

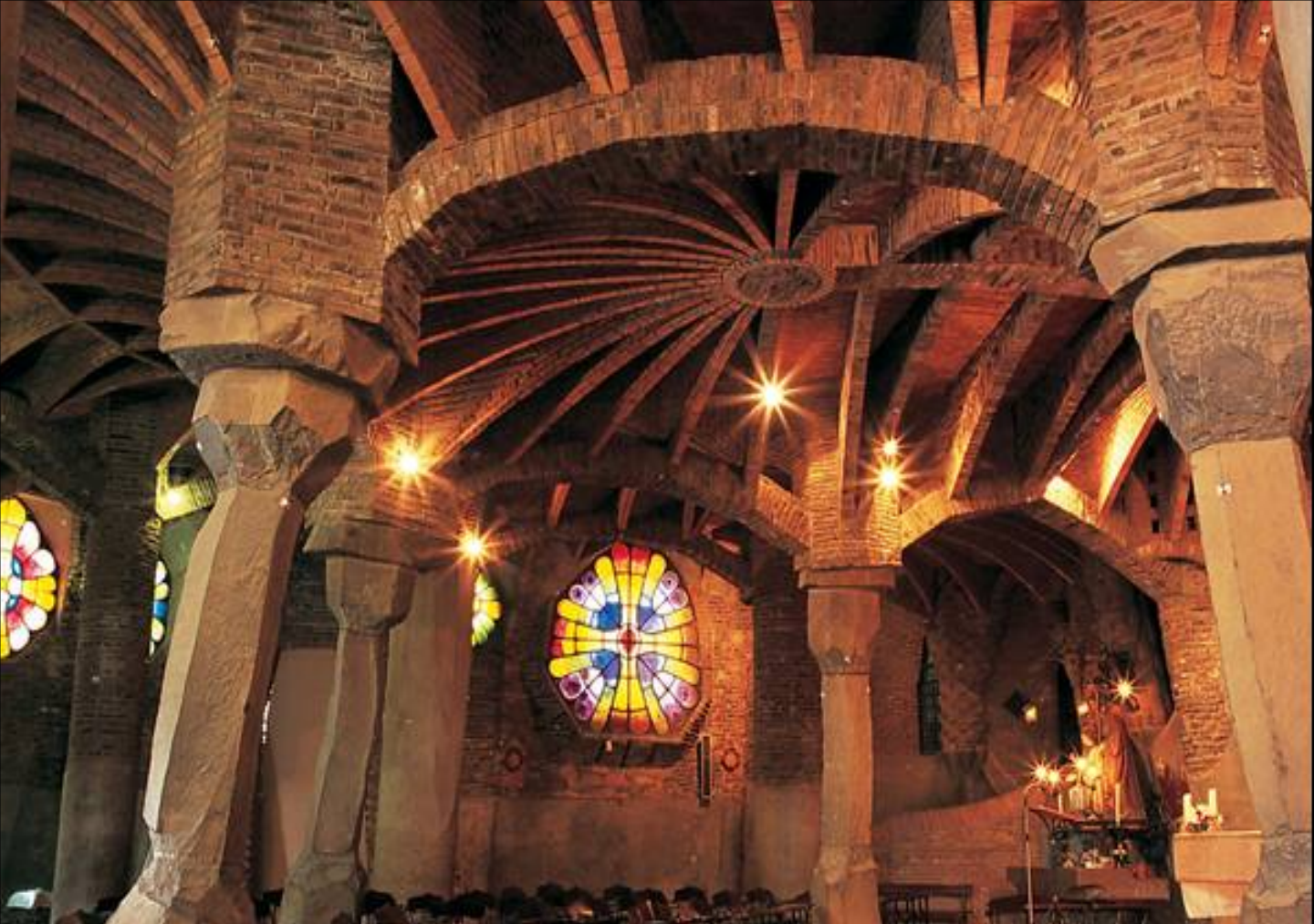
Pla Operacional

2012



Barcelona
és molt més





Índex

5	Presentació
7	El Pla de màrqueting
9	La visió 2020
13	El decàleg
15	La marca i les marques territorials
17	Prioritats de promoció
21	El Cercle de Turisme
22	Accions de promoció 2012
31	I molt més !



Barcelona
és molt més



Presentació

Us presentem un breu resum del Pla d'Operacions de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona per l'any 2012, el primer després de la redacció del nostre Pla de Màrqueting i el que inicia la presentació de la nostra destinació sota la marca "Barcelona és molt més".

Un document de base que ens proposa les línies bàsiques de les accions de promoció però que s'ampliarà a mesura que s'aniran generant noves propostes i que serà viu en la mesura que ens públics i privats us el feu vostre i ens ajudeu a millorar-lo.

La nostra experiència de més de 15 anys treballant per a la promoció turística de la província de Barcelona ens permet fer front a aquest repte amb il·lusió i el convenciment de què unint esforços... Som més.

Francesc Vila i Albet
Gerent de Serveis de Turisme
Diputació de Barcelona





El Pla de màrqueting

L'any 2010, la Gerència de Serveis de Turisme de Diputació de Barcelona (llavors Delegació de Turisme), en col·laboració amb Direcció de Comunicació i l'empresa Chías Marketing, va desenvolupar un Pla de Màrqueting que es va presentar a finals del 2011.

Aquest Pla ens ha proporcionat un full de ruta per definir l'actuació de màrqueting i promoció de la província de Barcelona en els diferents mercats objectius.

El resum executiu d'aquest Pla està disponible a:

www.diba.cat/dturisme





La Visió 2020

La visió 2020 és la formulació de la imatge turística desitjada de la província de Barcelona entre els diferents públics. És el que voldrem aconseguir com a resultat de la implantació del Pla de màrqueting i per tant un dels principals objectius de la tasca de la Gerència de Serveis de Turisme.

La província de Barcelona és **el territori que envolta la ciutat de Barcelona**, la capital de Catalunya

Una destinació turística sorprenent, plena d'experiències úniques i d'atractius singulars, que s'explica a través dels seus territoris: **els Pirineus, la Costa i els Paisatges de l'interior de Barcelona**

Contrastos i diversitat defineixen la província de Barcelona: **Mediterrani i Pirineus; neu blanca i mar blau; Penedès i Montserrat; modernisme i romànic; industrial i rural; vinyes multicolors i muntanyes verdes; aigua i turons, monestirs i castells; espiritualitat i estímuls; Patum i castellers; foc i amistat...** Tot un món que convida a ser descobert

Un ventall de propostes específiques **per a curiosos i gastrònoms; per a famílies i romàntics; per a grups i amics que es diverteixen; per a nens, joves i grans; esportistes i contemplatius; amants del vi i del cava; per a reunions i estades profitoses; per a veure i per a viure; per a sentir i experimentar; ahir i avui...** Un territori que respira autenticitat i modernitat, per visitar-lo sempre, al llarg de tot l'any

L'allotjament adient: **hotels singulars, turisme rural, càmpings, paradors, balnearis, spas i centres de benestar...**

La gastronomia més famosa i saborosa: **restaurants amb estrella i restaurants de sempre, fondes com les d'abans, cuina d'autor amb molts autors, vins i caves, productes de la terra...**

La qualitat de serveis i **l'atenció que el visitant confia rebre**

La Visió 2020

Fruit d'aquesta visió s'estableixen uns objectius qualitatius i quantitatius

Objectius qualitatius: Més i millor turisme

- Una aposta a la Qualitat vs. la Quantitat
- Incrementar el volum de visitants i de la despesa realitzada
- Estimular la mobilitat dels visitants pel territori
- Consolidar-nos com una destinació “multiproducte”
- La notorietat en els mercats propers de Catalunya i d'Espanya
- Potenciar el posicionament a través de la coherència en la promoció
- La preservació i la sostenibilitat com a principals eixos vertebradors



La Visió 2020

Objectius quantitatius: Créixer més en els mercats propers

VISITANTS PROVÍNCIA DE BARCELONA	2010	2012	2013	2014	2015
TOTAL TURISTES PROVÍNCIA BARCELONA	4.376.038	4.565.849	4.917.638	5.435.214	5.706.975
EXCURSIONISTES	6.067.967	6.371.365	6.689.933	7.024.430	7.375.652
TOTAL VISITANTS PROVÍNCIA DE BARCELONA	10.444.005	10.937.214	11.607.571	12.459.644	13.082.627

- **Turisme estranger:** un creixement reduït l'any 2012 (3%), principalment per la manca de coneixement de la destinació, i un increment sostingut del 5% fins el 2015 per la previsible recuperació dels mercats emissors i els resultats de l'acció promocional
- **Turisme espanyol:** un 4% de creixement l'any 2012, a la vista de les poques perspectives de recuperació econòmica, però increments més importants en el període 2013-2014 com a resultat de l'acció promocional i de la bona accessibilitat. Un increment sostingut del 5% a partir de 2015
- **Turisme català:** és el mercat emissor en què es contemplen creixements més alts, tant per la proximitat i l'accessibilitat, com pel nivell de coneixement de la destinació
- **Excursionisme:** un creixement sostingut del 5% anual





El decàleg

El decàleg, en aquest cas basat en 9 punts, és l'argument principal de la nostra presentació turística. Recull aspectes informatius i descriptius de l'oferta turística i també aspectes emocionals que ens permeten una millor comunicació.

El territori que configura la província de Barcelona, entre la Serra del Cadí i el mar Mediterrani, és una destinació turística caracteritzada pels seus contrastos i la seva riquesa històrica i natural.

Envoltant la capital de Catalunya, aquest territori, a prop de Barcelona, és una descoberta per a tots els viatgers curiosos que cerquen viure noves experiències singulars i autèntiques a través de les seves marques Costa Barcelona, Paisatges de Barcelona i Pirineus de Barcelona.



Sol i platja

Espais
naturals i
paisatges

Història de
Catalunya

Patrimoni i
Arquitectura

Gastronomia
i productes
de la terra

Vinyes, vins
i caves

Activitats
i
rutes

Cultura,
festes
i tradicions

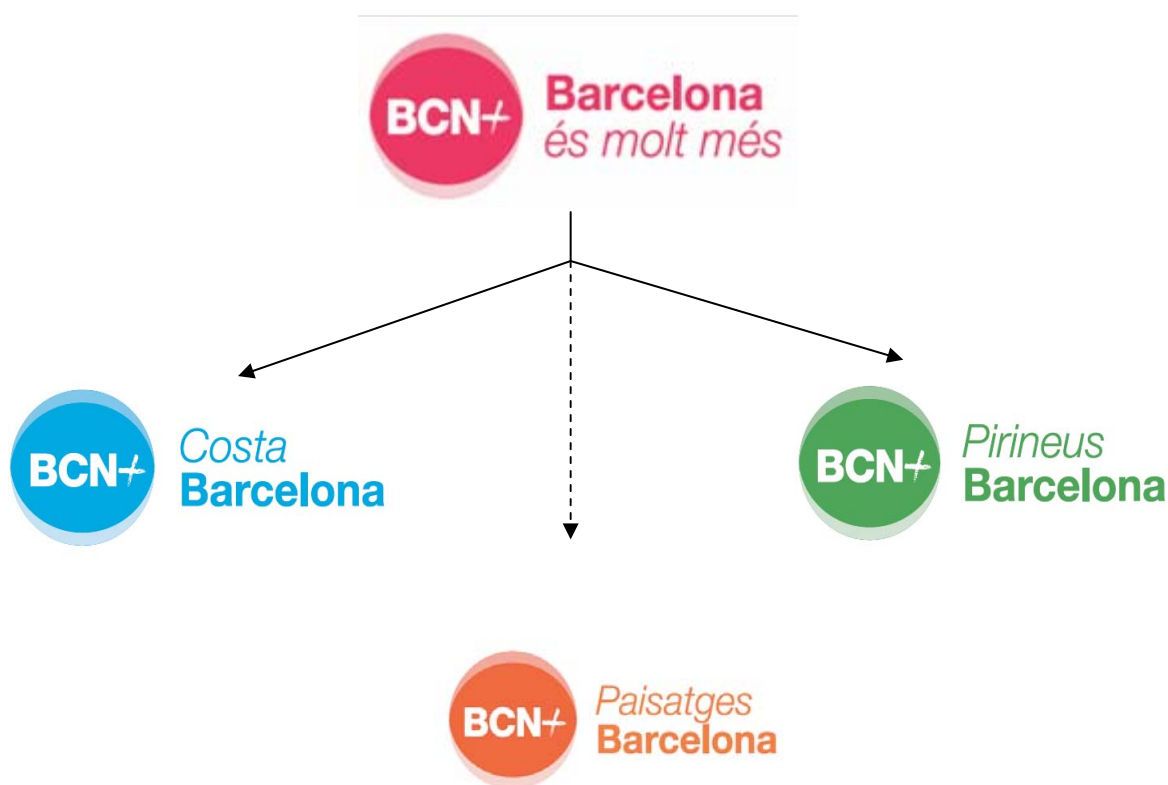
Allotjaments
i serveis de
qualitat



La marca i les marques territorials

El Pla de màrqueting ens proposa també el desenvolupament de la marca turística “Barcelona és molt més” i la seva implantació en els diferents elements de comunicació de les accions promocionals.

Alhora es preveu una implantació de les marques territorials “Costa Barcelona” i “Pirineus Barcelona” i un treball intens sobre la marca “Catalunya Central” que ha de concloure amb una nova proposta. El Pla recomana la marca “Paisatges de Barcelona”, que en els propers mesos es treballarà amb els ens públics i privats de les comarques que la integraran.



(Proposta inicial de marca per a Catalunya Central)



Prioritats de promoció

L'any 2012, la Gerència de Serveis de Turisme mitjançant l'Oficina de Promoció Turística treballarà diferents productes de manera prioritària.

PRODUCTES PRINCIPALS

El touring per la província de Barcelona
Sol i Platja
Cultural
Rural
Familiar
Esportiu
Gastronòmic
Enoturisme
Natura-Ecoturisme
Meetings i Reunions

NÍNXOLS

Creuers
Religió
Compres
LGBT
Industrial
Esdeveniments i Festivals
Benestar: termalisme / wellness-spa
Estudis
Cinematogràfic

Prioritats de promoció

Es preveu un ampli ventall d'accions de promoció en els principals mercats emissors, prioritzant mercats de proximitat i de curta distància i acompanyant a Turisme de Barcelona, l'Agència Catalana de Turisme i Turespaña en accions a mercats més llunyans

PRIORITAT ALTA	Mercat de Proximitat	Ciutat de Barcelona i Àrea Metropolitana Província de Barcelona Resta de Catalunya
	Mercats de curta distància (1 hora de vol aprox. / <3 hores AVE)	Madrid Euskadi / Navarra / Aragó França (Sud)
PRIORITAT MITJANA	Mitja distància (>3 hores tren i/o cotxe, i de 2 a 5 hores en avió)	Resta d'Espanya (València, 1a prioritat) Resta de França Benelux / Alemanya / Regne Unit
PRIORITAT BAIXA	Altres mercats coincidents d'interès per a Turisme de Barcelona, l'Agència Catalana de Turisme i Turespaña	Rússia i Països de l'Est Altres Europa (connexió aeroport Barcelona) Altres Món (connexió aeroport Barcelona)





El Cercle de Turisme

Amb l'objectiu de treballar més productes turístics, la Gerència de Serveis de Turisme proposa al 2012 iniciar una nova forma de treballar, **el Cercle de Turisme**, que substitueix els Programes que han existit fins el moment.

Es tracta d'una plataforma única de treball públic-privada que incorpora tant ens públics com les empreses turístiques de la província de Barcelona, posant al seu abast eines de coneixement i de promoció, constituint una xarxa de relacions comercials.

Un cercle virtuos on totes les empreses turístiques de la província de Barcelona tenen cabuda i on, mitjançant taules de treball temàtiques i territorials, podem compartir informació i debatre temes de promoció.

Informacions del Laboratori, notícies sobre normativa, informes comercials, fòrums de debat, propostes d'accions de promoció... Una comunitat virtual i reunions de treball amb un objectiu comú: atreure més turistes a la nostra destinació mitjançant productes de qualitat.

Taules de treball actives al 2012

- Turisme rural
- Càmpings
- Salut, benestar i balnearis
- Patrimoni cultural i museus
- Turisme religiós
- Enoturisme
- Gastronomia
- Barcelona Province Convention Bureau

<http://comunitatturisme.diba.cat>

cercleturisme@diba.cat

Accions de promoció 2012

El Pla d'accions de promoció 2012 de la Gerència de Serveis de Turisme s'ha elaborat considerant tant les conclusions del Pla de Màrqueting anteriorment descrites com les propostes que han presentat altres ens de promoció turística: Turisme de Barcelona, Agència Catalana de Turisme (ACT), Turespaña, i els ens comarcals i locals.

Es tracta d'un pla totalment viu, que es modifica constantment en base a les noves possibilitats de promoció que arriben a la Gerència, però que parteix d'un pla inicial que conté les següents activitats:

- Fires
- Workshops
- Accions a públic final
- Presentacions i accions comercials
- Viatges de premsa i familiarització
- Campanyes de publicitat



Fires:

- Fitur (Madrid), 18 a 22 de gener
- Mahana (Toulouse), 3 a 5 de febrer
- Fira de la Candelera (Molins de Rei), 3 i 4 de febrer
- Fiets en Wandelbeurs (Àmsterdam), 11 i 12 de febrer
- Fira de l'Aixada (Manresa), 25 i 26 de febrer
- ITB (Berlin), 7 a 11 de març
- MITT (Moscou), 21 a 24 de març
- Mercat del Ram (Vic), 30 de març a 1 d'abril
- SITC (Barcelona), 20 a 22 d'abril
- Fira Modernista (Terrassa), 4 a 6 de maig
- Expovacaciones (Bilbao), 10 a 13 de maig
- IMEX (Frankfurt), 22 a 24 de maig
- Fires virtuals de Turespaña, maig i juny
- Tour Natur (Düsseldorf), 30 d'agost a 2 de setembre
- Fira Modernista (Canet), 14 a 16 de setembre
- Fira Moianès, 14 d'octubre
- Caravaning (Barcelona), 6 a 14 d'octubre
- World Travel Market (Londres), 5 a 8 de novembre
- EIBTM (Barcelona), 27 a 29 de novembre

Cal afegir altres fires locals que es concretaran durant l'any i les fires a les que s'assisteix amb la marca Pirineus especialitzades en turisme actiu, neu i esquí.

Depenent de la tipologia de la fira s'assisteix amb estand propi o bé amb mostradors de marca dins de l'estand de l'Agència Catalana de Turisme.

Accions de promoció 2012

Workshops:

Al 2012 s'incrementen el nombre de workshops en els que participarà la Gerència de Serveis de Turisme per presentar "Barcelona és molt més". A més de participar com en anys anteriors en els generats per altres institucions, enguany s'organitzaran íntegrament workshops territorials i també de presentació de l'oferta turística de la província de Barcelona als operadors de diferents mercats emissors

Workshops propis:

- Costa Barcelona (Baix Llobregat, Penedès, Garraf), 16 d'abril
- Madrid, 26 d'abril
- València, maig
- Costa Barcelona (Maresme), maig
- Activitats educatives, 22 de maig
- Madrid Turisme de reunions, juny
- Pirineus (Berga), 4 d'octubre
- Barcelona Province Convention Bureau (BPCB), octubre
- Catalunya Central, novembre

Workshops d'altres ens:

- AVASA, 25 de febrer
- Intermembres Catalunya Convention Bureau, 15 de març
- ACAV, 20 d'abril
- Interclubs Agència Catalana de Turisme, 20 d'abril
- Catalunya Convention Bureau Frankfurt, 24 d'abril
- Agència Catalana de Turisme Estats Units, 8 a 11 de maig
- Ornitològic Agència Catalana de Turisme, 8 de maig
- UCARE, 17 de maig i 4 d'octubre
- Turisme de Barcelona Alemanya, 18 a 21 de juny
- City Fair Londres, 25 de juny
- Agència Catalana de Turisme Xina, 25 de setembre
- Meedex Lió, 4 d'octubre
- Catalunya Convention Bureau Gran Bretanya, 18 d'octubre
- Turespaña Canadà, octubre



Accions de promoció 2012

Accions a públic final:

Es potenciaran accions adreçades al públic final dels mercats prioritaris (Barcelona i Àrea Metropolitana, Madrid, Euskadi, Sud de França) mitjançant demostracions gastronòmiques i culturals que permetin la presentació de l'oferta turística directament al client.

- Sant Jordi a Barcelona, 23 d'abril
- Any de Catalunya a Bordeus, 11 a 13 de maig
- Festival del Mar a Sitges, 18 a 20 de maig
- Jazzaldia a Sant Sebastià, 19 a 23 de juliol
- Mercat de Mercats a Barcelona, 19 a 21 d'octubre



Accions de promoció 2012

Presentacions i accions comercials:

Durant tot l'any es realitzaran presentacions tant del Pla de màrqueting i la nova marca com de les propostes turístiques de la província de Barcelona a agències de viatges, operadors, premsa i institucions, tant locals com nacionals i internacionals,

Viatges de premsa i familiarització:

Desitgem que els operadors i els periodistes coneguin la nostra destinació i amb aquest objectiu, i en col·laboració amb Turespaña, l'Agència Catalana de Turisme i els ens locals i comarcals, al 2012 prepararem una gran varietat de viatges de premsa i operadors.



Accions de promoció 2012

Campanyes de publicitat:

Prensa generalista, revistes especialitzades, revistes de col·lectius, pàgines web, xarxes socials, publicity, OPIs, street marketing, cobrandings... Volem arribar al nostre client, suggerir-li idees i propostes, fer-li descobrir que “Barcelona és molt més”. Durant tot l’any anirem desenvolupant diferents accions de comunicació i publicitat.









I molt més!

Aquest 2012 el dedicarem a donar a conèixer una destinació que té molt per oferir: la província de Barcelona. Tenim molta feina per fer: nous fulletons, la nova web, materials promocionals, vídeos....

És un repte important però estem convençuts en tenir èxit si comptem amb el vostre suport.

Tot l'equip de la Gerència de Serveis de Turisme, i en concret de l'Oficina de Promoció Turística, està a la vostra disposició per col·laborar en qualsevol tipus d'acció de promoció.

Si us calen fotografies, logotips, si ens voleu fer arribar propostes o suggeriments, o demanar-nos més informació sobre qualsevol activitat no dubteu en contactar amb nosaltres mitjançant la web www.diba.cat/turisme, el correu electrònic turisme@diba.cat o el telèfon 934 022 960.



Barcelona
és molt més



**Diputació
Barcelona**



Gerència de Serveis de Turisme
Diputació de Barcelona

Travessera de les Corts 131-159
Recinte Maternitat – Pavelló Mestral
08028 Barcelona
T. 934 022 960

www.diba.cat/turisme
turisme@diba.cat