

INFORME D'AVALUACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA EXERCICI 2023

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 es va elaborar 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 va permetre 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 es va elaborar una anàlisi de la situació actual que va comptar amb la col·laboració i la implicació de les empreses, entitats i associacions de l'àmbit turístic, i que va permetre 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.

La segona fase del Pla de Màrqueting formula l'estratègia i estableix els elements turístics que cal 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 estimulante, 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, es va realitzar 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.

En l'última fase, 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. Com a conclusió, 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.

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 indicat, 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 es van 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 pel 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, són els elements que permeten 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 2023, en què s'ha pogut donar continuïtat al procés iniciat el 2021 i 2022 de desenvolupament de les accions previstes al Pla Operacional, i d'aplicació de les línies estratègiques al pla d'actuació del Servei de Turisme, i s'ha avançat de forma substancial en la majoria d'elles.

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DE TERRASSA 2021-2023

PROPOSTA OPERACIONAL DE PROMOCIÓ

6 PROGRAMES – 66 ACCIONS

PLA D' ACCIONS 2023

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 briefing 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. 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>	
<i>Entitats responsables</i>	
<i>Recursos/ Pressupost aproximat</i>	
<i>Finançament</i>	

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

Indicadors de seguiment	Acció executada 2021-2022		
-------------------------	---------------------------	--	--

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			
-----------------------	--	--	--

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

Finançament			
-------------	--	--	--

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

Indicadors de seguiment	Acció executada 2021-2022		
-------------------------	---------------------------	--	--

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
<i>Actuació</i>	A3 PRESENTACIÓ DE LA MARCA AL PERSONAL INTERN DE TOTES LES ÀREES DE L'AJUNTAMENT I AL SECTOR I SECTORS AFINS
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<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.</i></p> <p><i>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 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 romangui en el temps.</i></p>
<i>Tasques</i>	
<i>Entitats responsables</i>	
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	

Finançament	
-------------	--

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

Indicadors de seguiment	Acció executada 2021-2022
-------------------------	---------------------------

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

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

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

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>• Realització de Fotografies i vídeos de recursos turístics i activitats per a la seva promoció a xxss i publicacions</i>
---------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fotografies productes per a nova imatge programa Terrassa Gastronòmica</i> • <i>Edició vídeos</i> 			
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Rafel Casanova: Fotografies bodegó: import 296,45 euros - Realització de fotos i vídeos diferents recursos,esdeveniments : Import: 0 euros (recursos propis) Zelig: gestió i compra de l'app Gtranslate per web i programa Kapwing (edició vídeos): import: 145,20 euros 			
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</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>	<i>Les fotografies i vídeos editats</i>			

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
Actuació	A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>Es tracta de revisar, actualitzar i fomentar la creació de continguts textuais sobre la destinació i l'oferta turística orientat a:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Reforçar el posicionament desitjat de la destinació.</i> <i>• Homogeneïtzar missatges i continguts derivats del decàleg turístic i dels productes turístics prioritaris (Productes "Estrella", productes "A").</i> <i>• 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.</i> <p><i>També es facilitarà l'accés al banc de textos al sector, mitjans i intermediació, a través de l'apartat de Professionals del web turístic.</i></p> <p><i>Acció de caràcter permanent.</i></p>
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> <i>. Redacció</i> <i>. Difusió a través de les xxss de Terrassa Turisme</i> <i>.Redacció textos per Presentació de la ciutat: dossiers, continguts anuncis i reportatges...</i>
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa - Servei de Turisme</i>
Recursos/Pressupost aproximat	<i>Sense cost , a càrrec Servei de Turisme</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>	<ul style="list-style-type: none"> <i>. Banc de textos per a xxss i web</i> <i>. Incorporació al web www.visitaterrassa.cat</i> <i>. Presentacions per a mitjans de comunicació i articles revistes especialitzades Turisme.</i> 		

Programa 1	IDENTITAT TURÍSTICA
Actuació	A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA
Actuacions relacionades	<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>
Objectius	
Descripció	<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 marxandatge 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>
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> <i>- Encarregar producció cartell, en base al disseny elaborat amb la nova Marca de Turisme</i> <i>- Encarregar producció adhesius per productes botiga Terrassa Turisme (amb la nova Marca)</i>
Entitats responsables	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme i col.laboració Servei de Comunicació</i>
Recursos/Pressupost aproximat	<i>- Josep Panés: Producció nous cartells. Import: 942,59 euros</i>

	<i>- Adhèsius: amb càrrec al pressupost de la botiga de Terrassa Turisme</i>		
<i>Finançament</i>	<i>Servei de Turisme i Botiga Terrassa Turisme</i>		
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>.Nova senyalització exterior Oficina Turisme .Nous adhèsius per productes de la botiga</i>		

PRESSUPOST Programa 1
IDENTITAT TURÍSTICA

Acció	Pressupost
A1 DISSENY D'UNA NOVA MARCA TURÍSTICA I DESENVOLUPAMENT MANUAL D'APLICACIÓ (pressupost 2021)	
	0
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	
	441,65
A5 CREACIÓ DE CONTINGUTS: BANC DE TEXTOS	
	0
A6 ADAPTACIÓ A LA NOVA IDENTITAT DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA DE LA MASIA FREIXA	
	942,59
	1.384,15

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

	<ul style="list-style-type: none"> • 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"> - Redacció proposta continguts nova web Revisió continguts i incorporació millores al web actual: Gtranslate (revisió idiomes), i gestió inscripció rutes al programa «Inscriu-me» . 		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa/Servei de Turisme</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Zelig. Gestió Compra programa Gestió.GTranslate Import: 24,20€ Inscriume Web i Serveis S.L.Gestió inscripció rutes programa Inscriu-me. . Import: 83,01€ (21,86+ 34,49+26,66)		
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</i>		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Les millores realitzades en el web www.visitaterrassa.cat - Desenvolupament nova web: 2024 (previsió) 		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
<i>Actuació</i>	A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES 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 decàleg turístic de la destinació de Terrassa.</p> <p>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.</p> <p>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>

Tasques			
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	Acció executada 2021-2022		

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

Actuació	A9 MAPA TURÍSTIC “ANIMAT” DE LA DESTINACIÓ
----------	---

Actuacions relacionades	A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB
-------------------------	--------------------------------------

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

Descripció	<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>
------------	--

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

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

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	Proposta execució 2024. Amb el projecte nova web www.visitaterrassa.cat		

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

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

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

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

<i>Descripció</i>	<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	<i>-Revisió continguts plànol actual per editar 2024</i> <i>-Incorporar rutes i itineraris temàtics</i>		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<i>- Elaboració de proposta de continguts</i>		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
Actuació	A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL		
Actuacions relacionades	A1 Disseny d'una nova marca A 9 Mapa turístic animat A7 Renovació de la pàgina web		
Objectius			
Descripció	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.		
Tasques	<i>-Actualització continguts per a l'edició de la Guia 2023</i> <i>- Preparar proposta de continguts per a l'edició del 2024. -</i> <i>Encarregar disseny/maqueta</i>		

<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Genèric: impressió guia 2023: 1.445,95 € Genèric: reedició guies 2023: 441,65€
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i> <i>Disseny Guia 2024: Ajuntament de Terrassa (Àrea de Projectió de la Ciutat)</i>
<i>Calendari</i>	2021 2022 2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>Les publicacions editades</i>

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

<i>Actuació</i>	A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS
-----------------	--

<i>Actuacions relacionades</i>	<i>A1 Disseny d'una nova marca</i> <i>A7 Renovació de la pàgina web</i> <i>A 9 Mapa turístic animat</i>
--------------------------------	---

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

<i>Descripció</i>	<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"> -Redacció continguts publicacions temàtiques: Jazz, Tardor cuina i bolets, Fira Modernista, Rutes turístiques... -Encarregar impressió de les publicacions - Disseny i Creació elements Campaña Del camp a la Taifa. Fira de la pagesia i cuina de proximitat» - Elements promoció «Passaport Terrassa 5x1 el passeig dels Museus de Terrassa»
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme

Recursos/Pressupost aproximat	<ul style="list-style-type: none"> -Genèric. Impressió fulletó rutes turístiques: 1.542,75 € -Genèric: Disseny guia 2023 i disseny fulletó rutes turístiques 2023:1.675,85€ -BBGraphics: Publicació cap de setmana a ritme de Jazz: 605,00 euros - Genèric Disseny: Disseny creativitats i impressió diferents materials producte "Terrassa 5x1 el passeig dels museus de Terrassa": 1.758,13 euros -BBGraphics: Flier promo Fira Modernista (català) 2023: 206,91 -Copisteria Unió: Fliers visita Masia Freixa: 139,15 -Josep Panés: Impressió Programa Tardor de cuina i bolets: 800 -Copisteria Unió: Impressió tríptics Camí de Sant Jaume: 111,32 -Josep Panés: impressió calendari gastronòmics 2023: 2.839,87 -BBGraphics: Fliers Fira Modernista (castellà 2023): 185,13 -BBGraphics: Adaptació fliers Fira Modernista (cat i cat amb dates Fira 2024): 302,50 -Copisteria Unió: Cartell Fira Pagesa i cuina de proximitat: 79,60 - La Natural Coopcomunicació SCCL: Proposta naming i disseny elements Del Camp a la Taifa: 296,45 euros - Genèric Disseny: disseny i producció materials passaport 5x1 (displays): 398,09 Reddició passaports 5x1: 356,95 -Hotel Don Cándido: anunci oferta de Terrassa al plànol de l'Hotel: 800 euros
--------------------------------------	---

Finançament	<p>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</p> <p>Observacions: altres despeses a càrrec del pressupost de l'Àrea de Projectió de la Ciutat (Disseny Guia Terrassa Turisme 2024- Genèric- 962 euros) + Disseny fulletó rutes 2024-Genèric- 695 euros</p> <p>Corpori lletres Terrassa-Panés-1.597 euros</p>
--------------------	---

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

Indicadors de seguiment	Les publicacions editades i els materials produïts
--------------------------------	--

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 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.</p> <p>Idiomes: català, castellà, anglès i francès en una primera etapa,</p>

	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. 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.		
Tasques	Elaboració continguts catàleg Turisme de Reunions per al web i presentacions Format digital		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat	Recursos propis Servei de Turisme		
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	El catàleg actualitzat en format digital Edició paper: Acció 2024 (proposta)		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
Actuació	A14 AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL		
Actuacions relacionades	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web		
Objectius			
Descripció	<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.</p> <p>Donar visibilitat a l'apartat d'Agenda del portal web i estructurar els continguts per tal de que siguin de fàcil localització i interacció.</p> <p>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</p>		

	<p>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.</p> <p>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>
--	---

Tasques	<ul style="list-style-type: none"> . Elaboració de l'agenda d'esdeveniments. Incorporació de l'agenda a la Guia de Terrassa Turisme. . Edició d'original format pdf, amb actualitzacions d'esdeveniments i dates. . Actualitzacions a https://visitaterrassa.cat/agenda-events/ . Tramesa document a representants Taula de Treball de Producte Turístic
---------	--

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

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

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

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

Indicadors de seguiment	<ul style="list-style-type: none"> . Elaboració de l'agenda i edició en format digital per web . Incorporació al web www.visitaterrassa.cat . Campanyes a xxss dels diferents esdeveniments de projecció . Tramesa a Taula de Treball i empreses
-------------------------	--

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

Actuació	A15 AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS
----------	--

Actuacions relacionades	<p>A1 Disseny d'una nova marca</p> <p>A7 Renovació de la pàgina web</p> <p>A14 Agenda d'esdeveniments anual</p>
-------------------------	---

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</p>
------------	--

	segmentada. Des de Turisme de Terrassa trobar fórmules de col·laboració entre el sector públic i privat per a la realització i difusió d'aquest agenda especialitzada. Edició anual, principalment en versió digital		
<i>Tasques</i>	<i>Recollida calendari d'esdeveniments: esportius, reunions,culturals, gastronòmics...</i>		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa- Taula de Treball de Producte</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>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>El document amb el calendari d'esdeveniments anual</i> -<i>Tramesa del formulari de google a les entitats, associacions,empreses per a la recollida d'esdeveniments i activitats.</i> -<i>Seguiment anual per poder publicar activitats al calendari de la web</i> 		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
<i>Actuació</i>	A16 EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA		
<i>Actuacions relacionades</i>	A1 Disseny d'una nova marca A7 Renovació de la pàgina web		
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<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. 		
<i>Tasques</i>	-Elaboració proposta per desenvolupar noves rutes/eines digitals: proposta ruta de cine		
<i>Entitats responsables</i>	Ajuntament de Terrassa/Servei de Turisme i Terrassa City of Film		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>	2024		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	-Elaboració proposta continguts noves eines digitals. Contacte amb empreses especialitzades Projecte a desenvolupar 2024		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL		
Actuació	A17 MARXANDATGE		
Actuacions relacionades	A1 Manual d'aplicació de la marca A7 Renovació de la pàgina web		
Objectius			
Descripció	<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 com a 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>		
Tasques	Proposta de nous productes a desenvolupar. Contacte amb empreses- Botiga Terrassa Turisme		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa- Botiga Terrassa Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Botiga de Terrassa Turisme - Proposta acció 2024		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	Els productes elaborats (Fira Modernista, sant Jordi...) Disseny línies específiques/col.leccions 2024		

Programa 2	SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL
Actuació	A18 XARXES SOCIALS
Actuacions relacionades	A1 Manual d'aplicació de la marca A7 Renovació de la pàgina web
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. 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"> - Redacció Pla de Xarxes Socials 2023 (5 xarxes de Terrassa Turisme i 2 xarxes de Fira Modernista). - Desenvolupament campanyes específiques a xxss, col.laboració amb institucions
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme
Recursos/Pressupost aproximat	<ul style="list-style-type: none"> -Zelig: Gestió Publicitat concurs instagram: 108,90 euros -Ergates: Campanya anual a les xarxes de femturisme: 363,00

	euros -Centre Excursionista de Terrassa: campanya VRD: 1750 i 1.250 euros		
<i>Finançament</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme</i>		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	Les diferents campanyes a les xxss de Terrassa Turisme i de Fira Modernista		

PRESSUPOST programa 2
SUPORT A L'ACTIVITAT PROMOCIONAL

Acció	Pressupost
A7 RENOVACIÓ DE LA PÀGINA WEB	
Gestió servei inscripcions "Inscriu-me" i Gtranslate	83,01 24,20
A8 VÍDEO PRESENTACIÓ DE LA DESTINACIÓ I PÍNDOLES TEMÀTIQUES	
	0
A9 MAPA TURÍSTIC "ANIMAT" DE LA DESTINACIÓ	
	0
A10 FULLETÓ-MAPA DE LA DESTINACIÓ AL CONSUMIDOR FINAL	
	0
A11 FULLETÓ-MAPA TERRASSA ESSENCIAL CONSUMIDOR FINAL	
	1445,95 441,65
A12 FULLETONS-MAPES ESPECIALITZATS O TEMÀTICS	
	1.675,85 1.758,13 1.542,75 605,00 206,91 139,15 2.839,87 185,13 302,50 79,60 800 111,32 296,45 398,09 356,95 800
A13 FULLETÓ DE LA DESTINACIÓ ALS PROFESSIONALS	

		0
A14	AGENDA D'ESDEVENIMENTS ANUAL	
		0
A15	AGENDA ESPECÍFICA D'ESDEVENIMENTS	
		0
A16	EINES DIGITALS PER MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DE LA VISITA	
		0
A17	MARXANDATGE	
		0
A18	XARXES SOCIALS	
		108,90
		363,00
		1,750
		1,250
		17.564,41

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	A63 Taula de Treball i/o Taules o clubs específics de producte A15 Agenda específica d'esdeveniments A7 Renovació de la pàgina web A8 Vídeo presentació de la destinació		
Objectius			
Descripció	<p>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.</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que especifiqui clarament quins són els avantatges de celebrar aquest esdeveniment a Terrassa. • 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,.... <p>Es tracta d'una actuació que també pot treballar-se amb el Barcelona Convention Bureau.</p>		
Tasques	<ul style="list-style-type: none"> . Treballar conjuntament amb diferents serveis municipals, entitats i organitzadors en la programació i coordinació d'activitats. . Informar a les Reunions Taula de Treball . Treball conjunt amb el sector privat/públic i suport en la preparació de candidatures per congressos i esdeveniments . Treball conjunt amb Barcelona Convention Bureau- Diputació de Barcelona . Col.laboració amb les empreses en la celebració de reunions o esdeveniments (recerca d'espais, allotjament, restaurants, visites guiades...) 		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023

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

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

Actuació	A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE
----------	--

Actuacions relacionades	A7 Renovació de la pàgina web
-------------------------	-------------------------------

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

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>.Actualització llistat d'empreses de la ciutat adherides a Biosphere</p> <p>. Promoció/sensibilització Anella verda, i del Decàleg Un Turisme 10!</p> <p>- Creació d'oferta i productes turístics amb motiu de al celebració d'esdeveniments, com la Fira Modernista en col·laboració amb les empreses , entitats del sector turístic i els diferents serveis municipals.</p>
---------	--

Entitats responsables	<p>-Ajuntament de Terrassa - Serveis de Turisme/Medi Ambient</p> <p>-Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme</p> <p>-Consell Comarcal del Vallès Occidental</p>
-----------------------	---

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

Finançament	
Calendari	2021 2022 2023

Indicadors de seguiment	.Renovació certificació Biosphere Sustainable Lifestyle Terrassa Turisme
-------------------------	--

.Incorporació Empreses amb certificació Biosphere al web www.visitaterrassa.cat

. Donar a conèixer activitats de l'Anella Verda, a les xxss

S'ha treballat conjuntament amb institucions en la promoció del **Turisme Accessible**, i s'han creat productes turístics "Per a Tothom", en col·laboració amb les empreses, entitats del sector turístic i els diferents serveis municipals, i s'han incorporat al catàleg de rutes i visites guiades i al web.

Per la Fira Modernista s'han ofert diferents visites accessibles: per a persones amb mobilitat reduïda, amb intèrpret en Llengua de Signes Catalana, per a persones amb discapacitat visual, itinerari inclúsiu adaptat per a persones adultes amb discapacitat cognitiva, per a infants amb TEA, etc.

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

<i>Actuació</i>	A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT
-----------------	--

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

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

<i>Descripció</i>	<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>
-------------------	---

<i>Tasques</i>	<p><i>Seguiment de gestions amb diferents agents en noves ofertes d'allotjament a la ciutat.</i></p> <p><i>Recerca d'operadors per ampliar l'oferta de places hoteleres a la ciutat amb diferents tipologies d'establiment.</i></p> <p><i>Seguiment nova normativa municipal Habitatges d'Ús Turístic</i></p> <p><i>Seguiment projecte zona d'Autocaravanes</i></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><i>Inclusió del nou Hotel Terrassa Confort a l'oferta turística, web i publicacions i participació en la Taula de Treball de Turisme</i></p> <p>Habitatges d'Ús Turístic, des de l'Ajuntament s'ha començat a treballar per desenvolupar una normativa municipal que reguli el sector, adaptat a la legislació i la situació actual, i que en concret permeti:</p> <ul style="list-style-type: none">- Regular aquesta activitat econòmica com es fa amb la resta d'activitats sotmeses a llicència- Conèixer millor la situació i l'activitat generada pels habitatges, per poder evitar possibles problemàtiques, i dimensionar l'oferta d'allotjament que suposen i l'impacte econòmic- Tenir eines per poder actuar sobre les activitats no legalitzades o amb actuacions fora de la normativa.- Des de mitjans de novembre, quan es va publicar el Decret Llei 3/2023 de mesures urgents sobre el règim urbanístic dels habitatges d'ús turístic, a Terrassa no es poden obtenir més llicències de les ja existents, ja que la nostra ciutat és una de les que l'esmentat decret contempla com a municipi amb problemes d'accés a l'habitatge.
--------------------------------	---

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. Inclou també les experiències en què els turistes desenvolupen el seu potencial creatiu mitjançant activitats d'aprenentatge, creació o exhibició del talent personal (http://act.gencat.cat/afiliacio-a-marques/afiliat-marques-act/arts-i-cultura/). • 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

	<p>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> <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 en Guia Michelin o Guia Repsol, Cuina Catalana...). • Segell "Turisme Familiar" de la Federació Espanyola de Famílies Nombroses. • Accessibilitat: segell Predif. • Etc
--	--

<p>Tasques</p>	<p>BIOSPHERE:</p> <p>15 establiments i entitats de la ciutat, han renovat el segell Biosphere Sustainable.</p> <p>La certificació, impulsada per la Diputació de Barcelona, l'Ajuntament de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona, reconeix així el compromís de l'Ajuntament de Terrassa i de moltes de les empreses del sector per potenciar i fomentar la sostenibilitat turística a la ciutat 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 dels valors centrals de la seva activitat. Empreses Compromís Biosphere 2023:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emocions/Empresa especialitzada en organitzar activitats en el medi natural - Hotel Don Cándido./ Allotjament - CIMA. Serveis educatius/Educació en l'art i educació ambiental - mNACTEC . Museu nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya - Seu d'Ègara / Museu de Terrassa - Casa Alegre de Sagrera/Museu de Terrassa - Oficina Turisme de Terrassa/Informació i promoció turística - El Generador/Projectes turístics i culturals - Masia Egara/Celebració d'esdeveniments - Alberg Municipal Vallparadís/Allotjament - Atlètic Terrassa Hockey Club/Club esportiu - Reial Club de Golf El Prat/Club esportiu - Tres Turons, història i patrimoni/Activitats guiades de descoberta del patrimoni històric, artístic, arqueològic i natural del Vallès
----------------	---

	<p>Occidental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crisàlide Comunicació/ Cooperativa de comunicació creativa per al canvi social - Campus la Mola/Centre de reunions, negocis i esdeveniments.
--	---

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

<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<p>. Quota Consell Comarcal Vallès Occidental per al foment del Turisme : 9659,36 e</p> <p>. Renovació Biosphere Oficina de Turisme :0</p> <p>. Quota Afiliació Marca Ciutats i Viles amb Caràcter: 240 €</p> <p>. Quota XATIC : 5.000 €</p>
--------------------------------------	--

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

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

<i>Indicadors de seguiment</i>	<p>Renovació del Segell Biosphere Sustainable LifeStyle</p> <p>Seguiment renovació Sewell Biosphere: assistència a cursos, formacions específiques...</p> <p>Renovació Quota Consell Comarcal Vallès Occidental i col.laboracions projectes CETS, Biosphere, i altres projectes</p> <p>Seguiment Pla CETS (programes i reunions de treball)</p> <p>Renovació Quota Afiliació Ciutats i Viles amb Caràcter</p> <p>Renovació Quota XATIC</p>
--------------------------------	--

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</i> <i>-Taller amb sector privat i públic</i></p>		
Entitats responsables	<p><i>Ajuntament de Terrassa – Serveis de Turisme</i> <i>Consell Comarcal del Vallès occidental</i></p>		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	<i>Ajuntament de Terrassa</i>		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>.Incorporació informació de bones pràctiques turisme sostenible a les publicacions editades i al web</i> <i>.Campanyes a xxss de Terrassa Turisme</i></p>		

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p><i>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.</i></p> <p><i>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.</i></p> <p><i>Cal pensar també en una senyalització accessible per a persones amb mobilitat reduïda i visual.</i></p>		
Tasques			
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>Acció 2024. A partir estudi senyalització elaborat 2020. Proposta de de sol.licitud Recurs econòmic Diputació de Barcelona (catàleg de serveis)</i></p>		
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment			

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
<i>Actuació</i>	A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<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>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Projecte Acció 2024 (proposta de sol.licitud de recurs econòmic Catàleg Serveis-Diba-)		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA
<i>Actuació</i>	A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC
<i>Actuacions relacionades</i>	
<i>Objectius</i>	
<i>Descripció</i>	<p><i>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:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Identificació dels establiments en situació regular i irregular.</i> <i>• Evolució del nombre d'establiments i places donat d'alta i de baixa.</i> <i>• Regularització dels establiments i instar als identificats en situació irregular.</i> <i>• Localització dels establiments, per detectar concentracions.</i> <i>• Estat de l'establiment (mobiliari, accessoris disponibles, neteja, funcionament correcte de les instal·lacions, etc.).</i> <p><i>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"> - Actualització llistat habitatges d'ús turístic legalitzats i disponibles a l'Oficina de Turisme - Inclusió de l'oferta d'HUTs a l'oferta d'allotjament de la ciutat promocionada per l'Oficina de Turisme i participació dels principals agents a la taula de Treball de Turisme. - Seguiment normativa municipal que regli els HUTs, seguiment i suport a la gestió administrativa de l'oferta d'aquesta tipologia d'allotjament.
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme i altres Serveis municipal</i>
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	
<i>Finançament</i>	

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

Indicadors de seguiment	<p><i>.Actualització llistat d'habitatges</i> <i>.Participació Hotel Terrassa Confort a la Taula de Treball de Turisme</i> <i>.Inclusió de l'oferta d'HUTs a l'oferta d'allotjament de la ciutat (esdeveniments, FamTrips, etc.)</i></p>		
-------------------------	--	--	--

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

Actuació	A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESP AIS PER AUTO CARAVANES
----------	---

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	<p><i>.Seguiment projecte ampliació zona estacionament caravanes, a l'entorn de l'Àrea Olímpica. A partir de les obres realitzades amb motiu de la celebració de la Copa del Món d'Hoquei Femení, a l'Àrea Olímpica (juliol 2022)</i></p>
---------	---

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

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

Finançament	
-------------	--

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

Indicadors de seguiment	<p><i>. S'ha començat a treballar en la regulació d'aparcament d'Autocaravanes, amb un sistema de zona blava específica, que impedirà estacionament superior a 3 dies i permetrà la rotació, i</i></p>		
-------------------------	--	--	--

	serà garantia de trobar lloc. També s'implantarà al sector dels Jutjats fora de l'horari laboral (caps de setmana bàsicament).
--	--

Programa 3	MILLORA DE L'OFERTA		
Actuació	A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Els avantatges de treballar en xarxa amb aquestes ciutats són diversos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • Possibilitat de crear i estructurar productes interrelacionats d'alta notorietat. • Augment del grau de notorietat de les destinacions i de la seva oferta turística. • Atracció de visitants professionals i/o amb interessos específics. • Atracció als mitjans de comunicació i diferents tipus d'influenciadors. • Generació de continguts amb visibilització en xarxes socials, el portal web, etc. <p>Es tracta d'una actuació de caràcter permanent.</p>		
Tasques	<p>-Treballar conjuntament amb altres Serveis Municipals</p> <p>-XATIC (participació en programes i accions promocionals : setmana del turisme industrial...)</p> <p>-Terrassa city of film – Ciutats Unesco</p> <p>-Ciutats Marca "Ciutats amb caràcter", i altres projectes de l'ACT: Grand Tour Catalunya...</p> <p>-Barcelona és Molt més (Fires i Festes Modernistes): promoció del modernisme i de les festes i fires de la província de Barcelona</p>		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Diputació de Barcelona- Agència Catalana de Turisme – XATIC- Consell Comarcal del Vallès Occidental...		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p>Treball en xarxa amb altres ciutats i marques turístiques</p> <p>Acords de col.laboració amb ACT per a la promoció de la Marca Grand Tour Catalunya</p>		

Programa 3 MILLORA DE L'OFERTA

Actuació A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC

Actuacions relacionades

Objectius

Descripció

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 un 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 que, tot al contrari, el moviment de persones, els viatges, els tipus de productes que consumim, poden generar un impacte notable.

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.

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.

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.

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.

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.

Actualment l'Ajuntament de Terrassa treballa en alguns d'aquests temes amb Compromís Biosphere

<i>Tasques</i>	<i>Oficina de Turisme treballa en aquest projecte, dins Compromís Biosphere</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>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.</i> <p><i>Es tracta d'una actuació de caràcter permanent.</i></p>
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> •

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Museu de Terrassa: col.laboracions candidatura Seu d'Ègara UNESCO</i> • <i>Altres entitats que organitzen esdeveniments: Jazz Terrassa, Museu Tèxtil, MNACTEC...</i> • <i>Difusió a les xxss de Terrassa Turisme</i>
--	---

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

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

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

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

<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>.Reunions de Marques i programes ACT i Diba</i></p> <p><i>.Campanyes difusió xxss amb motiu d'esdeveniments: Festival Jazz Terrassa... Programa de visites guiades i activitats organitzades per Museus, Festival TNT, esdeveniments gastronòmics...</i></p>
--------------------------------	--

PRESSUPOST Programa 3**MILLORA DE L'OFERTA**

Acció	Pressupost
A19 SUPORT A LA REALITZACIÓ I CAPTACIÓ DE GRANS ESDEVENIMENTS	0
A20 VISUALITZAR TERRASSA SOSTENIBLE I ACCESSIBLE	0
A21 MODEL DE CREIXEMENT DE L'ALLOTJAMENT	0
A22 MARQUES I SEGELLS DE PRODUCTES I/O DESTINACIÓ (ACT I ALTRES)	240 5.000 9.659.36
A23 DECÀLEG DE BONES PRÀCTIQUES	0
A24 SENYALITZACIÓ TURÍSTICA	0
A25 MILLORA DE LA REPUTACIÓ ON-LINE DE L'OFERTA	0
A26 MONITOR D'HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	0
A27 ESTUDIAR ADEQUACIÓ D'ESPais PER AUTOCARAVANES	0
A28 TREBALL EN XARXA AMB ALTRES CIUTATS	0
A29 COMPENSACIÓ PETJADA CARBÒNIC	0
A30 ESPECIAL NOTORIETAT	0

	14.899,36
--	------------------

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 PRESENCIA 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'Agència 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	<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</i></p>

	<i>dels FT . Col.laboració amb XATIC (Setmana del Turisme Industrial, etc.)</i>		
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa - Diputació de Barcelona/Consell Comarcal del Vallès Occidental - ACT</i>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	<i>0</i>		
<i>Finançament</i>	<i>Accions desenvolupades amb càrrec al pressupost de: Diputació de Barcelona/Consell Comarcal</i>		
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>

<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>Organització:</i></p> <p><i>- Turisme Esportiu: Fam Trip de pàdel amb operadors de Països Nòrdics (9 març). Visiten Club Egara, ATHC</i></p> <p><i>-Fam-trip Vive4all Turisme accessible (12 juliol)</i> <i>Visita: Diferents museus, allotjaments, Colla castellera Minyons de Terrassa</i></p>		
--------------------------------	---	--	--

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

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

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

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

Descripció	<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 presència de les empreses turístiques de la destinació.</p>
-------------------	--

Tasques	<p><i>.Col.laboració amb l'ACT-Barcelona és molt més i Consell Comarcal d'acord amb els calendaris previstos</i></p> <p><i>.Col.laboració amb el sector turístic per tenir presència amb estand propi en esdeveniments de ciutat</i></p>
----------------	--

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

Recursos/Pressupost aproximat	<i>Ajuntament de Terrassa/Servei de Turisme</i> <i>Barcelona és molt més/Consell Comarcal</i>
--------------------------------------	--

Finançament	<p><i>- Josep Panés. Muntatge estand Picnic Jazz: 646,14 euros</i></p> <p><i>- Cafè Teatre SCP: Tast productes proximitat workshop Connections/Turisme Premium (Barcelona): 160,69 euros</i></p> <p><i>-Fira de la pagesia i cuina de proximitat. Diferents proveïdors: lloguer carpes, servei vigilància, lloguer material, escomesa...): 3.414,23 euros</i></p>
--------------------	---

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

Indicadors de seguiment	<p><i>Assistència i/o presència en fires, estands, presentacions:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>• FITUR (Madrid)</td> </tr> <tr> <td>• Btravel (Barcelona)</td> </tr> </table>	• FITUR (Madrid)	• Btravel (Barcelona)
• FITUR (Madrid)			
• Btravel (Barcelona)			

	<ul style="list-style-type: none"> • Vallès Drac Race (TRS)
	<ul style="list-style-type: none"> • Picnic Jazz (TRS)
	<ul style="list-style-type: none"> • Sant Jordi (TRS)
	<ul style="list-style-type: none"> • Fira Modernista (TRS)
	<ul style="list-style-type: none"> • Fira Modernista Barcelona (Barcelona)
	<ul style="list-style-type: none"> • Expo vacaciones (Bilbao)
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organització i estand de promoció Terrassa Gastronòmica a la Fira de la Pagesia i cuina de proximitat (7 octubre - Terrassa)</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Participació workshop: Esdeveniment Connections Luxury Europe, Taller mosaics i tast productes TG, a càrrec de l'empresa 3turons. (5 de juny Barcelona/Edifici Sant Pau)</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>.Col.laboració en accions promocionals amb ACT i Diba: Grand Tour Catalunya...Assistència reunions Cercle de Turisme Diba, Reunions marca Ciutats i Viles amb Caràcter/ACT, 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 treball conjunt en la promoció d'activitats i esdeveniments. Promoció de productes</i></p> <p><i>Tramesa comunicacions informant de projectes i convocatòries a actes/ presentacions</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	<ul style="list-style-type: none"> . Actualitzar i elaborar fitxa d'empreses i serveis: agències de viatges, empreses . Incorporació d'empreses a la Taula de Treball de Turisme 		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa- Servei de Turisme		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Incorporació operadors al nou web. Acció a desenvolupar 2024		
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. 		
Tasques	. 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		
Entitats responsables	Diba- ACT- Servei Turisme Ajuntament		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	.Realització base de dades operadors especialitzats		

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

Actuació	A36 BASE DE DADES TRADE I ACCIONS SEGMENTADES
----------	---

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

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

Descripció	<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>
------------	---

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

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

Recursos/Pressupost aproximat	Acció a desenvolupar 2024-2025
-------------------------------	--------------------------------

Finançament	
-------------	--

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

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

Programa 4		PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)	
<i>Actuació</i>	A37 BUTLLETÍ O NEWSLETTER DE DESTINACIÓ*		
<i>Actuacions relacionades</i>	Nova web		
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<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. Es recomana començar per un butlletí o newsletter semestral fins arribar a 4/any.</i></p>		
<i>Tasques</i>	<i>.Treballar en el disseny i continguts d'un nou butlletí en format digital</i>		
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Acció 2023		
<i>Finançament</i>	Acció a desenvolupar 2024-2025		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

Programa 4	PROMOCIÓ EN MERCATS (TRADE)		
<i>Actuació</i>	A38 DIRECTORI D'EMPRESES TURÍSTIQUES		
<i>Actuacions relacionades</i>	WEB TURISME		
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p>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.</p> <p>Aquest directori es pot estructurar per temes o productes, segons graella de productes definida en el Pla.</p> <p>Format digital, descarregable des de l'apartat professional del web.</p>		
<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>	Acció a desenvolupar 2024-2025. Desenvolupament nou web Turisme		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<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*	646,14 160,69 3.414,23
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	
		4.221,06

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>	<p><i>A càrrec Consell Comarcal del Vallès Occidental i empreses sector (col.laboracions)</i></p> <p><i>Servei de Turisme (visites guiades a càrrec del personal del Servei)</i></p>		
<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>Famtrip: Verónica Boned (Sin Mapa) y Patricia Rojas (La Cosmopolilla). Fira Modernista. Allotjament+visita Fira Modernista (7 de maig)</i></p>		

	<i>INSTA ESCAPADES BCN+. Allotjament Petit Luxe+visita patrimoni+Minyons de Terrassa. (13-14 juny)</i>
--	--

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

<i>Actuació</i>	A40 ALIANCES AMB PRESCRIPTORS I BLOGGERS ESPECIALITZATS
-----------------	---

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

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

<i>Descripció</i>	<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>
-------------------	--

<i>Tasques</i>	<i>. Actualitzar i identificar nous prescriptors i bloguers . Elaboració pla d'actuacions (difusió esdeveniments, jornades, organització activitat...) . Contactar periòdicament amb prescriptors/influencers locals i comarcals</i>
----------------	--

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

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

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

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

<i>Indicadors de seguiment</i>	<i>. Actualització BBDD . Comunicacions i invitació a prescriptors locals i comarcals amb motiu d'esdeveniments: especialment prescriptors gastronòmics</i>
--------------------------------	---

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 altres serveis municipals</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. Aquest dossier serà accessible a través de l'apartat de Professionals de la pàgina web de la destinació.</i> <p><i>També es podrà oferir al sector turístic de la destinació, coma suport a la seva activitat promocional.</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>	<i>Dossiers elaborats amb motiu actes i presentacions</i>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)		
Actuació	A43 RELACIÓ PERMANENT AMB MITJANS I PRESCRIPTORS		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<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 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></p>		
Tasques	<i>Treball conjunt amb Servei de Premsa de l'Ajuntament. Elaboració de dossier i Notes de Premsa</i>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<i>Dossiers i Notes de Premsa elaborades</i>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (MITJANS I PRESCRIPTORS)		
<i>Actuació</i>	A44 NEWSLETTER ESPECÍFICA MITJANS I PRESCRIPTORS*		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	Incrementar, tot ampliant la BBDD de destinataris, l'enviament de la newsletter digital, per trametre periòdicament a través d'email a professionals dels mitjans de comunicació i prescriptors/es. Comunicar accions i esdeveniments vinculats amb el turisme i la millora de la ciutat. Important presència de la marca turística de Terrassa. Inicialment, un cada sis mesos, amb la idea d'arribar a 4 enviaments l'any (trimestral).		
<i>Tasques/Accions</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>	<i>Projecte 2024</i>		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>			

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*	

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)
Actuació	A45 ACCIONS ESPECÍFIQUES PÚBLIC PROFESSIONAL EN HOTELS
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>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.</i></p> <p><i>Algunes de les actuacions que es poden fer en col·laboració amb els hotels de cara a aquest públic professional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Vídeo benvinguda als allotjaments (A53).</i> • <i>Facilitar fulletons Terrassa Essencial, Terrassa Essencial Especialitzat i/o Terrassa essencial a mida segons cada cas i temps disponible del visitant.</i> • <i>Promoure la venda creuada: Visita guiada al mNACTEC + sopar restaurant que ofereix plats elaborats amb productes de proximitat.</i> • <i>Cada dia una visita a un patrimoni icònic.</i> • <i>Esport al Parc de Vallparadís i a l'Anella Verda de Terrassa.</i> • <i>Acompanyament als assajos dels Castellars.</i> • <i>Entrega tiquet del Passeig dels museus, amb descompte o bonificació.</i> • <i>Esdeveniments de la setmana: aplicant descomptes o fent obsequi.</i> • <i>Pack familiar si es queda el cap de setmana: Itineraris PN Sant Llorenç i l'Obac, rutes guiades, menús gastronòmics...</i> <p><i>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.</i></p> <p><i>També seria important habilitar enllaços des dels portals web dels establiments al web turístic de Terrassa Turisme.</i></p>
Tasques	<p><i>-Facilitar fulletons als hotels i HUTS</i></p> <p><i>-Col·laboració sector amb activitats patrocinades (sorteigs, concursos, creació productes i packs...), amb motiu de la celebració d'esdeveniments: Festival de Jazz, Jornades gastronòmiques...</i></p> <p><i>-Tramesa enllaç a vídeos de la destinació. A la seva disposició per accions promocionals, elaboració de dossiers candidatura esdeveniments...</i></p>

<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme Entitats i Associacions</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>.Tramesa de publicacions, vídeos i material gràfic .Col.laboració en accions promocionals (sorteigs, concursos, creació de packs turístics...)</i>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)
Actuació	A46 ACCIONS ESPECÍFIQUES A ESTUDIANTS, ESPORTISTES I ELS SEUS FAMILIARS
Actuacions relacionades	
Objectius	
Descripció	<p><i>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:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>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.</i> • <i>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.</i> • <i>Promoure fórmules de venda creuada a través de talonaris de propostes.</i> • <i>Esdeveniments de la setmana: aplicant descomptes, bonificacions o obsequis.</i> <p><i>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:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>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.</i> • <i>Propostes de visites guiades, Propostes a la natura, Propostes gastronòmiques...</i>
Tasques	<p><i>Contacte amb associacions, entitats, particulars: Tramesa de publicacions (pack benvinguda)</i></p> <p><i>Assessorament visites guiades o agenda d'activitats ciutat</i></p> <p><i>Programació de visites guiades</i></p>
Entitats responsables	<p><i>Ajuntament de Terrassa-Servei de Turisme</i></p> <p><i>Serveis Municipals</i></p> <p><i>Empreses de serveis de la Taula de Treball</i></p>
Recursos/Pressupost aproximat	

<i>Finançament</i>			
<i>Calendari</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Indicadors de seguiment</i>	<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)		
Actuació	A47 CAMPANYES ONLINE B2C DE DESTINACIÓ I DE PRODUCTES		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<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. Cal fixar un calendari de campanyes i continguts anual, tot i que es recomana fer, com a mínim, dues campanyes a l'any.</i></p>		
Tasques			
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
	<i>Projecte 2024</i>		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment			

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	<p><i>Elaboració campanya L'Anècdota de Terrassa (xxss)</i> <i>Elaboració campanya a xxss esdeveniments: Fir Modernista, etc.</i></p>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>Redacció i gravació: Sense cost, a càrrec Servei de Turisme</i> <i>Edició Reels Instagram:, a càrrec Servei Turisme</i></p>		
Finançament	Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>Creació continguts campanya L'Anècdota de Terrassa per a la seva promoció a xxss de Terrassa Turisme</i> <i>Edició de Reels Instagram per fer difusió d'esdeveniments de ciutat, a les xxss de Terrassa Turisme i de Fira Modernista</i></p>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A49 CAMPANYES EN ESTACIONS FGC I METRO		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<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 prioritat 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>		
Tasques			
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament	Acció 2024		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment			

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>	<p>XATIC Servei de Turisme ajuntament</p>		
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>	Pressupost 2021		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	<p><i>Incorporació de l'oferta de Terrassa a la comunitat XATIC i BCNMolt més</i></p>		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
<i>Actuació</i>	A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES		
<i>Actuacions relacionades</i>			
<i>Objectius</i>			
<i>Descripció</i>	<p><i>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:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>• Fer una revisió de continguts i entrar en contacte amb les empreses editores per a actualitzar les informacions publicades.</i> <i>• 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.</i> 		
<i>Tasques</i>	Treballa conjunt amb Consell Comarcal per incorporar oferta turística de Terrassa a les seves publicacions i a revistes especialitzades d'àmbit nacional i internacional		
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>	<i>Consell Comarcal del Vallès Occidental</i>		
<i>Calendari</i>	2021	2022	2023
<i>Indicadors de seguiment</i>	Oferta turística de Terrassa a revistes Cap Catalogne		

Programa 4	PROGRAMA DE PROMOCIÓ ALS MERCATS (TURISTES I EXCURSIONISTES)		
Actuació	A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<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>		
Tasques			
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	Vídeo editat any 2022 es fa arribar als diferents establiments		

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>			
<i>Finançament</i>	<i>Proposta acció 2024</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 PRESÈNCIA RUTES I ITINERARIS EN APPS I COMUNITATS D'USUARIS	
A52 PUBLICACIONS I GUIES ESPECÍFIQUES	
A53 VÍDEO BENVINGUDA EN ALLOTJAMENTS	
A54 BBDD CONSUMIDOR FINAL	
	0

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 ampliïn 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>

<i>Tasques</i>			
<i>Entitats responsables</i>			
<i>Recursos/Pressupost aproximat</i>			
<i>Finançament</i>	<i>Proposta projecte 2024-2025</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, culturals, estudiantils, festes populars, icones turístiques d'alta afluència...</i> <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><i>El punt mòbil més comú és el de tipus estand, però també es pot pensar en models diferents com ara:</i></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 – Picnic Jazz...</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>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	2023
------------------	-------------	-------------	-------------

<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 capaciació 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><i>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.</i></p> <p><i>Es pot sistematitzar els seus continguts, de forma que cada any només calgui actualitzar els diferents apartats del document.</i></p> <p><i>D'igual forma, pot enviar-se la Memòria a les principals empreses egarenques i associacions sectorials.</i></p> <p><i>També es podria descarregar des de l'apartat de Professionals de la pàgina web.</i></p>		
Tasques	<p><i>Recollida de dades per elaboració memòria Servei</i></p> <p><i>Preparació balanç any per presentació a la reunió de la taula de Treball</i></p>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<i>Memòria elaborada</i>		

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	Projecte 2024-2025		
Calendari	2021	2022	

Indicadors de seguiment

Programa 5		ATENCIÓ / INFORMACIÓ TURÍSTICA (7 ACCIONS)	
Actuació	A60 ESTUDI DE PERFIL I CHARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<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.</p> <p>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>		
Tasques	Seguiment i participació estudis perfil turista, elaborats per Diba i Consell Comarcal		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021		2023
Indicadors de seguiment	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-opportunidad-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 aproximat	
-------------------------------	--

Finançament	Projecte 2024-2025
-------------	--------------------

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

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 CARACTERITZACIÓ DEL TURISTA PROFESSIONAL	
A61 MILLORA DE LA CONVERSA AMB EL TURISTA / EXCURSIONISTA	
	0

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.</p> <p>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>	<p><i>Seguiment nou Pla de Governança</i></p> <p><i>Convocatòries Plenari de la Taula de Treball de Turisme i Taula de Treball</i></p> <p><i>Presentació projecte a la Taula de Treball de Turisme</i></p>
<i>Entitats responsables</i>	<i>Ajuntament de Terrassa –Àrea Projectió de la Ciutat</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>Aplicació del nou Pla de Governança aprovat l'any 2022</i>		

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><i>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. Anualment, la Taula de Turisme Executiva elaborarà un pla d'accions específic que presentarà al Plenari de la Taula.</i></p>		
Tasques	<p><i>Convocar reunions Taula de Treball de Turisme Informar sector de diferents activitats, esdeveniments i projectes /</i></p>		
Entitats responsables			
Recursos/Pressupost aproximat	<p><i>Despeses organització sessions de treball: Oritel Europsa: 148,50</i></p>		
Finançament	Servei de Turisme		
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<p><i>Reunions celebrades: -Plenari de Turisme: 9 de febrer -Taula de Treball: 10 de novembre</i></p>		

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 informará, 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	<i>Tramesa d'informació i comunicacions al llarg de l'any</i>		

Programa 6		GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)		
<i>Actuació</i>	A65 PRESENTACIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING A LES INSTITUCIONS DE TURISME VINCULADES I AL SECTOR PROFESSIONAL DE TERRASSA			
<i>Actuacions relacionades</i>				
<i>Objectius</i>				
<i>Descripció</i>	<p><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.</i></p> <p><i>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></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>	<p><i>S'han aplicat les estratègies i accions derivades del Pla de Màrqueting Turístic, aprovat i presentat l'any 2021, en cadascun dels àmbits d'actuació, al pla d'Accions anual del Servei d'acord amb els recursos disponibles i el pressupost municipal aprovat.</i></p>			

Programa 6		GOVERNANÇA I COMUNICACIÓ INTERNA (5 ACCIONS)	
Actuació	A66 CAMPANYES INTERNES ADREÇADES A LA CIUTADANIA DE TERRASSA "ORGULL EGARENC"		
Actuacions relacionades			
Objectius			
Descripció	<p>Acció permanent que té com objectiu cercar l'orgull dels ciutadans de Terrassa per la seva destinació i donar a conèixer la importància del 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, prioritant 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 afluència ciutadana</p>		
Tasques	<p><i>Col.laboració amb serveis municipals en campanyes específiques i esdeveniments: Museus, Nadal, Festa Major..</i></p> <p><i>Incorporar oferta turística (visites, oferta gastronòmica, productes botiga)</i></p>		
Entitats responsables	Ajuntament de Terrassa – Servei de Turisme Serveis municipals		
Recursos/Pressupost aproximat			
Finançament			
Calendari	2021	2022	2023
Indicadors de seguiment	<i>Incorporació oferta turística dins els campanyes adreçades a la ciutadania</i>		

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	148,50
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"	
	148,50