

ACTA CONSELL MUNICIPAL DE TURISME

Identificació de la sessió

Núm: 1/2019

Data: 18 de març de 2019

Horari: 19:00h a 20:18h

Caràcter : ordinari

Lloc: Sala Gòtica de la Basílica Santa Maria de la Seu de Manresa,
Baixada de la Seu, 1, Manresa

Assistents

President

Joan Calmet Piqué

Vocals

Laia Muns Serra – Fundació Aigües de Manresa

Ignasi Sala Blanch – Associació Bages Impuls

Maria Salido Torra – Apartaments la Farola

Tom Rubí Camprubí – Fent país, SCCL

Secretaria

Raquel Aranda Magnet, funcionària de l'Ajuntament de Manresa en substitució de Sònia Puyol González

Altres Assistents

Josep Canals – Consell Comarcal del Bages

Bàrbara Minòves Corominas – Serveis Territorials d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya a la Catalunya Central

Eva Farré – Consell regulador de la DO Pla de Bages

Lluís Pagès Casanovas – Fundació Cova Sant Ignasi Manresa

Albert Tulleuda Lari – Fundació Turisme i Fires de Manresa

Pare Lluís Magriñà Veciana – Residència Sant Ignacio Província de Espanya (La Cova)

Mete Codinach Teixidó – Bisbat de Vic (La Seu)

Mireia Vilaseca – Generalitat de Catalunya, Agència Catalana de la Joventut (Alberg del Carme)

Josep Huguet Biosca – Cat emocions, SL

Maria Mercè Tarragó Costa – Joieria rellotgeria Copernic

Marc Sanllehí – Hotel 1948

Antoni Daura – Llibres Parcir, SL

David Hernández Masegú – Ajuntament de Manresa (Mercat Puigmercadal)

Carla Rodríguez – Oller del Mas

Jordi Rodó – Quaderna estratègia corporativa, SLU

Excusats

Joan Sebastià Rodó Rodà – Cambra oficial de Comerç i Indústria de Manresa
Lídia Hinojo Rojas – Fundació Mediterrània
Sònia Puyol González, que ha delegat la seva assistència a la funcionaria municipal,
Sra. Raquel Aranda Magnet
Jordi Ruiz – Restaurant Kursaal
Gerard Pablo – Urbi Apartaments

Ordre del dia

1. Aprovació, de l'acta de la sessió anterior que va tenir lloc el dia 27 de febrer de 2018
2. Presentació dels resultats de turisme 2018
3. Presentació del Pla d'acció 2019
4. Precs i preguntes

Desenvolupament de la reunió

Prèviament a l'inici de la sessió, el President exposa que al trobar-se en període electoral, no es pot fer publicitat de les actuacions realitzades per l'Ajuntament de Manresa, si bé en aquesta reunió tan sols es pretén informar objectivament de les actuacions realitzades en matèria de turisme.

Així mateix manifesta que en aquesta reunió han estat convocats també els regidors de l'oposició per si volguessin fer alguna observació en aquest sentit, si bé no han assistit. Tot i així, es vol fer constar en acta que s'ofereix als assistents la possibilitat de fer qualsevol observació i/o objecció si ho consideren oportú.

1. Aprovació, de l'acta de la sessió anterior que va tenir lloc el dia 27 de febrer de 2018

El **President** sotmet a votació l'acta de la sessió anterior, que va tenir lloc el dia 27 de febrer de 2018 i demana si hi ha alguna observació a formular respecte al seu contingut.

Atès que no hi ha cap observació a formular respecte al contingut de l'acta, el Consell municipal de Turisme **l'aprova per unanimitat dels membres presents.**

2. Presentació dels resultats de turisme 2018.

Seguidament, el President, fa balanç de les dades obtingudes durant l'any 2018, les quals han estat molt positives.

Cal fer esment que el total de serveis turístics ha estat de 183.059 serveis. Una altra dada important per a valorar és l'augment de la taxa turística, que al 2018 ha augmentat en un 16% respecte l'any 2017.

El total dels Serveis turístics realitzats a Manresa durant el 2018, es divideixen en dos conceptes:

Espais gestionats des de la Fundació Turisme i Fires de Manresa : Oficina de Turisme, Carrer del Balç, Torre Lluvià, Centre d'acollida de Pelegrins, i l'Espai 1522. Des del 2015 fins al 2018 hi ha hagut un creixement del 113,35%.

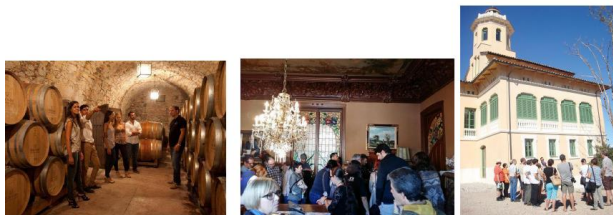
Altres equipaments turístics de la ciutat: la Seu, la Cova, Museu de la Tècnica , i l'Oller del Mas. Des del 2015 fins el 2018, ha hagut un augment del 60,06%.

Tot plegat demostra l'evolució del sector turístic a Manresa on hi ha un clar creixement i que ens porta a tenir un cert optimisme de cara a un futur i que es va en la direcció adequada.

A continuació, presenta als assistents el document següent:

Total de serveis turístics a Manresa. Any 2018

183.059 serveis



Taxa turística

ANY	Recaptació anual (segons dades Ajuntament de Manresa)
2013	3.501,11 €
2014	4.393,72 €
2015	3.649,03 €
2016	5.206,85 €
2017	11.253,86 €
2018	13.081,66 €

Dades estadístiques 2018

	2015	2016	2017	2018	Variació 15-18
ESPAIS GESTIONATS PER FTFM	22.108	38.667	40.043	47.167	113,35%
ALTRES EQUIPAMENTS TURÍSTICS	84.569	117.114	133.795	135.892	60,06 %
TOTAL	106.677	155.781	173.838	183.059	71,67%

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
OTM	11.475	10.091	8.833	9.915	11.702	13.412	16.218
CAP				456	1.088	825	1.363
Espai 1522				200	7.961	3.381	3.293
Balç	7.515	10.518	10.150	11.537	18.186	21.966	23.008
Torre Lluvià						458	576
PIT Balç							2.709

Cal fer esment que al 2017 es va agafar la gestió directe des de l'Oficina de Turisme.

La visita de la torre Lluvià es va incorporar al Circuit al rehabilitar-se a través d'una subvenció provinent del FEDER. A més s'ha ofert al Consell Comarcal per ser seu del Geoparc de la Catalunya Central.

Finalment el C. del Balç també és un punt d'informació turística, ja que es va detectar que molta gent anava allà a informar-se.

Visites guiades

VISITES GUIADES FTFM

2015	2016	2017	2018	Variació 2015-2018
1.903	2.076	2.702	4.381	130,2%

TIPOLOGIA DE VISITES GUIADES
(per volum de demanda)

1. Manresa, cor de Catalunya
2. Manresa ignasiana
3. Visita personalitzada
4. Manresa medieval (Seu + Balç)
5. Manresa monumental (Seu + Cova)
6. Torre Lluvià
7. Seu
8. Manresa essencial (Seu, Cova, Balç, 1522)
9. Modernisme



Ajuntament  de Manresa

Les visites guiades s'han diferenciat de la resta. Són aquell producte denominat Km.0 perquè s'han creat i s'organitzen des de l'Oficina de Turisme, pel propi personal de l'oficina. Algunes d'aquestes visites ja existien i d'altres s'han millorat i s'han creat nous continguts, la qual cosa ha comportat un augment considerable del nombre de visites.

Per fer-nos una idea general de l'estat en que ens trobem, cal fer un petit anàlisi de les fases de destinació turística. Els experts indiquen que per crear una destinació turística es necessiten un mínim de 20 anys.

Certament Manresa no era una destinació turística, però amb la crisi del sector industrial ens adonem que hi ha un recurs important que és el recurs turístic. Per tant la 1a etapa, que seria cap a l'any 2008-2009 es fa una diagnosi dels recursos que existeixen a la ciutat.

A partir d'aquesta diagnosi es defineixen que hi ha 4 recursos importants:

2 que són compartits amb altres ciutats: patrimoni i entorn natural

2 que són propis de Manresa: ubicació i Sant Ignasi

Una vegada definits els recursos s'han de convertir en productes. Ara estaríem en la 2a fase que és la implantació, segons s'indica al quadre exposat

FASES DESTINACIÓ TURÍSTICA


20 anys

ETAPES

1-Exploració: Anàlisi i diagnosi.
Recurs (Patrimoni, Entorn natural, Ubicació, Sant Ignasi)
Producte
Oferta

2-Implantació: Posada en marca del pla de treball extret de la fase 1. Augment important de serveis i visites.

3-Desenvolupament
4-Consolidació
5-Maduresa

Ajuntament  de Manresa

Després de la fase d'implantació vindrà la fase de desenvolupament, consolidació i per últim la fase de maduresa

Les línies de treball d'aquesta implantació turística són:

LÍNIES DE TREBALL IMPLANTACIÓ TURÍSTICA MANRESA 2016/2020

1- MARCA	Consolidació de les dues marques diferencials i potencials: Manresa. Cor de Catalunya, destinada al mercat nacional Manresa, la ciutat que va inspirar Sant Ignasi, destinada al mercat nacional i internacional
2- OFERTA	Creació i consolidació de productes atractius, amb propostes innovadores, dirigits a segments concrets del mercat
3- EXPERIÈNCIA INTEGRAL	Destinació amb valors, acompanyaments al turista abans, durant i després de la visita. Acollida i atenció personalitzada
4- COMUNICACIÓ	Estratègia polièdrica, suma d'accions tradicionals, online, comunicació emocional, participativa i prescriptiva
5- VENDA	Venda a través de sistemes fàcils, accessibles i en plataformes conegudes pels consumidors i viatgers
6- FIDELITZACIÓ	Gestió postvenda, bases de dades i polítiques de vincle permanent amb els clients per generar repetició i vinculació emocional
7- INTEL·LIGÈNCIA	Monitorització de l'activitat turística amb dades quantificables i comparables. Gestió de big data
8- LIDERATGE	Exercir la capitalitat estratègica i tècnica del territori i del segment de turisme espiritual
9- COMERCIALIZACIÓ	Presència en els mercats de negoci turístic. Esdevenir un punt de negoci per Operadors turístics i Agències de viatges
10- CONSTÀNCIA i MÈTODE	El desenvolupament turístic d'una destinació és una carrera de fons amb estratègies sostingudes i adaptació constant a les demandes del mercat

Pel que fa referència a la línia 9 de comercialització, el Sr. Calmet exposa que la setmana vinent hi ha una gira de l'Agència Catalana de Turisme per Sudamèrica i un dels productes turístics que s'oferiran serà el Camí Ignasià.

Aquests són els eixos de treball que han de servir durant aquests 5 anys. Però tot això requereix recursos humans

Pel que fa al **Pla d'accions de l'any 2018**, durant aquest s'han s'ha treballat en 7 eixos estratègics que són:

EIXOS ESTRATÈGICS 2018

E1. GESTIÓ I ENFORTIMENT INSTITUCIONAL

E2. LIDERATGE TURÍSTIC

E3. DESTINACIÓ TURÍSTICA

E5. GESTIÓ D'EQUIPAMENTS

E6. PRODUCTE I MERCAT

E7. CANALS DE COMERCIALIZACIÓ

Estat d'execució

Desembre de 2018

- 7 eixos estratègics
- 29 objectius
- 45 accions genèriques

- 82 % realitzades
- 6,6 % en procés



Les accions concretes són les següents. En verd apareixen les accions que s'han realitzat:

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E1. GESTIÓ I ENFORTIMENT INSTITUCIONAL

OBJECTIUS	ACCIONS
Increment del públic manresà i comarcal	Promocions i serveis especials per als ciutadans. Pla de sensibilització ciutadana vers el projecte global Manresa 2022 i el subprojecte turístic. Organitzar visites de familiarització.
Increment dels acords comercials i de col·laboració amb agents econòmics locals en un 50%.	Organitzar sessions i visites de sensibilització adreçades al sector. Generació d'aliances i col·laboracions amb els agents.
Increment de la recaptació directa i del pressupost necessari.	Augmentar els serveis i les vendes oferts des de FTFM. Encomana de gestió amb partides pressupostàries adequades.
Millora de la coordinació i la comunicació entre FTFM i les diferents àrees de l'Ajuntament.	Redacció de protocols simples i flexibles que facilitin l'activitat de promoció i comercial. Elaborar quadres de comandament per projecte i redacció de memòries tècniques de cadascun.
Reforçar les relacions i cooperacions institucionals	Establiment de convenis amb la coordinació i supervisió de l'Ajuntament.

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E2. LIDERATGE TURÍSTIC

OBJECTIUS	ACCIONS
Augmentar la valoració dels serveis prestats. Buscar l'excel·lència i la gestió eficient dels equipaments.	Organització de jornades de formació internes i jornades de treball. Redacció de protocols i quadres de comandament per a cada equipament i servei gestionat.
Major aprofitament de les dades estadístiques.	Primera fase de creació de l'Observatori turístic de Manresa. Monitorització i seguiment de les dades i resultats.
Millora de la valoració dels serveis turístics de la destinació (empreses i agents)	Organització de jornades formatives adreçades als agents turístics de la ciutat.
Reforçar el paper de Manresa a les xarxes temàtiques i territorials.	Exercir la representació de turisme de Manresa a les xarxes de turisme (Camí Oliba, Xatic, altres)
MANRESA 2022	
Liderar la Xarxa Catalana de Municipis del Camí Ignasià	Organització de dues trobades a l'any conjuntament amb la coordinació de Manresa 2022.
Ampliar les accions conjuntes de promoció i difusió de manera conjunta amb Azpeitia	Redacció d'un pla de treball Manresa – Azpeitia.

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E3. DESTINACIÓ TURÍSTICA

OBJECTIUS	ACCIONS
Millora dels circuits turístics de la ciutat que garanteixin un desenvolupament equilibrat i integral.	Creació de fluxos de circulació en funció dels diferents tipus de públic.
Vetllar pel prestigi i per la qualitat de la destinació a nivell global.	Redacció d'un pla de reputació virtual i real. Reforç de neteja en espais patrimonials.
Incorporar eines / recursos que facilitin i millorin l'estada dels visitants.	Estudi de les tecnologies aplicades a millorar l'experiència turística.
Manresa 2022	
Implementació de la Fase IV del Pla Gastronòmic	Elaboració d'un pla d'accions anuals avaluable conjuntament amb la Fundació Alicia.

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

OBJECTIUS	ACCIONS
Millorar la informació turística i l'acollida al visitant.	<p>Millores a l'Oficina de Turisme: aplicació de tecnologies.</p> <p>Creació d'una xarxa de punts d'informació en coordinació amb el CCBages</p>
Millora del posicionament de Manresa com a destinació turística.	<p>Redacció d'un pla de comunicació global:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Redacció de nous continguts i relats. -Campanyes de comunicació segons producte. -Pla de mitjans i publicitat. -Social Media Plan. -Millora del lloc web de turisme i campanyes de publicitat a Internet. -Ús de les eines de comunicació i promoció de DIBA i ACT.
Millora de la comunicació interna amb el sector per tal de facilitar sinèrgies i treball en xarxa.	Creació d'una newsletter de turisme adreçada al sector.
Aconseguir un gran impacte comunicatiu i de promoció de ciutat.	Organització d'una acció de promoció conjunta amb tots els agents turístics l'any 2019
Manresa 2022	
Apropar el projecte 2022 i turístic a mitjans de comunicació	Redacció i execució d'un pla de sensibilització ciutadana.

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E5. GESTIÓ D'EQUIPAMENTS

OBJECTIUS	ACCIONS
Millorar l'eficiència i la gestió dels espais gestionats per FTM.	<p>Elaboració d'informes de seguiment de cadascun dels espais:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Oficina de Turisme -Centre d'Acollida de Pelegrins -Carrer del Balç -Espai Manresa 1522 <p>Oficina de turisme. Posada en marxa d'un sistema d'avaluació de l'atenció rebuda per part del personal d'informació</p>
Augmentar el nombre de visitants als equipaments.	<p>Pla de dinamització del Carrer del Balç. Programació d'activitats adreçades a públic local i turístic.</p> <p>Pla de dinamització de l'Espai Manresa 1522. Programació d'activitats adreçades a públic local i turístic.</p> <p>Campanya de comunicació (veure E4).</p>

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E6. PRODUCTE I MERCAT

OBJECTIUS	ACCIONS
Millorar la qualitat de l'experiència turística del visitant.	Revisió dels guions i continguts de les visites. Creació de paquets promocionals, tiquets combinats amb els agents turístics locals i comarcals.
Crear productes turístics basats en les necessitats dels mercats.	Elaboració d'un estudi que valori les possibilitats reals de la ciutat per crear producte per als diferents mercats. Desenvolupar productes per nínxols de mercats concrets (nacional, internacional, senderisme, esportiu, espiritual...)
Manresa 2022	
Crear productes combinats amb Azpeitia	Creació de propostes de viatge per la primera i última etapa del Camí Ignasià (País Basc i Catalunya).

Objectius i reptes 2018 → Pla d'accions 2018

E7. CANALS DE COMERCIALIZACIÓ

OBJECTIUS	ACCIONS
Augmentar les vendes de la central de reserves de Manresa Turisme.	Posada a la venda dels productes sorgits de l'estratègia E6 a la central de reserves del web manresaturisme.cat
Incloure la destinació a grans distribuïdors online.	Creació de propostes (E6) i executar campanyes de pagament i vendes comissionades a Tripadvisor, Booking, Atrápalo, etc.
Augmentar els acords comercials amb OOTT, AAVV i canals de venda dels productes.	Executar accions comercials i venda directa.
Disposar d'un pla d'acció segons segmentació del mercat	Creació d'oferta enfocada a col·lectius concrets sorgits del pla comercial. Atracció de mercats concrets: espiritual, religiós, cultural, enoturisme... Nous posicionaments: turisme sostenible, salut, mindfulness...

Pel que fa a l'Eix 2 i en relació amb l'acció de Manresa 2022, el Sr. Calmet exposa que s'ha posat en funcionament el primer torneig de bàsquet del Camí Ignasià. Serà un torneig d'un cap de setmana i vindran les seleccions de bàsquet del País basc, Navarra i La Rioja.

Pel que fa a l'eix 6, hi ha coses en taronja que estan en procés ja que no són fàcils de fer i no només depenen de l'actuació municipal sinó que es requereix la col·laboració i implicació d'altres entitats i/o organismes

Finalment cal dir que durant aquests últims anys s'ha fet un salt qualitatiu important, gràcies a la bona feina que s'ha fet per part de tots els agents implicats.

3. Presentació del Pla d'acció 2019. Pla de màrqueting turístic

El **Sr. Calmet** exposa que recentment es va presentar el Pla de màrqueting turístic de Manresa, elaborat per la Diputació de Barcelona. En aquest sentit la Diputació va indicar que s'està treballant en la direcció adequada i va donar propostes/ solucions per als dèficits.

Seguidament **el Sr. Albert Tulleuda**, gerent de la Fundació Turisme i Fires de Manresa, exposa el **Pla de Màrqueting Turístic**.

Aquest pla serveix per fer una foto o una guia de les accions que s'han de fer en l'àmbit turístic. A Manresa ja es va fer un Pla de màrqueting turístic l'any 2015 però aquest era poc operatiu i no detallava les accions concretes a desenvolupar.

Per això la intenció d'aquest nou pla era que fos executiu. Per això el que fa primer de tot és analitzar realment el que hi ha a Manresa i a partir d'aquí es comenci a desenvolupar el pla.

Aquest pla es pot trobar a la pàgina web de l'Ajuntament de Manresa i serveix per donar la pauta per al seguiment tècnic. Aquest pla marca 5 línies que són:

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DEL MUNICIPI DE MANRESA

1. MARC OPERATIU



PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ A DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.1 ORGANITZACIÓ INTERNA I FUNCIONAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
Adequació de l'organigrama de la Fundació Turisme i Fires de Manresa, dimensionant els recursos humans que requereix per tal d'implementar el desenvolupament, promoció, comunicació i comercialització de la destinació. Concretament es contempla la creació d'una posició de responsable comercial i responsable de comunicació dins de l'estructura de l'organisme.

- Funcions del responsable comercial:** Contactar amb els agents del sector (AAVV, TTOO, empreses de transport, etc.) per tal de negociar i tancar acords per la comercialització de Manresa com a destinació turística.
- Funcions del responsable de comunicació:** Implementació del pla de mitjans; contactar, negociar i tancar acords amb els diferents mitjans de comunicació, gestionar els canals de comunicació online.

TASQUES A

- Creació de posició i contractació de personal o externalització del servei
- Organització interna per la implementació de les accions
- Implementació del pla de màrqueting i comercialització
- Revisió anual per identificar necessitats de capacitats o personal

OBJECTIUS

01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística
07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
• Fundació Turisme i Fires Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Gerència
Control
Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: 111.000 €
6.000 € 30.000 € 30.000 € 45.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ A DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.2 SISTEMES DE COORDINACIÓ I COOPERACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
El sistema de coordinació i cooperació (workshop, plataforma o taula de treball) on participin els agents implicats en el sector turístic de Manresa. El sistema servirà per proporcionar als agents tota la informació relativa a l'estratègia que segueix el municipi en termes de producte, promoció, comunicació i comercialització, d'aquesta manera les empreses implicades amb el sector turístic comptaran amb la informació necessària per contribuir en el desenvolupament de la destinació de manera alineada amb la resta d'agents.

El sistema de coordinació i cooperació també servirà per a que les empreses del sector puguin compartir les seves iniciatives, interessos i necessitats. D'aquesta manera es facilitarà la col·laboració per la implementació de diferents iniciatives privades i la cooperació per satisfer i solucionar els interessos i necessitats del conjunt del sector.

TASQUES A

- Definició del funcionament del sistema de coordinació i cooperació
- Assignació d'un responsable per la seva gestió
- Convidar als agents del sector turístic de Manresa a participar-hi
- Convocatòria periòdica de les sessions
- Facilitar la informació rellevant i requerida als agents
- Seguiment del funcionament i eficiència del Sistema de Coordinació i Control creat

OBJECTIUS

02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
• Fundació Turisme i Fires Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Coordinació de turisme
Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: 3.000 €
0 € 500 € 1.000 € 1.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ A DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.3 LÍNIES FORMATIVES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
L'acció consistirà amb la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona potenciar la execució de cursos formatius inclosos als Tallers de Turisme al propi municipi de Manresa amb l'objectiu de millorar la competitivitat de la destinació i el nivell de satisfacció dels visitants. Per tal de garantir l'efectivitat dels cursos, és imprescindible consultar i consensuar amb els agents implicats en el sector turístic de Manresa quina tipologia de línies formatives necessiten o son del seu interès i tanmateix animar-los a participar en els cursos organitzats des de la Diputació a la comarca i que puguin ser del seu interès.

Entre les línies formatives es recomana incloure les següents temàtiques: Idiomes, tecnologia turística, generació de contingut, màrqueting online, atenció al client i organització d'esdeveniments, qualitat i sostenibilitat, etc...

TASQUES A

- Definició del funcionament de les línies formatives
- Consultar i consensuar amb el sector quines línies formatives requereixen
- Organització dels cursos formatius com part dels Tallers de Turisme
- Difusió de la existència d'altres cursos formatius de la Gerència de Serveis de Turisme a la comarca i altres llocs de proximitat per fomentar la participació del sector turístic en els mateixos

OBJECTIUS

03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
• Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Coordinació de serveis turístics
Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
mitjana

PRESSUPOST: 20.000 €
0 € 1.000 € 7.500 € 7.500 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAM 01 **PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ A **DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES**

ACCIÓ 1.4 **SEGUIMENT I CONTROL**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Realitzar un seguiment i control periòdic de la implementació dels plans estratègics actuals, tenint en compte les sinèrgies existents entre les accions contemplades en cadascun d'ells. D'aquesta manera, a banda de realitzar un seguiment y control del present Pla Operatiu de Màrqueting, també es considera oportú realitzar el seguiment coordinat dels següents plans:

- Manresa 2022 Pla Director
- Pla de projecció exterior de Manresa 2015-2022
- Pla de treball Manresa Turisme 2017
- Pla de Turisme del Bages 2020
- Pla Director del Geoparc
- Pla de Màrqueting de les Comarques de Barcelona

TASQUES A

- Identificar les accions amb prioritat elevada de cadascun dels plans
- Identificació de sinèrgies entre les accions incloses entre els diferents plans
- Implementació d'indicadors de seguiment i control de manera coordinada
- Proporcionar informació a les empreses del sector relativa a la implementació dels plans

OBJECTIUS
Tots els objectius estratègics

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU

- Fundació Turisme i Fires Manresa
- Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de turisme

Control
 Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: Sense cost

SCD €	SCDE €	SCDE €	SCDE €
2018	2019	2020	2021

PROGRAM 01 **PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ B **GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ**

ACCIÓ 1.5 **SISTEMA D'INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Realitzar un Sistema d'Intel·ligència Turística amb la finalitat de comptar amb la informació necessària per realitzar un seguiment de l'evolució del sector, unificant els sistemes de recollida de dades existents i creant una base de dades pròpia. D'aquesta manera, el sistema permetrà disposar d'informació per elaborar informes periòdics que permetin conèixer l'afluència de visitants, el perfil de visitants, els hàbits de viatge dels visitants amb destinació Manresa i el grau de coneixement dels atractius turístics del municipi. Es recomana comptar amb el suport de LAB Turisme de la Diputació de Barcelona com a partner estratègic per desenvolupar aquesta acció.

La potenciació del coneixement relatiu al comportament de la demanda permetrà també orientar les accions a implementar, permetent adequar-la millor als diferents perfils de visitants de Manresa.

TASQUES A

- Formació en Sistemes d'Intel·ligència Turística, dirigida als responsables dels punts d'informació i dels punts turístics
- Dotació d'equipaments tecnològics per la implementació del Sistema (tauletes electròniques)
- Subscripció a un sistema d'enquestes online (ex. Survey Monkey) o utilitza
- Disseny de qüestionari, creant-lo a la plataforma de recollida de dades
- Elaboració de pla de recollida d'enquestes, determinant el número d'enquestes a realitzar per cada enquestador
- Anàlisi periòdic dels resultats obtinguts
- Elaboració d'informes
- Enviament dels informes a les empreses del sector turístic de Manresa

OBJECTIUS
 01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU

- Fundació Turisme i Fires de Manresa
- Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació serveis turístics

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 1.500 €

600 €	300 €	300 €	300 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAM 01 **PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ B **GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ**

ACCIÓ 1.6 **BANC D'IMATGES I VÍDEO**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Fundació Turisme i Fires de Manresa del material gràfic necessari per a la comunicació, promoció i comercialització de Manresa com a destinació Turística. Concretament l'acció contempla la revisió del banc d'imatges i vídeos dels que disposa actualment la destinació, la identificació de les necessitats de material gràfic nou o actualitzat i l'ampliació del material.

D'aquesta manera la destinació de Manresa comptarà amb material gràfic propi, per tots els productes turístics i adaptat a cada segment objectiu. També es persegueix disposar d'un video promocional, que mostri els principals recursos, atractius i productes turístics de Manresa.

TASQUES A

- Revisió del banc d'imatges actual i identificació de necessitats de material gràfic
- Contractació de professionals per tal de complementar el material gràfic actual (banc d'imatges i video)
- Facilitar a tots els membres que participen en la gestió i desenvolupament de la destinació l'accés a la descarrega del nou material gràfic de la destinació
- Actualització de la pàgina web i plataformes de comunicació, emprant el nou material gràfic

OBJECTIUS
 01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística
 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU

- Empreses del sector
- Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de Turisme

Control
 Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: 2.700 €

300 €	2.700 €	600 €	600 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT		
LÍNIA D'ACTUACIÓ B	GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ		
ACCIÓ 1.7	WEB TURÍSTICA		
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció d'alguns aspectes de la pàgina web: Manresa Turisme, incloent una sèrie d'apartats tant enfocats als turistes com als professionals del sector. - En cas de que sigui possible, dotar a la pàgina d'un apartat dedicat a totes aquelles empreses vinculades directe o indirectament amb el sector turístic de Manresa, es tractaria d'un directori d'empreses i un apartat amb accés restringit. D'aquesta manera, facilitaria el contacte entre les diferents empreses del sector. - D'altra banda, també s'ha d'incloure un apartat dedicat a la intel·ligència de mercat, és a dir, un apartat on s'oferixin les dades pertinents al mercat actual per tal de determinar el comportament i les tendències d'aquest. - Tanmateix, és important la creació d'un apartat on s'inclougui la marca i el manual d'aplicació, on s'exposi de manera ordenada tota la informació pertinent als objectius de la marca, procediments, conceptes gràfics, per tal de deixar constància de la visió que es té i cap a quina direcció es vol anar. - Per últim, és important també, la presència d'un apartat dedicat al material gràfic, així com un apartat dedicat a les publicacions.		PRODUCTES Genèric	RESPONSABLE DE L'ACCIÓ Implementació Coordinació de Turisme Control Coordinació de Turisme
TASQUES A 1. Creació de l'apartat: Directori d'empreses. Incloure descripcions i serveis, pàgina web i telèfon de contacte per a cada una de les empreses vinculades amb el sector turístic del municipi. 2. Incloure apartat: Intel·ligència de mercat: Perfil dels visitants i hàbits, evolució de la demanda, estudis de producte i segments, i enllaços d'interès. 3. Incloure: Marca i manual d'aplicació: objectius, procediments, atribucions, conceptes gràfics. 4. Incloure: Material gràfic: banc d'imatges i vídeos.		MERCATS Genèric	PERÍODE D'EXECUCIÓ 2018 2019
OBJECTIUS 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori. 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional.		SEGMENTS Genèric	PRIORITAT D'EXECUCIÓ alta
		DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU Públic final Agents sector	PRESSUPOST: 5.000 € 0 € 3.000 € 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT		
LÍNIA D'ACTUACIÓ B	GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ		
ACCIÓ 1.8	REFORÇ DE L'ÚS DE LA MARCA MANRESA I EL SEU POSICIONAMENT		
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ Agents del sector turístic de Manresa de la informació necessària per a la comunicació de la marca Manresa. Així doncs, per tal de comunicar la marca Manresa és necessari la creació d'un manual de marca el qual inclougui l'estratègia i el posicionament del municipi, per tal de distingir la marca Manresa de la resta. Per tant, el manual ha de ser una guia per l'ús correcte dels elements bàsics de la marca en totes les seves aplicacions, i la qual contribueixi en el posicionament del municipi. D'altra banda recollir l'ús de la marca Manresa amb altres marques especialitzades i vinculades amb totes les tipologies de turisme de les quals disposa el municipi. - Marques municipals: Manresa 2022, Manresa capital de la cultura catalana 2018, el camí Oliba, Anella Verda, GeoParc, Pla de Bages, Bages Terra de Vins i Camí Ignasià. - Marques supramunicipals: Paisatges Barcelona, Bages, Camins del Bages i Ciutats i Viles amb caràcter.		PRODUCTES Genèric	RESPONSABLE DE L'ACCIÓ Implementació Coordinació de serveis turístics Control Coordinació de Turisme
TASQUES A 1. Creació del manual de marca. 2. Dotar als agents del material necessari per a la correcte aplicació de la marca.		MERCATS Genèric	PERÍODE D'EXECUCIÓ 2018 2019
OBJECTIUS 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional. 09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding.		SEGMENTS Genèric	PRIORITAT D'EXECUCIÓ alta
		DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU Públic final Agents del sector	PRESSUPOST: 3.000 € 0 € 3.000 € 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT		
LÍNIA D'ACTUACIÓ B	GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ		
ACCIÓ 1.9	GESTIÓ DE PUBLICACIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL		
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ L'acció consisteix en la revisió de les publicacions pròpies així com en el material que es proporciona des de la pàgina web de Manresa Turisme, per tal d'unificar-lo quant a formats i continguts i adaptar-los a la nova estratègia de productes, mercats i segments. De la mateixa manera, cal tenir constantment actualitzada la informació promocional, les publicacions compartides amb el públic final, i les publicacions compartides amb la resta d'agents del sector turístic. D'altra banda, cal aprofitar les plataformes públiques supramunicipals, creant vincles, per a la promoció turística dels productes del municipi (Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, etc.)		PRODUCTES Genèric	RESPONSABLE DE L'ACCIÓ Implementació Coordinació de Turisme Control Coordinació de Turisme
TASQUES A 1. Revisar la informació proporcionada actualment des de la pàgina web de Manresa Turisme. 2. Actualitzar i realitzar els canvis pertinents de la informació que s'oferix actualment. 3. Revisar i actualitzar línia d'edició de publicacions segons les noves estratègies de productes i mercats. 4. Crear vincles amb altres plataformes públiques.		MERCATS Genèric	PERÍODE D'EXECUCIÓ 2018 2019
OBJECTIUS 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi. 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional.		SEGMENTS Genèric	PRIORITAT D'EXECUCIÓ alta
		DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU Públic final Agents del sector	PRESSUPOST: 5.000 € SCD € 3.000 € 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT
Línia d'actuació C: Gestió dels productes propis	
Acció 1.10 Gestió d'atractius i productes turístics	
Acció 1.11 Programació d'esdeveniments	
Acció 1.12 Manresa Card	
Línia d'actuació D: Millora de la competitivitat	
Acció 1.13 Incentivar la creació d'oferta turística	
Acció 1.14 Senyalització	
Acció 1.15 Gestió de la mobilitat turística	
Línia d'actuació E: Atenció al visitant	
Acció 1.16 Programa d'informació turística	
Acció 1.17 Satisfacció del visitant	

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT								
LÍNIA D'ACTUACIÓ C	GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS								
ACCIÓ 1.10	GESTIÓ D'ATRACTIUS I PRODUCTES TURÍSTICS								
<p>DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>Es coordinada entre els diferents productes turístics del municipi els quals depenen de la Fundació Turisme i Fires de Manresa, per tal de potenciar la compatibilitat horària, així com la visita dels diferents punts, i garantir la formació continuada dels guies i informadors turístics de cada centre o espai turístic del municipi, per tal de garantir constantment una oferta competitiva.</p> <p>Involucrar a empreses privades en la gestió d'alguns dels productes existents i en la creació de productes nous.</p> <p>TASQUES A REALITZAR</p> <ol style="list-style-type: none"> Potenciar la compatibilitat horària entre els diferents productes que s'ofereixen al municipi. Potenciar, des de cada espai o centre turístic, la promoció dels diferents punts turístics que té Manresa. Potenciar la formació constant dels professionals que formen part dels diferents espais o centres turístics. Involucrar al sector privat en la creació i gestió dels productes. <p>OBJECTIUS</p> <p>02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada</p> <p>06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi</p>	<p>PRODUCTES Genèric</p> <p>MERCATS Genèric</p> <p>SEGMENTS Genèric</p> <p>DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU Públic final Professionals del sector</p> <p>RESPONSABLE DE L'ACCIÓ Implementació Coordinació serveis turístics</p> <p>Control Coordinació de turisme</p> <p>PERÍODE D'EXECUCIÓ 2018 2019 2020 2021</p> <p>PRIORITAT D'EXECUCIÓ alta</p> <p>PRESSUPOST: Sense cost</p> <table border="1"> <tr> <td>SCD €</td> <td>SCD €</td> <td>SCD €</td> <td>SCD €</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>2019</td> <td>2020</td> <td>2021</td> </tr> </table>	SCD €	SCD €	SCD €	SCD €	2018	2019	2020	2021
SCD €	SCD €	SCD €	SCD €						
2018	2019	2020	2021						

PROGRAMA 01	PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT								
LÍNIA D'ACTUACIÓ D	GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS								
ACCIÓ 1.11	PROGRAMACIÓ D'ESDEVENIMENTS								
<p>DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ</p> <p>Organització d'esdeveniments temàtics a Manresa i voltants, potenciar l'organització d'esdeveniments per a cada tipologia de turisme que hi ha al municipi (cultural, espiritual, religiós, enològic, gastronòmic, de naturalesa i esportius).</p> <p>- Potenciar la coordinació dels esdeveniments que es desenvolupen per tal d'evitar la superposició d'aquests en les mateixes dates.</p> <p>- Implementar un número fix d'esdeveniments que es realitzen al llarg de l'any amb l'objectiu de transformar-se en referents d'àmbit nacional i constituir una agenda d'esdeveniments estable.</p> <p>TASQUES A REALITZAR</p> <ol style="list-style-type: none"> Creació d'esdeveniments temàtics i captació d'esdeveniments esportius Coordinar els diferents esdeveniments que es fan tant al municipi com als voltants d'aquest per a que no coincideixin en les mateixes dates. Definició d'un calendari fix d'esdeveniments Elaboració del Dossier de Patrocinis del Calendari d'Esdeveniments Cerca de patrocinadors i empreses col·laboradores per als esdeveniments <p>OBJECTIUS</p> <p>06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi</p> <p>07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional</p> <p>09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding</p>	<p>PRODUCTES Genèric</p> <p>MERCATS Genèric</p> <p>SEGMENTS Genèric</p> <p>DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU Públic final Agents del sector</p> <p>RESPONSABLE DE L'ACCIÓ Implementació Coordinació de turisme</p> <p>Control Gerència</p> <p>PERÍODE D'EXECUCIÓ 2018 2019 2020 2021</p> <p>PRIORITAT D'EXECUCIÓ mitjana</p> <p>PRESSUPOST: 28.000 €</p> <table border="1"> <tr> <td>0 €</td> <td>2.000 €</td> <td>10.000 €</td> <td>2.000 €</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>2019</td> <td>2020</td> <td>2021</td> </tr> </table>	0 €	2.000 €	10.000 €	2.000 €	2018	2019	2020	2021
0 €	2.000 €	10.000 €	2.000 €						
2018	2019	2020	2021						

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ D GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS

ACCIÓ 1.12 MANRESA CARD

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Objectiu d'implementar una "Manresa Card" per tal de fomentar la visita de totes les instal·lacions i recursos turístics del municipi, i la qual sigui un recurs més econòmic a l'hora de visitar els diferents punts turístics.

- Combinació d'atraccions turístiques del centre de Manresa amb el camí de Sant Ignasi.
- Ampliació del radi de moviment dels visitants al municipi.
- Potenciar que els visitants de les bodegues també visitin altres punts turístics.
- Incorporar el sector gastronòmic i el comerç.
- Incorporar aparcaments privats a la iniciativa.

TASQUES A

1. Identificació dels atractius que formarien part de la Manresa Card
2. Creació de la Manresa Card
3. Promoció de la Manresa Card
4. Venta de la Manresa Card en els punts d'informació i a la pàgina web de Manresa Turisme

OBJECTIUS

04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis

06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Coordinació serveis turístics
Control
Coordinació serveis turístics

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2019; 2020

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
baixa

PRESSUPOST: 7.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ D MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

ACCIÓ 1.13 INCENTIVAR LA CREACIÓ D'OFERTA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Objectiu d'ampliar l'oferta turística de Manresa, fa falta un incentiu per tal d'incrementar el volum d'empreses dedicades al sector turístic. Tanmateix, aquest, estaria enfocad a tot tipus d'empreses. Cal donar suport a les empreses del sector turístic, en el desenvolupament de nous productes, intentant oferir els màxims recursos per tal de facilitar la posada en escena dels nous productes i incorporar a la planificació territorial del municipi els criteris que poden influir en l'atracció de nous inversors d'infraestructures turístiques al municipi.

L'ampliació de l'oferta turística de Manresa també inclou la conversió de l'Alberg del Carme en un allotjament de referència, especialment dirigit a segments de grups de joves, esportistes i famílies. En aquest sentit, cal elaborar un dossier de presentació de l'Alberg per tal de buscar un gestor hotelier interessat en la gestió de les instal·lacions mitjançant un contracte de lloguer o gestió delegada. El dossier ha d'incloure, com a mínim, una descripció de la ciutat de Manresa, els seus atractius i demanda actual, i una descripció

TASQUES A

1. Definir l'incentiu financer o les accions a desenvolupar per tal de donar suport a les empreses del sector.
2. Promocionar l'incentiu
3. Col·laboració amb altres departaments municipals per tal d'augmentar el atractiu pels inversors en turisme mitjançant polítiques enfocades al sector turístic
4. Elaboració de dossier de presentació de l'Alberg del Carme
5. Cerca de gestors hotelers interessats en la gestió delegada o lloguer de l'immoble.

OBJECTIUS

05 Potenciar la creació i l'enfortiment de les empreses i les activitats turístiques al municipi

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Genèria
Control
Patronat

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018; 2019; 2020; 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: Sense cost
SCD € SCD € SCD € SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ D MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

ACCIÓ 1.14 SENYALITZACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 En els últims anys s'ha fet un important esforç en la senyalització turística del municipi de Manresa estant aquesta molt implantada a tot el centre històric de la ciutat. En base a les opinions del sector turístic de Manresa es recomana revisar els projectes de senyalització que estan en marxa i en cas que es detecti alguna possible millora i incorporació de noves empreses i serveis a la senyalització incloure-la en els projectes existents.

TASQUES A

1. Revisió de la senyalització actual per detectar possibles mancances
2. Unificació de la senyalització actual amb la que es vulgui implementar en un futur
3. Afegir senyalització dedicada a les empreses i als serveis turístics del municipi si cal

OBJECTIUS

04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES
Genèric

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Ajuntament de Manresa
Control
Ajuntament de Manresa

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018; 2019; 2020

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: 42.000 €
SCD € 6.000 € 36.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ D MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

ACCIÓ 1.15 GESTIÓ DE MOBILITAT TURÍSTICA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció té com a objectiu contribuir en l'accessibilitat dels diferents punts turístics que posseeix el municipi, ja que tot i que molts punts d'interès estan situats al centre del municipi, hi ha d'altres que es troben més aïllats d'aquest, i és més difícil accedir-hi.
 Per a fer més còmode l'accés als diferents punts d'interès turístic, cal posar èmfasi en el desenvolupament d'infraestructures tals com l'habilitació de transport públic o d'algun mitjà similar que fes més còmode el recorregut entre els diferents punts (bus turístic o trenet) i gestionar el seu funcionament a mida de la demanda per fer-lo rentable. Així com, la creació de noves places d'aparcament turístic per fomentar l'estada més llarga dels visitants al municipi.

TASQUES A

1. Posar en marxa un mitjà de transport el qual faciliti l'accés als punts d'interès turístic que es troben fora del centre històric del municipi (bus turístic o trenet).
2. Venta de bitllets a l'oficina de turisme i als punts d'informació, així com a la pàgina web Manresa Turisme.
3. Habilitar noves places d'aparcament.

OBJECTIUS
 04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES
 Genèric

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Gerència i l'Ajuntament de Manresa

Control
 Ajuntament de Manresa

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 60.000 €
 40.000 € 20.000 €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ E ATENCIÓ AL VISITANT

ACCIÓ 1.16 PROGRAMA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció del Programa d'Informació Turística d'àmbit comarcal, liderat per l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona i desplegat pel Consell Comarcal del Bages es proposa desenvolupar un PIT (Programa d'Informació Turística) a nivell municipal.
 Aquest programa permetrà que a més de les oficines de turisme tots els agents econòmics i turístics de Manresa tinguin coneixement de l'oferta turística i de les experiències turístiques per poder assessorar, informar i acompanyar correctament als visitants en la seva estada a la ciutat de Manresa i voltants.
 Els agents interessats podran participar en un programa formatiu perquè assoleixin el coneixement, eines i recursos necessaris per millorar la seva formació al respecte. Aleshores treballarà en xarxa i la cooperació a tots els nivells, fet que facilita la creació de tasques reals.

TASQUES A

1. Desenvolupar el PIT a nivell municipal de Manresa
2. Captar agents del sector turístic i sectors afins per la formació
3. Treball en xarxa i foment de la cooperació a tots els nivells

OBJECTIUS
 02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada
 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori

PRODUCTES
 Genèric

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final
 Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de serveis turístics

Control
 Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 6.000 €
 SCD € 2.000 €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 01 PROGRAMA DE GESTIÓ I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT

LÍNIA D'ACTUACIÓ E ATENCIÓ AL VISITANT

ACCIÓ 1.17 SATISFACCIÓ DEL VISITANT

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 La satisfacció del visitant mitjançant el Sistema d'Intel·ligència Turística creat.

- Definir els punts de recollida de dades: punts turístics, allotjaments i Oficina de Turisme.
- Utilitzar la informació obtinguda per la millora dels productes i serveis actuals orientant-los a la demanda real

TASQUES A

1. Elaboració d'un qüestionari per tal de mesurar la satisfacció dels visitants.
2. Integració en el Sistema d'Intel·ligència Turística
3. Avaluació de les dades obtingudes
4. Extreure les conclusions pertinents per tal de contribuir en la millora del desenvolupament del sector turístic del municipi.

OBJECTIUS
 04 Fomentar la millora de la qualitat i l'accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES
 Genèric

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de serveis turístics

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 baixa

PRESSUPOST: Sense cost
 SCD € SCD € SCD € SCD €
 2018 2019 2020 2021



Línia d'actuació A: Consolidació de la cartera de productes

Acció 2.1 Adequació dels productes als segments i mercats

Acció 2.2 Creació de productes i experiències

Acció 2.3 Innovació de productes i serveis



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.1

ADEQUACIÓ DELS PRODUCTES ALS SEGMENTS I MERCATS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Ofereix serveis turístics adaptats als principals mercats internacionals: Francès, Anglès, Italià i Alemany.

- Posar èmfasi en la flexibilitat horària dels diferents recursos turístics que ofereix el municipi per tal d'adaptar-los a les necessitats dels visitants
- Oferir els serveis en els idiomes dels principals mercats emissors (actuals: espanyol i català i potencials: francès, anglès, italià i alemany)

TASQUES A

1. Identificar personal amb el coneixement idiomàtic requerit
2. Establir uns horaris en els diferents recursos turístics, els quals s'adequin a la demanda, així com ampliant la franja horària d'aquests.

OBJECTIUS

06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religiós
Esportiu

MERCATS

França
Anglaterra
Itàlia
Alemanya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

**RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació**

Coordinació serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost

SCD €	SCD €	SCD €	SCD €
2018	2019	2020	2021



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.2

CREACIÓ DE PRODUCTES I EXPERIÈNCIES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Consolidar la cartera de productes turístics existents del municipi, centrant-se en la realització de paquets turístics els quals impliquin a més d'un producte i es crei una sinergia entre els productes actuals. Així doncs, s'incrementaria no només l'afluència dels visitants, sinó l'augment del temps d'estada a Manresa, del nombre de pernотacions i l'augment de la despesa mitjana dels viatgers, entre d'altres.

- Crear aliances amb altres atractius turístics, excursions, teatres, restaurants, etc.

TASQUES A

- 1- Seleccionar aquells recursos que es vulguin potenciar i crear paquets turístics simples, senzills i que aportin un impacte positiu al municipi.
- 2- Establir relacions amb altres destinacions turístiques properes a Manresa, com seria el cas de Montserrat, Cardona, Barcelona, etc.
- 3- Centrar-se en la promoció, comunicació i coordinació dels nous paquets turístics desenvolupats.
- 4- Realitzar accions de venda creuada.

OBJECTIUS

04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis
06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religiós
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

**RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació**

Coordinació de turisme

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018: 2019: 2020: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost

SCD €	SCD €	SCD €	SCD €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 02 PRODUCTES

LÍNIA D'ACTUACIÓ A CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.3 INNOVACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Potenciar la integració de les noves tecnologies en els productes actuals i els nous productes que es desenvolupin posteriorment, per tal de contribuir amb la sostenibilitat de la destinació. Potenciar l'ofertament d'accés en línia als sistemes de distribució mitjançant internet, així com la difusió de l'oferta turística en temps real, comptant amb mitjans de pagament electrònic.
 D'altra banda la innovació dels productes i els serveis també ha d'incloure la substitució dels fulletons en paper per informació electrònica multimèdia.
 Possibles aportacions tecnològiques:
 - Visites vídeo guiades
 - Experiències turístiques multi - pantalla
 - Sistemes de realitat augmentada
 - Videomapping, etc.

TASQUES A
 1- Avaluar el grau d'implicació de les noves tecnologies en els recursos turístics actuals del municipi
 2- Elaborar un llistat de possibles accions enfocades a les noves tecnologies, les quals es puguin implementar en els recursos turístics actuals.
 3- Avaluar la viabilitat d'aquestes accions
 4- Adaptar les possibles accions a les necessitats actuals del municipi i a la capacitat econòmica de la que es disposi per desenvolupar aquest tipus d'acció.

OBJECTIUS
 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

PRODUCTES
 Espiritual
 Cultural
 Enoturisme
 Naturalesa
 Gastronòmic
 Religios
 Esportiu

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professional

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de Turisme

Control
 Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 baixa

PRESSUPOST: 40.000 €
 0 € | 20.000 € | 20.000 €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

Línia d'actuació A: Publicacions

Acció 3.1 Revisió de publicacions pròpies i la seva adaptació on-line

Acció 3.2 Publicacions dirigides al públic final (offline)

Acció 3.3 Publicacions online

Acció 3.4 Elaboració de dossiers especialitzats

Línia d'actuació B: Fires

Acció 3.5 Assistència a fires

Línia d'actuació C: Accions promocionals dirigides al públic final

Acció 3.6 Esdeveniments promocionals

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A PUBLICACIONS

ACCIÓ 3.1 REVISIÓ DE PUBLICACIONS PRÒPIES I LA SEVA ADAPTACIÓ ON-LINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció de les publicacions que realitza la Fundació Turisme i Fires de Manresa, per tal d'unificar i alinear els formats, incloent tant publicacions online com offline.
 - Afegir les publicacions offline a les publicacions en format electrònic.
 - Aplicar les mateixes accions per a les publicacions online com per a les offline.
 - Afegir publicacions enfocades als productes de temàtica espiritual i cultural, reforçant els atributs de la marca i la figura de Sant Ignasi com a personatge històric i espiritual.

TASQUES A
 1. Revisió de les publicacions online
 2. Transformar publicacions al públic final en format electrònic
 3. Ajustar les publicacions online i offline
 4. Crear noves publicacions junt amb la creació de nous productes

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Espiritual
 Cultural
 Enoturisme
 Naturalesa
 Gastronòmic
 Religios
 Esportiu

MERCATS
 Espanya
 França
 Itàlia
 Anglaterra
 Alemanya
 EEUU

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professional

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació

Control
 Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 4.000 €
 0 € | 2.000 € | 2.000 €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A PUBLICACIONS
ACCIÓ 3.2 PUBLICACIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
Elaboració de publicacions dirigides als segments estratègics i mercats estratègics:
- Religiosos
- Famílies
- Joves
- Sèniors
- Professionals

Creació de mapes especialitzats, guies, fulletons, material on-line, etc. Així com, revisar el material actual i identificar les necessitats.

TASQUES A

1. Revisar el material actual
2. Identificar les necessitats
3. Elaboració i execució de noves publicacions dirigides al públic final

OBJECTIUS
08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
Espiritual
Cultural

MERCATS
Proximitat
Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS
Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Responsable de comunicació
Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: 15.000 €
5.000 10.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A PUBLICACIONS
ACCIÓ 3.3 PUBLICACIONS ONLINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
Elaboració de contingut actualitzat de forma periòdica, amena i professional a totes les publicacions on-line:
- Textos
- Mapes
- Vídeos
- Fotos
- Opinió

Enfocar publicacions a les xarxes socials referent a l'enoturisme, la cultura i la naturalesa, així com alinear les publicacions amb l'estratègia del destí i amb publicacions offline.

TASQUES A

1. Alinear les publicacions online i offline
2. Actualització del contingut gràfic i de text

OBJECTIUS
08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
Enoturisme
Cultural
Naturalesa

MERCATS
Genèric

SEGMENTS
Famílies
Joves
Públic esportiu
Sèniors
Professionals
Parelles
Grups d'amics
Religiosos

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Responsable de comunicació
Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 2019 2020 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
alta

PRESSUPOST: Sense cost
SCD € SCD € SCD € SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A PUBLICACIONS
ACCIÓ 3.4 ELABORACIÓ DE DOSSIERS ESPECIALITZATS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
Elaboració amb l'Oficina de Promoció Turística (OPT) de la Gerència de Serveis Turístics de la Diputació de Barcelona es proposa l'elaboració i edició de dossiers especialitzats i actualitzats, dirigits als diferents agents que intervenen en la comunicació i comercialització de les destinacions turístiques: AAVV, TTOO, escoles, mitjans de comunicació, etc.

TASQUES A

1. Elaboració de guió de contingut especialitzat
2. Edició dels dossiers
3. Producció de dossiers
4. Enviament de dossiers a agents especialitzats

OBJECTIUS
08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa

MERCATS
Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS
Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
Responsable de comunicació
Responsable de comercialització
Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
2018 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
mitjana

PRESSUPOST: 2.000 €
0 € 2.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA **03** PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ B FIRES

ACCIÓ 3.5 ASSISTÈNCIA A FIRES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Acció a fires promocionals:
 - FITUR (Madrid) - Jornades Gastronòmiques Saborea
 - SITUC (Barcelona) - Expotur Vacaciones (Madrid)
 - Fòrum Gastronòmic (Santiago de Compostela/Girona)
 - B-Travel (Barcelona)
 - Mercat d'Escapades (Barcelona)
 - Mercat de Mercats (Barcelona)
 - Mostra De Vins i Caves (Barcelona)
 - ExpoHaial Spain

TASQUES A

- Elaboració d'un calendari de fires amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme, incloent fires especialitzades en productes i turístics específics.
- Consolidació del calendari de fires de la ciutat de Manresa.
- Assistència a les fires seleccionades segons criteris de retorn de la inversió

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Catalunya
 Espanya

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLIC OBJECTIU
 Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comercialització

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 17.000 €

2.000 €	2.000 €	7.000 €	8.000 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA **03** PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ C ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

ACCIÓ 3.6 ESDEVENIMENTS PROMOCIONALS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Acció d'esdeveniments promocionals amb l'objectiu d'accelerar el procés d'introducció dels nous productes turístics al mercat, millorant el reconeixement de la marca Manresa, posicionant Manresa Turisme i incrementant les vendes dels productes actuals.
 Esdeveniments promocionals:
 - Conferències
 - Trobades
 - Cursos i tallers, etc.

TASQUES A

- Definició de la tipologia d'esdeveniment
- Definició del lloc, la data i temps de l'esdeveniment
- Invitar al públic final

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES
 Espiritual
 Cultural

MERCATS
 Espanya
 França
 Itàlia
 Anglaterra
 Alemanya
 EEUU

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

PÚBLIC OBJECTIU
 Públic final
 Població de Manresa
 Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de serveis turístics

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA **03** PROMOCIÓ I MÀRQUETING

Línia d'actuació D: Accions promocionals dirigides a professionals

Acció 3.7 Famtrips

Acció 3.8 Presstrips / Blogtrips / Instagrammers

Acció 3.9 Jornada amb TTOO

Línia d'actuació E: Posicionament online

Acció 3.10 Posicionament online

Línia d'actuació F: Acords de col·laboració

Acció 3.11 Acords de col·laboració amb Turisme Barcelona i amb altres atractius turístics de l'entorn

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ D ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.7 FAMTRIPS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Elaboració d'un calendari anual de famtrips.
- Incrementar l'organització de viatges de familiarització propis a la província i a Catalunya amb l'objectiu d'incrementar el grau de coneixement dels tour operators nacionals sobre l'oferta turística de la ciutat de Manresa.
- Col·laboració amb altres institucions de promoció turística i amb l'ACT per incloure Manresa en tots els Famtrips organitzats per la marca Paisatges de Barcelona

TASQUES A

1. Elaboració del calendari de famtrips amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització de viatges de familiarització propis especialitzats en productes estratègics
3. Col·laboració activa amb Famtrips organitzats per tercers

OBJECTIUS

07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Proximitat
Resta de Catalunya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació
Responsable de comercialització

Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 € | 3.000 € | 3.000 € | 3.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ D ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.8 PRESSTRIPS / BLOGTRIPS / INSTAGRAMMERS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Polenciar l'organització de Presstrips amb l'objectiu de mostrar a periodistes nacionals els productes turístics que ofereix la ciutat de Manresa.
- Presstrips propis i Presstrips supramunicipals amb coordinats amb altres entitats de promoció turística.

TASQUES A

1. Elaboració del calendari de Presstrips i similars amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització dels Presstrips i similars

OBJECTIUS

07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Catalunya
Espanya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Mitjans de comunicació

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació
Responsable de comunicació

Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 € | 4.000 € | 5.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ D ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.9 JORNADA AMB TTOO

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Elaborar un informatiu sobre les novetats referents als productes turístics, posant èmfasi en els productes relacionats amb l'àmbit espiritual.
- Jornada professional de formació sobre les novetats de la destinació, dirigida a agències receptives locals i de l'entorn de Barcelona.

TASQUES A

1. Crear vincles amb TTOO per tal de que participin en les jornades amb el suport de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització de jornades amb els TTOO

OBJECTIUS

07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa

MERCATS

Proximitat

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació
Responsable de comercialització

Control
Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 5.000 €

0 € | 5.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ E POSICIONAMENT ONLINE

ACCIÓ 3.10 POSICIONAMENT ONLINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Realització d'activitats de màrqueting on-line amb l'objectiu de generar interès i incrementar la popularitat del municipi de Manresa com a destinació.
 - Simplificació de la selecció d'informació segons l'interès del visitant.
 - Crear una campanya pròpia d'adwords i de facebook i treballar amb portals afiliats per tal de fomentar una campanya en portals específics i relacionats amb el turisme.

TASQUES A REALITZAR

- Desenvolupar una campanya pròpia d'adwords i de facebook
- Desenvolupar una campanya d'enllaços a portals afins a Manresa.
- Publicar notícies en mitjans afins
- Estar present a directoris genèrics i temàtics
- Presència en xarxes socials, personals, professionals i temàtics
- Desenvolupar ajudes per a la navegació
- Optimitzar opcions de cerca
- Anaïtzar l'estructura dels documents
- Crear una mapa de la pàgina
- Afegir un anxiu "If Modified since"
- Crear robots.txt, etc.

OBJECTIUS

07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
 09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Espanya
 França
 Itàlia
 Anglaterra
 Alemanya
 EEUU

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació
Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: 40.000 €

4.000 €	6.000 €	15.000 €	15.000 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 03 PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ F ACORDS DE COL-LABORACIÓ

ACCIÓ 3.11 ACORDS DE COL-LABORACIÓ AMB TURISME DE BARCELONA I AMB ALTRES ATRACTIUS TURÍSTICS DE L'ENTORN

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Desenvolupar polítiques i acords integrats per generar un entorn que permeti fomentar el turisme com a sector econòmic rellevant a la comarca.
 - Realitzar accions integrades d'entre el Pla de màrqueting de Manresa i els Plans de màrqueting de Turisme de Barcelona i amb altres entitats i atractius turístics de l'entorn com Cardona, Montserrat, altres punts de la ruta ignasiana etc.

TASQUES A REALITZAR

- Reunió amb responsables de màrqueting de Turisme de Barcelona i d'altres entitats i atractius turístics de l'entorn amb el suport de l'Oficina de Promoció Turística (OPT)
- Elaboració d'acords, convenis i cerca de sinèrgies dels plans de màrqueting de cadascú

OBJECTIUS

09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Proximitat

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Agents del sector
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comercialització
Control
 Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: Sense cost

SCD €	SCD €	SCD €	SCD €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 04 COMUNICACIÓ

Línia d'actuació A: Pla de comunicació

Acció 4.1 Pla de Comunicació anual

Línia d'actuació B: Relacions amb mitjans de comunicació

Acció 4.2 Pla de mitjans de comunicació

Acció 4.3 Notes de premsa

Acció 4.4 Xarxes Socials

Línia d'actuació C: Comunicació interna

Acció 4.5 Newsletters

Acció 4.6 Programa de sensibilització i informació

PROGRAMA **04** COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ A PLA DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.1 PLA DE COMUNICACIÓ ANUAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció consisteix en l'implementació d'un pla de comunicació amb l'objectiu de projectar la marca Manresa al públic final.
 - Tant els mitjans com els missatges s'han d'adaptar als mercats i segments objectius.
 - Inclusions dels productes creats i l'estratègia definida en l'actual pla de màrqueting i promoció.

TASQUES A
 1. Elaboració del pla de comunicació
 2. Assignació del pressupost a mitjans de comunicació on i off line tenint en compte els productes, mercats i segments objectiu
 3. Identificació de mitjans de comunicació idonis

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Espanya
 França
 Itàlia
 Anglaterra
 Alemanya
 EEUU

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació

Control
 Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: Sense cost
 SCD € | SCD € | SCD € | SCD €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA **04** COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ B RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.2 PLA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció consisteix a desenvolupar un calendari amb totes les accions anuals a realitzar amb els mitjans de comunicació identificats al Pla de comunicació, posant especial interès als mitjans dels mercats estratègics (Barcelona, Costa Barcelona i Paisatges Barcelona) i als mercats d'alt potencial (resta de Catalunya).
 - Contactar amb els mitjans de comunicació seleccionats i negociar contractes anuals de col·laboració
 - Tanmateix, amb l'objectiu de projectar la marca turística Manresa al mercat nacional i internacional, fa falta treballar conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme (ACT) per aprofitar la seva capacitat d'arribar a altres mercats.
 - Posar especial interès en els principals productes estratègics a banda de la resta.

TASQUES A
 1. Elaboració del calendari d'accions de comunicació
 2. Signatura de contractes amb els mitjans de comunicació seleccionats
 3. Col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme (ACT)
 4. Enviar constantment notícies i novetats als mitjans de comunicació amb l'objectiu de generar articles i reportatges de la destinació.

OBJECTIUS
 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Proximitat
 Resta de Catalunya

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació

Control
 Gerència i Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: 96.000 €
 10.000 € | 28.000 € | 28.000 € | 30.000 €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA **04** COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ B RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.3 NOTES DE PREMSA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció consisteix en la creació d'una revista periòdica de notes de premsa, facilitant-les als principals mitjans inclosos al pla de mitjans de comunicació, per tal de potenciar la presència de Manresa als diferents mitjans.

TASQUES A
 1. Elaboració de notes de premsa
 2. Facilitar-les als mitjans de comunicació

OBJECTIUS
 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Proximitat
 Resta de Catalunya

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Indicar públic

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de turisme

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: Sense cost
 SCD € | SCD € | SCD € | SCD €
 2018 2019 2020 2021

PROGRAMA 04 COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ B RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.4 XARXES SOCIALS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 És un projecte que posarà èmfasi en estar presents a les xarxes socials, per tal d'arribar més ràpidament a diferents segments del mercat i crear comunitat vinculada al municipi. Avui dia les xarxes socials han esdevingut un canal idoni per arribar d'una manera directa i ràpida a gran part de la població.

Com a mínim es recomana gestionar de forma activa perfils a Facebook, Instagram, Twitter, Tripadvisor i Google Business

Així doncs, cal potenciar la interacció amb perfils socials d'altres marques de la destinació o de l'entorn (Oficina de Promoció Turística de la Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, Catalunya Experience, Bages Turisme, DO Pla de Bages, Geoparc i el Parc de la Sèquia) per tal de maximitzar la visibilitat de les publicacions relatives a la destinació i als seus productes, accions i activats de Manresa.

TASQUES A

- Mantenir constantment actualitzades totes les xarxes socials de les que disposi el municipi en matèria de turisme, centrant-se en la promoció dels productes, novetats, esdeveniments, activitats i indirectament a la comercialització.
- Cal ser actiu amb la presència de mapes, vídeos, fotografies, opinions d'usuaris, entre d'altres, dins aquestes xarxes per tal d'estar presents en tot moment dins el mercat.
- Enfocar publicacions dins les xarxes socials, referent al enoturisme, la cultura i la naturalesa.

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals
 ls

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: Sense cost
 SCD € 2018 | SCD € 2019 | SCD € 2020 | SCD € 2021

PROGRAMA 04 COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ C COMUNICACIÓ INTERNA

ACCIÓ 4.5 NEWSLETTERS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 És un projecte de distribució quinzenal o mensual d'un butlletí de notícies relacionades amb el turisme en el format Newsletter.

- Creació i manteniment de base de dades de gent interessada en rebre informació turística del municipi (utilitzar la web, les xarxes socials i les oficines de turisme com a punts de subscripció a la Newsletter)

- Incloure informació relativa als esdeveniments propers, campanyes, ofertes i descomptes, etc.

- Compartir accions de futur

- Utilitzar la newsletter com a instrument de comunicació intern i de màrqueting directe.

TASQUES A

1. Elaboració de la Newsletter
2. Distribució de la Newsletter

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Proximitat
 Resta de Catalunya

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comunicació

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: Sense cost
 SCD € 2018 | SCD € 2019 | SCD € 2020 | SCD € 2021

PROGRAMA 04 COMUNICACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ C COMUNICACIÓ INTERNA

ACCIÓ 4.6 PROGRAMA DE SENSIBILITZACIÓ I INFORMACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 És un projecte indiscible despertar entre la població local i entre els professionals locals del sector turístic i els sectors afins, una mentalitat hospitalària i oberta al turisme. Per tant, és important posar èmfasi en el desenvolupament de mesures de sensibilització les quals afavoriran a la implicació de la població local així com dels emissors del sector, per tal que contribueixin de forma activa en el correcte desenvolupament del turisme del municipi.

Per tal de contribuir en la implicació dels professionals del sector turístic del municipi de Manresa, es podria desenvolupar un petit manual de bones pràctiques del sector per tots els empresaris del sector.

TASQUES A

- 1- Accions de difusió periòdica en els mitjans de comunicació locals i provincials
- 2- Participació en esdeveniments locals i recollida de suggeriments.
- 3- Creació d'un manual de bones pràctiques per als professionals del sector.

OBJECTIUS
 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori
 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Proximitat
 Resta de Catalunya

SEGMENTS
 Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU
 Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Coordinació de turisme

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 6.000 €
 SCD € 2018 | 2.000 € 2019 | 2.000 € 2020 | 2.000 € 2021



Línia d'actuació A: Comercialització a través de canals propis

Acció 5.1. Potenciar la comercialització a través de la web pròpia

Línia d'actuació B: Comercialització a través de operadors turístics

Acció 5.2. Acords amb touoperadors i agències de viatges receptives

Acció 5.3. Acords amb empreses de transport que operen a Barcelona i entorn

Línia d'actuació C: Comercialització per a col·lectius específics

Acció 5.4. Escolars, sèniors i grups d'interès específic

Línia d'actuació D: Comercialització Online

Acció 5.5. Accions de comercialització on-line



LÍNIA D'ACTUACIÓ A
ACCIÓ 5.1

COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE CANALS PROPIS

POTENCIAR LA COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE WEB PRÒPIA

DESCRIPCIÓ DE

Acció: Crear la pàgina web dels productes i experiències que es proposen crear, realitzant una classificació i reestructuració clara segons la tipologia de producte (cultural, enològic, gastronòmic, religiós – espiritual, naturalesa i esportiu).

Seguir facilitant la comercialització de productes i serveis turístics d'iniciativa privada, incloent a l'apartat actual de la pàgina web on es comercialitzen les entrades pròpies un accés directe mitjançant links a les webs d'empreses privades que venen experiències i productes turístics del territori.

TASQUES A

- Realitzar una classificació per tipologia de producte i per segments del mercat a la pàgina web
- Comercialitzar productes i serveis turístics d'iniciatives privades

OBJECTIUS

- 05 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització
Responsable de comunicació

Control

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost

SCD € | SCD € | 2018 | 2019 | 2020 | 2021



LÍNIA D'ACTUACIÓ B
ACCIÓ 5.2

COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE OPERADORS TURÍSTICS

ACORDS AMB TOUOPERADORS I AGÈNCIES DE VIATGES RECEPTIVES

DESCRIPCIÓ DE

Acció: Crear productes i experiències turístiques de Manresa com a destinació hi ha alguns amb possibilitats de comercialitzar-se amb Touoperadors i Agències de viatges receptives que treballen a la província de Barcelona. És un canal de venda especialment idoni per arribar als turistes que visiten Barcelona i/o la costa de Barcelona.

És important tenir en compte la necessitat de conformar productes atractius pels operadors, susceptibles de ser commissionats i combinats amb l'oferta de destinacions properes com Montserrat o Cardener.

Aprofitar les contactes dels operadors que ja visiten la Santa Cova i oferir-les productes més complets combinats amb altres atractius de Manresa

TASQUES A

- Identificar TTOO amb potencial de col·laboració per la seva especialització (cultural, religiós, enològic,...)
- Formalitzar acords amb TTOO els quals operen a Barcelona i al seu entorn

OBJECTIUS

- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Fundació Turisme i Fires de Manresa
Touoperadores

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost

SCD € | SCD € | SCD € | SCD € | 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA 05 **COMERCIALIZACIÓ**

LÍNIA D'ACTUACIÓ B **COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE OPERADORS TURÍSTICS**

ACCIÓ 5.3 **ACORDS AMB EMPRESES DE TRANSPORT QUE OPEREN A BARCELONA I ENTORN**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció i formalitzar acords amb empreses de transport, els quals actualment estiguin operant a Barcelona i al seu entorn, amb l'objectiu d'incloure Manresa dins dels paquets turístics que ofereixen al territori.

Entre les empreses de transport que operen a Barcelona i al seu entorn, es recomanen les següents d'entre altres:

- Julià
- Autocares Plana
- Monbus

TASQUES A

- Formalitzar acords amb empreses de transport, les quals operen a Barcelona i al seu entorn
- Proposar operar en les línies:
 - Barcelona – Manresa i Montserrat – Barcelona
 - Barcelona – Manresa i Cardona – Barcelona
 - Tarragona – Manresa i Montserrat - Tarragona

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Genèric

PÚBLICS OBJECTIU
 Fundació Turisme i Fires de Manresa
 Empreses de transport

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comercialització

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 alta

PRESSUPOST: 26.000 €

0 €	6.000 €	8.000 €	12.000 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 05 **COMERCIALIZACIÓ**

LÍNIA D'ACTUACIÓ C **COMERCIALIZACIÓ PER A COL·LECTIUS ESPECÍFICS**

ACCIÓ 5.4 **ESCOLARS, SÈNIORS I GRUPS D'INTERÈS ESPECÍFIC**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 Identificar els segments del mercat són comercialment més accessibles per la seva forma d'organitzar-se i de viatjar en grup.

Es considera interessant pel tipus de productes que ofereix Manresa desenvolupar material específic i venda a través d'accions de màrqueting directe (e-mailing i acords amb col·lectius) pels segments dels escolars, la Imsero, associacions de col·lectius específics i pels col·lectius de treballadors de grans empreses.

TASQUES A

- Obtenir bases de dades dels col·lectius i contactes amb els gerents de les associacions
- Dissenyar material específic si cal (ex. Dossier escolars)
- Enviament d'emailing (col·legis, casals, etc.)
- Visites comercials a col·lectius específics (metges, arquitectes, grans empreses,...)
- Signar convenis de col·laboració

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Escolars
 Sèniors
 Professionals

PÚBLICS OBJECTIU
 Fundació Turisme i Fires de Manresa
 Empreses de transport

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comercialització

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: 15.000 €

0 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA 05 **COMERCIALIZACIÓ**

LÍNIA D'ACTUACIÓ D **COMERCIALIZACIÓ ONLINE**

ACCIÓ 5.5 **ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ ONLINE**

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ
 L'acció d'impulsar la venda de productes turístic propis mitjançant els principals portals web de venda de productes i experiències turístiques com seria el cas:

- TripAdvisor (Viator)
- Spain.info / Experience Catalunya
- Get your guide
- Let's bonus
- Groupon
- Atrápalo
- Logitravel

TASQUES A

- Incorporar els productes turístics propis a les principals pàgines web de venda de productes mitjançant convenis de comercialització

OBJECTIUS
 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES
 Cultural
 Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS
 Genèric

SEGMENTS
 Genèric

PÚBLICS OBJECTIU
 Fundació Turisme i Fires de Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació
 Responsable de comercialització

Control
 Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ
 2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ
 mitjana

PRESSUPOST: Sense cost

SCD €	SCD €	SCD €	SCD €
2018	2019	2020	2021

2. SEGUIMENT I CONTROL

12. SEGUIMENT I CONTROL ANUAL

12.1. Indicadors de seguiment anual

A continuació es detallen els indicadors de seguiment definits per tal de realitzar un control sobre la implementació i efectivitat de les accions del Pla de Màrqueting Turístic de Manresa.

Nombre de visitants atesos a les oficines de turisme i en els principals atractius de la ciutat	Nombre d'accions comercials amb TTOO i AAVV i nombre de convenis signats
Informe del perfil de la demanda (procedència, motivació, dies d'estada, despesa, etc.)	Nombre i perfil de visitants a la pàgina web
Nombre i tipologia de productes propis venuts a través de venda directa i intimidada	Nombre i perfil de subscriptors a la newsletter
Nombre de publicacions pròpies distribuïdes	Nombre i perfil de seguidors a les xarxes socials en tots els perfils propis (Facebook, Twitter, etc.)
Nombre d'esdeveniments propis organitzats i nombre d'assistents als mateixos	Nombre d'usuaris del transport turístic habilitat
Nombre i tipologia d'esdeveniments de tercers (de promotors privats) captats pel municipi (esportius, culturals, etc.)	Nombre d'empreses inscrites a la plataforma de col·laboració i participació
Nombre i perfil de les visites de familiarització ateses	Nombre de participants d'empreses en les accions de formació
Nombre i perfil dels press i blog trips atesos	

Aquest programa marca 5 línies amb diferents accions on cadascuna d'aquestes accions té una fitxa que marca clarament les actuacions a realitzar: descripció de l'acció, objectius, responsable, control, període d'execució i aproximació de la despesa o inversió. Totes aquesta informació facilita molt la feina de la gestió professional.

Per fer totes aquestes accions hi han una sèrie d'imputs de seguiment per tal de poder valorar el grau de compliment.

El Sr. Tulleuda afegeix que per fer el seguiment també existeix una Taula de Turisme i convida als assistents a formar-ne part. També s'ha creat un programa anomenat "Welcome" destinat a punts d'informació turístics que no són pròpiament turístics (ex. Forns de pa, botigues) i que serveix perquè qualsevol persona pugui adreçar-se a aquests llocs a demanar informació turística

Seguidament agraeix la col·laboració a tothom per la tasca desenvolupada i que sense aquestes aportacions no es podria haver desenvolupat aquest projecte turístic.

El Sr. Calmet exposa que el missatge és que al marge d'il·lusió ara es disposa de recursos i d'un pla de treball per poder fer una bona gestió turística.

4. Precs i preguntes

La **Sra. Bàrbara Minòves** demana si s'han posat en contacte amb Montserrat.

El **Sr. Tulleuda** respon que al principi es va fer però que el projecte turístic de Manresa encara estava molt verd i no es trobava en el mercat com per poder comercialitzar-lo. Ara ja es disposa d'uns productes i al 2019 es un bon moment per

compartir el que s'està fent i començar a explorar si hi ha alguna oportunitat que encaixi amb els interessos turístics de Montserrat o d'altres destinacions més madures.

La **Sra. Minoves** exposa que com a representant del departament d'Empresa i Coneixement forma part del Patronat de Montserrat i ho posa en coneixement per si ho necessiten tenir present en algun moment.

El **Sr. Calmet** manifesta que a la comarca que hi han 4 operadors turístics molt importants com són:

- Sant Benet que ha destinat molts esforços
- Montserrat, que potser no ha destinat tants esforços i que és un destí molt fàcil pels operadors turístics (tan sols necessiten un autobús per desplaçar la gent i el cost de l'aparcament). Tota la resta és benefici per la muntanya i per l'operador turístic.
- Cardona que hi esta abocant molts esforços.
- Oller del Mas. Des del punt de vista privat esta fent una feina extraordinària i fa una aposta molt clara pel turisme.
- A nivell local i ha un esforç de totes les persones presents i també la Cova que esta fent una inversió molt gran en les seves instal·lacions. Van començar amb el centre d'espiritualitat i ara també estant millorant l'església i fan una actuació a nivell patrimonial i artística molt important. A més també hi ha una crida de tots els alumnes de tot el món per visitar el Camí Ignasià.

El **Sr. Ignasi Sala** demana perquè els punts d'informació turística local són independents dels punts d'informació turística comarcals que interrelacionen a tots els municipis

El **Sr. Tulleuda** respon que l'acord amb el Consell Comarcal és que durant 2 anys es fa a nivell local per tal de visualitzar la marca Manresa i després mirarem d'unir-nos a nivell comarcal.

El **Sr. Ignasi Sala** pregunta si el punt d'informació turística del C. del Balç és local o comarcal.

El **Sr. Tulleuda** respon que és local i comarcal alhora.

No havent-hi més intervencions, el president agraeix a tots els membres la seva assistència i aixeca la sessió, de tot el qual, com a secretaria, estenc aquesta acta.

La secretaria

Vist i plau
El president