

JORNADA DE TURISME DE SITGES

Intel·ligència Turística
de la Destinació



PLA D'ACCIONS TURISME DE SITGES



MISSIÓ

La raó de ser de Turisme de Sitges és **promoure i gestionar** activitats i/o serveis que puguin contribuir, en sentit ampli, al desenvolupament turístic i econòmic del municipi per a **millorar la competitivitat** de la destinació i la rendibilitat dels seus negocis, tenint en compte la sostenibilitat.

VISIÓ

- **Generar coneixement** per a la presa de decisions.
- Enfortir la **col·laboració pública – privada**; així com també amb d'altres institucions amb incidència turística.
- Posicionar la **destinació com a sostenible** i turísticament responsable.
- **Desestacionalitzar** per generar més ocupació i millor en èpoques vall.
- Promocionar i difondre la presència de Sitges als **mercats nacionals i internacionals**.
- Seguir potenciant la **marca Sitges** en els sectors econòmics i turístics.
- **Recolzar** les iniciatives pròpies i externes que tinguin relació amb la dinamització turística del municipi.

A photograph of a coastal promenade at sunset. In the foreground, the silhouette of a statue of a woman holding a flower is prominent. To the left, there are ornate stone balustrades and lamp posts. The sea is visible in the background, with the sun setting on the horizon, casting a golden glow. The sky is filled with wispy clouds.

COM DEFINIM EL PLA D'ACCIONS

PLA DE QUALITAT

Sitges. Destinació Turística Sostenible i Intel·ligent El Sistema Turístic de Sitges. Línies actuació

PREPARACIÓ DE LA DESTINACIÓ

Preparar les empreses

Idiomes
Horaris
Atenció al client

Preparar la destinació

Senyalització
Fer visitable
Atenció al visitant

GESTIÓ

Gestionar materials

Dissenyar
Produir
Distribuir

Gestionar espai virtual

Continguts
Xarxes socials
Reserves?

Crear productes

Identificar oportunitats
Aglutinar esforços
Dissenyar i proposar

Gestionar actius

Horaris
Materials: fulletons, audioguies, ...
Visites guiades
Activitats

Gestionar informació

Punts d'informació
Informació sobre visitant
Estadístiques
Big data

PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ

Promocionar

Visites
Materials
Fires i *workshops*

Vendre tiquets

NIF
Estructura de preus i comissions
Sistema d'administració, facturació i control

Comercialitzar

Sortir a vendre
Negociacions i tractes amb ttoos
Sistema d'intermediació

GOVERNANÇA

Encaix turisme - govern de la vila

Posició del turisme als òrgans de govern
Integració de la transversalitat del turisme
Gestió turística del municipi

Gestionar relació públic's-privat's

Coordinació amb altres institucions i entitats
Suport per a la consolidació dels sectors
Involucrament de la població local

Potenciar la destinació

Planificació des del punt de vista turístic
Proposta de projectes i atracció noves inversions
Establiment d'aliances estratègiques

COMPETITIVITAT

Preparar les empreses

Formació
Cerca de referents
Jornades, *workshops*, intercanvis

Consolidar sector

Foment de l'associacionisme
Línies d'inversió per la millora dels negocis
Economia col·laborativa

Destinació sostenible i intel·ligent

Incorporació de la sostenibilitat
Incorporació de la tecnologia i digitalització
Foment de la responsabilitat social

ed. Reserva serveis

CONSELL ASSESOR I COMISSIONS

- Eines de consens integrades pel sector públic i privat.
- Tenim **2 Comissions permanents**, la de promoció i la de turisme de negocis.
- El **Consell assessor** es reuneix com a mínim 3 vegades a l'any i les comissions 5, cadascuna.
- Les Comissions treballen el pla d'accions per segments i **el Consell és qui aprova el Pla d'accions** complets **per** després **eleva-lo al Ple municipal**.
- El Consell assessor és precisament qui té potestat de proposar i aprovar la creació de noves Comissions de treball o dissoldre les existents.

COMPLICITAT ENTRE INSTITUCIONS

Treballem amb:

- **Node Garraf.**
- **Enoturisme Penedès.**
- **Barcelona és molt més** – Diputació de Barcelona.
- **Agència Catalana de Turisme** – Generalitat de Catalunya
- **Turespaña.**



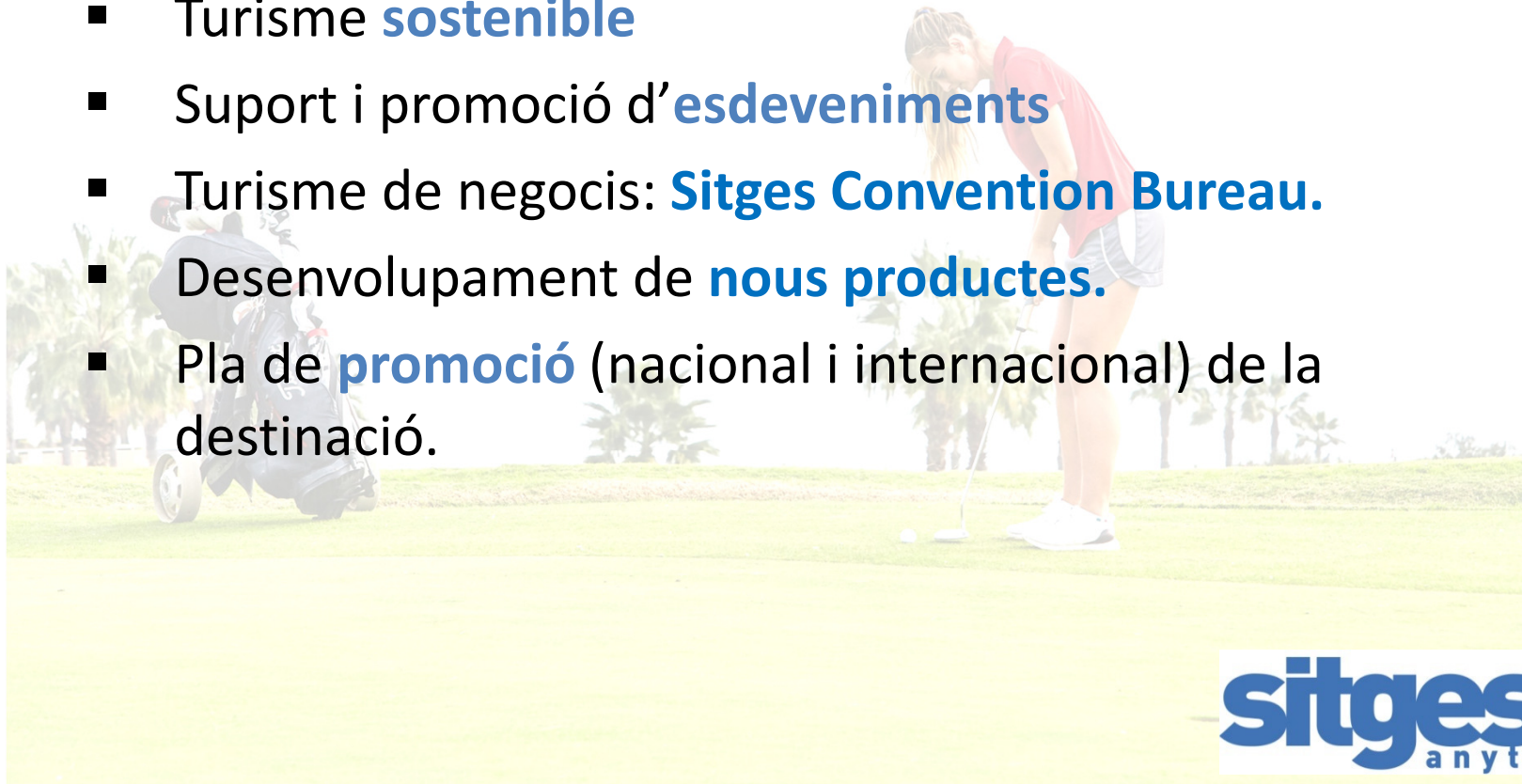
PLA D'ACCIONS

102	MISS (Meeting and Incentive Summit), Madrid. Amb associats	1r	2.100,00	2.541,00 €	20 de març Mercat nacional i internacional	1	1	2.2 / 4.1
103	All about people destination - Workshop, 22 - 24 de març, a Estoril	1r	3.900,00	4.719,00 €	Mercat britànic. Nou! Prospecció	2	2	2.2 / 4.1
104	ICCA Capitol Iberic, del 10 al 12 d'abril, a Oporto	2n	800,00	968,00 €		2	2	2.2
105	M&I Europeu Spring. Workshop 24 - 27 d'abril a Benidorm. Amb Calipolis	2n	4.500,00	5.445,00 €	Europeu	1	1	2.2 / 4.1
106	M&I European F. Wellness Experience, 9 - 12 de maig a Monchique	2n	4.500,00	5.445,00 €	Europeu. Nou! Prospecció	2	2	2.2 / 4.1
107	IMEX I ICCA ASSOC. - Fira - 19-23 de maig a Frankfurt	2n	4.100,00	4.961,00 €	Multimercat. A l'stand del CCB	1	1	2.2 / 4.1
108	SCB Roadshow NYork - Xicago, 11 - 13 de juny	2n	3.000,00	3.630,00 €	Mercat americana	1	1	2.2 / 4.1
109	Meeting Space Summer	3r	3.500,00	4.235,00 €		1	1	2.2 / 4.1
110	CIT Agències i Corporate. 31 de juliol al 3 d'agost a Belfast. Amb Melià Sitges	3r	5.000,00	6.050,00 €	Mercat britànic	1	1	2.2 / 4.1
111	IMEX Las Vegas (TBC). Fira del 19 - 23 de setembre	3r	5.400,00	6.534,00 €	Multimercat. A l'stand del CCB	2	2	2.2 / 4.1
112	The meeting Space, del 26 al 28 de setembre a Madrid. Amb Melià	3r	4.100,00	4.961,00 €	Mercat Europeu i britànic	1	1	2.2 / 4.1
113	All about people destination - Workshop, 4 - 6 d'octubre. Amb Melià	4t	4.600,00	5.566,00 €	Mercat britànic. Nou!	2	2	2.2 / 4.1
114	SCB Roadshow Lyon- Toulouse. Workshop octubre	4t	2.350,00	2.843,50 €	Sud de França.	1	1	2.2 / 4.1
115	Pure Meeting, Octubre. Amb el CCB	4t	2.050,00	2.480,50 €	Mercat francès	1	1	2.2 / 4.1
116	The Mlice Boat. 1 -3 de novembre	4t	5.100,00	6.171,00 €	Mercat alemany	1	1	2.2 / 4.1
117	M&I Europeu Autumn. Workshop de l'11-15 de novembre a Oman. Amb Dolce	4t	4.600,00	5.566,00 €	Mercat Europeu	1	1	2.2 / 4.1
118	IBTM - Fira - 27-29 novembre a Barcelona	4t	3.500,00	4.235,00 €	Multimercat. A l'stand del CCB	1	1	2.2 / 4.1
119	M&I Europeu Winter. Workshop del 12-14 de desembre a Tenerife. Amb Finca Mas Solers	4t	4.400,00	5.324,00 €	Mercat Europeu	1	1	2.2 / 4.1
120	SCB Jornada tècnica	1r - 4t	350,00	423,50 €	Per determinar	2	2	2.2
121	Presentació a Madrid	1r	26.500,00	32.065,00 €	Proposta: 28 de març	1	1	2.2 / 2.3 / 4.1

ESTRUCTURA

FOCUS D'ATENCIÓ

- Elaboració **d'estudis**.
- Turisme **sostenible**
- Suport i promoció d'**esdeveniments**
- Turisme de negocis: **Sitges Convention Bureau**.
- Desenvolupament de **nous productes**.
- Pla de **promoció** (nacional i internacional) de la destinació.

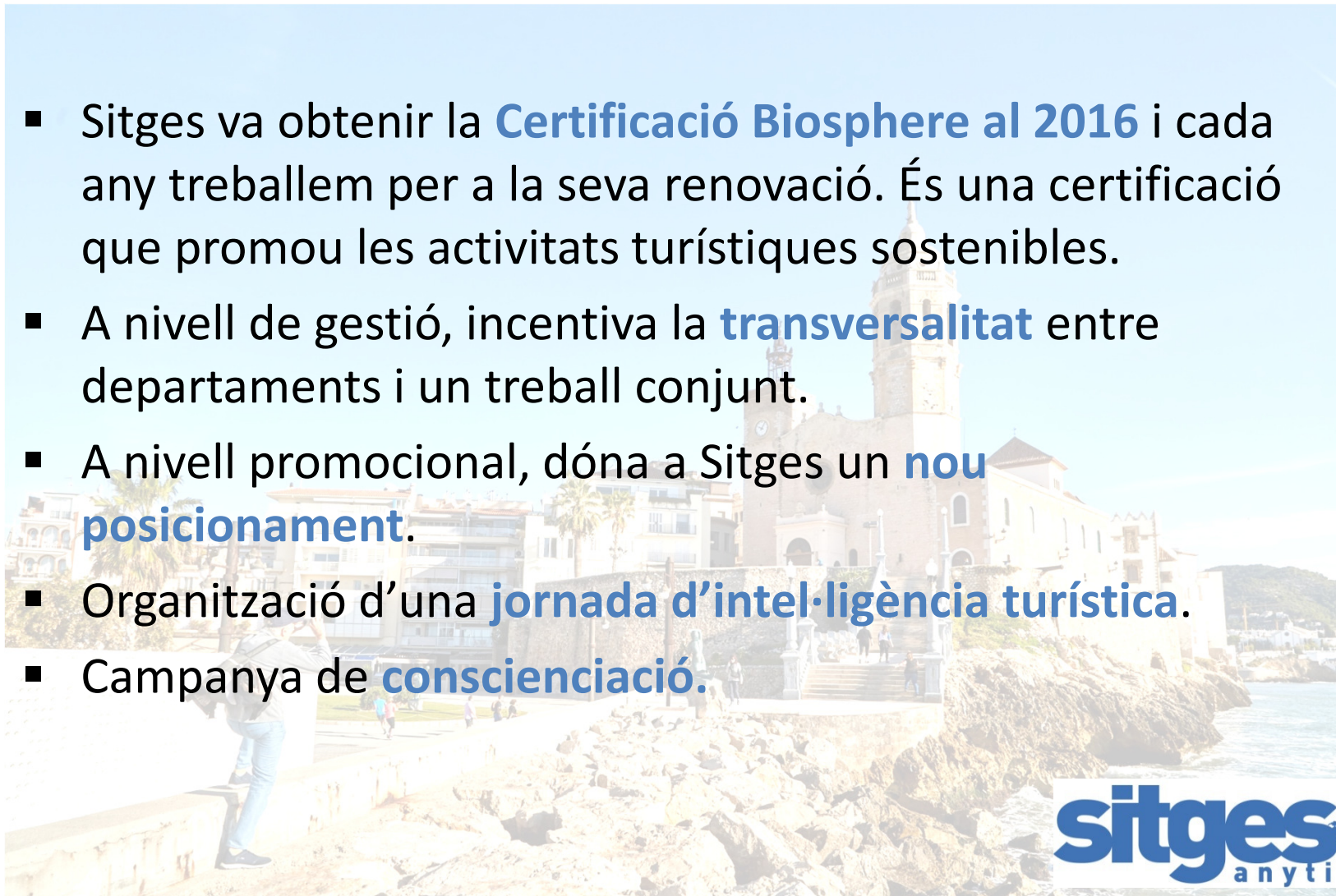


ESTUDIS 2019

- Perfil de l'**usuari de l'Oficina d'Informació Turística**.
- Perfil del **turista**.
- Anàlisi de la **Reputació on-line** de Sitges.
- Sitges com a destinació de **Turisme familiar**.
- **Sitges com a destinació de Turisme LGTBI**.
- Estudi de **l'opinió del ciutadà** envers el Turisme.

TURISME SOSTENIBLE

- Sitges va obtenir la **Certificació Biosphere al 2016** i cada any treballem per a la seva renovació. És una certificació que promou les activitats turístiques sostenibles.
- A nivell de gestió, incentiva la **transversalitat** entre departaments i un treball conjunt.
- A nivell promocional, dóna a Sitges un **nou posicionament**.
- Organització d'una **jornada d'intel·ligència turística**.
- Campanya de **conscienciació**.



ESDEVENIMENTS

- Busquem **nous esdeveniments** per completar el calendari anual.
- Fem que cada esdeveniment ja consolidat, pugui ser una **oportunitat** per al municipi.
- Alguns **exemples**:
 - Ral·li Internacional de cotxes d'època Barcelona – Sitges
 - Festival Internacional de Patchwork
 - Fira Scrap + Sitges
 - Trobada de microcars
 - Sitges Gay Pride
 - Mediterranean Ladies Open
 - Mostra de Vins
 - Sitges Cheese Festival
 - Sitges Christmas Festival
 - Winter Market Sitges



SITGES CB

- Presentacions de **destinació**.
- Assistim a **fires i workshops** nacionals i internacionals especialitzat.
- Assistim a **jornades de treball** organitzades per d'altres institucions.
- Organitzem i atenem **fam i press trips**.
- Programem **visites d'inspecció/candidatures**.
- Elaborem materials i estratègies pròpies de **Comunicació i e-marketing**.
- Treballem **Bases de Dades internacionals**.

SITGES WEDDINGS

SITGES COASTLINE

- **SITGES WEDDINGS:**

- Rodatge d'un vídeo promocional
- Organització d'un workshop d'empreses vinculades amb Sitges que treballin en aquest segment

- **SITGES COASTLINE:**

- Rodatge d'un vídeo promocional
- Visita d'inspecció a la fira International Boat Show



PROMOCIÓ

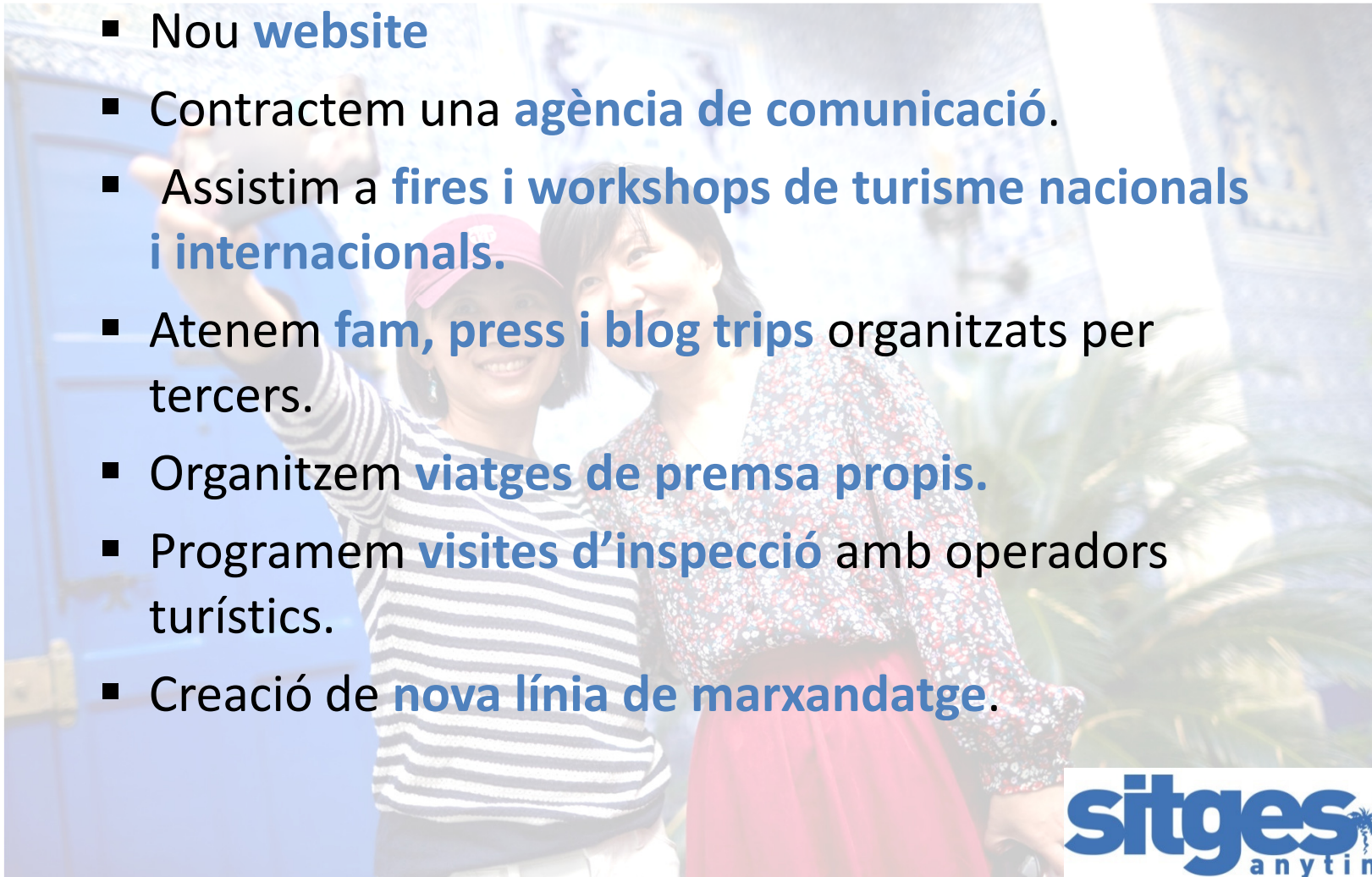
- DOBLE SEGMENTACIÓ:

- Per **mercats**.
- Per **experiències**.



PROMOCIÓ

- Nou **website**
- Contractem una **agència de comunicació**.
- Assistim a **fires i workshops de turisme nacionals i internacionals**.
- Atenem **fam, press i blog trips** organitzats per tercers.
- Organitzem **viatges de premsa propis**.
- Programem **visites d'inspecció** amb operadors turístics.
- Creació de **nova línia de marxandatge**.



PROMOCIÓ

- Preparació de la candidatura per pertànyer a **Viles marineres**.
- Elaboració de **materials promocionals**:
 - Nou **catàleg**.
 - Nou **dossier de premsa**.
 - Nou **plànol bloc**.
- Jornada d'inici de temporada de **platges**.



ALTRES

- Projecte de reconversió de la Masia de **Can Milà** en un nou Visitor Centre



CONCLUSIONS



CONCLUSIONS

- La gestió del turisme ha de ser **transversal** dins la destinació.
- La **gestió conjunta** entre diferents administracions crea sinèrgies que ajuden a l'eficiència i eficàcia de les accions.
- És imprescindible la creació de **nous productes** per a la desestacionalització de la destinació buscant allò que ens fa diferents i aporta valor.
- Cada vegada és més important **l'obtenció de dades** per afinar en la gestió i promoció.

MOLTES GRÀCIES

