementar les versions digitals i també incorporar edicions/versiones destinades a persones amb discapacitats sensorials

- A7** RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB
- A8** VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLLES TEMÀTIQUES
- A9** MAPA TURÍSTIC "ANIMAT" DE LA DESTINACIÓ
- A10** FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL
- A11** FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL
- A12** FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS
- A13** FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS
- A14** AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL
- A15** AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS
- A16** EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA
- A17** MARXANDATGE

A18 XARXES SOCIALS

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
<i>Actuació</i>	A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB
<i>Actuacions relacionades</i>	<i>Programa - Identitat Turística</i>
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Tot i que actualment s'estan realitzant alguns ajustos al web actual, caldria revisar i adaptar la pàgina web a la nova imatge de la marca turística i a les estratègies de posicionament formulades. D'igual manera, els continguts i la forma de presentació dels mateixos ha de ser coherent amb el missatge global de la destinació i l'estratègia de productes i mercats definida en la fase II.</p> <p>En aquest sentit recomanem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporar el decàleg turístic de forma visible. • Estructuració de l'oferta turística segons la graella de productes de la destinació. • Destacar els productes "Estrella" i "A" com imperdibles de la visita a Terrassa: Terrassa essencial. • Incorporar propostes de visites d'un dia i de 3 dies o cap de setmana, principalment, adreçades als mercats de prioritat 1 i prioritat 2, tot posant èmfasi en els nous productes definits a la fase III (Terrassa Essencial, el Passeig dels Museus de Terrassa, Terrassa Verda...) • Donar molta visibilitat a l'agenda d'esdeveniments. • Espai per a poder descarregar el material promocional (mapes, fulletons...). • Creació d'un espai per a professionals on, prèvia identificació, es pugui accedir a la informació específica dirigida al sector i als contactes dels diferents responsables turístics, públics i privats, de la destinació. També es podria descarregar la versió reduïda del manual d'aplicació de la nova marca turística • Donar visibilitat a les actuacions que es facin vinculades a la sostenibilitat i accessibilitat de la destinació turística, així com a les empreses turístiques implicades (la Terrassa més sostenible, la Terrassa més accessible). • Considerar la inclusió de mapes, també en versió animada
<i>Tasques</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Redactar els continguts de la nova web - Gestionar nou encàrrec amb els tècnics dels Serveis municipals de Tecnologia - Realització ajustos al web actual: destacats productes estrella, nous productes turístics... Banc d'imatges i vídeos - Incorporar calendari d'esdeveniments en espai destacat

<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa: Serveis de Turisme i de Tecnologia</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>A càrrec Serveis municipals (Turisme i Tecnologia)</i>		
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme Nou web. Projecte 2022</i>		
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Redacció del projecte nova web Incorporació calendari d'esdeveniments al web actual Incorporació nus productes turístics creats Realització ajustos al web actual: destacats, incorporació videos...</i>		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
<i>Actuació</i>	A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLAS TEMÀTIQUES		
<i>Actuacions relacionades</i>	<i>Programa 1. A4 Creació de continguts: Banc d'imatges i vídeos</i>		
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p>Producció d'una presentació audiovisual de la destinació per al públic en general dels diferents mercats, en dos versions: una de no més de 4 minuts i una altra versió més reduïda de no més de 2 minuts. A més de la qualitat de les imatges i de la direcció (recomanem encarregar-la a una empresa especialitzada), es donarà especial importància a l'aspecte musical (es podria incorporar alguna versió del Festival de Jazz).</p> <p>Fer participar a residents i visitants d'oci i professionals, per transmetre la vivència de la visita.</p> <p>Aquests elements s'inclouran en l'espai de professionals del web per tal de que el sector pugui descarregar-los i utilitzar-los en la seva promoció. D'igual manera, és un suport per a altres accions promocionals com fires, presentacions a la premsa i/o prescriptors o a operadors específics, en xarxes socials, etc.</p> <p>L'estructuració dels continguts del vídeo ha de ser un reflex del</p>		

	<p>decàleg turístic de la destinació de Terrassa. Es recomana revisar-lo i actualitzar-lo si és necessari cada dos anys, sigui per les imatges o per ajustos de textos, o també per fer esmenes i aferir noves propostes. Respecte a les píndoles temàtiques, fan la funció de “mini espots publicitaris” i tindrien una durada d 20” o 30“. Recomanem fer-ne una mínim per a cada punt del decàleg i també del principals productes, tant els actuals com els nous productes formulats</p>
--	---

<i>Tasques</i>	<p><i>-Briefing i Redacció continguts projecte vídeo promoció</i> <i>-Encàrrec vídeo promocional empresa Pau Canaleta : Recerca documentació i guió vídeo marca turística de Terrassa</i> <i>Loguer material tècnic i producció audiovisual vídeo turisme Terrassa</i> <i>- Redacció projecte continguts. Producció vídeos promoció turisme esportiu i turisme de reunions (píndoles temàtiques), a càrrec de Canal Terrassa</i></p>
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>
------------------------------	---

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<p><i>Recerca documentació i guió vídeo marca turística de Terrassa</i> <i>2.964,50€</i> <i>Lloguer material tècnic i producció audiovisual vídeo turisme Terrassa</i> <i>3.085,50 €</i> <i>Producció vídeos promoció turisme esportiu i turisme de reunions (píndoles temàtiques)</i> <i>3.012,90 €</i></p>
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>
--------------------	---

<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
------------------	-------------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>- Encàrrec vídeo promocional empresa Pau Canaleta : Recerca documentació i guió vídeo marca turística de Terrassa. Loguer material tècnic i producció audiovisual vídeo turisme Terrassa</i> <i>- Producció 2 vídeos (píndoles temàtiques: turisme reunions i turisme esportiu</i></p>
--------------------------------	--

<i>Actuació</i>	A9 MAPA TURÍSTIC “ANIMAT” DE LA DESTINACIÓ
-----------------	---

<i>Actuacions relacionades</i>	A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB
--------------------------------	--------------------------------------

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p>Fer una versió “animada” de l’actual mapa turístic general de Terrassa, posant en relleu els productes Estrella i els productes A de la destinació, cadascun amb una descripció del producte i interrelacionant-los amb un relat integral. Utilitzar dibuixos o símbols internacionals que ajudin a la comprensió, per evitar la traducció a altres idiomes.</p> <p>Ajustar les propostes de visites d’un dia amb els imperdibles de la destinació i activitats complementàries com compra i menjar (graella de productes definida en la fase 2 d’Estratègia).</p> <p>Ajustar el disseny a la identitat de la nova marca turística de la destinació. Incorporar al nou web, en enviaments i xarxes socials.</p> <p>Idiomes: Mantenir els idiomes actuals. Un bon exemple és l’actual mapa d’Àustria:</p> <p>https://www.traveler.es/micros/turismo-deaustria/austriaalacarta/?utm_campaign=newsletter_20201001&utm_content=&utm_medium=email&utm_source=newsletter_traveler_es</p>
-------------------	--

<i>Tasques</i>	Sol.licitud de pressupost a empreses (Genèric)
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme
------------------------------	---

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	Acció 2022, juntament amb renovació web
--------------------	---

<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
------------------	------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	
--------------------------------	--

Programa 2	SUPORT A L’ACTIVITAT PROMOCIONAL
-------------------	---

<i>Actuació</i>	A10 FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL
-----------------	--

<i>Actuacions relacionades</i>	<p>A1 Disseny d’una nova marca</p> <p>A 9 Mapa turístic animat</p> <p>A11 Fulletó mapa terrassa essencial</p> <p>A12 Fulletons-mapes especialitzats temàtics</p>
--------------------------------	--

Objectius				
Descripció	<p>Revisió dels continguts i estil del mapa general de la destinació, en un format econòmic que permeti la seva distribució massiva des de l'oficina de turisme, PIT's i establiments turístics de Terrassa. Incloure tots els productes principals i els circuits/rutes/itineraris que es proposen per a recórrer la ciutat.. Per tal de simplificar la seva adaptació als diferents idiomes, es recomana utilitzar iconografia internacional sempre que sigui possible, per tal d'evitar un ús excessiu de textos que requereixin traducció.</p> <p>També versió digital per a ser descarregat a través de la pàgina web i xarxes socials. Tots els materials adreçats al consumidor final, faran una crida a visitar la pàgina web de turisme de Terrassa per obtenir més informació i també convidaran a compartir la seva experiència de visita a través de xarxes i plataformes, especialment Instagram. Pensar en una versió per a persones amb discapacitat visual, si és possible.</p> <p>Es tracta d'un material que caldrà revisar anualment.</p>			
Tasques	<p><i>Sol.licitat pressupost a empresa disseny+impressió (Genèric)</i> <i>Plànol tipus tac/fulles (redisseny plànol anys edicions anteriors)</i> <i>Revisió i actualització cartografia</i></p>			
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</i>			
Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>Disseny i maquetació nou plànol-tac: 393,25 €</i> <i>Impressió: 2022</i> <i>Composició i actualització cartografia plànol-tac Turisme: 665,50</i></p>			
Finançament	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</i>			
Calendari	<table border="1"> <tr> <td>2021</td> <td>2022</td> <td>2023</td> </tr> </table>	2021	2022	2023
2021	2022	2023		
Indicadors de seguiment	<i>. Disseny i maquetació nou plànol</i>			

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
<i>Actuació</i>	A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL		
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 Disseny d'una nova marca A 9 Mapa turístic animat A7 Renovació de la pàgina web		
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	Es proposa fer un fulletó específic basat en el producte "Terrassa Essencial" i les seves diferents versions, que informi i motivi el visitant de dia, i també el de curta estada, a conèixer els imperdibles de la destinació (productes estrella i productes A). Preferentment en format digital i descarregable des del portal web. L'edició en paper difondre-la a través de l'oficina d'informació turística i els PITS. Ajustar al nou estil de comunicació resultant de la nova marca turística de la destinació i seguir les indicacions del manual d'aplicació.		
<i>Tasques</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Redacció continguts per donar a conèixer els imperdibles de Terrassa (productes estrella i productes A) - Sol.licitud de pressupost per proposta disseny (format online i impressió) - Disseny i maquetació nova guia Terrassa Turisme 2022, incorpora Terrassa Essencial, productes estrella, productes, experiències... 		
<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Disseny i actualització guia Terrassa Turisme 2022: 665,50 € Impressió: any 2022 Acció 2022: Edició fulletó específic Terrassa Essencial		
<i>Finançament</i>	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Redacció continguts i selecció imatges -Disseny fulletó en format digital per web i xxss 		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
Actuació	A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS		
Actuacions relacionades	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web A 9 Mapa turístic animat		
Objectius			
Descripció	<p>Es dirigeix al consumidor final amb interessos específics per una activitat concreta de l'oferta de productes turístics de la destinació. Es tracta de realitzar-los segons prioritats de productes i posar èmfasi en els nous productes.</p> <p>No cal editar-los tots simultàniament, sinó en funció de les prioritats de cada moment i del grau d'estructuració de cada producte. No obstant, el disseny i la línia gràfica dels fulletons-mapa han de seguir la mateixa coherència per tal de visualitzar que es tracta d'una col·lecció de publicacions temàtiques.</p> <p>Inclouran, com en tot el material de suport promocional, el missatge global (el decàleg, la marca i el missatge permanent).</p> <p>Es recomana donar prioritat a la versió digital, descarregable també des del portal web. A tall d'exemple, es mostra els fulletons-mapes editats pel Patronat de Turisme Girona-Costa Brava, donat que responen perfectament al que volem recomanar.</p>		
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> - Encàrrec impressió fulletó rutes 2021 - Encàrrec calendari gastronòmic - Publicacions campanya tardor de cuina i bolets 2021 		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat	<ul style="list-style-type: none"> - Impressió fulletó rutes 2021: 1.151,92 - Impressió programes campanya tardor de cuina i bolets : 2420,58 - Dissey calendari gastronòmic: 883,30 - Impressió calendari gastronòmic 2022: 2744,28 - Reedició plànol turístic: 1.240,25 - Disseny fliers per esdeveniments 2022: 423,50 		
Finançament	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme Acció 2022: edició fulletons específics per productes (natura, esports, Camí de sant Jaume...)		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	Impressió fulletó rutes 2021		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
<i>Actuació</i>	A13 FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Desenvolupar un material de presentació de Terrassa com a destinació turística, en format digital, adreçat a intermediaris i a públic professional, que serveixi com a manual de vendes i que també incorpori un directori de les empreses turístiques amb les dades de contacte.</p> <p>Es tracta d'una presentació àmplia, que actuï com un paraigües i a partir de la qual es puguin preparar diferents versions de</p>

	<p>presentacions per donar resposta a les necessitats concretes de cada ocasió. Es a dir, incorporarà una part general, a mantenir sempre (Visió, Decàleg, Productes prioritaris), i unes parts específiques, que poden ser independents, per tal de configurar la presentació final, com per exemple, un annex específic sobre els espais MICE de la destinació, serveis de suport a les reunions, etc. Idiomes: català, castellà, anglès i francès en una primera etapa, ampliables a altres idiomes en funció dels mercats prioritats 3 on ens dirigirem a nínxols específics. Aquesta presentació serà accessible i descarregable des de l'apartat per a "Professionals" del portal web.</p> <p>Respecte al disseny seguir la línia gràfica i d'imatge de la nova marca turística de la destinació (colors, tipografia, aplicació de la marca...) Es recomana revisar i actualitzar els continguts de forma periòdica, cada dos anys aproximadament.</p>
--	--

<i>Tasques</i>	
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
------------------	-------------	-------------	-------------

<i>Indicadors de seguiment</i>	
--------------------------------	--

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
<i>Actuació</i>	A14 AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Potenciar i donar major visibilitat a l'agenda dels diferents tipus d'esdeveniments celebrats a Terrassa, tot i que, actualment, ja hi ha incorporat un calendari al web https://visitaterrassa.cat/agenda-events/, dins l'apartat Esdeveniments i Fires. Es tractaria, com a primera prioritat, de potenciar la notorietat comunicacional d'aquests esdeveniments que són de caràcter permanent. Donar visibilitat a l'apartat d'Agenda del portal web i estructurar els continguts per tal de que siguin de fàcil localització i interacció. Es recomana incidir en promoció de forma anticipada a la celebració de l'esdeveniment, principalment a través de les xarxes socials i de campanyes online (considerant el calendari de festius dels mercats prioritaris, a més de l'intern, Andorra, Sud de França i ciutats creatives UNESCO de l'Estat).</p> <p>Enviar el calendari d'esdeveniments (en format digital) a empreses i operadors, per tal d'estimular l'estructuració de paquets, així com a mitjans i a organismes de promoció turística comel Consell de Turisme del Vallès Occidental, Barcelona molt més-Costa Barcelona i l'ACT, per tal que puguin conèixer-la i considerar-la en la seva promoció.</p> <p>A més, caldria fer arribar aquesta informació també als segments professionals de Terrassa, a través de les empreses i associacions. Respecte al disseny, seguir la línia gràfica i d'imatge de la nova marca turística de la destinació (colors, tipografia,...).</p> <p>Disposar d'una versió de l'agenda de grans dimensions per instal·lar a l'oficina d'informació turística de la Masia Freixa. Es recomana revisar i actualitzar els continguts permanentment.</p>
<i>Tasques</i>	<ul style="list-style-type: none"> . Incorporació de l'agenda a la Guia de Terrassa Turisme . Edició d'original format pdf, amb actualitzacions d'esdeveniments i dates. 1a actualització: maig 2021 – 2a actualització: setembre 2021 . Tramesa document a representants Taula de Treball de Producte Turístic (maig 2021) . Actualitzacions a https://visitaterrassa.cat/agenda-events/
<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme

Recursos/Pressupost aproximat	<i>Actualitzacions anuals versió PDF: 60 euros</i>		
Finançament	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> <i>. Elaboració de l'agenda i actualitzacions. Edició en format digital per web</i> <i>. Incorporació al web www.visitaterrassa.cat</i> <i>. Campanyes a xxss dels diferents esdeveniments de projecció</i> <i>. Tramesa a Taula de Treball i empreses</i> 		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
Actuació	A15 AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS
Actuacions relacionades	<i>A1 Disseny d'una nova marca</i> <i>A7 Renovació de la pàgina web</i> <i>A14 Agenda d'esdeveniments anual</i>
Objectius	
Descripció	<p>Es tracta de complementar l'agenda d'esdeveniments anual amb una agenda específica vinculada a una categoria de producte, sempre que generi suficients activitats com per a donar-li una visualització concreta. Estem pensant en productes com l'esport, l'audiovisual i la cultura/arts escèniques, per exemple.</p> <p>Aquesta agenda es pot treballar conjuntament en les taules/comissions específiques de producte.</p> <p>En aquest cas, la difusió és més selectiva i, per tant, cal fer una promoció segmentada.</p> <p>Des de Turisme de Terrassa trobar fórmules de col·laboració entre el sector públic i privat per a la realització i difusió d'aquesta agenda especialitzada. Edició anual, principalment en versió digital</p>

<i>Tasques</i>	<ul style="list-style-type: none"> . Actualització de l'agenda segons tipologia d'esdeveniments . Contacte amb empreses, entitats i associacions del sector turístic per conèixer les dates dels diferents esdeveniments . Comunicació a la Taula de Treball 		
<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa- Taula de Treball de Producte		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	0		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> . Incorporació de diferents esdeveniments (segons producte) a l'agenda d'esdeveniments general del web 		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
Actuació	A16 EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA		
Actuacions relacionades	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web		
Objectius			
Descripció	<p>A més dels APPS de què es disposa, cal fomentar la creació d'altres eines digitals que siguin útils i fàcils d'utilitzar, i que millorin el coneixement de la destinació i l'experiència de la visita. També es pot pensar en un bot associat a l'aplicació de Messenger de Facebook, per a l'atenció permanent a visitants potencials. Altres exemples:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Àudio guies al mòbil, sense necessitat de lloguer d'aparells. • Noves propostes de rutes i itineraris de diferents tipus. • Per identificar els atractius imperdibles de la destinació. • Per identificar l'oferta de restauració, segons tipus de menjar, categoria, ubicació, accessibilitat, saber el que tenim obert en cada moment i poder reservar. • Per accedir de forma ràpida a l'agenda i les activitats del dia. • Per rebre alertes informatives i propostes de visita segons on sigui el visitant. 		
Tasques	<p><i>-Brifing, proposta de continguts nona app</i> <i>- Encàrrec de la Ruta gammificada patrimoni industrial i modernista.</i></p>		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa - Servei de Turisme (<i>Subvenció Diba-catàleg 2021</i>)		
Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>-Digitalització gymkana turística digital Ref. Subvenció Diba. Nou producte turístic "El misteri Muncunill": 3.025,00€</i> <i>-Assessorament i redacció Ruta Gamificada. Creació producte turístic (Ruta gamificada pel patrimoni modernista industrial de Terrassa) 968,00 €</i></p>		
Finançament	<i>Ajuntament de Terrassa – Subvenció Catàleg Serveis Diba 2021</i>		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>.Elaboració projecte continguts ruta</i> <i>.Encàrrec nova ruta gammificada patrimoni industrial i modernista.</i></p>		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
<i>Actuació</i>	A17 MARXANDATGE
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 Manual d'aplicació de la marca A7 Renovació de la pàgina web
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Revisar l'actual mostra d'objectes encarregats per Terrassa Turisme a artesans i artistes de la ciutat, per complementar-la amb una sèrie de materials de marxandatge i promocionals per a la seva venda als diferents públics a través de l'oficina d'informació turística i en punts concrets que comptin amb la llicència corresponent (estudiar aquest aspecte de llicenciar els productes de marxandatge per a la seva venda en altres comerços i espais). Es tractaria de treballar en una mateixa direcció prioritzant els materials i objectes de producció artesana i local i de caràcter sostenible.</p> <p>El disseny d'aquest material de marxandatge hauria de seguir la mateixa línia de la nova identitat turística de la ciutat aplicant les indicacions fixades en el manual d'aplicació de la marca (A1). Es proposa encarregar el disseny de diverses línies, d'acord amb els principals productes de la destinació, per exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Línia patrimoni industrial i modernista. • Línia esportiva. • Línia ciutat creativa del Cinema de la Unesco. • Línia ciutat de Jazz. • Línia gastronomia i productes locals, etc. <p>Aquests articles serviran també coma obsequi per a públic professional de diferents sectors.</p> <p>A més de comprar-los als punts de venda autoritzats i en l'oficina d'informació turística, es podran adquirir a través de la pàgina web.</p>
<i>Tasques</i>	<i>.Estudi intern de noves línies de producte: modernisme industrial, esportiva, ciutat creativa UNESCO, Jazz, Gastronomia i productes locals</i>
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Terrassa Turisme</i>
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>Acció 2022. Desenvolupar projecte incorporant nova marca turística</i>

<i>Finançament</i>	<i>Botiga de Terrassa Turisme – Servei de Turisme</i>		
--------------------	---	--	--

<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
------------------	-------------	-------------	-------------

<i>Indicadors de seguiment</i>			
--------------------------------	--	--	--

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
Actuació	A18 XARXES SOCIALS
Actuacions relacionades	<i>A1 Manual d'aplicació de la marca A7 Renovació de la pàgina web</i>
Objectius	
Descripció	<p>L'objectiu d'aquesta acció es la generació i distribució de continguts online sobre la destinació, actualitzant i les xarxes socials de turisme a través de la realització d'un Pla específic de Social Media Marketing (SMMP), totalment alineat amb aquest Pla de Màrqueting.</p> <p>El SMMP recull les accions, desglossades per canals, que caldrà realitzar anualment per a assolir un posicionament i presència online d'acord al nostre posicionament desitjat de la destinació turística i l'estratègia de productes/mercats definida en el Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa.</p> <p>El SMMP també especifica quins seran els indicadors, o KPIs (Key Performance Indicators) que caldrà avaluar de forma periòdica per a poder mesurar si les actuacions que femtenen els resultats esperats.</p> <p>La nostra recomanació passa per reforçar tant aquelles xarxes socials que comptin amb una major penetració entre el públic jove, como ara Instagram, incloent Instagram Stories, així como també aquelles altres que més són utilitzades per persones d'edat més adulta, com ara Facebook. Pensar també en un canal Terrassa Turisme a Youtube, que se nodreixi tant de vídeos i píndoles visuals pròpies, como de peces elaborades pels bloguers que ens visitin i altres influenciadors</p> <p>Contemplar la incorporació de diferents idiomes en la comunicació a través de les xarxes socials, principalment per arribar millor als públics de prioritat 2 i 3, i captar també l'interès de nínxols de mercats.</p> <p>No és convenient barrejar la comunicació institucional amb la comunicació turística. Cadascuna té el seu públic i ha de tenir els seus canals.</p> <p>Planificar les campanyes que volem implementar, especificant calendari i continguts visuals i textuais.</p>
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Redacció Pla de xarxes 2021 (Perfils de Terrassa Turisme i de Fira Modernista): inclou decàleg turístic, esdeveniments, foto del dia, sorteigs en motiu d'esdeveniments de promoció turística, activitats generades per entitats, associacions... Vídeos i fotografies dels diferents recursos i esdeveniments. Campanyes de publicitat i col.laboracions amb institucions com Barcelona és molt més, Catalunya Experience, Viu el</i>

	<p>Vallès)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Campanya Festival de Jazz (maig) -Sorteig a instagram: visita guiada a Parc Audiovisual Catalunya i àpat a restaurant Première (juny) -Campanya a Instagram per incrementar seguidors (maig-juny) - Sorteig a Instagram, campanya Tardor de Cuina i bolets, amb Món Terrassa (octubre-novembre) -Campanya de publicitat per promocionar video dron Seu - d'Ègara i parc de Vallparadís (agost) - Altres comunicacions a xxxs paròdiques (foto del dia, esdeveniments, activitats destacades...) 		
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>		
Recursos/Pressupost aproximat	<p>Campanya publicitat xxxs maig-juny :346,06 euros: Campanya publicitat xx drons i altres : 433,18€ Campanya promoció a xxxs tardor cuina i bolets: 1.500,40 Anuncis online campanya Nadal: 130,68</p>		
Finançament	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>		
Calendari	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
Indicadors de seguiment	<i>. Les diferents campanyes a xxxs de Terrassa Turisme i de Fira Modernista (gener a desembre 2021)</i>		

PRESSUPOST programa 2
SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL

Acció	Pressupost
A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB	0
Actualització web, redacció projecte nova web	
	2.964,50
	3.085,50
	3.012,90
A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES TEMÀTIQUES	
A9 MAPA TURÍSTIC "ANIMAT" DE LA DESTINACIÓ	0
	393,25
	665,50
A10 FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL	
A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL	665,50
A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS	
	1.151,92
	2420,58
	883,30
	2744,28
	1.240,25
	423,50
A13 FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS	
	0
A14 AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL	
	60
A15 AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS	
	0
A16 EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA	
	3.025,00
	968,00
A17 MARXANDATGE	
	0
A18 XARXES SOCIALS	
	346,06
	433,18
	1.500,40
	130,68
	26.114,30

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 3: MILLORA DE L'OFERTA (12 ACCIONS)

Accions orientades a la millora l'oferta turística existents, i a potenciar actuacions que repercuteixen en la reputació on-line de la destinació. també inclou accions coordinades amb el sector privat per a estimular la creació i l'estructuració de nou producte i fomentar la col·laboració entre els diferents sectors turístics de Terrassa

A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS

A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE

A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT

A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)

A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES

A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA

A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA

A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC

A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPAIS PER AUTOCARAVANES

A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS

A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC

A30 ESPECIAL NOTORIETAT

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS		
Actuacions relacionades	<i>A63 Taula de Treball i/o Taules o clubs específics de producte</i> <i>A15 Agenda específica d'esdeveniments</i> <i>A7 Renovació de la pàgina web</i> <i>A8 Vídeo presentació de la destinació</i>		
Objectius			
Descripció	<p><i>Terrassa té un gran potencial per generar la creació de grans esdeveniments, principalment de la línia cultura i patrimoni, la línia esportiva, la línia de ciutats creatives UNESCO i la línia de coneixement. Prioritzar la temporada baixa.</i></p> <p><i>Es tracta de treballar conjuntament amb el sector privat a través de la creació d'un programa específic d'Ambaixadors, orientat a la consecució d'aquest objectiu. A partir de la revisió de la llista dels grans esdeveniments celebrats a la destinació, identificar les potencialitats de la ciutat per acollir-ne de nous i treballar en la preparació d'un Dossier de Candidatura:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Que especifiqui clarament quins són els avantatges de celebrar aquest esdeveniment a Terrassa.</i> <i>• Que posi èmfasi en l'experiència adquirida en organitzar altres grans esdeveniments de projecció estatal i internacional, com les competicions esportives, congressos internacionals (àrea de coneixement) i del Parc Audiovisual de Catalunya,....</i> <p><i>Es tracta d'una actuació que també pot treballar-se amb el Barcelona Convention Bureau.</i></p>		
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> <i>. Informar a les Reunions Taula de Treball</i> <i>. Treball conjunt amb Barcelona Convention Bureau- Diputació de Barcelona</i> 		
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa, Servei de Turisme i Àrea de Projecció de la Ciutat</i>		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	<i>Acció a desenvolupar 2022</i>		
Calendari	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
Indicadors de seguiment			

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
<i>Actuació</i>	A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE
<i>Actuacions relacionades</i>	<i>A7 Renovació de la pàgina web</i>
<i>Objectius</i>	

Descripció	<p>Tot i que ja es treballa en aquest àmbit, cal reforçar i potenciar aquesta tasca tot donant visibilitat, a través de les accions promocionals més adients, a totes les actuacions vinculades amb la sostenibilitat i l'accessibilitat que realitzen tant les empreses de Terrassa com des del sector públic de la ciutat.</p> <p>Generar una llista d'empreses i establiments sostenibles i una altra dels accessibles, de tots els sectors vinculats amb el turisme.</p> <p>Actualització permanent.</p> <p>Visualitzar els segells i/o certificacions vinculats a la sostenibilitat i accessibilitat.</p> <p>El conjunt de totes les actuacions en aquest sentit contribueix a millorar la reputació online del sector públic i privat, i el posicionament de la ciutat.</p>
------------	---

Tasques	<p><i>.Actualització llistat d'empreses de la ciutat adherides a Biosphere</i></p> <p><i>.Desenvolupament campanya de comunicació promoció/sensibilització Anella verda. Elaboració Decàleg Un Turisme 10!</i></p> <p><i>.Redacció projecte i organització Fira Terrassa Gastronòmica</i></p>
---------	---

Entitats responsables	<p><i>-Ajuntament de Terrassa - Serveis de Turisme/Medi Ambient</i></p> <p><i>-Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme/Terrassa Gastronòmica</i></p>
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>Campanya promoció turística Anella Verda a les xxss: 2.398,22€</i></p> <p><i>Organització Excursió Anella Verda: 200€</i></p> <p><i>Organització taller Anella Verda: 163,35 €</i></p> <p><i>Plafó Decàleg Turisme 10!: 91,96</i></p> <p><i>Impressió flier Decàleg "Anella Verda de Terrassa: un turisme 10!": 150 €</i></p> <p><i>Renovació segell Biosphere Terrassa Turisme: 40€</i></p> <p><i>Organització Fira Terrassa Gastronòmica, activitats i campanya promoció: 17.773,67 euros</i></p>
-------------------------------	---

Finançament	<p><i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</i></p> <p><i>Catàleg Serveis Diba 2021</i></p>
-------------	---

Calendari	<table border="1"> <tr> <td>2021</td> <td>2022</td> <td>2023</td> </tr> </table>	2021	2022	2023
2021	2022	2023		

Indicadors de seguiment	<p><i>.Elaboració Decàleg Anella Verda. Un Turisme 10!</i></p> <p><i>.Campanya promoció anella verda (tardor), a les xxss de l'Anella Verda i Terrassa Turisme</i></p> <p><i>. Renovació Biosphere Terrassa Turisme</i></p> <p><i>.Empreses Biosphere al web www.visitaterrassa.cat</i></p> <p><i>.Organització Fira Terrassa Gastronòmica (octubre)</i></p>
-------------------------	--

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>A partir de la situació actual i les previsions futures de nova oferta d'allotjament, treballar, des de la Taula de Treball i amb altres àrees de l'Ajuntament vinculades, sobre quines serien les necessitats de la destinació en funció de les diferents tipologies de visitants que tenim, quines tipologies d'allotjament serien les més adients, localitzacions disponible per a projectes futurs i desenvolupar un mapa del model de creixement desitjable de l'oferta d'allotjament.</i></p> <p><i>En aquest sentit, i per a projectes futurs, caldria pensar en el desenvolupament d'un Pla de captació d'inversors orientat als propietaris actuals d'altres allotjaments a la destinació, a la comarca o altres de nous amb interessos específics.</i></p> <p><i>Actualment, Terrassa no compta amb cap allotjament rural o vinculat a l'entorn natural, ni tampoc amb cap càmping.</i></p>		
Tasques	<p><i>Treballar en el projecte d'elaboració pla de captació d'inversors</i></p> <p><i>Informació a Taula de Treball de Turisme</i></p>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment			

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
Actuació	A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)
Actuacions relacionades	A7 Renovació de la pàgina web A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE
Objectius	
Descripció	<p>A través de la Taula de Treball de Turisme, i seguint l'estratègia de productes definida a la Fase II d'aquest Pla, serà interessant analitzar la conveniència de mantenir i/o d'adherir-se a algunes de les marques i segells impulsades des de l'Agència Catalana de Turisme. D'igual forma, pot ser interessant vincular la destinació amb altres marques i segells que aportin valors de qualitat i de responsabilitat de Terrassa com a destinació turística, o que suposin un pas endavant pel que fa a la notorietat i la comercialització de l'oferta turística de la destinació.</p> <p>En aquest sentit, l'any 2020 Terrassa ja compta amb 11 empreses turístiques amb la certificació Biosphere de Turisme Responsable, és ciutat creativa de la UNESCO i està adherida a la marca "Ciutat i viles amb caràcter" de l'ACT. Igualment, acaba d'aconseguir ser declarada Ciutat Europea de l'Esport del 2021.</p> <p>Pel que fa a les marques de l'ACT, recomanem fomentar a les empreses turístiques a adherir-se a alguna de les següents marques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arts i Cultura: marca que s'adreça a les empreses i entitat que es dediquen a una activitat turística relacionada amb el sector cultural (patrimoni cultural-material i immaterial, arts i indústries culturals i creatives), que ofereixen serveis i activitats culturals. <p>Inclou també les experiències en què els turistes desenvolupen el seu potencial creatiu mitjançant activitats d'aprenentatge, creació o exhibició del talent personal</p> <p>(http://act.gencat.cat/afiliacio-a-marques/afiliat-marques-act/arts-i-cultura/).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Golf a Catalunya: per a empreses i entitats que ofereixen propostes específiques d'experiències, activitats i serveis especialitzats i dirigits als diferents segments de la demanda de golf. Aquesta marca inclou els camps de golf, els ressorts de golf, els allotjaments i les agències de viatges especialitzades, les empreses de serveis i les entitats de promoció turística (http://act.gencat.cat/afiliacio-a-marques/afiliat-marques-act/golf-a-catalunya/) • Turisme Esportiu: integra totes aquelles destinacions, equipaments, agències de viatge i empreses que ofereixen uns recursos i serveis d'alta qualitat per a esportistes d'elit, professionals, aficionats i turistes que vulguin practicar activitats esportives o assistir a competicions a Catalunya (http://act.gencat.cat/afiliacio-a-marques/afiliat-marques-act/turisme-esportiu/). <p>Terrassa ja ha enviat la sol·licitud corresponent i la fitxa específica per a incorporar-se a aquest segell de l'ACT, en l'especialitat d'hoquei.</p> <p>Altres reconeixements interessants a estudiar i/o promoure entre les empreses turístiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La xarxa de Cases Singulares de Catalunya. • Vinculats a la sostenibilitat: Ecolabel, EMAS, Distintiu de Qualitat Ambiental, CETS (Carta Europa Turisme Sostenible,... • Vinculats al comerç de proximitat i productes locals. • Vinculats a la restauració i oferta gastronòmica (Cuina Vallès, presència

	<p>en Guia Michelin o Guia Repsol, Cuina Catalana...).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Segell "Turisme Familiar" de la Federació Espanyola de Famílies Nombroses. • Accessibilitat: segell Predif. • Etc
Tasques	<p>BIOSPHERE: L'Oficina de Turisme-Servei de Turisme renova l'acreditació Biosphere. Comunicació: Abril de 2021 Dia 7 de maig de 2021: acte de lliurament de les acreditacions</p> <p>Empreses que renoven el segell de Compromís Biosphere 2020: Museu Nacional del a Ciència i la Tècnica de Catalunya (MANCTEC) Casa Museu Alegre de Sagrera – Museu de Terrassa Seu d'Ègara- Museu de Terrassa Hotel Terrassa Parck Hotel Don Cándido Arqueolític Emocions Centre d'Interpretació del Medi Ambient (CIMA)</p> <p>Empreses que s'adehereixen a la disitnció del Segell de Compromís Biosphere 2020 EL Generador Masia Egara <i>Es tracta de dues empreses que formen part de la taula de Treball de Creació de Producte Turístic</i> L'acreditació Biosphere reconeix així el compromís de l'Ajuntament de Terrassa per potenciar i fomentar la sostenibilitat turística a la ciutat, especialment en serveis com l'Oficina de Turisme o el Museu de Terrassa així com en la gestió de totes les seves activitats, treballant en la prevenció, eliminació o reducció de l'impacte de les seves instal·lacions i iniciatives en l'entorn i apostant per la gestió sostenible com a un de les valors centrals de la seva activitat. Els serveis distingits amb el distintiu Biosphere es caracteritzen per fomentar les bones pràctiques en gestió sostenible i turisme responsable entre les empreses i els serveis turístics, atorgar singularitat a l'oferta turística, identificar i crear nous productes turístics sostenibles o fomentar la col·laboració públic – privada, entre altres.</p> <ul style="list-style-type: none"> . L'Ajuntament de Terrassa /Turisme, forma part de la CETS (Carta Europa Turisme Sostenible). Forma part del Grup de Treball de la CETS i del Fòrum Permanent. Reunions periòdiques . Quota d'adhesió Consell Comarcal del Vallès Occidental. Partciipació en accions de promoció de la nostra destinació i del territori . Seguiment sol.licitud adhesió Segell Turisme Esportiu amb l'ACT
Entitats responsables	<p>Ajuntament de Terrassa/Servei de Turisme Consell Comarcal del Vallès Occidental Parc Natural de Sant Llorenç del Munt (CETS) Diputació de Barcelona/Barcelona és molt més Agència Catalana de Turisme Xarxa de Turisme Industrial</p>
Recursos/Pressupost aproximat	<p>.Quota Consell Comarcal Vallès Occidental per al foment del Turisme : 9.578,35 .Renovació Biosphere Oficina de Turisme : 40 euros . Quota XATIC : 5.000 euros</p>
Finançament	

Calendari	2021	2022	2023
-----------	------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Renovació del Segell Biosphere</i> • <i>Seguiment renovació Sewell Biosphere: assistència a cursos, formacions específiques...</i> • <i>Quota Consell Comarcal Vallès Occidental i col.laboracions projectes CETS, Biosphere, i altres projectes</i> • <i>Seguiment Pla CETS (programes i reunions de treball)</i> • <i>Terrassa Turisme: Segell Safe Travels: juliol 2021.acredita protocols de seguretat i prevenció davant la covid amb distintiu de seguretat sanitària homologat internacionalment</i>
--------------------------------	--

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES		
Actuacions relacionades	A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE		
Objectius			
Descripció	<p><i>Es tracta de treballar en la realització d'un Decàleg de Bones Pràctiques, com han fet i fan altres destinacions turístiques de Catalunya, adreçat als visitants de Terrassa, que faci pedagogia sobre la necessitat de practicar un turisme responsable per tal de garantir una destinació de qualitat i, alhora, que transmeti la voluntat de la ciutat per acollir visitants conscients de cara a mantenir la sostenibilitat de l'activitat turística de la destinació. Aquest Decàleg de Bones Pràctiques haurà d'ocupar un lloc visible a la pàgina web de Turisme i a l'oficina d'informació turística i PITs de turisme. També formarà part del relat comunicacional de la destinació a través de les xarxes socials i de campanyes online específiques. Igualment, s'enviarà a tots els establiments d'allotjament i empreses d'activitats turístiques del municipi, així com a totes les persones que hagin demanat una alta d'habitatge d'ús turístic, de forma digital, sol·licitant que es col·loqui en un lloc visible per tal que els turistes el puguin conèixer i complir. Es tracta d'una actuació de baix pressupost i alta visibilitat, per la qual cosa recomanem la seva implantació immediata. Estudiar la possibilitat de cercar finançament a través de la Diputació de Barcelona.</i></p>		
Tasques	<p><i>Redactar decàleg per als visitants, seguint els protocols Biosphere Elaborar Decàleg de bones pràctiques Anella Verda Taller amb sector privat i públic</i></p>		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Serveis de Turisme/Medi Ambient		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Ajuntament de Terrassa		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>.Decàleg Anella verda Un turisme 10! .Incorporació informació de bones pràctiques turisme sostenible a les publicacions editades i al web .Campanyes a xxss de Terrassa Turisme</i></p>		

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
-------------------	----------------------------

Actuació	A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA
----------	-----------------------------

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>Ajustar l'actual projecte de senyalització a la nova identitat turística de la destinació i a les indicacions del manual d'aplicació de la marca en relació als suports utilitzats per a la senyalització in-situ en espais visitables i productes turístics prioritaris. Coma mínim, caldria de considerar la incorporació de la nova marca turística a la senyalització existent i a la nova que se'n dissenyi.</p> <p>Alhora, tal i com incorpora l'estudi específic encarregat per Diputació de Barcelona aquest any 2020, també s'hauria de considerar la senyalització d'accés i d'aproximació als productes turístics prioritaris i per al seguiment de les rutes i itineraris turístics.</p> <p>Cal pensar també en una senyalització accessible per a persones amb mobilitat reduïda i visual.</p>
------------	--

Tasques	
---------	--

Entitats responsables	
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	<i>Acció 2022 i 2023. A partir estudi senyalització elaborat 2020. Recurs econòmic Diputació de Barcelona (catàleg de serveis)</i>
-------------------------------	--

Finançament	
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
-----------	------	------	------

Indicadors de seguiment	
-------------------------	--

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
-------------------	----------------------------

Actuació	A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>L'Àrea de Turisme de Terrassa és la responsable de garantir la major visibilitat reputacional de la seva oferta turística, tot revisant i millorant la informació existent avui a les diferents plataformes, però també fent pedagogia i promovent que altres actors de l'oferta hi contribueixin a obtenir i mantenir una presència destacada i veraç.</p> <p>Es tracta de fer un seguiment periòdic dels continguts de la nostra oferta turística, fent les esmenes necessàries quan calgui.</p> <p>D'igual forma, es recomana encarregar un estudi de reputació online d'allotjaments, restauració i atractius a mig termini, previsiblement en el període post-covid 19, que serveixi de tret de sortida per a aquesta monitorització. També caldria programar sessions específiques de reputació online, adreçades a les nostres empreses del sector (en col·laboració amb Diputació de Barcelona).</p>
-------------------	---

Tasques	
----------------	--

Entitats responsables	
------------------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	Encarregar estudi Reputació on line. Acció 2022 (amb suport Diba)
--------------------------------------	---

Finançament	
--------------------	--

Calendari	2021	2022	2023
------------------	------	------	------

Indicadors de seguiment	
--------------------------------	--

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
-------------------	----------------------------

Actuació	A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC
-----------------	--

Actuacions relacionades	
--------------------------------	--

Objectius	
------------------	--

Descripció	<p>Aprofitant que actualment Terrassa compta amb pocs establiments i places d'HUTs, es recomana treballar en un estudi per identificar-los tot i fer un seguiment anual per tal de controlar-los des de l'inici. Es recomana fer el seguiment considerant els següents aspectes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificació dels establiments en situació regular i irregular. • Evolució del nombre d'establiments i places donat d'alta i de baixa. • Regularització dels establiments i instar als identificats en situació irregular. • Localització dels establiments, per detectar concentracions. • Estat de l'establiment (mobiliari, accessoris disponibles, neteja,
-------------------	--

	<p><i>funcionament correcte de les instal·lacions, etc.). La realització d'aquest estudi i el seu seguiment permetrà contribuir a la millor planificació de l'oferta d'allotjament de la destinació (en nombre i tipus), establint quines poden ser les necessitats actuals i futures i integrar-les dins el model global de creixement de l'allotjament de la destinació.</i></p>		
<i>Tasques</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboració informe en relació a la proposta de regularització dels establiments • Seguiment localització establiments • Incorporació al web nous establiments (HUTS) 		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme i altres Serveis municipal</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPAIS PER AUTOCARAVANES		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>Es tracta d'implantar la proposta de resolució del Ple existent, per tal d'habilitar una àrea d'autocaravanes amb serveis, per millorar i substituir els espais actuals situats a tocar del Parc de Vallparadís. Caldria fer una valoració de la situació actual i estimar l'afluència futura d'autocaravanes per dimensionar quantes places caldria habilitat en el nou espai.</i></p> <p><i>Tenint en compte el perfil i les característiques d'aquest tipus de turisme, que fa circuits per diferents destinacions, hem de donar resposta a les seves necessitats informatives, d'accessibilitat a l'espai, de serveis, etc.</i></p> <p><i>Aquest tipus de turisme pot afavorir tant la visita a la ciutat, com també altres tipologies de turisme com el de natura i a l'entorn verd.</i></p>		
Tasques	Redacció estudi i projecte per a la instal.lació àrea autocaravanes		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	L'estudi per a la ubicació d'una nova zona d'autocaravanes		

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
Actuació	A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>Una línia de promoció amb bons resultats és la col·laboració i el treball en xarxa amb altres destinacions que tenen interessos comuns i/o una oferta complementària que fa que se sumin sinèrgies.</i></p> <p><i>En aquest sentit, es recomana principalment, reforçar el treball conjunt amb les ciutats adherides a la Xarxa Xatic de turisme industrial i amb el Programa de Fires Modernistes de Diputació de Barcelona, que en tots dos casos ja s'està treballant, així com amb les altres ciutats creatives UNESCO de l'Estat, per tal d'establir convenis de promoció que afavoreixin les dues bandes.</i></p> <p><i>Els avantatges de treballar en xarxa amb aquestes ciutats són diversos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Promoció creuada (cessió d'espais per les dues bandes per a la realització de campanyes), intercanvis d'informació, generació de jornades, seminaris i altres esdeveniments entre les destinacions, etc.</i> <i>• Possibilitat de crear i estructurar productes interrelacionats d'alta notorietat.</i> <i>• Augment del grau de notorietat de les destinacions i de la seva oferta turística.</i> <i>• Atracció de visitants professionals i/o amb interessos específics.</i> <i>• Atracció als mitjans de comunicació i diferents tipus d'influenciadors.</i> <i>• Generació de continguts amb visibilització en xarxes socials, el portal web, etc.</i> <p><i>Es tracta d'una actuació de caràcter permanent.</i></p>
Tasques	<p><i>-Treballar conjuntament amb altres Serveis Municipals</i></p> <p><i>-XATIC (participació en programes i accions promocionals : setmana del turisme industrial...)</i></p> <p><i>-Terrassa city of film – Ciutats Unesco</i></p> <p><i>-Ciutats Marca "Ciutats amb caràcter", i altres projectes de l'ACT: Grand Tour Catalunya...</i></p> <p><i>-Barcelona és Molt més (Fires i Festes Modernistes): promoció del modernisme i de les festes i fires de la província de Barcelona</i></p>
Entitats responsables	
Recursos/Pressupost	

<i>aproximat</i>	
<i>Finançament</i>	
<i>Calendari</i>	2021 2022 2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Treball en xarxa amb altres ciutats i marques turístiques</i> <i>Acords de col.laboració amb ACT per a la promoció de la Marca Grand Tour Catalunya</i>

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
<i>Actuació</i>	A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	L'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Terrassa ha apostat per la gestió sostenible com a valor central de la seva activitat. El ferm compromís d'afrontar els nous reptes i necessitats derivats dels canvis en les tendències i activitats turístiques, ha adoptat el concepte de desenvolupament sostenible com instrument cabdal en aspectes socioculturals, mediambientals i econòmics, en la voluntat de trobar tant la satisfacció dels visitants com la dels terrassencs i terrassenques. La petjada carboni es refereix al nombre d'emissions de diòxid de carboni i altres gasos d'efecte hivernacle (GEI), que cada persona i el seus hàbits de consum, empresa, producte o servei, envia a l'atmosfera. En aquest sentit, el turisme no és una activitat que resti al marge, sinó

	<p>que, tot al contrari, el moviment de persones, els viatges, els tipus de productes que consumim, poden generar un impacte notable.</p> <p>La nostra responsabilitat com a gestors turístics del territori és implementar accions per a reduir aquests impactes no només per part dels turistes que ens visiten, sinó també com a organització, per la qual cosa la compensació d'emissions es torna una opció important i molt vàlida per lluitar contra el canvi climàtic. En aquest sentit, a l'Oficina de Turisme de Terrassa s'hi calcula una petjada de carboni de 9.565,43 kg de CO2, basat en un càlcul de 3.094,03 kWh anuals d'electricitat i 4.085,12 m3 de gas. Fent la comparativa amb l'exercici anterior, on la petjada de carboni va ser de 13.775,73 kg de CO2, podem determinar que hem reduït la nostra petjada en 4.210,30 kg de CO2.</p> <p><i>Cal, però, donar un pas més per treballar també en aquesta reducció en relació als esdeveniments vinculats amb el turisme que es desenvolupen per part de Terrassa Turisme, o amb la seva col·laboració, així com per traslladar aquesta inquietud també als visitants que arriben a la ciutat per tal que hi facin la seva aportació.</i></p> <p><i>Actualment existeix una empresa catalana, que nosaltres coneguem, Lavola, amb el seu projecte CLEANCO2 (https://clean-co2.com/), que ofereix la possibilitat de treballar aquesta compensació en els esdeveniments, tant els que s'organitzen des de l'Ajuntament com aquells organitzats per empreses turístiques, però que sol·liciten la col·laboració del municipi.</i></p> <p><i>Recomanem treballar en aquest sentit i fer una cerca d'empreses i/o mecanismes per compensar el CO2 de l'atmosfera i quins mesures o actuacions són les més adients per a nostra destinació.</i></p> <p><i>L'exigència d'aquesta compensació als organitzadors d'esdeveniments, no té cap cost per a Terrassa. Més endavant, seria interessant realitzar una auditoria de l'emissió que realitza Terrassa Turisme i aplicar mesures per a la seva mitigació.</i></p> <p><i>Actualment l'Ajuntament de Terrassa treballa en alguns d'aquests temes amb Compromís Biosphere</i></p>
--	---

<i>Tasques</i>	Oficina de Turisme treballa en aquest projecte, dins Compromís Biosphere
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
------------------	------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Seguiment del projecte dins el compromís Biosphere</i>
--------------------------------	---

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
Actuació	A30 ESPECIAL NOTORIETAT
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>Per incrementar les visites i/o escapades, així com per incrementar la notorietat de la destinació, es proposa potenciar i incrementar la generació d'anys temàtics i de celebracions associades a l'oferta turística de Terrassa.</i></p> <p><i>Cada any temàtic o celebració implica la realització d'una dinàmica agenda d'activitats orientada al consumidor final.</i></p> <p><i>Les Taules o Clubs de Producte seran els responsables de realitzar propostes orientades a definir aquests anys temàtics i/o celebracions, sempre vinculades als productes prioritaris de la destinació o de la graella de productes de Terrassa (fase II d'estratègia del pla).</i></p> <p><i>Els motius poden ser:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'aniversari d'un personatge reconegut de la destinació vinculat a la cultura/patrimoni, a l'esport, a fites del coneixement (com es va fer amb el 150 aniversari del naixement de Lluís Muncunill l'any 2018).</i> • <i>L'aniversari d'un museu (per exemple, l'any 2021 i els 75 anys del Museu Tèxtil).</i> • <i>Els caps de setmana d'hoquei amb assistència a entrenaments, fer pràctiques,...</i> • <i>Ciutat Europea de l'Esport 2021</i> • <i>L'aniversari d'esdeveniments importants, com el Festival de Jazz, la Fira Modernista, etc.</i> • <i>Celebració d'una Fira de Ciutats Creatives UNESCO.</i> • <i>Premis o reconeixements concedits a empreses/institucions de la ciutat vinculats al coneixement.</i> • <i>Rellevància temàtica: la quinzena del patrimoni modernista i industrial, el mes dels Castellans i la Cultura Popular, la Ciutat del Cinema, L'any Muncunill, etc.</i> • <i>El Parc de Vallparadís uns dels parcs urbans més grans d'Europa. Es tracta d'una actuació de caràcter permanent.</i>
Tasques	<p><i>Accions conjuntes amb:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ciutats Marca "Ciutats amb caràcter"</i> • <i>Barcelona és Molt més (Fires i Festes Modernistes)</i> • <i>Col.laboracions amb organitzadors Ciutat europea de l'Esport</i>

L'OFERTA													
A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC													
A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPais PER AUTOCARAVANES													
A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS													
A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC													
A30 ESPECIAL NOTORIETAT													

PRESSUPOST Programa 3

MILLORA DE L'OFERTA

Acció	Pressupost
A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS	
A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE	
	2.398,22
	200
	163,35
	40
	150
	91,96
	17.773,67
A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT	
A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)	
	9.578,35
	40

	<i>5.000</i>
A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES	
A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA	
A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA	
A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	
A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPais PER AUTOCARAVANES	
A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS	
A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC	
A30 ESPECIAL NOTORIETAT	
	35.435,55

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 4: PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE) 24 ACCIONS

El programa de promoció als mercats inclou accions dirigides a tres grups de públics: el trade turístic (intermediació), els mitjans i prescriptors, i els visitants.

A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*

A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*

A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS

A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL

A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*

A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES

A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*

A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)

Accions adreçades a consolidar la relació amb la premsa, bloggers i prescriptors per tal de controlar millor els continguts emès de terrassa.com

a ciutat i com a destinació turística i aconseguir una visualització permanent de la ciutat entre els públics i mercats prioritaris

- A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*
- A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS
- A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*
- A42 DOSSIER DE PREMSA
- A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS
- A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*

***LES ACCIONS 39, 41 I 44 PODEN SER EXTERNALITZADES A UNA EMPRESA DE COMUNICACIÓ I RRPP, PERÒ SEMPRE ESPECIALITZADA EN TURISME**

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)

Accions adreçades als visitants, tant turistes com excursionistes, de la destinació. són actuacions directes al consumidor per donar a conèixer la destinació i generar interès per visitar-la

- A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS
- A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS
- A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES
- A48 CAMPANYES TERRASSA ESSENCIAL
- A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO
- A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT
- A51 PRESÈNCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARIS
- A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES
- A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS
- A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL

Programa 4**PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)**

Actuació	A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>Es tracta de mantenir aquest tipus d'acció reforçant la col·laboració amb l'Àgència Catalana de Turisme, Barcelona és molt més-Costa Barcelona i el Consell Comarcal del Vallès Occidental. Cal ajustar la participació en els viatges de familiarització a les prioritats de producte/mercat definides en la fase II d'estratègia del Pla.</i></p> <p><i>És important donar-nos a conèixer com a destinació turística (Decàleg i els productes principals) en els mercats prioritaris, també innovant en la configuració d'aquests viatges, tot incorporant noves eines tecnològiques com la realitat virtual.</i></p> <p><i>També es pot avaluar la possibilitat d'organitzar algun viatge exclusiu sobre els productes estrella i/o productes específics, concentrant els esforços en alguns tipus de turisme, en una primera fase:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><i>• Turisme de patrimoni industrial i modernista, per a la captació de visitants amb interessos específics en aquests temes.</i><i>• Turisme esportiu, per a la captació d'estades esportives i competicions.</i><i>• Turisme MICE, donant a conèixer la nostra oferta als operadors que són socis del Barcelona Convention Bureau i a altres operadors que treballen el producte de reunions, en els mercats prioritaris.</i><i>• Turisme de filmacions, concentrat en l'oferta del Parc Audiovisual de Catalunya.</i><i>• Turisme actiu i verd, per donar a conèixer l'oferta específica, més desconeguda, de la nostra destinació, amb èmfasi al PN de Sant Llorenç del Munt i l'Obac.</i> <p><i>És una acció que necessita comptar amb la col·laboració del sector turístic de la destinació.</i></p> <p><i>Caldrà fer una planificació anual de viatges de familiarització en coordinació amb l'ACT, BCN és molt més i el Consell Comarcal.</i></p> <p><i>Es tracta d'una actuació, l'organització de la qual pot ser subcontractada a empreses especialitzades</i></p>
Tasques	<ul style="list-style-type: none"><i>. Col.laboració amb Barcelona és molt més i Consell Comarcal per a l'organització de FT a la ciutat</i><i>. Col.laboració amb el sector turístic de la ciutat per a l'organització dels FT</i><i>. Col.laboració amb XATIC (Setmana del Turisme Industrial, etc.)</i>
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa - Diputació de Barcelona/Consell Comarcal del Vallès Occidental - ACT</i>
Recursos/Pressupost aproximat	
Finançament	<i>Diputació de Barcelona/Consell Comarcal – Servei de Turisme</i>

	<i>Ajuntament de Terrassa - XATIC</i>
--	---------------------------------------

<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
------------------	-------------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Organització de 4 FT</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Visita Directora General de Turisme</i> • <i>Visita Col.lectiu Dones xineses</i> • <i>Radio Flaixbac</i> • <i>Representants CETS</i>
--------------------------------	--

Programa 4	PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)
-------------------	------------------------------------

<i>Actuació</i>	A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*
-----------------	---

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p>Presència en aquests tipus d'esdeveniments si el motiu/temàtica dels mateixos dona resposta o està alineat amb els objectius d'imatge i posicionament de la nostra destinació, així com amb els productes prioritaris i els mercats objectiu.</p> <p>Anualment, caldrà treballar en la identificació de quins poden ser aquestes fires o jornades d'interès per a Terrassa, tot col·laborant amb els calendaris previstos per l'ACT i Barcelona és molt més-Costa Barcelona.. Fer una selecció i planificar l'assistència per tal de comptar amb el material promocional més adient per a cada situació.</p> <p>En alguns casos, seran fires o esdeveniments en què serà factible la presència només de la destinació i en altres casos, també serà adient la</p>
-------------------	--

	presència de les empreses turístiques de la destinació.		
<i>Tasques</i>	<i>.Col.laboració amb l'ACT-Barcelona és molt més i Consell Comarcal d'acord amb els calendaris previstos</i> <i>.Col.laboració amb el sector turístic per tenir presència amb estand propi en esdeveniments de ciutat</i>		
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>Ajuntament de Terrassa/Servei de Turisme Barcelona és molt més</i>		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Assistència a 7 Fires i estands de promoció:</i> <ul style="list-style-type: none"> <i>• FITUR (Madrid)</i> <i>• Vallès Drac Race (Terrassa)</i> <i>• Final 4 Hockey</i> <i>• B-TRAVEL (Barcelona)</i> <i>• Fira Modernista (Terrassa)</i> <i>• IBTM World (Barcelona)</i> <i>• Campionat d'Espanya d'Handbol cadet femení (Terrassa)</i> 		

Programa 4		PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)	
Actuació	A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>Incrementar, de forma proactiva, i sistematitzar reunions anuals amb l'Agència Catalana de Turisme i amb Barcelona és molt més per tal de treballar de forma conjunta en les accions promocions en les quals pot participar Terrassa. Tant accions en mercats emissors, com campanyes i altres actuacions.</i></p> <p><i>Treballar conjuntament amb els clubs de producte per avaluar-les i seleccionar les actuacions més adients per promocionar la destinació i/o els productes prioritaris.</i></p>		
Tasques	<p><i>.Presentació Pla de Mk Turístic de Terrassa</i></p> <p><i>.Col.laboració en accions promocionalsACT i Diba: Grand Tour Catalunya...Assistència reunions Cercle de Turisme Diba,etc.</i></p>		
Entitats responsables	ACT – Diba - Consell Comarcal – Ajuntament de Terrassa/Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>Reunions per presentar i informar del Pla de MK</i></p> <p><i>Reunions per treball conjunt en la promoció d'activitats i esdeveniments. Promoció de productes</i></p>		

Programa 4		PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)	
Actuació	A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL		
Actuacions relacionades			
Objectius			

Descripció	<p>Es tracta d'identificar aquelles empreses d'intermediació del territori (Terrassa, Vallès Occidental, comarques properes, Catalunya), per tal de presentar-los el Pla de Màrqueting i col·laborar amb elles en la incorporació de la Destinació Terrassa en les seves propostes, aportant idees per a millorar la seva cartera de productes i potenciant la presència de la destinació entre aquests agents comercialitzadors. Ens referim tant a agències convencionals, com també a empreses d'activitats i de guiatge, empreses de venda de capses de viatge (box) i altres similars.</p> <p>A més, es pot incorporar una llista d'operadors que treballen la destinació Terrassa a la pàgina web turística, per tal de facilitar la compra i difondre aquesta informació entre els usuaris</p>
------------	---

Tasques	<p>. Actualitzar i elaborar fitxa d'empreses i serveis: agències de viatges, empreses</p> <p>. Elaborar calendari de reunions per presentar Pla de Mk i catàleg de serveis Turisme</p>
---------	--

Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme
-----------------------	---

Recursos/Pressupost aproximat	
-------------------------------	--

Finançament	Incorporació operadors al nou web. Acció 2022
-------------	---

Calendari	2021	2022	2023
-----------	------	------	------

Indicadors de seguiment	Actualització directori i fitxa empreses
-------------------------	--

Programa 4	PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)
-------------------	------------------------------------

Actuació	A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>A partir d'una base de dades d'operadors especialitzats, elaborada amb informació disponible de l'Àrea de Turisme de Terrassa, les aportacions de la Taula de Treball (assistència a fires, workshops, jornades, etc.) i en col·laboració amb la Gerència de Turisme de Diputació de Barcelona, es tracta d'identificar aquells operadors d'interès dels mercats objectiu que donen resposta a les nostres prioritats de producte. En una primera fase, es recomana incidir en aquells operadors que treballen el producte cultural-patrimonial, el MICE i l'esportiu.</p> <p>Les possibles col·laboracions es podrien concretar en actuacions com les següents:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campanyes cooperades. • Presentacions específiques. • Invitació a fer un viatge de coneixement de la destinació o fer una visita "Terrassa Essencial a mida" o Terrassa Essencial Motivacions Específiques.
------------	---

<i>Tasques</i>	<i>. Identificació i realització base de dades operadors especialitzats, en col.laboració amb Bcn molt més, i empreses de la Taula de Treball. Establir Mercats i públics d'interès</i>		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Diba- ACT- Servei Turisme Ajuntament</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>Organització FT de la destinació (2022)</i>		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Realització base de dades operadors especialitzats Reunions amb BCN molt més per establir línies de col.laboració</i>		

Programa 4**PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)**

<i>Actuació</i>	A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p><i>Implantar un sistema de base de dades segmentades de la intermediació per poder gestionar de forma més àgil i eficient les comunicacions amb aquest públic. En concret, ens permetrà:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><i>• Planificar les campanyes i mantenir la seva coherència.</i><i>• Conèixer les seves necessitats i interessos i, per tant, identificar oportunitats i mecanismes de col·laboració més innovadors.</i><i>• Promoure campanyes online: accions Email de màrqueting, B2B.</i> <p><i>El cost més elevat es dona el primer any, que correspon a l'adquisició de les llicències i a la instal·lació i personalització del software de CRM.</i></p>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 4**PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)**

<i>Actuació</i>	A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*		
<i>Actuacions relacionades</i>	Nova web		

Objectius	
------------------	--

Descripció	<p><i>Dissenyar i produir un butlletí o newsletter periòdic, en format digital, adreçat a tota la base de dades d'empreses d'intermediació dels nostres mercats prioritaris, per tal de donar a conèixer els nous productes de la nostra destinació, les millores que es realitzen dels nostres espais visitables, actuacions rellevants relacionades amb la sostenibilitat i l'accessibilitat, els nous establiments d'allotjament, adequació dels nostres espais a les mesures preventives COVID 19, així com d'altres d'interès general.</i></p> <p><i>Aquest butlletí o newsletter tindrà un format estandarditzat, seguint la nova identitat turística, i inclourà sempre el missatge global de la destinació (marca, decàleg i missatge permanent).</i></p> <p><i>També es podria enviar als mitjans i prescriptors, així com a tot el sector del territori a través de l'apartat de Professionals del nostre portal web.</i></p> <p><i>Es recomana començar per un butlletí o newsletter semestral fins arribar a 4/any.</i></p>
-------------------	---

Tasques	<i>.Treballar en el disseny i continguts d'un nou butlletí en format digital</i>
----------------	--

Entitats responsables	
------------------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	Acció 2022
--------------------------------------	------------

Finançament	
--------------------	--

Calendari	2021	2022	2023
------------------	------	------	------

Indicadors de seguiment	
--------------------------------	--

Programa 4	PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)
-------------------	------------------------------------

Actuació	A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES
-----------------	--------------------------------------

Actuacions relacionades	WEB TURISME
--------------------------------	-------------

Objectius	
------------------	--

Descripció	<p><i>Construir i/o anar actualitzant la base de dades de les empreses turístiques de la destinació, amb l'objectiu de crear un directori d'empreses turístiques útil per facilitar principalment a la intermediació i/o utilitzar en actuacions promocionals adreçades a aquest públic.</i></p> <p><i>Aquest directori es pot estructurar per temes o productes, segons graella de productes definida en el Pla.</i></p> <p><i>Format digital, descarregable des de l'apartat professional del web.</i></p>
-------------------	--

Tasques	
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>			

CALENDARI Programa 4 PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)

Acció	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.
A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*												
A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*												
A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS												
A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL												
A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*												
A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES												
A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*												
A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES												

PRESSUPOST Programa 4 PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)

Acció	Pressupost
A31 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*	
A32 ASSISTÈNCIA A FIRES, JORNADES O ESDEVENIMENTS EN MERCATS PRIORITARIS*	
A33 AGENDA D'ACCIONS PROMOCIONALS AMB L'ACT I AMB BCN ÉS MOLT MÉS	
A34 IDENTIFICACIÓ I TREBALL AMB LA INTERMEDIACIÓ LOCAL	
A35 COL·LABORACIÓ AMB OPERADORS ESPECIALITZATS*	
A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES	
A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*	
A38 DIRECTORI D'EMPRESSES TURÍSTIQUES	

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)
-------------------	--

<i>Actuació</i>	A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*
-----------------	---------------------------------

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

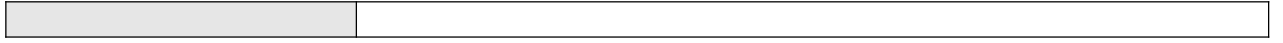
<i>Descripció</i>	<p><i>Es tracta de mantenir aquest tipus d'acció reforçant la col·laboració amb l'ACT, Barcelona molt més-Costa Barcelona i el Consell Comarcal del Vallès Occidental. Els viatges de familiarització a mitjans i prescriptors poden ser generalista de la destinació o específics de producte, segons prioritats de producte/mercat definides en la fase II d'estratègia del Pla. Cal ajustar la participació en els viatges de familiarització als objectius i a les prioritats per mercat i tipus de públic per tal de seleccionar aquells mitjans i/o prescriptors que siguin coherents amb el nostre posicionament desitjat.</i></p> <p><i>És prioritari anar construint una BBDD especialitzada i un recull de premsa amb totes les notícies, publicity i articles publicats.</i></p>
-------------------	---

<i>Tasques</i>	<p><i>.Col.laboració amb Barcelona és molt més i Consell Comarcal per a l'organització de FT a la ciutat</i></p> <p><i>. Col.laboració amb el sector turístic de la ciutat per a l'organització dels FT</i></p>
----------------	---

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>A càrrec Consell Comarcal del Vallès Occidental i empreses sector (col.laboracions)</i>
--------------------------------------	--

	Servei de Turisme (visites guiades a càrrec del personal del Servei)		
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> • Radio Flaixbac - Masia Freixa i mnactec (maig) • Mundoxdescubrir: museus +hotel Don Cándido (maig) 		
Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)		
Actuació	A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>Es tracta de construir aliances permanents amb prescriptors i influenciadors locals, els que coneixem com a "micro influenciadors": persones de Terrassa, de diferents perfils, amb un bon nombre de seguidors a les xarxes, amb els quals construir una xarxa permanent que ajudi a generar continguts i a donar visibilitat a la destinació i els seus atractius turístics. Una mena d'"Amics de Terrassa" a les xarxes socials. Per aconseguir que siguin els nostres aliats, cal mantenir-los informats de forma permanent, fer-los partícips d'alguna taula de treball específica, organitzar-los visites a mida als espais renovats o a experimentar els nous productes proposats en el Pla, etc. Anualment, organitzar una trobada de tota la xarxa. Igualment, es pot identificar bloguers especialitzats en els productes prioritaris, per tal de treballar conjuntament amb ells en la notorietat de la destinació Terrassa i la seva oferta turística.</i></p>		
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> • Actualitzar i identificar nous prescriptors i bloguers • Elaboració pla d'actuacions (difusió esdeveniments, jornades, organització activitat...) • Contactar periòdicament amb prescriptors/influencers locals i comarcals 		
Entitats responsables	Servei de Turisme Ajuntament		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Organització FT de la destinació (2022)		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> • Actualització BBDD • Comunicacions esdeveniments a prescriptors locals i comarcals amb motiu d'esdeveniments 		



Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)
-------------------	--

<i>Actuació</i>	A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*
-----------------	---

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p><i>Es tracta de fer un recull de totes les publicacions, articles, publicity, notícies, etc., que els mitjans publiquen de la nostra destinació per tal de conèixer l'impacte de les nostres actuacions i utilitzar-los coma continguts en XXSS.</i></p> <p><i>També es pot incloure aquesta informació als butlletins o newsletters adreçats a la intermediació, al sector turístic de la destinació i públics d'interessos específics.</i></p> <p><i>Anar incorporant a la BBDD aquells mitjans no identificats fins ara, però que poden ser interessants per a la comunicació futura de la destinació.</i></p> <p><i>És una acció que pot realitzar-se des del gabinet de premsa i comunicació de l'Ajuntament de Terrassa.</i></p>
-------------------	---

<i>Tasques</i>	<i>Col.laboració amb Servei de Premsa Ajuntament.</i>
----------------	---

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
------------------	------	------	------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recull impactes a mitjans.</i> • <i>Col.laboració amb el Servei de Premsa Ajuntament</i> • <i>Estadística i impactes elaborats per empreses</i>
--------------------------------	--

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)
-------------------	--

<i>Actuació</i>	A42 DOSSIER DE PREMSA
-----------------	-----------------------

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p><i>Dissenyar i elaborar un dossier de premsa, en format digital, que sigui àgil i fàcil d'actualitzar.</i></p> <p><i>En aquest sentit, es recomana fer ús del format fitxa, que permet l'actualització de continguts de forma ràpida.</i></p> <p><i>Estructurar els continguts en tres parts clarament diferenciades:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Visió, missatge global i posicionament desitjat. Visibilització de la nova identitat turística de la destinació.</i> <i>• Informació general amb dades generals de la destinació, de la seva oferta de productes i serveis turístics.</i> <i>• Informació especialitzada de productes de nínxols de mercat, per tal d'incloure-la de forma selectiva en funció del mitjà al qual li volen lliurar.</i> <p><i>Aquest dossier serà accessible a través de l'apartat de Professionals de la pàgina web de la destinació.</i></p> <p><i>També es podrà oferir al sector turístic de la destinació, coma suport a la seva activitat promocional.</i></p>
-------------------	---

<i>Tasques</i>	<p>Edició Vídeo de presentació pla de mk. Es pot consultar al web de <u>www.visitaterrassa.cat</u></p> <p>Campanya de difusió a les xxss de TT</p>
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023

<i>Indicadors de seguiment</i>	<p>El vídeo de presentació Pla de Mk</p> <p>Presentació de la ciutat i oferta turística al web</p>
--------------------------------	--

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)
-------------------	--

<i>Actuació</i>	A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS
-----------------	--

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p><i>És important construir un missatge coherent sobre la destinació turística Terrassa i la seva oferta, de cara als mitjans de comunicació i prescriptors. Així, cal actuar de forma proactiva a través de una major visibilitat del treball que es realitza des de Terrassa Turisme i des de les difunts empreses turístiques de la ciutat,, tot compartint informacions d'interès per als mitjans.</i></p> <p><i>Alhora, aquesta proactivitat també ha d'orientar-se cap a un treball pedagògic que fomenti l'ús correcte de la terminologia turística, principalment entre els mitjans del nostre territori.</i></p> <p><i>En aquest sentit, cal reforçar i incrementar les accions de comunicació i de marca que es treballen de forma conjunta amb el gabinet de premsa i</i></p>
-------------------	---

	<i>comunicació de l'Ajuntament de Terrassa, que ha de ser el primer a entendre i interioritzar l'estratègia turística de la ciutat, per a poder emetre també missatges coherents de cara a la millora i el coneixement de la importància del sector enviament periòdic de notes de premsa, convocatòries específiques per a la presentació de resultats i balanç de temporades, posada en valor de nous productes i serveis, noves inversions, etc.</i>
--	---

<i>Tasques</i>	
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
------------------	-------------	-------------	-------------

<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Col.laboració amb Servei de Premsa Ajuntament, i a partir de la presentació del Pla de Mk</i>
--------------------------------	--

A40	ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS												
A41	SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*												
A42	DOSSIER DE PREMSA												
A43	RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS												
A44	NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*												

PRESSUPOST Programa 4

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)

Acció	Pressupost
A39 VIATGES DE FAMILIARITZACIÓ*	
A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS	
A41 SEGUIMENT DE PUBLICACIONS/ARTICLES DE TERRASSA I DELS SEUS PRODUCTES*	
A42 DOSSIER DE PREMSA	
A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS	
A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*	

Programa 4

PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)

Actuació

A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS

Actuacions relacionades

Objectius				
Descripció	<p>Es tracta de potenciar i incrementar la col·laboració amb els establiments d'allotjament de la ciutat per definir accions concretes que propiciïn la visita a la ciutat i un major consum turístic per part del turista professional. Considerant els perfils dels diferents professionals, la durada de l'estada i el temps que podria destinar a l'oci, es farien propostes d'un dia o fins i tot de mig dia, per promoure la visita.</p> <p>Algunes de les actuacions que es poden fer en col·laboració amb els hotels de cara a aquest públic professional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo benvinguda als allotjaments (A53). • Facilitar fulletons Terrassa Essencial, Terrassa Essencial Especialitzat i/o Terrassa essencial a mida segons cada cas i temps disponible del visitant. • Promoure la venda creuada: Visita guiada al mNACTEC + sopar restaurant que ofereix plats elaborats amb productes de proximitat. • Cada dia una visita a un patrimoni icònic. • Esport al Parc de Vallparadís i a l'Anella Verda de Terrassa. • Acompanyament als assajos dels Castellars. • Entrega tiquet del Passeig dels museus, amb descompte o bonificació. • Esdeveniments de la setmana: aplicant descomptes o fent obsequi. • Pack familiar si es queda el cap de setmana: Itineraris PN Sant Llorenç i l'Obac, rutes guiades, menús gastronòmics... <p>Fins i tot, si s'arribés a un acord amb els hotels per a participar en la despesa, es podrien instal·lar uns punts digitals d'informació turística als establiments.</p> <p>També seria important habilitar enllaços des dels portals web dels establiments al web turístic de Terrassa Turisme.</p>			
Tasques	<p>Facilitar fulletons als hotels i HUTS Col.laboració sector amb activitats patrocinades (sorteigs, concursos, creació productes i packs...), amb motiu de la celebració d'esdeveniments: Festival de Jazz, Jornades gastronòmiques...</p>			
Entitats responsables	<p>Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme Entitats i Associacions</p>			
Recursos/Pressupost aproximat				
Finançament				
Calendari	<table border="1"> <tr> <td>2021</td> <td>2022</td> <td>2023</td> </tr> </table>	2021	2022	2023
2021	2022	2023		
Indicadors de seguiment	<p>.Tramesa de publicacions i material gràfic .Col.laboració en accions promocionals (sorteigs, concursos, creació de packs turístics...)</p>			

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)
<i>Actuació</i>	A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Es tracta de potenciar i incrementar la col·laboració amb els organitzadors dels esdeveniments esportius per definir accions concretes que potenciïn un major consum turístic tant dels/les participants com de les seves famílies. Algunes de les propostes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incloure en el material de benvinguda de l'esportista i/o familiar informació de la destinació: un "welcome pack" via codi QR, per descarregar, amb informació específica de la ciutat i amb propostes d'activitats d'un cap de setmana, d'un dia, mig dia, etc. • Punt d'informació mòbil (disseny aplicant la nova identitat turística) en les instal·lacions esportives, amb informació de la destinació i informació específica d'activitats. • Promoure fórmules de venda creuada a través de talonaris de propostes. • Esdeveniments de la setmana: aplicant descomptes, bonificacions o obsequis. <p>Respecte a les famílies d'estudiants, es tracta de potenciar també la col·laboració amb les empreses del sector per poder lliurar aquest material en el moment de realització de la pre inscripció o matriculació, o a través de les residències d'estudiants. Algunes propostes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferir un "welcome pack" (format digital) per a lliurar a tots i totes les estudiants, amb informació específica sobre la Terrassa turística, que incorpori també propostes del tipus cupons, o similars, de paquets tancats per a familiars que incloguin fins i tot l'allotjament. • Propostes de visites guiades, Propostes a la natura, Propostes gastronòmiques...
<i>Tasques</i>	<p>Contacte amb associacions, entitats, particulars: Tramesa de publicacions (pack benvinguda) Assessorament visites guiades o agenda d'activitats ciutat Programació de visites guiades</p>
<i>Entitats responsables</i>	<p>Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme Serveis Municipals Empreses de serveis de la Taula de Treball</p>
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	

<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tramesa de publicacions (pack benvinguda)</i> • <i>Assessorament visites guiades o agenda d'activitats ciutat</i> • <i>Programació de visites guiades</i> 		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)
<i>Actuació</i>	A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p><i>Les campanyes online constitueixen accions permanents orientades a donar visibilitat als productes turístics de Terrassa i a construir posicionament de destinació. Amb aquestes accions es persegueix captar nous contactes (incorporació BBDD) i vincular els existents. Es tracta de fer propostes atractives al voltant de "Terrassa Essencial" (excursionista) i de la graella de productes per a caps de setmana, ponts i altres festius.</i></p> <p><i>Així, caldrà fer l'encàrrec de les campanyes a una agència especialitzada i transmetre-li el missatge global de la destinació (Decàleg, missatge permanent i marca), els continguts de la nova marca turística i la seva línia comunicacional, per tal que guardi la màxima coherència amb la resta d'accions promocionals realitzades per l'Àrea de Turisme de Terrassa.</i></p>

	<i>Cal fixar un calendari de campanyes i continguts anual, tot i que es recomana fer, coma mínim, dues campanyes a l'any.</i>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A48 CAMPANYES TERRASSA ESSENCIAL		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>Seria interessant realitzar al menys dues campanyes digitals de Terrassa Essencial, en versió generalista, i una més d'especialitzada, cada any. Aquestes campanyes es poden integrar amb l'acció A47, sumant-les a les campanyes B2C de cada any.</i></p>		
Tasques	<i>Elaboració campanya 10 raons per visitar Terrassa</i>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat	<i>Sense cost, a càrrec Servei de Turisme</i>		
Finançament	<i>Servei de Turisme</i>		
Calendari	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
Indicadors de seguiment	<i>Creació continguts campanya 10 raons per visitar Terrassa Per a la seva promoció a xxss de Terrassa Turisme</i>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO		

<i>Actuacions relacionades</i>	
--------------------------------	--

<i>Objectius</i>	
------------------	--

<i>Descripció</i>	<p><i>En col·laboració amb Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, treballar en l'adequació de les estacions de Terrassa de cara a la seva orientació cap al visitant turístic i els usuaris i usuàries que diàriament passen per aquests espais. Cal, per tant, revisar el conveni existent amb FGC per tal de revisar el seu abast.</i></p> <p><i>Actualment ja es fan actuacions conjuntes, però es recomana estudiar diferents alternatives de presència en aquests punts, com ara:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Instal·lació d'un punt d'informació digital de Terrassa Turisme.</i> <i>• Instal·lació d'un mapa turístic de Terrassa de bona dimensió, que permeti la visualització de l'oferta principal de la ciutat.</i> <i>• Instal·lar panells informatius, motivadors, de dos tipus: missatge global (decàleg, missatge permanent i marca) i també amb propostes específiques (incidint en la comunicació d'esdeveniments).</i> <i>• Difondre i potenciar els bitllets combinats existents.</i> <p><i>D'igual forma, en alguns moments concrets de l'any, estudiar la possibilitat de realitzar algunes campanyes en estacions de metro de Barcelona i Àrea Metropolitana, segons mercats prioritats 1, amb l'objectiu d'incentivar l'ús del transport públic per accedir a Terrassa i reforçar el concepte de destinació ben connectada. Incidència especial en esdeveniments concrets de la ciutat (Fira Modernista, Setmana del Patrimoni, Festival de Jazz, Programació arts escèniques, etc.).</i></p> <p><i>Algunes d'aquestes actuacions podrien ser patrocinades per empreses locals / comarcals.</i></p>
-------------------	---

<i>Tasques</i>	
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
------------------	-------------	-------------	-------------

<i>Indicadors de seguiment</i>	
--------------------------------	--

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)
<i>Actuació</i>	A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p><i>Adreçades tant al turista coma l'excursionista.</i></p> <p><i>El màrqueting de carrer, o street marketing, consisteix en la realització de diferents accions de promoció que tenen lloc a l'espai públic, amb l'objectiu de cridar l'atenció del públic al carrer. Suposen inversions relativament moderades i, si estan ben executades, poden tenir la capacitat d'atreure una bon nombre de persones amb inversions baixes. És per això que els missatges caldrà que siguin originals i creatius.</i></p> <p><i>Col·laborar amb el Consell Comarcal del Vallès Occidental per participar conjuntament en aquelles actuacions que siguin coherents amb el nostre posicionament desitjat. En aquest sentit, pensem en les campanyes de caràcter gastronòmic de la comarca que promouen els productes locals, la gastronomia de la comarca, els esports i les activitats a la natura, etc.</i></p> <p><i>D'altra banda, estudiar possibles campanyes a realitzar en àrees d'alta afluència de persones (turistes i/o visitants potencials) compodria ser:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>En estacions de metro, ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya , rodalies ...</i> • <i>En una selecció de centres comercials (començant pel propi Parc Vallès i passant per altres espais comercials dels mercats de prioritat 1).</i> • <i>Mercats i fires populars al carrer.</i> • <i>Mercats municipals de la comarca.</i> • <i>Etc.</i> <p><i>Es recomana treballar en aquest tema des de les taules de treball específiques o clubs de producte, per arribar a una actuació consensuada.</i></p>
--	---

<i>Tasques</i>	
----------------	--

<i>Entitats responsables</i>	
------------------------------	--

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
--------------------------------------	--

<i>Finançament</i>	
--------------------	--

<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
------------------	-------------	-------------	-------------

<i>Indicadors de seguiment</i>	
--------------------------------	--

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
<i>Actuació</i>	A51 PRESENCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARI		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p><i>Donar major visibilitat a les nostres rutes, circuits i itineraris, actuals i futurs, dins les principals aplicacions i comunitats d'usuaris existents, com pot ser Wikiloc, Senderators, Bikemap, MiTierraMaps, Naturapps, Naviki, i moltes altres que caldrà identificar. Alhora, aquestes comunitats d'usuaris també estan obertes a la col·laboració publicitària, la qual cosa permet comptar amb estadístiques concretes dels usuaris.</i></p> <p><i>Caldria fer un treball previ d'identificació en aquestes comunitats, per tal de poder analitzar la idoneïtat de la incorporació de Terrassa i prendre decisions ben fonamentades</i></p>		
<i>Tasques</i>	<p><i>Col.laboració amb empreses i associacions - XATIC</i> <i>Incorporació oferta a la comunitat de Barcelona és molt més</i></p>		
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<p><i>Incorporació oferta Terrassa al Video joc XATIC: 242,00</i></p>		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>Col.laboració amb XATiC: incorporació oferta turisme industrial al joc Xatic</i></p>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p>En conjunt amb el Consell Comarcal del Vallès Occidental i/o amb Barcelona és molt més-Costa Barcelona, cal fer un treball d'identificació d'aquelles guies i publicacions turístiques d'interès en què es parli del territori dels mercats de prioritat 2 i 3. Aquest treball ens portarà a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fer una revisió de continguts i entrar en contacte amb les empreses editores per a actualitzar les informacions publicades. • Fer una proposta per a l'edició de guies en aquells mercats on no existeix informació d'aquest tipus sobre el territori. Per exemple, en el cas de França, es podria considerar la realització d'una guia Petit Futé per al Vallès Occidental, a finançar entre tots els municipis. 		
Tasques	Treball amb XATIC. Incorporació de l'oferta de turisme industrial a a Guia de Turisme Industrial. (Asociación de Operadores de Turismo Industrial AOTI)		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme XATIC		
Recursos/Pressupost aproximat	156 euros		
Finançament	Ajuntament de Terrassa –Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	Publicació de l'oferta de turisme industrial a la Guia AOTI		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS		
Actuacions relacionades			

<i>Objectius</i>				
<i>Descripció</i>	<p><i>En col·laboració amb el sector d'allotjaments de la ciutat, i prenent com a base el vídeo general de presentació de la destinació (Acció A8), estructurar una versió que serveixi per donar la benvinguda als turistes que s'allotgen als nostres establiments, mostrant la destinació i els principals atractius turístics.</i></p> <p><i>Els continguts del vídeo es basarà en el decàleg i en els productes estrella i A de la destinació, amb propostes concretes d'activitats de durada diferents.</i></p>			
<i>Tasques</i>				
<i>Entitats responsables</i>				
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<p>Projecte 2022 Vídeo presentació destinació. Nova marca</p>			
<i>Finançament</i>				
<i>Calendari</i>	<table border="1"> <tr> <td>2021</td> <td>2022</td> <td>2023</td> </tr> </table>	2021	2022	2023
2021	2022	2023		
<i>Indicadors de seguiment</i>				

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
<i>Actuació</i>	A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p><i>El mateix CRM que es detalla a l'acció A36 per al trade turístic, també caldria que s'utilitzés per gestionar una base de dades de visitants, que s'enriquiria a partir de diferents fonts d'informació, principalment digitals. D'igual forma, seria convenient integrar les diferents bases de dades que puguin existir actualment de públic final, en una única eina de CRM.</i></p> <p><i>Aquesta base de dades permetrà gestionar campanyes i missatges de forma segmentada, realitzar propostes personalitzades, així com comptar amb un instrument d'anàlisi de les informacions que ens permeti un millor coneixement de la nostra demanda.</i></p> <p><i>El primer any es dedicaria al treball de disseny de registres i categories, la implantació del CRM i la formació en aquesta eina als nostres tècnics.</i></p> <p><i>A partir del segon any, es pot pensar ja en el llançament de campanyes segmentades</i></p>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Acció 2022-2023		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

PRESSUPOST
Programa 4

**PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I
EXCURSIONISTES)**

Acció	Pressupost
A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS	
A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS	
A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES	
A48 CAMPANYES TERRASSAS ESSENCIAL	
A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO	
A50 ACCIONS MÀRQUETING DE CARRER MERCATS DE PROXIMITAT	
A51 PRESENCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARIS	242,00
A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES	156
A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS	
A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL	398

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 5: ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)

Inclou accions adreçades als visitants, tant a turistes com a excursionistes de la destinació per facilitar l'accès a la informació turística de la destinació i accions de millora en l'obtenció d'informació del vistant.

- A55 NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA
- A56 PUNT MÒBIL D'INFORMACIÓ
- A57 IMPULS PROGRAMA PIT's- DIPUTACIÓ DE BARCELONA
- A58 EDICIÓ MEMÒRIA ANUAL D'ACTIVITATS
- A59 MONITOREIG ACTIVITAT TURÍSTICA A LA DESTINACIÓ I IMPULS OBSERVATORI COMARCAL
- A60 ESTUDI DE PERFIL I CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL
- A61 MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA

Programa 5**ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)**

Actuació	A55 NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>En ple segle XXI, les oficines de turisme han de ser centres d'informació, promoció i comercialització de la destinació, i han de treballar de forma coordinada amb altres serveis d'informació no presencials del municipi, que gestionen els canals on el viatger cerca la informació (promoció online). Cal, per tant, ajustar-les a les necessitats actuals dels visitants, satisfent no només les relacionades amb la informació, sinó també les vinculades a la comercialització i/o facilitació de l'ús dels diferents productes turístics (adquisició d'entrades a espais i esdeveniments, reserves, etc.). També estudiar la possibilitat d'oferir serveis vinculats que amplii'n l'estada, comespai per a la recàrrega de mòbils, descàrrega o visualització de fotos, espai wifi...</i></p> <p><i>Així, és fonamental la visualització clara de les propostes de visites guiades i activitats, posant èmfasi el seu calendari setmanal, i la recomanació d'activitats ("Avui us recomanem"), de manera que els visitants tinguin fàcil seleccionar el que volen fer o visitar. També cal donar visibilitat a la venda d'aquestes activitats amb retolació precisa ("Reserva aquí la teva experiència").</i></p> <p><i>D'igual forma, incorporar tecnologies que facilitin la consulta d'informació in situ, sense necessitat de personal d'atenció, tals com les taules interactives multi tàctils (www.digalix.com), tauletes o fins i tot assistents virtuals. Això ajuda a alliberar el personal per a orientar-lo a la recomanació i la reserva/venda. A més, cal rendibilitzar els serveis d'informació turística, per al qual cosa la venda d'entrades i serveis, així com el desenvolupament d'un marxandatge atractiu, pot ajudar a generar ingressos que puguin revertir-se en el manteniment d'aquest servei i en la pròpia promoció de la destinació.</i></p> <p><i>Alhora, l'oficina de turisme també podria actuar com a generadora d'informació per a la ciutadania, visibilitzant l'agenda d'activitats i promovent el consumturístic domèstic.</i></p> <p><i>Es proposa realitzar un treball conjunt amb altres oficines de turisme dels municipis de la comarca per tal d'aconseguir sinèrgies promocionals entre les diferents destinacions.</i></p> <p><i>Oferir la possibilitat d'enviaments d'informació als usuaris, previ enregistrament, per tal d'anar incorporant dades a la BBDD.</i></p> <p><i>El personal d'atenció al visitant hauria d'exercir la funció d'assessor personal de la destinació.</i></p> <p><i>Organitzar unes visites de benchmarking a oficines innovadores de Catalunya, en col·laboració amb el Consell Comarcal o Barcelona és molt més.</i></p>
Tasques	

<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 5	ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)		
<i>Actuació</i>	A56 PUNT MÒBIL D'INFORMACIÓ		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p><i>Es tracta de produir i/o adequar un o diversos punts mòbils d'informació turística a la nova identitat turística, amb visualització de la marca i el missatge permanent, així com aplicar les indicacions del manual respecte als colors, tipografia utilitzada, etc.</i></p> <p><i>Segons sigui la dimensió i forma del punt mòbil, es donarà més o menys visualització a altres aspectes vinculats amb el posicionament desitjat i decàleg.</i></p> <p><i>La seva funció és poder-los instal·lar, de forma ràpida i fàcil, en espais tancats o oberts d'alta afluència de públic com:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Instal·lacions o espais on es celebren esdeveniments esportius,</i> 		

	<p><i>culturals, estudiantils, festes populars, icones turístiques d'alta aflluència...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Parc de Vallparadís, segons calendari de les activitats realitzades.</i> • <i>Congressos, reunions, fires, etc.</i> • <i>A l'entrada del PN Sant Llorenç del Munt i l'Obac els caps de setmana.</i> <p>El punt mòbil més comú és el de tipus estand, però també es pot pensar en models diferents com ara:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segway.</i> • <i>Model ecològic (bicicleta/tricicle).</i> • <i>Autocaravana de petites dimensions.</i> 			
<i>Tasques</i>	<i>Participació amb estand en activitats i esdeveniments esportius: Vallès Drac Race...</i>			
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme Entitats i associacions Diba</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>				
<i>Finançament</i>				
<i>Calendari</i>	<table border="1"> <tr> <td><i>2021</i></td> <td><i>2022</i></td> <td><i>2023</i></td> </tr> </table>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>		
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Activitats on ha participat Terrassa Turisme amb punt d'informació</i>			

Programa 5	ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)		
Actuació	A57 IMPULS PROGRAMA PIT's- DIPUTACIÓ DE BARCELONA		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>Donar suport i potenciar el programa de capacitat i habilitació de punts d'informació turística en establiments d'allotjament, restauració, comerç, museus... endegat per la Diputació de Barcelona i l'objectiu del qual és ampliar i millorar la xarxa d'informació turística del territori.</i></p> <p><i>L'ideal és que l'Ajuntament obsequi els establiments que s'hi acreditin amb el suport o expositor de sobretaula del material promocional (preferentment de cartró o altre material sostenible). Cal substituir els actuals suport pels nous amb la nova identitat turística de la destinació.</i></p>		
Tasques	<p><i>Seguiment i participació de l'Oficina de Turisme en el projecte PITs Informació a les reunions de la Taula de Treball. Proposta d'incorporar noves empreses</i></p>		
Entitats responsables	<p><i>Consell Comarcal del Vallès Occidental Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</i></p>		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>Assistència a sessions formació i cursos</i></p>		

Programa 5	ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A58 EDICIÓ MEMÒRIA ANUAL D'ACTIVITATS
----------	---------------------------------------

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>Anualment, realitzar una edició digital de la memòria d'activitats de Terrassa Turisme, per tal de ser distribuïda entre totes les empreses del sector, així com també al Consell Comarcal, la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme.</p> <p>Es pot sistematitzar els seus continguts, de forma que cada any només calgui actualitzar els diferents apartats del document.</p> <p>D'igual forma, pot enviar-se la Memòria a les principals empreses egarenques i associacions sectorials.</p> <p>També es podria descarregar des de l'apartat de Professionals de la pàgina web.</p>
------------	--

Tasques	<p>Recollida de dades per elaboració memòria Servei Preparació balanç any per presentació a la reunió de la taula de Treball</p>
---------	--

Entitats responsables	
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	
-------------------------------	--

Finançament	
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
-----------	-------------	------	------

Indicadors de seguiment	Memòria elaborada
-------------------------	-----------------------------------

Programa 5	ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A59 MONITOREIG ACTIVITAT TURÍSTICA A LA DESTINACIÓ I IMPULS OBSERVATORI COMARCAL
----------	--

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p><i>Es tracta d'establir un sistema de recollida d'informació seguint criteris i continguts homogenis de l'ús turístic per part dels visitants de Terrassa. L'objectiu és disposar d'informació quantitativa i de perfil i caracterització del visitants.</i></p> <p><i>En aquest sentit, tot i que actualment es recullen dades del les visites als museus i espais visitables, es recomana revisar els criteris actuals i treballar per homogeneïtzar-los, per tal de facilitar l'anàlisi comparativa entre les diferents fonts.</i></p> <p><i>D'igual forma, establir sistemes de registre d'assistents a esdeveniments celebrats en espais exteriors i interiors (nombre de persones, nombre d'adquisicions d'entrada, etc.) que ens permetin obtenir informació quantitativa i qualitativa de qualitat.</i></p> <p><i>Alhora, caldrà arribar a un acord amb els establiments d'allotjament, per tal de disposar de dades reals de la demanda allotjada, com ara origen, estada mitjana, preu habitació, % d'ocupació dels establiments, etc.</i></p> <p><i>D'igual forma, homogeneïtzar l'estructura de les publicacions i informes de resultats i determinar la periodicitat de la informació.</i></p> <p><i>Complementàriament, des de Terrassa seria interessant impulsar la creació d'un Observatori Turístic del Vallès Occidental, en col·laboració amb el Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona, amb l'objectiu de disposar de dades fiables de la comarca i els municipis turístics respecte a:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Estudis de demanda (turista i, en una segona fase, excursionista). Perfil i caracterització.</i> <i>• Estudi amb més profunditat de segments d'interès (turista professional, turisme d'estudis...).</i> <i>• Estudi de l'oferta turística. Això permetria unificar criteris de recollida d'informació i unificar també els indicadors i temes a estudiar.</i> 			
Tasques				
Entitats responsables				
Recursos/Pressupost aproximat				
Finançament				
Calendari	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; text-align: center;">2021</td> <td style="width: 25%; text-align: center; background-color: #800000; color: white;">2022</td> <td style="width: 25%; text-align: center;">2023</td> </tr> </table>	2021	2022	2023
2021	2022	2023		
Indicadors de seguiment				

Programa 5**ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)**

<i>Actuació</i>	A60 ESTUDI DE PERFIL I CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p>Per la importància d'aquest segment de demanda a Terrassa, es proposa posar en marxa aquest estudi i repetir-lo cada dos anys.</p> <p>En col·laboració amb el LabTurisme de la Diputació de Barcelona, treballar en aquest estudi respecte als "outputs" que volem aconseguir, els continguts, indicadors i temes a incloure, sempre que s'ajusti a l'actual metodologia de LabTurisme. Caldria tenir en compte els següents aspectes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mostra .• Lloc on es realitza l'enquesta, si és presencial.• Continguts relacionats amb el perfil i caracterització del turista.• Estructuració de l'informe i resultats. <p>Seria fonamental comptar també amb la col·laboració dels diferents agents empresarials de Terrassa, així com del sector d'allotjaments.</p>
<i>Tasques</i>	Seguiment i participació estudis perfil turista, elaborats per Diba i Consell Comarcal
<i>Entitats responsables</i>	
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
<i>Finançament</i>	
<i>Calendari</i>	2021 2022 2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	Enquestes perfil turista Vallès Occidental

Programa 5**ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)**

Actuació	A61 MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>El paper del líder és obrir camí i ser el referent que innova i que va més enllà del que és obvi. A més, les organitzacions han d'afrontar el repte d'utilitzar noves eines, crear nous canals de comunicació i desenvolupar aplicacions mòbils més ràpidament, si volen satisfer les demandes del mercat.</i></p> <p><i>En aquest sentit, és important que, des de Terrassa Turisme, s'implementin noves eines tecnològiques innovadores que facilitin la conversa amb els turistes, actuals i potencials, en origen i quan ja es troben a la destinació. Aquestes eines no han de suposar mai una renúncia del paper que juguen les persones en les tasques d'atenció, assessorament i informació, sinó que seran un complement i un ajut.</i></p> <p><i>Així doncs, estem pensant en eines comels chatbots, que són robots (software d'intel·ligència artificial dissenyats per a dur a terme tasques pel seu compte i sense l'ajut de persones, com per exemple fer reserves, recollir i mostrar informació, etc.) capaços de simular una conversa amb una persona, que ja són presents en les aplicacions de missatgeria. La seva funció concreta podria ser oferir informació durant les 24 hores del dia, els 365 dies de l'any, a persones que s'interessen per la nostra destinació.</i></p> <p><i>Algunes informacions interessants publicades sobre aquest tema:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><i>• http://blogginzenith.zenithmedia.es/chatbots-turismo-marcas/</i><i>• http://www.hosteltur.com/comunidad/005170_bots-y-turismo-una-oportunidad-historica.html</i><i>• http://www.smarttravel.news/2016/11/02/por-que-los-chat-bots-funcionan-mejor-que-las-apps-de-viajes/</i><i>• https://laruinahabitada.org/2017/01/17/otas-artificialmente-inteligentes/</i> <p><i>Una altra proposta seria implementar l'emissió de notificacions geo posicionades a través de beacons (components de hardware de baix cost, amb una font d'alimentació pròpia, que detecten l'usuari a distàncies de fins a 70 metres a través de tecnologia BLE). En aquest sentit, caldria conèixer més a fons l'exemple d'implantació que ha dut a terme la destinació Benidorm.</i></p>
Tasques	
Entitats responsables	
Recursos/Pressupost	

A60	ESTUDI DE PERFIL I CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL													
A61	MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA													

PRESSUPOST Programa 5

Acció		Pressupost
A55	NOVA CONCEPTUALITZACIÓ OFICINA TURÍSTICA DE TERRASSA	
A56	PUNT MÒBIL D'INFORMACIÓ	
A57	IMPULS PROGRAMA PIT's- DIPUTACIÓ DE BARCELONA	
A58	EDICIÓ MEMÒRIA ANUAL D'ACTIVITATS	
A59	MONITOREIG ACTIVITAT TURÍSTICA A LA DESTINACIÓ I IMPULS OBSERVATORI COMARCAL	

A60	ESTUDI DE PERFIL I CHARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL	
A61	MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA	

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2021

PROGRAMA 6: GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)

Inclou accions adreçades als ciutadans i d'accions orientades a millorar l'actual model de governança i fomentar la col·laboració entre el sector públic i privat

A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA
TERRASSA

A63 TAULA DE TREBALL I TAULES O CLUBS ESPECÍFICS DE
PRODUCTE

A64 ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR

A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS
DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA

A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE
TERRASSA "ORGULL EGARENC"

Programa 6**GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)**

<i>Actuació</i>	A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA TERRASSA		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p>L'actual model de governança i garantir una major implicació dels diferents actors turístics de la destinació.</p> <p>Aquesta acció també es recull com a proposta de resolució del Ple. Es tracta d'establir un mecanisme de gestió del turisme i de participació que sigui més col·laboratiu i àgil, que vetlli per la implementació d'aquest Pla i que actuï com a garant del bon rumb de l'activitat turística de Terrassa.</p> <p>Consideracions que es fan envers aquest nou model:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Creació d'una nova instància, anomenada Plenari, constituït per la Taula de Turisme ampliada, amb funcions estrictament consultives, en què hi participi tot el sector turístic, de forma àmplia, així com també altres sectors vinculats indirectament amb el turisme i una representació de la societat civil.També hi participaria el sector públic (municipal, comarcal i provincial). Es reuniria un cop l'any i serviria per copsar el pols general de la ciutat envers el turisme i per traslladar informacions des de la banda pública, alhora que per escoltar totes les opinions dels diferents agents.2. Creació d'una taula inter-departamental de Turisme, per tal d'alinejar les estratègies i el treball de les diferents àrees municipals que interactuen amb aquesta activitat.3. Manteniment de la Taula de Turisme, amb major operativitat.4. Creació dels clubs de producte, comissions i/o taules específiques, a proposta de la Taula de Turisme. <p>Cal escoltar les diferents propostes que es facin al respecte, però seria recomanable treballar en prèviament en una primera idea, per tal que les discussions no parteixin de cap base.</p> <p>A la pàgina següent es pot visualitzar una primera proposta de governança per al turisme de Terrassa.</p>		
<i>Tasques</i>	<i>Redacció del nou projecte Governança</i>		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa –Àrea Projectió de la Ciutat</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>Acció a desenvolupar 2022</i> <i>Presentació a la Taula de Treball</i>		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023

Indicadors de seguiment

Programa 6	GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A63 TAULA DE TREBALL I TAULES O CLUBS ESPECÍFICS DE PRODUCTE
----------	--

Actuacions relacionades	A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA TERRASSA
-------------------------	---

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p>La Taula de Turisme de Terrassa tindria la mateixa configuració que actualment, però passaria a ser una instància més executiva, col·laborativa i àgil, amb una reunió sistematitzada cada dos mesos. La Taula seria la responsable de supervisar la implantació del pla de màrqueting i de vetllar pel bon rumb de l'activitat turística a Terrassa. Alhora, també seria la responsable d'impulsar propostes i d'articular la posada en marxa dels clubs de producte especialitzats, que seran instàncies temporals en funció de les necessitats de cada moment, destinades a l'estructuració de producte i a la millora del producte actual, principalment del MICE, esdeveniments, audiovisual, patrimoni, gastronomia i esports.</p> <p>Anualment, la Taula de Turisme Executiva elaborarà un pla d'accions específic que presentarà al Plenari de la Taula.</p>
------------	---

Tasques	<p>Convoca reunions Taula de Treball Informar sector de diferents activitats, esdeveniments i projectes</p>
---------	--

Entitats responsables	
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	
-------------------------------	--

Finançament	
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	13.01 Presentació fases finals Pla de Màrqueting Turístic	13.04 Acte de presentació Pla de Màrqueting Turístic, al mNACTEC	21.09 Presentació Projecte Vapor.0

Programa 6	GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A64 ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<p><i>Promoure la millor interrelació entre els diferents actors del sector turístic de Terrassa, potenciant i organitzant trobades professionals, destinades a aprendre, col·laborar i compartir projectes, idees, nous productes entre el sector públic i privat, i també entre els propis empresaris.</i></p> <p><i>Aquestes trobades presencials i/o virtuals serviran per afavorir sinèrgies i col·laboracions entre el sector turístic de Terrassa.</i></p> <p><i>Les trobades sempre inclouran una presentació inicial de l'Àrea de Turisme, especificant objectius i temes dels quals informarà, com els avenços realitzats del pla de màrqueting turístic, novetats de productes, propostes de millora, projectes en curs, etc.</i></p> <p><i>Fomentar les bones relacions entre les empreses del sector, la necessitat de treballar en una mateixa direcció i d'intercanvi d'informació entre ells.</i></p> <p><i>Un cop que retorni la presencialitat, les reunions poden dur-se a terme cada vegada en una empresa o establiment diferent, per tal de fomentar el coneixement de tota l'oferta turística de la ciutat.</i></p>		
Tasques	<p><i>Assistència a trobades, esdeveniments...</i></p> <p><i>Intercanviar informacions i projectes en curs</i></p>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>Tramesa d'informació i comunicacions al llarg de l'any</i></p>		

Programa 6	GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	<i>Organitzar una roda de presentacions del Pla de Màrqueting Turístic de la Destinació a les institucions i organismes públics de la ciutat i del territori, per tal de donar-lo a conèixer i establir un sistema de treball conjunt. D'igual forma, presentar el Pla al sector turístic, integrants de la Taula de Treball i, d'altres empresaris, institucions o entitats d'interès de sectors vinculats, per donar-lo a conèixer i generar un clima favorable a la cooperació.</i>
------------	--

Tasques	<i>Preparació acte de presentació del Pla de Mk Elaborar i editar materials de suport Convocar sector /Taula de Turisme i convidar institucions</i>
---------	---

Entitats responsables	
-----------------------	--

Recursos/Pressupost aproximat	<i>Acte de presentació del Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa, al mnactec. Transmissió en streaming: 1.694,00 Producció vídeo de presentació Pla de Màrqueting Turístic, producció streaming youtube acte de presentació...: 2.141,70 Presentació Pla de Màrqueting: 847,00</i>
-------------------------------	---

Finançament	
-------------	--

Calendari	2021	2022	2023
-----------	-------------	------	------

Indicadors de seguiment	<i>Presentació Pla de Mk al sector mnactec: 13 d'abril de 2021</i>
-------------------------	--

Programa 6	GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)
-------------------	---

Actuació	A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE TERRASSA "ORGULL EGARENC"
----------	---

Actuacions relacionades	
-------------------------	--

Objectius	
-----------	--

Descripció	Acció permanent que té com objectiu cercar l'orgull dels ciutadans de Terrassa per la seva destinació i donar a conèixer la importància del
------------	---

	<p>turisme per a la ciutat.</p> <p>Es tracta de realitzar campanyes que motivin la ciutadania a conèixer l'oferta turística de la seva ciutat i a fer un ús turístic dels diferents espais i productes, prioritzant els productes estrella i els productes A. Cal convertir el ciutadà de Terrassa en prescriptor de la destinació i, fins i tot, arribar a convertir cada ciutadà en el/la millor "guia turística" al carrer.</p> <p>Promoure l'ús turístic familiar, en parella o amb grups de amics.</p> <p>Dedicar al turisme un espai en les comunicacions habituals de l'Ajuntament amb la ciutadania i considerar-la comun públic més de la nostra comunicació i també de la presentació de nous productes turístics.</p> <p>Presentació de la nova marca turística de la destinació.</p> <p>Es recomana combinar campanyes online i offline amb publicitat exterior en punts d'alta aflluència ciutadana</p>			
<i>Tasques</i>	<p><i>Col.laboració amb serveis municipals en campanyes específiques i esdeveniments: Nadal, Festa Major..</i></p> <p><i>Incorporar oferta turística (visites, oferta gastronòmica, productes botiga)</i></p>			
<i>Entitats responsables</i>	<p><i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i></p> <p><i>Serveis municipals</i></p>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>				
<i>Finançament</i>				
<i>Calendari</i>	<table border="1"> <tr> <td><i>2021</i></td> <td><i>2022</i></td> <td><i>2023</i></td> </tr> </table>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>		
<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>Incorporació oferta turística dins els campanyes adreçades a la ciutadania</i></p>			

PRESSUPOST Programa 6

Acció	PRESSUPOST
A62 MODEL DE GOVERNANÇA DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA TERRASSA	
A63 TAULA DE TREBALL I TAULES O CLUBS ESPECÍFICS DE PRODUCTE	
A64 ACCIONS PERIÒDIQUES DE NETWORKING ENTRE EL SECTOR	
A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA	1.694,00 2.141,70 847,00
A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE TERRASSA "ORGULL EGARENC"	
	4.682,70